

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM

Földtudományok Doktori Iskola

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciója egy urbánus és egy rurális desztináció példáján

PhD értekezés

Marton Gergely

Témavezető:

Dr. Aubert Antal

Habilitált egyetemi docens

PÉCS, 2014

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	4
2. Célkitűzések	6
3. Kutatási módszerek.....	8
3.1. Szakirodalmi elemzés.....	8
3.2. Adatbázis elemzés	8
3.3. Kérdőívek.....	9
3.4. Interjúk	10
3.5. Szolgáltatói megkérdezések.....	10
3.6. Terepbejárások.....	11
3.7. Konceptióalkotás	11
4. Kutatástörténet.....	17
4.1. A környezet földrajzi és idegenforgalmi értelmezése.....	17
4.2. A turizmus rendszere.....	23
4.3. A turizmusfejlesztés elmélete	28
4.4. A magyar turizmus fejlesztése és fejlődése	35
5. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés elmélete	39
5.1. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés definiálása	39
5.2. A turizmus környezete és elemeinek minősítése.....	44
5.2.1. Természeti környezet	45
5.2.2. Társadalmi környezet	46
5.2.3. Kulturális környezet	48
5.2.4. Gazdasági környezet	50
5.2.5. Politikai környezet	52
5.2.6. Tudományos környezet	54
5.2.7. Technológiai környezet.....	55
5.3. A turizmus helyzetértékelése.....	57
5.3.1. A desztináció termékkínálata	58
5.3.2. A desztináció szálláshelykínálata.....	60
5.3.3. Szezonalitás.....	61
5.3.4. A desztináció turizmusának menedzsmentje.....	63
5.3.5. A marketing szerepe a turizmusban	64
5.3.6. Az egyén szerepe a turizmus	66
5.3.7. A desztináció turistaforgalma.....	68

5.3.8. A desztináció kirándulóforgalma	69
5.4. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés folyamata.....	70
5.4.1. A környezeti értékek a turizmusfejlesztés során	71
5.4.2. Az infrastruktúra fejlesztése.....	73
5.4.3. A turisztikai menedzsment fejlesztése	74
5.4.4. A szálláshelyek fejlesztése	75
5.4.5. A turisztikai termékek fejlesztése	76
6. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés a gyakorlatban	78
6.1. Pécs, mint urbánus, települési desztináció	79
6.1.1. Pécs turisztikai környezete és elemeinek minősítése	80
6.1.1.1. Pécs természeti környezete	80
6.1.1.2. Pécs társadalmi környezete	81
6.1.1.3. Pécs kulturális környezete	86
6.1.1.4. Pécs gazdasági környezete	88
6.1.1.5. Pécs politikai környezete	89
6.1.1.6. Pécs tudományos környezete	90
6.1.1.7. Pécs technológiai környezete	91
6.1.2. Pécs turizmusának helyzetértékelése	93
6.1.2.1. Pécs termékkínálata	94
6.1.2.2. Pécs szálláshelykínálata.....	99
6.1.2.3. Pécs szezonaritása	103
6.1.2.4. Pécs turizmusának menedzsmentje.....	104
6.1.2.5. A Pécs turizmusának marketingje	106
6.1.2.6. Az egyén szerepe Pécs turizmusában	108
6.1.2.7. Pécs turistaforgalma	110
6.1.2.8. Pécs kirándulóforgalma	121
6.1.3. Pécs rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének folyamata.....	122
6.1.3.1. Pécs környezeti értékei a turizmusfejlesztés során	123
6.1.3.2. Pécs infrastruktúrájának fejlesztése	124
6.1.3.3. Pécs turisztikai menedzsmentjének fejlesztése	125
6.1.3.4. Pécs szálláshelyeinek fejlesztése	127
6.1.3.5. Pécs turisztikai termékekeinek fejlesztése	128
6.1.4. Pécs rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének összegzése	130
6.2. A Dráva-mente, mint rurális, területi desztináció.....	135
6.2.1. A Dráva-mente turisztikai környezete és elemeinek minősítése.....	136

6.2.1.1. A Dráva-mente természeti környezete	136
6.2.1.2. A Dráva-mente társadalmi környezete	138
6.2.1.3. A Dráva-mente kulturális környezete	142
6.2.1.4. A Dráva-mente gazdasági környezete	143
6.2.1.5. A Dráva-mente politikai környezete	145
6.2.1.6. A Dráva-mente tudományos környezete	146
6.2.1.7. A Dráva-mente technológiai környezete	147
6.2.2. A Dráva-mente turizmusának helyzetértékelése	148
6.2.2.1. A Dráva-mente termékinálata	148
6.2.2.2. A Dráva-mente szálláshelykínálata.....	152
6.2.2.3. A Dráva-mente szezonalitása	155
6.2.2.4. A Dráva-mente turizmusának menedzsmentje.....	156
6.2.2.5. A Dráva-mente turisztikai marketingje	158
6.2.2.6. Az egyén szerepe a Dráva-mente turizmusának környezetében	159
6.2.2.7. A Dráva-mente turistaforgalma	160
6.2.2.8. A Dráva-mente kirándulóforgalma	164
6.2.3. A Dráva-mente rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének folyamata	165
6.2.3.1. A Dráva-mente környezeti értékei a turizmusfejlesztés során	166
6.2.3.2. A Dráva-mente infrastruktúrájának fejlesztése	167
6.2.3.3. A Dráva-mente turisztikai menedzsmentjének fejlesztése	168
6.2.3.4. A Dráva-mente szálláshelyeinek fejlesztése	169
6.2.3.5. A Dráva-mente turisztikai termékeinek fejlesztése	170
6.2.4. A Dráva-mente rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének összegzése.....	172
7. Összefoglalás	177
8. A kutatás jövőbeli irányai	181
9. Köszönetnyilvánítás	182
10. Felhasznált irodalmak	183
10.1. Szakirodalmak.....	183
10.2. Elektronikus források.....	189
10.3. Dokumentumok.....	190
11. Ábrák jegyzéke	192
12. Táblázatok jegyzéke.....	194
13. Mellékletek.....	197

1. Bevezetés

A turizmus a világ és Magyarország egyik legdinamikusabban fejlődő gazdasági ágazata, mely kiemelt szerepet játszik a nemzetgazdaságokban. Hazánk esetében az idegenforgalom direkt hozzájárulása a nemzetgazdaság teljesítményéhez az utoljára 2007-ben elkészített szatellit számlái alapján 5,9%, míg a World Travel & Tourism Council Economic Impact 2013 Hungary számítása alapján a mutató 4,2% volt 2012-ben. A két mutató ugyan eltérő metódussal készül, azonban jól mutatnak rá az ágazat jelentős gazdasági szerepére.

A felvázolt makrogazdasági adatok sokat sejtetnek, ám ha a mikrogazdasági teljesítmény szintjén kerülnek értelmezésre, akkor egy igen sokrétű, komplex kép vázolható fel, melybe a szálláshely szolgáltatók, az egyes turisztikai termékek működtetői, a vendéglátó ipari egységek, az utazási irodák, vagy éppen a kerékpárkölszönzők éppúgy beletartoznak, mint a szuvenir boltok. Munkaerőpiaci szempontból direkt mutatókat nézve az ágazatban foglalkoztatottak száma meghaladja a 300 ezret, míg az indirekt mutatók alapján a 600 ezret. A bevételek pedig a Magyar Turizmus Zrt. 2013-as marketingtervében szereplő becslés alapján 2011-ben túllépték az 1200 milliárd forintot, mely igen impozáns adat a magyar gazdaság egészéhez viszonyítva.

Az említett adatokból jól látható, hogy az ágazat milyen kulcsfontosságú szerepet tölt be, így annak koordinálása, szabályozása és természetesen a fejlesztése egyaránt stratégiai kérdés, mely rendkívül megalapozott tervezést és kivitelezést igényel.

Napjaink egyik jelentős idegenforgalmi problémaköre éppen ebből adódik, hogy számos esetben nem vagy nem úgy realizálódnak a kívánt hatások az egyes turisztikai beruházásoknál, annak ellenére sem, hogy az Európai Unió források és a magánszféra révén az ágazat fejlesztési költségei elviekben rendelkezésre állnak.

A folyamat komplex okokra vezethető vissza, melyek közül ki kell emelni a célorientált hatástanulmány készítést, a nem megfelelően vagy éppen optimistán kezelt erőforrás felmérést, de számos esetben látható az is, hogy a fejlesztést megelőző tervezési szakaszban, olyan jelentős hatások vagy környezeti elemek nem kerülnek elemzésre, melyek később a kivitelezés során nehezítik vagy szélsőséges esetben akár ellehetetlenítik a beruházást.

A felvázoltak mellett további problémát jelent, hogy a turizmusfejlesztésekkel foglalkozó szakirodalmak széles körben mutatnak be pozitív – gazdasági, kulturális, környezetvédelmi, demográfiai stb. – hatásokat, melyek egy esetleges beruházás következményeiként vannak feltüntetve, azonban ezen hatások együtt nagyon ritkán teljesülnek a gyakorlatban. Mindezek ellenére a legtöbb hatástanulmány, fejlesztési dokumentum tartalmazza őket, sőt bizonyos esetekben számol a realizálódásukkal, esetleg indikátorként jelöli meg azokat.

Az említett folyamatok következményei széles palettán helyezhetők el: kedvező esetben a fejlesztés eredményei részben vagy egészében teljesítik a célkitűzéseket, azonban az esetek egy jelentős részében nem beszélhetünk ilyen ideális forgatókönyvről. Számos példát láthatunk a rendszerváltást követő piaci alapon történő idegenforgalmi fejlesztések közül, melyek minimális vagy éppen semmilyen hatással sem voltak, mert egyszerűen nem felelt meg a tervezésük a piacnak, a keresletnek, az erőforrásoknak vagy éppen az aktuális turisztikai trendeknek.

A jelenleg érvényben lévő idegenforgalmi fejlesztési trendek ugyan vitathatatlanul igazodnak a modern turizmus elvárásaihoz és tendenciáihoz, viszont sok esetben nem az adott desztináció erőforrásaira építenek vagy nem rendszerszinten történik a beruházás értelmezése, így pedig a beruházások hatásfoka elmarad a térség és annak környezetében rejlő idegenforgalmi potenciáltól.

Mindezen megjegyzések figyelembe vételével jelen disszertáció szerzője nem gondolja, hogy a hazai turizmusfejlesztés működésképtelen lenne, azt azonban feltétlenül, hogy számos esetben az erőforrások felmérése túlzott optimizmusról tanúskodik, a várt hatások pedig egy elméleti idealizált sémát követnek.

A bemutatott problémakör természetesen teljes egészében fel nem oldható, azonban szűkíthető oly módon, hogy a fejlesztést megalapozó helyzetfelmérés, illetve a ráépülő tervezés minél realisztikusabb képet nyújtson az aktuális idegenforgalmi helyzetről. Ennek függvényében került kidolgozásra a disszertáció témaköre, a rendszerszemléletű turizmusfejlesztési koncepció, mely a saját értékén kezelt erőforrás-kihasználtságon alapuló fejlesztést támogató többszintű analízis, ami alapot nyújthat a turisztikai desztinációk komplex fejlesztéséhez.

2. Célkitűzések

A disszertáció központi témáját a rendszerszemléletű turizmusfejlesztési koncepció elmélete és gyakorlati megvalósíthatóságának lehetőségei jelentik, melynek függvényében a következő célkitűzések kerültek meghatározásra:

1. Kidolgozni és bemutatni a turizmus komplexen értelmezett környezetét, mely alapvetően egy adott desztináció mindazon értékeit és erőforrásait tartalmazza, melyek befolyásolni tudják a térség idegenforgalmát. Ezen komplex idegenforgalmi környezet jelenti a későbbiekben a koncepció legszó szintjét, amelyre a további szintek épülnek fel, illetve melyek folyamatos kölcsönhatásban állnak vele.
2. A felvázolt idegenforgalmi környezetre alapozva kidolgozni egy olyan a turizmus rendszerén alapuló fejlesztési elvet, mely széles körűen elemzi a vizsgált célterület keresletének és kínálatának aktuális turisztikai folyamatait, illetve az ezekre ráépülő fejlesztéseket és fejlesztési lehetőségeket úgy, hogy mindhárom szint egy koherens egységet alkosson.
3. A koncepció gyakorlati alkalmazása egy urbánus mintaterületen: Pécs, mint történelmi város turizmusának analízise – ahol a társadalmi erőforrások dominálnak a természetiekkel szemben –, mely gazdasági, vallási, oktatási és kulturális központként funkcionál a Dél-Dunántúlon, és amely 2010-ben az Európa Kulturális Fővárosa címmel büszkélkedhetett.
4. A koncepció gyakorlati alkalmazása egy rurális mintaterületen: a Dráva-mente, mint határmenti, periférikus térség – ahol a természeti erőforrások (Duna-Dráva Nemzeti Park, NATURA 2000, Ramsari) dominálnak a társadalmiakkal szemben – turizmusfejlesztésének és hatásainak értékelése, annak okán, hogy a térség az elmúlt évtizedben kiemelt szerepet játszott a turisztikai, illetve a környezetvédelmi beruházásokban.
5. Igazolni, hogy a kidolgozott turizmusfejlesztés koncepció gyakorlati alkalmazása egy települési és egy területi desztináción keresztül rámutat a komplex rendszerszemlélet azon jellemzőjére, hogy az idegenforgalom egyetlen tényezője sem értelmezhető önállóan a működése és a fejlesztése során függetlenül környezetétől, illetve a turizmus rendszerétől. Továbbá igazolni, hogy a kidolgozott szemléletmód olyan összefüggésekre mutat rá, melyek

túlmutatnak a klasszikus desztináció elemzéseken, illetve olyan ok-okozati viszonyrendszer bemutatására is képes, melynek eredményei korábban nem kerültek értelmezésre a vizsgált célterületek értékelésekor.

3. Kutatási módszerek

3.1. Szakirodalmi elemzés

A disszertáció elkészítése során feldolgozásra és értékelésre kerültek a téma szempontjából releváns szakirodalmak. A munka során a rendszerszemlélet alapjaként a környezettel és fogalomkörével, a turizmussal és annak fejlesztésével, továbbá az gyakorlati példák komplex kidolgozása során az összes érintőleges határtudománnyal (társadalom- és népességföldrajz, természet- és tájfeldrajz, gazdaságföldrajz stb.) foglalkozó művek kerültek felhasználásra.

A felhasznált szakirodalmak több szempont alapján kerültek kiválasztásra, melyek közül az elsődleges az volt, hogy mind a hazai, mind a nemzetközi vonatkozó művek közül az alapozó munkásságon túl minél több szerző nézőpontja kerüljön bemutatásra és értékelésre. Emellett szempont volt az is, hogy ne csupán az elismert könyvek, folyóiratok és konferencia kiadványok kerüljenek feldolgozásra, hanem minden olyan, a tematikát érintő tudományos munka is, amely kiegészítheti a disszertációt.

3.2. Adatbázis elemzés

Az értekezés elkészítéséhez felhasználásra kerültek különböző adatbázisok, melyek egyrészt forrásként szolgáltak a feldolgozott statisztikákhoz, másrészt pedig minősítési vagy védettségi adatokat tartalmaznak, amelyek a modell egyes alpontjaiba kerültek beépítésre.

A Központi Statisztikai Hivatal tájékoztatási adatbázisának idegenforgalomra vonatkozó adatai és a népszámlálás adatbázisai kerültek az esettanulmányok során beépítésre a vonatkozó alpontoknál, mint elsődleges adatforrások.

A Természetvédelmi Információs Rendszer (TIR) online felületének adatbázisai – melyek összefoglalóan tartalmazzák a hazai védettségi és minősítési kategóriákat, illetve térképi megjelenítés révén ezek pontos területi kiterjedésüket – a természeti környezetnél került felhasználásra a Duna-Dráva Nemzeti Park adatbázisával egyetemben.

A Műemlékem.hu Bt. digitális adatbázisa került felhasználásra a kulturális értékek összesítésénél mindkét esettanulmány esetében, mely egy rendkívül kiterjedt és naprakész adatbázis.

3.3. Kérdőívek

A disszertációba két kérdőíves felmérés, illetve annak adatbázisa került beépítésre a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés gyakorlatának Pécs turizmusának elemzésébe. A felméréseket Pécs város turisztikai menedzsment szervezete: 2011-ben a TÉDÉEM PÉCS Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Kiemelten Közhasznú Társaság, illetve 2013-ban annak jogutódja az Irány Pécs Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Kiemelten Közhasznú Társaság megbízásából a Summa Cum Bt. készítette, melyekben a szerző mint a kérdőív tartalmi összeállítóinak egyike, a felmérés terepi részének vezetője, illetve a kiértékelés résztvevője működött közre. A társaság ügyvezetője ebből kifolyólag engedélyezte a felmérések kérdőíveinek – mint primer kutatási anyagok – használatát a szerző szakmai és tudományos munkájához (*1. és 2. számú melléklet*).

A reprezentatív felmérések célja mindkét esetben a város turistaforgalmának és jellemzőinek felmérése és értékelése volt, mely során a teljes idegenforgalmi szezont lefedő kérdőívezés történt a város szálláshelyein, rendezvényein, illetve a Tourinform irodában figyelembe véve a hazai és a külföldi vendégek arányát, illetve azok szálláshely kategóriák szerint történő megoszlását. A reprezentativitás alapját mindkét felmérés esetében az előző évi forgalmi arányokon alapuló megkérdezési minta adta. Így a felmérések során figyelembe lett véve a külföldi-belföldi forgalom megoszlása, a szálláshelyek forgalmi mutatói, illetve a turisták a város egyes vonzerőire irányuló motivációja (a megkérdezés arányos volt az előző évi forgalmi mutatókkal az egyes vonzerők esetén is).

A felmérések során a város turistaforgalmának több mint 1%-a került felmérésre a magyar, angol és német nyelvű kérdőívekkel (*3., 4., 5., 6., 7., 8. számú melléklet*) az alábbi *1. táblázatban* szereplő megoszlásban.

Megjegyzendő, hogy kizárólag a két felmérés során kialakított kérdőíveken alapuló adatbázis került felhasználásra az értekezésben, mely nem mutat átfedést a felmérések munkaanyagával.

1. táblázat: Pécs vendégkörfelmérésének paraméterei

Felmérés	2011	2013
Magyar kérdőív	866 db	1034 db
Angol kérdőív	128 db	201 db
Német kérdőív	105 db	201 db
Külföldi összesen	233 db	402 db
Összesen	1099 db	1436 db

Forrás: saját szerkesztés

3.4. Interjúk

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés gyakorlata pécsi mintaterületének kidolgozása során három alponthoz szükség volt a helyi szakértők bevonására interjúk révén. Az interjúk a város desztináció menedzsment szervezetével, a város turisztikai marketingjével és a település kirándulóforgalmával kapcsolatos kérdéseket tartalmazták (9. számú melléklet). A kérdésekre a pécsi turisztikai desztináció menedzsment szervezet vezető kollégái adtak válaszokat, melyek a vonatkozó pontokon kerültek beépítésre a disszertációba.

3.5. Szolgáltatói megkérdések

A Dráva mente, mint rurális mintaterület kidolgozásához szükséges volt a térség idegenforgalmi szakemberei és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatók, szervezetek és egyéb szakemberek megkeresése. Ennek legfőbb oka, hogy a számos – főként a kirándulóforgalmat érintő – szolgáltatásról nem készül hivatalos statisztika, így pedig az idegenforgalmi szerepük sem értékelhető. Mindezek alapján az alábbi szolgáltatók és szervezetek kerültek megkeresésre:

- A Duna-Dráva Nemzeti Park: a Drávához köthető bemutatóhelyeinek és rendezvényeinek a forgalma miatt.
- A somogyi és a baranyai horgászszövetség, illetve a területen található jelentősebb horgászegyesületek képviselői a desztináció horgászforgalma okán.
- A vízi túrák – kajak-kenu – hivatalos adatai okán szintén a Duna-Dráva Nemzeti Park érintett munkatársa.

- A térség helyi szakemberei és a nemzeti park munkatársai a természetjárók/túrázók számának meghatározásához.
- A térség helyi szakemberei és a nemzeti park munkatársai a területre irányuló kerékpárosok számának a felméréséhez.
- A drávai sétahajózással foglalkozó cég az éves forgalmuk, illetve annak jellemzői végett.
- A térségben található fürdők vezetői vagy az érintett település önkormányzata (mint tulajdonos) a desztináció fürdővendégeinek felmérése okán.
- A térségben érintett vadászok, vadásztársaságok és a hivatalos vadászattal foglalkozó szervezetek a vadászforgalom felmérése miatt.

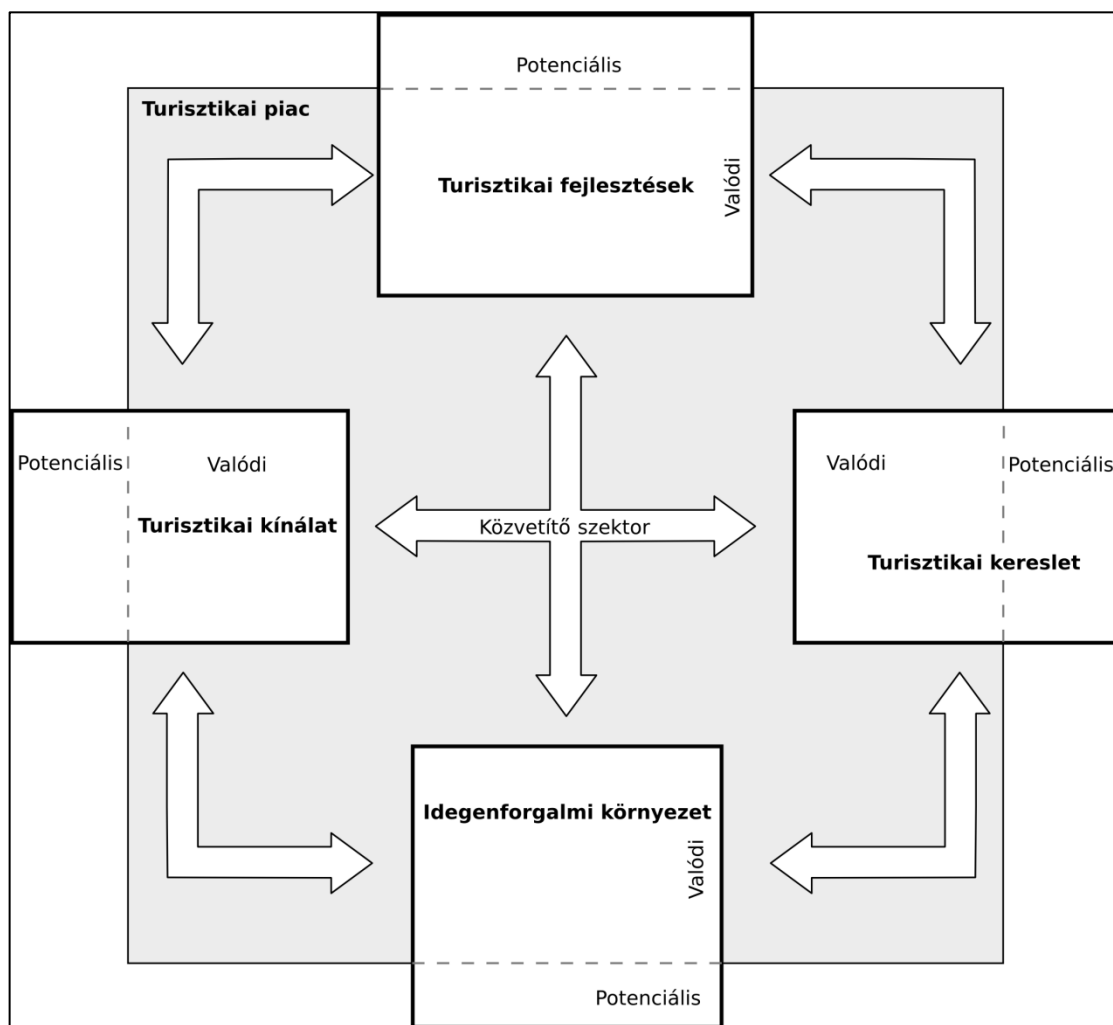
3.6. Terepbejárások

Az elméleti ismereteken és a primer adatgyűjtésen túl a kiválasztott mintaterületi desztinációkban számos alkalommal került sor terepbejárásra. Ezen utak során az volt a legfontosabb, hogy valóban megfelelnek-e a desztinációk és egyes elemeik a szakirodalmak, illetve a marketing tevékenység során bemutatott képnek, hiszen egyazon turisztikai célterületről számos információforrás ír, melyek nem feltétlenül mutatnak korrelációt egymással. Továbbá ezen terepbejárások során került felmérésre a helyi szolgáltatók és lakosok véleménye a desztinációról, illetve annak problémáiról. Mindezekon túl pedig számos esetben kellett terepen felmérni és értékelni több olyan idegenforgalmi vagy hozzá kapcsolódó elemet (pl. egyesületek megléte, tanösvény minősége stb.), melyek a szakirodalmak és az adatbázisok alapján nem kerülhettek volna kellő mértékben feldolgozásra.

3.7. Konceptióalkotás

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciója egy komplex megközelítésű elméletet jelent, mely három hierarchia szinten épül egymásra és négy alegységre tagolódik, illetve minden egység a rá épülő alapjául szolgál, továbbá minden egység kapcsolódik a többihez. Az alegységek részelemekből épülnek fel és a pontos analízis érdekében ezen szegmensek kerülnek részletes bemutatásra és értékelésre (*1. ábra*).

1. ábra: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciója



Forrás: saját szerkesztés

Az idegenforgalom környezete egység jelenti az első hierarchia szintet, mely magába foglalja mindazon klasszikus idegenforgalmi környezeti tényezőket, melyek összességében az ágazat és célterületei komplex keretfeltételeiül szolgálnak. Ide kerültek besorolásra azon a hazai rendszertanban használt tényezők, melyek az egyes desztinációk alapvető jellemzőit határozzák vagy határozhatják meg

Erre a szintre épül a turizmus aktuális folyamatait és jellemzőit bemutató két alegységre bontva az idegenforgalmi kínálatra és keresletre. Ezen a szinten kerül elemzésre és értékelésre az adott desztináció jelenlegi idegenforgalmi helyzete, jellemzői, sajátosságai és problémái.

A turizmus fejlesztése egység az előző két szintre épül és magában hordozza mindazon összetevőket, melyek meghatározzák egy turisztikai célterület mind korábbi fejlesztéseit, mind pedig azon a területre adoptálható fejlesztési mechanizmusokat és

sémákat a helyi keretfeltételekhez igazítva, melyek a desztináció fejlesztését és fejlődését teszik lehetővé.

Az egyes szintekhez és azok alegységeihez tartozó elemeket az alábbi 2. táblázat tartalmazza. Ezen tényezők kerülnek elemzésre a koncepció elméleti kidolgozása és gyakorlati alkalmazása során egyaránt.

2. táblázat: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztési koncepció összefoglaló táblázata

#	Minősített elem	Szint	Alegység
1	Természeti környezet	1	Idegenforgalmi környezet
2	Társadalmi környezet		
3	Kulturális környezet		
4	Gazdasági környezet		
5	Politikai környezet		
6	Tudományos környezet		
7	Technológiai környezet		
8	Turisztikai termékek	2	Turisztikai kínálat
9	Szálláshelyek		
10	Szezonáltság		
11	Turisztikai menedzsment		
12	Turisztikai marketing		
13	Az egyén szerepe	2	Turisztikai kereslet
14	Turistaforgalom		
15	Kirándulóforgalom		
16	Környezeti értékek megőrzése	3	Turisztikai fejlesztések
17	Infrastruktúra fejlesztése		
18	Turisztikai menedzsment fejlesztése		
19	Szálláshelyfejlesztés		
20	Turisztikai termékfejlesztés		

Forrás: saját szerkesztés

Az egyes desztinációk vizsgálata során a felvázolt elemek az elemzésüket és értékelésüket követően minősítésre kerülnek abból a szempontból, hogy milyen idegenforgalmi potenciált jelentenek/hordoznak magukban (3. táblázat) a célterület idegenforgalmához viszonyítva.

3. táblázat: A koncepció elemeinek minősítési kategóriái

#	Idegenforgalmi Potenciál
5	kiemelkedő
4	jelentős
3	átlagos
2	szerény
1	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

A minősítés kategóriái ugyan nem mérhetőek konkrét számadatokkal, tehát szubjektív skálának tekinthetőek, mint számos más a turizmuskutatásban alkalmazott minősítési eljárás (pl. SWB-Subjective well-being: melyet MICHALKÓ GÁBOR 2010-ben használt a Boldogító utazás című munkájához). A besorolás szubjektivitása ellenére a minősítést megelőző elemző részek mindegyike objektív kutatási alapokon nyugszik, melyek ugyan néhány esetben az eltérő desztináció típusok esetében más és más módszerrel kerültek felmérésre (pl. kirándulóforgalom esetén adatgyűjtési módszerek eltérései), ennek ellenére megfelelő elemzési alapot biztosítanak a minősítésnek. Továbbá ezt igazolják keresleti visszajelzések, illetve a szolgáltatókkal és a célterületen dolgozó szakemberekkel való egyeztetések, melyek segítségével nagy pontossággal meghatározhatóak egy-egy vizsgálati elem fajlagos idegenforgalmi potenciálja és így a minősítési kategóriája.

A minősítés eredményeként kapott 7-5+3-5 érték alapján kerül kialakításra az adott turisztikai célterület és annak rendszerszemléletű alapon történő fejlesztésének teljes körű és szintenkénti értékelése az alábbi összefoglaló tábla (4. táblázat) segítségével. A gyakorlatban ez az értékelés megmutatja az adott desztináció környezeti erőforrásait, az ezekre épülő – vagy éppen nem – jelenlegi turisztikai volument és folyamatokat, továbbá a jövőbeli potenciális fejlesztéseket, melyek igazodnak a célterület erőforrásaihoz.

4. táblázat: A koncepció elemeinek értékelő táblázata

#	Minősített elem	Idegenforgalmi Potenciál				
1	Természeti környezet	1	2	3	4	5
2	Társadalmi környezet	1	2	3	4	5
3	Kulturális környezet	1	2	3	4	5
4	Gazdasági környezet	1	2	3	4	5
5	Politikai környezet	1	2	3	4	5
6	Tudományos környezet	1	2	3	4	5
7	Technológiai környezet	1	2	3	4	5
8	Turisztikai termékek	1	2	3	4	5
9	Szálláshelyek	1	2	3	4	5
10	Szezonálitás	1	2	3	4	5
11	Turisztikai menedzsment	1	2	3	4	5
12	Turisztikai marketing	1	2	3	4	5
13	Az egyén szerepe	1	2	3	4	5
14	Turistaforgalom	1	2	3	4	5
15	Kirándulóforgalom	1	2	3	4	5
16	Környezeti értékek megőrzése	1	2	3	4	5
17	Infrastruktúra fejlesztése	1	2	3	4	5
18	Turisztikai menedzsment fejlesztése	1	2	3	4	5
19	Szálláshelyfejlesztés	1	2	3	4	5
20	Turisztikai termékfejlesztés	1	2	3	4	5
ahol: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő						

Forrás: saját szerkesztés

A koncepció fontosabb jellemzői az alábbi felsorolásban kerülnek kiemelésre és értelmezésre:

- A környezeti elemek értékelése és értelmezése során pontos képet kapunk az adott desztináció idegenforgalmi szempontból hasznosítható vagy éppen korlátozó keretfeltételeiről.
- A turizmus helyzetének elemzése megmutatja a célterület aktuális idegenforgalmának mind keresleti, mind kínálati jellemzőit, kiegészítve az őket összehangoló menedzsment tevékenységével.

- A fejlesztések és az azokban rejlő potenciál értelmezése során felvázolható azon fejlesztési irányvonal, mely a desztináció erőforrásaira épít, illetve, hogy milyen úton harmonizálhatóak a beruházások a célterület értékeivel.
- A minősítések – mindhárom szint elemeinél – értékelik, hogy az egyes komponensek milyen turisztikai potenciált hordoznak, de ezeken túlmenően szélsőséges esetben rámutatnak, hogy ha bizonyos elemek kevésbé járulnak hozzá vagy nem jelentenek megfelelő alapot a desztináció turizmusához, sőt adott esetben korlátozhatják a térség idegenforgalmát.
- A koncepció visszacsatolásokat tartalmaz a szintek és az alegységek kapcsolódásai révén, melyek megmutatják, hogy a célterület aktuális trendjei és jellemzői, mennyire és milyen módon kapcsolódnak az erőforrásokhoz, illetve a terület beruházásai harmonizálnak-e a jelenlegi turizmus jellemzőivel. Ezen visszacsatolások révén korrigálhatóak az eltérések, így stabilizálhatóak a desztináció alegységei idegenforgalmi szempontból.

4. Kutatástörténet

A disszertáció témakörét érintő hazai és nemzetközi kutatások közül négy fő témacsoportot emelek ki a kutatástörténet fejezetben, melyek megalapozzák a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepcióját:

1. A környezet földrajzi és idegenföldrajzi szempontú értelmezése, mely a turizmusföldrajz szempontjából elengedhetetlen alapjául szolgál a dolgozatnak.
2. Az általános turizmuselméleten belül a turizmus, mint rendszer értelmezése, mely a kutatási téma koncepciójának keretét biztosítja.
3. A turizmus fejlesztésére vonatkozó elvek, modellek és stratégiák, melyek a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés elméleti alapját jelentik.
4. Magyarország turizmusának fejlődése és fejlesztési szakaszainak bemutatása, illetve értékelése, melyek a jelenlegi tendenciák alapjait képezik.

Megjegyzendő, hogy a bemutatásra kerülő szakirodalmak nem csak és kizárólag a legfontosabb hazai és nemzetközi kutatások eredményeit mutatják be, hanem olykor kiegészítésre kerülnek a téma szempontjából releváns, bár más szakterület által kidolgozott kiegészítésekkel.

4.1. A környezet földrajzi és idegenforgalmi értelmezése

A környezet jogszabályi meghatározását a „1995. évi LIII. törvény a környezet védelmének általános szabályairól” tartalmazza, mely szerint a környezet a környezeti elemek (a föld, a levegő, a víz, az élővilág, valamint az ember által létrehozott épített – mesterséges – környezet, továbbá ezek összetevői), azok rendszerei, folyamatai, szerkezete. A jogszabály a lehető legszélesebb körben értelmezi a fogalmat a környezetvédelem előírásainak és céljainak megfelelően, azonban ez a definiálás nem megfelelő a földrajzi, illetve azon belül a turizmusföldrajzi vizsgálatok kiindulópontjának.

Kogutowicz Károly 1939-ben a földrajzot úgy határozta meg, mint a környezettel foglalkozó tudományt, mely szerint: „a környezet a földfelszín vagy annak kisebb-nagyobb részén a jelenségek közt fennálló kapcsolat... E kapcsolatok nyomán keletkezik valami, ami semmiféle más tudománynak nem tárgya: a környezet (milió), a táj, a vidék, az országrész, az ország, a kontinens...” (KOGUTOWICZ K. 1939). A

definíció térben ugyan meghatározza a környezetet, azonban a modern földrajzi elemzési szempontokhoz így csupán kiindulási pontot nyújt, hiszen nem adja meg sem az elemeit, sem pedig azok kölcsönhatásrendszerét.

Marosi Sándor megfogalmazása már jobban közelít a komplex értelmezéshez, aki szerint: „A környezet fogalom minden esetben feltételezettséget fejez ki és viszonylatot tételez fel, mégpedig – grammatikai hasonlással élve – birtok egy olyan viszonyban, amelyben a birtokos valamilyen élő, aktív szervezet” (MAROSI S. 1981). Ezen meghatározás alapján már legalább két elem – természet és társadalom – szintjén értelmezhetjük a definíciót, mivel egy társadalmi csoport birtokolhat egy várost, illetve egy ökotóp egy természeti egységet. Továbbá a szerző a fent hivatkozott műben kiemeli, hogy a környezet és a természeti táj nem vagy csupán ritka esetben azonosak, mely megállapítás számos példával igazolható, gondolván egy etnográfiai tájegységre (Ormánság) vagy éppen egy természeti egységre (Duna/Dráva mente), melyek egyértelműen nem tudják önmagukban meghatározni a környezetet, hiszen jellemzően átnyúlnak a tájhatárokon.

Pécsi Márton több művében publikált, folyamatosan fejlődő definíciója szerint: „A környezet tehát a természeti és társadalmi közegek és folyamatok kölcsönhatásának eredményeképpen alakult ki és fejlődik tovább... A tájat tehát természeti és társadalom történeti kategóriaként, ember-centrikusan kell tekinteni és értékelni.” (PÉCSI M. 1972, 1974, 1984). A megfogalmazás napjainkban is teljes mértékben használható, mivel kiemeli mind a természet, mind a társadalom szerepét, illetve azok kölcsönhatásait, melyek együtt határozzák meg az adott környezetet. Megjegyzendő, hogy a fenti definiálásban a „táj” nem a természeti tájat jelöli, így nem mond ellent Marosi Sándor definiálásának. Továbbá kiemelendő, hogy a definíció szerint a környezetet és a tájat emberközpontúan kell értelmezni, ez pedig egy turizmusföldrajzi szempontú értelmezés során nélkülözhetetlen, hiszen az idegenforgalom szereplői kínálati oldalról részben, míg keresleti oldalról egészében maguk az emberek.

A bemutatott földrajzi alapú meghatározásokon túl Felföldy Lajos kiemeli, hogy a környezet több megközelítésben, több módon is értelmezhető (FELFÖLDY L. 1982), úgy mint:

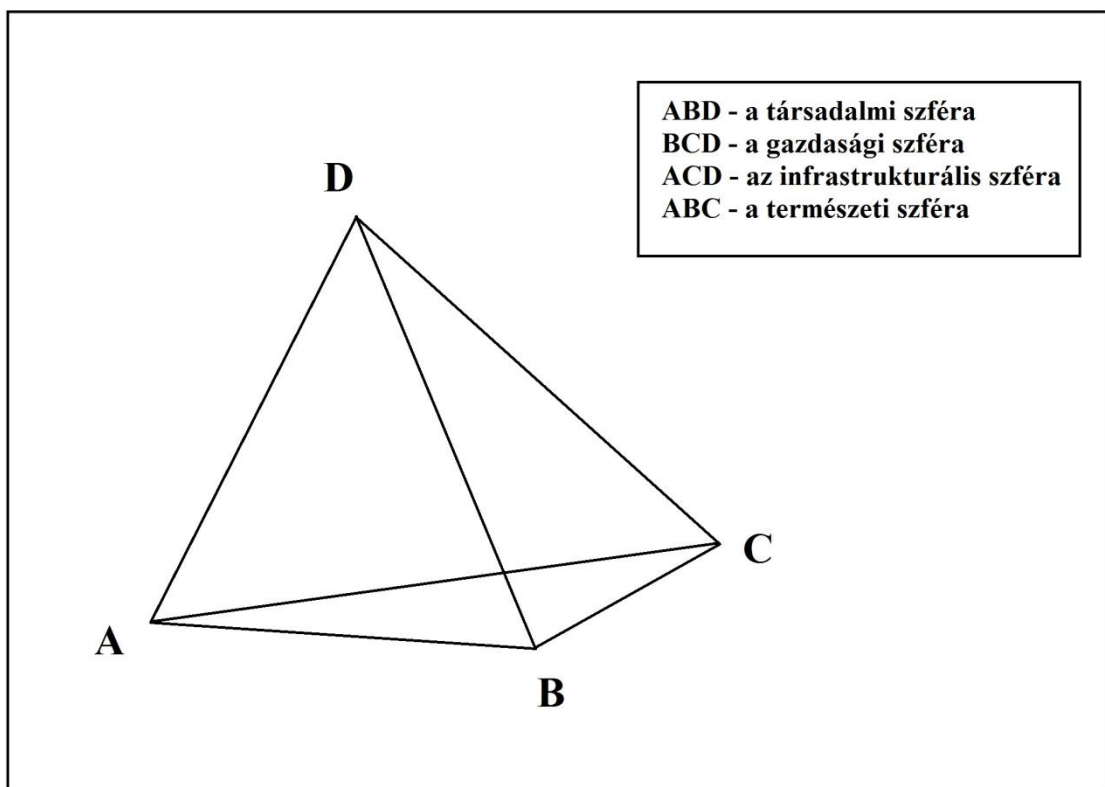
- a. „festői-, földrajzi-, illetve esztétikai értelemben: azon tárgyak, jelenségek összessége, amik valakit vagy valamit körülvesznek, valakinek vagy valaminek közvetlenül közelében vannak,

- b. családi-, paraszti- és társadalmi megközelítésben: azon személyek összessége, akik valakit körülvesznek, a közelében vannak, akikkel valaki állandóan érintkezik, együtt él, míg
- c. biológiai értelemben: az élő rendszerek életét megszabó külső tényezők összessége, amik az élő rendszerre hatnak.”

A meghatározás komplexen értelmezi a fogalom azon „rétegeit”, melyek meghatározzák, illetve befolyásolják egy adott terület jellemzőit és folyamatait, továbbá magába foglalja mindazon aspektusokat, melyek figyelembevételével a lehető leg szélesebb körben értelmezhető a környezet.

A bemutatott fogalmak kiegészíthetők Tóth József tetraéder modelljével (2. ábra), mely a településeket a társadalmi, a gazdasági, az infrastrukturális és a természeti szférák kölcsönhatásán alapuló, együttműködő rendszereként értelmezi. A település bonyolult rendszer, mely gazdasági, társadalmi és infrastrukturális jellemzőkkel rendelkezik és ezek alapját a természeti szféra jelenti. A szférák önmagukban is differenciáltak, a kölcsönhatásuk pedig az élek mentén valósul meg, így hatnak a többi szférára, illetve önmagukra.

2. ábra: A tetraéder modell



Forrás: TÓTH J. 1981

A bemutatott modell ugyan nem a környezetre vonatkozik, hanem a településekre, azonban a turizmus döntően a településhez kötődően zajlik, így az elméleti szférái felfoghatók úgy, mint az idegenforgalom térbeli realizálódásának elemei, ez által pedig jól kiegészíti a felvázolt definíciókat.

Összegezve földrajzi szempontból a környezet értelmezése egyre tágabb és tágabb értelmezést nyert, így napjainkra a természeti és a társadalmi elemeken túl a fogalomba tartozik a gazdaság éppúgy, mint az élővilág vagy éppen a kultúra. Ezáltal a maga tág kontextusában és komplexitásában a fogalom széles körű, több szempontú megközelítést igényel.

A turizmus legszélesebb körben elterjedt definiálását a Világturisztikai Szervezet (United Nation World Tourism Organization) 1989-es Hágai Nyilatkozata tartalmazza, mely szerint „A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.” A meghatározás rámutat, hogy a turizmus, mint tevékenység térhez kötött, ami a desztinációkat – a turisztikai célterületeket – jelenti.

A turizmus környezetének értelmezése a szakirodalomban igen széles körben történik, bizonyos kutatók és iskolák a legszűkebb értelemben használják a fogalmat, míg mások a lehető legtágabb értelmezésben, egységes univerzálisan elfogadott definiálás így nincs, hiszen minden kutató vagy kutatócsoport a maga munkájához igazította a fogalmat, illetve annak használatát.

A Chris Cooper és munkatársai által írt „Tourism – Principles & Practice” című elméleti összefoglaló könyv – mely angol nyelvterületen idegenforgalmi alapozó műnek számít – legkorábbi 1995-ös és a legújabb 2008-as változatában is a környezet mindösszesen a természeti környezetet, illetve az épített környezetet jelenti. A meghatározásuk szűknek tűnik, azonban az ő megközelítésük is egyaránt vizsgálja a kulturális, gazdasági, politikai stb. tényezőket, csupán nem tekintik azokat a környezet részének.

Hasonló kategorizálást használ Clare Gunn, miszerint a turizmus környezetét két részre bontja. Egy természeti erőforrások csoportra, melybe a vizeket, a flórát és faunát, a talajt, a klímát, és a földfelszín képződményeit sorolja, illetve egy kulturális erőforrások csoportra, mely a történelmi helyszíneket, örökségeket, kézművességet, hagyományokat és a településeket tartalmazza. Ezekről pedig külön kezeli a

társadalmat, a gazdaságot és az egyéb tényezőket, melyek az idegenforgalmat befolyásolják, illetve kölcsönhatással vannak egymásra (GUNN, C. A. 1994).

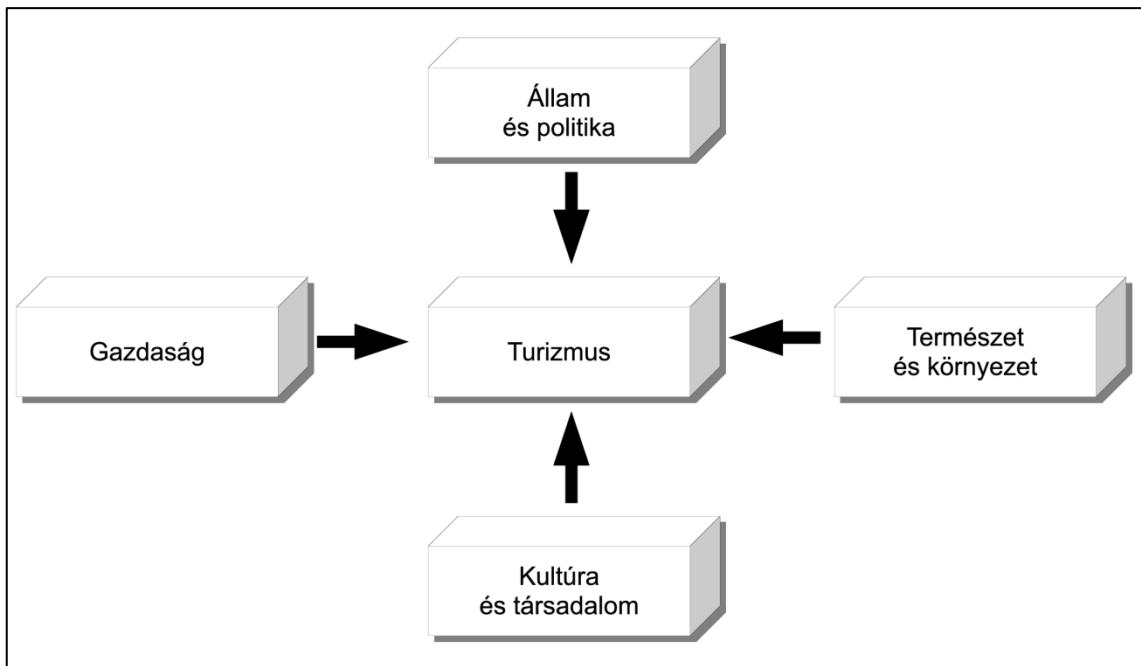
Más kutatók már korábban differenciálták a fogalmat, Erik Cohen például 1978-ban publikálja, hogy van egyrészt egy „fizikai környezet”, mely a természeti és az épített elemeket jelenti, azonban ez nem jelenti az idegenforgalmat körülvevő teljes környezetet (COHEN, E. 1978). Az amerikai Liu és munkatársai pedig 1987-ben kifejtik, hogy a természeti tényezők – atmoszféra, hidroszféra, litoszféra és bioszféra – mellett a turizmuskutatás során vizsgálni kell a gazdasági és a társadalmi egységeket, mint a környezet elemeit (LIU, J.C. ET AL.1987). Zbigniew Mieczkowski néhány évvel később pedig leírja, hogy a turizmust csupán természeti környezetben értelmezni nem lehet, mert ha elvonatkoztatunk a társadalmi és a gazdasági elemektől, nem kaphatjuk meg azt a komplex képet, melyben az idegenforgalom és annak működése pontosan értelmezhető (MIECZKOWSKI, Z. 1995).

A turizmuselmélettel foglalkozó német kutatók – a felvázolt angol elméletekkel szemben – jóval tágabb kontextusban kezelik a turizmust és annak környezetét. Heinz Hahn és Jürgen Kagelmann 1995-ös, a turizmus kereteit bemutató modellje (3. ábra) ugyan mindösszesen négy elemet azonosít a turizmust körülvevő térből, azonban ezen tényezőket alapvető fontosságúnak tartják az alábbi módon:

- Természet és környezet elem esetében a kutatók modelljük magyarázatában a tényezőt a természeti környezettel azonosítják, illetve annak összetevőivel, mint például a klíma, a táj, a domborzat stb. és ezt jelölik meg a turizmus alapjának.
- Az állam és a politika elemet a turizmus kereteiként értelmezik, mely meghatározza az ágazaton belüli stratégiákat, fejlesztéseket és súlypontokat.
- A gazdasági tényező, mint a turizmus piacgazdasági háttere, illetve mint az idegenforgalom gazdasági jelentősége – munkahelyek, beruházások stb. – kerül meghatározásra.
- A kultúra és társadalom elem pedig az egyes desztinációkhoz köthető társadalmi-demográfiai jellemzőket tartalmazza, tehát a helyi lakosságnak a turizmus szempontjából jelentős jegyeit.

A bemutatott modell egyszerűsége révén ugyan nem értelmezi széles körűen az idegenforgalom kereteit, azonban mindenképpen megjegyezhető, hogy felvázol egy összetett többtényezős környezetet, mely a turizmus alapvető kereteként kerül azonosításra.

3. ábra: A turizmus keretei



Forrás: HAHN, H. – KAGELMANN, H. J. 1995

A hazai turizmuskutatásban a környezet értelmezése a rendszerváltást követően először Lengyel Márton „A turizmus általános elmélete” című könyvében jelenik meg, ahol az ágazat komplex keretfeltételeként kerül bemutatásra, mely szervesen kapcsolódik és kölcsönhatásban áll az turizmus rendszerével.

Michalkó Gábor a turisztikai környezetet öt tényezőben határozza meg, melyek együttesen hatnak az ágazatra, illetve alakítják azt (MICHALKÓ G. 2004):

1. Gazdasági környezet: alapvető fontosságú, hiszen a turizmus alapvetően profitorientált ágazat, így természetesen beletartozik a mikro- és makrogazdasági környezet, a vállalkozói szféra, vagy éppen az egyes államok szabályozó tevékenysége.
2. Társadalmi környezet: amely kettősen értelmezhető, hiszen egyrészt beletartozik a helyi lakosság, mint fogadóközeg és azok jellemzői, illetve a turisták és azok attitűdjei, szokásai, viselkedésmintái.
3. Politikai környezet: a turizmus eredményes működéséhez járul hozzá szabályozás, illetve korlátozások formájában.

4. Technológiai környezet: mely magába foglalja az infrastruktúrát, a közlekedési eszközöket, a kommunikációs technológiát, illetve a szálloda- és vendéglátóipari berendezéseket.
5. Természeti környezet: ami a turizmus élő- és élettelen természeti elemeinek összességét és azok kölcsönhatásait foglalja magába, továbbá ez jelenti a környezet azon elemét, mely determinálja a turizmus vagy turisztikai termék lehetőségeit.

Puczko László és Rátz Tamara hasonlóan határozza meg a turizmus környezetét, mint a fenti elmélet, azonban egy elemmel bővebb keretekben gondolkodnak. Az ő értelmezésükben a kulturális környezet önálló egységként jelenik meg, mint alapvető vonzótényező a turizmus kínálati oldalán (PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 1998).

Más megközelítést mutat be a turizmus környezetének értelmezésekor Tasnádi József, akinek széles körű értelmezésében a társadalmi, a gazdasági és a természeti környezet kap helyet, illetve ezekhez kapcsolódik a globalizációból eredő technológiai kötöttség és a fogyasztók számának emelkedésével járó növekedési kényszer (TASNÁDI J. 2002).

Összegezve elmondható, hogy a turisztikai környezetet – a földrajzhoz hasonlóan – a különböző kutatók komplex, sok összetevős rendszerként értelmezték, így vizsgálva belső jellemzőit és folyamatait.

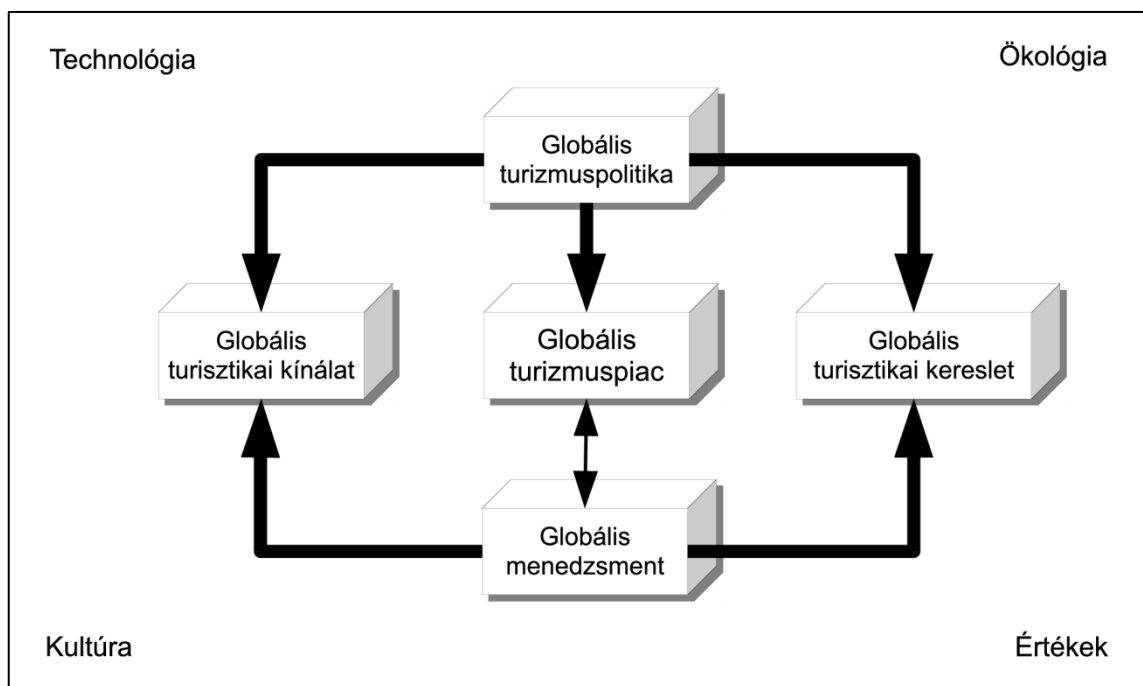
4.2. A turizmus rendszere

Walter Freyer a drezdai egyetem professzora 1998-ban öt pontban hozta összefüggésbe a globalizációt, annak folyamatait és azok megjelenését a turizmusban, illetve hatásmechanizmusukat (4. ábra):

1. A globális gazdaság (finanszírozás, globális piac, vállalatok, működés), ami a turizmus gazdaságában szintén megjelenik horizontális és vertikális tagozódás gazdasági tagozódás, globális turizmuspiac, globális turizmusmenedzsment és a desztinációk globális versenye formájában.
2. A technológia (kutatás és fejlesztés, globális normák és standardok, globális információs társadalom), mely a turizmusban világszintű foglalkozási rendszerek és szolgáltatási és utazási standardok formájában jelenik meg.

3. A társadalom és a kultúra (életforma, fogyasztási szokások, tudatosság), mely az idegenforgalomban az utazók turizmuskultúrájára és a fogadó fél szokásaira van hatással.
4. Ökológia és természeti erőforrások (globális politikai megállapodások, erőforrás felhasználás, globális éghajlatváltozás), mely a turizmus globális környezeti problémáihoz, illetve a szelíd turizmus felértékelődéséhez és elterjedéséhez vezet.
5. A politika (globális szabályozó rendszerek, politikai megállapodások), mely megjelenik ugyan a turizmusban egyezmények, regionális szabályozás formájában, azonban széles körű, mindenre kiterjedő globális hatásairól nem beszélhetünk.

4. ábra: Globalizáció a turizmusban



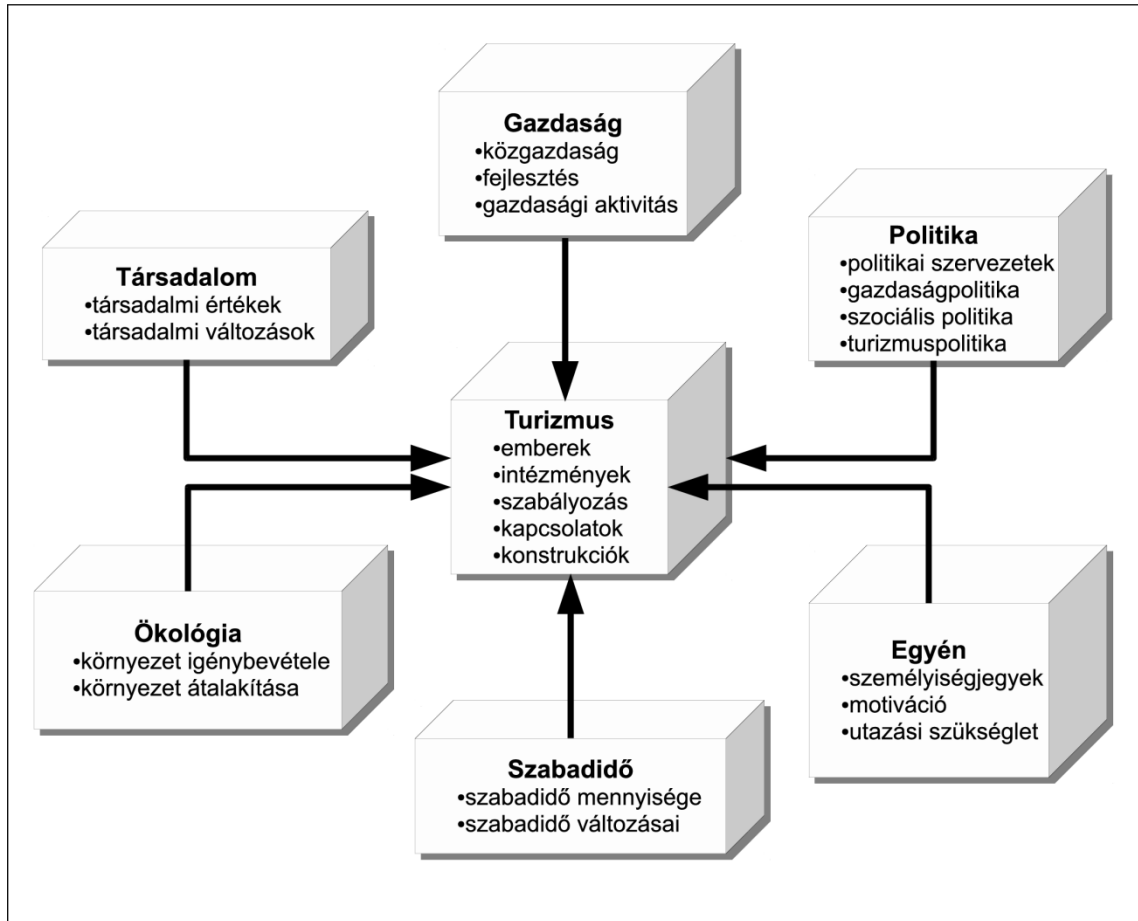
Forrás: FREYER, W. 1998/a

A szerző a turizmust és rendszerét, mint gazdasági ágazatot a globális piaci térben helyezi el, illetve az idegenforgalom egyes tényezőit, mint a globális – piaci – folyamatok által befolyásolt elemekként határozza meg, melyek térségi szinten éreztetik hatásukat.

Freyer ezzel párhuzamosan több lépcsőben (FREYER, W. 1995, 1998/b, 2009) dolgozta ki „a teljes vagy moduláris turizmusmodelljét” a *Tourismus: Einführung in die*

Fremdenverkehrsökonomie című folyamatosan bővülő turizmuselméleti alpművében, amely 2009-ben nyerte el jelenleg alkalmazott formáját (5. ábra).

5. ábra: A teljes, vagy moduláris turizmusmodell



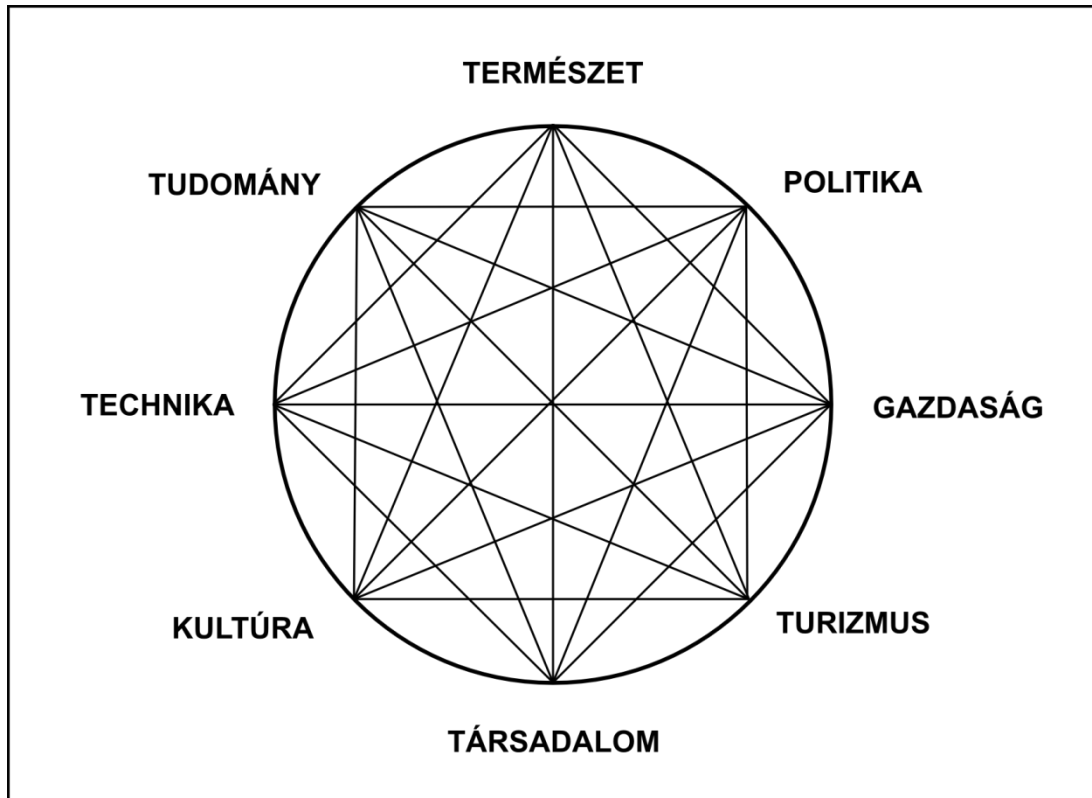
Forrás: FREYER, W. 2009

A modell az elmúlt közel két évtizedben folyamatosan bővült, míg a 1990-es évek elején „csupán” mint „a turizmus alapmodellje” került publikálásra és csak néhány tényezőt tartalmazott, addig napjainkra egy összetett, többkomponensű, széles körű moduláris elméletté fejlesztette a szerző. Az elve, hogy a turizmus – mint a középpontban álló rendszer – folyamatos kölcsönhatásban áll a politikai-, a gazdasági-, a társadalmi-, és az ökológiai tényezőkkel, illetve a szabadidővel és az emberi tényezővel. Mindezek és alkotóelemeik alakítják mind globális, mind területi szinten a turizmust annak folyamatait és hatásait, így egymástól el nem választható összetett rendszert alkotnak.

A magyar kutatók közül kevesen foglalkoztak elméleti modell szintjén a turizmus rendszerével. A magyar turizmuselmélet egyik alapítója Lengyel Márton

dolgozta ki és fejlesztette tovább a kölcsönös függések rendszerét (6. ábra), mely jól mutat rá az idegenforgalom rendszerszemléletű értelmezéséhez és vizsgálataihoz szükséges mindazon tényezőkre, melyek folyamatos kapcsolatban állnak a turizmussal.

6. ábra: A kölcsönös függések rendszere



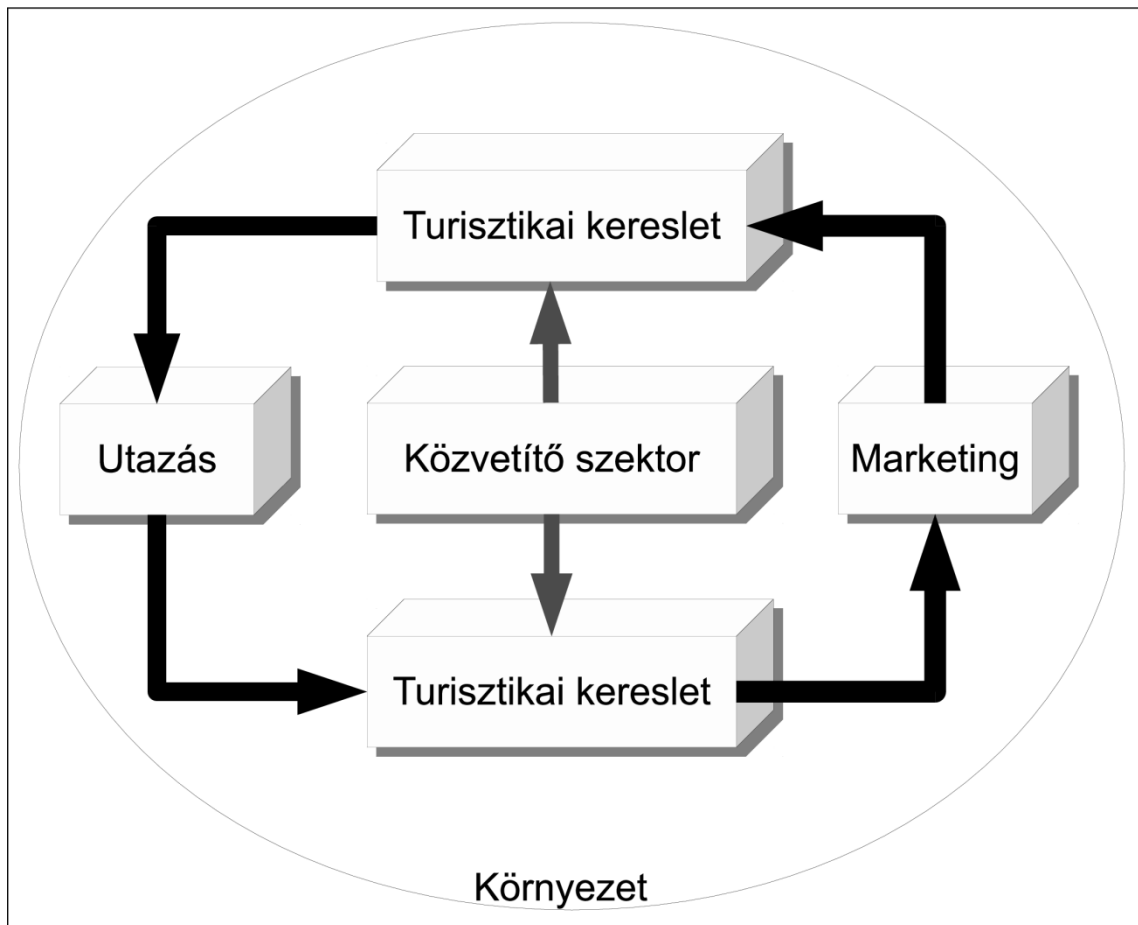
Forrás: LENGYEL M. 1992, 2004

Az elmélet alapján a természet a kerete minden társadalmi, gazdasági és emberi tevékenységnek, melynek a turizmus is része, továbbá ezen elemek kölcsönösen függenek egymástól, tehát ha az egyikben változás történik, az kihat a másokra és abban is változást indukál.

Szintén Lengyel Márton dolgozta ki először Magyarországon 1992-ben a turizmus rendszerének modelljét (7. ábra), melyen jól látszik, hogy a turizmust és annak minden elemét a környezetbe helyezi bele. Ez a keret pedig minden esetben az idegenforgalmi kínálat környezete, ahol a turizmus, mint tevékenység zajlik, illetve amelyre a turista és a kiránduló forgalom irányul. Ezen desztinációk a lehető legkülönbözőbb jellemzőkkel rendelkeznek, hiszen a gazdaságilag elmaradott térségekben éppúgy zajlik a turizmus, mint a világ legfejlettebb területein. A turisztikai célterületek közös jellemzője, hogy a környezethez kötődnek és arra épülnek – ez alól

kivételt képez, néhány kizárólag piaci megfontolás alapján kialakított pl. Disneyland –, mely lehet egy mediterrán tengerparti üdülőövezet (pl. Bibione), egy skandináv város (pl. Stockholm), esetleg egy mesterséges vonzerő (pl. Mecsextrém) vagy éppen egy afrikai nemzeti park (pl. Serengeti), azonban mind a maguk környezetében – mely saját jellemzőkkel rendelkezik – találhatóak, amelyek hatnak rá és hatásokat szenvednek el tőle.

7. ábra: A turizmus rendszere



Forrás: LENGYEL M. 1992

A szerző által leírt modell alapvetően egy olyan nyitott rendszer, melyben minden tényező összefügg a többivel, így ha változás áll be bármelyik elemben az visszahat az összes többi, ez jelenti annak az alapját, hogy az idegenforgalmat és annak értékelését optimális esetben rendszerként kell vizsgálni, hiszen ez esetben vonhatóak le a megfelelő konklúziók.

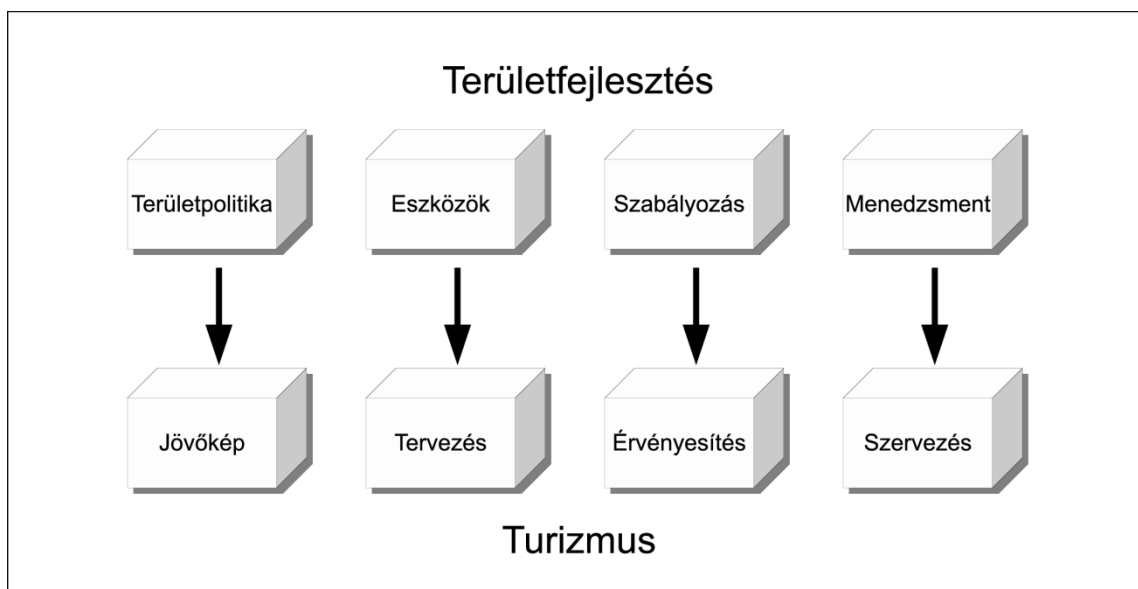
4.3. A turizmusfejlesztés elmélete

A turizmusfejlesztés célja a turizmus, mint ágazat meghonosítása egy térségben vagy egy, az idegenforgalom által már hasznosított területen annak magasabb szintre emelése, mely gazdasági értelemben direkt és indirekt előnyökkel jár. A turizmusfejlesztés mindig és mindenkor az idegenforgalmi környezetben zajlik, akár új beruházásról, akár pedig egy már meglévő szolgáltatás továbbfejlesztéséről van szó, így a környezet elemei nem csak magára a turizmusra, mint már működő ágazatra vannak hatással, hanem annak fejlesztésére is.

A fejlesztések alapelemei a stratégiák, hiszen nélkülük nem határozható meg egy olyan csapásirány, mely felé egy ország/térség/desztináció idegenforgalma halad. Ezek hiányában a fejlesztés és az általuk indukált fejlődés – már ha van – hektikus, így nehezen szabályozható és koordinálható (TRIBE, J. 2010).

Ezen nézőpontot hangsúlyozza Aubert Antal is, amikor a területfejlesztésen belül elhelyezkedő turizmusfejlesztés stratégiai szemléletét mutatja be (8. ábra), mely a regionális területfejlesztést tartja a turizmusfejlesztés alkalmas keretének.

8. ábra: A turizmustervezés és a területfejlesztés stratégiai szemlélete

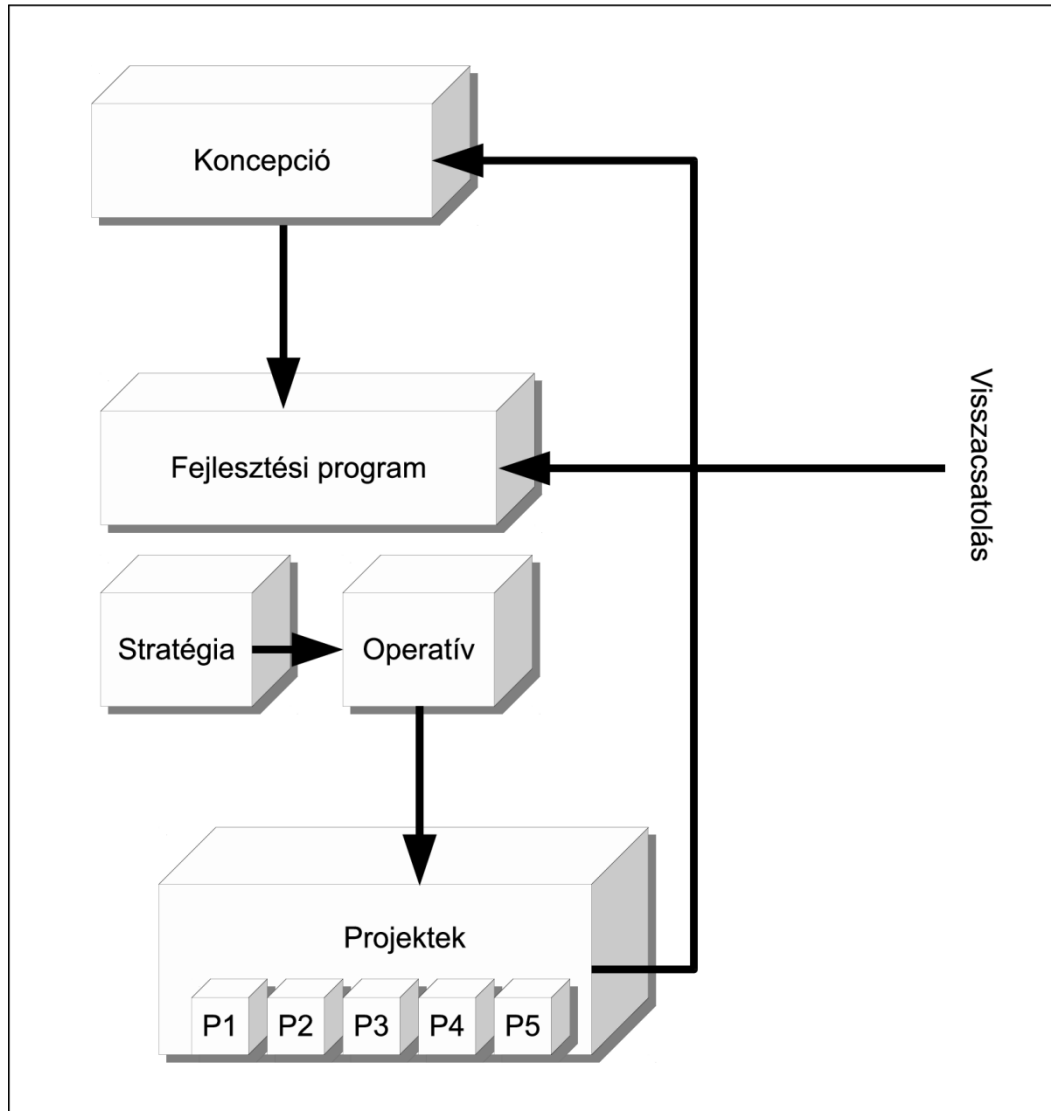


Forrás: AUBERT A. 2001

Lengyel Márton vezeti le a turizmusfejlesztési tervek egymásra épülését (9. ábra), mely szerint a nagy volumenű koncepciókhoz (pl. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia) igazodik a stratégia, amihez pedig az egyes fejlesztési programok – stratégiai és

operatív része egyaránt –, majd ezek alá rendeződnek az egyes projektek, amik a konkrét gyakorlati fejlesztéseket jelentik.

9. ábra: A turizmusfejlesztési tervek egymásra épülése

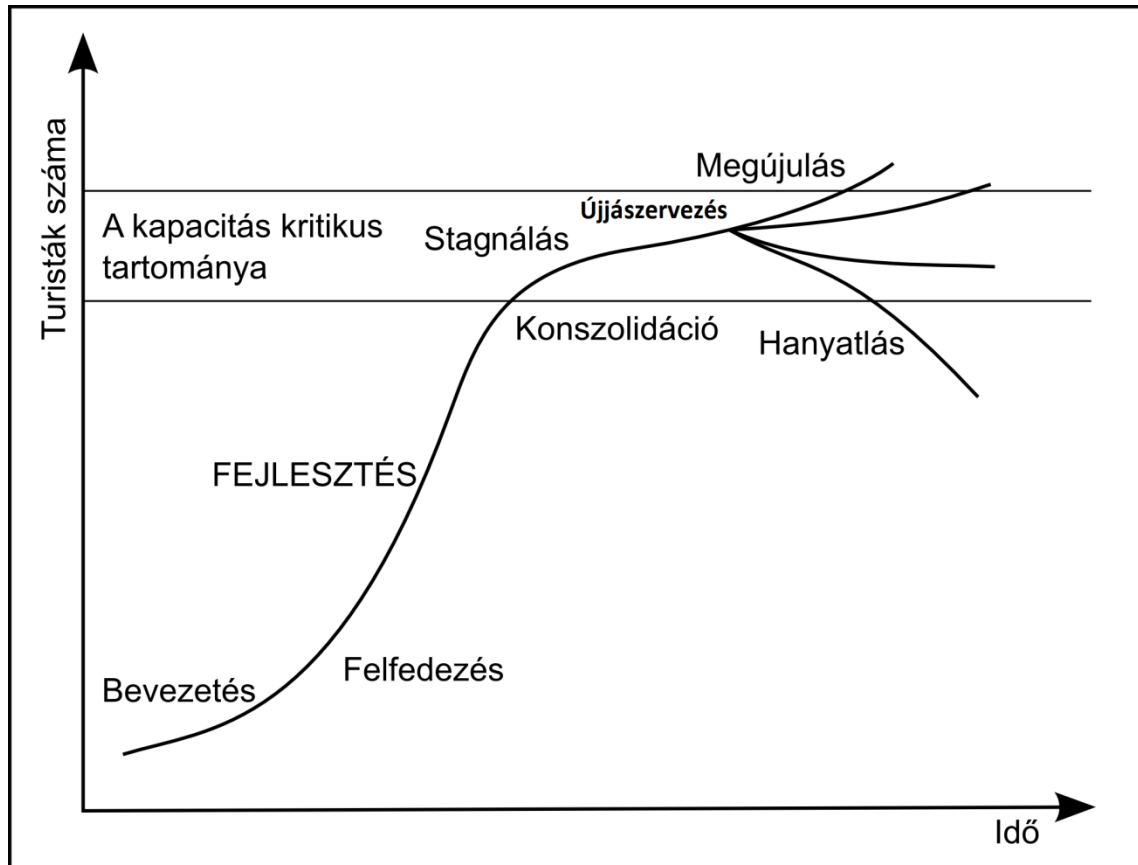


Forrás: LENGYEL M. 2004

Butler már az 1980-as években meghatározta a turizmusfejlesztés helyét, egy desztináció életciklusában (10. ábra) – mely elméletet több lépcsőben kiegészített –, ami szerint a fejlesztés hatására indul meg egy idegenforgalmi célterület rohamos vendégforgalom-növekedése. Ez a tény önmagában igaz, azonban a kutató nem számol azokkal a lehetőségekkel, amikor is egy desztináció kialakításra kerül, illetve azzal amikor megújításra, hiszen mindkét esetben éppúgy turizmusfejlesztést kell végrehajtani, mint a növekedés indukálásához. Továbbá megjegyzendő hogy a

kapacitást növelő fejlesztéseken túl beszélhetünk termék vagy szolgáltatás minőségfejlesztéséről – és -romlásáról – is, ami nem feltétlen jár forgalomnövekedéssel, azonban keresleti szegmensváltással igen.

10. ábra: A turisztikai desztinációk fejlődési ciklusa

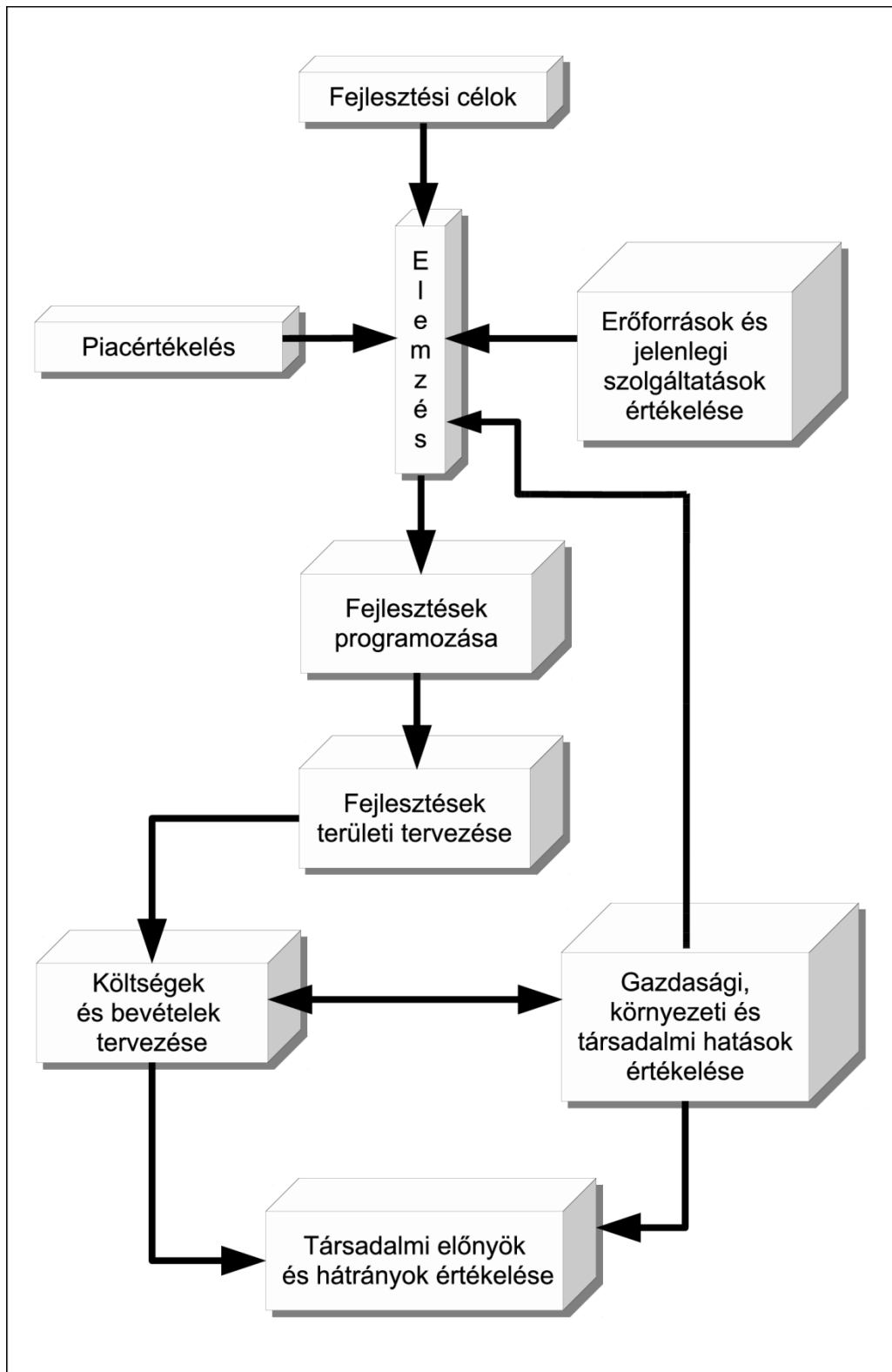


Forrás: BUTLER, R. W. 1980, 2011

A turizmusfejlesztés komplex értelmezésű elméleti vázát a már citált Cooper és munkatársai vezették le az 1990-es évek első felében (11. ábra), mely elvi síkon tartalmazza az általános turizmusfejlesztés lépéseit a fejlesztési céloktól a hatásokig. Az elmélet két alapvető pontot hangsúlyoz a cél-programozás-tervezés-megvalósítás folyamat során: az egyik a nagyon pontos elemzés, mely kiterjed mind a piaci környezetre, mind pedig az erőforrások és szolgáltatások értékelésére. A másik a fejlesztés által okozott hatások széles körű prognosztizálása, illetve az okozott hatások visszahatása magára a folyamatra és annak eredményére. Továbbá hangsúlyozzák a szerzők, hogy nagyon fontos értékelni egy fejlesztés társadalomra gyakorolt előnyeit és hátrányait, és amennyiben rendkívül hátrányos egy beruházás a társadalom számára,

abban az esetben, még ha gazdaságilag megfelelő vonzatokkal járna, akkor is megfontolandó a kivitelezése.

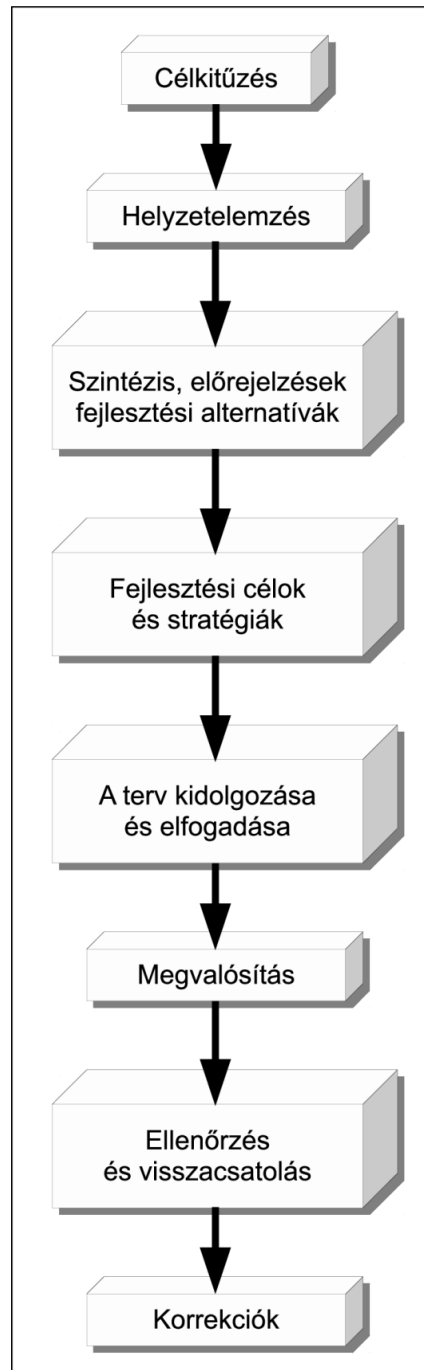
11. ábra: A turizmusfejlesztési terv elméleti váza



Forrás: COOPER, C. ET AL. 1994

A magyar kutatók közül Lengyel Márton dolgozta ki a turizmus tervezés és fejlesztés integrált modelljét (12. ábra), mely lépésről-lépésre veszi végig egy fejlesztés általános lépcsőit. Az elmélet lefedi az összes lépést, mely egy beruházás során felmerül a célkitűzésektől az utólagos korrekciókig, emellett egy olyan egymásra épülési hierarchiát vázol fel, mely fel nem cserélhető, illetve az egyes lépések el nem hagyhatóak.

12. ábra: A turizmus integrált tervezésének folyamata



Forrás: LENGYEL M. 2004

A turizmusfejlesztés attraktivitási faktorait egy desztinációban Silke Landgrebe dolgozta ki (5. táblázat). A szerző által felvázolt elemek két részre oszthatóak: egyrészt tartalmazzák mindazon vonzótényezőket, melyekre a turizmust lehet építeni, tehát a fejlesztések alapjaiul szolgálnak (pl. természet erőforrások, társadalmi jellemzők stb.), másrészt pedig tartalmaznak olyan elemeket, melyekre maguk a fejlesztések irányulhatnak, mint a szálláshelyek, vendéglátás vagy éppen a szabadidő tevékenységekhez kapcsolódó szolgáltatások.

5. táblázat: A turisztikai desztináció fejlesztésének attraktivitási faktorai

Faktorok	Elemek
Természeti erőforrások	Klíma, földrajzi helyzet, táj stb.
Szociokulturális feltételek	Nyelv, történelem, vallás, tradíciók, építészet stb.
Politikai feltételek	Belpolitikai stabilitás, külpolitikai kapcsolatok
Gazdasági feltételek	Munkaerőpiac, ösztönzők, támogatások stb.
Infrastruktúra	Műszaki infrastruktúra, közszolgáltatások stb.
Turisztikai infrastruktúra	Szálláshelyek, vendéglátóipar, szabadidős tevékenységekhez kapcsolódó szolgáltatások stb.
Elérhetőség/közlekedés	Közlekedés minősége és struktúrája.
Turizmusmenedzsment	Információs iroda, menedzsment szervezetek és szolgáltatásaik.

Forrás: LANDGREBE, S. 2000

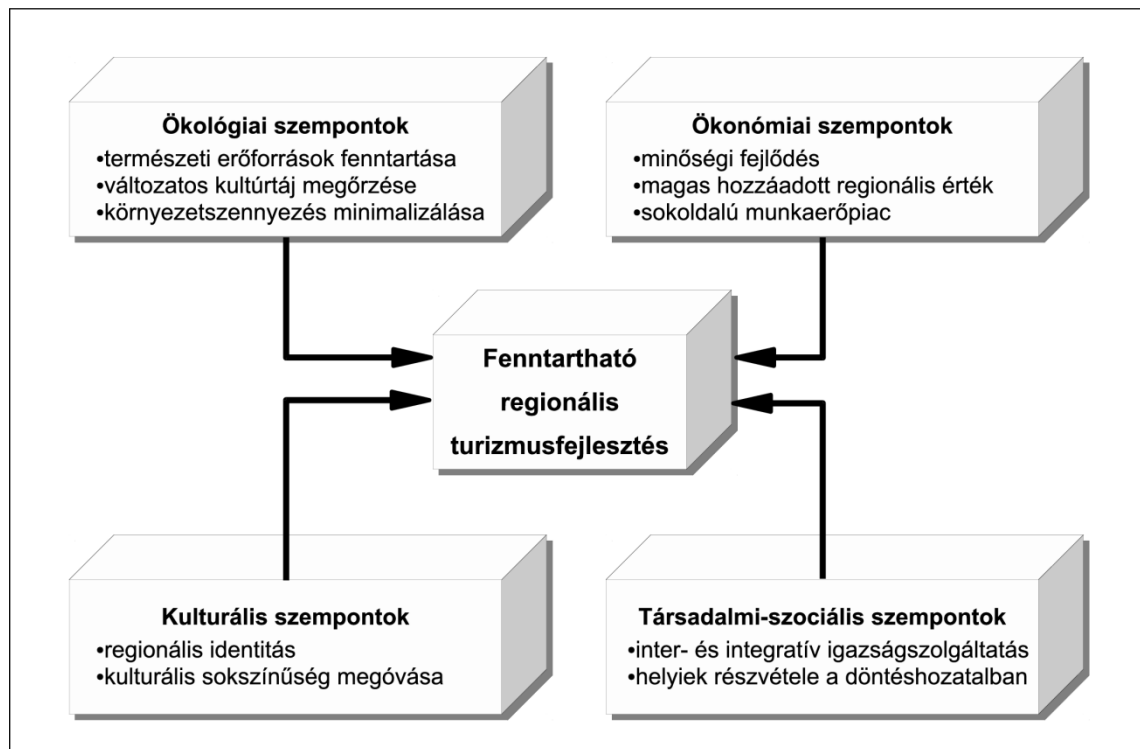
A bemutatott turizmusfejlesztési elméletek kiegészíthetők azzal, hogy a marketing az egész idegenforgalomban, így a fejlesztésekben is kulcsszerepet játszik, így ezt is tervezni kell és beépíteni a fejlesztési tervbe, mivel a fejlesztések hatására ez által ismeri meg a kereslet a kínálatot, illetve annak változásait (FREYER, W. 1997).

A turizmus fejlesztésének elvei között napjainkra kiemelt helyet kapott a fenntartható turizmusfejlesztés elmélete. A fenntartható turizmus definícióját a World Tourism Organization alkotta meg 2000-ben, miszerint: „A fenntartható turizmus úgy elégíti ki a jelen turisták és fogadóterületek szükségleteit, hogy közben a jövő lehetőségeit védi és javítja. Ez az erőforrások olyan menedzselését igényli, amely lehetővé teszi a gazdasági, társadalmi és esztétikai igények kielégítését, miközben biztosítja a kulturális integritás, az alapvető ökológiai folyamatok és az életfenntartó

rendszerek megőrzését is”. A meghatározás direkt ugyan nem tartalmazza a fejlesztés szót, azonban számos része csupán a pontos és jól megalapozott turizmusfejlesztés révén valósítható meg, így jutunk a fenntartható turizmusfejlesztéshez, melyek lényege, hogy a desztináció fejlesztése során figyelembe kell venni, hogy egyrészt kielégítsék a kereslet – esetlegesen az egyre növekvő kereslet – igényeit, de megőrizték a desztináció környezetét a lehető legkisebb környezetterhelés mellett.

Aubert Antal vázolja fel a fenntartható turizmusfejlesztés dimenzióit (13. ábra), mely négy szempontrendszer szerint tartalmazza azon betartandó elveket, melyekkel megvalósítható a folyamat.

13. ábra: A fenntartható turizmusfejlesztés dimenziói



Forrás: AUBERT A. 2007

Összegezve elmondható, hogy a turizmusfejlesztés, mint összetett, sokrétű folyamat a területfejlesztés részét képezi és igen alapos tervezést kíván. Fontosságát jól mutatja a turizmus multiplikátor hatása, mely által az ágazat pozitívan mozdítja el a vele kapcsolatba kerülő egyéb gazdasági ágazatokat, így a megfelelően megalapozott és végig koordinált fejlesztések révén az egész turisztikai desztináció gazdasági életét tudja befolyásolni.

4.4. A magyar turizmus fejlesztése és fejlődése

Magyarország turizmusának fejlődése/fejlesztése, mely napjaink nyugat-európai mintájú modern idegenforgalmához vezetett három szakaszra bontható fel: a szocialista éra úgynevezett „szociálturizmusára”, a rendszerváltozást követő átmeneti időszakra, illetve az elmúlt két évtized piaci alapon működő egységére. Az ágazatra mindhárom időszak jelentős hatással volt, mindegyik jegyei kimutathatók az idegenforgalom mélyreható vizsgálatakor. A három korszak mindegyike sajátos ismérvekkel rendelkezik, ezek kerülnek jelen fejezetben bemutatásra, illetve értelmezésre.

A szociálturizmus időszakában (1945-1990) Magyarország és a többi keleti-blokkba tartozó ország Kelet-Közép-Európában sajátos zárt egységet alkottak. Ezen zárttság és a hozzá kapcsolódó speciális centralizált elvek, melyek alapján a fejlődésük/fejlesztésük zajlott jelentős versenyhátrányt okoztak az ágazat számára. Mindezen kedvezőtlen keretfeltételek ellenére számos olyan jellemvonás alakult ki az időszakban, melyek napjaink turizmusának alapjait adták, azonban az ágazatot érintő rendelkezések többsége jellemzően hátráltatta a turizmus dinamikus fejlődését (LENGYEL M. 2004):

- A hivatásturizmus szinte teljesen felszámolódott a külföldi utazások igen jelentős korlátozása révén, mely igen szigorú engedélyezéshez volt kötött.
- A nemzetközi üdülések a keleti-blokk országaira korlátozódtak, de természetesen ezen külföldi utazások is szigorú felügyelet alatt zajlottak.
- A belföldi turizmus két pillérét a vállalati üdülések, illetve az ifjúsági turizmus adta, melyek állami támogatottsága révén kapta a korszak a szociálturizmus elnevezést, mivel az elsődleges cél a belföldi turizmus szociális alapon történő támogatása volt.
- Az utazásközvetítő szektort – vagyis annak szerepét betöltő egységet – kizárólag állami szervezetek és cégek alkották, melyek szervezték, lebonyolították és kontrolálták az utazásokat.
- A korszakban virágzott fel a magán szállásadás, azon belül is az úgynevezett „Zimmer frei” mozgalom, mely során hétfégi házakat adtak ki főként feketén, minden számlaadás és vendégforgalmi regisztrálás nélkül.

- A beutazó turizmus oldaláról a német turisták – azon belül a korábbi NDK – domináltak, melyek fő célterülete a Balaton volt, nagy számukból kifolyólag pedig igen jelentős bevételhez jutatták a térséget és szolgáltatóit.
- A szálláshely kínálatot az alacsony kategóriájú egységek jellemezték – pl. ebben az időben élte fénykorát a kempingturizmus –, melyek a mai turisták igényeitől messzemenően elmaradnak.
- A termékek oldaláról nézve a kínálat rendkívül egysíkú, általában teljességgel hiányoztak a mellék- és a kiegészítő termékek.

A felvázolt jellemzők ellenére, azonban meg kell jegyezni, hogy a korszak adta a későbbi idegenforgalmi fejlesztések általános és turisztikai infrastrukturális alapját, illetve a nagy állami támogatásnak köszönhetően már ebben az időszakban tömegessé vált a magyar idegenforgalom.

A rendszerváltást követően a magyar turizmus összeomlott, mely több egymással párhuzamos folyamatra vezethető vissza. Egyrészt szignifikánsan visszaesett a külföldi turistaérkezések száma, mivel a keleti-blokk országai között zajlott turizmus gyakorlatilag megszűnt, a nyugat-európai turisták igényeit pedig még nem tudta kiszolgálni az elmaradott turisztikai szektor. Másrészről megkezdődött az ágazatot érintő létesítmények – főként a korábbi vállalati üdülők és táborok – privatizációja, azonban a magánosítás ténye még nem jelentette az azonnali minőségjavulást. Harmadrészt az ország gazdaságilag is visszaesett a keleti piac elvesztésével, így a belföldi üdülések száma is jelentősen csökkent, a diszkrécionális jövedelmek csökkenésével és a kiemelt állami támogatás megszűnésével. A rendszerváltozás azonban megteremtette az alapot az ágazat piaci alapon történő modernizációja számára, mely fontosabb tényezői a korlátozás nélküli külföldi és belföldi utazások, a külföldi idegenforgalmi befektetések engedélyezése és támogatása, illetve a piaci alapon történő modernizáció elősegítése. Ezen átmeneti időszak alatt ugyan jelentősen visszaesett a magyar turizmus, azonban ez egyfajta szükséges rossz periódusnak tekinthető, mely nélkül nem tudott volna hosszú távon fejlődni az idegenforgalom (AUBERT A. – JONÁS-BERKI M. – **MARTON G.** – PÁLFI A. 2013).

A piaci alapon történő turizmusfejlesztés korszaka, mely napjainkat jellemzi folyamatos fejlődésen ment/megy át, ezen időszak alatt alakult ki több lépcsőben a turizmus intézmény-, illetve támogatási rendszere. A turizmus fejlesztése hazai és nemzetközi forrásokból történt/történik, melyek minden esetben egy-egy stratégia részét képezték, igazodva a mindenkori nemzetgazdasági fejlesztési profilhoz. A fontosabb

fejlesztési periódusok és forrásaik az alábbi 6. táblázatban kerülnek összefoglalásra a főbb paramétereikkel egyetemben (megjegyzendő, hogy az Európai Unió Előcsatlakozási Alapok – ISPA, PHARE, SAPPARD – nem került bele a táblázatban, mivel alapvetően nem volt céljuk a turizmus direkt fejlesztése.

6. táblázat: A turizmusfejlesztést érintő fejlesztési tervek

Terv	Időszak	Forrás	Fejlesztési alapkategória	Összeg
Széchenyi Terv	2001- 2004	hazai	kiemelt termékek	30,5 milliárd Forint
Nemzeti Fejlesztési Terv	2004- 2006	Európai Uniós	komplex desztinációfejlesztés	90 milliárd Forint
Új Magyarország Fejlesztési Terv	2007- 2010	Európai Uniós	komplex desztinációfejlesztés	60 milliárd Forint
Új Széchenyi Terv	2011- 2013	Európai Uniós	kiemelt termékek	16,5 milliárd Forint

Forrás: Nemzeti Fejlesztési Ügynökség

A fent említett fejlesztési tervek révén hazánk turizmusa teljes mértékben igazodott a nyugat-európai, piaci alapon működő, profitorientált idegenforgalmi trendekhez, de természetesen ezen jellemzők a hazai feltételrendszer függvényében alakultak ki. A beruházások hatására a magyar idegenforgalom éves kereslete 8-9 millió turista és nagyságrendileg 20 millió eltöltött vendégéjszaka közel azonos külföldi és belföldi megoszlásban, amely jelentősen alacsonyabb a szocialista éra közel kétszeres mutatóihoz, azonban minőségben jóval magasabb szintet képvisel.

Magyarország turizmusának aktuális trendjeit napjainkban a globális turisztikai folyamatok határozzák meg, melyeket Aubert Antal három csoportba – keresleti, kínálati, területi – sorolt, illetve közülük az alábbiakat emelte ki, mint főbb elemeket (AUBERT A. 2011):

- A keresleti oldalon a megváltozott motivációs rendszer hatására az élményközpontúság kerül a középpontba, mely hatására a klasszikus turisztikai termékek mellett megjelentek a fokozottan élményre koncentrálók, mint például a tematikus parkok. Egy másik jellemvonás, hogy a turisták egyre több szegmense kapcsolódik be az idegenforgalomba, mint a szenior korosztály, vagy

éppen a hátrányos helyzetűek. Továbbá megjegyzendő, hogy hazánkban is egyre nagyobb teret hódít az úgynevezett aktív pihenés, melyre jó példa, hogy egy hagyományosnak mondható tóparti üdülés kombinálódik aktív turisztikai termékekkel (pl. természetjárás vagy kerékpáros turizmus).

- A kínálati oldal trendjeit a szálláshelyek oldaláról a minőségi fejlesztések jellemzik, azon belül pedig a széleskörű szolgáltatásokkal rendelkező magas kategóriájú szálláshelyek elterjedése, úgy mint a wellness- és gyógyszállodák vagy éppen a wellness részleggel kiegészített panziók. A turisztikai termékek szempontjából a fejlődés még látványosabb: a hazai fürdők jó része élményelemekkel fejlesztette kínálatát, a borvidékeink technológiai és minőségbeli megújulása nemzetközileg is magasan jegyzett szintre emelte a borturizmust, megjelentek a magas élményfaktort nyújtó interaktív bemutatók és kiállítások vagy éppen a falusi turizmus és a gasztroturizmus felértékelődése is jó példa a termékek modernizációjára.
- A területi trendek közül kiemelkedik az idegenforgalmi klaszterek és a Turisztikai Desztinációs Szervezetek megjelenése, melyek hálózatos, illetve területi elvű alulról építkező menedzsment szerepet betöltő egységek. Az ágazaton belüli szerveződések nagy előnye, hogy az érintett terület egyes szolgáltatóit éppúgy képviselik, mint magát az ágazatot, illetve tagjaik piaci versenyhelyzetét igen jelentős mértékben növelik a tömörülés jobb alkupozíciója és nagyobb forráslelő képessége okán.

Összefoglalva elmondható, hogy a magyar turizmus jelentős utat járt be az elmúlt bő fél évszázadban, és néhány „elveszett év után”, végeredményben adoptálta a globális idegenforgalmi jellemvonásokat, illetve számos példaértékű fejlesztést hajtott végre (pl. Hajdúszoboszló, Villány stb.). Mindezen túl azonban két fontos jellemvonást meg kell említeni, melyek ha nem is hátráltatják, de mindenképpen korlátozzák az ágazatot. Az egyik a túlzott nyugatkövető magatartás, mely sokszor háttérbe szorítja a kreatív hazai kezdeményezéseket (pl. a helyi gasztronómia megjelenési formáinak alacsony támogatása a piaci megerősödésig). A másik pedig az alacsony innovációs hajlam, mellyel hazai „jó példák” (pl. rendezvényszervezés és beruházási megoldások) átvétele jelentősen lassabb, mint azt a piac alapvetően engedné, aminek az oka az ágazaton belüli alacsony együttműködési hajlam. Az említettek ellenére Magyarország turizmusa fejlődik és egyre szervezettebb és egyre sokrétűbb ágazatként jelenik meg a nemzetközi piacon.

5. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés elmélete

A szerző által kidolgozott rendszerszemléletű turizmusfejlesztés egy koncepció, mely magába foglalja az idegenforgalmi fejlesztések teljes spektrumát. Az elmélet folyamatként értelmezhető, mely három szintre és négy egységre bontható fel: az első lépcső egy adott turisztikai célterület környezetének, illetve elemeinek az értelmezése és értékelése, a második egy adott desztináció aktuális idegenforgalmi folyamatainak felmérése, a harmadik pedig a célterület fejlesztési profiljának a felvázolása. A három szint szorosan kapcsolódik egymáshoz, így egymástól el nem választhatók és egészként jelenítik meg a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepcióját. Az elmélet gyakorlatban történő felhasználási lehetőségei pedig esettanulmányok formájában kerülnek bemutatásra, egy rurális és egy urbánus desztináció példáján keresztül.

5.1. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés definiálása

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés szerző általi meghatározása rendkívül komplex jellegéből adódóan csupán általánosan lehetséges, azonban a folyamat a holisztikus tulajdonságából adódóan adaptálható bármely valódi vagy potenciális turisztikai desztinációra, így az általános meghatározás megfelel a célorientált felhasználásra. Ez alapján került meghatározásra a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés definíciója:

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés: magába foglalja mindazon, a turizmus szempontjából vonzerőként – vagy azokat befolyásoló – hasznosítható (természeti, társadalmi, kulturális stb.) környezeti elemek értékelését, a rájuk épülő aktuális idegenforgalmi helyzetet és az ezeken alapuló integrált fejlesztést, amely által a desztináció turizmusa vagy annak egy szegmense minőségi vagy mennyiségi pozitív irányú elmozdulást mutat.

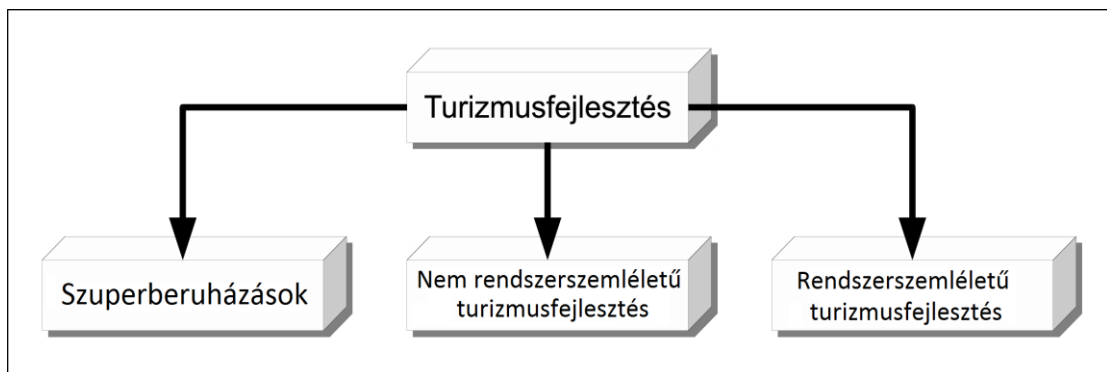
A meghatározás több sarokpontot tartalmaz, melyek mindegyike alapvető fontosságú a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés szempontjából:

- A környezeti elemek a vizsgált célterületen vonzerőt jelentenek/jelenthetnek, vagy megváltoztathatják kölcsönös hatásmechanizmusuk okán azokat az elemeket, melyek vonzótényezővel bírnak.

- Minden környezeti elemet hangsúlyosan kell értékelni, nem csupán azokat, melyek hasznosíthatóak idegenforgalmi szempontból, mivel a turisztikailag fel nem használható tényezők korlátozhatják, vagy szélsőséges esetben ellehetetlenítik a beruházást.
- A fejlesztésekre vonatkozóan pedig az integrált turizmusfejlesztés elve érvényesül, mely széles körű megalapozottsága révén csökkenti a kivitelezési problémákat.
- A fejlesztések hatására minden esetben fejlődik a desztináció turizmusa minőségi vagy mennyiségi értelemben, ami a beruházás legszembetűnőbb indikátoraként jelenik meg.

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés pozícionálása a turizmusfejlesztés rendszerén belül (14. ábra) egy újfajta felosztást igényel, mely alapját a hagyományosnak mondható korábbi két – terület- és termék központú – fejlesztési elv metszete adja, kiegészítve a beruházási tőke nagyságrendjével.

14. ábra: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés pozícionálása a turizmusfejlesztésben



Forrás: saját szerkesztés

A kialakított felosztás három fő kategóriát különít el, melyek önmagukban jelentős egyediséget képviselnek az idegenforgalmi beruházás környezeti alapjai tekintetében:

1. Szuperberuházásnak minősül mindazon turisztikai beruházás, mely egyrészt az investálandó összeg révén túlmutat a hagyományos idegenforgalmi tényezőkön, másrészt pedig alapvetően semmiben nem kötődik a potenciális célterület környezeti értékeihez. A kategóriába tartozó fejlesztések lényegi eleme, hogy kevés tényező meglétének figyelembe vételével gyakorlatilag bárhol kivitelezhető, mivel a beruházandó tőke és a beruházó tartalékainak nagysága felülírja a kivitelezési kockázatot. Ilyen fejlesztések közé sorolható

magyarországi viszonylatban a végül megghiúsult King City kaszinó projekt Sukorón, mely alapvető célja egy „kaszinóváros” létrehozása volt, ami gyakorlatilag az Amerikai Egyesült Államok hasonló településeinek (Las Vegas, Atlantic City) egyfajta kicsinyített mása lett volna. A projekt esetében két telepítő tényezőről beszélhetünk az egyik a Budapesthez – és a Liszt Ferenc repülőtérhez – való közelség és az onnan való jó közlekedési feltételek rendelkezésre állása, a másik pedig, hogy kvázi természetes környezetbe kerüljön a beruházás. Ezen feltételeknek megfelelt a Velencei-tó, azonban maga a fejlesztés jelentősen tájidegen, továbbá teljes mértékben megváltoztatta volna a tó eredeti turisztikai környezetét, hiszen a szerencsejáték, mint speciális vonzerő mindenképpen idegen a területtől.

2. A nem rendszerszemléletű turizmusfejlesztési beruházások közé sorolhatóak azok a fejlesztések, melyek nem vagy csak korlátozottan rendelkeznek a potenciálisan kiválasztott desztinációban környezeti erőforrásokkal. A legnagyobb eltérés a szuperberuházásokhoz viszonyítva, hogy egyrészt itt az investáció korlátozott anyagi erőforrásokból történik, másrésztől általában egy-egy környezeti elem, mint telepítő tényező figyelembe van véve. További közös jellemzőjük, hogy a fejlesztések során nincsen figyelembe véve a célterület komplex környezete. Gyakorlati szempontból tekintve a kategóriába tartozó beruházások két csoportra oszthatóak: a fenntartható, tehát gazdasági értelemben rentábilis és megtérülő, illetve a nem fenntartható, deficitese fejlesztésekre. A rentábilis beruházásokra példa a hazai nagyvárosok környezetében épült aquaparkok, mint a Aquaworld Budapest vagy a Napfényfürdő Aquapolis (<http://www.aqua-world.hu/>; <http://www.napfenyfurdoaquapolis.com/>). Ezen fejlesztések ugyan a keresleti igények alapján kerültek kialakításra, azonban nem egzakt környezeti alapon, mivel hazánkban az idegenforgalmi szempontból hasznosítható víz gyakorlatilag bármely sík területen elérhető. A beruházások alapja a 21. századi turisztikai trendek, így ezen létesítmények akár lehetnének más nagy hazai városok vonzáskörzetében is. Másrésztől azonban rentábilis létesítmények, mivel jellegüknél fogva rendkívül populárisak, így gazdasági értelemben fenntarthatóak. A kategóriába tartozó másik típus a nem fenntartható beruházások, olyan fejlesztéseket jelentenek, melyek jellemzően individuálisan és ötletszerűen történnek meg, de egyrészt nem igazodnak a környezeti feltételekhez, másrészt korlátozott anyagi tartalékok révén nem tudják pótolni a

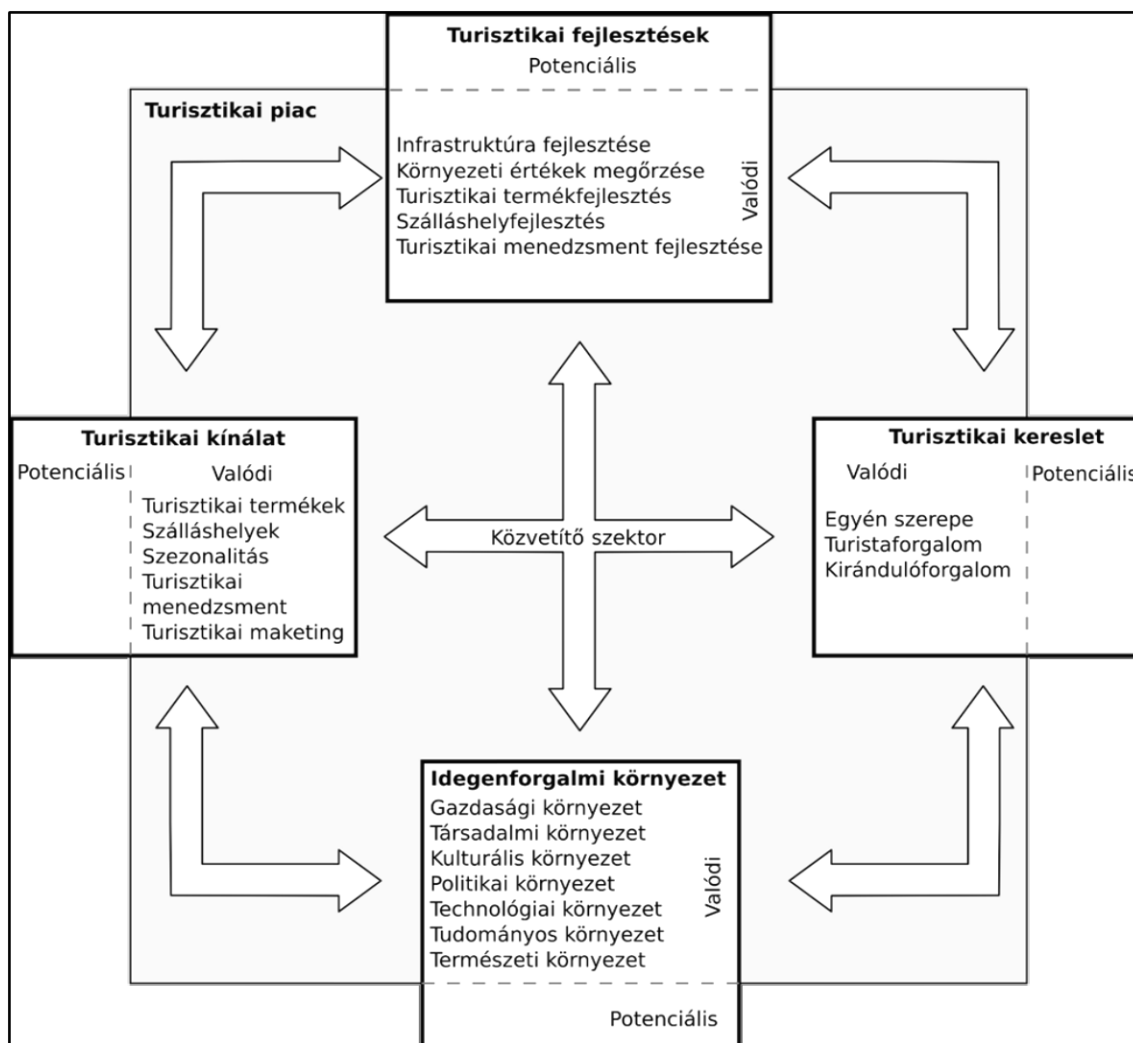
deficitet így hosszú távon nem válnak piaci szereplővé. Ide sorolhatók – konkrét nevesítés nélkül – azon I. Széchenyi terv által fejlesztett kisfürdők, melyek gyakorlatilag a beruházás óta veszteséggel működnek, hiszen nem lévén környezeti alapjuk, nem tudtak a helyi vonzótényezőnél magasabb szintre emelkedni a fejlesztési alapkoncepciójukkal ellentétben.

3. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés – mely a disszertáció témakörét jelenti – magába foglalja azon turizmusfejlesztési beruházásokat, melyek egzakt módon illeszkednek egy-egy terület környezeti elemeihez, erőforrásaihoz. A csoportba sorolhatóak mindazon tervezetek és már kivitelezett projektek, melyek a desztináció alapvető jellemzőire építenek és komplex módon megalapozottan építenek rájuk rentábilis fenntartható turizmust (pl. Villány, Hévíz, Balatonföldvár). Megjegyzendő, hogy ezen kategória mindaddig igaz, amíg az egyes célterületek rendelkeznek a rájuk irányuló idegenforgalmi fejlesztésekhez szükséges alapokkal, azonban Magyarországon sok esetben ez nem kerül kellő alapossággal felmérésre, így számos tényező erőforrásnak van minősítve, miközben valódi vonzerővel, idegenforgalmi potenciállal nem rendelkezik, vagy nem tud jellegénél fogva a turizmus szolgálatába állni. Mindezekből következően csakis akkor beszélhetünk a tárgykörbe eső beruházásokról, ha a megfelelő helyzetelemzés visszaigazolja, hogy megvannak a turizmusfejlesztés környezeti feltételei, majd ezekre az elemekre integrált módon épül az idegenforgalom kialakítása, fejlesztése.

A bemutatott három csoport sok esetben hasonló jellemzőkkel bír az idegenforgalom jellegéből adódóan, azonban köztük átfedés nincs, mivel a megközelítési elv olyan differenciálásra ad lehetőséget, mely éles határokat szab a kategóriák között.

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciójának (15. ábra), mindhárom hierarchia szintje és négy egysége, magába foglalja mindazon tényezőket, melyek elemzése nélkülözhetetlen a fejlesztések megfelelő megalapozásához és kivitelezéséhez, illetve a rendszerjellegből adódó negatív visszahatások kiküszöböléséhez a beruházás során és azt követően. Ennek okán kerül elemzésre majd besorolásra mindhárom szint elemeinek turisztikai potenciálja, mely rámutat, hogy az adott rendszerelem individuális egységként, hogyan és milyen mértékig képes hozzájárulni vagy éppen korlátozni a desztináció fejlesztését.

15. ábra: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciója



Forrás: saját szerkesztés

Az ábrán látható, hogy minden szint állandó kapcsolatban áll a többivel, illetve az állandó kölcsönhatásukból adódóan függenek egymástól és folyamatosan hatást gyakorolnak egymásra, ez által pedig szinergikusan éppúgy tudják egymást erősíteni, mint korlátozni.

A koncepció, mind a három szintjének mind a négy eleme, illetve azok komponensei az idegenforgalom piacán belül kerülnek értelmezésre, oly módon, hogy minden részelem felosztható valódi piacon lévő, illetve potenciális a piacra vihető vagy éppen kivont kategóriára.

Az idegenforgalmi környezet esetén jó például szolgál a jelenleg piacon megtalálható esetre bármelyik olyan természeti érték, mely vonzerőként realizálódott, továbbá a megfelelő idegenforgalmi infra- és szuprastrukturális beruházások révén

elérhető vált a kereslet számára (pl. a Hortobágy). A potenciális piacra vihető egységre példa lehet bármelyik, olyan kulturális érték, mely jellegéből adódóan a vonzerőként jelenhet meg a turisták számára (pl. Pécssett feltárt római kori piactér)

Az turisztikai kínálat esetében a piacon lévőkre példa bármely szálláshely (pl. Hotel Corso), vagy éppen fürdő (pl. Bükfürdő), mely elérhető a kereslet számára, illetve a potenciális egységet jelenthetik azon létesítmények, melyeket bezártak, de tervezik az újranyitásokat (pl. Pécsi Állatkert).

Az idegenforgalom kereslete esetében a hazai szakirodalom által értelmezett valódi (pl. a Pécsre érkező németajkú vendégkör) és potenciális (pl. a Dráva-mente vadásztársaságai által megcélzott olasz vadászok) kereslet definiálás kerül alkalmazásra a disszertációban.

A valódi turizmusfejlesztést jelentik azon beruházások, melyek már zajlanak vagy éppen bizonyossággal meg fognak történni (pl. a Duna-Dráva Nemzeti Park szaporcai látogatóközpontja), míg a potenciális kategóriába tartoznak azon fejlesztések, melyek tervezés alatt állnak, azonban a kivitelezésük bizonytalan.

5.2. A turizmus környezete és elemeinek minősítése

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés alapját a lehető legszélesebb értelmezésű idegenforgalmi környezet adja. Erre a megközelítésre mutatnak rá a kutatástörténet fejezetben bemutatott földrajzi, illetve turisztikai elméletek. Szabó Géza is ezt emeli ki, amikor hangsúlyozza, hogy a földrajztudomány komplexitása kiváló elemzési szempontrendszert nyújt a turizmus értelmezéséhez és értékeléséhez (SZABÓ G. 1991). Ebből adódóan a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés kiindulási pontja a lehető legszélesebb skálán való értelmezése a turizmus környezetének, melybe beletartozik minden olyan elem, mely meghatározza fizikailag és szellemi értelemben a turizmust.

A környezet ilyen értelmezésébe így beletartozik minden olyan tényező, mely direkt vagy indirekt módon segíti vagy támogatja az idegenforgalmat, annak fejlesztését egy adott desztinációban vagy megtelepítését egy új potenciális célterületen. Mindezek alapján kerülnek vizsgálatra a komponensek, mely az elmélet alapjául szolgáló turisztikai környezetet jelöli.

A turizmus környezete ezen értelmezésben hét elemet – természet, társadalom, kultúra, gazdaság, politika, tudomány, technológia – tartalmaz, melyek olyan jelentős

befolyással bírnak az egyes desztinációkra és potenciális célterületekre, mint a rájuk épülő beruházások.

A környezet elemeinek bemutatásán és értelmezésén túl szükségszerű a minősítésük, hiszen ez jelenti a gyakorlati alkalmazás alapját. Így minden elem esetén kidolgozásra kerül egy öt egységre osztható minősítési skála, mely a környezeti tényezők jellemvonásait kategorizálja az idegenforgalmi potenciáljuk függvényében.

5.2.1. Természeti környezet

A természeti feltételek azok, amelyek mindig és mindenkor a turizmus alapját képezik – eltekintve, néhány olyan beruházástól, ahol a valódi érték sokszorosáért létesítenek vonzerőt, mint például a síközpont Dubaiban –, ezt jól igazolja, hogy a világ turizmusának a döntő többsége a tengerpartokon, a hegyvidékeken és a városokban tömörül (SHACKLEY, M. 2006). A szerző által meghatározott elv igaz, de figyelembe kell venni azt, hogy a kereslet koncentrációja és a desztinációk területe nem feltétlenül mutat egyenes arányosságot, így nem kerülnek hangsúlyozásra a vízpartok, a folyómenték vagy éppen a mesterséges attrakciók. Tehát a természeti környezet faktort a vizsgálata során is tágan kell értelmezni, melybe beletartoznak többek között az alábbi természetföldrajzi tényezők:

- A domborzat: mely alapjaiban határozza meg a turizmus megtelepítésének lehetőségét, hiszen lehet bármilyen idegenforgalmi szempontból elviekben megfelelő egy tengerpart, ha az adottságok miatt nem – pl. beépítési nehézségek, elérési problémák – vagy csak irracionális erőforrás hasznosítással fejleszthető.
- Geológiai és geomorfológiai jellemzők, melyek igen jelentős vonzerővé válhatnak, ha megfelelően fejlesztik őket (pl. Yellowstone Nemzeti Park).
- A flóra és a fauna, ami számos esetben önmagában vonzerőt jelent (pl. nemzeti parkok, vadrezervátumok stb.), azonban a biodiverzitás fenntartása érdekében természetesen a terhelésüket korlátozni kell.
- A klímaviszonyok és azok változása szintén elementáris tényező mivel bármilyen vonzó egy tengerpart a sarkkör közelében idegenforgalmi szempontból csupán korlátozottan használható, viszonyítva például egy mediterránhoz. Az egyenlítőhöz közeledve a globális klímaváltozás okán pedig az egyre növekvő UV sugárzás miatt csökkenhet a kereslet (MARTON G. 2013).

- Vízrajz, mely magába foglalja a felszíni és a felszín alatti vizeket azok jellemzőit és hasznosíthatóságát, melyek nemzetközi szinten kiemelkedő versenyelőnyt jelenthetnek (pl. Magyarország gyógy- és termálvizei).

A bemutatott tényezők és azok hatásmechanizmusa jelentik a legfontosabb természeti adottságokat a turizmus szempontjából, azonban feltétlenül kihangsúlyozandó, hogy ezen elemek megléte pusztán alapjául szolgál a turizmusnak és nem determinálja annak hatékony és rentábilis működését.

A természeti környezet minősítési kategóriáit az 7. táblázat foglalja magába, mely besorolás alapját a természeti értékek idegenforgalmi hasznosításának lehetősége, illetve a vonzerőként való hasznosíthatósági potenciál adja.

7. táblázat: A természeti környezet minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	Globális szinten unikális természeti értékek, melyek egyedülálló vonzerővel rendelkeznek.	kiemelkedő
4	Nemzetközi viszonylatban jelentős és minősített természeti értékek (NATURA 2000, Ramsari, UNESCO, Nemzeti Park).	jelentős
3	Hazai viszonylatban egyedi természeti értékek, átlagos antropogén terheléssel.	átlagos
2	Jelentős antropogén behatás, jellemzően gazdasági hasznosítás okán megváltozott természeti tényezők.	szerezny
1	Erősen degradált vagy túlzott antropogén hatás okán visszafordíthatatlan változásokat elszenvedett természeti környezet.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.2.2. Társadalmi környezet

A társadalom és annak jellemzői állami, területi és települési szinten szintén egy összetett keretfeltételét adja a turizmusnak. Számos tényezőt foglalnak magukba, melyek közül az alábbiak a legfontosabbak idegenforgalmi szempontból:

- A demográfiai jellemzők alapvető fontosságúak, hiszen a kínálati oldal lakosságának kor és nemek szerinti megoszlása, esetleges etnikai megosztottsága, népsűrűsége és annak területi megoszlása vagy éppen társadalmi struktúrája alapjaiban határozhatja meg egy térség turizmusát (pl. indiai kasztrendszer, afrikai patriarchális társadalmak stb.).
- A területhasználat, mely minden társadalom sajátossága szintén fontos elemet képez, hiszen amíg bizonyos arab államokban (pl. Egyiptom, Tunézia) a turizmus szinterei többé-kevésbé izolált üdülő települések, addig Európában döntően közös életteret használnak a turisták és a helyiek.
- A települések és azok hálózata, melyek adott esetben egy körutazás vagy egy csillagtúra során értékelődnek fel, hiszen a meglátogatni kívánt területek közötti távolság alapvető fontosságú.
- Az iskolázottság és a nyelvtudás elementáris feltételként jelenik meg a társadalmi tényezők között, hiszen ezek azon elemek, melyekkel a turista tartózkodása során legtöbbször szembesül, és amíg például Belgiumban minimális nyelvismerettel is eligazodik egy látogató, addig valószínűsíthetően ugyanez Üzbegisztánban már problémákat eredményezhet.
- A vendégszeretet pedig azon társadalmi elem, mely a lakosság turizmushoz való általános hozzáállását mutatja meg. Jó példa erre Észak-Afrika partmenti településeinek vendégbarát lakossága, szemben az Atlasz hegység elutasító viselkedést mutató tradicionális életvitelt folytató berberjeivel.
- A helyi társadalom által kialakított turisztikai és civil szervezetek alapvető fontosságúak idegenforgalmi szempontból, hiszen alapjaiban meghatározzák az ágazat támogatottságát egy területen.

Továbbá megjegyzendő, hogy minden ember potenciális turista is egyben így az utazás során a társadalmi jellemzők találkoznak, mely alapvető vonzó tényezőt is jelent bizonyos esetekben (pl. Görögország területén az Athosz szerzetes „államot” a turisták hajóiról tekintik meg, de hasonló a motiváció az európaiak keleti utazásai során Tibetbe, Indiába, Japánba, Kínába stb.).

A társadalmi környezet minősítése (8. táblázat) alapvetően a célterület lakosságának az idegenforgalmat befolyásoló jellemzői alapján történik, mely jellegében határozza meg a helyi társadalom és az idegenforgalom kapcsolatát.

8. táblázat: A társadalmi környezet minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A helyi társadalom az idegenforgalom dinamikus működéséhez igazodik, képzések, együttműködések és civil szervezetek révén támogatja az ágazatot.	kiemelkedő
4	A vendégfogadás feltételei adottak, határozott cél a turizmus fejlesztése és színesebbé tétele, mely közösségi szinten is megmutatkozik.	jelentős
3	Az ország átlagos demográfiai folyamatai jellemzik, megjelennek a társadalmi kezdeményezések, melyek többé-kevésbé be tudnak kapcsolódni az idegenforgalomba.	átlagos
2	Demográfiai problémákkal jellemezhető terület, ahol megjelennek a helyi kezdeményezések a turizmus fejlesztésére és támogatására, azonban az ágazatot döntően még nem tudják befolyásolni.	szerezny
1	Súlyos demográfia problémákkal sújtott térség, a vendégfogadás társadalmi feltételeinek (iskolai végzettség, nyelvismeret) korlátozottak, a helyi lakosság egy része elzárkózik a látogatóktól és a turistáktól.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.2.3. Kulturális környezet

A kultúra szerepe a turisztikai környezetben sokféleképpen jelenhet meg, Rátz Tamara a sokrétű jellemzőket három kategóriába sorolta, így fedve le a kultúra megjelenését egy turisztikai desztinációban (RÁTZ T. 2011):

- Az élettelen kultúra, melybe beletartoznak az építészeti értékek, a múzeumok, a települések és a települési kép, tehát minden kézzel fogható épített érték, beleértve a direkt idegenforgalmi céllal és az egyéb céllal létrehozott a kulturális értékeket bemutató épületeket egyaránt (pl. a pécsi Cella Septichora, budapesti Hősök tere stb.).

- A mindennapi életben kifejeződő kultúra már bonyolultabb és kevésbé megfogható halmazt képez, ide sorolhatók a turisták szabadidős tevékenységei, a desztináció lakosságának életmódja és életvitele, a viselkedési és az öltözködési szokások, de a gasztronómia és a vallási jellemzők is (pl. Bajai Halfőző Fesztivál, Kalocsai Paprikafesztivál stb.).
- A megelevenített kultúra jelöli mindazon kulturális értékeket, amelyek történelmi vagy tradicionális elemeket elevenítenek fel például fesztiválok vagy rendezvények formájában, illetve ide sorolhatók a kiemelkedő szellemi értékek, melyek a lakosság identitástudatát erősítik (pl. a Mohácsi Busójárás, mely az UNESCO Szellemi Kulturális Örökség jegyzékében is szerepel).

A kultúra és a kulturális környezet behálózza a teljes turizmust, hiszen mind a kínálati, mind pedig a keresleti oldal rendelkezik kulturális jellemzőkkel. Ebből adódik, hogy míg általában békésen megférnek a turisták és a helyi lakosok egy közegben, azonban néhány esetben ez jelentős feszültségekhez vezet, melynek alapja általában, hogy a vendégek nem tartják tiszteletben a helyiek szokásait. Erre jó példa Dél-Olaszország erős vallási környezetében az alulöltözött turisták nyilvános minősítése, mivel a helyi lakosság nem foglalkozik az üdülőterületeken ezzel a jelenséggel, azonban ugyanezt erős kritikával bírálja a városokban. Egy másik példa lehet a Baleár-szigetek katalán lakosságának turizmusellenessége, mivel az elmúlt két évtizedben Mallorca és Ibiza az európai „diszkókultúra” központjává váltak, mely a helyieket értelemszerűen negatívan érinti.

A kultúra, mint környezeti elem egy másik jelentős problémaköre a kulturális értékek turizmusban betöltött szerepének értékelése, ugyanis számos példát találhatunk arra, hogy az építészeti vagy régészeti értéket próbálják az idegenforgalom piacára vinni, miközben az nem rendelkezik megfelelő turisztikai potenciállal (pl. a pécsi járás Árpád-kori templomai).

Az egyes turisztikai desztinációk kulturális környezetének minősítési besorolása (9. táblázat) az értékek által kiváltott látogatási motiváció alapján, illetve a vonzerők hatóköréből történt.

9. táblázat: A kulturális környezet minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	Globális szinten unikális kulturális értékek, melyek egyedülálló vonzerővel rendelkeznek, így önálló utazási motivációt váltanak ki.	kiemelkedő
4	Nemzetközi viszonylatban jelentős és minősített kulturális értékek (UNESCO), jelentős motiváló hatásuk, de döntően önmagukban nem indukálnak kiemelt vendégforgalmat.	jelentős
3	Hazai viszonylatban egyedi kulturális értékek, motivációs hatásuk csekély, de a desztinációba érkező turisták rendszerint látogatják.	átlagos
2	Regionális szintű kulturális értékek, nem váltanak ki utazási motivációt, vendégforgalmuk alacsony szintű és hektikus.	szerény
1	Helyi kulturális értékek, melyek idegenforgalmi szereppel nem rendelkeznek.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.2.4. Gazdasági környezet

A gazdaság sok szempontból a turizmus legalapvetőbb környezete, hiszen maga az ágazat a piacon belül létezik és alapjaiban profitorientált, az elsődleges cél mindig az, hogy a turisták és kirándulók fizessenek minél többet az adott idegenforgalmi és a járulékosan kapcsolódó szolgáltatásokért. A gazdaság néhány állam kivételével a nemzetközi piacgazdaságot és annak az idegenforgalomban realizálódó folyamatait jelenti az ágazat minden szintjén vertikális és horizontális tagozódásban egyaránt.

- A globális szintet jól jelképezik az impozáns szállodaláncok, mint például a Hilton vagy Grand hotelek, melyek a jelentős világvárosokban mindenhol megtalálhatóak, vagy éppen az utazásközvetítő szektor piacvezetői, mint például a Neckermann, amely behálózza a világ jelentős turisztikai desztinációit. Közvetve pedig ide sorolhatók a nagy nemzetközi légitársaságok, melyek az

utasforgalmat és annak áramlását biztosítják (pl. Lufthansa, American Airlines, British Airways stb.).

- Kontinentális – és interkontinentális – szinten kiemelkedőek a nemzetközi tőkebefektetések: a brit üdülőhely és szálláshelyfejlesztések Bulgáriában vagy az osztrák hotelépítések Egyiptomban. Továbbá a kategóriába sorolhatóak a nemzetközi turisztikai határmenti és határokon átnyúló együttműködések, mint például a Duna folyó menti, minden érintett országra kiterjedő széleskörű turizmusfejlesztési stratégia a DATOURWAY (CSAPÓ, J. – **MARTON, G.** – SZABÓ, G. 2011/a; 2011/b; AUBERT, A. – CSAPÓ, J. – **MARTON, G.** – SZABÓ, G. 2013).
- Állami szinten a turizmus gazdasági környezetét legjobban talán a kiemelt desztinációk (pl. Balaton) és az azokra vonatkozó fejlesztések és fejlesztési támogatások szemléltetik. Amennyiben pedig ágazati szinten tekintjük, akkor a különböző fejlesztési periódusok idegenforgalmi prioritásai, mint az I. Széchenyi terv esetén az egészségturizmus, illetve az azon belül lezajlott kiemelt fürdőfejlesztések, melyek alapjaiban emelték magasabb szintre a hazai fürdők minőségi és mennyiségi mutatóit egyaránt.
- Területi szinten (régió, megye, járás), a turizmus gazdasági hangsúlya áthelyeződik az egyes szolgáltatókra (pl. fürdők, tematikus parkok stb.), illetve az általuk indukált területi együttműködésekre és azok hatásaira, melyek erősítik az egyes térségek gazdaságát.
- Települési szinten egyértelműen a lokális gazdaság kerül előtérbe, melyre erősen hatnak a magasabb szintek trendjei, azonban ezen a szinten mutatható leginkább ki az idegenforgalmi fejlesztések gazdasági hatásai. Ezen hatások nyomon követhetőek a forgalmi adatokban és a turisztikai bevételekben éppúgy, mint a szolgáltatók és a vállalkozások számában vagy a munkaerőpiaci mutatókban.

A bemutatott gazdasági összefüggések és példák természetesen nem teljes körűen mutatják be a turizmus gazdasági környezetét – de nem is céljuk –, csupán a különböző gazdasági szintek értelmezését és jelentőségét támasztják alá az ágazat oldaláról. Ami viszont megjegyzendő, hogy a turizmus és annak fejlesztése számára is a kedvező gazdasági helyzet jelent vonzó tényezőt, mert ahol erős a helyi/térségi gazdaság ott az idegenforgalmi befektetések is magasabb szinten realizálódnak – ez alapján készültek el a környezeti elem minősítési kategóriái (10. táblázat).

10. táblázat: A gazdasági környezet minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	Gazdasági magterület, vezető ágazatok, jelentős nemzetközi tőkebefektetések, dinamikus munkaerőpiac alacsony munkanélküliséggel, a szolgáltatóipar a teljes spektrumot lefedi.	kiemelkedő
4	Gazdaságilag jelentős potenciállal rendelkező területek, vállalkozások száma és a vállalkozói kedv jelentős, kedvező munkaerőpiaci helyzet.	jelentős
3	Az ország nemzetgazdaságához viszonyítva átlagos gazdasági környezet, több gazdasági ágazat, szolgáltatások kielégítőek, stabil munkaerőpiaci helyzet.	átlagos
2	Gazdasági értelemben elmaradt területek, a gazdaság néhány ágazata jelenik meg csupán, kevés helyi vállalkozás, a szolgáltatások hiányosak.	szerény
1	Külső vagy belső gazdasági periféria, vállalkozások száma és a vállalkozási kedv is rendkívül alacsony, jelentős munkanélküliség, a szolgáltatások nem kielégítőek.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.2.5. Politikai környezet

A politikai tényezőt Michael Hall emeli ki a környezeti elemek közül – mint a beruházások és fejlesztések szempontjából alapvető keretet –, mivel ez a faktor az, ami elősegítheti vagy éppen teljes mértékben korlátozhatja a turizmus kiépítését, illetve annak fejlődését (HALL, C. M. 1994). A szerző álláspontja teljes mértékben alátámasztható, azonban a politika szerepe ettől jóval sokrétűbben megmutatkozhat idegenforgalmi szempontból:

- A külpolitikai kapcsolatok révén államközi megállapodások különböző mértékben segíthetik a turizmust, ilyen a két ország közötti kölcsönös

vízummentesség, vagy éppen a Schengeni-övezeten belüli ellenőrzés nélküli határátlépés.

- Belpolitikai krízisek vagy döntések negatívan befolyásolhatják az ágazatot, például a politikai okokból zajló egyiptomi lázongások, vagy éppen a 1990-es években zajló türkménisztáni belpolitikai változás – Szapamurat Nyijazov hatalomra kerülése –, amikor turizmust teljes mértékben korlátozták.
- Más oldalról a politika az, amely a gazdasági erőforrásokat a turizmusra és annak fejlesztésére fordíthatja (pl. az Európai Unió forrásai révén a tagállamok turizmusfejlesztése), adókedvezményeket adhat, adót vethet ki, illetve turisztikailag preferált (pl. kiemelt üdülőkörzetek) és tiltott területeket jelölhet ki (pl. a nemzeti parkok magterületei).

A politika, mint környezeti tényező alapjaiban határozza/határozhatja meg a turisztikai ágazatot, ideális esetben azonban csupán forráselosztó és koordináló szerepet vállal a modern turizmusban. A környezeti elem minősítésének (11. táblázat) alapja a célterület turizmusának és turizmusfejlesztésének támogató vagy korlátozó politikai folyamatai.

11. táblázat: A politikai környezet minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	Kiemelkedő hazai és nemzetközi források, államilag preferált idegenforgalmi fejlesztések, reális adóterhek.	kiemelkedő
4	Jelentős hazai és nemzetközi források, államilag támogatott turizmusfejlesztés.	jelentős
3	Elérhetőek a hazai és nemzetközi források, a fejlesztések támogatása eseti döntésen alapul.	átlagos
2	Kevés forrás a fejlesztésekre, a turizmus támogatása alacsony, irreális adóterhek.	szerény
1	A fejlesztési források teljes hiánya, állami és területi szempontból nem jelenik meg érdekként a turizmusfejlesztés.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.2.6. Tudományos környezet

A turizmus tudományos megközelítésére talán Albrecht Steinecke mutat rá a legtalálóbban, amikor azt írja a turizmus nem csupán egy tudományterület, hanem egy multidiszciplináris kutatásterület, mely számos diszciplína kutatásaira támaszkodhat, illetve ezek eredményeit használja/használhatja fel (STEINECKE, A. 2006), melynek részei az alábbi területek:

- Gazdaságtudomány, mely fejlődésével egyre pontosabban határozza meg a turizmus gazdasági környezetét, a befektetések hatásait és az erőforrás felhasználás.
- Szociológia, ami az idegenforgalmi keresletet, annak tulajdonságait és motivációit vizsgálja, ez által pedig jobban fejleszthető a kínálat a turisták igényei alapján.
- Pszichológia, amivel befolyásolhatók – a marketing révén – a valódi és a potenciális turisták és megnyerhetőek az utazásra.
- Pedagógia, ami fejleszti a fogadóterületek lakosainak hozzáállását a turistákhoz, vagy éppen szakértők képzését biztosítja a középiskoláktól a felsőoktatásig.
- A történelem fontossága megkérdőjelezhetetlen, hiszen az attrakciók egy jelentős része a történelmen alapszik, illetve a 21. század turistáinak „információéhségét” és intellektuális motivációit csak ez a tudományterület elégítheti ki maradéktalanul.
- A földrajz pedig elementáris szerepet képvisel, hiszen ez adja meg az egyes desztinációk hatékony működésének alapját és a fejlesztések irányvonalait a tudományos kutatásai révén.

A felsorolt tudományterületeken túl értelemszerűen számos egyéb diszciplína is hozzájárul a turizmushoz és annak kutatásához, a felvázoltak azonban elengedhetetlen szerepet játszanak az ágazat komplexitásának bemutatásához és értelmezéséhez.

Az elem minősítési besorolása (12. táblázat) az adott desztináció turisztikai tényezőinek és a rájuk irányuló fejlesztések tudományos megalapozottsága adja. Továbbá differenciáló tényezőként jelenik meg a kategorizálás során, hogy a felmérések és a tervezés során komplex, több diszciplína oldaláról megközelített-e a fejlesztés.

12. táblázat: A tudományos környezet minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A teljes érintett diszciplínák, mély és pontos felmérését követően megfelelő terv szerinti releváns fejlesztések, melyek kiterjednek a pontos hatásmechanizmusokra is.	kiemelkedő
4	Széles körű tudományos értékelést követő fejlesztés pontos és célorientált fejlesztési tervvel.	jelentős
3	A fontosabb diszciplínák bevonásával történő fejlesztés, az érintett területek elfogadható felmérése után.	átlagos
2	Néhány tudományterület pontos felmérése után bekövetkező egy – vagy kevés – oldalról alátámasztott fejlesztés.	szerény
1	Ad hoc, hektikus fejlesztések, melyek nem szakértők, hanem főként befektetők magánötleteiből származnak, felületes helyzetértékelést követően.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.2.7. Technológiai környezet

A technológia és annak minden terén lezajlott dinamikus fejlődése igen jelentősen segítette a turisztikai ágazat exponenciális fejlődését. A technológia, mint turisztikai környezet rendkívül sokrétű és sok elemet tartalmaz, melyek közül a fontosabbak kerülnek bemutatásra:

- A közlekedés és annak eszközei a turizmus integrált részét alkotják, mivel a helyváltoztatás és annak változása, fejlődése az ágazat modernizációjának egyik alappontja (VERES L. 2011). Az egyes közlekedési eszközök – vasúti, közúti, légi és vízi – és a hozzájuk kapcsolódó infrastruktúra fejlődése a turizmus tömegessé válását eredményezte, a turizmust forradalmasította (gondolván csupán a „low cost” légitársaságok hatására az ágazatban). Másrészt pedig a

közlekedési eszközök napjainkban már sok esetben önálló vonzerőként jelennek meg például egy sétahajózás vagy éppen egy nosztalgiavasút formájában.

- A technológiai fejlődés az egyes termékek turisztikai területén az ágazat modernizációjában nagy szerepet játszott, erre jó példa az egészségturizmus területén lezajlott szolgáltatási modern wellness és gyógyászati elemek megjelenése, melyek révén a termék és annak élményfaktora új magasságokba került. Továbbá ugyanezen egységen belül az elmúlt évtizedekben megjelenő aquaparkok mára olyan – akár univerzális – vonzerővé léptek elő, melyek alapjaiban határozzák meg egy desztináció tulajdonságait. Mindez a technológiai fejlődésnek a következménye, mely révén újabb és újabb megoldások által igazodott a kínálat a kereslet változó igényeihez.
- Az infrastrukturális feltételek folyamatos javulása, mely egyrésztől javította a desztinációk elérhetőségét és megközelíthetőségét, másrésztől pedig olyan feltételeket biztosított a korábban izolált területek számára, mint például az elektromos áram egy tanyán vagy éppen az internetkapcsolat, melyek napjaink turistájának gyakorlatilag alapszükségletei.
- A legnagyobb hatást ezen környezeti elemen belül az információs technológia vívmányai gyakorolták a turizmusra, sőt alapjaiban változtatták meg a turizmus rendszerét. Az internet és az informatikai eszközök elterjedése és fejlődése a közvetítő szektor degradációját okozta, hiszen napjainkban egy „okostelefon” segítségével gyakorlatilag egy teljes nyaralás megszervezhető (a reptéri transzfertől a repülésen át a szállás és szolgáltatásfoglalásig) néhány perc vagy néhány óra alatt kihagyva bármilyen klasszikus idegenforgalmi közvetítő elemet. A világháló másik jelentős hatása, hogy ha virtuálisan is, de a turista közelebb kerül a desztinációhoz azon információk révén, melyek néhány évtizeddel korábban szinte kizárólag útikönyvekből voltak elérhetőek – megjegyezve hogy ezen információk egy része tudatosan vagy nem, de legalább olyan könnyen félreinformálja a keresletet, mint amennyire utazási motivációt vált ki.

Összegezve elmondható, hogy a technológiai környezet azon elem a turizmus környezetében, mely talán a legnagyobb hatással volt az ágazat fejlődésére és változására, mivel nem csupán a mennyiségi és a minőségi jellemvonásokat befolyásolta, hanem magára a turizmus rendszerére hatott visszafordíthatatlan mértékben.

A technológia, mint turizmuskörnyezeti elem minősítési besorolásának (13. táblázat) az alapja, hogy egy adott desztinációban, milyen szintű technológiai elemek kerülnek alkalmazásra, illetve milyen mértékben szolgálja ki a kereslet ez irányú igényeit.

13. táblázat: A technológiai környezet minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A desztináció elérhetősége/megközelíthetősége minden keresleti igényt kielégítő és sokrétű, a célterületen alkalmazott technológiai eljárások az elérhető legmagasabb színvonalúak.	kiemelkedő
4	A desztináció elérhetősége/megközelíthetősége igazodik a keresleti igényekhez, modern technológiai eljárások alkalmazása.	jelentős
3	A desztináció elérhetősége/megközelíthetősége megfelelő, megjelennek helyenként a modern technológiai eljárások.	átlagos
2	A desztináció elérhetősége/megközelíthetősége nehézkes, a technológiai eljárások elfogadhatóak, esetenként hiányosak.	szerény
1	A desztináció elérhetősége/megközelíthetősége problematikus, a technológiai eljárások igen hiányosak.	elhanyagolható

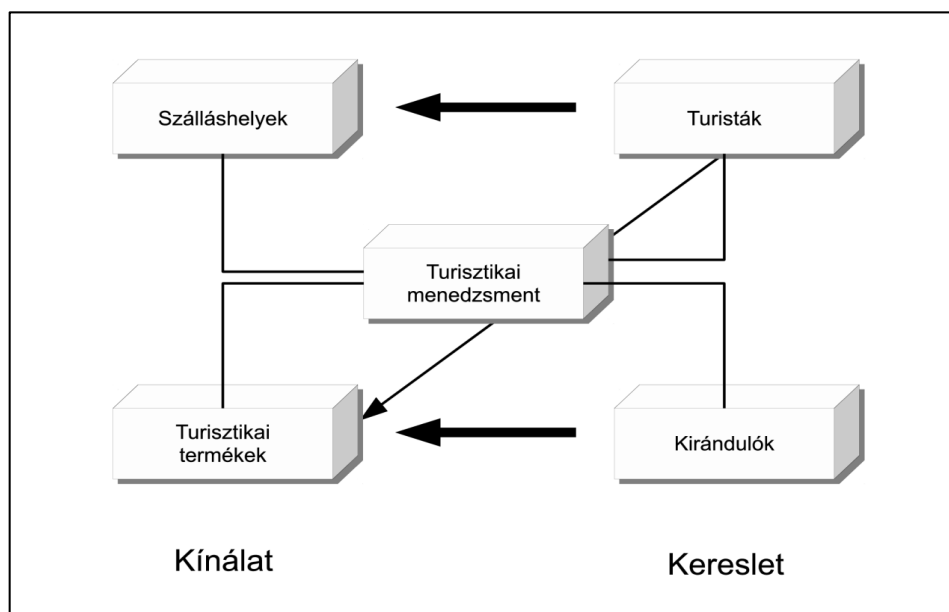
Forrás: saját szerkesztés

5.3. A turizmus helyzetértékelése

A turizmus mindenkori aktuális helyzetét felmérni, értelmezni és természetesen értékelni kell egyrészt az adott desztináció környezete, másrészt pedig az ebből fakadó idegenforgalmi potenciál függvényében.

Az értékelés kiterjed a fő kínálati és keresleti egységekre, illetve a menedzsmentre, mely koordináló és marketing tevékenysége révén összeköti és harmonizálja a látogatókat a szolgáltatásokkal (16. ábra).

16. ábra: A turizmus helyzetértékelésének elemei és kapcsolódásuk



Forrás: saját szerkesztés

Az értékelés nem tartalmazza a klasszikus értelemben vett „közvetítő szektort”, mert az jellemzően nem csupán a desztinációhoz kötődik, így felmérése nem képezi a tárgyát a munkának, hiszen például Pécs esetében csak országos viszonylatban százas nagyságrendű azon utazási irodák száma, melyek szerveznek a városba utakat, de fizikailag nem állnak kapcsolatban a településsel. Azonban tartalmazza a kínálati oldalon a szezonalitást, mint a desztináció időben történő elérhetőségének alapvető jellemzőjét, illetve a keresleti oldalon az egyén szerepét a desztináció formálásában, mely nagyban járul hozzá a célterület aktuális idegenforgalmi folyamataihoz.

5.3.1. A desztináció termékkínálata

Az egyes célterületek termékkínálata természetesen függ a környezeti erőforrásoktól, illetve a rájuk irányuló fejlesztésektől, hiszen példának okáért egy gyógyvízzel rendelkező területre épülhet gyógyfürdő, de gyógyminősítés hiányában ugyanazon vízre strandfürdő is épülhet élményelemekkel. Ennek következtében a desztinációk termékei rendkívül sokrétűek lehetnek, melyek besorolása mind a hazai, mind a nemzetközi terminológiában problematikus az egyes termékek termékcsoportokon belüli átfedései okán (pl. az aktív- és a sportturizmusba egyaránt sorolható termékek problémaköre).

A hazai turizmuselméletben elterjedt felosztás alapján három csoportba sorolhatóak a turisztikai termékek (MICHALKÓ G. 2011):

- Térspecifikus turisztikai termékek, ahol a tér sajátosságából adódóan kerül elnevezésre az adott termék (pl. falusi turizmus, tengerparti turizmus).
- Csoportspecifikus turisztikai termékek, amely estében a termékre irányuló keresleti csoport alapján történik a differenciáció (pl. ifjúsági turizmus).
- Tevékenységspecifikus turisztikai termékek közé pedig ez egyes turisztikai tevékenység alapján kialakított termékek tartoznak (pl. lovasturizmus, vadászturizmus, horgászturizmus).

Mindezek alapján a vizsgált desztinációk termékeinek besorolása és minősítése (14. táblázat) egyrészt a saját környezeti erőforrásaik – illetve hozzájuk való kapcsolódásuk –, másrészt pedig egymáshoz viszonyított kapcsolódásuk alapján történik.

14. táblázat: A desztináció termékkínálata

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A célterület turisztikai termékei harmonizálnak egymással, illetve megfelelő fejlesztések hatására a maguk kategóriájában az alapjukat jelentő vonzerőhöz viszonyítva kiemelkednek.	kiemelkedő
4	A desztináció turisztikai termékei jellemzően összhangban vannak, néhány közülük az alapjukat jelentő vonzerőkhöz viszonyítva kiemelkedik.	jelentős
3	A célterület turisztikai termékei koncepcionálisan illeszkednek egymáshoz, egy vagy néhány termék fejlesztése révén kiemelt szerepet tölt be.	átlagos
2	A desztináció idegenforgalmi termékei és azok fejlesztése egyoldalú, a beruházások csupán a potenciálisan kiemelkedő termék(ek)re irányulnak.	szerény
1	A térség termékei az alapjukat jelentő vonzerőben rejlő idegenforgalmi potenciálhoz viszonyítva alig vagy kevéssé fejlesztettek, a hektikus vagy sikertelen beruházásoknak köszönhetően.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.3.2. A desztináció szálláshelykínálata

Hazánk szálláshelyeinek besorolását 2009-ig a 45/1998. (VI.24.) IKIM rendelet, illetve annak módosítása az 54/2003. (VIII.29.) GKM rendelete szabályozta. Ezen rendeletek alapján 10 kereskedelmi szálláshely – I. Szálloda (szálloda étteremmel), II. Gyógyszálloda, III. Wellness szálloda, IV. Garniszálloda (szálloda étterem nélkül), V. Apartman szálloda, VI. Panzió, VII. Kemping, VIII. Üdülőház, IX. Turistaszálló, X. Ifjúsági szálló –, illetve 2 magánszálláshely – I. fizetővendéglátó szálláshely, II. falusi szállásadás – kategória került kialakításra.

Ezt követően 2009-ben a 239/2009. (X.20.) Kormányrendelet egy teljesen új besorolást hozott, mely az üzleti tevékenység alapján különíti el a szálláshelyeket a következőképpen (KÁTAY Á. 2012):

- Üzleti alapon és kizárólag szálláshely-szolgáltatás nyújtása céljából létesített szálláshelyek, mely kategóriába tartozik: 1. szálloda, 2. panzió, 3. kemping, 4. üdülőház, 5. közösségi szálláshelyek (korábban turistaszálló és ifjúsági szálló).
- Üzleti alapon, de nem kizárólag szálláshely-szolgáltatás rendeltetéssel létesített szálláshelyek, melybe két kategória került besorolásra: 1. egyéb szálláshely (korábban fizetővendéglátó szálláshely), 2. falusi szállásadás.
- Nem üzleti célból működtetett szálláshelyek közé pedig olyan elemek sorolhatóak mint az ifjúsági táborok, hegyi menedékházak, oktatási intézmények vendégházai vagy éppen a diákotthonok és kollégiumok.

A bemutatott két kategorizálás szükséges, hiszen a szálláshelyek vendégforgalmi mutatói – melyet évről-évre a Központi Statisztikai Hivatal közöl – ezen besorolás alapján értelmezhető, illetve a hosszabb távú idegenforgalmi trendek értelmezéséhez nem elégséges a 2009. év utáni statisztikák ismertetése. Megjegyezhető továbbá, hogy a az új besorolásban a falusi szállásadás újraértelmezése okán hazánk egész területén lefeleződtek/leharminadolódtak a kategória mutatószámok, ennek a modell gyakorlati alkalmazásánál lesz jelentősége a későbbiekben.

A desztinációk szálláshelyeinek minősítése (15. táblázat) a fentiekben bemutatott kettős kategorizáláson alapszik, azonban a besorolások elemeit önmagukban nem tekinti elégségesnek, mivel egy adott desztináció autentikusságának a jelentősége éppolyan fontos, mint a szolgáltatások minősége. Így a minősítési kategóriák azt is

figyelembe veszik, hogy a célterület szálláshelyei mennyire illeszkednek környezetükbe.

15. táblázat: A desztináció szálláshelykínálata

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A terület szálláshelyei, mind mennyiségben, mind minőségben teljes mértékig igazodnak a desztináció turisztikai termékeihez és a rájuk irányuló kereslethez.	kiemelkedő
4	A desztináció szálláshelyei döntően igazodnak a terület turizmusához, a kereslet igényeit kielégítik.	jelentős
3	A célterületen található szálláshelyek a keresleti igények egy részét kielégítik, azonban vagy minőségbeli vagy kapacitásbeli hiányosságok figyelhetők meg.	átlagos
2	A desztináció szálláshelyei jelentős minőségi és mennyiségi eltérést mutatnak a kereslet igényeihez viszonyítva, így a térségbe érkező turisták választásának szabadságfoka alacsony.	szerény
1	A célterület szálláshelystruktúrája hiányos, a területre érkező turisták nem az igényeiknek megfelelően, hanem a rendelkezésre álló elérhető szálláshelyek közül kénytelenek választani.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.3.3. Szezonalitás

A szezonalitást számos külföldi kutató (LANDGREBE, S. 2000; FREYER, W. 2009) egyértelműen idegenforgalmi környezeti elemként azonosítja, azonban a hazai terminológia alapján a kínálthoz kapcsolódik, így itt kerül elemzésre és minősítésre. Az elem közvetlenül és közvetve egyaránt igen jelentős mértékben tudja befolyásolni a turizmust az alábbi módokon:

- Elsődlegesen, fontos mert meghatározza, hogy a kereslet az év melyik részében tudja használni a célterület teljes- vagy részszolgáltatásait.

- A szezonális a motivációhoz, illetve a diszkrecionális jövedelemhez is kapcsolódik, mivel a desztináció időbeli elérhetősége módosíthatja az utazási szokásokat.
- Az eltérő célterületek szezonálisbeli különbségei lehetővé teszik az utazások szétdarabolását, így jelentősen befolyásolva az egyes helyszíneken töltött tartózkodási időt, az igénybe vett szolgáltatásokat és a turisztikai kiadásokat.
- Egy másik fontos tényező a szezonálisból eredő szabadidő-felhasználás, mint turisztikai trend, mely igazodik az egyes turisztikai célterületek idegenforgalmi szezonjaihoz. Jól mutatja ezt Tirol példája, mely esetén az Alpok síturizmusa önmagában determinálja a hosszú tartózkodási időt, illetve a téli utazást (MARTON, G. – NEGER, C. 2011/a; 2011/b), mely egyfajta szembenállást jelent a klasszikus nyári vízparti utazásokkal szemben.

A szezonális minősítése (16. táblázat) az idegenforgalmi desztinációk oldaláról történhet. Úgy, hogy egy adott célterület mikor tudja fogadni a rá irányuló keresletet, így mennyire tud időben a turisták és kirándulók rendelkezésére állni.

16. táblázat: A szezonális minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	Egész évben látogatható desztináció, mely az év bármely szakaszában azonos élményt nyújt.	kiemelkedő
4	Egész évben látogatható desztináció, azonban nem tud az év bármely szakaszában azonos élményt nyújtani.	jelentős
3	Az év során szezonálisan – két főszézonnal rendelkező – látogatható desztináció, de az élményfaktor erősen függ az időszaktól.	átlagos
2	Az év során szezonálisan – egy főszézonnal rendelkező – látogatható desztináció, de az élményfaktor igen jelentősen függ az időszaktól.	szerezny
1	Az év során korlátozottan látogatható desztinációk, melyek kizárólag rövid ideig nyújtanak élményt a rá irányuló keresletnek.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.3.4. A desztináció turizmusának menedzsmentje

A desztinációmenedzsment, mint idegenforgalmi fogalom az amerikai kontinensről származik, Európában Thomas Bieger és munkatársai dolgozták ki az elméletét, melyet a németajkú országok egy része már a gyakorlatban is alkalmaz (BIEGER, T. – LAESSER, C. 2002). Hazai viszonylatban az elmúlt évtizedben kerültek kialakításra a menedzsment szervezetek, melyek négy alapvető feladatot látnak el: jövőkép és jövőtervezés, érdekkülönbségek harmonizálása és érdekképviselet, kínálatfejlesztés, illetve marketing (AUBERT A. 2011).

Egy desztináció idegenforgalmi menedzsmentjének értékelése (17. táblázat) sokszor problematikus, mivel sok esetben nem jöttek – még – létre a szervezetek, sok esetben pedig nem fedik a desztinációt. Mindezek mellett munkájuk rendkívül széleskörű, így minősítésükhöz a gyakorlatban több aspektust kell vizsgálni (tevékenységi terület, tagság, együttműködések, marketing stb.), majd ezek értékelése után lehet csak felmérni a célterület ezen elemét.

17. táblázat: A desztináció turizmusának menedzsmentje

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	Hatékony, széles körű turisztikai menedzsment tevékenység, mely hatásai láthatóak a desztináció idegenforgalmában.	kiemelkedő
4	A célterület turisztikai menedzsmentje jól működik, munkájuk hatása megfigyelhető a térség néhány idegenforgalmi folyamatában.	jelentős
3	A desztinációban rejlő lehetőségekhez képest alacsony hatékonyságú turisztikai	átlagos
2	A desztináció nem rendelkezik turisztikai menedzsmenttel, azonban a helyi szervezetek és önkormányzatok tevékenységük révén igyekeznek koordinálni a turizmust.	szérsény
1	A desztinációban nincs sem turisztikai, sem pedig a turizmusra ható egyéb menedzsment tevékenység.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.3.5. A marketing szerepe a turizmusban

A turizmusmarketing – azon belül a desztinációmarketing vagy D-marketing – az idegenforgalom jellegéből adódóan messzemenően túlmutat a klasszikus promóción és értékesítésen, mellyel a hagyományos marketingben találkozhatunk, hiszen az ágazatban értékesített termékek nem materiálisak. Ez által pedig gyakorlatilag élményt kell eladni a turistáknak, mely sem nem raktározható, sem be nem pótolható az értékesítés elmaradása esetén (STOLPMANN, M. 2007). A turizmusmarketing sok tényezőből épül fel, közülük a fontosabb részek kerülnek az alábbiakban bemutatásra egy-egy gyakorlati példához kapcsolva, melyek az idegenforgalmat meghatározzák vagy befolyásolják:

- A marketing kínálat bemutatásra, promótálásra és márkáépítésre egyaránt szolgál, nélküle nem érhető el, hogy egy desztináció vagy egy termék valódi „brand”-ként jelenjen meg az idegenforgalmi piacon. Ez következetes marketingtevékenységet igényel, melynek része a konzekvens kommunikáció, szlogen és logóhasználat, de a keresleti oldal visszajelzési lehetőségeinek megteremtése is. Természetesen a felvázoltaktól még önmagában nem válik sikeressé egy desztináció, azonban nélkülük biztosan nem. Jó példa erre néhány fürdővárosunk (pl. Bük, Zalakaros, Hajdúszoboszló) konzekvens fejlesztése és fejlődése, illetve korábban a piac egyik vezetőjének Harkánynak visszaesése.
- A marketing a turisztikai keresletre irányul, általa és vele győzik meg a turistákat, hogy az adott terméket, desztinációt válasszák. Ez megtörténhet hagyományos és online promótálással, kedvezményekkel vagy engedményekkel, járulékos szolgáltatásokkal, melyek révén az adott szolgáltató/terület versenyképessége ugyan nem feltétlenül nő, azonban a rá irányuló kereslet igen. Erre kiváló példa a hotelek 2 éjszakát fizet, de 3 éjszakát tartózkodhat akciói, vagy a szobafoglalás mellé járó ingyenes jegyek/belépők a desztináció szolgáltatóihoz.
- Az internet természetesen az idegenforgalmi marketinget is megváltoztatta, mely hatására olcsóbb és gyorsabb lett a tevékenység, egyrészt a klasszikus médiában való megjelenéshez viszonyítva a töredékébe kerül, másrészt pedig szegmentáltan juthat el az ajánlat a potenciális keresleti csoportokhoz. Az online marketing egy szélsőséges megjelenése lehet a kisebb költségvetésű szolgáltatók

csatlakozása kuponoldalakhoz (pl. Bonusz Brigád), melyek során a bevételeiből ugyan veszt, azonban jelentős ismertségre tehet szert.

- A turizmusmarketing gyakorlati megjelenése és módszerei profitorientált jellegéből adódóan számos problémakört érint. Közülük a legjelentősebb a „nem reális képet nyújtó” termék- vagy desztináció-kommunikáció, melyre számos példát láthatunk, melyek során olyan sarkításokat alkalmaznak a szakemberek, amik a keresletet, ha nem is félretájékoztatják, de mindenképpen az előnyös tényezőket emelik ki, míg a negatívumokat elhallgatják. Ezt jól mutatja az Észak-Afrikai országok szállodáinak besorolása, mely átlagosan egy kategóriával magasabb értékelést kap, mint a hasonló európai hotelek, mely differenciával a turista általában csak a megérkezésekor szembesül.

A bemutatott néhány példa jól szemlélteti a marketing hatását a turizmus környezetére, ez a hatás desztinációnként természetesen más és más intenzitású, azonban összegezve az mindenképpen elmondható, hogy mind a kereslet, mind pedig a kínálat oldalán jelentős változásokat tud indukálni.

A marketing, mint idegenforgalmi tényező minősítése (18. táblázat) a turizmusmarketing realitása és hatékonysága alapján történt.

18. táblázat: A turizmusmarketing minősítési kategóriái

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	Globális, kereslet alapú többcsatornás professzionális marketingtevékenység. Önálló márkaként való megjelenés a piacon.	kiemelkedő
4	Keresleti szegmentálás alapján végzett marketingtevékenység, mely pozitívan befolyásolja a desztináció piaci helyzetét.	jelentős
3	Keresleti szegmentálás nélküli egy vagy többcsatornás marketingtevékenység.	átlagos
2	Hektikus, alacsony szintű marketingtevékenység, jellemzően forráslehívásból eredő kötelezettség miatt.	szerény
1	A marketingtevékenység teljes hiánya.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.3.6. Az egyén szerepe a turizmus

Az egyén szerepe a turizmusban rendkívül fontos, hiszen individuális és csoportos szinten a turisták a viselkedésük révén megváltoztatják/megváltoztathatják egy desztináció tervezett arculatát (pl. Mallorca és Ibiza). A kínálat oldalról nézve pedig a célterület domináns szereplőinek ötletei szintén befolyásolják a vonzerőre irányuló keresleti szegmenseket a területen.

- A kereslet motivációját rendkívül széles körű vonzerők válthatják ki, ezek alapját mindig a kereslet igényei határozzák meg, hiszen egyetlen turista sem fog igénybe venni olyan turisztikai szolgáltatást, mely nem kelti fel az érdeklődését. Vannak olyan turisztikai termékek és célterületek, melyek állandó motivációt váltanak ki a kereslet oldalán – tengerpartok, hegységek, városok stb. –, ezek jelentik a szegmentáció alapját. A kereslet mindemellett dinamikusan változik, hiszen alapelem az emberi individuum, így értékelése és prognosztizálása precíz és gyors vizsgálatokat igényel (SONG, H. – LI, G. 2010).
- A motiváció és annak változásai következtében vázolhatóak fel a turisztikai kínálat trendjei és ezek alapján vizsgálható mind a kereslet, mind pedig a kínálat, és annak változása – mely alapvetően a mindenkori kereslet igényei alapján kerül fejlesztésre. Napjaink globális világturisztikai trendjei közül kiemelkedik a szenior korosztály folyamatos növekedése, az általános iskolai végzettség növekedésével az információ utáni vágy, a környezettudatosság és az egészségturisztikai szolgáltatások iránti igény (AUBERT A. 2010), melyek párhuzamosak klasszikus tömezturisztikai trendekkel.
- A kereslet és azon belül az egyéni utazási döntéshozatal egy másik igen jelentősen befolyásoló tényezője a divat. Ezt jól támasztja alá Olga Lysikova tanulmánya, mely a nemrégiben piacra lépő orosz keresleti trendeket foglalja össze és amelyben kiemeli, hogy bizonyos vonzerők (Vörös-tenger melletti 5 csillagos hotel; Phuket sziget tengerpartja, ahol James Bond filmforgatás zajlott; stb.) látogatása divathullámként jelenik meg a vizsgált keresleti oldalon és elemeiben határozzák meg az utazási döntéshozatalt felülírva akár az egyén alapvető érdeklődési körét (LYSIKOVA, O. 2012).
- A presztízsutazások szintén kiemelkedő keresletet befolyásoló tényezők, mely az egyénre és annak döntéshozatalára hatnak. Ezen turisztikai termékek jelentős

része a luxushoz és az exkluzivitáshoz kapcsolódó viselkedésformákhoz köthető, mely által egyfajta idillikus, álomszerű, elérhetetlen képet nyújt az „átlagos” turisták számára (RILEY, R. 1995). Az említett képet jellemzően desztinációk töltik be, mint Monte Carlo vagy Dubai, de a termékek között is fellelhetőek, mint az űrturizmus vagy éppen a sarkvidéki utazások.

Az egyén és annak döntéshozatala a turisztikai célterületek egyik legfontosabb komponense, mivel a keresleti „feedback” mechanizmusok révén alapjaiban képes kialakítani vagy éppen a saját igényei alapján megváltoztatni az egyes turisztikai desztinációkat.

Az egyén szerepét a desztinációban és annak formálásában nem lehet klasszikusan minősíteni, így az elem kategorizálása (19. táblázat), a desztináció által kiváltott hatások alapján történik, mely hatással lesz a kereslet motivációira és az egyéni döntéshozatalra.

19. táblázat: Az egyén szerepének minősítése a turizmusban

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A desztináció innovatív vagy presztízs alapú megoldásai révén jelentősen befolyásolja a keresletet.	kiemelkedő
4	A desztináció ugyan nem piacvezető, de jelentős innovációval bír, így a keresleti szegmenseket jelentősen befolyásolja.	jelentős
3	A célterület néhány terméke jelentősen befolyásolja a keresletet, de nem jelent a piacon kontinentális vonzerőként.	átlagos
2	A desztináció vonzerői csekély mértékben befolyásolják a keresleti döntéshozatalt, általában kényelmi vagy pénzügyi okok vezetnek a realizálódó utazásokhoz.	szérsény
1	A célterület az idegenforgalomban sablonos, elavult fejlesztéseket vagy megoldásokat alkalmaz.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.3.7. A desztináció turistaforgalma

Az egyes desztinációk turistaforgalmát jellemzően abszolút számokban szokás megadni és elemezni, ez azonban kevés információt jelent, hiszen egy fürdőváros esetében az 5000 vendég évente elég szerény, míg egy falusi vendéglátó esetében kiemelkedően magas mutatónak számít. Ebből kiindulva definiálja O'REILLY 1986-ban a turisztikai teherbíró képesség fogalmát (O'REILLY A. M. 1986), melyet a magyar terminológiában RÁTZ TAMARA fejt ki széles körben (RÁTZ T. 1999).

A turisztikai teherbíró képesség jelentése, hogy mekkora az a turistaforgalom, melyet az adott desztináció fogadni tud, oly módon, hogy az ne vezessen minőségromláshoz a célterület egyetlen komponensében sem. A meghatározás több szempontból értelmezhető, melyek közül a fontosabbak:

- A fizikai teherbíró képesség mutatja meg, hogy desztináció egy adott pillanatban a kapacitásaihoz mérten mekkora forgalmat bonyolít le a rá irányuló kereslet függvényében (pl. kiemelt síközpontok szálláshelyei már ősszel megtelnek).
- Az ökológiai teherbíró képesség az a tényező, ami megmutatja, hogy az adott célterület mekkora számban képes turistákat fogadni anélkül, hogy ökológiai degradációt szenvedne el (pl. egy nemzeti park vagy egy folyó turizmusának korlátozása).
- A gazdasági teherbíró képesség arra mutat rá, hogy mekkora egy desztinációban az a forgalom, amely mellett a helyi vállalkozók nem szorulnak ki a gazdasági életből (pl. a helyi kisboltok gazdasági helyzetének romlása egy nagyobb bolthálózat megjelenése okán).
- A társadalmi teherbíró képesség a turisták azon nagyságrendjét jelöli, amit a helyi lakosság még minden ellenszenv és negatív érzés nélkül el tud fogadni (pl. idegenforgalmi szempontból kiemelten preferált városok sétálóutcái).
- A pszichológiai teherbíró képesség egy olyan szubjektív tényező, mely azt mutatja meg, hogy mekkora azon turisták száma egy célterületen, amely nem okoz élményvesztést az egyes turistáknak, így nem csökkenti a desztináció vonzerejét (pl. klasszikus túlszűfolt tengerpartok).

A bemutatott turisztikai teherbíró képesség és annak csoportosítása alapján kerül minősítésre a desztinációk vendégforgalma (20. táblázat), oly módon, hogy a felvázolt

csoportosítás együttesen kerül értékelésre, kiemelve az egyes célterületek jellemző vonásait.

20. táblázat: A desztináció turistaforgalma

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A desztináció fajlagosan kiemelkedő turistaforgalmat bonyolít le a rendelkezésre álló turisztikai teherbíró képességhez viszonyítva.	kiemelkedő
4	A desztináció fajlagosan jelentős turistaforgalmat bonyolít le a rendelkezésre álló turisztikai teherbíró képességhez viszonyítva.	jelentős
3	A turistafogalom fajlagosan összhangban van a desztináció turisztikai teherbíró képességével.	átlagos
2	A célterület turistaforgalma fajlagosan alacsonyabb szintű, mint a terület turisztikai teherbíró képessége.	szerény
1	A célterület turistaforgalma fajlagosan elhanyagolható a terület turisztikai teherbíró képességéhez viszonyítva.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.3.8. A desztináció kirándulóforgalma

A turisztikai célterületek kirándulóforgalmára szintén az előző pontban bemutatott turisztikai teherbíró képesség kerül alkalmazásra, hiszen a kirándulók éppúgy hatással vannak a desztináció fizikai, ökológiai, gazdasági, társadalmi és pszichológiai jellemzőire, csupán nem töltenek el vendégéjszakát a területen. Mindezek mellett sok esetben a kirándulóforgalom egy preferált területen további terhelést is jelent, gondolván például a (tömeg)közlekedési eszközök belvárosban vagy annak környékén kialakított parkolóira, éppen a jelentős kirándulóforgalom miatt.

A kirándulóforgalom és annak turisztikai potenciál szempontjából történő minősítése (21. táblázat) ebből kifolyólag szintén fajlagosan történik, így pontosabban értelmezhetőek desztinációs szinten, illetve megfelelő összevetési alapot jelentenek.

21. táblázat: A desztináció kirándulóforgalma

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A desztináció fajlagosan kiemelkedő kirándulóforgalmat bonyolít le a rendelkezésre álló turisztikai teherbíró képességhez viszonyítva.	kiemelkedő
4	A desztináció fajlagosan jelentős kirándulóforgalmat bonyolít le a rendelkezésre álló turisztikai teherbíró képességhez viszonyítva.	jelentős
3	A kirándulóforgalom fajlagosan összhangban van a desztináció turisztikai teherbíró képességével.	átlagos
2	A célterület kirándulóforgalma fajlagosan alacsonyabb szintű, mint a terület turisztikai teherbíró képessége.	szerény
1	A célterület kirándulóforgalma fajlagosan elhanyagolható a terület turisztikai teherbíró képességéhez viszonyítva.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

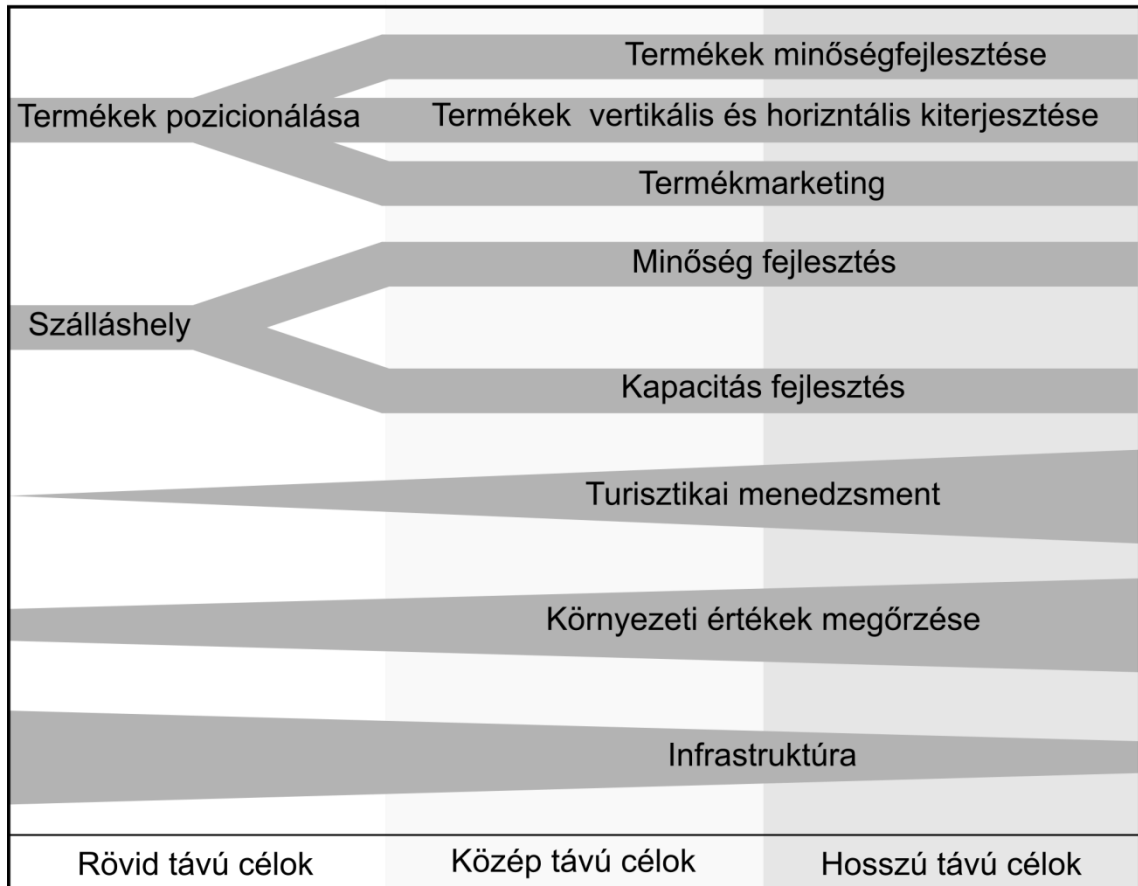
5.4. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés folyamata

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés mellett, hogy egy általános széles körűen alkalmazható turizmusfejlesztési koncepció egyben egy szemléletmód is, mely alapját a precíz és komplex idegenforgalmi helyzetfelmérés, illetve az erre épülő reális eredményeket célzó fejlesztés adja. Ennek alapja az előző fejezetekben felvázolt környezeti elemek és aktuális turisztikai helyzet helyes értékelése, illetve a belőlük levonható következtetések, hogy az adott elem támogatja, relevánsan nem befolyásolja, vagy éppen ellehetetleníti az adott turizmusfejlesztést. Majd ezt követően történik a desztinációban zajlott korábbi idegenforgalmi beruházások minősítése, illetve a további fejlesztésnek a hasonló elvű és a lehető legpontosabb meghatározása.

A fejlesztési egység öt elemből áll össze, mely komponensek sarokpontja a fejlesztéseknek: környezeti elemek és értékek, infrastruktúra, szálláshelyek, turisztikai termékek, illetve idegenforgalmi menedzsment (17. ábra). Az elemek a fejlesztési

folyamatokban kerülnek bemutatásra: rövid-, közép- és hosszú távú fejlesztési céljaik függvényeként értelmezve.

17. ábra: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés sematikus váza



Forrás: saját szerkesztés

5.4.1. A környezeti értékek a turizmusfejlesztés során

A környezeti értékek és azok változását a turizmus fejlesztésének függvényében ERLET CATER értelmezi NEUMANN JÁNOS és OSCAR MÖRGENSTERN játékelmélete alapján, mely szerint egy kétszereplős helyzetben kényszerűen nyertes és vesztes pozíciók alakulnak ki (CATER, E. 1995; NEUMANN, J. – MÖRGENSTERN, O. 1944). A hazai szakirodalomba az elméletet Puczkó László vezeti be, aki értelmezi a szituáció potenciális kimeneteleit (PUCZKÓ L. 1999):

- Turizmus nyertes/környezet nyertes – például egy hatékonyabb technológia bevezetésével olcsóbb a turisztikai termék előállításra és egyúttal kisebb a környezeti terhelés is.
- Turizmus nyertes/környezet vesztes – például egy vízparti üdüőlhely kialakítása, mely szükségszerűen a környezet átalakításával jár.
- Turizmus vesztes/környezet nyertes – például egy potenciális üdüőlhely védetté nyilvánítása, mely okán elmarad a beruházás.
- Turizmus vesztes /környezet vesztes – például amikor ipari beruházás történik, így idegenforgalmi célra nem hasznosítható, de a környezet is irreverzibilis változásokat szenved el.

A bemutatott elmélet alapján került kialakításra a fejlesztési elem minősítése (22. táblázat) főként azon aspektus figyelembevételével, hogy az egyes desztinációkban zajló beruházások, milyen mértékben veszik figyelembe a környezet, illetve elemeinek védelmét, állapotuk fenntartását.

22. táblázat: A környezeti értékek megőrzésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A környezet és a környezeti elemek minőségének megőrzése alapvető fontosságú a fejlesztések során.	kiemelkedő
4	A környezet és értékeinek megőrzése fontos és szükséges, ebből adódóan ez a fejlesztés minden elemében megjelenik.	jelentős
3	A gazdasági érdekek miatt a környezet és elemei degradálódnak, azonban a rájuk irányuló terhelés a lehető legcsekélyebb mértékű.	átlagos
2	A környezeti értékek fenntartása megjelenik a beruházások során, azonban a gazdasági rentabilitás az elsődleges.	szerény
1	A környezet és a környezeti elemek fenntartása és megőrzése nem szerepel a fejlesztési prioritások között.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.4.2. Az infrastruktúra fejlesztése

Az infrastrukturális fejlesztések legyen szó akár klasszikus értelemben vett, akár idegenforgalmiról, egyaránt szerves részét képezik a turizmusfejlesztésnek a legegyszerűbb közműhálózattól a legkomplexebb fürdőkomplexumokig.

Az infrastrukturális fejlesztések minősítése (23. táblázat) esetén azon szempont került vizsgálatra, hogy a beruházások mennyire és milyen módon igazodnak a célterület környezetéhez, illetve milyen mértékig elégítik ki a keresleti igényeket. Hiszen lehet bármilyen professzionális egy fejlesztés, ha nem harmonizál a desztináció környezeti adottságaival (pl. modern, de tájidegen erdei vasút), vagy éppen nem felel meg a turisták igényeinek (pl. tradicionális értékek modern kiegészítőkkal történő felruházása).

23. táblázat: Az infrastruktúra fejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A környezeti erőforrásokhoz és az azokon alapuló turisztikai elemekre épülő, a kereslet igényeihez igazított széles körű infrastruktúrafejlesztés.	kiemelkedő
4	A kereslet igényei alapján zajlanak a széles körű beruházások, azonban nem fedik le teljes mértékben az idegenforgalmi igényeket.	jelentős
3	Az infrastruktúra néhány eleme jelentősebb fejlesztésre kerül, azonban ez nem tekinthető általános keresleti igényeket kielégítő beruházásnak.	átlagos
2	Minimális volumenű infrastruktúrafejlesztés jellemzi a desztinációt, mely nem elégíti ki a kereslet igényeit.	szérsény
1	Az infrastruktúra fejlesztése csak akkor realizálódik amikor már nincs további lehetőség a beruházás halasztására.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.4.3. A turisztikai menedzsment fejlesztése

A turisztikai menedzsment, illetve annak fejlesztése komplex kérdéskör, mely részben kifejtésre került a turizmus aktuális helyzetének értékelésénél. Annyival azonban mindenképpen kiegészíthetők a leírtak, hogy a menedzsment fejlesztése ellentétben a klasszikus beruházásokkal egy folyamat, így nem feltétlenül rendelkezik végcéllal, hiszen mindig lehet új szereplőket, eseményeket, tevékenységet bevinni a koordinációba.

A menedzsment fejlesztésének értékelése (24. táblázat) a felvázoltakból eredően némileg statikus az egyéb fejlesztési pontokhoz viszonyítva, hiszen elviekben koordináló szervezet nélkül is lehet sikeres egy célterület, de meglétével is stagnálhat egy desztináció, viszont szerepe napjaink turizmusában mindezek ellenére vitathatatlan.

24. táblázat: A turisztikai menedzsment fejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A turisztikai menedzsment szakmailag koordinálja a desztináció idegenforgalmi fejlesztéseit, mely során a szervezet és a térség szolgáltatói együttműködése erősödik.	kiemelkedő
4	A menedzsment szervezet hatékonyan, de nem mindenre kiterjedően segíti a térség turizmusának fejlesztését.	jelentős
3	A menedzsment szervezet csupán a desztináció turizmusfejlesztésének egy részében vagy néhány jelentősebb termékekre/szálláshelyre irányuló beruházásban tud felvállalni koordináló szerepet.	átlagos
2	A desztináció turizmusában érintett menedzsment szervezet nem tudja koordinálni a terület idegenforgalmi fejlesztéseit.	szerény
1	A desztináció nem rendelkezik menedzsment szervezettel.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.4.4. A szálláshelyek fejlesztése

A szálláshelyek fejlesztése alapvetően két részre osztható fel: a kapacitásfejlesztésre, illetve a minőségfejlesztésre. Mindkét tényező fontos, és minden esetben a keresleti igények határozzák meg, hogy a desztinációban melyre van szükség az adott fejlődési szakaszban, hiszen egész mások a turisták igényei egy nagyvárosi célterületen, mint egy rurális desztinációban.

A fejlesztési elem minősítése (25. táblázat) ezen szálláshelyfejlesztési elven, illetve azon alapszik, hogy a keresleti igényeken túl a beruházás mennyire harmonizál a környezetével, hiszen nem épülhet modern luxushotel egy ökoturisztikai desztinációban anélkül, hogy az ne veszítené el autentikusságát.

25. táblázat: A szálláshelyfejlesztés minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A szálláshelyek kapacitásbeli és minőségbeli széleskörű fejlesztése a desztináció erőforrásaihoz és a rá irányuló keresleti igények alapján történik.	kiemelkedő
4	A szálláshelyekre irányuló fejlesztések a kereslet igényei alapján történnek a környezeti erőforrások szem előtt tartásával, a beruházások fedik a desztináció igényeit.	jelentős
3	A szálláshelyfejlesztések a keresleti igényeken alapulnak, azonban külső vagy belső tényezők hatására azoknak csak egy része valósul meg.	átlagos
2	A szálláshelyek minőségi és/vagy mennyiségi fejlesztése minimális vagy hektikus és főként a kínálati oldal ötletei nem pedig a valós keresleti igények alapján történik.	szerény
1	Nem valósulnak meg szálláshelyfejlesztési beruházások a desztinációban.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.4.5. A turisztikai termékek fejlesztése

A turisztikai termékfejlesztés első lépése mindig a termék pozicionálása, majd ennek függvényében zajlik a minőségfejlesztés, illetve a termék vertikális és horizontális kiterjesztése, továbbá a keresletre irányuló marketing tevékenység. Mindezekon túl pedig a célterületen belül szükséges a termékharmonizáció, hiszen az nem lehetséges, hogy a desztináción belül minden termék központi elemként kerüljön besorolásra, így hierarchiát kell kialakítani.

A termékfejlesztés minősítése (26. táblázat) a leírtakon túl, azon alapszik, hogy igazodik-e a keresleti igényekhez, továbbá milyen mértékben tartják a beruházók szem előtt a desztináció környezeti értékeit, melyek a turisztikai termékek magját képező vonzerőket adják.

26. táblázat: A termékfejlesztés minősítése

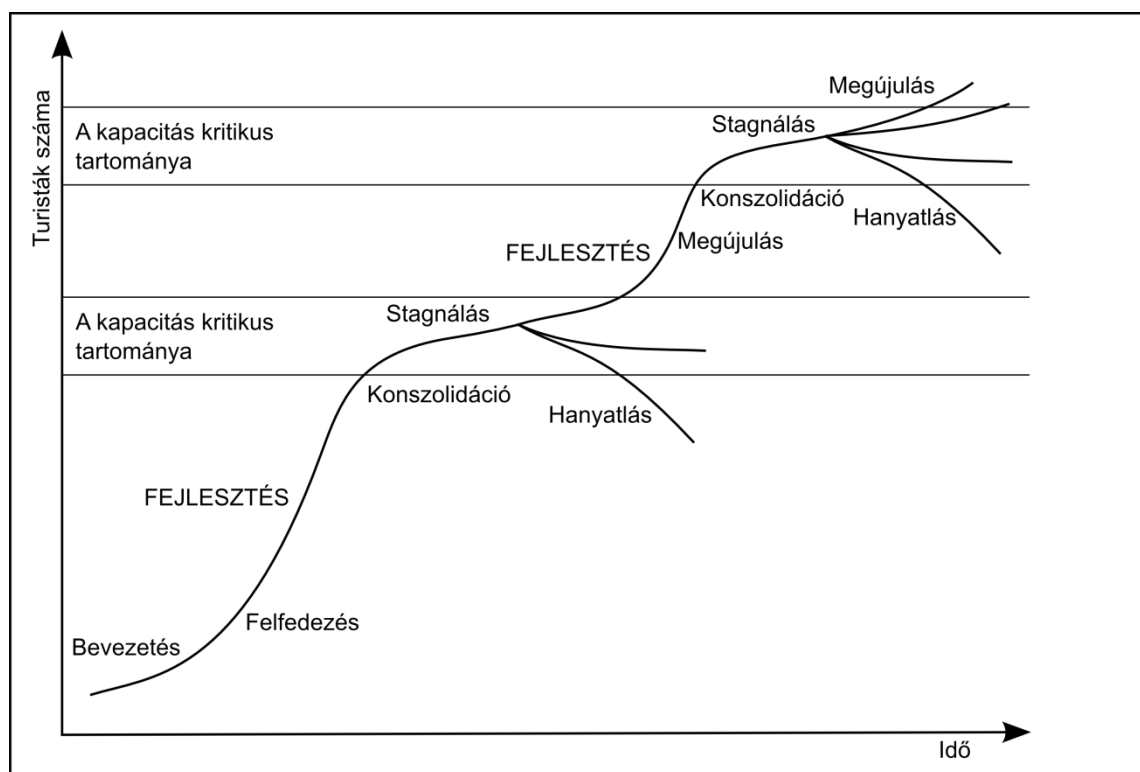
#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A turisztikai termékek mennyiség és minőségbeli széleskörű fejlesztése a desztináció erőforrásaihoz és a rá irányuló keresleti igények alapján történik.	kiemelkedő
4	Az idegenforgalmi termékekre irányuló fejlesztések a kereslet igényei alapján történnek a környezeti erőforrások szem előtt tartásával, a beruházások fedik a desztináció igényeit.	jelentős
3	A termékfejlesztés a keresleti igényeken alapul, azonban külső vagy belső tényezők hatására azoknak csak egy része valósul meg.	átlagos
2	A termékek minőségi és/vagy mennyiségi fejlesztése minimális vagy hektikus és főként a kínálati oldal ötletei nem pedig a valós keresleti igények alapján történik.	szerezny
1	Nem valósul meg turisztikai termékekre irányuló beruházás a desztinációban.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

5.4.6. A turisztikai fejlesztések egymásra épülése

A bemutatásra került fejlesztési elemeken túl ki kell egészíteni az elméletet azzal, hogy egy desztináció turisztikai beruházásai jellemzően folytatólagosak a korábbiakkal – még ha jellemzően kisebb egységek is –, de előfordulhat az is, hogy új fejlesztési irányvonal jelenik meg a beruházások során. Mindkét eset közös jellemzője, hogy a fejlesztések egymásra épülnek és a mindenkori aktuális turisztikai helyzet jelenti a kiindulási pontot (18. ábra).

18. ábra: A turisztikai fejlesztések egymásra épülése



Forrás: BUTLER, R. W. 1980 alapján saját szerkesztés

A fejlesztések egymásra épülésének sajátossága, hogy minden újabb beruházási szint megkezdésekor teljes helyzetfelmérés és értékelés szükséges, mivel minden „lépcsőt” önálló egységnek kell tekinteni a kitűzött célok eléréséhez. Ennek hiányában alakulhatnak ki azon problémakörök (pl. a kereslet-kínálat harmonizációjának hiánya, nem megfelelő termékpozicionálás, hiányos infrastruktúra stb.), melyek jelentősen befolyásolják a desztináció turizmusát. Tehát minden fejlesztés önálló egység, így minden esetben a felméréstől a teljes hatásokig végig kell vezetni a beruházást.

6. A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés a gyakorlatban

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés gyakorlati alkalmazása és alkalmazhatósága konkrét desztinációkon keresztül kerül bemutatásra. A mintaterületek kiválasztásánál alapvető fontossággal bírt, hogy a Dél-Dunántúlon helyezkedjenek el a megközelíthetőség miatt, illetve hogy olyan turisztikai desztinációk legyenek, melyekre jelentős beruházások irányultak és irányulnak a jövőben is.

A mintaterületek kijelöléséhez az alapot AUBERT ANTAL, SZABÓ GÉZA és munkatársai által végzett Dél-Dunántúli régió turisztikai magterületeinek vizsgálata jelentette, mely meghatározta azon idegenforgalmi desztinációkat, amelyek hosszútávon meghatározó idegenforgalmi célterületei a régiónak. A magterületek meghatározása kínálati és keresleti paraméterek alapján, a térbeli lehatárolásuk pedig táji, illetve települési alapon történt (AUBERT, A. ET AL. 2007; AUBERT, A. ET AL. 2010).

A magterületi kutatás eredményei a későbbiekben felhasználásra kerültek a Dél-Dunántúli Turisztikai Régió elemzéseinél a Magyarország idegenforgalmi régióit összefoglaló kötetekben (CSAPÓ J. – JÓNÁS-BERKI M. 2011; AUBERT A. – MARTON G. – SZABÓ G. 2011).

A fent leírt kutatás által meghatározott magterületeket támasztja alá, illetve jelentősen továbbvezeti AUBERT ANTAL és munkatársai által kidolgozott turisztikai index, mely a turizmus intenzitásának indikátoraként értelmezhető. Ez a szintén keresleti és kínálati paramétereken alapuló fajlagos mutató igen nagy pontossággal mutatja meg az egyes települések és területek idegenforgalmi jellemzőit, melyek alapján országos szinten kijelölhetőek a turisztikai desztinációk (AUBERT, A. – JÓNÁS-BERKI, M. – MARTON, G. 2013).

Az említett munkák alapján kerültek kiválasztásra azon mintaterületek, melyek mindegyek kutatás alapján elfogadott desztinációkként jelennek meg:

- Pécs, mint egy településből álló urbánus célterület,
- a Dráva mente, mint jelentős területi kiterjedésű rurális desztináció.

6.1. Pécs, mint urbánus, települési desztináció

Pécs, mint egyrészt igen jelentős történelmi múltra visszatekintő város, másrészt pedig megyeszékhely, illetve egyben regionális központ hazai viszonylatban jelentős turisztikai szerepet tölt be, így megfelelő városi például szolgál a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés gyakorlatának bemutatásához.

A város történelmi szerepéből, illetve a hazai városhálózaton belül elfoglalt helyéből – mint regionális központ – adódóan számos központi funkcióval rendelkezik, úgy mint oktatási, vallási, gazdasági, kulturális stb., melyekből adódóan elviekben igen jelentős idegenforgalmi szerepet kellene betöltenie. Az említett központi funkciók tényszerűen alátámaszthatók, melyekből számos esetben az a konzekvencia kerül levonásra, hogy ezek természetesen a város turizmusában is érzékelhetőek. Azonban ezek a hatások nem tekinthetőek evidenciának a megfelelő tényszerű adatok hiányában, így vizsgálatuk indokoltsága és aktualitása jelentős tényező volt a település, mint esettanulmány kiválasztásakor.

Amennyiben a településen zajló idegenforgalmi folyamatokat nézzük, akkor az látható, hogy a szocialista érában Pécsnek a hazai TOP10-ben elfoglalt helyéhez viszonyítva, ma jelentős visszaesés tapasztalható annak ellenére, hogy kiemelt beruházások és rehabilitációk zajlottak az elmúlt bő két évtizedben (pl. EKF 2010). A fejlesztések hatására Pécs arculata és idegenforgalmi szolgáltatásai átalakultak, de szakmai szempontból indokolt ezen fejlesztések hatásainak vizsgálata annak függvényében, hogy mennyire került közelebb a desztináció a keresleti igényekhez.

A város vizsgálatának egy másik oka az, hogy egy idegenforgalmi modell esetén szükségyszerűen lehessen egy településre és egy területre kiterjedő desztinációkat egyaránt vizsgálni, hiszen egy idegenforgalmi célterületnek nincsenek méretbeli előírásai. Továbbá azért egy nagyváros került kiválasztásra, mivel a modell alpontjai így jóval differenciáltabban értékelhetőek egy kevesebb funkcióval rendelkező városhoz viszonyítva.

6.1.1. Pécs turisztikai környezete és elemeinek minősítése

A fejezetben és annak alfejezeteiben Pécs környezeti elemei kerülnek vizsgálatra és értékelésre, mindazon szempontok alapján, melyek közvetve vagy közvetlenül érintik vagy hatással vannak a település turizmusára.

6.1.1.1. Pécs természeti környezete

Pécs város 162 négyzetkilométeren terül el három tájon: a Mecsek hegység, a Dél-Baranyai dombság, illetve a Pécsi síkság. Míg az előbbi kettőnek kisebb, addig az utóbbinak jelentősebb részét érinti a város területe (DÖVÉNYI Z. 2010).

A település és közvetlen természeti környezete jelentős antropogén hatást szenvedett el egyrészt az urán- és a szénbányászat, másrészt pedig a város expanziója okán. A bányászati tevékenység a rendszerváltást követően ugyan megszűnt – bár napjainkban a kitermelés újraindításán dolgozik néhány cég –, azonban a tevékenységből származó tájsebek és meddőhányók továbbra sem kerültek rekultiválásra. A város növekedése ugyan az elmúlt évtizedre lassult, de nem szűnt meg, gondolván itt a Mecsek déli oldalának beépítésére.

A fent említett emberi tevékenységek ellenére számos természeti érték található a város és közvetlen környezete területén (www.ddnp.hu; www.termeszetvedelem.hu):

- Pécsen található Duna-Dráva Nemzeti Park igazgatósága, mely a nemzeti park központi irányítását végzi.
- A várost érinti a Nyugat-Mecsek Tájvédelmi Körzet, melyen belül találhatóak kiemelt védettséget kapott részterületek: Jakab-hegy Természetvédelmi Terület, Pécsi Tudományegyetem Botanikus Kert, Melegmányi-völgy, Pintér-kert.
- A Duna-Dráva Nemzeti Park két bemutatóhelye található a településen: a Pintér-kert Arborétum és Tettye Oktatási központ, illetve a Tettyei Mészufa-barlang.
- Pécsen és közvetlen környezetében öt tanösvény került kialakításra, melyek oktatási, környezet- és természetvédelmi, illetve rekreációs célokat töltenek be (Tüskésréti természetismereti tanösvény, Tettyei tanösvény, Misina tanösvény, Árpádtetői tanösvény, Állatvédelmi tanösvény).

- A nemzetközi szintű NATURA 2000 hálózathoz tartoznak a Pécsi-sík és a Mecsek bizonyos részei, melyek a nemzetközi minősítés alapján kiemelt szerepet töltenek be és fokozott védeltséget élveznek.
- A Pécsi-sík és a Mecsek egy másik nemzetközi környezetvédelmi címet is megkapott, amikor az UNESCO Man and Biosphere programjának keretében bioszféra rezervátumnak nyilvánították egyes részeit.

A természeti értékek idegenforgalmi értékét, illetve szerepét a turizmusban jól mutatják a pécsi vendégkörfelmérés vonatkozó kérdései, mely alapján a városba érkezett turisták mindössze 9,8 %-a 2011-ben, illetve 5,9 %-a 2013-ban asszociál a Mecsekre Pécs város nevének hallatán. Azon turisták aránya, akik Pécsen tartózkodásuk alatt kirándulnak a hegységben vagy felkeresnek valamely természeti értéket csupán alig több mint tizedét adja városba érkező vendégeknek (2011: 12,9 %, 2013: 11,2 %).

Összegezvén Pécs természeti környezetét elmondható, hogy ugyan jelentős antropogén hatást szenvedett el a város, viszont ezen hatások területileg koncentrációt mutatnak, így nem fejtenek ki az idegenforgalomra korlátozó hatást. A felsorolt számos környezeti érték mellyel a település rendelkezik, nem vagy csupán kevésbé jelenik meg a turizmusban, mivel jellegükből adódóan vonzerejük csekély, illetve kis méretű keresleti szegmenseket érint. Mindezekből következően kerül a környezeti elem értékelésre (27. táblázat):

27. táblázat: Pécs természeti környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	Hazai viszonylatban egyedi természeti értékek, átlagos antropogén terheléssel.	átlagos

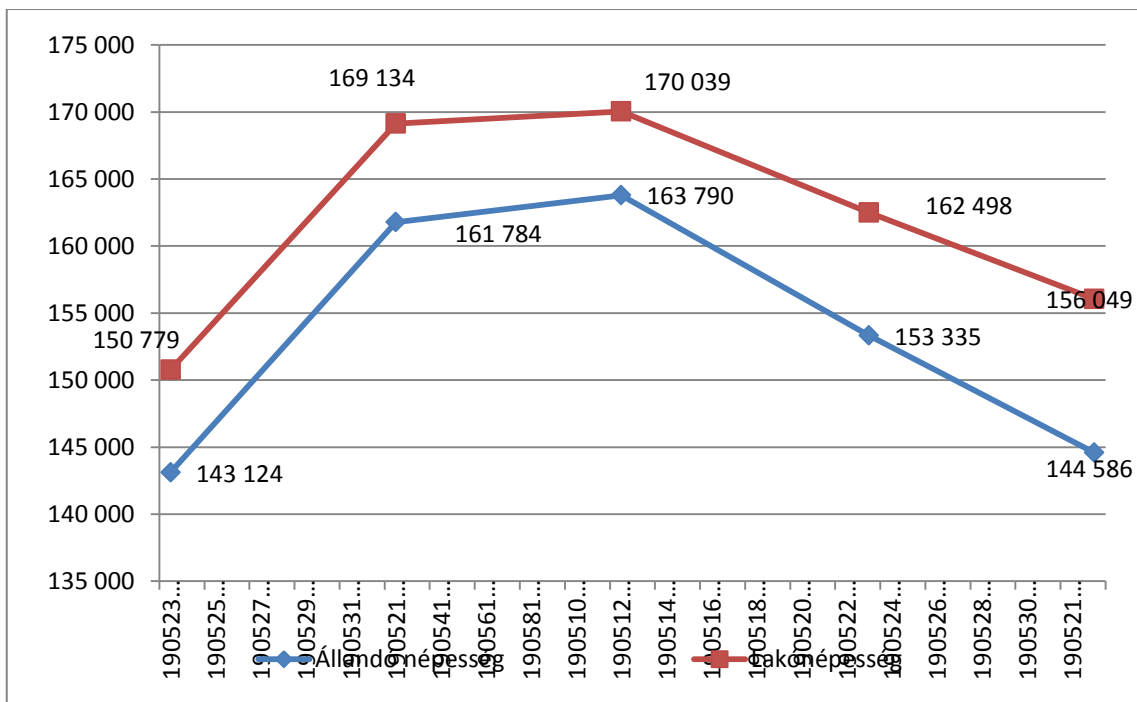
Forrás: saját szerkesztés

6.1.1.2. Pécs társadalmi környezete

A város állandó- és lakónépessége egyaránt csökkenő tendenciát mutat. Mindkét mutató a 20. század második felében a szocialista éra alatt emelkedett, majd az 1980-as évekre ez a növekedés lelassult, a rendszerváltozást követően pedig drasztikus visszaesés következett be (19. ábra). A népességszám csökkenésének az okai között megjelennek a hazai, mára általánossá településföldrajzi folyamatok, mint a szuburbanizáció és problémakörök, mint az elöregedés vagy a születések alacsony száma. Ezek mellett

azonban más a város lakossága szempontjából kedvezőtlen folyamatokra katalitikus hatással volt a Magyarországra is begyűrűző gazdasági válság, melyek közül az országon belüli, illetve a nemzetközi migráció emelhető ki. Egyrészt ismét megnövekedett a hazai kedvezőbb gazdasági helyzetben lévő városokba az áramlás, illetve az Európai Unión belüli szabad munkavállalás okán főként Németországba, Ausztriába és Nagy-Britanniába irányuló népességmozgás. Mindezen folyamatok együttes hatásaként a 2011. évi népszámlálás adatai megközelítik az 1970-es mutatókat.

19. ábra: Pécs népességének változása (fő)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

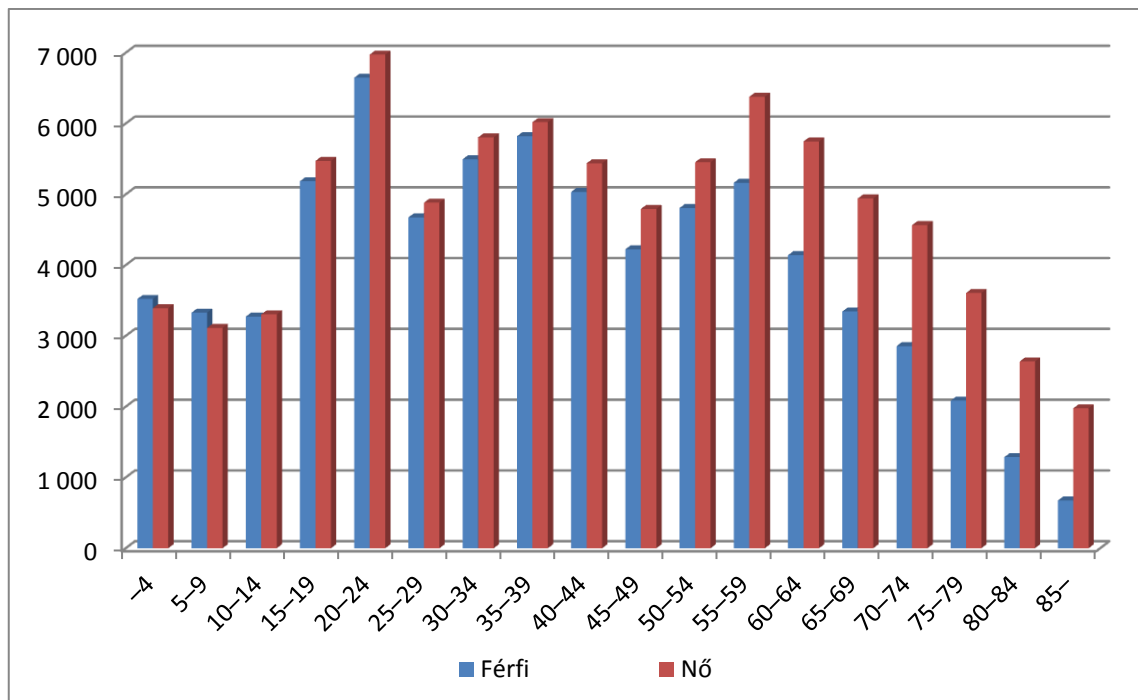
A népesség nemek szerinti korcsoportonkénti megoszlása (20. ábra) ezen folyamatokat támasztja alá. A diagramon négy tendencia élesen kirajzolódik, melyek jelentősen befolyásolják a város népességét:

- A fiatal korosztályok alacsony értékei, melyek az alacsony születési számokat támasztják alá.
- A 15-19, illetve a 20-24 éves csoportok kiugrása, melyek a város oktatási központi szerepével magyarázhatóak.
- Az őket követő visszaesés 25 éves kortól, melyre az említett hazai és nemzetközi elvándorlás a magyarázat.

- A mára országos tendenciaként jellemezhető szignifikáns nőtöbbség az idősebb korcsoportokban.

Mindezen népességet érintő kedvezőtlen folyamatok azonban nem számítanak rendhagyónak, hiszen Pécsen kívül számos hazai és közép-európai nagyváros esetében megfigyelhetőek.

20. ábra: Pécs népességének nemek szerinti megoszlása korcsoportonként 2011 (fő)



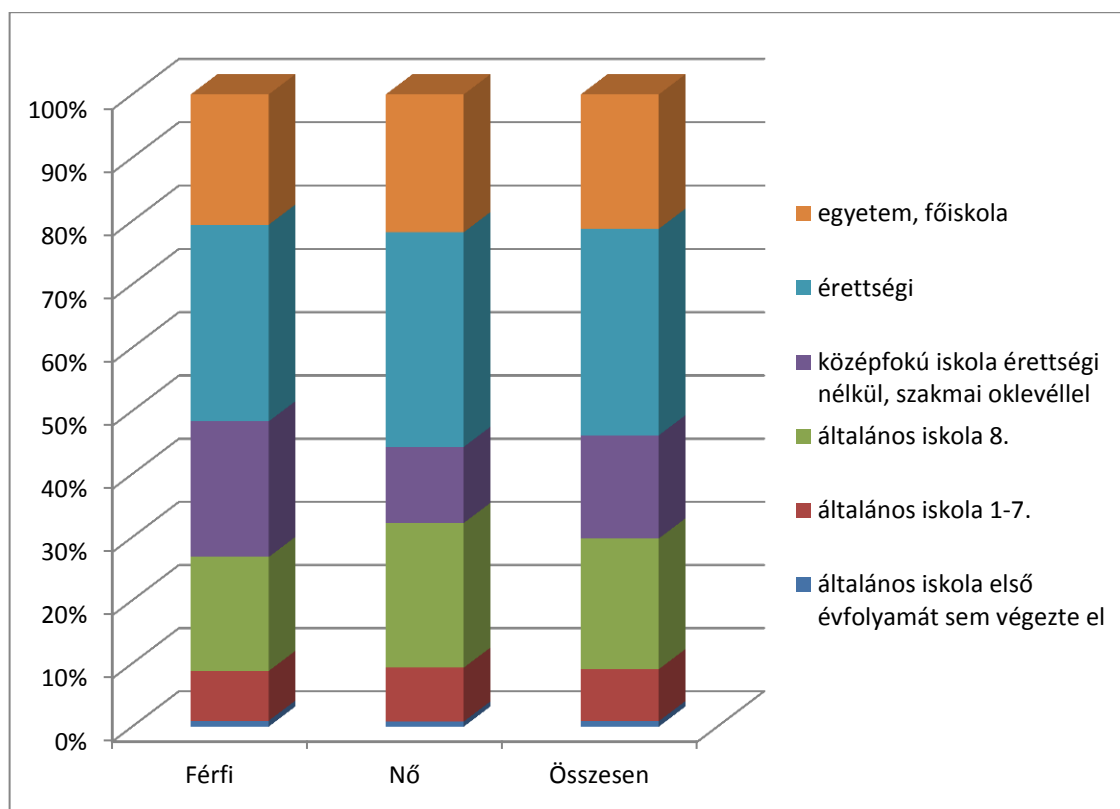
Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A város lakosságának iskolai végzettsége igazodik a modern szolgáltatóipari túlsúlyú gazdaság elvárásaihoz (21. ábra). A felsőoktatási intézményben szerzett végzettségűek aránya meghaladja a 20%-ot, mely mutató végzettségi területtől függetlenül kiemelkedőnek mondható magyarországi viszonylatban. Ha az adatot összeadjuk az érettségizettek arányával abban az esetben látható, hogy a város lakosságának több mint fele eléri legalább a középszintű oktatás legmagasabb szintjét.

A bemutatott csoportok mellett azonban negatívumként emelhető ki, hogy a csupán általános iskolát vagy még azt sem végzettek aránya megközelíti a 30%-ot, bár ezen arányszámhoz jelentősen hozzájárul az utóbbi 30-40 évben lezajlott trendszerű magasabb iskolai végzettségi elvárás, mely tendenciából az idősebb korosztályok természetesen kimaradtak.

Továbbá pozitívumként említhető meg, hogy az iskolai végzettség nélküli lakosság még az 1%-ot sem éri el, mely természetesen a kötelező közoktatásban való részvétel egyenes következményeként jelölhető meg.

21. ábra: Pécs népességének iskolai végzettsége 2011 (%)

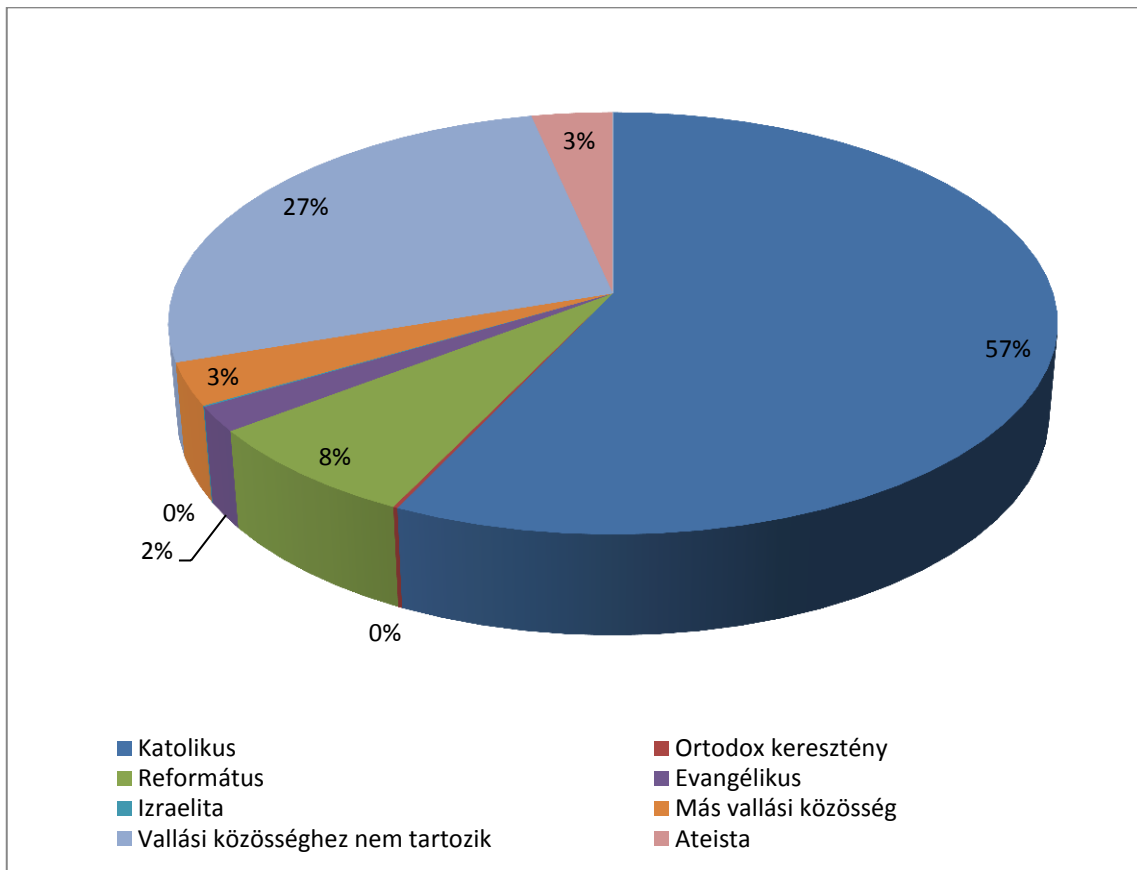


Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A vallási hovatartozás alapján öt jelentős csoport különíthető el: a katolikusok (római és görög katolikusok együtt a lakosság döntő többségét jelenti), az ortodox keresztények, a reformátusok, az evangélikusok, illetve az izraeliták. Az egyéb vallási felekezet tagjainak száma megközelítőleg 3500 fő, míg emellett 30 ezer fő nem tagja egyetlen vallási felekezetnek sem (22. ábra).

Érdekességként kezelhető, hogy Pécs lakosságából mindösszesen 3710 fő vallotta magát ateistának, azonban a 2011. évi népszámlálás vallással kapcsolatos kérdéseire csupán 109511 lakos válaszolt, mely a település állandó népességének mindösszesen a 75%-a. A fennmaradó mintegy 35 ezer fő pedig, akik nem kívántak a vallási hovatartozásukra választ adni, sajnálatosan elég jelentős része a népességnek ahhoz, hogy ha jelentősen megváltoztatni nem is, azonban módosítani tudják a bemutatott arányokat.

22. ábra: Pécs népességének vallási hovatartozása 2011 (%)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A város lakosságának nagysága és iskolai végzettsége okán számos társadalmi kezdeményezést alakított ki, melyek egy része érinti a turizmust (hagyományőrző egyesületek, kézműves termékek, helyi és környékbeli gasztronómia népszerűsítése, környezetvédelmi csoportok stb.). Ezen döntően alulról szerveződő egységek ugyan munkájukkal segítik a város turizmusát, azonban ez indirekt módon zajlik, mivel nincs elsődleges céljaik között a település idegenforgalmának fejlesztése. Mindezen közvetett támogatáson túl azonban színesítik a turisztikai kínálatot, hiszen ezen szervezetek rendszeres résztvevői a különböző pécsi rendezvényeknek (pl. folklór fesztiválok).

Összefoglalva elmondható, hogy a fejezetben bemutatott Pécsre érintő társadalmi folyamatok ugyan társadalomföldrajzi, illetve demográfiai szempontból igen jelentősek, azonban a turizmusra nincsenek érdemi negatív hatással, sőt a rendelkezésre álló munkaerő és annak képzettsége az általuk kialakított társadalmi kezdeményezések révén inkább segíti az idegenforgalmat. Ezekből következően kerül a környezeti elem értékelésre (28. táblázat):

28. táblázat: Pécs társadalmi környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	Az ország átlagos demográfiai folyamatai jellemzik, megjelennek a társadalmi kezdeményezések, melyek többé-kevésbé be tudnak kapcsolódni az idegenforgalomba.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.1.1.3. Pécs kulturális környezete

A város minden szempontból az ország egyik kulturális központja, egyrészt a történelemben betöltött egykori szerepénél fogva, másrészt pedig napjaink folyamataiból adódóan.

Pécs története során kulturális szempontból mindenképpen meg kell említeni a vallási és az oktatási központi szerepkörét, mely ha nem is hasonló nagyságban, de művészeti szereppel egészült ki. Ezen három terület és a belőlük származtatható materiális és immateriális emlékek és értékek, továbbá a hozzájuk kapcsolódó rendezvények teszik a várost kulturális központtá.

A településen 262 darab szakrális és profán műemlék található, melyek természetesen rendkívül széles skálán helyezhetőek el, hiszen a Székesegyház vagy a Zsolnay Mauzóleum éppúgy tagja a listának, mint a 18. századi lakóépületek. A mutató önmagában keveset árul el, főként annak függvényében, hogy jóval alacsonyabb, mint a többi hazai nagyvárosban (Szeged 485 darab, Debrecen 364 darab), azonban Pécs esetében megjelenik azon kézzel nem fogható hatás, mely a fent említett oktatási-vallási-művészeti összetevők, illetve ezek történelmi szerepének következménye (www.muemlekem.hu).

Az épített kulturális örökségen túl a város számos olyan, mára kiemelkedő országos – néhány esetben nemzetközi – rendezvényt épített fel ezen környezeti elemre, melyeket közvetlenül is Péccsel, illetve annak kulturális szerepével azonosítanak. Ezen rendezvények közül messzemenően kiemelkedik a Pécsi Országos Színházi Találkozó (POSZT), illetve Pécsi napok, de az utóbbi években olyan rendezvényekkel egészült ki a kínálat mint például a Déli Kapu Nemzetközi Folklórfesztiválon, mely egész Európa területéről mutatja be a népi hagyományokat és művészeteket.

A város 2010-ben éppen az említett szerepköréből adódóan Európa Kulturális Fővárosa címét nyerte el, ami jelentős hatással volt a település életére, illetve turizmusára. Az EKF cím legjelentősebb idegenforgalmi hatása a beruházásokon túl – Zsolnay negyed, belváros megújulása stb. – az volt, hogy Pécs a cím elnyerésétől kezdve gyakorlatilag kizárólagosan a kultúrát és a rá épülő turisztikai termékeket tekintette fejlődési útnak.

A Pécsre látogató turisták és azok asszociációja a városra (29. táblázat) a fentieket támasztja alá, – az által – hogy a vendégek több mint fele a település kultúrájára vagy ahhoz kapcsolódó részelemmel azonosítja a várost.

29. táblázat: A városba érkező turisták asszociációja Pécsre (%)

A turisták meghatározása Pécsre	2011	2013
A gazdag történelmi múlt, a hagyományok és műemlékek városa	26,1 %	34,4 %
A kultúra városa, a kultúra fővárosa	9,5 %	11,3 %
Világörökségi város	7,3 %	7 %
Püspöki város, vallási központ	3,5 %	1,6 %
Művészváros	3,5 %	0,8 %
Összesen	49,9 %	55,1 %

Forrás: Pécs vendégkör felmérése alapján saját szerkesztés

Összegezve elmondható, hogy Pécs országos szinten kiemelkedő kulturális központi szerepet tölt be, mely megmutatkozik az imázsában és turisztikai kínálatában is, továbbá fejlesztései révén törekszik rá, hogy a „magyar kultúra fővárosává” váljon. Ezekből következően kerül a környezeti elem értékelésre (30. táblázat):

30. táblázat: Pécs kulturális környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	Nemzetközi viszonylatban jelentős és minősített kulturális értékek (UNESCO), jelentős motiváló hatásuk, de döntően önmagukban nem indukálnak kiemelt vendégforgalmat.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.1.4. Pécs gazdasági környezete

A város gazdasági értelemben regionális központ jellegéből adódóan ugyan kiemelkedik a Dél-Dunántúlon, azonban országos viszonylatban már nem tartozik a kiemelkedő városok közé. Ennek legfőbb oka, hogy a rendszerváltozást követően sem Pécs, sem pedig a régió a szocialista érában kialakított ökonomiai jellemzőinél fogva nem tudott modernizálódni a piacgazdasági alapú gazdaságba (HRUBI L. 2006).

Mezőgazdaságról érdemben nem beszélhetünk egy nagyváros esetében, azonban mindenképpen megjegyzendő, hogy Pécs, mint megye és regionális székhely jelentős hatással van e szektorra. Ezen hatás leginkább a földterületek árában mutatkozik meg oly módon, hogy azonos termőképességű földterületek árában differenciáló tényezőként jelenik meg a Pécstől való távolság logisztikai és értékesítési folyamatok okán.

A város szocialista érában kialakított, főként szén- és uránbányászaton, illetve feldolgozóiparon (bőrgyár, kesztyűgyár stb.) alapuló ipara a rendszerváltást követően felszámolódott vagy olyan alacsony szintre esett vissza, hogy az ipari termelés döntő hányada gyakorlatilag megszűnt a településen – kivételt képeztek ez alól az élelmiszeripari egységek (húsipar és tejipar), melyek később kerültek leépítésre. Ezt követően megkezdődött egy máig tartó a szektort érintő modernizációs folyamat, melyek célja egy 21. századi elvárásoknak megfelelő ipari struktúra kialakítása. Azonban ez még mindig várat magára, mivel a szocialista éra leépülését követően nem épült ki az új vertikum az ipartelepítő tényezők hiányában (relatív földrajzi fekvés, elérhetőség, nyersanyagok hiánya stb.). Mindezek hatására jelentős hazai és külföldi befektetők nélkül gyakorlatilag negyed évszázad alatt sem sikerült a város iparának modernizációja, miközben ugyan 2010-re megépült az M6/M60-as autópálya Budapest és Pécs között, azonban ennek a szektort érintő hatása még várat magára. Megjegyzendő, hogy a leírt problémák ellenére megjelent néhány nagyobb ipari cég a településen – közülük néhány alacsonyabb minőségű munkaerőt foglalkoztató már el is hagyta a települést –, viszont ennek ellenére is messzemenően a városban rejlő ipari potenciál alatt realizálódik a szektor mérete és termelése.

A szolgáltatásokat tekintve elmondható, hogy Pécsen kiépült a teljes nyugat-európai mintát követő szektor annak minden elemével egyetemben. Az idegenforgalom számára ez rendkívül kedvező, hiszen az alapvető szállás és vendéglátó elemeken túl a településen megtalálható minden, ami kimeríti a másodlagos idegenforgalmi szuprastruktúra fogalomkörét (pénzváltók, autó- és kerékpárkölcsonzók, vásárlási

lehetőségek, személyes szolgáltatások stb.). A felvázolt pozitívumok ellenére azonban néhány problémakör megjelenik a település szolgáltató szektorában, melyeket a vendégkör felmérés során a városba érkező hazai és külföldi turisták jelöltek meg. Az egyik kiemelt problémakör a nyitvatartások, melyen belül megjelölésre kerültek vendéglátóipari egységek éppúgy, mint a kiskereskedelmi üzletek vagy a múzeumok. A másik nagy problémakör a szolgáltatóiparban dolgozók alkalmassága és nyelvi hiányossága, jóllehet ezekre nincs objektív mérce, mégis jelentős arányban fordul elő mindkét felmérés során, így nem lehet alaptalannak tekinteni.

Összességében elmondható, hogy Pécs gazdasági környezetét kettősség jellemzi, egyrészt részben lemaradt országos viszonylatban versenytársaitól, másrészt pedig ennek ellenére ez elviekben nem korlátozza az idegenforgalmat, azonban kiemelten támogatni sem tudja. A város környezeti elemének értékelése (31. táblázat) ezek alapján:

31. táblázat: Pécs gazdasági környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	Az ország nemzetgazdaságához viszonyítva átlagos gazdasági környezet, több gazdasági ágazat, szolgáltatások kielégítőek, stabil munkaerőpiaci helyzet.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.1.1.5. Pécs politikai környezete

A város a településhálózaton belül elfoglalt helyéből és szerepéből adódóan prioritást élvez a fejlesztési projektek esetén legyen szó akár hazai, akár nemzetközi forrásokról, illetve azok felosztásáról. Ezen prioritások pedig mindenkor politikai támogatással valósulhatnak és valósulnak meg. Természetesen a források és a támogatások nagysága és intenzitása változó a mindenkori belpolitikai helyzet függvényében, azonban országos viszonylatban mindenképpen kiemelkedő volumenűek állnak a város rendelkezésére.

Jól példázzák a támogatásokat a település infrastrukturális beruházásai (repülőtér, autópálya stb.), melyek még ha nem is időben és nem is optimális módon kerültek kialakításra, azonban Pécs szempontjából a meglétük a fontos.

Idegenforgalmi szempontból számos keret áll rendelkezésre mind a menedzsment rendszer, mint az operatív beruházások tekintetében. A turisztikai menedzsment szervezetek közül mind a TDM, mind a klaszterek részére folyamatosan rendelkezésre állnak pályázati források, melyekből a működési költségeiket fedezik. A turizmus gyakorlati oldaláról pedig mind a szálláshely, mind a termékek fejlesztésére pályázatok révén folyamatosan forráshoz jutottak és jutnak a város szolgáltatói, gondolván akár az EKF-et megelőző kiemelt hotelfejlesztésekre, vagy akár a komplex turisztikai termékfejlesztésre a regionális operatív programok kereteiből.

Összegezve Pécs politikai környezete mindenképpen kedvező, a mindenkori belpolitikai folyamatoktól függetlenül rendelkezésre állnak, minden területen hazai és nemzetközi források, melyekből, ha a turizmus nem is emelkedik ki, de jelentős haszonélvezője közvetlenül és közvetve egyaránt a támogatásoknak. A leírtak alapján kerül a környezeti elem értékelésre (32. táblázat):

32. táblázat: Pécs politikai környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	Jelentős hazai és nemzetközi források, államilag támogatott turizmusfejlesztés.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.1.6. Pécs tudományos környezete

Pécs tudományos környezetének alapját ma és a történelem során egyaránt az oktatási központ szerepe alapozza meg. Ezen szerepkör folyamatos differenciálódásával és szélesedésével napjainkra az ország egyik kiemelkedő felsőoktatási központjává vált. Ezt jól támasztja alá, hogy a városba érkező turisták mintegy 20 %-a tekinti a települést elsősorban egyetemvárosnak (2011: 20,1%; 2013: 19%), minden egyéb értéke és funkciója elé helyezve annak oktatási szerepkörét.

A Pécsi Tudományegyetem – a maga tíz egyetemi karával – természetesen a felsőoktatási szerepkörön túl az ország egyik vezető tudományos intézménye is egyúttal. A PTE mellett a városban található többek között a Magyar Tudományos Akadémia Pécsi Területi Bizottsága, a Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, továbbá számos gyakorlati szereppel bíró tudományos intézmény és szervezet (klaszterek, laboratóriumok, kamarák stb.).

A leírtak alapján tehát elmondható, hogy a település tudományos és kutatási potenciálja – a kivételt jelentő agrártudományoktól eltekintve – kiemelkedő, mind területi, mind országos szinten egyaránt. Ezen helyi potenciál releváns része a gyakorlati fejlesztések egy jelentős részében realizálódik, azon megjegyzéssel, hogy természetesen számos beruházás esetében az ország más területéről kérnek fel szakértőket, vagy a külföldi befektető esetén a cég saját alkalmazottai dolgozzák ki a projektet – mint minden nagyváros esetében.

Idegenforgalmi és a hozzá kapcsolódó diszciplínák szempontjából a város tudományos potenciálja igen jelentős, gondolván akár az egyetem keretein belül működő műhelyekre, akár a gyakorlatorientált koordináló szervezetekre (pl. TDM, klaszterek). Azonban a rendelkezésre álló kiemelkedő szellemi tőke, a gyakorlati turizmusfejlesztés során a külső szakértők bevonásából, illetve az autokratikusan gondolkodó beruházók problémaköreiből ez csupán a fejlesztések egy részében realizálódik. Mindezek ellenére a város idegenforgalmi fejlődése jellemzően tudományos alapokon nyugszik, egzakt célok kijelölésével, így a környezeti elem értékelése (33. táblázat):

33. táblázat: Pécs tudományos környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	Széles körű tudományos értékelést követő fejlesztés pontos és célorientált fejlesztési tervvel.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

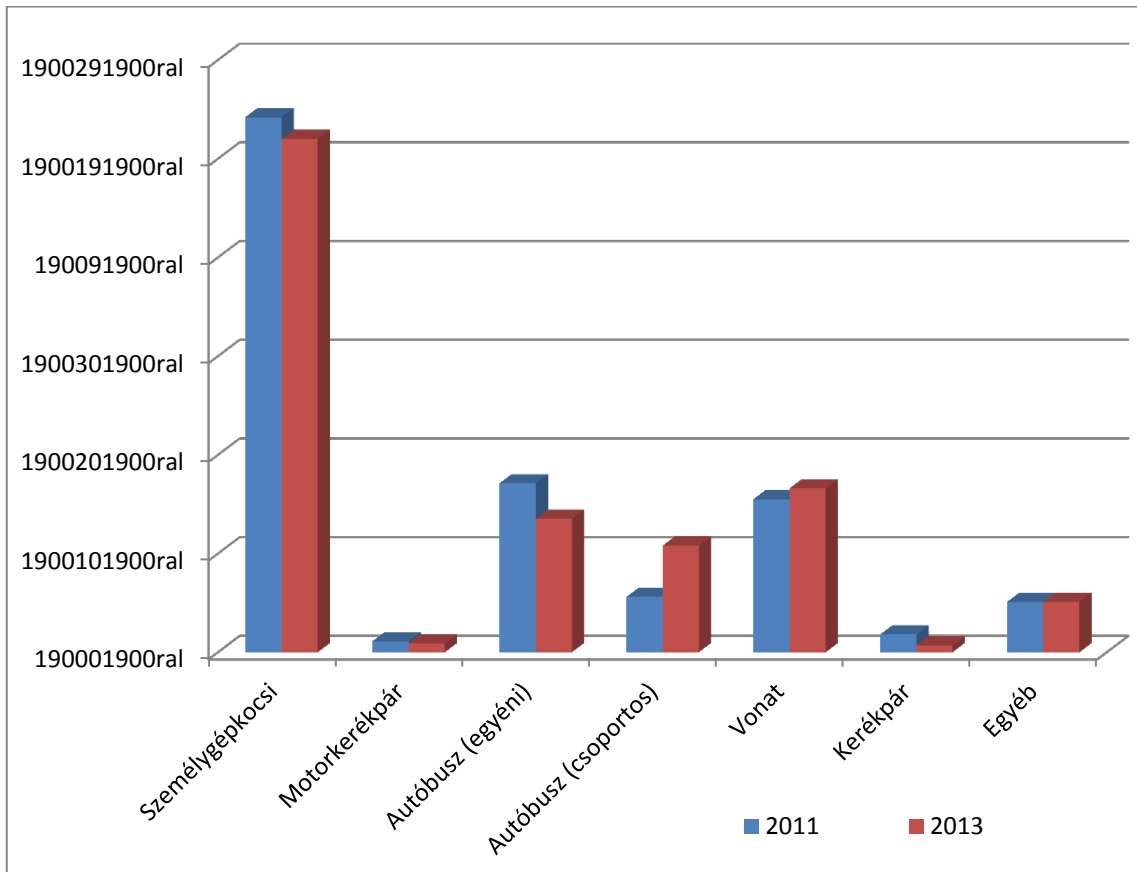
6.1.1.7. Pécs technológiai környezete

A város technológiai környezete jelentős fejlesztéseken esett át az elmúlt évtizedben, melyek hatására napjainkra minden alapvető keresleti igényt kielégít ezen környezeti elem, azonban ezen túl számos fejlesztésre váró terület maradt, mely jelentős mértékben tudná a turizmust pozitívan befolyásolni.

A közművesítés a város teljes idegenforgalom által érintett részen messzemenően megfelelő, épp úgy mint az internethez való hozzáférés, annyi megjegyzéssel, hogy a belváros közterületein és pályaudvarokon a 21. században alapvető elvárás lenne a hálózat nélküli elérhetősége a világhálónak.

Pécs megközelíthetőségét kettőség jellemezi, egyrésről az M6/M60-as autópálya megépülésével közúti elérhetősége – mely eddig is dominált – rendkívül javult, azonban a vasúti közlekedés jelentősen romlott az elmúlt évtizedben, mely hatására ismételten három óra a leggyorsabb menetidő a fővárosba, ami európai viszonylatban nem versenyképes. Ezt támasztják alá a vendégkör felmérések eredményei is (23. ábra), melyek szerint mindkét vizsgált évben a turisták több mint fele személyautóval érkezett, melyhez ha hozzáadjuk a motorkerékpáros és a buszos érkezéseket akkor a mutató közel 80 %-os arányt jelent, míg a vonattal érkezők aránya nem sokkal 15 % felett realizálódik.

23. ábra: A turistaérkezések közlekedési eszközönkénti megoszlása (%)



Forrás: Pécs vendégkör felmérése alapján saját szerkesztés

A városon belüli közlekedés már jóval több problémát hordoz magában, ide sorolható a közutak minősége, az információs táblák hiánya, illetve a parkolási problémák. Ezen

tényezők problémái, illetve fejlesztési igényük nyomatékosan jelenik meg a vendégkör megkérdezésekben.

Technológia újjáélesztésként jelentek meg az Irány Pécs Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Kiemelten Közhasznú Társaság – pécsi TDM – által a belváros néhány pontján elhelyezett digitális információs pontok, melyeken keresztül a turisták a város idegenforgalmi információihoz juthatnak hozzá. Ennek továbbfejlesztéseként 2013 őszén fejlesztésre került egy ingyenes mobiltelefon alkalmazás a „Visit PÉCS!”, mely három nyelven ad teljes körű információt (leírás, profil, tevékenységi kör stb.) a város látnivalóiról, szálláshelyeiről, vendéglátóipari egységeiről és programjairól (aktuális és rendezvénynaptár egyaránt), sőt még a telefon helyzete alapján térképen azt is megjeleníti méterre pontosan, hogy mi milyen messze van a jelenlegi tartózkodási helytől.

Pécs technológiai környezetének értékelése során azonban mindenképpen meg kell említeni, hogy számos vonzerő ebből a szempontból nem került megújításra (pl. múzeumok, bemutatóhelyek, rendezvényközpontok stb.), melyek hosszú távon a jelenlegi formában nem fenntarthatóak. Mindezek alapján a környezeti elem értékelése (34. táblázat):

34. táblázat: Pécs technológiai környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	A desztináció elérhetősége/megközelíthetősége igazodik a keresleti igényekhez, modern technológiai eljárások alkalmazása.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.2. Pécs turizmusának helyzetértékelése

Az alábbi fejezetben Pécs turizmusának aktuális folyamatai kerülnek bemutatásra és értékelésre, beleértve a főbb komponenseket, illetve hatásokat, melyek meghatározzák a város jelenlegi idegenforgalmát. Megjegyzendő azonban, hogy számos turisztikai tényező csupán tendenciálisan értelmezhető, így természetesen ezen elemek a maguk folyamataiban kerülnek bemutatásra.

6.1.2.1. Pécs termékkínálata

Pécs termékkínálata alapvetően igen kevés elemre épül, melyek középpontjában a városi- és a kulturális turizmus áll, ehhez kapcsolódik néhány kiegészítő termék, azonban ezek az elviekben kialakítható kínálati palettának csupán kis részét fedik le.

A kulturális turizmus azon termék, mely Pécs „zászlóshajója”, illetve az EKF 2010 óta végérvényesen és szinte kizárólagosan ezen irányban zajlanak az idegenforgalmi beruházások. A város esetében, ha csak magát a terméket nézzük elmondható, hogy annak kínálata rendkívül sokrétű, így a kulturális motivációval érkező turisták – mint láttuk korábban ez jelenti a kereslet döntő többségét – minden igényét ki tudják elégíteni. A terméken belül mindhárom alcsoport – élettelen kultúra, a mindennapi életben kifejeződő kultúra, és a megelevenített kultúra – megjelenik és mind rendkívül színes kínálattal rendelkezik.

Az élettelen kultúra egyik jelentős részét a szakrális értékek alkotják, ezek az egyházi szerepkör és a történelmi koroknak köszönhetőek, melyek közül a jelentősebbek:

- Cella Septichora: késő római kori ókeresztény temetkezési hely, mely 2000 óta UNESCO világörökség. A jelenlegi modern látogatóközpont azonban csak 2007-től várja a látogatókat.
- Székesegyház, dómmúzeum: az egyházi központ jelképei, illetve maga a székesegyház – Pécs egyik jelképe. Jelenleg éppen bővítés alatt áll, mely keretén belül megújul a Püspöki Pincészet, továbbá konferenciaterem és kilátó kerül kialakításra.
- Püspöki palota épületegyüttese: ugyan önmagában nem látogatható, viszont a hozzá kapcsolódó Barbakán kert és Barbakán bástya rendkívül népszerű a turisták körében.
- Gázi Kászim pasa Dzsámija/Gyertyaszentelő Boldogasszony-templom: a város főterén, a Széchenyi téren található, egyértelműen Pécs legismertebb épülete és egyben szimbóluma, mely római katolikus templomként funkcionál napjainkban.
- Jakováli Hasszán pasa dzsámija: Magyarország legjobb állapotban fennmaradt dzsámija és minaretje ma elsősorban múzeumként, de a mohamedán vallás gyakorlói számára imahelyként funkcionál.

- Zsinagóga: a belvárosában található 19. századi romantikus stílusban épült, további érdekessége, hogy Angster József híres orgonakészítő műhelyének első orgonája található az épületben.

A kategória másik részét a profán emlékek adják, melyek közül idegenforgalmi szempontból jelentősebbek:

- Zsolnay Kulturális Negyed: az EKF Pécs 2010 beruházásainak zászlóshajójaként került kialakításra 2010-2011-ben, részegységeivel (Zsolnay Mauzóleum, Rózsaszín Kiállítás, Gyugyi gyűjtemény, Bóbita Bábszínház, Zsolnay Család és Gyártörténet, Látványmanufaktúra, Planetárium) igen jelentős vonzerőként jelenik meg a kínálatban.
- Kodály-központ: szintén az EKF Pécs 2010-hez kapcsolódó beruházásként került megépítésre, mely művészeti, kulturális és tudományos programok lebonyolításához modern helyszínt biztosít.
- TV torony: napjainkra klasszikusnak mondható pécsi vonzerő, kisebb felújítások érintették csupán, de a kilátója okán máig jelentősen látogatott, továbbá szintén Pécs egyik szimbóluma.
- Állatkert/terrarium: jelentősen visszaesett a kínálata, azonban jellegéből adódóan népszerű vonzerő, illetve az elkövetkező években kerül sor teljes modernizációjára.
- Nemzeti színház: színházi funkciójánál és építészeti értékén túl, olyan rendezvények helyszínéeként szolgál a 2011-ben felújított intézmény mint a POSZT vagy éppen a rangosabb pécsi díjátadó ünnepségek.
- Állandó múzeumok: Pécs belvárosában koncentrálnak, rendkívül széles tematikában állnak a látogatók rendelkezésére (Zsolnay Múzeum, Csontváry Múzeum, Vasarely Múzeum, Martyn Múzeum, Várostarténeti Múzeum, Természettudományi Múzeum, Néprajzi Múzeum, Kanizsai Dorottya Múzeum), azonban a technológiai modernizációjuk még várat magára.

A mindennapi életben kifejeződő kultúrához tartozó kínálati elemek közé olyan rendezvények tartoznak, melyek a város aktuális társadalmi folyamatainak és a kereslet igényeinek leképezései:

- Pécsi pezsgő Borfesztivál: a város főterén megrendezett őszi többnapos fesztivál keretében pécsi és az egész ország területéről érkező borászok és pincészetek kínálják termékeiket az érdeklődőknek.

- Pécsi Tavasz Borfesztivál/Régiók Koccintása: a város tavaszi főként a borászaton alapuló gasztronómiai rendezvénye, mely szintén Pécs főterén kerül megrendezésre.
- Pécsi Toros Pálinka Fesztivál: gasztronómiai fesztivál, mely keretein belül a vendéglátók ételein túl, a vendégek is elkészíthetik saját ételeiket különböző főzőversenyek keretein belül. A program másik elemét az italok adják, melyek az ország összes jelentős pálinkaházának kínálatát foglalják magukba.
- Pécsi Egyetemi Napok (PEN): a Pécsi Tudományegyetem – vagy annak megbízottja – által szervezett többnapos könnyűzenei rendezvény, mely programja a fiatal korosztályok aktuális zenei trendjei alapján kerül összeállításra.
- Rockmaraton: a város mára tradicionálisnak mondható rockzenei fesztiválja, és egyben az ország legnagyobb ilyen jellegű rendezvénye, amely a Malomvölgyi tónál kerül minden évben megrendezésre.

A megelevenített kultúra fogalomkörében a város számos rendezvényt kínál a helyieknek és a vendégeknek, melyek közül a jelentősebbek:

- Pécsi Országos Színházi Találkozó (POSZT): az ország talán legnevesebb színházi programsorozata, ahol verseny és versenyen kívüli előadások során a hazai színházi szakma Pécsre érkezik.
- Örökség Fesztivál: a régió legnagyobb múltú összművészeti fesztiválja, mely rendhagyó módon mutatja be a város múzeumait, szakrális tereit, illetve rendkívül széles körű kulturális programokat kínál.
- Déli Kapu Nemzetközi Folklórfesztivál: a népi hagyományokra és népművészetekre épülő rendezvény egész Európára kiterjedő kínálattal rendelkezik.
- Sétatér Fesztivál: az alapvetően könnyűzenei és gasztronómiai elemre épülő fesztivál az elmúlt években jelentős mértékben kiegészült hazai és nemzetközi kulturális elemekkel, többek között néptáncsal, népművészeti vásárral és kézműves termékek bemutatásával és értékesítésével.
- Pécsi Szüreti Fesztivál: alapvetően a helyieknek szóló rendezvény, azonban a látványos felvonulás és a kirakodó vásár miatt egyre nagyobb számban látogatják a településre érkező vendégek is.

A kulturális turizmus kínálatát a bemutatottakon túl természetesen számos egyéb kisebb jelentőségű elem színesíti (kevésbé ismert műemlékek, kisebb rendezvények, ideiglenes kiállítások stb.), azonban ezek nem kerülnek bemutatásra, mivel nem jelentenek a keresleti oldalon jelentős vonzerőt, azon megjegyzéssel, hogy a városba érkező turisták alkalom adtán viszont igénybe veszik ezen szolgáltatásokat.

A város borturizmusa jelentős kiegészítő termékként jelenik meg a kínálatban és szorosan kapcsolódik a rendezvényekhez. A település részét képezi a Pécsi Borvidéknek, illetve a Pécs-Mecseki borútnak, melyek ugyan eltörpülnek a villányi és a szekszárdi szomszédságában, de szerepük semmiképpen sem elhanyagolható. A város pincészetei nem emelkednek ki volumenükben, a boraik azonban minőségi termékként jelennek meg főként a hazai piacon. A térségre jellemző országos viszonylatban kizárólag itt előállított fajta a cirfandli, így kuriózumnak számít mind az édes, mind a száraz változata. Továbbá érdekességként megemlíthető a pécsi csomorika, mely tradicionálisan a város pezsgőgyártásának alapját szolgálta, de a köztudatban juhfark néven került be.

A városban két tematikus kínálatú park található, a Mecsextrém Park, illetve a Pécsi Állatkert. A Mecsextrém Park egy erdei környezetben található kalandpark, mely 2006 óta várja az érdeklődőket. A kínálatában igyekszik megfelelni a teljes keresleti oldalnak, így egész családok számára kínált játékok éppúgy megtalálhatóak, mint a nagyobb fizikai igénybevételt igénylő elemek. A másik tematikus park az 1960-as években társadalmi munkában épített állatkert. A park kínálata napjainkban egyfajta átalakulási időszakban jár. Már nem beszélhetünk a szocialista éra széles kínálatáról, azonban a modernizáció is várat még magára. A rendszerváltozást követő jelentős visszaesést követően kisebb fejlesztések ugyan történtek, azonban ennek ellenére is jelentős pozícióvesztést élt meg az intézmény az országban található többi állatparkhoz képest. Jelenleg tervbe van véve egy teljes körű modernizáció, mely azonban még csak a dokumentációs állapotban tart, így nem prognosztizálható a folyamat vége.

A városba érkező turisták korlátozott mértékben, de igénybe vehetnek aktív- és ökoturisztikai kínálatot. Ide sorolhatók a Pécs közelébe eső mecseki túraútvonalak, az egyetlen sípálya, illetve a néhány természeti értékre épülő bemutatóhely (pl. Pintér kert, Tettyei Mésztufa Barlang). Mindezek szerepe a város idegenforgalmában rendkívül csekély, a kereslet alig néhány százaléka veszi igénybe a felmérések szerint.

A városban klasszikus egészségturizmusról nem beszélhetünk, de mindenképpen megjegyzendő, hogy a településen található állami és magánklinikák – főként az

utóbbiak – egyre nagyobb vonzerőt jelentenek. Ezt támasztják alá a vendégkör felmérések eredményei is, ahol egyértelműen kirajzolódik egy néhány százalékpontot érintő keresleti szegmens, amely orvosi és egészségügyi szolgáltatás igénybevétel okán utazik Pécsre. Ezen turisták fő motivációja a plasztikai beavatkozások, illetve a kardiológiai problémák kezelése. A klasszikus egészségturisztikai elemek viszont csak helyenként jelennek meg, úgy mint a hotelek és panziók kisebb wellness egységei, illetve a város egyetlen kisebb fürdőjének hasonló szolgáltatásai. E téren tehát a város nem csupán a többi hazai nagyvároshoz képest van elmaradásban, hanem gyakorlatilag bármely modern fürdőhöz viszonyítva is.

A hivatásturizmus jelenti a felsorolt szabadidős turisztikai termékek mellett a város kínálatának azon elemét, mely egyrészt a település jelentős oktatási/tudományos és gazdasági központi szerepéből adódóan, másrészt a termék kiépített turisztikai infra- és szuprastrukturális feltételei miatt kiemelkedő elemként értékelhető. Éves szinten számos nagyságrendben kerülnek különféle rendezvények lebonyolításra. Ennek okán a kínálat igazodott ehhez a trendhez, a nagy konferenciahelyszínek (pl. Kodály-központ, Pécsi Tudományegyetem stb.) mellett a szálláshelyek jelentős része alakított ki konferenciatermet vagy termeket és ehhez kapcsolódó szolgáltatásokat, így a kisebb rendezvények széles lehetőség közül választhatnak.

Összegezve Pécs turizmusának termékkínálatát elmondható, hogy a város szinte kizárólagosan a kulturális turizmusra és annak különböző elemeire pozícionálta termékkínálatát. Azonban a széles kulturális kínálat ellenére nem rendelkezik olyan univerzális vagy kontinentális vonzerővel a település, mely egészében – vagy legalább jelentős részében – országos szinten kiemelkedő volumenű vendégforgalmat indukál. Továbbá a többi termék fejlesztése messzemenően elmarad a kulturális turizmusétól, így azok még csak önálló utazást kiváltó vonzó tényezőként sem nagyon jelennek meg, azonban használják őket a turisták, ha már a településen tartózkodnak. Mindezek alapján a város turisztikai kínálata országos szinten jelentős, azonban a rá irányuló kereslet alapján fajlagosan tekintve nem éri el azt a szintet, melyet a fejlesztéseknek indukálniuk kellett volna (35. táblázat):

35. táblázat: Pécs turisztikai termékeinek értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi Potenciál
4	A desztináció turisztikai termékei jellemzően összhangban vannak, egy vagy néhány közülük az alapját/alapjukat jelentő vonzerőhöz viszonyítva kiemelkedik/kiemelkednek.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

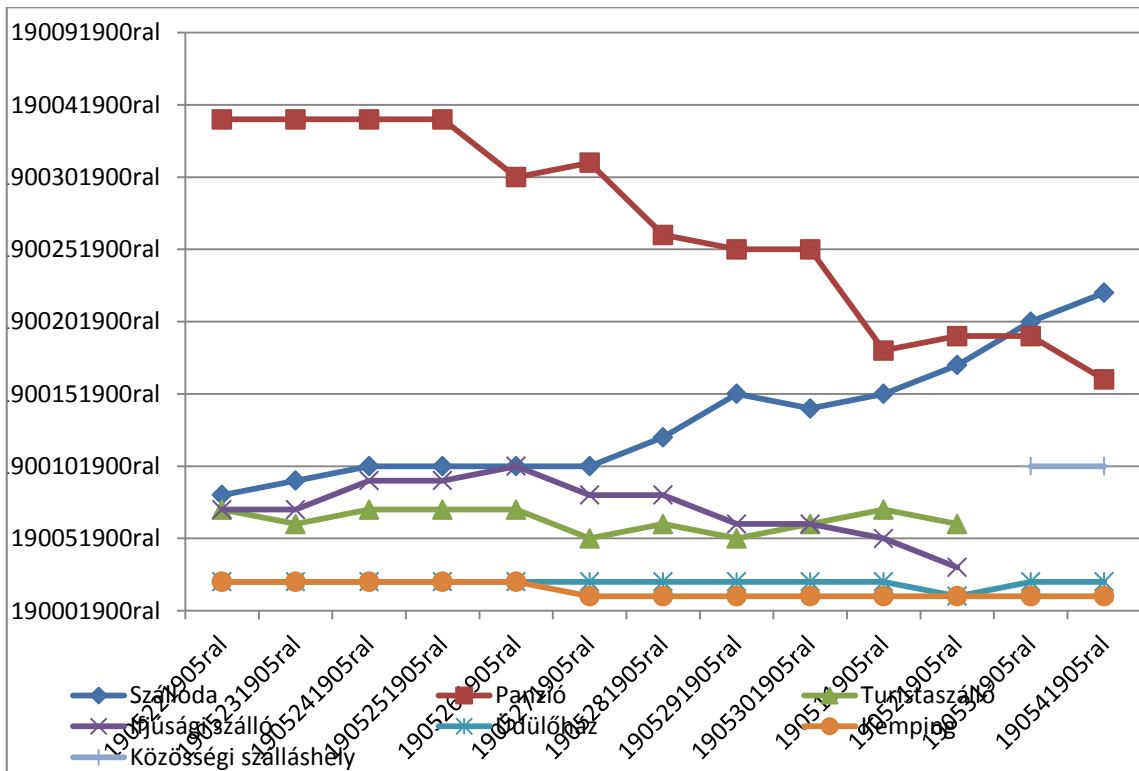
6.1.2.2. Pécs szálláshelykínálata

A város szálláshely kínálata a rendszerváltást követően teljes körű modernizáción – racionalizáción – esett át igazodva a piacgazdaság igényeihez, hiszen a szociálturizmus alatt kialakított struktúra csak helyenként felelt meg az elvárásoknak. Napjainkra szinte kizárólagosan a profitorientált magánszféra érdekelt az ágazat ezen elemében így a szálláshelyeket érintő tendenciák teljes egészében igazodtak a turizmus világtrendjeihez.

A kereskedelmi szálláshelyek szolgáltatóinak a száma (24. ábra) az elmúlt bő évtizedben többnyire igazodott a modern keresleti igényekhez. Mára a vezető szállástípus a szálloda lett, megelőzve a panziókat, azzal a kiegészítéssel, hogy a településen számos panzió fejlesztette magát hotellé. A másik szemmel látható tendencia az alacsony kategóriájú egységek minimális szintre történő regressziója, ami a szolgáltatók igazodását jelenti a piaci igényekhez.

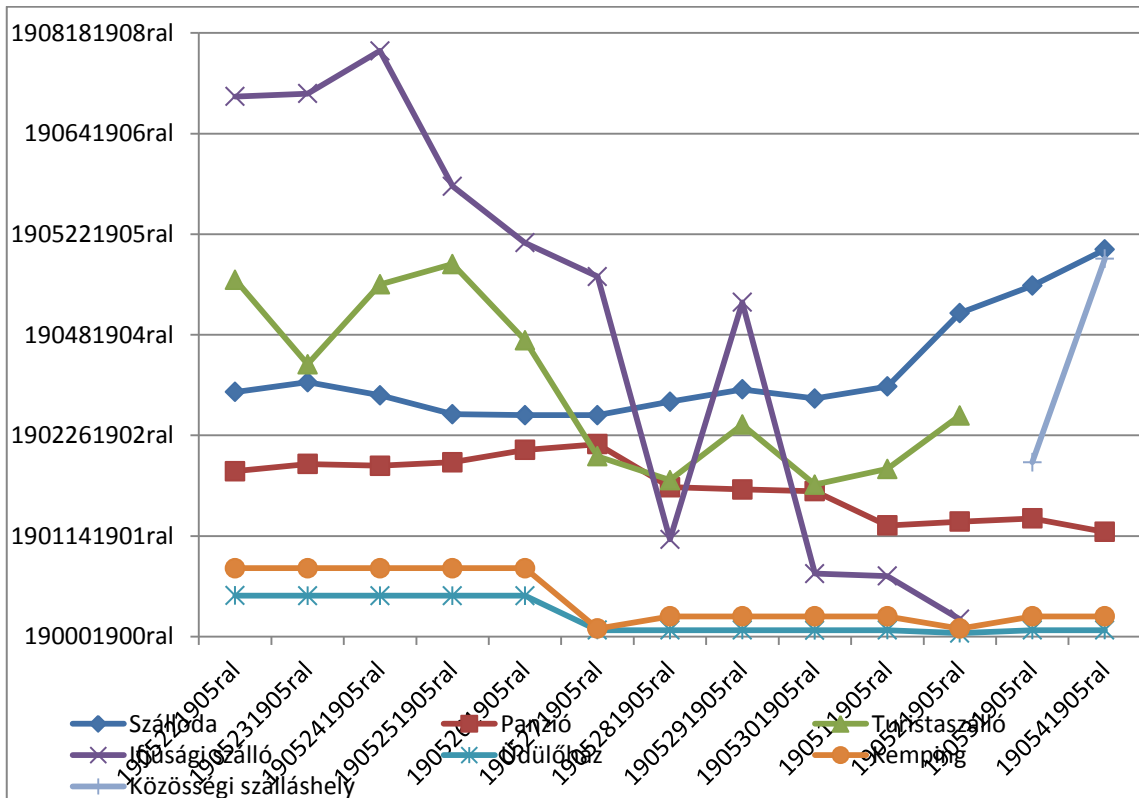
A kereskedelmi szálláshelyek kapacitását tekintve (25. ábra) még szembeötlőbb a szállodák dominanciája, miszerint 2012-ben már a teljes férőhelyek mintegy 43%-át adják a hotelek. Ugyanebben az évben közel hasonló aránnyal (42%) jelennek meg a közösségi szálláshelyek, ez a mutató azonban nem elég pontos, ugyanis az elméleti fejezetben említett 239/2009. (X.20.) Kormányrendelet alapján ez a kategória gyűjtőfogalommá vált – melybe beletartozik például a város összes kollégiuma – ez okozza annak magas értékét. Az említetteken túl a panziók mintegy 500 férőhelyével, illetve az alacsonyabb kategóriák közel 150 fős kapacitása révén alakul ki Pécs egy időben 4454 turistát fogadni képes kereskedelmi kapacitása.

24. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek száma kategóriánként (db)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

25. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása kategóriánként (ágy)

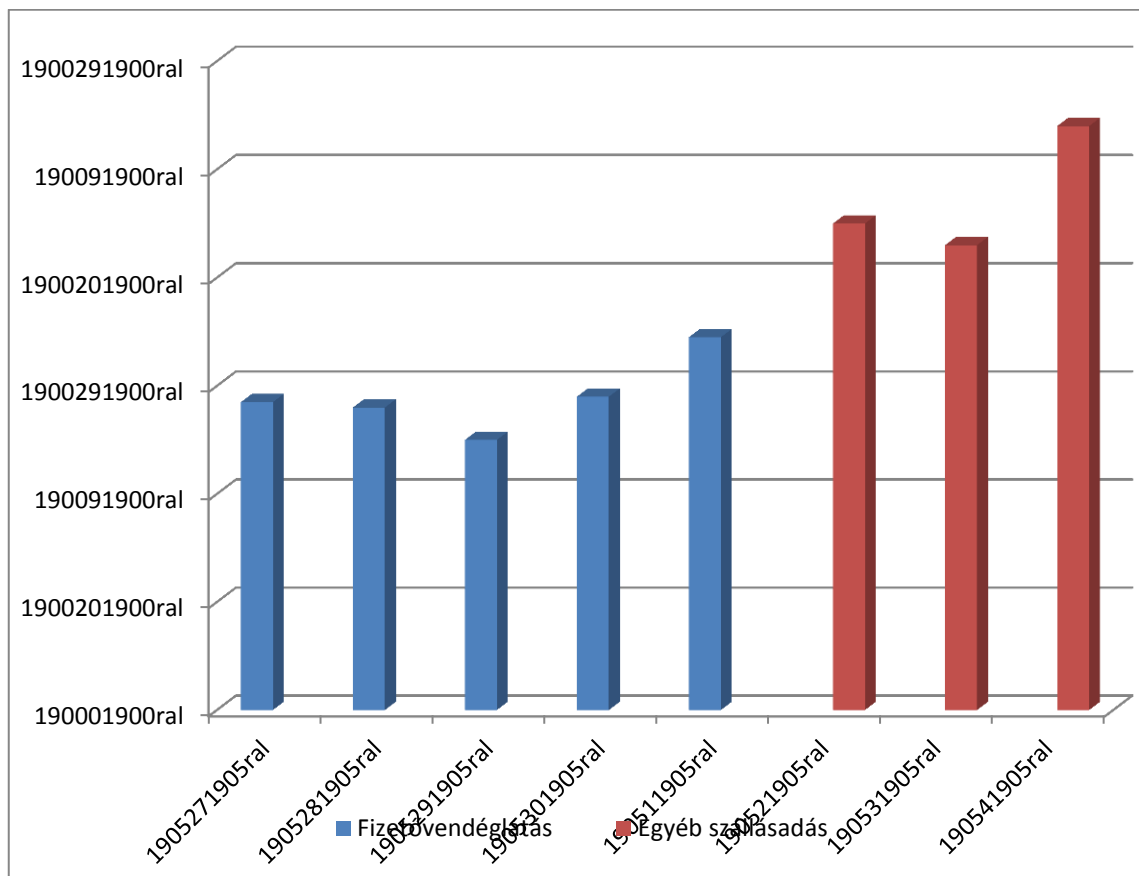


Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A magán szállásadáson belül a fizetővendéglátás, majd 2010-től annak jogutódja az úgynevezett „egyéb szállásadás” jelenik meg a településen – a falusi szállásadás, mint a korábbi, mind az aktuális előírásoknak megfelelően városban nem lehetséges –, ami gyakorlatilag kiadó lakások és összkomfortos ház/lakásrészeket jelent, ami megfelel a külföldi besorolásokból ismert apartmanokkal.

A kategóriába tartozó szolgáltatók száma (26. ábra) exponenciális növekedést mutat a keresleti igényeknek megfelelően. Ezen igények két csoportba sorolhatóak: az egyik a kedvező árfekvés, a másik pedig az, hogy sok turista önellátóan és izoláltan a többi vendégtől szeretne a városban tartózkodni, ami a kereskedelmi szálláshelyeken nem kivitelezhető.

26. ábra: A magán szálláshelyek száma (db)

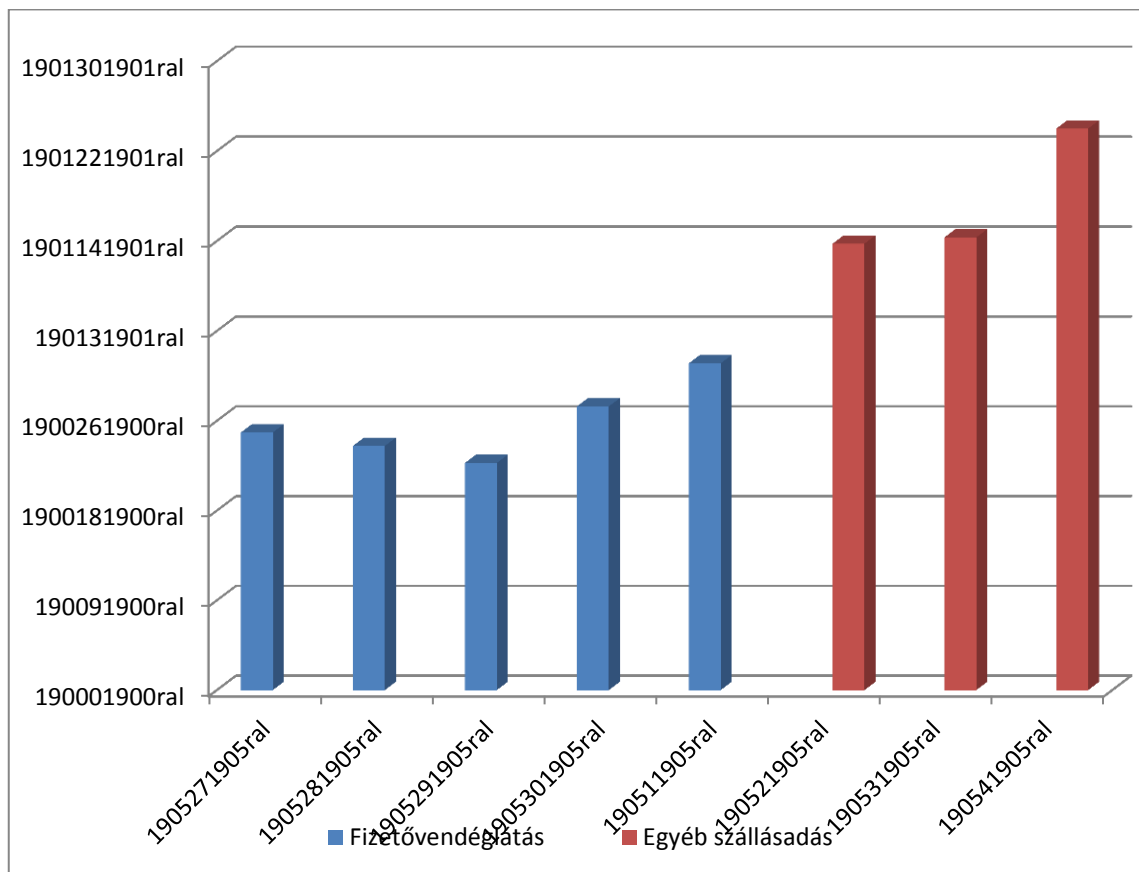


Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A város fizetővendéglátásához tartozó kapacitás a szolgáltatók számával egyenes arányban növekedett, így 2012-ben 625 férőhelyben maximalizálódott (27. ábra). Megjegyzendő, hogy ezen szálláshely kategóriában jogilag korlátozott az egy

egységhez tartozó kapacitás, mely alapján maximálisan 8 szobában 16 ágyal rendelkezhet a szálláshely. A szolgáltatók jelenlegi férőhelyszáma mindösszesen 36% az előírás által engedélyezett maximumnak, így a keresleti igények függvényében ezen kategória bővítése könnyedén megvalósítható.

27. ábra: A magánszálláshelyek kapacitása (ágy)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A város szálláshelyeinek mennyiségi mutatói jelentősen meghaladják a rájuk irányuló keresletet, a kapacitás kihasználtságára ugyan nincs adatgyűjtés, azonban szakértői becslések alapján a legkihasználtabb szálláshelyek is alig érik el éves szinten a 25-30%-ot. Így elmondható, hogy az egységek kvantitatív értelemben messzemenően megfelelnek a piaci elvárásoknak.

A szálláshelyek minőségi mutatói jelentősen javultak az elmúlt évtizedben, melyhez nagyban hozzájárult az EKF cím, illetve a hozzá kapcsolódó források. Kiepültek a wellness- és sportszolgáltatásokat nyújtó hotelek, számos szálloda ruházott be magas színvonalú konferenciatermekre, megjelentek a 4 csillagos egységek stb.,

továbbá az alacsonyabb kategóriájú szálláshelyek jelentős része is megújult, igazodva a keresleti elvárásokhoz. A minőségi paraméterek alját jelentő egyszerű szálláshelyek, melyek gyakorlatilag egy szerény szobát jelentenek ugyanúgy megtalálhatóak a városban, így minden szegmens megtalálja az igényeinek és természetesen anyagi helyzetének megfelelő egységet.

Összegezve a leírtakat elmondható, hogy jelenleg a pécsi szálláshelyek mennyiségi mutatói messzemenően túlmutatnak a kereslet volumenén, a minőségi jellemvonásokat figyelembe véve pedig szinte lefedik a teljes szálláshelykínálati palettát, így keresleti szegmensek döntő többsége ki tudja elégíteni az igényeit. Mindezek alapján a település szálláshelyeinek értékelése (36. táblázat):

36. táblázat: Pécs szálláshelyeinek értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	A desztináció szálláshelyei döntően igazodnak a terület turizmusához, a kereslet igényeit kielégítik.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.2.3. Pécs szezonálitása

A szezonálitás szempontjából értékelve Pécsset, alapvetően elmondható, hogy a település vonzerői alapján egész évben látogatható, a kereslet szabadon választhatja látogatása idejét.

A várost érintő főszezont a nyári, illetve a késő tavaszi és a kora őszi hónapok jelölik ki, ezen időszakban vannak maximalizálva a szálláshelyek árai és ekkor kerülnek lebonyolításra Pécs nagyrendezvényei (pl. POSZT, Sétatér fesztivál).

Az idegenforgalmi főszezon ugyan kiemelkedik az év többi szakaszához viszonyítva, azonban a hozzá szorosan kötődő elő- és utószezon messzemenően jelentősebb szerepet tölt be, mint például egy vízparti vagy egy hegyvidéki desztináció esetében. Ezt támasztja alá néhány alacsonyabb kategóriájú szálláshely tulajdonosának véleménye, illetve a keresleti felmérés során ezen egységekben tapasztalt vendégforgalom. A város kínálatában felértékelődött rendezvények – pl. május: Pécsi Tavaszi Borfesztivál (Régió Koccintása), szeptember: Örökség Fesztivál – Pécsi Napok, Pécsi Pezsgő Borfesztivál – időben kinyújtják és tovább erősítik ezen időszakok

szerepét, a maguk egyenként is több ezres nagyságrendű vendégforgalmával, mely jellemzően a kirándulóforgalomban realizálódik.

A téli időszak sem értékelhető holtseasonként annak ellenére, hogy az időjárási viszonyok függvényében több vonzerőt nem lehet kihasználni (pl. Mecsek, belváros nyilvános terei stb.), mivel számos kulturális és tudományos rendezvény zajlik az évszakban, de természetesen ezen időszak alatt érkezik a kereslet legkisebb hányada a településre.

Összegezve elmondható, hogy a kereslet szabadidejének eltöltése szempontjából Pécs egész évben látogatható, azonban a téli időszakban a lehetőségek korlátozottak, így a környezeti elem értékelése (37. táblázat):

37. táblázat: Pécs szezonálisának értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	Egész évben látogatható desztináció, azonban nem tud az év bármely szakaszában azonos élményt nyújtani a keresletnek.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.2.4. Pécs turizmusának menedzsmentje

A város desztináció menedzsment szervezete az országos hálózat kialakításának kezdetén 2009-ben jött létre – korábban a turizmus koordinálása az önkormányzat hatáskörébe tartozott. A TDM szervezet két egységből áll: egyrészt a TÉDÉEM PÉCS Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Kiemelten Közhasznú Társaságból, mely 2013-ban marketing megfontolásokból nevet változtatott, így ma Irány Pécs Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Kiemelten Közhasznú Társaság lett, másrészt a Pécs Turizmus Egyesületből. Az utóbbi tömöríti a desztináció szolgáltatóit, míg a nonprofit szervezet végzi az operatív tevékenységet.

A pécsi TDM szervezet teljes körűen koordinálja a település turizmusát, melynek fő elemei a stratégiai irányítás, a fejlesztési tervek kidolgozása, szervezés és partnerségi kapcsolatok kialakítása (desztináción belül és kívül), marketing tevékenység, illetve monitoring (RAFFAY, Z. – JÓNÁS-BERKI, M. – AUBERT, A. – MARTON, G. 2013).

A szervezet 2009-es indulásakor 32 tagot számlált, míg 2014-re ez 86 szolgáltatóra bővült és továbbra is növekszik. A TDM munkatársainak véleménye, hogy a nagyobb idegenforgalmi egységek mára egyértelműen látják a tagság előnyeit (közös promóció, kedvezmények stb.), míg a kisebb vállalkozások egy jelentős része egyelőre a szervezeten kívül maradt, azonban közülük is egyre többen kerülnek bevonásra. A bővülésben fontos szerepet játszott/játszik az „Irány Pécs” turisztikai kártyarendszer kialakítása, amivel egy kedvezményrendszert tudnak igénybe venni a turisták (múzeumok, étkezés, szálláshelyek stb.), azonban a kártyát kizárólagosan a TDM tag szálláshelyek bocsájthatják a vendégek rendelkezésére.

A szervezetről elmondható, hogy kiépítette a teljes vertikumát, de még nem tudott teljesen megszilárdulni, gondolván itt a folyamatos pályázati források igénybevételére, melyek a szervezet fenntartására és fejlesztésére kerülnek felhasználásra. Ennek következménye, hogy még nem teljesen önjáró a szerveződés, azonban a növekvő taglétszám és az általuk fizetett tagdíjak hosszú távon elviekben orvosolhatják ezt a problémát.

A pécsi desztináció menedzsment szervezet azon kategóriába tartozik, amelynek tagjai önállóan további települések bevonása nélkül tudtak megalakulni, egyedül teljesítve a megalakulás feltételül szabott vendégforgalmi kritériumokat (JÓNÁS-BERKI, M. – AUBERT, A. – **MARTON, G.** – RAFFAY, Z. 2012). Ennek pozitív és negatív következményei egyaránt vannak, melyek hatással vannak a turizmusra. Pozitívumként értékelhető, hogy nem kényszerül együttműködésre más településekkel, így kompaktabban tudja kezelni az idegenforgalmi folyamatokat és könnyebben tud a szervezet döntéseket hozni. Negatívuma pedig, hogy minden esetben – még határos területekkel – is külső együttműködésre kényszerül, illetve ennél jelentősebb hátrány, hogy nem tudja a település kínálatát differenciálni a nem városhoz kötődő turisztikai termékekkel. Ez a problémakör feloldódhat magától, amennyiben kiépül a területi szintje az alulról építkező TDM-modellnek, az azonban egyelőre még várat magára.

A pécsi desztináció menedzsment szervezetnek, mint minden nagyvárosinak jelentős problémája a településen működő azon szolgáltatók, akik valamilyen megfontolásból nem lépnek be az egyesületbe. A kis vállalkozások esetében ez még nem is lenne kardinális kérdés, azonban amikor egy, a térségen belül piacvezető vagy éppen monopolhelyzetben lévő szolgáltató nem csatlakozik, akkor egyrészt sem a termékeihez/szolgáltatásaihoz nem jut hozzá a turista kedvezményekkel, másrészt pedig

nem kap róla információt, ha kizárólag a szervezeten keresztül keres információkat a településről.

Összességében elmondható, hogy a Pécsen kiépült turisztikai desztináció menedzsment szervezet a lehetőségeihez mérten járul hozzá a város turizmusának pozitív irányba történő elmozdulásához a tevékenysége révén, továbbá a munkájuk hosszú távon perspektivikus, amennyiben külső változás nem éri a szervezetet. Mindezek függvényében a város idegenforgalmi menedzsmentjének az értékelése (38. táblázat) átlagos, mert nem tudta magát financiálisan „önjáróvá” tenni, illetve koordinációs tevékenysége csupán az idegenforgalmi szolgáltatók egy részére terjed ki:

38. táblázat: Pécs turisztikai menedzsmentjének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	A desztinációban rejlő lehetőségekhez képest alacsony hatékonyságú vagy kezdeti fázisban járó turisztikai menedzsmenttel rendelkezik.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.1.2.5. A Pécs turizmusának marketingje

A város marketingtevékenysége és annak értékelése rendkívül nehéz feladat, hiszen nem támasztható alá konkrét adatokkal, ezért a módszertani fejezetben említésre kerülő vezetői interjúk és a saját kutatás ötvözeteként kerül értékelésre a marketing, mint környezeti elem.

Pécs marketingje sokszínű és szerteágazó és az elmúlt néhány évben egyre letisztultabbá vált. A korábbi „mediterrán város” koncepciót az EKF-et követően felváltotta a „kultúra városa”, mely egyértelmű irányjelzést jelent a város idegenforgalma számára.

A település turizmusát és annak szolgáltatóit széles spektrumú promócióival népszerűsítik, melyek közül a jelentősebbek:

- Az online marketing a legköltséghatékonyabb forma napjainkban, melyet a város turizmusmenedzsment szervezete igen hatékonyan alkalmaz:
 - Az www.iranypecs.hu Pécs turizmusának központi eleme, az online felületen megtalálható a város teljes kínálatának bemutatása (szállások,

vendéglátó egységek, rendezvények stb.), illetve direkt módon közvetlenül foglalásokat is tehet az érdeklődő.

- A honlaphoz közvetlenül kapcsolódik a „Facebook – Irány Pécs profil”, melyen a fontosabb idegenforgalmi hírek és ajánlatok kerülnek bemutatásra.
- Szintén a pécsi TDM működteti a www.micepecs.hu weblapot, mely a város konferenciaturizmusát és annak helyszíneit, szereplőit (szervezők, vendéglátók stb.) és azok kapcsolódó szolgáltatásait mutatja be.
- A település érintett szolgáltatói közvetlenül jelennek meg az OTP Szép kártya honlapján, továbbá a kiemelt akciós pécsi szállásajánlatok is felkerülnek a felületre.
- Heti rendszerességgel e-mailen kerülnek a szervezet partnerei értesítésre „Szemezgető” címmel az aktuális turisztikai hírekről és programokról.
- A napjainkra klasszikusnak számító papír alapú megjelenéseken belül a város egy „Irány Pécs” kiadvánnyal rendelkezik, amely egy évszakonként megjelenő kiadvány, női magazinokba beágyazva (Nők Lapja Évszakok, Éva magazin).
- Alkalmi szinten televíziós és rádiós promóció is szerepel a marketing tevékenységek között, azonban mivel ez a legköltségesebb csatorna, így ez csupán kiemelkedő rendezvények és rendkívüli események (megnyitók stb.) alkalmával kerül alkalmazásra.
- Pécs városa természetesen megjelenik néhány jelentősebb turizmushoz köthető kiállításon és vásáron, ezek közül a jelentősebbek: az Utazás Kiállítás Budapest, a Prémium Magyar Napok Belgrád, illetve a Business Travel Show Budapest.
- A város menedzsment szervezete helyi szinten is informálja a már Pécsre érkező turistákat, mely tevékenység során hagyományos és modern módszerek egyaránt alkalmazásra kerülnek:
 - A Tourinform Pécs iroda a város főterén várja a turistákat és a kirándulókat.
 - A technológiai környezetnél említett digitális információs táblák a város közterületein nyújtanak információkat.
 - A szintén említésre került „Visit PÉCS!” turisztikai mobilalkalmazás, a világ bármely pontján elérhető, ebből kifolyólag az utazás előtt és közben is használható.

- Továbbá papír alapú turisztikai térképek, szolgáltatói ajánlatok, broszúrák és elérhetőségek segítik a vendégek információszerzését.

A város idegenforgalmi menedzsment szervezete a marketingtevékenysége előkészítése során igyekszik minél pontosabban meghatározni a keresletének szegmenseit és fő hazai és nemzetközi küldőterületeit, és ez alapján kiépíteni a promóciós tevékenységet, ezen okból történtek a keresletfelmérések is. Megjegyzendő azonban, hogy a szegmentáción alapuló tevékenység még csupán kialakítás alatt áll, korai eredményei csak hazai viszonylatban láthatóak.

A csupán néhány éve tartó konzekvens desztináció marketing napjainkra még nem ért el áttörést, a város önálló márkaként maximum a hazai piacon értelmezhető, nemzetközi tekintetben semmiképpen, melynek fő oka nem a jelenlegi promóció problémája – mert az a lehetőségekhez képest hatékony –, hanem a korábbi hektikus reklámtevékenység. Ezen túlmenően számos területen már látszanak a folyamat hatásai: a kereslet egyre jelentősebb része tudatosan használja információszerzésre a TDM forrásait, bizonyos preferált területekről (pl. Nyugat-Dunántúl) a célzott reklámkampány végett növekedett a forgalom, de a kiemelten promótált rendezvények forgalmának növekedése is az előrelépést támasztja alá.

Összegezve elmondható, hogy Pécs idegenforgalmának környezetében a marketing igen jelentős szerepet tölt be, illetve igen jelentősen tudja előre mozdítani a város turizmusát – amennyiben a jelenlegi tendenciák meg nem törnek –, ez alapján a környezeti elem értékelése (39. táblázat):

39. táblázat: A marketing szerepének értékelése Pécs turizmusában

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	Keresleti szegmentálás alapján végzett marketingtevékenység, mely pozitívan befolyásolja a desztináció piaci helyzetét.	jelentős

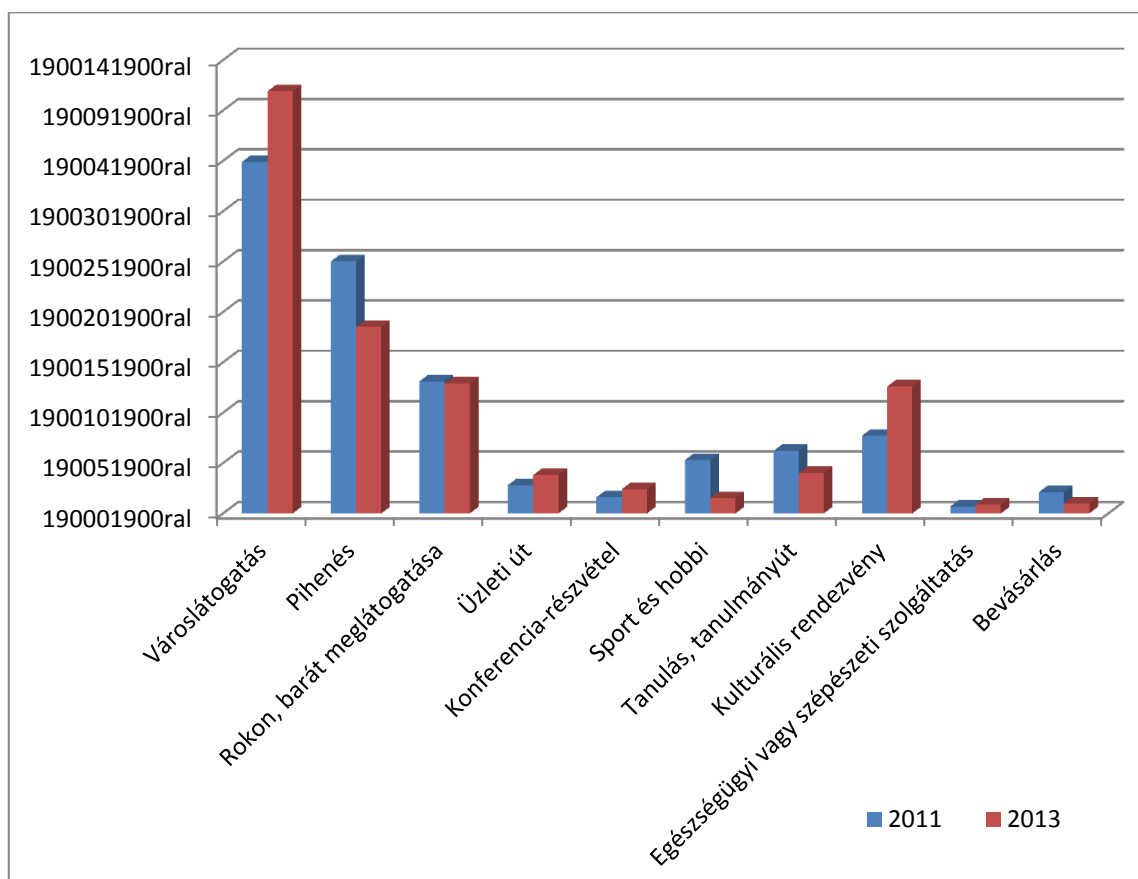
Forrás: saját szerkesztés

6.1.2.6. Az egyén szerepe Pécs turizmusában

A városra irányuló idegenforgalmi kereslet és azok motivációjában nem jelennek meg az újszerű, innovatív megoldások által kiváltott divattrendek. Pécs esetében a klasszikus

városi turizmus és a belőle származtatható vonzó tényezők gyakorolják a hatást a turistákra (28. ábra), úgy mint a városlátogatás, a pihenés, illetve a rokonok és a barátok látogatása. Ez annak függvényében problematikus, hogy a város mindent megtett annak érdekében, hogy az EKF, illetve a hozzá kapcsolódó beruházások (Zsolnay negyed, Kodály központ stb.) révén egy megújult, modern kulturális város szerepét töltsse be, azonban a keresleti felmérések alapján a városba érkező turisták jelentős hányada még mindig csak a klasszikus pécsi vonzerőket (TV torony, Székesegyház stb.) látogatják elsősorban.

28. ábra: A turistaérkezések megoszlása az utazási motiváció szerint (%)



Forrás: Pécs vendégkör felmérése alapján saját szerkesztés

A leírtakon túlmenően az is elmondható, hogy a felmérések alapján azonban az új vonzerők is a köztudatba kerültek, így a további fejlesztések megfelelő alapjául szolgálhatnak, viszont jelenleg még nem beszélhetünk kiemelkedő szerepükről.

A keresleti oldal nagysága, mely a városra irányul nem éri el azt a kritikus határt, mely jelentős befolyással bírna és meg tudná változtatni a város idegenforgalmát

vagy annak tényezőit, így igazodnak a kialakított kínálati elemekhez, illetve a fejlesztési igényeik is jellemzően ezekre irányulnak.

Összességében elmondható, hogy a város szerepe a turisták motiválásában nem tudott megújulni, hiszen éppúgy kizárólagosan a kulturális- és a városi turizmus jelenti a vonzerőt, mint évtizedekkel ezelőtt, illetve hiába ismerik a turisták az új beruházásokat, ha csak alacsony arányban keresik fel őket. Mindezek alapján a környezeti elem értékelése (40. táblázat):

40. táblázat: Pécs esetén az egyén szerepének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	A célterület néhány termék jelentősen befolyásolja a keresletet, de nem jelenik meg a piacon kontinentális vonzerőként.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.1.2.7. Pécs turistaforgalma

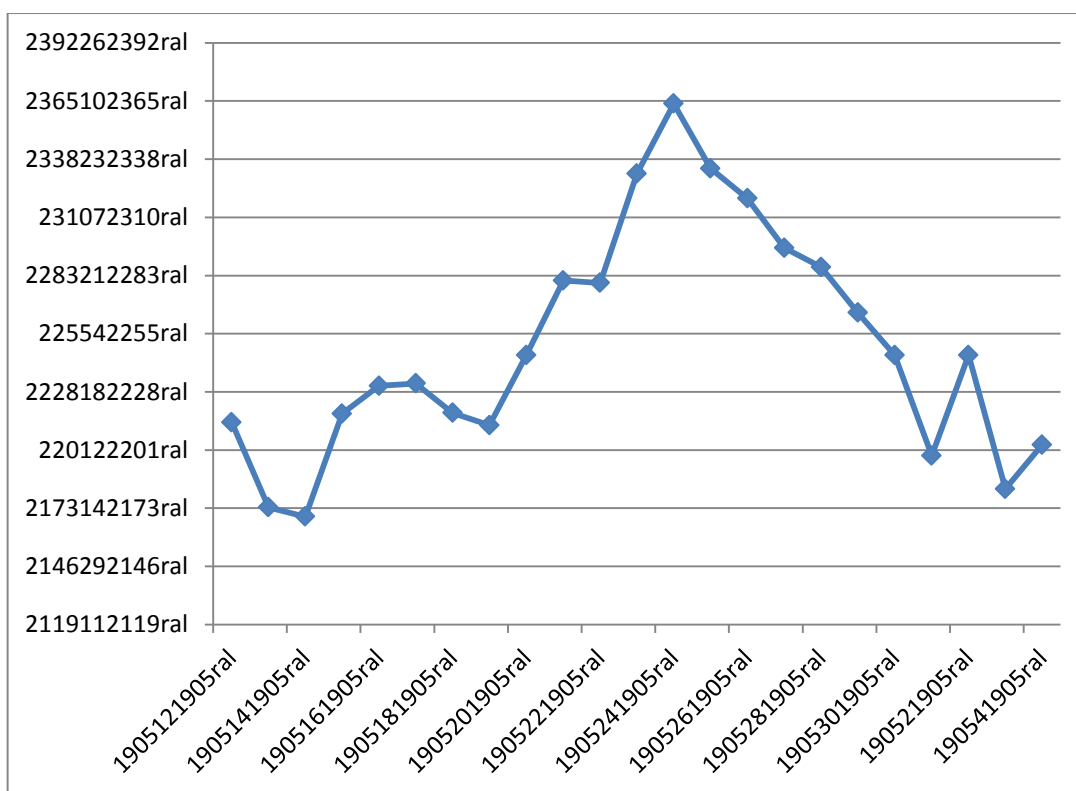
A város turistaforgalma a szocialista érában magas szinten realizálódott esetenként meghaladta a 200 ezer vendéget a helyi szakértők becslése alapján, majd a rendszerváltást követően megkezdődött a piaccgazdasági elvek szerint működő idegenforgalom, mely során a Pécs jelentős piacvesztést szenvedett el (AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. – MARTON G. 2010).

A rendszerváltozást követően a turistaforgalom rendkívül hektikus képet mutat (29. ábra). Az átmeneti időszak visszaesését követően megindult egy bő évtizedes emelkedési folyamat, mely 2002-ben tetőzik, megközelítőleg 170 ezer turistával. Ezt követően egy erőteljes visszaesés kezdődött meg, amely mélypontját a 2011-es év éppen csak 100 ezer feletti vendég száma jelöli ki. Az utóbbi trendből kivételnek számított a 2010-es Pécs Európa Kulturális Fővárosa év, amikor természetesen nőtt a vendég szám, ez azonban mindösszesen 20 ezer vendéget jelentet. A mutató ingadozásának okaiként komplex folyamatok jelölhetők meg: többszöri profilváltás a turisztikai marketingben (mediterrán város, kultúra városa stb.), az idegenforgalmi menedzsment hiánya, a jelentős beruházások elmaradása, illetve a versenytársak erősödése.

A felvázolt visszaesést követően biztató jelnek számít a 2012-es év, illetve az előzetes 2013-as adatok (további 3%-os növekedés), melyek alapján prognosztizálható egy igen lassú emelkedés a turistaforgalomban. Ez az egyre összehangoltabb menedzsment és marketing, illetve a 2010-es év hatása, azonban a helyi szakértők egybehangzóan úgy gondolják, hogy hosszú távon a hazai – és esetleges nemzetközi – piaci vezető szerephez jelentős beruházások szükségesek.

A turisták származás alapján történő megoszlását tekintve igen jelentős hazai többlétről beszélhetünk, az elmúlt évtized mutatói alapján átlagosan mindössze a vendégek 20-25%-a érkezik külföldről, még a 2010-es évben is csak 30% volt a külföldi turisták aránya. A belföldi turisták többségben a Dunántúlról, illetve a fővárosból és Pest megyéből érkeznek, míg az alföldi területekről jelentősen kevesebben. A külföldiek a vendégkör felmérések alapján legnagyobb számban a németajkú területekről (50-60%: Németország, Ausztria, Svájc, Benelux-államok), illetve az angolszász országokból (20-25%: Nagy-Britannia, USA, Ausztrália, Új-Zéland) érkeznek, a fennmaradó mintegy 25% pedig jellemzően európai országokból, de kis számban távol-keleti, afrikai és dél-amerikai vendégek is megjelennek.

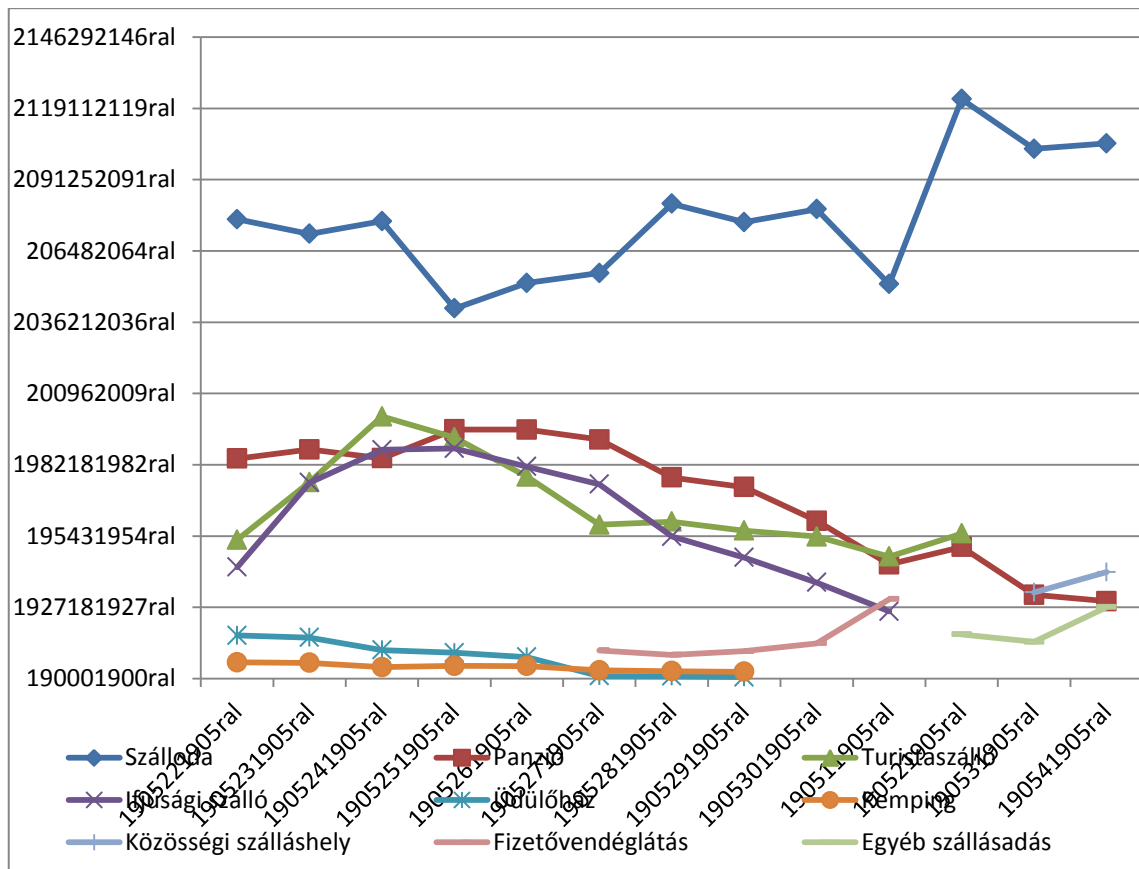
29. ábra: Pécs turistaforgalmának változása a rendszerváltást követően (fő)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A turisták szálláshelyek szerinti megoszlása alapján (30. ábra), egyértelműen látszik a szállodák dominanciája, ami a vendégek mintegy háromnegyedét jelenti a szálláshelytípuson. Meg kell jegyezni, hogy ez némiképpen csalóka képet jelent, ugyanis a város szállodái jellemzően középkategóriába tartoznak, így alacsonyabb árfekvésű kategóriába sorolhatóak. Ezek főként néhány luxuselemmel rendelkező városi hotelek, nem pedig a 21. századi elérhető legmagasabb technológiai színvonalon működtetett, mint napjaink kiemelt fűrdővárosainak egységei. A 2010-től megfigyelhető lépcsőszerű kiugrás az EKF-hez kötődő szállodafejlesztési beruházások eredményeit jelentik, mely során több szálloda került kialakításra, illetve felújításra. A többi szálláskategória (panziók, közösségi szálláshelyek, fizető vendéglátás) nagyságrendben arányosan osztozik a fennmaradó 30-40 ezer fős vendégkörön, azonban a kempingek forgalma szinte teljesen eltűnt.

30. ábra: Pécs turistaforgalmának megoszlása szálláshelyek szerint (fő)

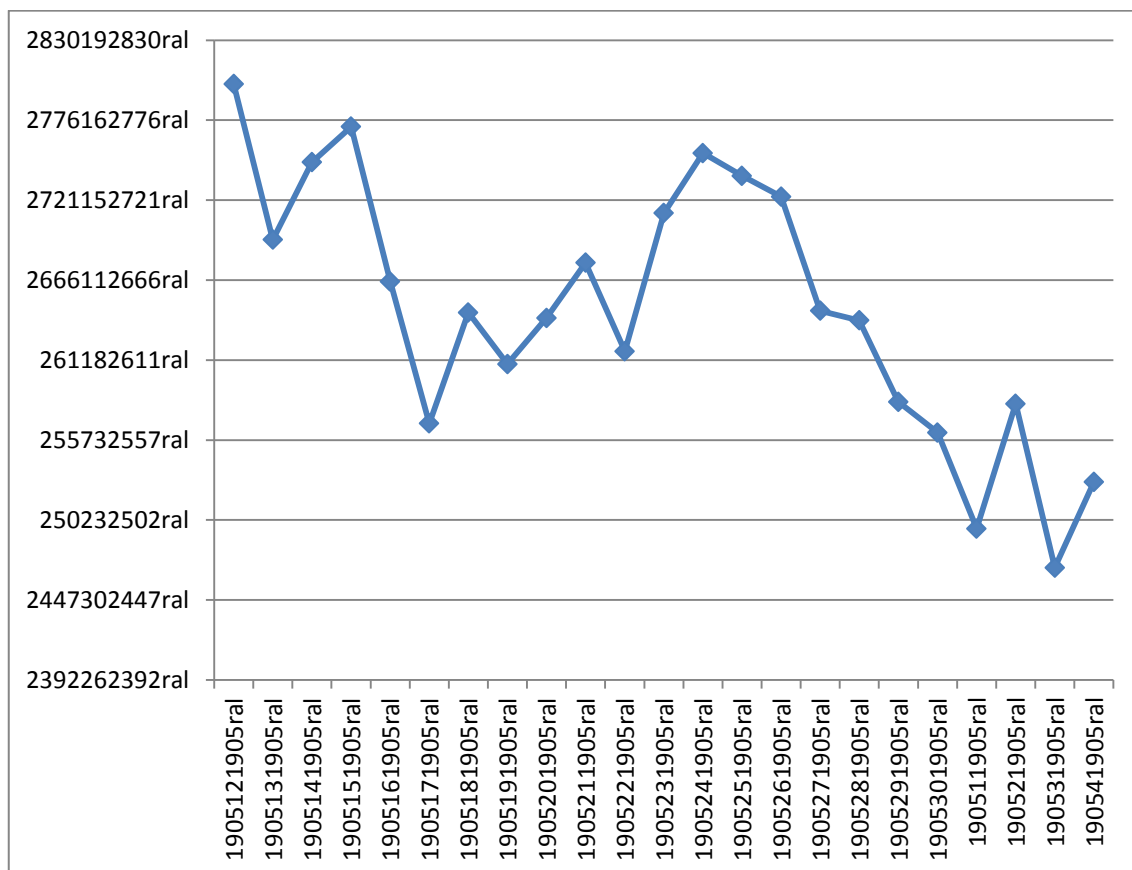


Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A vendégéjszakák alakulása a rendszerváltozást követően (31. ábra) természetesen szorosan igazodik a vendégek számának tendenciáihoz. A két mutató eltérése,

leginkább az 1990-es évek forgalmában mutatkozik meg, ahol egyrészt jelentősebb a szintcsökkenés a vendégéjszakáknál, illetve másrészt az évtized második felének emelkedését több kisebb regresszió szakítja meg. Az elmúlt évtized folyamatai viszont teljes mértékben esnek egybe a vendégszám alakulásával, mind a jelentős visszaesés, mind pedig napjaink enyhe növekedése esetében.

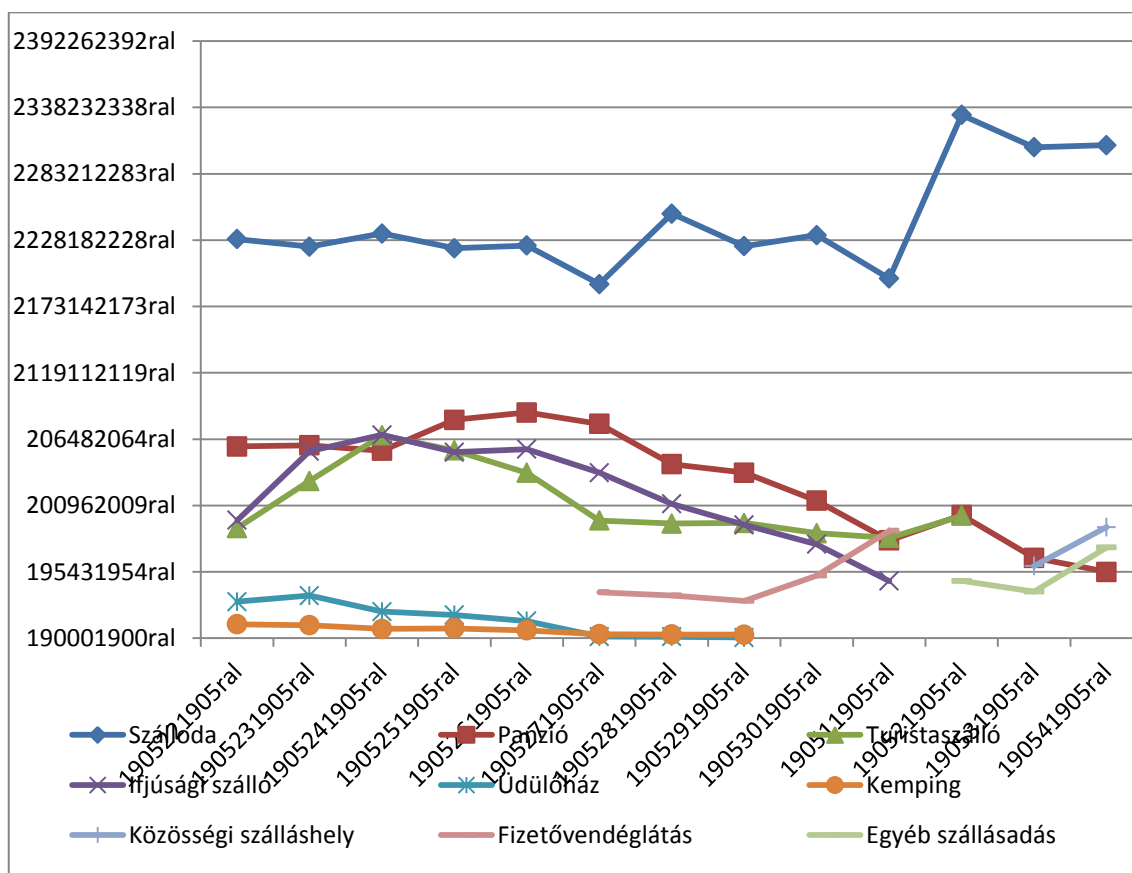
31. ábra: Pécs vendégéjszakáinak változása a rendszerváltást követően (éj)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Az eltöltött vendégéjszakák szálláshely kategóriánkénti megoszlása (32. ábra) alapján szintén a hotelek egyeduralma látható, sőt a 2010-től megjelenő szállodai forgalomművekedés az eltöltött éjszakák esetén még jelentősebb. Megjegyzendő azonban, hogy az említett folyamat egybeesik a panziók visszaesésével, amely a már említett szálláshely kategória átminősítés eredményeként értelmezhető. Az egyéb szálláshely típusok ezen adatsor esetében is egyértelműen kiegészítő szerepet töltenek be, hiszen forgalmuk együttesen sem éri el a vendégéjszakák harmadát.

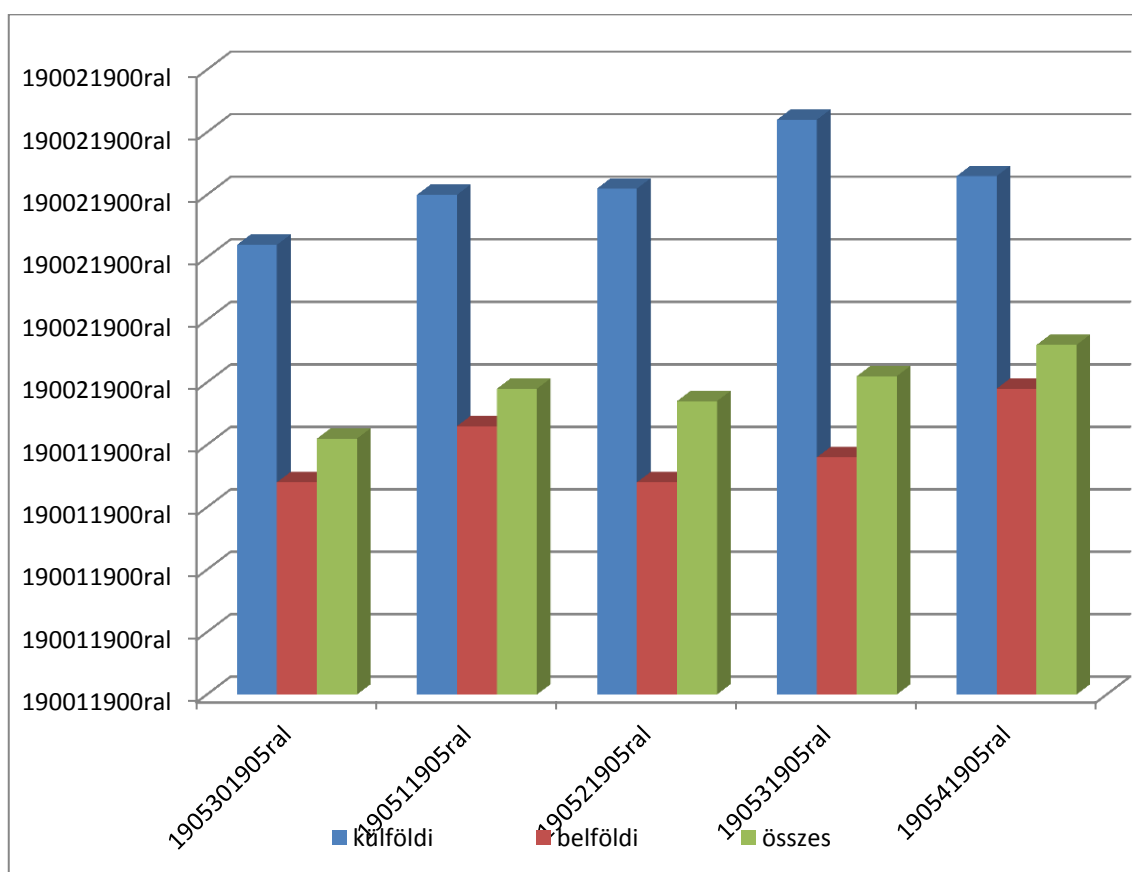
32. ábra: Pécs vendégéjszakáinak megoszlása szálláshelyek szerint (éj)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A városba érkező turisták átlagos tartózkodási ideje a rendszerváltozás óta az egyik legkritikusabb problémakörként jelölhető meg, ugyanis két évtized több területen (marketing, kedvezmények, beruházások) történő számos próbálkozása ellenére sem éri el még a vendégenkénti 3 éjszakát (33. ábra). A külföldiek mutatói valamivel magasabban, de a különbség nem szignifikáns, illetve részarányuk a vendégkörből sem éri el azt a kritikus szintet, hogy ez módosítsa a tartózkodási időt. Összeségében pedig ez azt támasztja alá, hogy a város jelenlegi kínálatához igazodva a kereslet két éjszaka eltöltését elégségesnek találja Pécs megismeréséhez, illetve értékei felkereséséhez. Ennek következménye pedig a bevételi oldalon realizálódik, pontosabban marad el, ugyanis ha csupán egy nappal növelhető volna a mutató, már azon esetben is 50%-al nőnének a szálláshelyek bevételei, továbbá érezhető volna a vendéglátó és egyéb kereskedelmi egységek forgalmában. Mindehhez viszont jelentős termékkínálati fejlesztések szükségesek.

33. ábra: Pécs turistáinak átlagos tartózkodási ideje (nap)



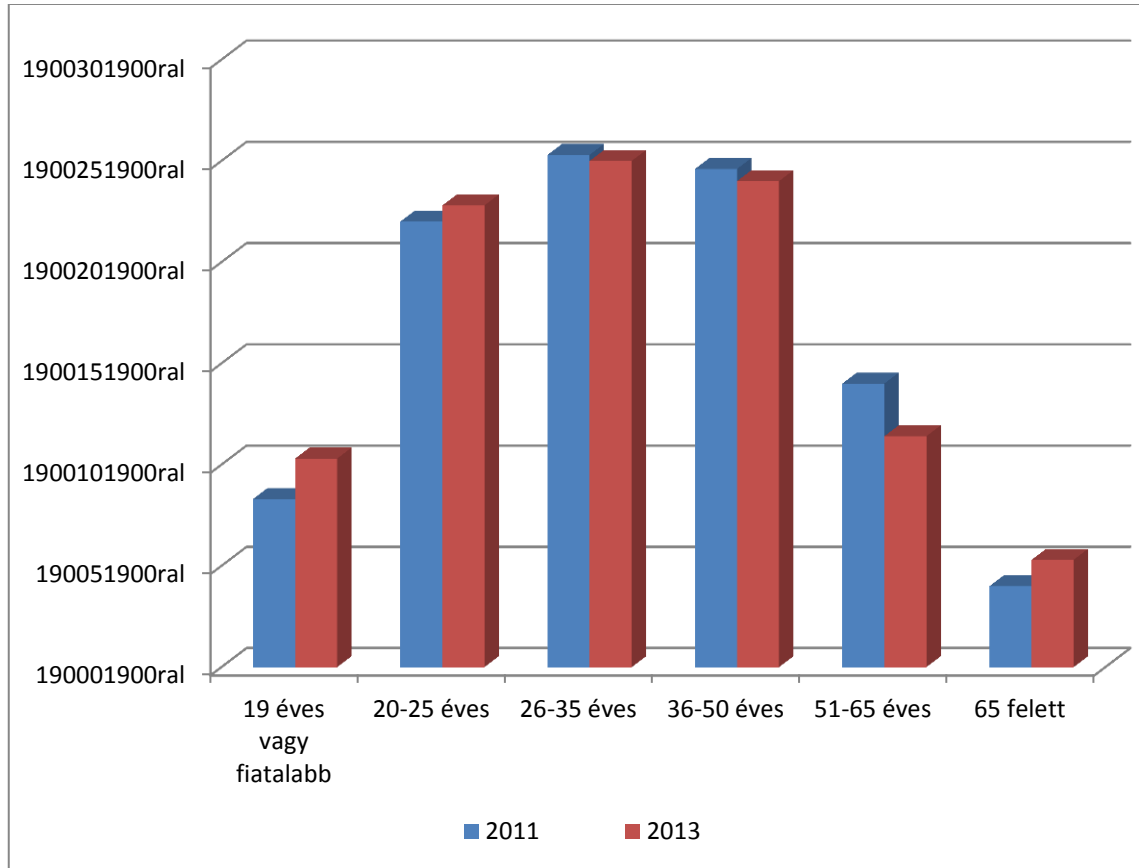
Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A turistaforgalom általános mennyiségi jellemzőin túl a két keresleti felmérés alapján a következőkben bemutatásra kerülnek olyan minőségi mutatók, melyek alapján jobban és mélyebb szinten lehet értelmezni a város vendégforgalmát.

Pécs turistáinak korcsoportok szerinti megoszlása (34. ábra) jól mutatja, hogy a város sikeresen levetkőzte a máig sztereotipikus, széles körűen osztott nézetet, mely szerint a vendégforgalmának egy jelentős részét az osztálykirándulások és a senior korosztály utazásai jelentik. Az ábrán egyértelműen kirajzolódik, hogy a 20 és az 50 év közötti korosztályok jelentik a forgalom döntő hányadát. A felmérés során továbbá ezen mutatón túl határozott cél volt felmérni az említett két csoport nagyságát, azonban olyan kis arányban voltak megtalálhatóak, hogy együttesen sem jelölhető belőlük ki önálló keresleti szegmens. Minden korosztály közös jellemzőjeként jelenik meg az egyéni utazások dominanciája, mely során néhány fő vagy néhány család saját szervezés keretében érkezik a településre. Érdekességként megjegyezhető, hogy a felmérések során néhány százalékpontos növekedés jelentkezett az értékeléseknél, ez azonban nem

tekinthető mérvadónak, ugyanis az anketőrök beszámolóí során ez csupán annak köszönhető, hogy a nők nagyobb hajlandóságot mutattak a felmérésben való részvételre.

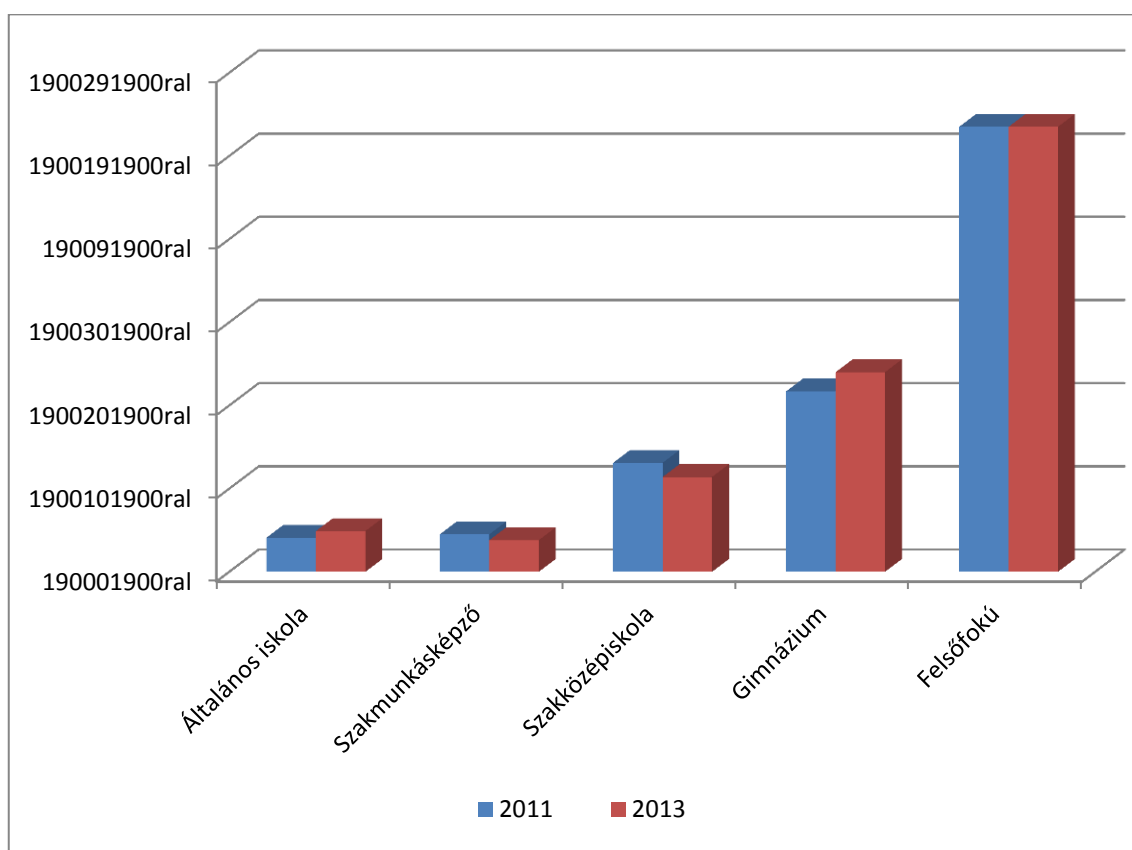
34. ábra: Pécs turistáinak korcsoportok szerinti megoszlása (%)



Forrás: Pécs vendégkör felmérése alapján saját szerkesztés

A turisták iskolai végzettsége alapján egyértelműen látható (35. ábra), hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkezők jelentik a kereslet magját, az arányokat tekintve pedig, ha ehhez hozzáadjuk a gimnáziumi végzettséggel rendelkezőket, akkor a teljes kereslet háromnegyedét jelenti a két kategória. Ez egy természetes visszacsatolást jelent a város kínálatát nézve, hiszen a kultúra városa és a termékfejlesztési irány pontosan abba az irányba halad, hogy ezen szegmenseket célozza meg. Míg ezzel szemben az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkező csoportok igen kis arányban látogatják a város. Tendenciaként látható, hogy egy keresleti szegmensnek minél nagyobb az iskolázottsága, annál nagyobb arányban képviseli magát a város keresletén belül.

35. ábra: Pécs turistáinak iskolai végzettség szerinti megoszlása (%)

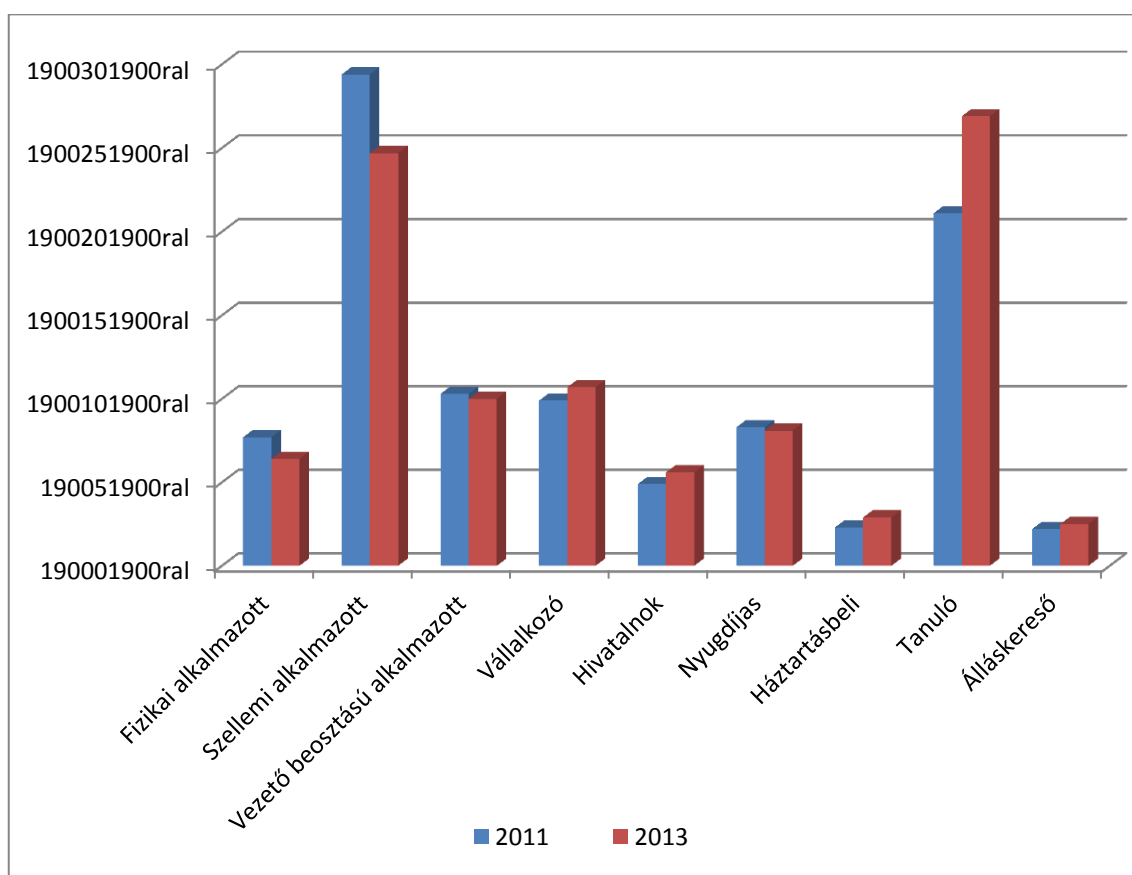


Forrás: Pécs vendégkör felmérése alapján saját szerkesztés

Az általános iskolai végzettséghez szorosan kötődik a munkaerőpiacon betöltött szerepkör. A Pécsre látogató turisták foglalkozás alapján elkülönített csoportjai (36. ábra) közül a magasabb iskolai végzettségűekhez sorolhatók a szellemi foglalkoztatottak, a vezető beosztásúak, a hivatalnokok, illetve a tanulók, akik ez esetben jellemzően egyetemistákat jelentenek. Ha ezeket summázzuk látható, hogy markáns hányadát adják a vendégeknek.

A foglalkozás és az iskolai végzettség alapján látható, hogy a városra irányuló forgalom egyértelműen azon csoportba tartozik, akiket tudatos turistáknak szokás nevezni, jellemzőjük, hogy pontos és határozott céllal érkeznek egy-egy desztinációba. Pécs esetén ez, ahogy az korábban látható volt a kulturális turizmus vagy annak valamely eleme által kiváltott motivációt jelenti a gyakorlatban.

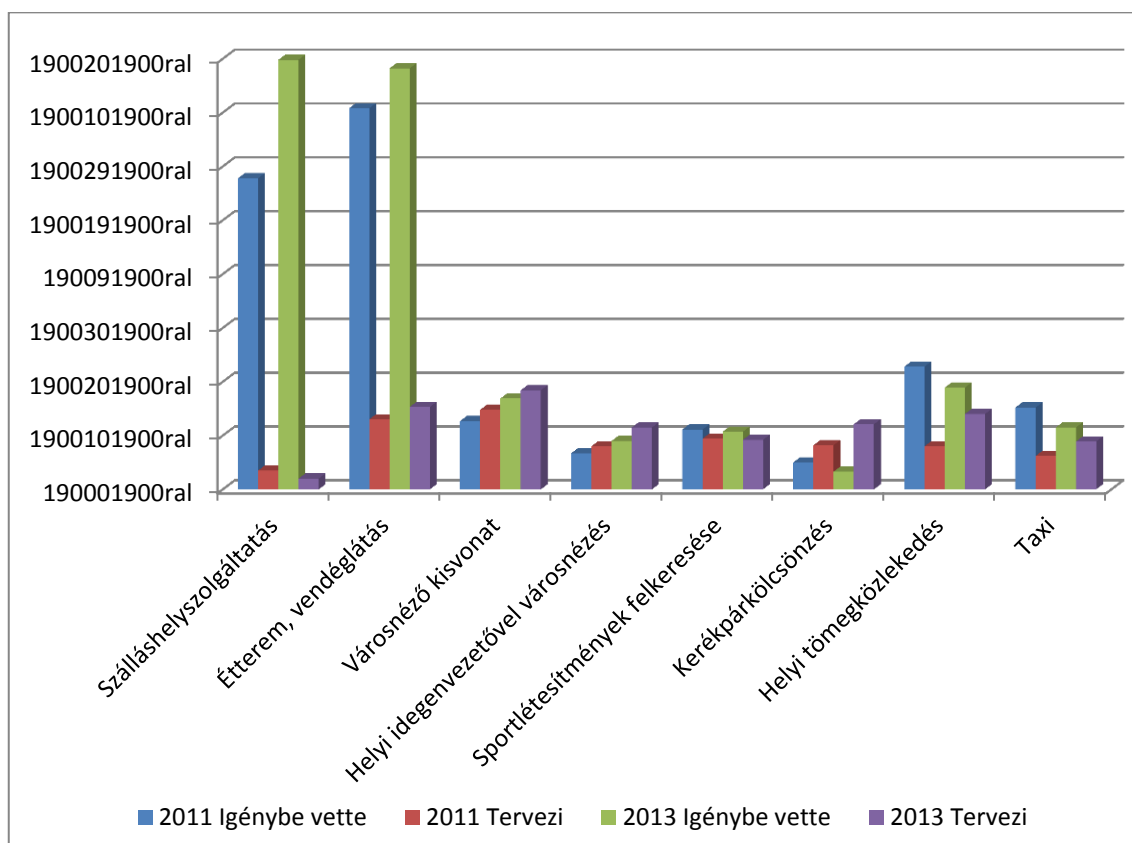
36. ábra: Pécs turistáinak foglalkozás szerinti megoszlása (%)



Forrás: Pécs vendégkör felmérése alapján saját szerkesztés

A fentiek következménye, hogy a város által nyújtott általános szolgáltatások közül a kereslet magasabb arányban csak a szálláshely szolgáltatást és a vendéglátást veszi igénybe (37. ábra). Ez elsőre nem tekinthető evidenciának, azonban a felmérésekből kiderül, hogy a tudatosan városlátogatás céljából érkező turisták, átlagosan felsőfokú végzettséggel nem igénylik sem a helyi idegenvezetést, sem pedig a városnéző kisvasutat, illetve a többi hasonló általános információs forrást, hiszen már az azok által nyújtott információk egy jelentős részét tudják az utazás megkezdése előtt. Ők speciális ismereteket igényelnek, melyeket meg is szereznek itt tartózkodásuk alatt az egyes vonzerők munkatársaitól, melyek messzemenően túlmutatnak az általános útikönyvek ismeretanyagán. Ezt igazolják azon helyi szakemberek állásfoglalásai, akik napi szinten találkoznak a turistákkal és azok konkrét igényeivel.

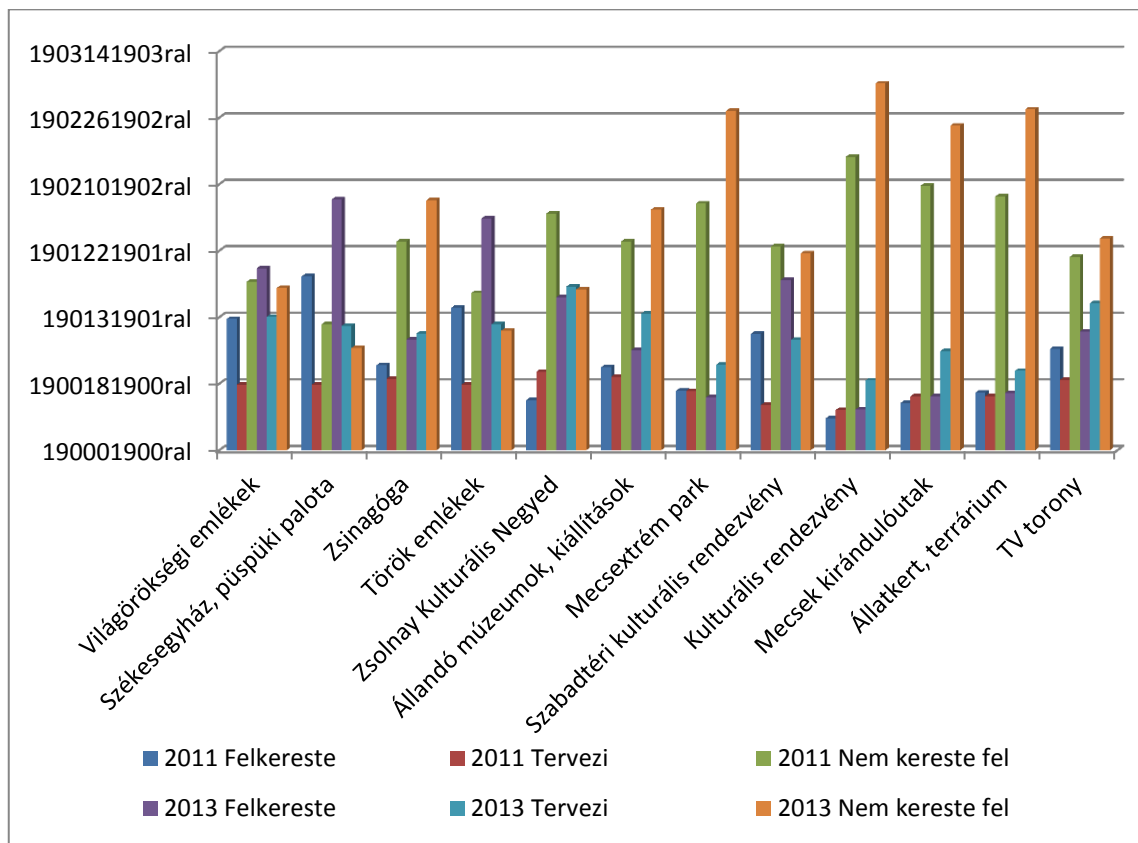
37. ábra: Pécs turistái által igénybe vett szolgáltatások (%)



Forrás: Pécs vendégkör felmérése alapján saját szerkesztés

Az egyes vonzerők látogatottsága (38. ábra) és annak változása megmutatja, hogy a két felmérés közti eltelt két év során is fajlagosan növekedett az EKF okán történt kulturális vonzerőkre irányuló kereslet. Alapvetően viszont hangsúlyozandó, hogy a turisták éppúgy látogatják a város klasszikusnak mondott értékeit (pl. TV torony, vallási emlékek), mint a 2010. évben vagy azután kialakítottakat – sőt a Székesegyház és a török emlékek jelentős prioritást élveznek a kereslet oldaláról. Problémaként jelölhető meg, hogy a Kodály-központ – olyan kis aránnyal szerepel, hogy nem került ábrázolásra –, illetve a nem szabadtéri kulturális rendezvények látogatottságának nagysága messzemenően elmarad az egyéb vonzerőktől, miközben a fejlesztések egyik sarokpontját jelentette és jelenti a magaskultúra. Továbbá jól láthatóan alacsonyabb a látogatottsága a Mecseken található értékeknek: kirándulóutak, Pécsi Állatkert, melyek így a kínálat kiegészítő elemeiként tudnak csupán megjelenni, miközben egy állatpark alapvető vonzerőt kellene, hogy jelentsen (pl. Veszprém, Szeged, Nyíregyháza stb.), ennek oka egyértelműen az elmaradt fejlesztések.

38. ábra: Pécs turistái által látogatott vonzerők (%)



Forrás: Pécs vendégkör felmérése alapján saját szerkesztés

Összegezve elmondható, hogy a város turistaforgalma a benne rejlő potenciálhoz viszonyítva nem számít semmilyen szinten kiemelkedőnek, sőt ha koncepcionálisan tekintjük a fejlesztések függvényében, akkor jelentősen a beruházások hatása által várt volumen alatt realizálódik. Azonban a forgalom abszolút értékét tekintve országos viszonylatban jelentősnek mondható – de kiemelkedőnek semmiképpen sem – így az elem értékelése (41. táblázat):

41. táblázat: Pécs turistaforgalmának értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	A turistaforgalom fajlagosan összhangban van a desztináció turisztikai teherbíró képességével.	átlagos

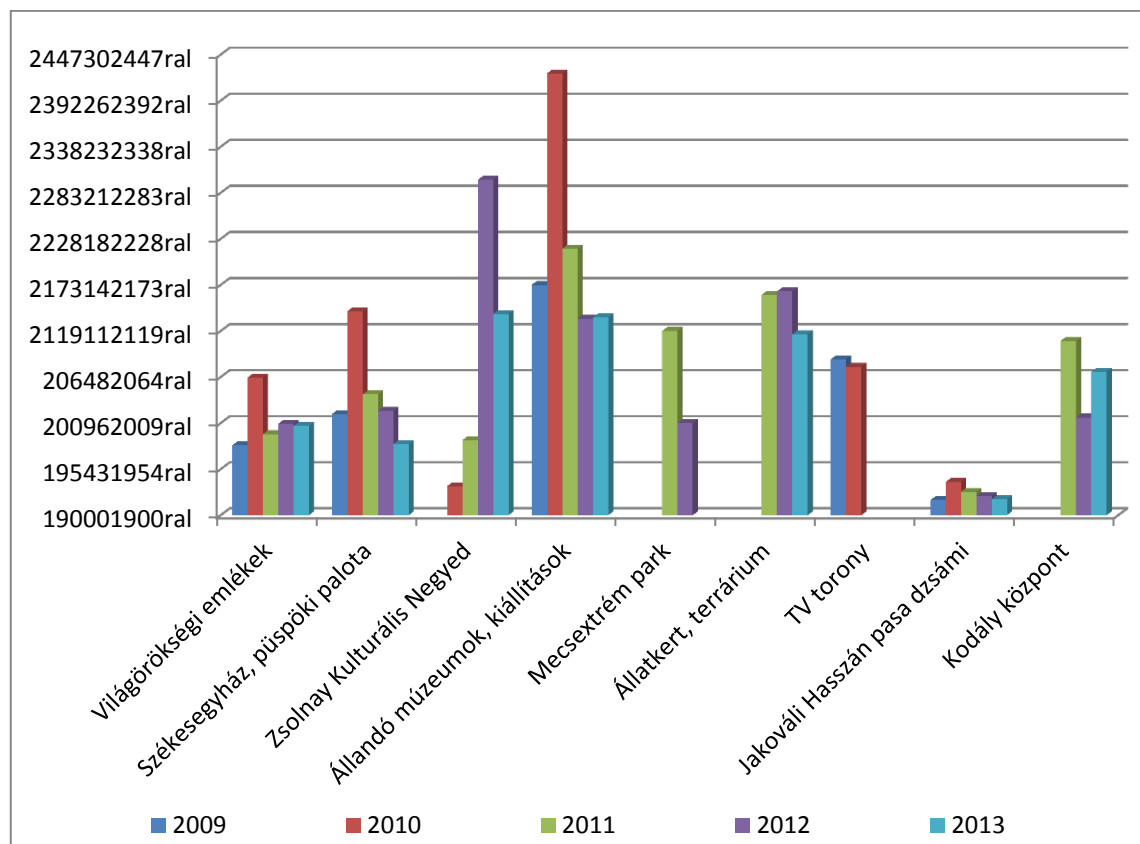
Forrás: saját szerkesztés

6.1.2.8. Pécs kirándulóforgalma

A város kirándulóforgalmának felméréséhez a korábban már említett helyi szakértők bevonására volt szükség, hiszen a világ bármely desztinációjához hasonlóan nincs metódus ennek pontos meghatározására, így több gyakorlati szakember becslése alapján kerül meghatározásra a mutató.

A szakértői becslések metszeteként egy nagyságrendileg 400-500 ezer fős évi kirándulóforgalom adható meg, mely alapját a gyakorlati tevékenységük, illetve az egyes vonzerők forgalma jelenti (39. ábra). Az ábrán látható számokhoz annyi kiegészítés szükséges, hogy számos esetben egy adott év forgalma nem a teljes évet jelenti, mint például a Zsolnay Kulturális Negyed esetében a 2010-es és a 2011-es, ugyanis jelenlegi formájában csak 2012-től áll a látogatók rendelkezésére, illetve több esetben nem állnak rendelkezésre adatok egyes évekről. Az említett adathiányosságok ellenére az ábrán látható mutatók pontosak, mert az eladott évi belépőjegyek számán alapulnak.

39. ábra: Pécs vonzerőinek látogatottsága



Forrás: Az Irány Pécs Kft. adatgyűjtése alapján saját szerkesztés

Továbbá megjegyzendő, hogy az ábra adatai ugyan magukba foglalják a turistaforgalmat, illetve a helyi lakosság rekreációs tevékenységét, azonban a turistaforgalmi adatokkal történő összevetésből, illetve a nagyságrendekből több következtetés levonható.

Szembeötlő, hogy a kirándulók kiemelkedő nagyságban azon vonzerőket – Zsolnay Kulturális Negyed, Kodály Központ, Pécsi Állatkert – látogatják, melyek kialakításának célja éppen a turistaforgalom fellendítése lett volna. Jól látható emellett a Mecsextrém Park forgalmának szignifikáns visszaesése, mely a megújulás hiányából (új játékelemek fejlesztése) adódik. Az állandó múzeumok forgalma jelentős, de a mutatóik magukba foglalják a megye egész területéről érkező iskolai csoportokat, melyek jelentős nagyságrendjét teszik ki a látogatottságuknak.

Összegezve elmondható, hogy a város becsült kirándulóforgalma, nagyságrendekkel meghaladja a turistaforgalmat, azonban megjegyzendő, hogy a jelenlegi kínálat nem alkalmas ezen látogatóknak a több napig tartó településen marasztalására, ugyanis főként egy-egy konkrét vonzerő megtekintése okán kelnek útra. Mindezek alapján az elem minősítése (42. táblázat):

42. táblázat: Pécs kirándulóforgalmának értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	A desztináció fajlagosan jelentős kirándulóforgalmat bonyolít le rendelkezésre álló turisztikai teherbíró képességhez viszonyítva.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.3. Pécs rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének folyamata

A fejezetben bemutatásra és értékelésre kerülnek Pécs turizmusfejlesztésének azon folyamatai, melyek meghatározó szerepet töltek be az aktuális idegenforgalmi helyzet kialakításában. Továbbá felvázolásra kerülnek minden fejlesztési pont esetében mindazon lényegi elemek, melyek a megfelelő beruházások hatására a város turizmusát pozitív irányba mozdítanak el.

6.1.3.1. Pécs környezeti értékei a turizmusfejlesztés során

A város környezeti értékei közül a turizmus és annak fejlesztése a materiális értékeken látható elsősorban, de az immateriális elemek is jelentősen és érzékelhetően megváltoztak a beruházások során.

A természeti környezet az, mely már hosszú évtizedekkel ezelőtt degradálódott egyrészt a város egyre nagyobb belterületének a folyamatos beépülése, illetve a településhez köthető ipari tevékenység kapcsán. Napjainkra egy sajátságos patthelyzet alakult ki, aminek fő jellemzője, hogy a meglévő természeti értékek döntően kiemelt védelem alatt álnak, azonban ezzel párhuzamosan bővülésükre a lehetőség erősen korlátozott (pl. zöldterületek és rekreációs természeti terek). Más aspektusból megközelítve viszont szinte évről-évre előkerülnek olyan fejlesztési tervek, melyek éppen a természeti értékek fejlesztésére irányulnak, főként a korábbi bányaterületek (Karolina külszíni fejtés területe, Pécsbánya, Tüskésrét) rekultivációja által, melyek elviekben kivitelezhetők volnának, azonban külső befektetők nélkül a városnak nem áll rendelkezésére saját forrás a tervek kivitelezésére (CSAPÓ, J. – JÓNÁS-BERKI, M. – GELÁNYI, N. – MARTON, G. 2010).

A materiális értékek közül a város építésze és bemutató terei jelentik azon területet, amire folyamatos fejlesztések irányulnak változó intenzitással, azonban ezen értékek jellemzően prioritást élveznek, illetve restaurálásuk/renoválásuk meg is történik (városháza, közterek Pécsi Nemzeti Színház stb.). A tervezetek alapján pedig még 2014-ben sor kerül további múzeumfejlesztésekre, mely keretein belül többek között például a 2013-ban bezárt bányászati múzeum újul meg és várja a látogatókat.

Az immateriális környezeti elemek közül a szellemi értékek és a kézzel meg nem fogható kulturális örökség az, ami a fejlesztések fókuszában áll. Évről-évre egyre több és jelentősebb rendezvény alapjait szolgáltatják ezen elemek, illetve a szervezők szemmel tartják a programok minőségét, továbbá újítások révén igyekeznek közelebb hozni a keresletet a város értékeihez (Zsolnay, helyi gasztronómia stb.). Szembeötlő azonban, hogy bármennyire is keresik a keresleti igények kielégítésének lehetőségét, több esetben autokratikus módon kerül sor rendezvények újraértelmezésére vagy új helyszíneken történő lebonyolítására, melyeket a felmérések alapján a keresleti szegmensek többsége nehezen tolerál.

Összegezve elmondható, hogy a fejlesztések során a környezeti értékek megőrzése folyamatosan alappontját képezik a beruházásoknak, ez nem is lehet

másképp, hiszen jellemzően ezen alapszik a város kínálata. A kereslet oldaláról felmerülő igények csak részben érzékelhetőek a változtatásokban, azonban összességét tekintve e téren nem lehet különösebben kiemelkedő problémakört megállapítani, ennek függvényében az elem minősítése (43. táblázat):

43. táblázat: Pécs környezeti értékei szerepének minősítése a fejlesztések során

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	A környezet és értékeinek megőrzése fontos és szükséges, ebből adódóan ez a fejlesztés minden elemében megjelenik.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.3.2. Pécs infrastruktúrájának fejlesztése

A infrastruktúra és annak fejlesztése jelentős tervezési feladatokat és forrásokat igényel. A közművesítés egy Pécshez hasonló nagyváros esetében természetesen megoldott kérdéskör, a fejlesztési elemet érintő problémák a város beépüléséből és korábban lezajlott hektikus változtatásokból adódnak.

Közlekedési szempontból – a gyalogos közlekedéstől eltekintve – a történelmi városmag nehezen érhető el, egyrészt a főtér forgalom előli elzárásából (mely teljesen logikus), másrészt pedig az oda vezető utcák alacsony számából kifolyólag. Ezt a kérdéskört a turisták kiemelt fejlesztési területként jelölték meg a fejlesztések során. Szorosan kapcsolódik a megközelíthetőséghez a parkolás kérdése, ugyanis a belvárosban és közvetlen környezetében lévő parkolási kapacitás a helyiek igényeit ugyan kiszolgálja, de ha jelentősebb mennyiségű vendég is tartózkodik a városban, akkor ezen mutató már nem szolgálja ki az igényeket. Szintén ehhez kapcsolódik az információs és eligazító táblák hiánya, melyek jelentősen segítenék a vonzerők elérhetőségét. Az említett problémakör mindhárom eleme folyamatosan előkerül a turisták által megfogalmazott fejlesztési igények között, azonban ennek feloldásához egy új komplex területrendezési tervre volna szükség, továbbá számos magánterület kisajátítására a belváros és környéke zsúfoltsága okán. A lehetőségek csupán arra adottak, hogy megfelelően elhelyezett közlekedési információs táblákkal és információkkal segítsék a városba érkező vendégeket.

Az információs problémák számos további területet is érintenek, ezek közül kiemelhető a tömegközlekedési állomások (autóbusz, vasút) esetében tapasztalható turistainformációk teljes hiánya, továbbá mind a magyar, mind pedig az idegen nyelvű általános eligazító táblák alacsony száma, melyek visszatérő igényként fogalmazódnak meg a kereslet oldaláról.

Az infrastrukturális beruházások fogalomkörébe tartoznak azon több évtizede elhúzódo beruházások, melyek a város múzeumainak, illetve bemutatótereinek technológiai fejlesztését, modernizációját érintik. Kisebb megújulások/felújítások történtek, azonban a múzeumok többsége nem felel meg a modern igényeknek: nélkülözik az interaktivitást, kevés a kapcsolódó rendezvény, családbarát megoldások hiánya, illetve a megváltozott képességűek számára nyújtott szolgáltatások is minimálisak.

Egy másik vonatkozó kérdéskör, mely határozottan jelenik meg a keresleti igények között az a nyilvános illemhelyek problematikája, melyet a turisták nemzetiségtől függetlenül igen markánsan és egybehangzóan kritizálnak.

Összegezve a fejlesztési elemet az idegenforgalmi potenciál szempontjából, elmondható hogy számos infrastrukturális fejlesztést követően a turizmus számára alapvetően kielégítő az aktuális helyzet, azonban vendégbarátnak semmiképpen sem nevezhető, számos kisebb könnyen korrigálható probléma és kevés nehezen kezelhető kardinálisabb alapján az elem minősítése (44. táblázat):

44. táblázat: Pécs infrastrukturális fejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	Az infrastruktúra néhány eleme jelentősebb fejlesztésre kerül, azonban ez nem tekinthető általános keresleti igényeket kielégítő beruházásnak.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.1.3.3. Pécs turisztikai menedzsmentjének fejlesztése

A pécsi turisztikai desztináció menedzsment szervezet – TÉDÉEM PÉCS Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Kiemelten Közhasznú Társaság, majd 2013-tól annak jogutódja az Irány Pécs Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit

Kiemelten Közhasznú Társaság – és annak tevékenysége a 2009-es megalakulása óta folyamatosan fejlődik, pozitív hatása pedig a város turizmusára egyre inkább érezhető. Fokozatosan épült ki a szervezet hálózata és évről-évre egyre több helyi lakos és turista ismerte meg tevékenységüket és azok hatásait. Több kezdeményezésük rendkívül népszerű, illetve számos már korábban bemutatott fejlesztés kötődik a nevükhöz.

A fejlesztési szempontok közül elsődleges, hogy a város minél több szolgáltatóját bevonják a tevékenységi körükbe, mert ez által differenciálódik a kínálatuk, illetve a kereslet választási lehetősége is hatványozódik a turizmus összes területén. A belső együttműködés erősödésének kulcsát az jelenti, hogy a pécsi TDM perspektivikussá tud-e válni azon idegenforgalomban érintett vállalkozások számára, akik jelenleg nem tagjai a tömörülésnek. Ez kizárólag egy hosszú folyamatos promótáláson és a tagsági előnyök kihangsúlyozásán alapuló információnyújtáson keresztül érhető el, továbbá újabb és újabb együttműködési kezdeményezéseket szükséges kialakítani, hogy a város szolgáltatói elméletben és gyakorlatban is érezzék a turisztikai tömörülés pozitív vonzatait.

A menedzsment szervezetet érintő további kiemelt fejlesztési terület a külső együttműködések köre. Ezek révén a közvetlenül Pécs közelében található, illetve a megye/régió kiemelkedő szolgáltatóival és településeivel lehetne a jelenleginél jóval szorosabb kooperációt kialakítani, mely hatására jelentősen differenciálódnának a keresleti lehetőségek. A kérdéskörön belül érinthető volna többek között Orfű, Harkány, Siklós, és Villány, illetve a Duna-Dráva Nemzeti Park kiemelt területei. Az együttműködés formális módja területi, később pedig a regionális szintű TDM szervezetek kialakítása, mely várat magára. Azonban informális módon, egyéni megállapodásokon keresztül ezen kooperációk jelentős segítséget nyújtanának a feleknek, ugyanis közvetlenül semmiképpen sem versenytársai egymásnak az eltérő idegenforgalmi profiljuk alapján. Jelenleg az ilyen jellegű együttműködések tudományos rendezvényen való eredménymegosztásokban, illetve esetleges projekt alapon időlegesen szerveződnek, így hosszú távú előnyökről nem beszélhetünk. Sajnálatos, hogy 2010-ben az Európa Kulturális Főváros év keretében rendkívül sok település működött együtt Péccsel, ami mintául szolgálhatott volna, azonban a térségi kapcsolatok azóta nem hogy erősödtek, hanem gyakorlatilag megszűntek, ez által pedig egy igen jelentős előrelépési lehetőség hiúsult meg, hiszen rendelkezésre álltak az együttműködések alapjai (MARTON G. – CSAPÓ J. – GELÁNYI N. 2012).

Összességében elmondható, hogy a város turizmus menedzsmentje nagy utat járt be a megalakulása óta, de az is tény, hogy számos idegenforgalmi szempontból kiemelkedő kezdeményezés egyelőre várat magára a tevékenységükből. A jövőbe tekintve azonban számos lehetőség áll a szervezet rendelkezésére ezen aktuális hiányosságok pótlására, így a fejlesztési elem értékelése (45. táblázat):

45. táblázat: Pécs turisztikai menedzsment fejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	A menedzsment szervezet hatékonyan, de nem mindenre kiterjedően segíti a térség turizmusának fejlesztését.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.3.4. Pécs szálláshelyeinek fejlesztése

A szálláshelyek aktuális mutatói megfelelőek, sőt meghaladják a kereslet volumenét, ez egyrészt a nemzetközi trendekhez való igazodás, illetve az EKF 2010-hez kapcsolódó hotelfejlesztés következménye. Mindezekon túl, azonban van néhány terület, ahol jelentős fejlesztések váratnak magukra a turisztikai elem esetén.

Az aktuális szálláshelykínálat csúcsát jelenleg a 4 csillagos hotelek jelentik, ez mint többször említésre került megfelel a kereslet igényeinek, azonban ha továbbra is a magaskultúra marad a város idegenforgalmi profiljának középpontjában, akkor meg kell kezdeni legalább egy 5 csillagos szálloda kialakítását már csak a presztízs és a kiemelt nemzetközi vendégek igényei okán is.

Az előbbitől talán jelentősebb fejlesztési terület a jelenlegi szálláshelyek kínálatának a bővítése, mégpedig az élményelemek területén, ugyanis hiába kerültek kialakításra/megújításra a szálláshelyek, a sokrétű élményelemek továbbra is hiányoznak a szolgáltatásaikból. Hiánypótló szerepet töltené be, ha valamelyik jelenlegi vagy újonnan épülő egység kialakítana egy teljes szolgáltatáskörre kiterjedő wellness és élményrészleget, és ez által azonnal Pécs vezető szálláshelyévé válna. Ezen igény többször előfordul a keresleti megkérdezésekben, bár az is megjegyzendő, hogy a jelenlegi kisebb hasonló szolgáltatásokat is értékelik a turisták, azonban hiányolják az alapvetően wellness profilú szálláshelyeket. Továbbá megjegyzendő, hogy ez irányú

beruházások jelentősen növelnék az átlagos tartózkodási időt, mely direkt és indirekt hatással lenne a város turizmusának egészére.

Összességében elmondható, hogy a szálláshelyek és azok fejlesztése jelentős előrelépést értek el az elmúlt bő évtizedben, azonban a bennük rejlő beruházási potenciál továbbra is olyan lehetőséget nyújt, mely nagy mértékben tudná pozitív irányba elmozdítani a város turizmusát, így a fejlesztési elem minősítése (46. táblázat):

46. táblázat: Pécs szálláshelyfejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	A szálláshelyekre irányuló fejlesztések a kereslet igényei alapján történnek a környezeti erőforrások szem előtt tartásával, azonban a beruházások fedik a desztináció igényeit.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.1.3.5. Pécs turisztikai termékeinek fejlesztése

A város turisztikai termékfejlesztésének középpontjában hosszú ideje kizárólag a kulturális turizmus állt és ez a trend napjainkban is egyeduralgkodó. A folyamat két részre bontható: egyrészt a magaskultúrára, mely a beruházások döntő hányadát jelentette, illetve a széles körű kultúrára (pl. rendezvények, fesztiválok stb.), mely főként városi események fejlesztése révén realizálódott. Tényként jelölhető meg a fejlesztések szükségessége, hogy a város keresletének ezen irányú igényeit ki tudja elégíteni, így a kulturális turizmus és annak alegységeinek fejlesztése az erőforrások és környezeti tényezők függvényében alapvetően piaci döntésnek tekinthető (CSAPÓ, J. – GELÁNYI, N. – MARTON, G. 2012).

Az viszont már vitatható, hogy egy nagyváros esetében kizárólagosan a kulturális turizmus jelentse a termékkínálat fő irányát, miközben nem rendelkezik sem univerzális, de még kontinentális vonzerővel sem. Ezt bizonyítják mind a turistaforgalmi mutatók visszaesései, mind a keresleti felmérésekben megfogalmazott igények az egyéb turisztikai termékek fejlesztésére.

A turisztikai piacon történő jelentős előrelépéshez olyan beruházások szükségesek, melyek vagy kuriózumnak minősülnek vagy pedig széles körben vonzzák a keresleti szegmenseket. Ezen fejlesztések igen költségesnek számítanak, azonban

Európai Uniós források, önerő és beruházók által nem kivitelezhetetlenek, ezt számos hazai példa bizonyítja (pl. Szeged, Nyíregyháza stb.).

Az aktuális kínálatban szereplő termékek közül a kulturális turizmus fejlesztése révén lehetne jelentősebb előrelépést tenni, oly módon, hogy világszinten is populáris vándorkiállításokat hoznának a városba (pl. Bodies, Murder stb), melyeknek az évek óta kihasználatlan Expo center megfelelő helyet tudna nyújtani. Megjegyzendő, hogy az említett kategóriába sorolható, világszinten is elismert Leonardo da Vinci kiállítás jelenleg Pécsen került kiállításra, ami megfelelő alapot jelenthet hasonló vonzerők érkezésének.

A jelenlegi kínálatban nem szereplő termékek fejlesztése közül egy egészségturisztikai beruházás keretein belül egy nagy kapacitású és teljes körű élményszolgáltatásokkal rendelkező wellness fürdő fejlesztése volna a legsürgetőbb. Ezen igényt a város elméleti és gyakorlati turisztikai szakembereinek jelentős része osztja, továbbá messzemenően első helyen jelenik meg a keresleti felmérések azon részében, ahol a turisták a város idegenforgalmi hiányosságait jelölik meg.

A másik jelentősen fejlesztendő termékcsoport a tematikus parkok, melyek közül, ha az állatkert modernizációra kerülne, illetve ha a Mecsextrém Park kínálata kiegészülne, az esetben két olyan vonzerő jelenne meg a város palettáján, melyek ugrásszerűen növelnék a vendégforgalmat.

Összegezve a város turisztikai termékfejlesztését elmondható, hogy pillanatnyilag csak kisebb előrelépésre adódik lehetőség a saját források korlátozottsága és a külső befektetői érdeklődés hiányában, így az exponenciális forgalomnövelő beruházások továbbra is váratnak magukra. Mindezek alapján a fejlesztési elem minősítése (47. táblázat):

47. táblázat: Pécs turisztikai termékfejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	A termékfejlesztés a keresleti igényeken alapul, azonban külső vagy belső tényezők hatására azoknak csak egy része valósul meg.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.1.4. Pécs rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének összegzése

A város rendszerszemléletű turizmusfejlesztése, illetve annak elemeinek értékelése az idegenforgalmi potenciál függvényében (48. táblázat) jól rámutat a város turizmusának aktuális tendenciáira és struktúrájára

48. táblázat: Pécs rendszerszemléletű turizmusfejlesztési elemeinek idegenforgalmi potenciálja

#	Minősített elem	Idegenforgalmi Potenciál				
1	Természeti környezet	1	2	3	4	5
2	Társadalmi környezet	1	2	3	4	5
3	Kulturális környezet	1	2	3	4	5
4	Gazdasági környezet	1	2	3	4	5
5	Politikai környezet	1	2	3	4	5
6	Tudományos környezet	1	2	3	4	5
7	Technológiai környezet	1	2	3	4	5
8	Turisztikai termékek	1	2	3	4	5
9	Szálláshelyek	1	2	3	4	5
10	Szezonalitás	1	2	3	4	5
11	Turisztikai menedzsment	1	2	3	4	5
12	Turisztikai marketing	1	2	3	4	5
13	Az egyén szerepe	1	2	3	4	5
14	Turistaforgalom	1	2	3	4	5
15	Kirándulóforgalom	1	2	3	4	5
16	Környezeti értékek megőrzése	1	2	3	4	5
17	Infrastruktúra fejlesztése	1	2	3	4	5
18	Turisztikai menedzsment fejlesztése	1	2	3	4	5
19	Szálláshelyfejlesztés	1	2	3	4	5
20	Turisztikai termékfejlesztés	1	2	3	4	5
ahol: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő						

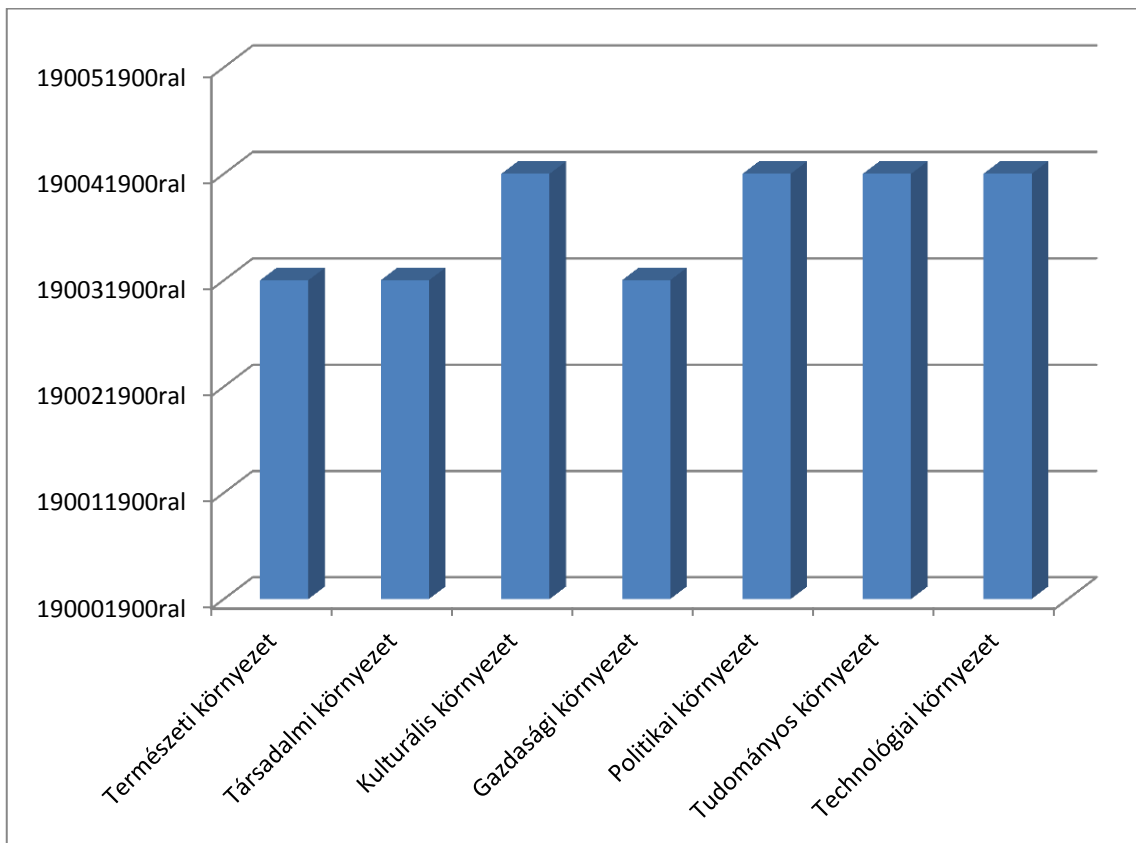
Forrás: saját szerkesztés

Az összefoglaló táblázatból kitűnik, hogy pillanatnyilag a szálláshelyektől eltekintve a település egyetlen elemének turisztikai potenciálja sem minősíthető kiemelkedőnek, továbbá a már lezajlott fejlesztések ellenére a komponensek fele csupán átlagos

kategóriába sorolható, azonban ennél gyengébb minősítésű összetevő nincs. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy kialakításra kerültek az idegenforgalom alapjai, azonban erre tudatosan, szakmai alapokon kell építkezni, mert a jelenlegi mutatók azt támasztják alá, hogy hiába van meg potenciál, az nincs kihasználva. Ennek hatása pedig az, hogy a város turizmusa jóval alacsonyabb szinten realizálódik, mint amekkora lehetőségeket jelentenek az idegenforgalmának összetevői.

A turizmus környezeti tényezőinek összesített értékelését tekintve (40. ábra) elmondható, hogy nincs olyan környezeti elem, amely alapvetően korlátozná a turizmust és annak fejlődését.

40. ábra: Pécs környezeti elemeinek idegenforgalmi potenciálja



ahol az idegenforgalmi potenciál: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő

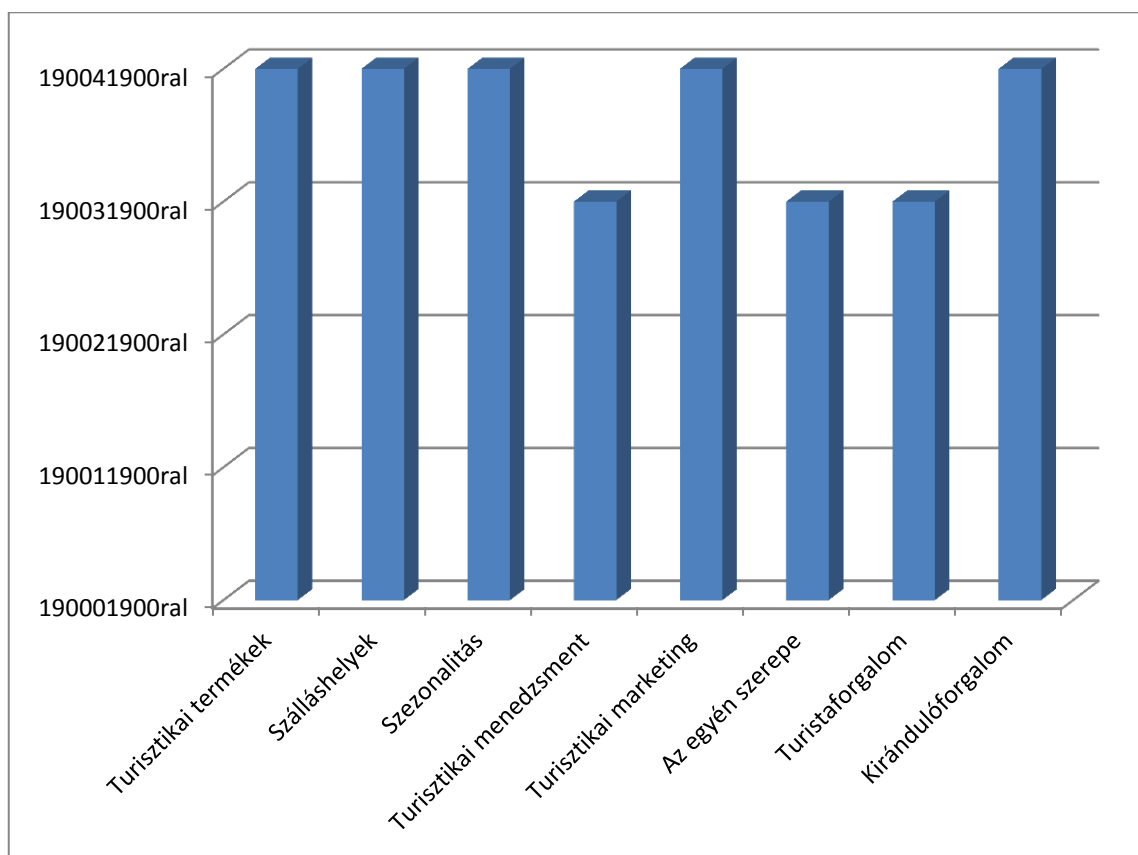
Forrás: saját szerkesztés

A tényezők átlagos vagy jelentős kategóriába sorolhatók, tehát elviekben megfelelő alapot jelentenek a város turizmusának és turizmusfejlesztésének. Amit viszont kiemelten kell kezelni az a kulturális környezet, mivel jelenleg ezen elemre épül a város

idegenforgalma. Noha számos esetben szeretnék ezen értékeket kiemelkedőnek minősíteni, ez nem felel meg a valóságnak. A keresleti szegmensek visszajelzései alapján, melyek ugyan szubjektívek – de mindenképpen mérvadók –, egyértelműen kijelenthető, hogy a kulturális vonzerők az átlag felett állnak, de nem unikális és nem kontinentális/univerzális vonzerőt jelentő kínálati elemek.

A turizmus aktuális folyamatainak értékelése (41. ábra) során látható, hogy nem tudott a város kínálata teljes mértékben igazodni napjaink idegenforgalmi trendjeihez, melynek a kereslet visszaesése lett a következménye.

41. ábra: Pécs turisztikai elemeinek idegenforgalmi potenciálja



ahol az idegenforgalmi potenciál: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő

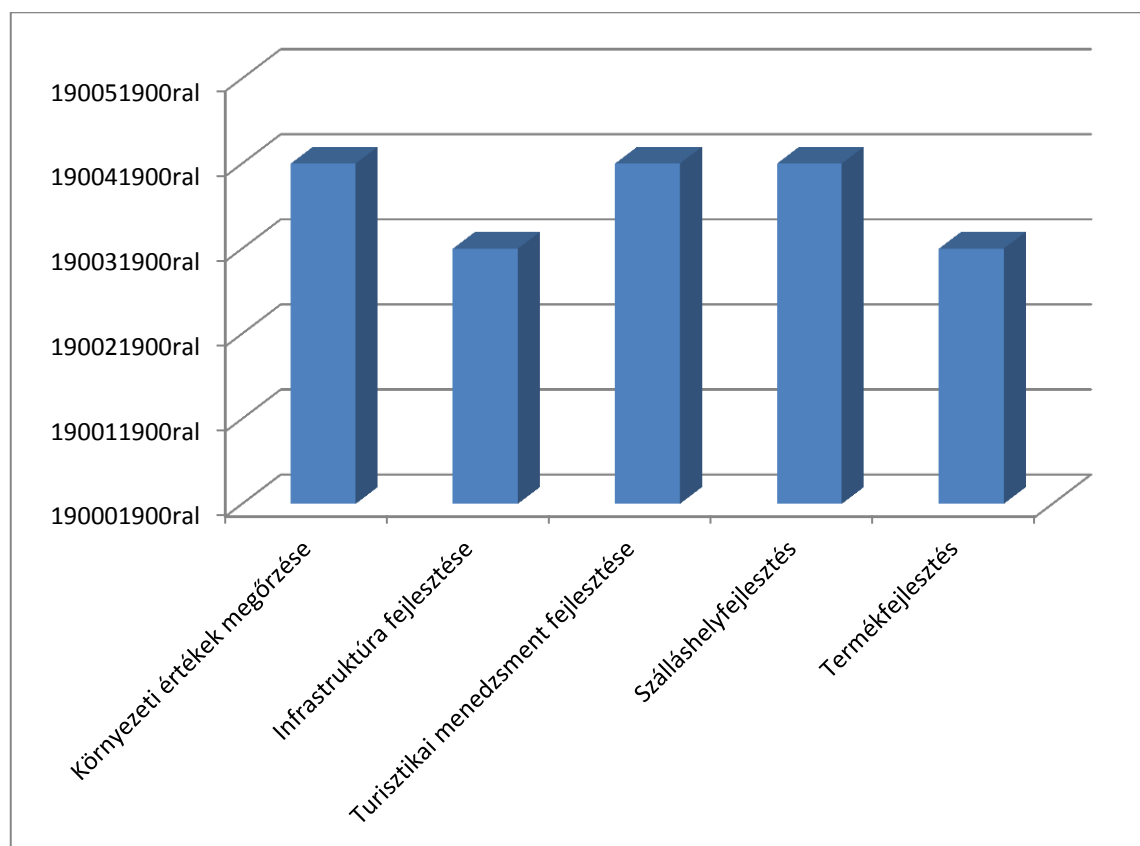
Forrás: saját szerkesztés

A szálláshelyek fejlesztése döntően jól sikerült, azonban a termékfejlesztés egyoldalúsága okán a város nem tudott túllépni a „2-3 napos turisztikai desztináció” szintjén túl. Ez főként a napjainkra elvárt élmény alapú termékfejlesztés hiányának tudható be. A problémakört feloldani nem tudta az egyre hatékonyabban működő

desztináció menedzsment szervezet kialakítása, azonban a helyzeten némiképp javított. Mindezek egyenes következménye pedig az, hogy a városra irányuló pillanatnyi kereslet – turisták és kirándulók egyaránt – nem felel meg sem nagyságrendben, sem pedig tartózkodási időben az elvárásoknak.

A turizmus fejlesztési elemeinek a minősítése (42. ábra) során látható, hogy a lehetőségek a korábbi folyamatok függvényében erősen determináltak, gondolván ez esetben arra, hogy éppen a termékfejlesztés és a belőle származtatható exponenciális forgalomnövekedés jelenti a fő kérdéskört.

42. ábra: Pécs turizmusfejlesztési elemeinek idegenforgalmi potenciálja



ahol az idegenforgalmi potenciál: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő

Forrás: saját szerkesztés

A környezeti elemek megőrzése minden probléma nélkül kezelhető a fejlesztések során, hiszen elementáris érdek színvonaluk fenntartása a minőségbiztosítás okán. Továbbá a szálláshelyek és a menedzsment szervezet fejlődése dinamikusnak értékelhető, így ezen elemek alapjaiban felkészültek egy nagyobb volumenű keresleti kör kiszolgálására. Az

infrastruktúra fejlesztése fontos volna a megfogalmazott keresleti igények függvényében, viszont ezen tényező – kisebb dolgoktól eltekintve – csak kardinális átalakításokkal kezelhető, így változtatásukra igen csekély esély mutatkozik. A város turizmusfejlesztésének, – mint említésre került – az igazi problémaköre a termékfejlesztés, mely két részre bontható fel. Egyrészt beszélhetünk a korábbi beruházások azon téves alapjairól, melyek során túlértékelésre kerültek a vonzerők, másrészt pedig azon hiányosságról, hogy nem került kellőképpen erősítésre – de még megalapozásra sem – kiemelten populáris termékek fejlesztése.

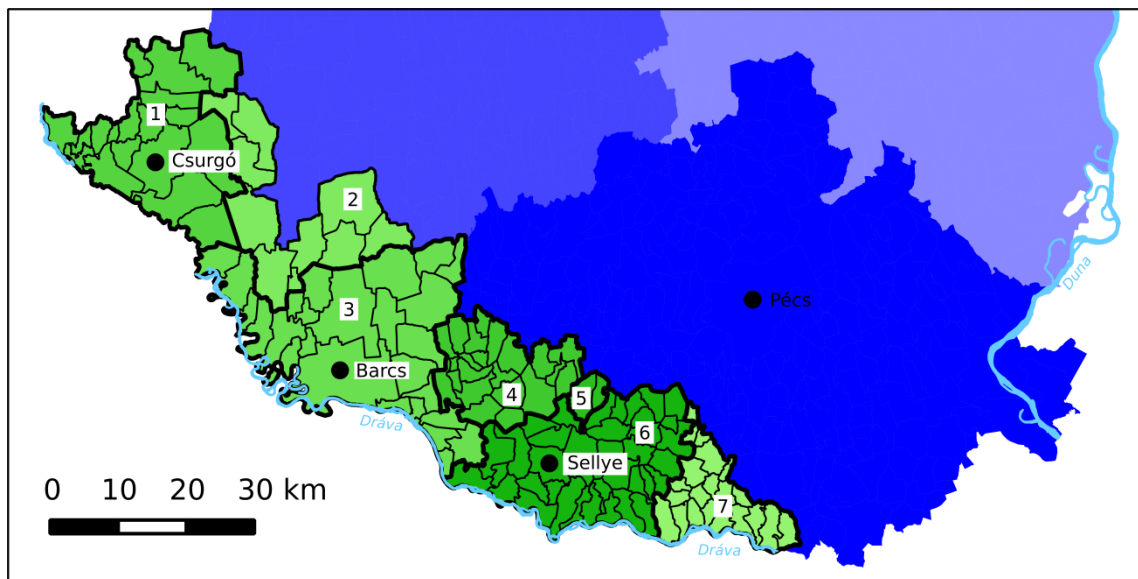
Összegezve a város turizmusát elmondható, hogy Pécs jelentős piaci hátrányba került nemcsak abszolút, hanem fajlagos aspektusból egyaránt az idegenforgalmi piacon. A település idegenforgalmát egy olyan kettőség jellemzi, mely rövid távon nem tűnik feloldhatónak. Ennek egyik részét az aktuális turizmusfolyamatok és hatásuk jelentik, melyek részéi az ugyan nem optimális, de mindenképpen jó keretfeltételek, illetve a jelenlegi minden szempontból jelentős forgalmi mutatók. A másik oldal pedig, a „hogyan kerüljön vissza Pécs az országos idegenforgalmi elitbe” kérdéskör. Mindezek alapján két forgatókönyv vázolható fel: vagy továbbra is monopol helyzetben marad a kulturális turizmus és így egy lassú fejlődési folyamat veszi hosszú távon is kezdetét, vagy pedig mielőbb kialakításra kerülnek új rendkívüli keresletet indukáló termékek, melyek hatására már középtávon is ugrásszerű fejlődés figyelhető majd meg.

6.2. A Dráva-mente, mint rurális, területi desztináció

A Dráva-mente Magyarország egyik kiemelkedő természeti értékekkel rendelkező határmenti térsége, mely a magyar-horvát határfolyóhoz, a Drávához köthető hazai területeket foglalja magába.

A térség lehatárolása már önmagában is több problémát hordoz magában, egyrészt mert nincs kialakult konszenzus a térség pontos meghatározásáról, másrészt pedig minden egyes esetben amikor valamilyen szempontból (projekt alapú, természeti-, táji-, társadalmi aspektus) kerül elemzésre, mindig az adott folyamat szempontjából kerül meghatározásra. Jelen disszertáció szempontjából a Dráva-mente területébe azon települések lettek besorolva a helyi szakértők véleménye alapján, melyek biztosan kötődnek a folyóhoz, illetve ki lettek egészítve azon átmeneti településekkel, melyek szorosan kötődnek a magterülethez vagy szoros kapcsolatban állnak vele (43. ábra).

43. ábra: A Dráva-mente lehatárolása



ahol: 1 – Csurgói-, 2 – Nagyatádi-, 3 – Barcsi-, 4 – Szigetvári-, 5 – Szentlőrinci-,
6 – Sellyei-, 7 – Siklói Járás

Forrás: saját szerkesztés

A felvázolt álláspont alapján a térség a jelenlegi közigazgatási besorolás alapján 7 járást – 3-at egészében, 4-et részben – és 136 települést jelent, melyek teljes felsorolását a 10. számú melléklet tartalmazza, míg az elemzések szempontjából jelentős települések az adott értékelő egységekben kerülnek kiemelésre és nevesítésre.

A mintaterület választásának alapját jelentette, hogy számos példát látunk a nagyobb kiterjedésű természeti terek turisztikai hasznosítására és a Dráva-mente ez irányú fejlesztése és hasznosítása a rendszerváltozás óta folyamatosan aktuális kérdés. Emiatt gyakorlatilag szinte minden jelentősebb fejlesztés részeként történtek direkt vagy indirekt idegenforgalmi beruházások a területen és napjainkban is zajlanak, így esett a választás a térségre, mint rurális célterületre.

A másik ok, amely miatt a térség kiválasztásra került, az, hogy a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés elméletének gyakorlati alkalmazása Pécsen, mint egy települési célterületen túl, egy területi desztináció kontextusában is bemutatásra kerüljön.

6.2.1. A Dráva-mente turisztikai környezete és elemeinek minősítése

A fejezetben idegenforgalmi szempontból elemzésre és értékelésre kerülnek a Dráva-mente környezeti elemei, illetve a rájuk ható és őket befolyásoló folyamatok és trendek, melyek a turizmus alapköveit és egyben keretfeltételeit jelentik.

6.2.1.1. A Dráva-mente természeti környezete

A Dráva-mente természetföldrajzi, illetve tájfeldrajzi értelemben két egységre bontható: a nyugati része, a Közép-Dráva-völgy a Dunántúli-dombság nagytájhoz, ezen belül Belső-Somogy középtájhoz, míg a keleti része az Alföld nagy tájegységén belül a Dráva menti síkság három kistájhoz (Dráva-sík, Fekete-víz síkja, Nyárad–Harkányi-sík) tartozik (MAROSI S. 1990).

A terület képét maga a Dráva folyó és mellékvizvei, illetve a hozzájuk kapcsolódó természetes eredetű és a folyószabályozások által antropogén tevékenységnek köszönhető számos lefűzött folyómeder (morotva) alakította ki. Emellett az egykori fokgazdálkodás emlékei is néhol láthatók még, melyek a természeti folyamatokkal szinte „együtt élő” lakosság ártéri gazdálkodásának emlékei (BOGNÁR A, – MARTON G. 2010).

A felvázolt vízföldrajzi tényezőkhöz a kontinentális éghajlat meleg nyarú változata kapcsolódik, melynek köszönhetően alakul ki a térség különleges élővilága. A flórát tekintve a nyugati demontán és dealpin mellett a nyugat-balkáni és szubmediterrán hatás is érvényesül, ez alapján két nagy flóratartomány is érinti a

területet, a nyugat-balkáni (Illyricum), valamint a pannóniai (Pannonicum). A klímazonalitást tekintve a somogyi Dráva-ártér a gyertyános-tölgyes, a baranyai pedig a zárt tölgyes zónába tartozik. A fauna hasonló változatosságot mutat, a területen számos, a bioszférában csak itt előforduló fajt írtak le a kutatók. Ezen különleges természeti adottságok – melyek szerencsére a határmenti fekvés okán kis mértékű antropogén terhelést kaptak – védelmére alakult meg a Duna-Dráva Nemzeti Park, hogy Közép-Európa legnagyobb ártéri rendszerét óvja (IVÁNYI I. – LEHMANN A. 2002).

A Dráva-mentén található számos természeti érték közül a jelentősebbek, melyek legalább országos szinten is védettséget élveznek az alábbiak:

- A Dráva folyó teljes magyarországi szakasza, a Duna-Dráva Nemzeti Park gondozásába tartozó természetvédelmi terület, így gyakorlatilag a Dráva-mente egésze rendelkezik kiemelt védelem alá eső természeti területekkel.
- A térségben található hat természetvédelmi terület, melyek a folyóhoz ugyan közvetlenül nem köthetőek, azonban rendkívüli természeti értéket képviselnek: a Baláta-tó, a Rinyaszentkirályi-erdő, a Babócsai Basakert, a Csokonyavisontai fás legelő, a Szentegáti-erdő, illetve a Bükkhát Erdőrezervátum.
- A Dráva-mentén a Duna-Dráva Nemzeti Park jelenleg három bemutatóközpontot üzemeltet – a Dráva-kapu bemutatóközpont - Barcs/Drávaszentés, Drávatamási Oktatási Központ - Drávatamási, Szentborbási Oktatási Központ - Szentborbás –, ahol a szervezet a tevékenységét mutatja be, illetve ahol a foglalkozásait és rendezvényeit tartja. Továbbá jelenleg épül az Ős-Dráva Látogatóközpont Cún-Szaporcán, mely az azonos nevű projekt turisztikai termékcsomagok kialakítása elnevezésű pályázat keretein belül kerül kialakításra.
- A Drávához és háttérterületeihez mindösszesen négy tanösvény kapcsolódik: a Kormorán tanösvény, a Boros-Dráva tanösvény, a Mérus-erdei tanösvény és Barcsi-Borókás tanösvény, melyek oktatási és idegenforgalmi funkcióval rendelkeznek.
- A NATURA 2000 hálózathoz a térség jelentős része kapcsolódik, a nemzetközi hálózathoz tartozó területek mozaikszerűen található meg a folyó egész hazai szakasza mentén.
- A terület egyes részei megkapták továbbá az UNESCO Man and Biosphere programjának bioszféra rezervátum minősítését.

Összegezve elmondható, hogy a térség természeti értékei országos szinten kiemelkedőek, illetve az idegenforgalom szempontjából elviekben hatékonyan hasznosíthatóak, így a környezeti elem értékelése (49. táblázat)

49. táblázat: A Dráva-mente természeti környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	Nemzetközi viszonylatban jelentős és minősített természeti értékek (NATURA 2000, Ramsari, UNESCO, Nemzeti Park).	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.2.1.2. A Dráva-mente társadalmi környezete

A Dráva-mente hazánk egyik határmenti, periférikus, rurális téregysége, mely magán hordozza mindazon társadalmi problémákat, amik a legtöbb hasonló periférikus téregységet jellemzik. Ezen markáns negatív társadalmi folyamatok, mindazon felzárkóztató reformfolyamatok ellenére is tendenciává váltak, melyek a rendszerváltást követően éppen a megállításukra kerültek kialakításra.

A népességszám – állandó- és lakónépesség egyaránt – kevesebb, mint fél évszázad alatt mintegy 30%-al csökkent (44. ábra), amely önmagában is megdöbbentő mutató! Természetesen ebben közrejátszik a Magyarország egészét érintő előregedő társadalmi struktúra, azonban a területen és a hozzá hasonló téregységekben ennél jóval jelentősebb problémát jelent az elvándorlás. Erre mutat rá Rudl József 2009-ben írt tanulmánya, mely alapjaiban a Dráva-mente csupán egy részére az Ormánságra vonatkozik, azonban a folyamatok tendenciaként kivetíthetők az egész térségre (RUDL J. 2009).

A területről számos ok miatt vándorolnak el az emberek, melyek közül a markánsabbak: a térséget jellemző általános nehéz gazdasági helyzet, az ebből fakadó munkaerőpiaci problémák, a magasabb szintű oktatásban való részvétel, továbbá az ezekből fakadó, a jobb életszínvonal eléréséhez vezető elköltözés.

44. ábra: A Dráva-mente népességének változása (fő)

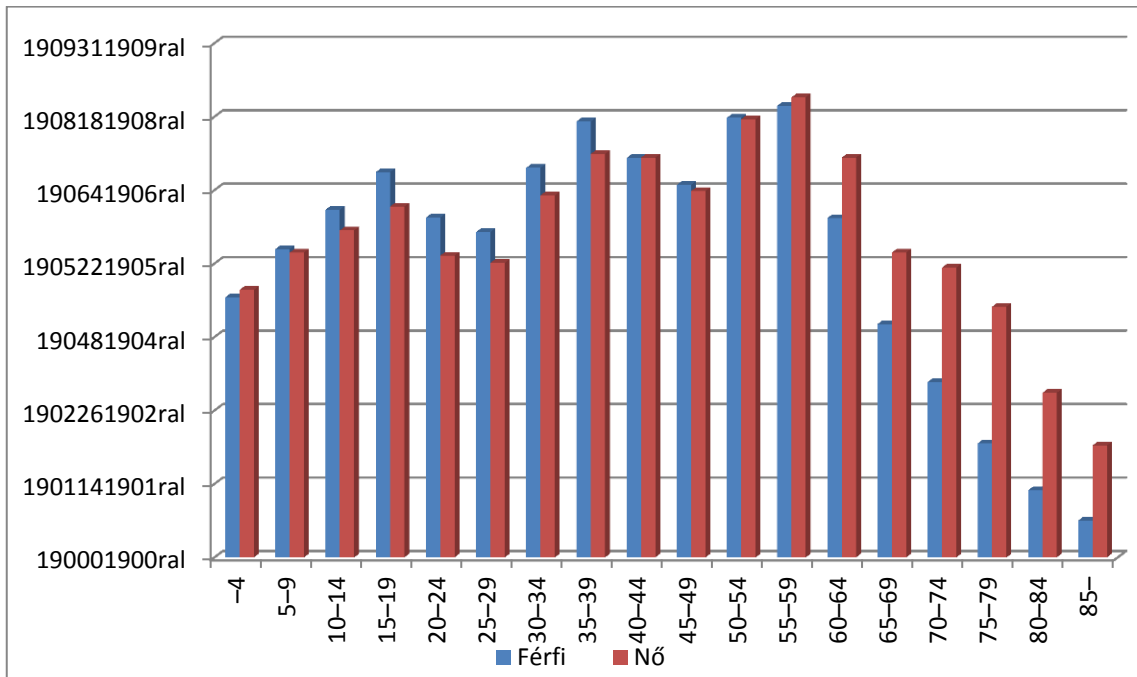


Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Az elvándorlások egyenes következménye a megmaradó lakosság korstruktúrájának degradációja (45. ábra). Az ábrán több szembeötlő adat támasztja alá a rendellenes társadalmi szerkezetet. A húszas éveiben járó korosztály esetén megfigyelhető a folyamatos visszaesés, illetve a korban felettük járó generáció alacsony értékei, ez egyértelműen mutatja, hogy a munkaképes korosztály hagyja el a térséget. Az idősebb korcsoportok közül egyedül az ötven év felettek aránya mutatja a „normális” mértéket, majd őket követően a hazánkban általánossá váló nőtöbblet látható.

Mindezen kérdéskörök azért jelentenek a mindennapokban jelentős problémaforrást, mert bizonyos korcsoportok nagysága oly mértékig esett vissza a térségben, hogy az már a fejlődést is korlátozhatja. Hiszen ha csökken a reprodukcióban részvevő népesség aránya, annak következménye, hogy még kevesebb lesz a területen a születések száma, amely generációs távlatokban további lakosságcsökkenést eredményez. Ezen probléma feloldása azonban népességpolitikai és gazdasági eszközök révén lehetséges csupán.

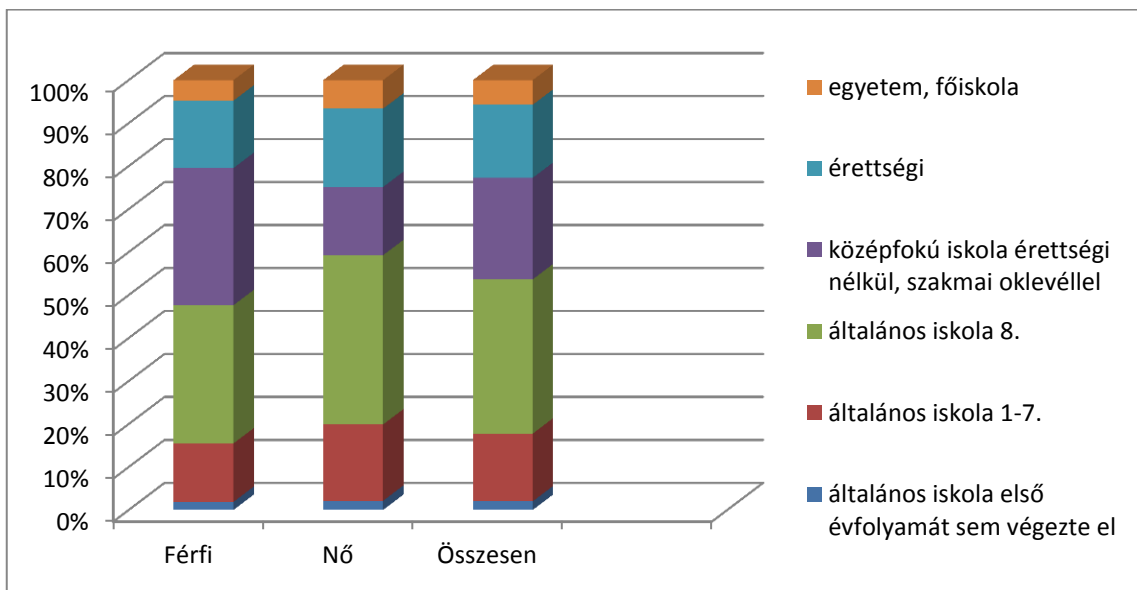
45. ábra: A Dráva-mente népességének nemek szerinti megoszlása korcsoportonként
2011 (fő)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A fent vázolt folyamatoknak van egy másik igen jelentős következménye, mely a Dráva-mente jelenlegi lakosságának iskolai végzettségében (46. ábra) realizálódik.

46. ábra: A Dráva-mente népességének iskolai végzettsége 2011 (%)

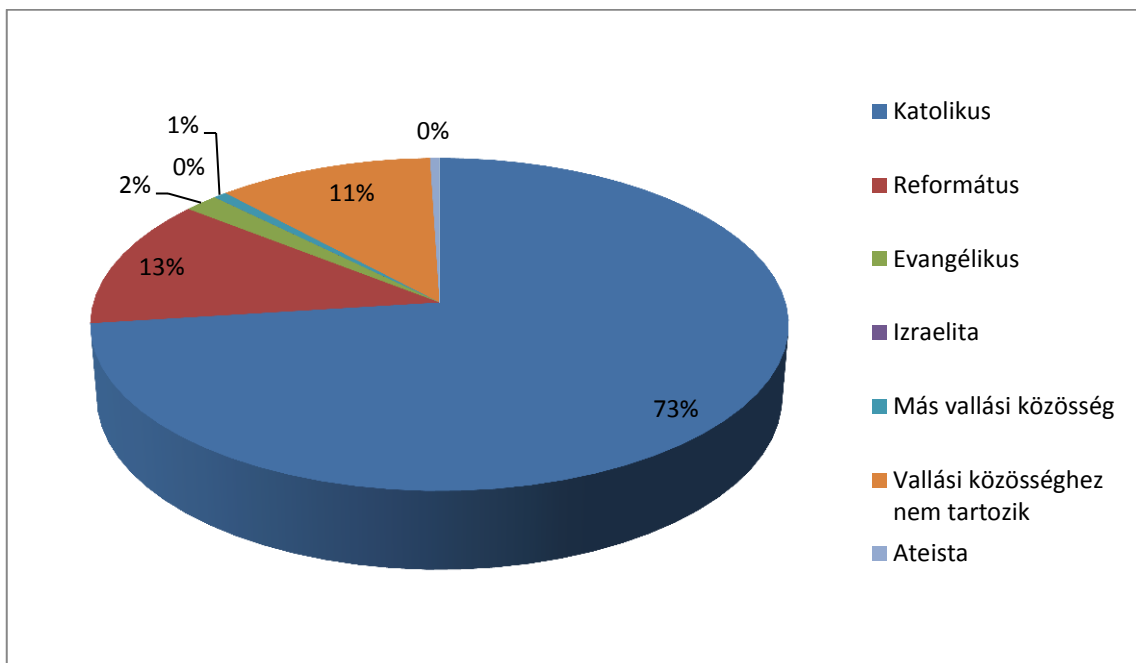


Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Azon mutató, hogy a térség közel 80 ezres lakossága mintegy 50%-ának az iskolázottsága nem haladja meg az általános iskolai alapvégzettséget, a 21. században kétségbeejtő. Hiszen ez azt jelenti, hogy nem rendelkeznek semmilyen szakirányú végzettséggel, így a klasszikus értelemben vett gazdaságfejlesztés is elképzelhetetlen, hiszen egyszerűen nincs rendelkezésre álló munkaerő.

Amennyiben értékelésre kerül a lakosság vallási hovatartozása (47. ábra), látható, hogy a hazai tendenciákhoz igazodóan a katolikus vallás dominál, azonban a református felekezetbe tartozók rendkívül nagy aránya is megjelenik, ez pedig a történelem során kialakult Ormánság központú református tömörülés következménye napjainkban is.

47. ábra: A Dráva-mente népességének vallási hovatartozása 2011 (%)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A Dráva-mente társadalmi környezetét összegezve elmondható, hogy az általános magyar rurális területek tendenciái megfigyelhetőek, azonban olyan szélsőségesen, hogy annak következményei a gazdaság minden területén, így az idegenforgalomban is korlátozó tényezőként realizálódnak, így a környezeti elem értékelése (50. táblázat):

50. táblázat: A Dráva-mente társadalmi környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
1	Súlyos demográfia problémákkal sújtott térség, a vendégfogadás társadalmi feltételei (iskolai végzettség, nyelvismeret) korlátozottak, a helyi lakosság egy része elzárkózik a látogatóktól és a turistáktól.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

6.2.1.3. A Dráva-mente kulturális környezete

A térségben a kulturális értékek száma rendkívül magas, ha minden védettségi kategóriát summázunk meghaladja a 400 darabot, azonban meg kell jegyezni, hogy ezen védett egységek döntő többsége főként „csupán” építészeti értéket képvisel, illetve általános jellegük (pl. lakóház, góré, II. világháborús emlékmű, kőkereszt stb.) és állapotuk teljes mértékig alkalmatlan idegenforgalmi hasznosításra.

A terület kulturális értékei közül kiemelkednek az Ormánság, mint etnográfiai téregység emlékei, melyek egyrészt szakrális kategóriába tartoznak, másrészt pedig az egykori mindennapi élethez kapcsolódó néprajzi örökségek.

A kiemelkedő szakrális értékeket a református templomok jelentik, melyek annak örökségei, hogy az Ormánság egykor élt II. József császár türelmi rendeletével (1781. október 25.) engedélyezte a protestánsok számára a kőtemplomok építését. Így ma minden római katolikus templomra jut tíz református templom, melyek egy speciális változata a festett kazettás mennyezetűek jelentenek kuriózumot a térségben (pl. Adorjás, Kórós, Drávaiványi). A templomok mennyezetei fából készültek, általában felül gerendából, alul pedig deszkaborításúak, melyeken léckerettel alakítottak ki kazettákat. Az elkészült kazettákat vándor, illetve helyi „festő-asztalos” mesterek temperával festették meg (SZIGETVÁRI J. 1986).

A mindennapi élet emlékei közül az úgynevezett talpas házak jelentenek vonzerőt, melyek elnevezésüket a szolgáló talpgerendáról kapták, amikre a magas talajvíz, illetve áradások miatt volt szükség. A talpas házak közül egy teljesen felújított található Sellyén az Ormánság múzeum udvarán, illetve két darab Harkányban, melyek a restaurációjukat követően a térségen kívül kerültek kiállításra (MARTON G. 2009).

Összességében elmondható, hogy hiába rendelkezik a Dráva-mente igen jelentős számú kulturális értékkel, köztük néhány egykori kúriával és kisebb kastéllyal, illetve számos mára csak építészeti értékkel, ezek állaga és funkciója ma csupán igen jelentős beruházások révén válhatna idegenforgalmi értelemben hasznosíthatóvá. Kivételt képeznek ez alól az Ormánság értékei, melyekre több figyelem fordítódott az elmúlt időszakban a felújítások révén és fordítódik ma is, azonban ennek ellenére is a környezeti elem értékelése (51. táblázat):

51. táblázat: A Dráva-mente kulturális környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	Hazai viszonylatban egyedi kulturális értékek, motivációs hatásuk csekély, de a desztinációba érkező turisták rendszerint látogatják.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.2.1.4. A Dráva-mente gazdasági környezete

A Dráva-mente gazdasági környezete napjainkban teljes mértékben egy határmenti, külső periféria tipikus rendkívül alacsony színvonalú helyi gazdasági jegyeit mutatja, azonban ez nem egy természetes folyamat eredménye, hanem számos történelmi és gazdaságfejlesztési ok következménye.

A jelenlegi helyzet kiindulási pontja a 20. század első negyedében kialakított határvonal, mely a térséget kettévágta és határmentivé változtatta. Továbbá az erre épülő folyamatok, mely során a terület közel egy egész évszázadon keresztül sem tudott kialakítani harmonikus viszonyt a határ másik oldalán található országgal. Ez pedig kardinális kérdés, mind Magyarország, mind pedig a többi Kelet-Közép-európai országnak, hiszen a határmenti/határokon átnyúló kooperáció nélkül nem beszélhetünk térségi dinamizmusról (TÓTH J. – MARTON G. – SZELESI T. 2012).

Ezen tézis a Dráva-mentén a gyakorlatban úgy realizálódott, hogy a II. világháborút követően hazánkban kiépülő szocialista éra alatt a terület egyfajta izolált, pufferezóna szerepét töltötte be, ahol nemhogy nemzetközi együttműködés, de a mezőgazdaságban lezajlott termelő szövetkezetek kialakításán túl semmilyen gazdasági beruházás nem történt. A rendszerváltást követően elviekben még lett volna lehetőség, ha modernizációra nem is, de valamilyen mértékű felzárkózásra, de a térség nem találta

meg a saját kitörési pontjait, így a hazai és a külföldi piaci tőke egyaránt elkerülte, illetve a helyi erőforrások nem voltak alkalmasak a saját úton történő fejlődésre, ez pedig egészen napjainkig konzerválta a minimális volumenű gazdaságot (BOGNÁR, A. – GINZER, M. – MARTON, G. 2010).

A mező- és erdőgazdaság a privatizációt követően fejlődésnek indult és napjainkra többé-kevésbé megújult, annak ellenére, hogy számos terület a környezetvédelmi folyamatok okán művelés alól ki lett véve, illetve a gépesítés sem nevezhető ideálisnak. A szektor problémaköre az, hogy ezen gazdasági egység csak részben szolgálja a helyiek érdekeit, ugyanis egy jelentős része a térségen kívüli mező- és erdőgazdálkodási vállalatok tulajdonába került, kivételt képez ez alól például a dinnyetermesztés, illetve a primőrök előállítás. Továbbá megjegyzendő, hogy felértékelődésen mentek keresztül a helyi termékek (pl. méz, gyógynövények stb.), azonban e területen még nem tudtak a termékek egyértelmű helyet elfoglalni a piacon.

Az ipar a mezőgazdasággal ellentétben még a legkisebb megújulás jeleit sem mutatja, legalábbis térségi szinten semmiképpen sem. A Dráva-mente városaiban, illetve egy-egy jelentősebb faluban megjelentek kisebb, főként magánkézben lévő ipari cégek (pl. faipar, élelmiszeripar, fémipar) azonban ezek területfejlesztő hatása maximum az adott településre és szűk vonzáskörzetére terjed ki.

A szolgáltatások közül a szociális alapúak kivétel nélkül megtalálhatóak és le is fedik a területet, azonban a piaci alapon működők közül számos területen monopolisztikus helyzet alakult ki (pl. az élelmiszerkereskedelmi bolthálózatok a kistelepüléseken). Azonban területen számos szolgáltató csak a városokban – vagy ott sem – található meg, gondolván itt a bank, biztosítás vagy éppen a kulturális ipar területére.

Összegezve a felvázolt helyzetet elmondható, hogy a terület gazdasága nem hogy az idegenforgalom számára nem tud biztos alapot nyújtani, de még a saját belső gazdaságstrukturális problémakörére sem tud megoldási irányt kijelölni, így mindezek alapján a Dráva-mente gazdasági környezetének minősítése (52. táblázat) a benne rejlő idegenforgalmi potenciál alapján:

52. táblázat: A Dráva-mente gazdasági környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
1	Külső vagy belső gazdasági periféria, vállalkozások száma és a vállalkozási kedv is rendkívül alacsony, jelentős munkanélküliség, a szolgáltatások nem kielégítőek.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

6.2.1.5. A Dráva-mente politikai környezete

A Dráva-mente politikai környezete az elmúlt bő egy évtized alatt rendkívül kedvező fordulatot vett, ugyanis éppen a gazdasági elmaradottsága, illetve a természeti értékei kapcsán igen jelentős forrásokból részesült/részesül.

Az első komolyabb fejlesztések a 2001-től zajlottak, amikor az I. Széchenyi Terv keretén belül a terület számos települése (pl. Barcs, Sellye) részesült a fürdőfejlesztési beruházásokból.

Párhuzamosan az említett hazai finanszírozású projekttel az Európai Unió előcsatlakozási alapjaiból is részesült a terület: ISPA – Instrument for Structural Policies for Pre-Accession: környezetvédelem, hulladékgazdálkodás (pl. Mecsek-Dráva hulladékgazdálkodási projekt), SAPARD – Community Support Regulation for Pre-Accession Measures for Agriculture and Rural Development: mezőgazdasági fejlesztések és vidékfejlesztés (pl. a térségben működő vállalkozások gépbeszerzései), PHARE – Poland and Hungary Assistance for the Reconstruction of the Economy: integrált területfejlesztés (pl. Drávai kishajós víziturizmus feltételeinek megteremtése projekt).

Az Európai Unió csatlakozást követően két nagy országos fejlesztési program a Nemzeti Fejlesztési Terv és a Nemzeti Fejlesztési Terv II. (Új Magyarország Fejlesztési Terv) operatív programjain keresztül a térség jelentős forrásokhoz jutott infrastruktúra fejlesztés, környezetvédelem, gazdaság és turizmusfejlesztés kapcsán (pl. Dráva I., II., III. projektetk).

A napjainkban aktuális fejlesztési program az Új Széchenyi Terv keretein belül az Ős-Dráva Program az egyik kiemelt országos programként funkcionál. Emellett pedig olyan beruházások is zajlanak, mint a már korábban említett festett kazettás mennyezetű református templomok felújítása a Norvég Alap támogatásával. Továbbá

Horvátország Európai Unió csatlakozása kapcsán az integráció erre a célra kialakított forrása a horvát-magyar IPA (Pre-Accession Assistance) finanszírozásából is számos projekt kerül finanszírozásra (pl. Geotermikus kutatások a Dráva medencében).

Összefoglalva elmondható, hogy a Dráva-mente támogatottsága fajlagosan viszonyítva az ország többi térségéhez igen jelentős, mindezek alapján pedig a politikai környezetének értékelése (53. táblázat):

53. táblázat: A Dráva-mente politikai környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	Jelentős hazai és nemzetközi források, államilag támogatott turizmusfejlesztés.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.2.1.6. A Dráva-mente tudományos környezete

A térség periférikus, rurális volta miatt, illetve abból adódóan, hogy a területen nagyváros nem található, egyenesen következik, hogy nincs sem kutatóintézet, sem pedig olyan tudományos potenciállal rendelkező felsőoktatási létesítmény, mely helyinek volna minősíthető.

Ennek ellenére több olyan helyi szervezet működik, amelyek megpróbálják szakértelmükkel elősegíteni a Drávához kapcsolódó terek fejlődését, melyek jellemzően a helyi értelmiség által alakított alapítványok és egyesületek.

Egy másik aspektus is megfigyelhető, melynek lényegi eleme a térségből származó, később értelmiségivé váló népesség segítőkészsége, melyre számos példát találhatunk. Azon kutatók, kik a térségből származnak, vagy kötődtek hozzá, előszeretettel választják munkáik témájaként a területet és annak problémáit.

Elmaradott, hátrányos helyzetű területként a Dráva-mentéhez személyesen nem kötődő, „külső szakértők” szintén kiemelten foglalkoznak a területtel és kérdéseivel, hiszen komplex folyamatok és hatások értelmezhetőek, egy természetes határokkal jól kijelölhető térben.

Mindezen tényezők összegeként alakul ki a terület jelenlegi tudományos környezete, melyen belül diszciplínákra bontva valóban komoly és mély kutatások találhatóak meg, azonban az egyes tudományterületek összehangolása, majd ezek közös

alkalmazása a gyakorlatban még várat magára. Így a környezeti elem értékelése (54. táblázat):

54. táblázat: A Dráva-mente tudományos környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	A fontosabb diszciplínák bevonásával történő fejlesztés, az érintett területek elfogadható felmérése után.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.2.1.7. A Dráva-mente technológiai környezete

A Dráva-mente technológiai környezete magán viseli az általános szerény gazdaságának jegyeit, ennek függvényében e téren számos problémakör, adódik, mely az elmúlt évtized fejlesztései ellenére sem került megoldásra.

A közlekedési hálózaton belül a főútvonalak mára felújításra kerültek a térség egész területén, így az elérhetősége kielégítő, azonban a területen belüli közlekedés jelentős problémákat hordoz, mert a mellékutakat a kistelepülések nem tudják önerőből felújítani, magasabb szinten pedig ezek nem élveznek prioritást.

A térségen belüli tömegközlekedés a főbb települések között sem éri el a megfelelő minőséget és járatgyakoriságot, továbbá található a területen olyan falvak, ahová napi szinten csupán két buszjárat indul.

Hasonló a helyzet a műszaki infrastruktúra területén is, az alapvető szolgáltatások (víz, elektromos áram stb.) megvannak, de a kiegészítő szolgáltatások színvonala már csak a térség központi településein elfogadható. Ezen szolgáltatások közül a markánsabb területek a vezetékes és vezeték nélküli internet hozzáférés, illetve a mobilkommunikáció, melyre általánosan jellemző, hogy a horvát hálózatok hozzáférhetősége meghaladja a hazaiakét, számos turistának és kirándulónak jelentős kellemetlenséget okozva.

Az innovációs technológiák gyakorlatilag teljes egészében hiányoznak a területről és annak fejlesztéseiből, ennek pedig két problematikus hatása figyelhető meg: egyrészt ha nem az elérhető legjobb technológiák fejlesztése történik az önmagában is versenyhátrányt jelent, másrészt főbb probléma, hogy tovább konzerválja a jelenlegi helyzetet, hiszen egyazon szegmens nem kerül fejlesztésre minden egyes periódusban.

Összegezve elmondható, hogy az elmúlt időszak fejlesztései révén az elementáris szintű technológiai hiányosságok pótlása ugyan megtörtént, de ezek nem elégítik ki az idegenforgalom és annak keresleti igényeit, ez pedig a magasabb volumen elérésének kritériuma. A környezeti elem értékelése mindezek függvényében (55. táblázat):

55. táblázat: A Dráva-mente technológiai környezetének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
2	A desztináció elérhetősége/megközelíthetősége nehézkes, a technológiai eljárások elfogadhatóak, esetenként hiányosak.	szerény

Forrás: saját szerkesztés

6.2.2. A Dráva-mente turizmusának helyzetértékelése

A következő fejezetben a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepcióját követve a Dráva-mente turizmusának aktuális helyzete és folyamatai kerülnek értékelésre, értelmezésre és minősítésre.

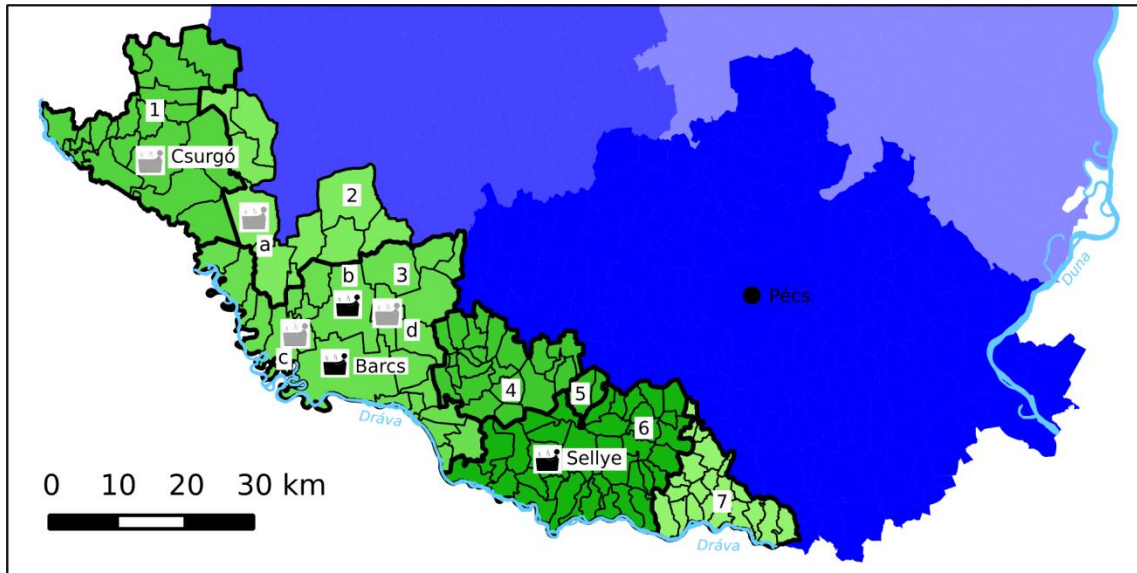
6.2.2.1. A Dráva-mente termékkínálata

A Dráva-mente turisztikai termékkínálata sokrétű és alapvetően szabadidős turizmushoz kötődnek. Közös jellemzőjük, hogy valamilyen természeti érték szolgáltatja alapjukat, ez alól egyedül a kulturális turizmus képez kivételt. Szembeötlő jellemvonás továbbá, hogy a terület egészén azonos termékek mindenhol megtalálhatók, azonban ezek között semmiféle harmonizáció, differenciálódás vagy kooperáció nem figyelhető meg (CSAPÓ, J. – MARTON, G. – AUBERT, A. 2011).

A terület egészségturizmusa a 20. században alakult ki, természetesen az akkori időszak keresleti igényei függvényében ma klasszikusnak tekinthető egy vagy néhány medencés strandokat alakítottak ki a központi településeken. A modernizációt az I. Széchenyi Terv fejlesztései jelentették, amikor nem csupán a kiemelkedő potenciállal rendelkező egészségturisztikai központok jutottak forrásokhoz (CSAPÓ, J. – AUBERT, A. – MARTON, G. 2011). Napjainkra a terület ezen terméke kettős képet mutat. Egyrészt

kialakultak jellemzően stabil vendégkörrel bíró fürdők, de másrészt folyamatos pénzügyi problémákkal küzdő szolgáltatók, melyek közül a jelentősebbek (48. ábra):

48. ábra: A Dráva-mente fürdői



Fekete szimbólum: működik, szürke szimbólum: jelenleg nem működik

Forrás: saját szerkesztés

- Barcs gyógyfürdője jelenti a terület egészségturizmusának egyik központi szolgáltatóját. A létesítmény racionálisan, a keresleti igények alapján került fejlesztése, így ma egy modern 21. századi kisvárosi fürdőként funkcionál, jól meghatározható piaci szereppel.
- Csokonyavisonta gyógyfürdője a termék Dráva-mente másik jelentős központja. Ezen szolgáltató is a 2000-es években újult meg szintén a keresleti és a piaci igények alapján.
- A Sellyei fürdő, mely teljes felújításra került az I. Széchenyi terv keretében, nem tudta megtalálni a maga útját. A kezdeti jelentős forgalmat egy tendenciális visszaesés követte, mely következményeként az elmúlt évtizedben többször is működtetőt váltott és jelenleg is pályázható üzemeltetése.
- Szulok fürdője a jelenlegi formájában 2013-ban nyílt meg és mint kistelepülési fürdő üzemel a települési önkormányzat kezelésében.
- Az elmúlt évtizedben a terület két falujának fürdőjét bezárták. Babócsa és Tarany esetén egyaránt a pénzügyi problémák jelentették a szolgáltatás felhagyásának okát, mely egyrészt a modernizációhoz szükséges tőkéből

hiányzott, másrészt pedig a kereslet számára elérhetővé váltak a térségen belül egyéb modernizált létesítmények.

- Csburg városi fürdője azon tradicionális szolgáltatók közé tartozott, mely egy sikeres megújulást követően a Dráva-mente egészségturisztikai vezetőihez csatlakozott volna, ehelyett a piacvesztés miatt bezárásra került. Napjainkban egyre többször kerül szóba a fürdő újrainyítása, melyet a helyi érdekeltek meg tudtak erősíteni, azonban a várható nyitás időpontját nem tudták meghatározni.

A Dráva folyóhoz közvetlenül és kizárólagosan két turisztikai termék köthető, egyrészt a vízi sportok, másrészt pedig a drávai sétahajózás. Mindkettő esetében elmondható, hogy fajlagos értelemben populárisak, illetve mindkettő rendkívül szigorú szabályozás alá esik.

A vízi sportok közé a kizárólag nem motorizáltak tartoznak, ez a gyakorlatban a folyóhoz köthető kajakozást és kenuzást jelenti. Az erre vonatkozó szabályok értelmében, amit a Duna-Dráva Nemzeti Park dolgozott ki, a termék volumene a túlzó környezetterhelés elkerülése végett korlátozott, illetve kizárólag szakképzett vezetővel engedélyezett.

A drávai sétahajózás két magáncéghez köthető, akik hajóikkal mutatják be a terület természeti értékeit a vendégeknek. Különböző útvonalakon zajlanak a programok, melyek – azon helyektől eltekintve, melyet nem tudnak vagy hatóságilag tilos megközelíteni – az egész hazai folyószakaszt érintik.

A térség egyik vezető terméke a vadászturizmus, mely alapját a Somogyi Nagyvadas Körzet, illetve a Dél-Baranyai Nagyvadas körzet jelenti, továbbá az, hogy a fokozott védettség okán a Dráva-mentén nem beszélhetünk túlvadászásról, sőt a helyi vadászok és vadásztársaságok problémaként jelölik meg, hogy napjainkra egyes fajok populációi (pl. szarvas, vaddisznó) a terület bizonyos részein meghaladják az eltartóképességet. Mind hazai, mind nemzetközi szinten népszerű ezen termék, azonban a szervezeti kereteit még jellemzően a vadásztársaságok – melyek között a nemzeti parki területeken kívül az egész térség fel van osztva – adják és a koordinálását is ők végzik, tehát egyelőre nem épült ki megfelelően az idegenforgalmi aspektusa.

A terület vizeihez és természetesen magához a Drávához kapcsolódik a horgászturizmus. A folyó mellett számos kisebb-nagyobb tó, holtág és morotva jelenti a termék alapját. A nyugodt természeti környezet és a vizek minősége az alapvető elvárásoknak messzemenően megfelelnek, azonban néhány kiugró kivételen túl (pl. Gyékényes, Barcs, Somogyudvarhely) a termékhez kapcsoló infrastruktúra kiépítése

elmaradt. A termék koordinálása és összefogása pedig szintén várat magára – ennek nehézsége, hogy mind állami, mind magántavak egyaránt nagy számban találhatóak a területen –, azonban a versenyképességének az alapjai ezek nélkül is megvannak.

A természetjárás/túrázás, mint az ökoturizmus egyik vezető terméke sajnálatosan csak minimális szinten van jelen a Dráva-mentén. Elmaradtak a gyalogtúra útvonalfejlesztések, az elmúlt tíz év természeti értékeinek idegenforgalmi hasznosító beruházásai ellenére is. A jelenlegi kínálat a Duna-Dráva Nemzeti Park gondozásában lévő természetvédelmi területek tanösvényeire terjed ki, melyek messzemenően nem elégítik ki a keresleti igényeket. A terméket összefoglalóan jól jellemzi egy meg nem nevezett helyi szakértő állásfoglalása „Túrázás? Nos, túrázni éppen túráznának az ide érkezők, ha lenne hol!”.

A kerékpáros turizmus azon aktív turisztikai termékek közé tartozik, melyek jelentős fejlesztésen mentek keresztül a közelmúltban. A térség bekapcsolódott a „Három folyó kerékpáros túraútvonal” kiépítése révén a nemzetközi kerékpáros turizmusba, mely a Mura, a Dráva és a Duna területeit köti össze. A projekt révén kiépítésre került magán az útvonalon túl számos kiegészítő szolgáltatás, mely megalapozhatja a termék jövőjét (www.kerekiparut.com). Megjegyzendő, hogy jelenleg a termék a megújulást követő promóciós időszakban van, így az érintett keresleti szegmensek csupán egy részétől vannak visszajelzések, tehát a fejlesztések sikeressége még nem ítéhető meg.

A kulturális turizmus alapjait képező vonzerők minősége és idegenforgalmi hasznosíthatósága erősen korlátozott, mint ahogyan az a korábbiakban be lett mutatva. Önálló vonzerőt jelentő termékként ebből adódóan nem is jelennek meg a piacon, szerepük kimerül abban, hogy a térségbe érkező vagy átutazó vendégek megállnak megtekinteni egy-egy festett fakazettás templomot vagy eltöltenek némi időt az Ormánság múzeumban. A turisztikai felhasználhatóság keretfeltételei teljes mértékben hiányoznak. A példának okáért számos olyan műemlék ment veszendőbe vagy átalakításra került, mely ma kulturális vonzerőként funkcionálhatna (pl. Draskovits kastély átalakítása ifjúsági szállóvá Sellyén), így pedig ezen terület vonzerői megmaradtak napjaink kiegészítő egységeként.

Összegezve a Dráva-mente termékkínálatát elmondható, hogy a természeti értékek és a rájuk épülő turisztikai termékek adottak, azonban az elmúlt évtized kiemelkedő volumenű fejlesztései ellenére sem sikerült áttörést elérni és a stabil piaci helyzetet teremteni az esetükben. Ennek ellenére az alapok többé-kevésbé kialakításra

kerültek, azonban ezeket konzekvensen tovább kell fejleszteni, mert a jelenlegi állapot ugyan meghaladja az útkeresést, de semmiképpen sem tekinthető kielégítőnek. A felvázoltak következtében pedig az idegenforgalmi egység értékelése (56. táblázat):

56. táblázat: A Dráva-mente turisztikai termékeinek értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
2	A desztináció idegenforgalmi termékei és azok fejlesztése egyoldalú, a beruházások csupán a potenciálisan kiemelkedő termékekre irányulnak.	szerény

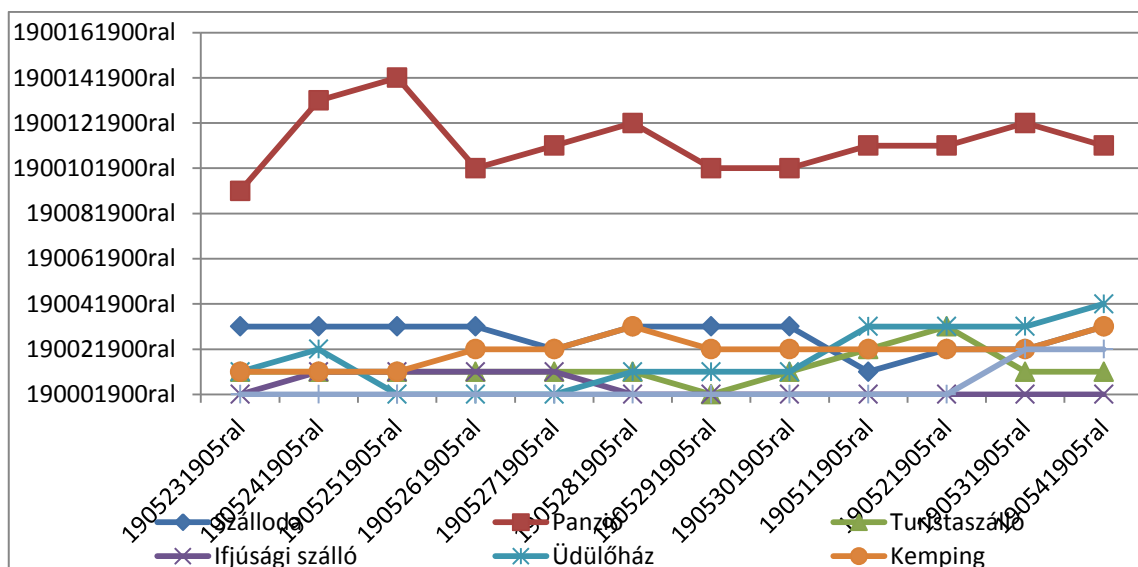
Forrás: saját szerkesztés

6.2.2.2. A Dráva-mente szálláshelykínálata

A Dráva-mente szálláshelyei jelentős fejlesztéseken nem mentek keresztül, így sem mennyiségi, sem pedig minőségi mutatóik nem felelnek meg a modern turizmus által támasztott elvárásoknak.

Az elmúlt bő évtized a térség turizmusfejlesztésének mindenkor csúcsaként definiálható, gyakorlatilag minden jelentős fejlesztési programból részesült a terület idegenforgalma. Ennek ellenére a szálláshelyek mutatóiban (49. ábra) gyakorlatilag semmilyen fejlődés nem figyelhető meg.

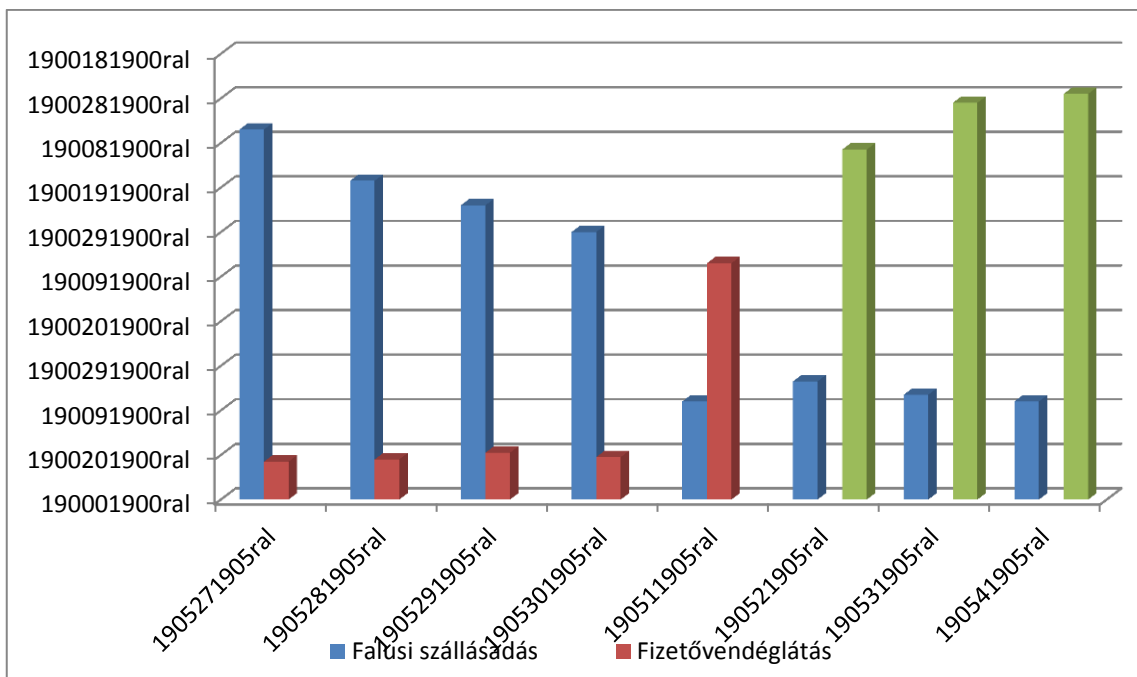
49. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek száma kategóriánként (db)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

metszéspontja pedig a korábbi falusi vendéglátók átminősítése az újonnan bevezetett „egyéb szállásadás” kategóriába, ezzel igazodva változásokhoz. Abszolút mutatók tekintetében 2006-ban 166 falura jutott 17 fizetővendéglátó, míg 2012-ben 44-re jut 182, tehát összességében mennyiségben mutatkozott előrelépés, minőségi tekintetben pedig megállapítható, hogy szignifikáns változás nem történt, ezt a szerző saját terepbejárásai támasztják alá.

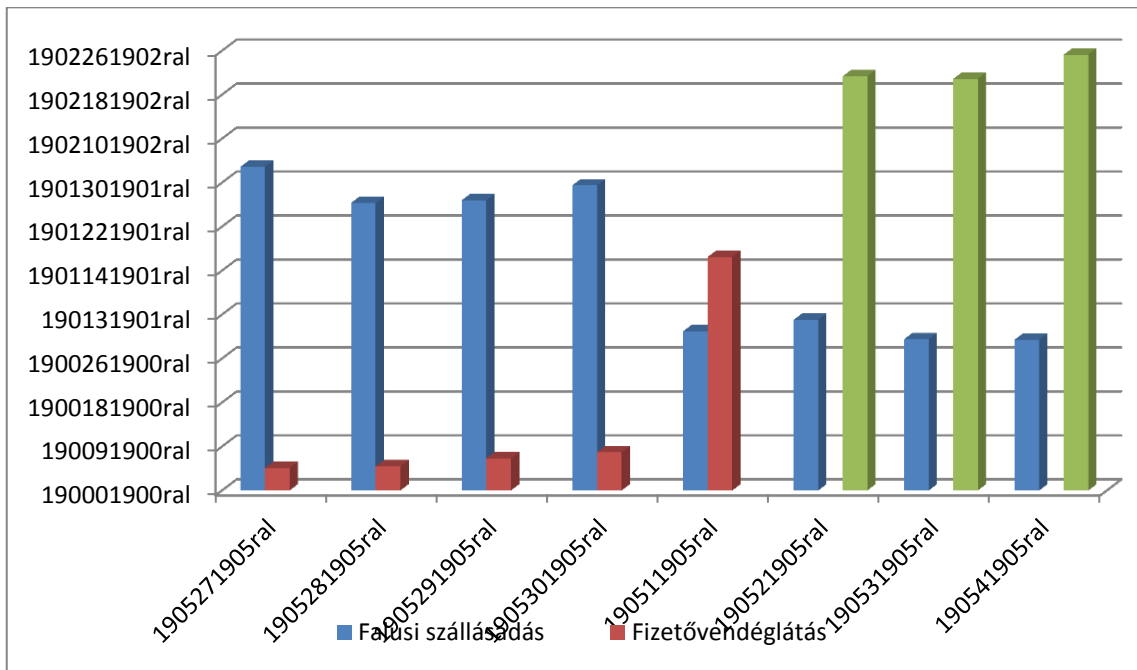
51. ábra: A magánszálláshelyek száma (db)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A magánszálláshelyek kapacitása esetén teljes egybeesés mutatkozik a szolgáltatók számánál kifejtett kettős trenddel (52. ábra), annyi kiegészítéssel, hogy a mennyiségi expanzió jelentősebb az egyéb szállásadás esetében.

52. ábra: A magánszálláshelyek kapacitása (ágy)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Összegezve a Dráva-mente szálláshelyeinek jellemzőit kettős kép mutatkozik. Minimálisan megtalálható az összes kategória, azonban a turisztikai kínálat ezen egysége teljesen kimaradt az elmúlt bő egy évtized fejlesztéseiből, ennek következménye, hogy ha nem is korlátozza, de mindenképpen nehezíti a kereslet utazásait és annak növekedését. Ezek alapján az idegenforgalmi elem minősítése (57. táblázat):

57. táblázat: A Dráva-mente szálláshelyeinek értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
2	A desztináció szálláshelyei nem fedik a kínálati palettát, így a térségbe érkező turisták választásának szabadságfoka alacsony.	szerény

Forrás: saját szerkesztés

6.2.2.3. A Dráva-mente szezonálitása

A desztináció látogathatósága alapvetően korlátozott, melyet több tényező összefüggései határoznak meg. Így alapjaiban egyes keresleti szegmensek az év bizonyos szakaszában ki vannak zárva a térség turizmusából.

- A horgász- és vadászturizmus állami szinten esik korlátozás alá, tehát a vadász- és horgásztilalmi időszakok alatt a terület ezen termékei nem hozzáférhetők.
- A Dráva-mente fürdői jellemzően nyitott egységek, így időjárás függvényében „csupán” a klasszikus strandszezon alatt tudják a teljes élményfaktoruk egészét nyújtani.
- A Dráván történő vízi sportolás, mint nemzeti parki terület az intézmény szabályozásához kötött, így ez sem érhető el az év egészében.
- A kerékpáros turizmus és a természetjárás pedig erősen időjárásfüggő, esetükben pedig a természeti feltételek jelentik a szabályzó/korlátozó tényezőt.

Összességében elmondható, hogy a Dráva-mente az év különböző részeiben más és más lehetőséget tud nyújtani a térségbe érkező vendégeknek, azonban ezek élményfaktora jelentősen eltérő intenzitású. Továbbá ki kell emelni, hogy bizonyos konkrét motivációval érkező turisták (pl. vadászok) az őket érintő időszakon kívül nagy valószínűséggel nem látogatják a térséget (pl. kajak-kenuzás miatt). Tehát az egyes termékek csupán a maguk viszonylatában, a maguk szezonálisában érhetőek el ezen pedig változtatni a jellegük miatt nem lehet, így a környezeti elem értékelése (58. táblázat):

58. táblázat: A Dráva-mente szezonálisága

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	Jelentős szezonálisagat mutat a desztináció, mely hatására az általa nyújtott élményfaktor erősen függ az időszaktól.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.2.2.4 A Dráva-mente turizmusának menedzsmentje

A terület formális turisztikai desztinációs menedzsment szervezettel sem helyi, sem pedig területi szinten nem rendelkezik, sőt az elmúlt években a térség Tourinform irodái is bezártak. Ennek következménye, hogy nincs a Dráva-mentén semmilyen olyan szerveződés, mely ellátná a desztináció turizmusmenedzsment feladatait és szervezné, illetve promótálná az idegenforgalmi termékeket és azok szolgáltatóit.

Az idegenforgalmi menedzsment szervezet hiánya a térségben az ágazati koordináción túlmutató probléma, ugyanis számos egyéb területen mutatkozik rész a szervezet nélkül:

- Nincs olyan helyi szakmai erő, mely iránymutatást tudna adni a jelenlegi és a jövőben alakuló szolgáltatóknak.
- Elmarad vagy esetleges a területi együttműködés a turizmuson belül, mely a versenyképességet alapjaiban befolyásolja.
- A terület megjelenése nem egységes, sőt még az egy turisztika terméken belüli szolgáltatók sem tudnak megjelenni egy adott egységben.
- A kereslet nem ismeri és nem is tudja megismerni a Dráva-mentét, ugyanis egyszerűen nem tud hol megfelelő idegenforgalmi információkhoz hozzáférni.
- Az ágazatot érintő fejlesztések esetében nincs olyan helyi szakmai szervezet, mely állást tudna foglalni, vagy véleményt tudna nyilvánítani.

A felvázolt problémák ellenére több esetben került sor a rendszerváltást követően idegenforgalmi menedzsment szerepet betöltő, területi szintű tevékenység kialakítására, azonban a próbálkozó egyesületek, alapítványok vagy nem voltak elég tőkeerősek a hosszú távú tevékenység végzésére, vagy pedig a piac szolgáltatói hagyták figyelmen kívül őket.

A települések szintjén megjelenik a turizmus koordinálása, ez azonban jellemzően csak az adott igazgatási egységre és annak termékeire terjed ki. Szervezeti kereteit tekintve önkormányzati részfeladatként realizálódik, melyet ritka esetben végeznek főállásban szakértők, így maga a tevékenység egyrészt esetleges, másrészt pedig a határfoka nem kielégítő.

Míndezek alapján összegezve a Dráva-mente idegenforgalmi menedzsmentjét, látható, hogy a területen nincs komoly az ágazat koordinálását betölteni képes szervezet, helyette hektikus intenzitású egyéni kezdeményezések a jellemzőek, így a turisztikai elem minősítése (59. táblázat):

59. táblázat: A Dráva-mente turisztikai menedzsmentjének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
2	A desztináció nem rendelkezik turisztikai menedzsmenttel, azonban a helyi szervezetek és önkormányzatok igyekeznek koordinálni a turizmust.	szerény

Forrás: saját szerkesztés

6.2.2.5. A Dráva-mente turisztikai marketingje

A Dráva-mente marketing környezetének értelmezése már önmagában is problematikus, ugyanis a térség individuális téregységei és egyéni szolgáltatói sok esetben az egyéni promóciót választják, más esetekben pedig projekt alapon működnek együtt.

A terület marketingtevékenysége csak a pályázati kötelezettségei révén mutat egységes képet, ezen folyamatok esetén azonban nem beszélhetünk komplex információnyújtásról, mert jellemzően csupán az adott fejlesztésre vonatkozó kötelezettségek kerülnek betartásra. Az ebből fakadó hátrányok azonban beláthatatlanok, ugyanis a kereslet még az elementáris tájékoztatást sem kaphatja meg több információs forrás használata nélkül. Komplex információkat – a kereszthivatkozásokat is figyelembe véve – a Duna-Dráva Nemzeti Park honlapja szolgáltat, de ennek alapját a környezetvédelem és nem a turizmus képezi.

Az egyéni marketingtevékenység a terület egyes részei és szolgáltatói részéről hektikusan, de megjelenik a legkülönbözőbb formákban és csatornákon keresztül, közülük a jelentősebbek:

- Egyes szolgáltatók, saját honlapjai (pl. fürdők, múzeumok, egyesületek stb.).
- Települési honlapok, melyek többé-kevésbé összeállítják a vonatkozó értékeik listáját.
- Területen kívüli kapcsolatokkal rendelkező vonzerők hagyományos és digitális reklámjai (pl. horgásztavak, kerékpárutak stb.).
- Szálláshelyek promóciója a különböző szervezetek (pl. falusi turizmus területi szervezetei) és magáncégek által üzemeltetett szálláshelyek gyűjtőhonlapjain.

A Dráva-mente marketing környezetéről összegezve a fentiek alapján elmondható, hogy messzemenően elmarad a 21. században használt modern promóciós tevékenységektől, így a belőlük származtatható előnyök sem realizálódnak, így a környezeti elem értékelése (60. táblázat):

60. táblázat: A a Dráva-mente turizmusmarketingjének értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	Kereslet nélküli egy vagy többcsatornás marketingtevékenység.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.2.2.6. Az egyén szerepe a Dráva-mente turizmusának környezetében

Az egyén szerepének értékeléséhez a szolgáltató megkeresések nyújtanak támpontot, hiszen ez szubjektív, viszont a térség idegenforgalmának kínálati oldalán dolgozók tapasztalatai alapján jó megközelítéssel értelmezhetőek a folyamatok.

Az említett szolgáltatók tapasztalatai azt mutatják, hogy a térségbe érkező vendégek a motivációjuk alapján két nagy csoportba sorolhatók:

- Az első azon látogatók köre – messzemenően ők vannak többségben –, akik relatív közeli térségekből (jellemzően a Dél-Dunántúlról) érkeznek a területre, az ő visszatérési hajlandóságuk magas, illetve nem vagy csak néhány vendégéjszakát töltenek el. A csoport esetében a fő motiváció egy olyan természeti közegben való rekreációs tevékenység (pl. fürdőzés, horgászat, vadászat stb.), mely nem esik túlzottan messze a saját komfortkörnyezetüktől.
- A másik csoport azon turisták és kirándulók egysége, akik vagy valamely kiemelt rendezvényre/eseményre érkeznek (pl. a Nemzeti Park szervezésében) vagy pedig tudatosan keresik a Dráva-mente nyugodt természeti környezetét és jellemzően néhány napot eltöltenek a térségben.

Összegezve elmondható, hogy a terület nem tudja jelentős mértékben befolyásolni a kereslet szegmenseket (legalábbis a döntő többségüket semmiképp), így pedig nem tudja saját stabil vendégkörét sem kialakítani, ezért a környezeti elem értékelése (61. táblázat):

61. táblázat: Az egyén szerepének értékelése a Dráva-mente turizmusában

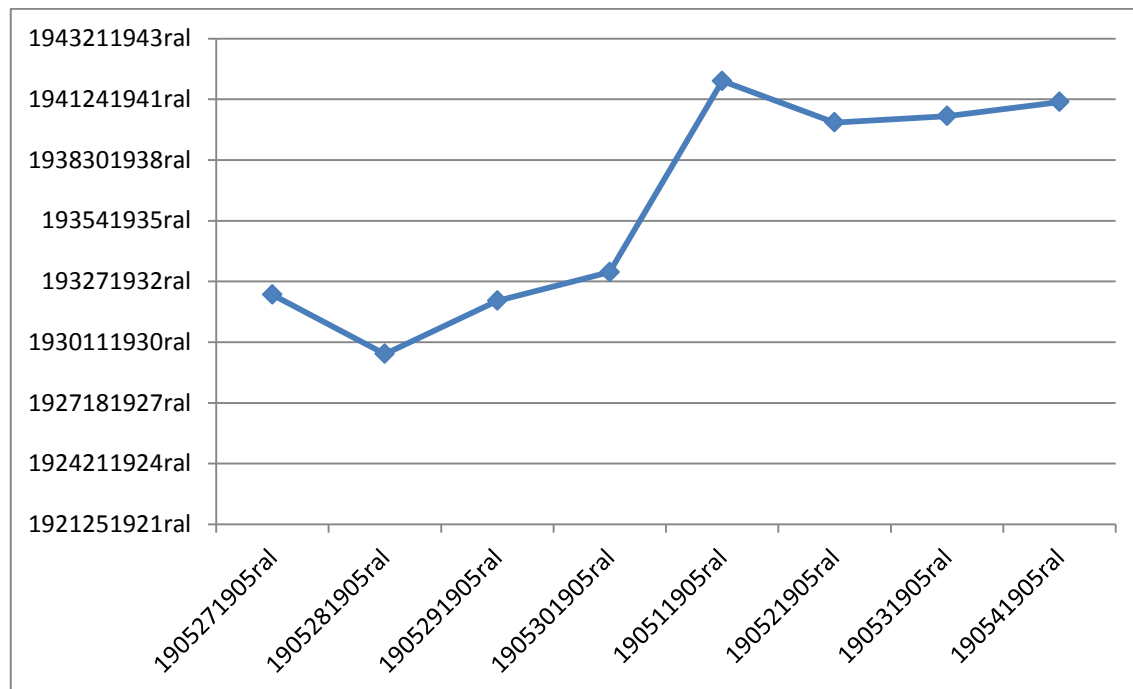
#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
2	A desztináció vonzerői csekély mértékben befolyásolják a keresleti döntéshozatalt, általában kényelmi vagy pénzügyi okok vezetnek a realizálódó utazásokhoz.	szerezény

Forrás: saját szerkesztés

6.2.2.7. A Dráva-mente turistaforgalma

A Dráva-mente turistaforgalma, illetve annak jellemzői egyenesen következnek a szálláshelyek, illetve a turisztikai termékek aktuális helyzetéből. A turisták abszolút száma és annak évekre levetített változása (53. ábra) alapján elmondható, hogy valamelyest az abszolút mutatók terén előre lépett a térség a fejlesztések hatására és az elmúlt években ez 15 ezer fős forgalomban realizálódott.

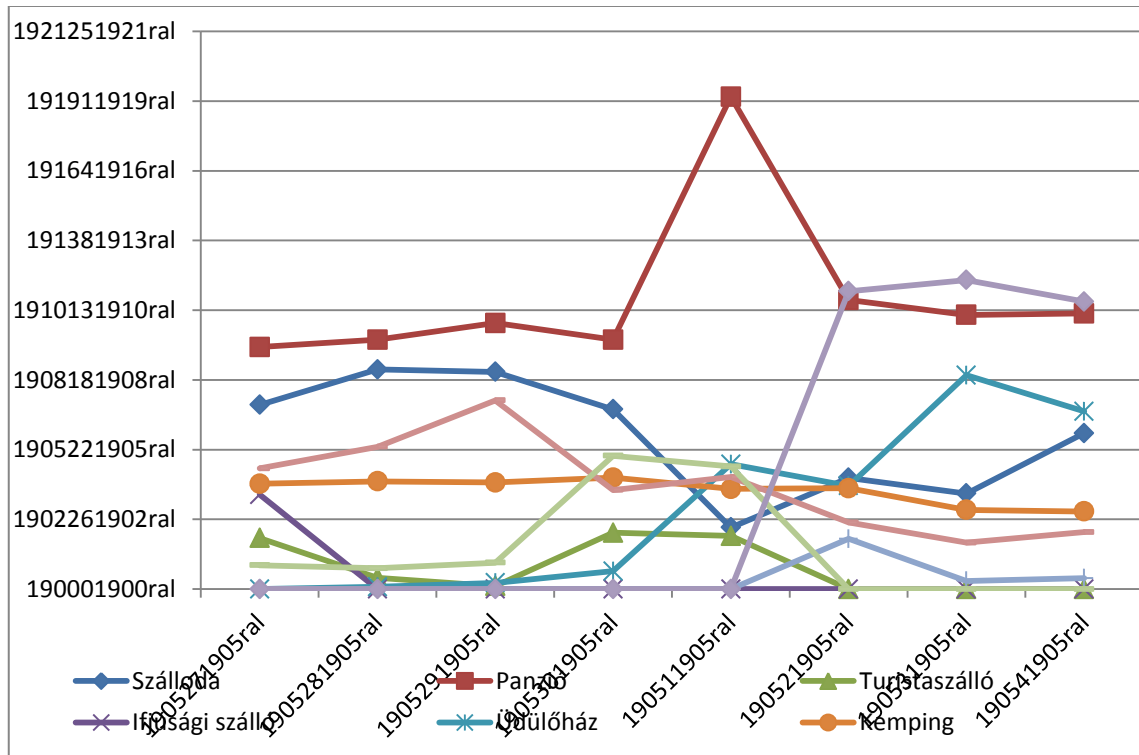
53. ábra: A Dráva-mente turistaforgalmának változása (fő)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A turistaforgalom szálláshelyek szerinti bontásakor (54. ábra), viszont szembeötlő az alacsony minőségű szálláshelyek kihasználtságának dominanciája.

54. ábra: A Dráva-mente turistaforgalmának megoszlása szálláshelyek szerint (fő)

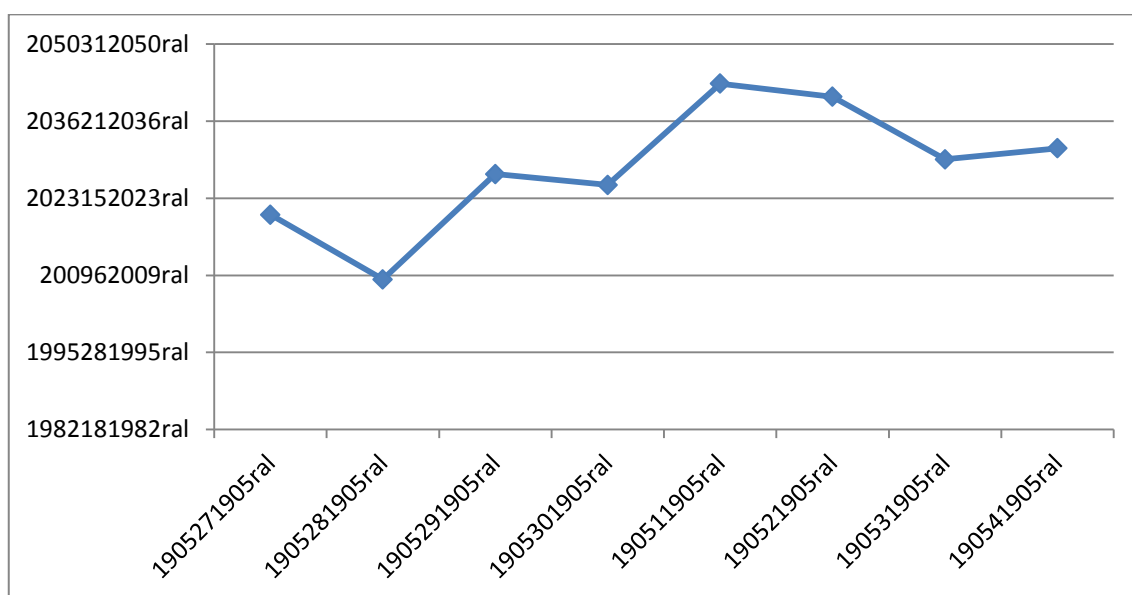


Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Mindez a szálláshely- és a termékfejlesztési diszharmonia eredménye, ugyanis egy folyamatos évtizedet átölelő fejlesztéssor végén egy rendkívül alacsony vendégforgalmi érték csak 20%-al tud növekedni, az csupán félsikerként könyvelhető el. Továbbá nem sikerült a turisták szállásfoglalását a magasabb kategória – tehát a nagyobb kiadások – felé elmozdítani, hiszen láthatóan stagnál, mind a hotelek, mind pedig a panziók vendégforgalma.

A vendégéjszakák száma hasonló emelkedést mutat és nagyságrendileg évi 47 ezer éjszakában stabilizálódik (55. ábra), amely egy teljes hazai folyószakaszt, két megyét és 7 kistérséget érintő terület esetében rendkívül alacsonynak tekinthető.

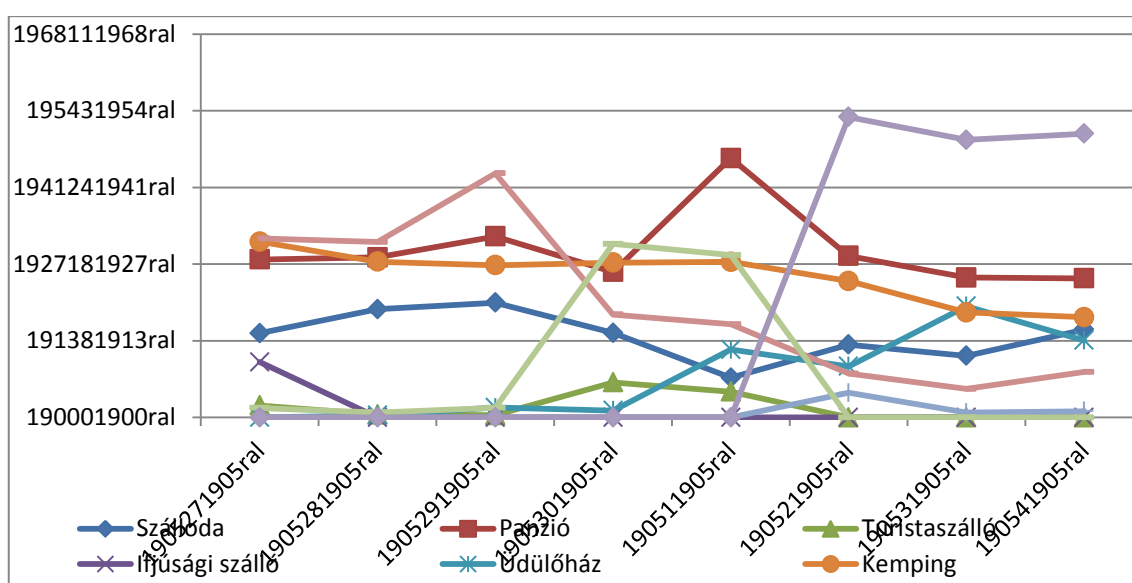
55. ábra: A Dráva-mente vendégéjszakáinak változása (éj)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A vendégéjszakák szállástípusonkénti bontása (56. ábra) újabb problémakörre mutat rá, ez pedig a magán szálláshelyek dominanciája, ugyanis a vendégéjszakák több mint fele a kategóriában realizálódik. Ez önmagában még megfelelne egy periférikus, rurális térség idegenforgalmának, azonban a helyi érintettek állásfoglalása alapján ennek az oka nem az autentikus élményszerzés, hanem az elérhető legalacsonyabb árfekvésű szálláshelyek felértékelődése.

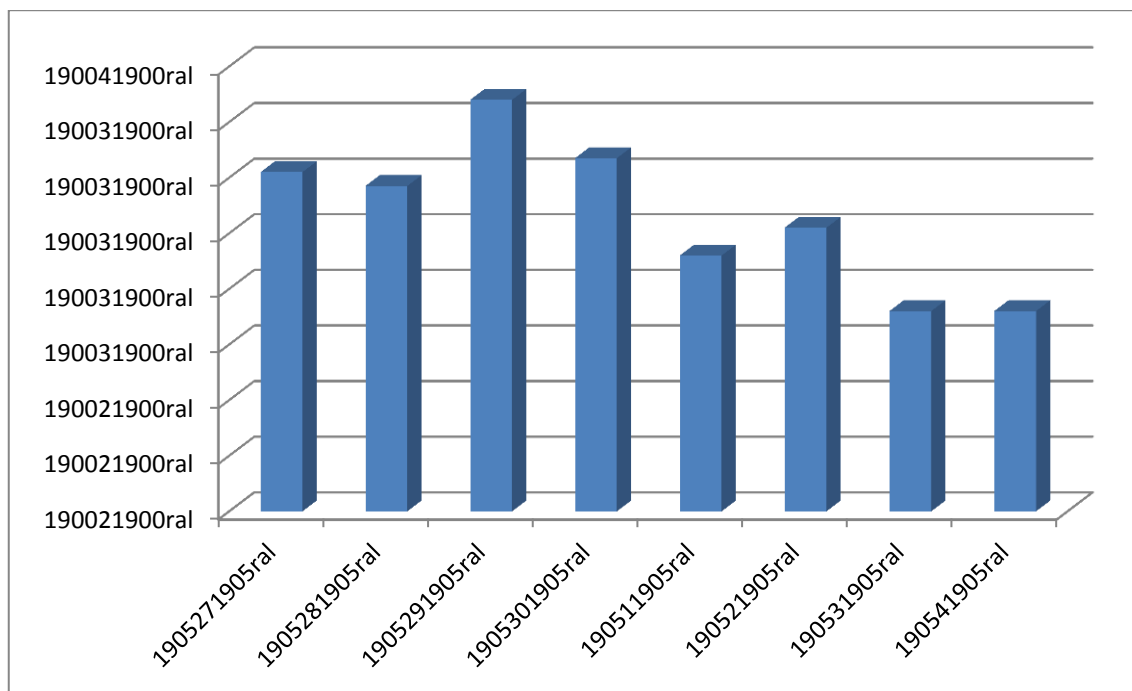
56. ábra: A Dráva-mente vendégéjszakáinak megoszlása szálláshelyek szerint (éj)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Ezen folyamatot támasztja alá az átlagos tartózkodási idő permanens csökkenése (57. ábra), ami a vizsgált időszak első felében még az átlagos négy, míg a második egységben már a három éjszakához közelít.

57. ábra: A Dráva-mente turistáinak átlagos tartózkodási ideje (nap)



Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

A térség turistaforgalma nem csupán az erőforrásaiból származtatható idegenforgalmi potenciál, hanem még a jelenlegi kínálatához viszonyított turisztikai eltartó képesség alatt realizálódik, mely problémakör azon hármas tényezőhalmazra vezethető vissza, aminek elemei a szálláshelyfejlesztés, a termékfejlesztés és a teljesen hektikus marketingtevékenység. Így mindezek következményeként az idegenforgalmi elem értékelése (62. táblázat):

62. táblázat: A Dráva-mente turistaforgalmának értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
2	A célterület turistaforgalma fajlagosan alacsonyabb szintű, mint a terület turisztikai teherbíró képessége.	szerény

Forrás: saját szerkesztés

6.2.2.8. *A Dráva-mente kirándulóforgalma*

A térség kirándulóforgalma jelentősen meghaladja a turistaforgalmat, ezt pontos adatokkal nem lehet alátámasztani, mert egyrészt metodikailag sincs általánosan elfogadott módszer egy ekkor területű térség kirándulószámaának becslésére, másrészt az érintett szervezetek kis része végez hasonló felméréseket.

Emiatt a szerző saját adatgyűjtést végzett, minden érintett területen, mely alapján ha nem is teljesen pontos adat, de nagyságrendileg mindenképpen helytálló információ került összegyűjtésre:

- A fürdők esetében a létesítményvezetők pontos adatokat nyújtottak, aminek eredménye a helyi lakosok nélkül kerekítve: 147 ezer fő (Barcs 100 ezer fő, Csokonyavisonta 40 ezer fő, Szulok 3 ezer fő és Sellye 4 ezer).
- A vízi sportokban résztvevő kajakozók és kenuzók száma a Duna-Dráva Nemzeti Park adatbázisa alapján megközelítőleg évi 1000 fő.
- A sétahajózók számát az érintett két cég a rendelkezésemre bocsátotta, ami éves szinten 6 ezer főt jelent.
- A vadászok száma éves szinten nagyságrendileg 2 ezer fő, ami több a területen érintett vadász és szakirányú szervezet munkatársának egybehangzó becslése alapján lett meghatározva.
- A területre érkező horgászok száma mintegy 4 ezer fő évente, amely adat a helyi egyesületi vezetők és szervezeti tisztviselők adatai és becslései összesítésének eredménye.
- A természetjárók/túrázók száma az elérhető túraútvonalak korlátozottsága ellenére a nemzeti park munkatársainak és a helyi szakértők becslése alapján nagyságrendileg évi 3 ezer főben realizálódik.
- A kerékpárosok száma hasonlóan lett meghatározva, mint a túrázóké, mely alapján hozzávetőleg évi 1000 fő jelölhető meg azok körében, akik a térségben idegenforgalmi céllal kerékpároznak.
- A nemzeti park látogatói száma 4 ezer fő – a hivatalos statisztika alapján –, akik a szervezet rendezvényeire és a bemutatóhelyekre érkeznek.

A kalkulált mutatószámok összesítése alapján (63. táblázat) elmondható, hogy a térségbe érkező kirándulóforgalom több mint tízszerese a terület turistaforgalmának,

ami alátámasztja, hogy a térség populáris desztináció, de arra is rámutat, hogy jelenleg sokkal inkább rekreációs térként funkcionál.

63. táblázat: A Dráva-mente kirándulóforgalma

Turisztikai termék	Kirándulók száma (fő)
Fürdővendégek	147 ezer
Vízi sportot űzők	1 ezer
Sétahajózók	8 ezer
Vadászok	2 ezer
Horgászok	4 ezer
Természetjárók/túrázók	3 ezer
Kerékpárosok	1 ezer
Rendezvényvendégek	4 ezer
Összesen	170 ezer

Forrás: saját kutatási adatok alapján saját szerkesztés

Összegezve a leírtakat megállapítható, hogy a Dráva-mente egy kiemelkedő kirándulóterület, melynek alapját ugyan a fürdők adják, de a természeti értékek látogatásának ezres nagyságrendjei is figyelemre méltók, ez alapján a turisztikai elem minősítése (64. táblázat):

64. táblázat: A Dráva-mente kirándulóforgalmának értékelése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
4	A desztináció fajlagosan jelentős kirándulóforgalmat bonyolít le rendelkezésre álló turisztikai teherbíró képességhez viszonyítva.	jelentős

Forrás: saját szerkesztés

6.2.3. A Dráva-mente rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének folyamata

A fejezetben a Dráva-mente rendszerszemléletű turizmusfejlesztése kerül bemutatásra, a korábban megállapított és értékelt idegenforgalmi folyamatok és a rendelkezésre álló erőforrások függvényében.

6.2.3.1. A Dráva-mente környezeti értékei a turizmusfejlesztés során

A környezeti értékek jelentik a Dráva-mente turizmusának alapját, az egészségturizmuson, illetve a kulturális turizmuson kívül minden idegenforgalmi termék közvetlenül kapcsolódik a természeti egységekhez.

A rendszerváltást követően az 1999-ben alapított Duna-Dráva Nemzeti Park nagyban járult és járul hozzá az értékek megőrzéséhez, ennek alapját a rendkívül szigorú környezet és természetvédelmi törvények jelentik. A nemzeti park munkatársainak elmondása alapján már visszautasították: a Dráva felett „lebegő” horgásztelepülést éppúgy, mint korábbi folyami kavicsbánya területére tervezett kirándulóközpontot. A szigorú korlátozások konzekvens alkalmazása megteremti a lehetőséget a természeti környezet fenntartására, viszont nem zárja ki a természet alapú turisztikai termékfejlesztést.

Számos helyi lakos osztja azon mára sztereotípiává vált, ám téves véleményt, hogy populáris idegenforgalmi termékek fejlesztése révén a terület jelentősen erősödne, mind az ágazat, mind pedig az általános gazdasági mutatók szempontjából. A logikai sor igaz egy gazdag térség vagy település esetében, de egy mind földrajzilag, mind gazdaságilag periférikus területen nem. Ha megkezdődne a populáris, tömegeket vonzó termékfejlesztés egyrészt előbb vagy utóbb oly mértékig irreverzibilisen degradálna a természet, mely hatására jellegében változna meg a Dráva-mente, másrészt pedig ettől még nem jelennének meg az általános gazdaság alapjai, így azok továbbra sem tudnának jelentősen fejlődni.

A problémakör feloldása abban rejlik, hogy mint a korábbi beruházások esetén, úgy a továbbiaknál is a természeti értékek védelme maradjon a prioritás, illetve a rájuk épülő turisztikai termékek kialakításában minél több helyi szolgáltató bevonásával lépésenként haladva kell a helyi szintű gazdaságot erősíteni. Azon kitévéltséggel viszont el kell fogadni, hogy turizmusfejlesztés nem tudja megoldani sem a Dráva-mente, sem pedig hasonló periférikus térségek általános gazdasági problémáit, erre szakirányú (pl. mezőgazdasági és iparfejlesztési, kis- és középvállalkozás fejlesztési) beavatkozások is szükségesek (MARTON G. 2010).

Összegezve elmondható, hogy a nemzeti parki védettség, illetve a természeti értékeket tiszteletben tartó és azokra építő fejlesztések révén ezen értékek veszélyeztetettsége minimális. Továbbá a rájuk irányuló tájidegen vagy őket jelentősen

degradáló beruházásokat ellehetetlenítik, így a fejlesztési tényező értékelése (65. táblázat):

65. táblázat: A Dráva-mente környezeti értékei szerepének minősítése a fejlesztések során

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
5	A környezet és a környezeti elemek minőségének megőrzése elementáris fontosságú fejlesztések során.	kiemelkedő

Forrás: saját szerkesztés

6.2.3.2. A Dráva-mente infrastruktúrájának fejlesztése

A terület általános infrastrukturális helyzete kétpólusú: az alapvető fő közlekedési utak, illetve általános műszaki infrastruktúra kiépült és folyamatos fejlesztések irányulnak rájuk, viszont a kistelepülések és az azok közötti közlekedési lehetőségek, továbbá a 21. századi vívmányok (pl. internet hozzáférés, mobilkommunikáció, információs technológiák) gyakorlatilag hiányoznak.

Információs pontok vagy táblák még a nemzeti park területén is minimális számban állnak rendelkezésre, a kisebb településeken pedig teljes mértékben hiányoznak. Hasonló a helyzet olyan idegenforgalmi alaptényezőkkel, mint a rendszeresített kerékpártárolók, padok és asztalok vagy éppen az idegen nyelvű tájékoztatók, melyek néhol előfordulnak, azonban nem kerültek rendszeresítésre a térségben.

Megkérdezvén a helyi lakosság véleményét, hogyan tájékozódnak a területre érkező vendégek, az az általános vélemény, hogy kérdezősködés útján minden információhoz hozzá tud jutni a turista, a szerző személyes tapasztalata is ezt támasztja alá Barcson éppúgy, mint Mattyon.

A turizmusfejlesztési elem egy másik aspektusa, hogy bizonyos infrastrukturális beruházások csupán akkor zajlanak a területen, ha az már létszükség, nem pedig akkor mikor optimálisan a legkisebb költségből fedezhető volna a beruházás. Ez kettős következményekkel jár: a megnövekedő költségekkel, melyek egy periférikus téregységben kardinális kérdések, továbbá azzal, hogy a beruházások csak az alaphelyzet kialakításával járnak, mely a minimális szükségleteket elégíti ki, tehát

innovációs technológiák fejlesztése elmarad (CSAPÓ, J. – MARTON, G. – PINTÉR, Á. – SZABÓ K. 2013).

Összegezve az infrastrukturális fejlesztések közül a kritikus pontok beruházásai egyfajta szintentartás jelleggel folyamatosan zajlanak, azonban ezen túlmutató jellegű ez irányú fejlesztésekről nem beszélhetünk, így a fejlesztési elem értékelése (66. táblázat):

66. táblázat: A Dráva-mente infrastrukturális fejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
2	Minimális volumenű infrastruktúrafejlesztés jellemzi a desztinációt, mely nem elégíti ki a keresleti igényeit.	szerezny

Forrás: saját szerkesztés

6.2.3.3. A Dráva-mente turisztikai menedzsmentjének fejlesztése

A turisztikai desztináció menedzsment szervezet vagy szervezetek hiánya – a helyi vagy a térségi kontextus függvényében – egyértelműen érezhető a Dráva-mentén. Kritériumként jelölhető meg ezen egységek szerepe a turizmus magasabb szintre emelésében, azonban az tényként állapítható meg, hogy általuk egy területi desztináció koordinálása jelentősen könnyebb volna.

A szervezet kialakításának egyik mielőbbi sürgető követelménye a jelenleg tapasztalható integráció hiánya a terület idegenforgalmában, ami minden szinten érvényesül. Gondolván itt a részterületek belső, az egymáshoz viszonyított, vagy maga az egész térség harmonizációs problémáira. A koordináló szerepet betölthető egységek megjelenésével ez természetesen nem oldódna azonnal fel, de az egységes konszenzuson alapuló irány megválasztása mindenképpen egységesebbé tenné a területet (CSAPÓ J. – MARTON G. 2011).

A másik fontos tényező, hogy a Dráva-mente nem egyszerűen periférikus, rurális térség, hanem egy határfolyóhoz köthető területegység, mely határfolyó másik partján egy hasonló terület fekszik. Ennek ellenére a két térség között maximálisan projekt alapú vagy eseti rövid távú együttműködések tapasztalhatóak. A határon átnyúló turisztikai együttműködés hosszú távon szintén olyan előnyökkel járna, melyet a térség

ha kihasználna jelentősen növelhetné, mind a vendégforgalmát, mind az idegenforgalmi bevételeit (AUBERT A. – MARTON G. 2012).

A desztináció menedzsment szervezet kialakítására volt térségi kezdeményezés, sőt az országos TDM szövetségnél a regisztráció is megtörtént, azonban forráshiány miatt napjainkig sem sikerült kialakítani és működtetni a szervezetet.

Összegezve elmondható, hogy a Dráva-mente hiába országosan kiemelt beruházási szintér idegenforgalmi szempontból, jelenleg semmilyen helyi koordináló szervezet nem került kialakításra, miközben a szükségessége vitathatatlan. Mindezekből adódóan a fejlesztési elem értékelése (67. táblázat):

67. táblázat: A Dráva-mente turisztikai menedzsment fejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
1	A desztináció nem rendelkezik menedzsment szervezettel.	elhanyagolható

Forrás: saját szerkesztés

6.2.3.4. A Dráva-mente szálláshelyeinek fejlesztése

A térségben lezajlott szálláshelyfejlesztések trendjét tekintve folyamatosnak mondhatók, annak ellenére, hogy jellemzően magánberuházásokról, illetve individuális pályázatokból kerültek finanszírozásra.

Az alapproblémát az jelentette és ma is jelenti, hogy nincs olyan központi forrásszerzési lehetőség, mely az egész térségben dinamizálná mind mennyiségben, mind minőségben a szálláshelyek fejlesztését, ugyanis az elmúlt bő egy évtized tapasztalatai alapján a térség szolgáltatói önerőből nem képesek elérni azt az összterületi szálláshely kínálatot, mely megfelel a keresleti igényeknek. Ez pedig azon tényezők közé sorolható, mely direkt módon korlátozza a terület turizmusát és annak növekedését.

A mennyiségi tendenciák terén jelentős mennyiségi növekedés az egységszámokban nem történt, a kapacitás tekintetében beszélhetünk csupán fajlagos növekedésről. Az önerőből történő finanszírozás arra volt elegendő, hogy a jelenlegi szintet megtartsa a térség a szálláshelyek tekintetében. További problémát jelent, hogy bizonyos területek üres foltként szálláshely nélkül maradtak napjainkra, ilyen például a sellyei és a siklósi járás egyes részei, miközben a térség egészségturisztikai központja és

vonzáskörzetük nagy számban tömöríti a szolgáltatókat. Az utóbbi folyamat természetes, viszont az előbbit mielőbb orvosolni szükséges, mely kizárólag külső források bevonásával lehetséges.

A minőségi fejlesztések bizonyos szempontokból elkerülték a Dráva-mente szálláshelyeit. A szállodaipar nem épült ki, illetve a nagyszámú panzió egy jelentős része is csupán éppen teljesíti a kategória követelményeit. Ezek következménye, hogy a térségbe érkező turisták, ha akarnak sem tudnak felsőkategóriás egységben megszállni, így természetes folyamatként jelölhető meg a helyi szolgáltatók panaszként megfogalmazott állítása, mely szerint bizonyos keresleti szegmensek a térségben töltik idejüket, de azon kívül szállnak meg, például Harkányban vagy Nagyatádon.

A szálláshelyfejlesztési folyamatokról összefoglalva megállapítható, hogy egyrészt nem sikerült a rendszerváltást követő fejlesztések révén a szálláshelykínálatot sem minőségben, sem mennyiségben a keresleti igényekhez igazítani, azonban az is igaz, hogy a térség gyenge gazdasági helyzetéből adódóan ez belső forrásokból irracionális célkitűzés lett volna. Ezen kettősség ellenére is a fejlesztési elem minősítése (68. táblázat):

68. táblázat: A Dráva-mente szálláshelyfejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
2	A szálláshelyek minőségi és/vagy mennyiségi fejlesztése minimális vagy hektikus és főként a kínálati oldal ötletei nem pedig a valós keresleti igények alapján történik.	szerény

Forrás: saját szerkesztés

6.2.3.5. A Dráva-mente turisztikai termékeinek fejlesztése

A turisztikai termékfejlesztés szempontjából egy ambivalens helyzet alakult ki, mely nehezen látható át, ugyanis a területre a rendszerváltozást követően direkt és indirekt módon milliárdos nagyságrendben érkeztek turizmusfejlesztési források, melyek eredményei nem feltétlenül láthatóak. Ezen fejlesztési projektek átfogó módon széles skálán kívánták fejleszteni a térség turizmusát.

Az egyik oldalról ezen álláspont védhető, illetve a helyi szolgáltatók jelentős része vallja, hogy a fejlesztési programok (Dráva I., II., III.; Ős-dráva program)

turizmusfejlesztési egységeinek szétaprózása az egyes termékek között megfelelő eljárás. A másik oldalról egy szintén alátámasztható érvrendszer szerint, melyet a helyi szolgáltatók egy másik csoportja képvisel, a beruházásoknak egy vagy néhány központi termék köré kellene csoportosulni, ez által dinamizálva a Dráva-mente turizmusát (I. Széchenyi terv). Valójában mindkét turizmusfejlesztési eljárás működőképes és széles körben alkalmazott, a problémát nem a módszer jelentette, hanem a teljes kivitelezési folyamat. Egyrészt váltakoztak az említett koncepciók, másrészt az egyes projektek nem kerültek összehangolásra, harmadrészt pedig figyelmen kívül hagyták a korlátozó környezeti elemeket (CSAPÓ J. – MARTON G. 2010).

Az első periódusban az I. Széchenyi Terv keretén belül a terület egészségturisztikai központjaiban lévő fürdők fejlesztése révén jelentős előrelépés mutatkozott. Ezt követte a Nemzeti Fejlesztési Terv I. és II. keretén belül végrehajtott Dráva projektek, melyek komplex területi fejlesztés elvén több terméket fogtak össze, azonban egyiket sem minden kínálati elemre kiterjedően. Napjainkban pedig az Ősdráva projekt turizmusfejlesztési alpontja az előző területi elvet követi.

A beruházások önmagukban talán helytállóak lettek volna, azonban tíz éven belül három fejlesztési program minden esetben új és új fejlesztési kulcsfontokkal és csupán minimális egymásra épüléssel nem tudta meghozni a kívánt áttörést. Ehhez nagyfokú projektharmonizációra lett volna szükség.

A harmadik probléma azon környezeti elemek figyelmen kívül hagyása volt, mint a társadalmi tényezők, vagy a szálláshelyek strukturális problémái, melyek korlátozó tényezőként kezdtek funkcionálni a fejlesztések eredményei elérésekor.

Összegezve elmondható, hogy bármilyen nagy összegek is fektettek be a térség turisztikai termékeibe, azokban előrelépés csupán a kínálati oldalon történt, tehát a kereslet számára nem érik el azt a kritikus szintet, mely áttörési pont után jelentősen nő a térségbe látogató turisták száma, így a fejlesztési elem értékelése (69. táblázat):

69. táblázat: A Dráva-mente turisztikai termékfejlesztésének minősítése

#	A minősítési kategória jellemzői	Idegenforgalmi potenciál
3	A termékfejlesztés a keresleti igényeken alapulnak, azonban belső tényezők hatására csak egy része valósul meg.	átlagos

Forrás: saját szerkesztés

6.2.4. A Dráva-mente rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének összegzése

A Dráva-mente rendszerszemléletű turizmusfejlesztésének elemei és azok minősítési kategóriái összesítésekor (70. táblázat) láthatóvá válnak olyan sarokpontok, melyek alapjaiban határozzák meg a terület idegenforgalmának folyamatait.

70. táblázat: A Dráva-mente rendszerszemléletű turizmusfejlesztési elemeinek idegenforgalmi potenciálja

#	Minősített elem	Idegenforgalmi Potenciál				
1	Természeti környezet	1	2	3	4	5
2	Társadalmi környezet	1	2	3	4	5
3	Kulturális környezet	1	2	3	4	5
4	Gazdasági környezet	1	2	3	4	5
5	Politikai környezet	1	2	3	4	5
6	Tudományos környezet	1	2	3	4	5
7	Technológiai környezet	1	2	3	4	5
8	Turisztikai termékek	1	2	3	4	5
9	Szálláshelyek	1	2	3	4	5
10	Szezonalitás	1	2	3	4	5
11	Turisztikai menedzsment	1	2	3	4	5
12	Turisztikai marketing	1	2	3	4	5
13	Az egyén szerepe	1	2	3	4	5
14	Turistaforgalom	1	2	3	4	5
15	Kirándulóforgalom	1	2	3	4	5
16	Környezeti értékek megőrzése	1	2	3	4	5
17	Infrastruktúra fejlesztése	1	2	3	4	5
18	Turisztikai menedzsment fejlesztése	1	2	3	4	5
19	Szálláshelyfejlesztés	1	2	3	4	5
20	Turisztikai termékfejlesztés	1	2	3	4	5
ahol: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő						

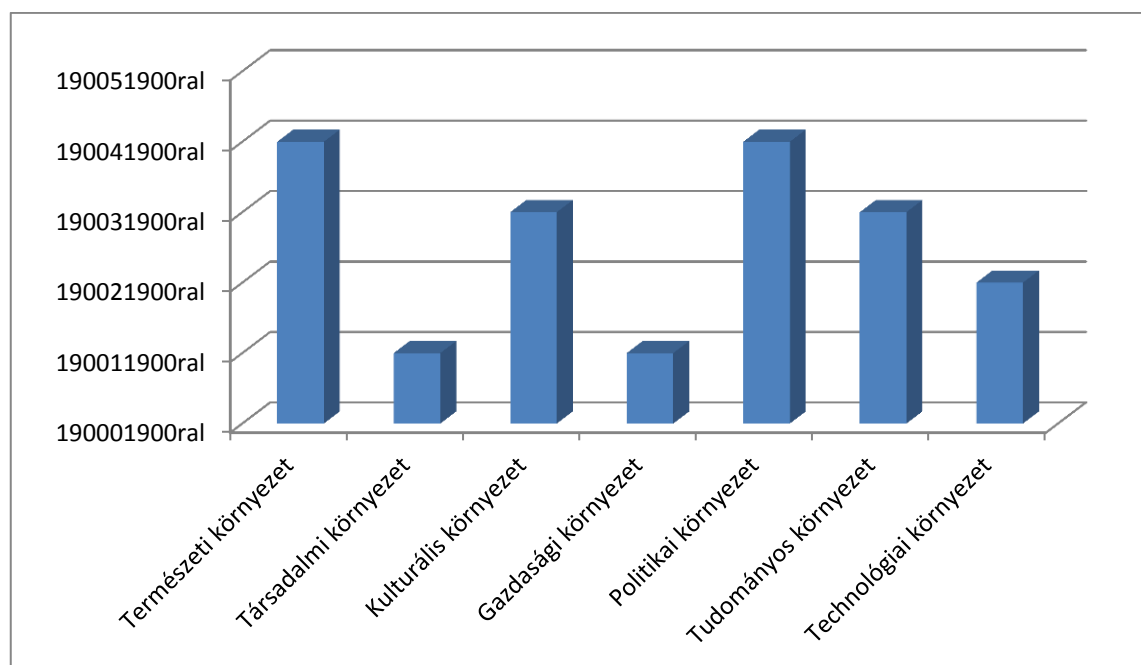
Forrás: saját szerkesztés

Az összegzésből kitűnik, hogy mindösszesen a természeti környezethez kapcsolódó elemek, illetve a politikai környezet emelkedik ki az értékelt tényezők közül, amely már önmagában is rámutat a térség diszharmóniájára, illetve arra, hogy a turizmus nem

rendelkezik megfelelő környezeti alapokkal. Ezen túl jelentősebb probléma, hogy a vizsgált 20 tényező közül 11 még az átlagos minősítést sem éri el az idegenforgalmi potenciál tekintetében, sőt három környezeti elem a kritikus elhanyagolható kategóriába sorolható.

A környezeti elemek vizsgálatakor (58. ábra) szembeötlő a társadalmi és a gazdasági környezet minimális értéke. Ez pedig két olyan tényező, mely kimondottan korlátozó funkcióval rendelkezik a dinamikus turizmusműködés és –fejlesztés szempontjából.

58. ábra: A Dráva-mente környezeti elemeinek idegenforgalmi potenciálja



ahol az idegenforgalmi potenciál: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő

Forrás: saját szerkesztés

A társadalom nem képes elementáris szinten sem betölteni a „jó házigazda” szerepét és mivel ez egy olyan periférikus gazdasági környezetben realizálódik, ahol nemhogy a másodlagos idegenforgalmi szuprastruktúra elemei hiányosak, hanem sok kistelepülés esetében még az alapszolgáltatások is minimálisan sem találhatóak meg, így a két tényező szinergikusan felerősíti egymást.

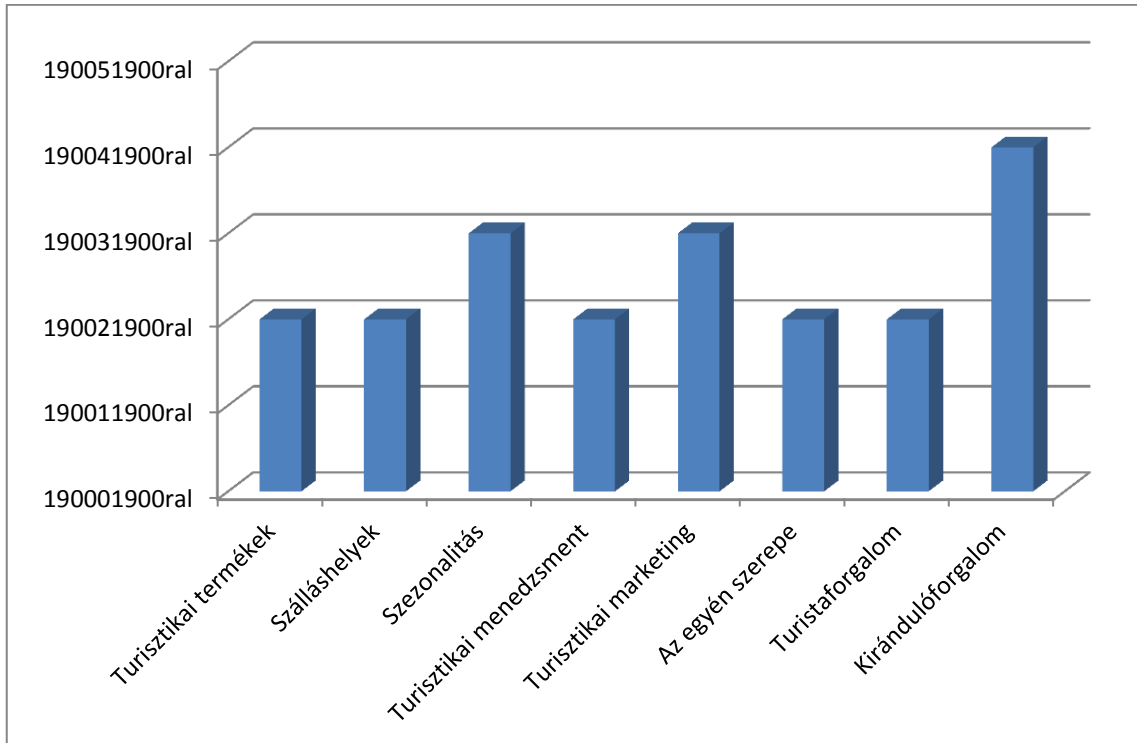
Ezen problémákat a turizmus és annak fejlesztése nem tudja kezelni, hiszen még ha elviekben végiggondolva jelentős és exponenciális növekedést érne is el a térség

idegenforgalma, a helyi lakosságnak tőke hiányában csak igen kis része tudna csatlakozni az ágazathoz. A Dráva-mente és a hasonló elmaradott gazdasági terek és az ebből származtatható demográfiai problémák feloldása kizárólag szakpolitikai stratégiával és a vonatkozó területekre irányuló fejlesztésekkel lehetséges. Mindezek megléte jelentősen növelné a turizmusfejlesztés dinamikáját és stabil alapot biztosítanának.

Hasonló a helyzet a többi nehézséget jelentő környezeti elem esetében is (pl. technológiai környezet), tehát konzekvens felzárkóztatási folyamatokon kell a tényezőknek végigmenni, hogy a turizmusnak megfelelő alapot nyújtsanak, minden más esetben nem érhetik el az ágazat fejlesztésére vonatkozó projektek a megfelelő hatásfokot.

A turizmus aktuális folyamatait vizsgálva látható (59. ábra), hogy a környezeti elemek és azok hiányossága realizálódnak minden egyes idegenforgalmi elemben, ami egy természetes következmény, hiszen ha egy ágazat alapjai, melyre építkeznie kellene hiányosak, az esetben magától érthetően az ágazat sem tud optimálisan működni.

59. ábra: A Dráva-mente turisztikai elemeinek idegenforgalmi potenciálja



ahol az idegenforgalmi potenciál: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő

Forrás: saját szerkesztés

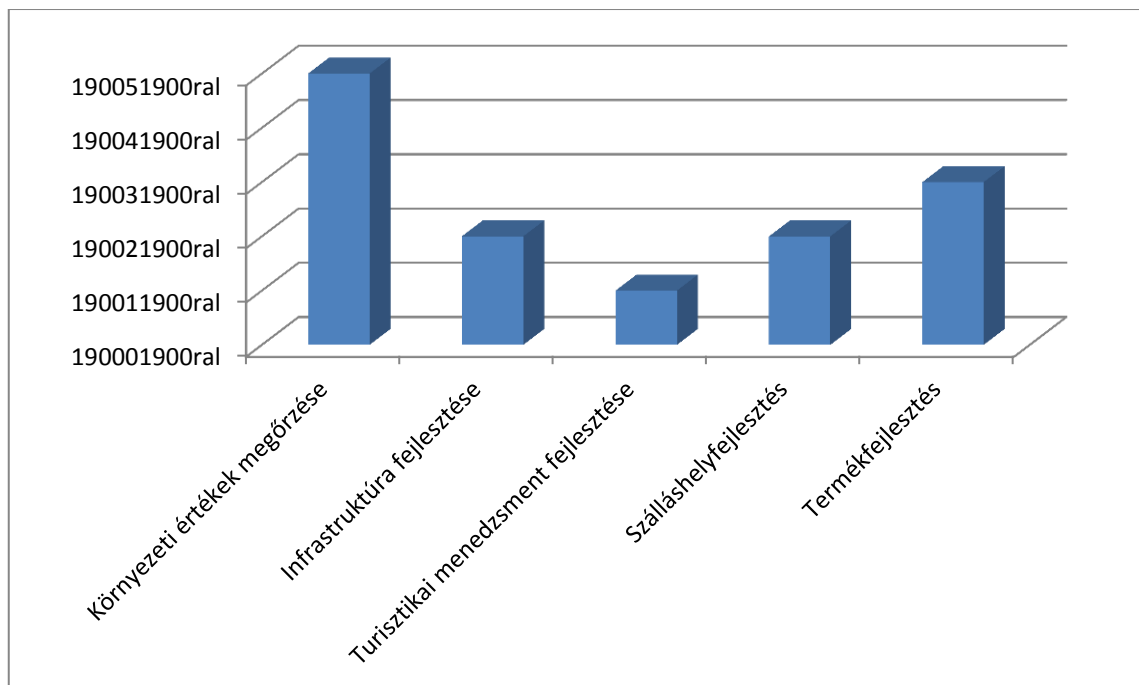
A területen ez abban nyilvánul meg, hogy a korábbi fejlesztések ellenére sem tudják az elemek a bennük rejlő idegenforgalmi lehetőséget kitölteni, ez pedig minden egyes fejlesztési lépés alapjául kellene szolgálnia.

Kivételt képez a kirándulóforgalom, amely elem volumene kiugró értéket mutat, illetve a tényező önmagán túlmutatva feedback mechanizmusként visszaigazolja a bő tíz éves turizmusfejlesztési folyamatok szükségességét.

A turizmusfejlesztési egység minősítése összegezve (60. ábra) rámutat, hogy nem feltétlenül a kitűzött céllal voltak problémák a terület beruházásaiban, hanem sok esetben a módszerrel.

Egyrészt nem voltak megfelelően harmonizálva ez egyes beruházások, így minden fejlesztési projekt új kezdetként értékelhető, mely saját úton gondolja a térség idegenforgalmának magasabb szintre helyezését. Másrészt pedig, sajnos minden egyes program figyelmen kívül hagyta azon környezeti elemeket, melyek korlátozzák a turizmusfejlesztés folyamatait. Ennek lett a következménye a jelenlegi helyzet, mely bő tíz év ágazati fejlesztései után sem tudott részeredményeknél többet elérni.

60. ábra: A Dráva-mente turizmusfejlesztési elemeinek idegenforgalmi potenciálja



ahol az idegenforgalmi potenciál: 1 – elhanyagolható, 2 – szerény, 3 – átlagos, 4 – jelentős, 5 – kiemelkedő

Forrás: saját szerkesztés

Összegezve a Dráva-mente turizmusának folyamatait két következtetés vonható le: a jövőben sokkal szélesebb aspektusból kell a turizmusfejlesztést tekinteni a határfok növelése érdekében, illetve nem szabad semmisnek tekinteni a korábbi beruházások részeredményeit, mert ha önmagukban nem is tudták dinamizálni a terület idegenforgalmát, ettől függetlenül megfelelő alapként szolgálnak a további fejlesztésekhez.

7. Összefoglalás

A disszertáció központi témája a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciója és gyakorlati megvalósíthatóságának lehetőségei, a kutatási tematika összefoglalása a célkitűzésekben megjelölt hipotéziseken keresztül történik pontról-pontra vizsgálva a felvetéseket.

1. Kidolgozni és bemutatni a turizmus komplexen értelmezett környezetét, mely alapvetően egy adott desztináció mindazon értékeit és erőforrásait tartalmazza, melyek befolyásolni tudják a térség idegenforgalmát. Ezen komplex idegenforgalmi környezet jelenti a későbbiekben a koncepció legalsó szintjét, amelyre a további szintek épülnek fel, illetve melyek folyamatos kölcsönhatásban állnak vele.

A célként megfogalmazott nemzetközi és hazai turizmuselméleti trendek alapján kidolgozott komplex 7 komponensű idegenforgalmi környezet új értelmezési aspektusból szemléli a desztinációt körülvevő és arra ható elemeket. Ezen elemek/komponensek (társadalom, gazdaság stb.) között a koncepció nem állít fel hierarchikus viszonyrendszert, mert feltételezi, hogy bármely környezeti elem, mint közvetlen vagy közvetett idegenforgalmi potenciált hordozó erőforrás segítheti vagy gátolhatja az idegenforgalmat. A célkitűzéssel kapcsolatban konklúzióként vonható le mindkét esettanulmány alapján, hogy számos esetben a fokozott investáció ellenére sem fejlődhet a turizmus bizonyos szinten túl bizonyos mennyiségű és minőségű erőforrások hiányában – mely hiány természetesen fajlagosan tekintve értelmezhető. Pécs esetében a monoprofil fejlesztések nem tudták univerzális, egész évben azonos motivációt kiváltó vonzerő hiányában szignifikánsan növelni a keresletet, ami gyakorlatilag erőforráshiány következménye. A Dráva-mentén pedig a „kizárólag a turizmusra koncentráció” volt jellemző a fejlesztések esetén, ami a környezetétől izolálva nem tudott áttörést hozni, hiszen túlzottan sok azon keresletelemek száma, mely korlátozza az ágazat előrelépését.

2. A felvázolt idegenforgalmi környezetre alapozva kidolgozni egy olyan a turizmus rendszerén alapuló fejlesztési elvet, mely széles körűen elemzi a vizsgált célterület keresletének és kínálatának aktuális turisztikai folyamatait, illetve az ezekre ráépülő

fejlesztéseket és fejlesztési lehetőségeket úgy, hogy mindhárom szint egy koherens egységet alkosson.

A disszertációban kidolgozott háromszintű, négy komponensű rendszerszemléletű turizmusfejlesztési koncepció, a lehető legteljesebb körben értelmezi minden egyes szintjén az idegenforgalmat és az alapjául szolgáló, illetve rá ható tényezőket. A hierarchikus viszonyban elhelyezett 7-5+3-5 tényezős struktúra egymásra épülésében fejezi ki mindazon elemeket, melyek értékelése során rámutatnak az egyes erősségekre vagy hiányosságokra a maguk idegenforgalmi potenciálja oldaláról. Továbbá kimutatható az általuk korlátozó tényezők megléte és azok hatása a magasabb szintekre, például bizonyos környezeti elemek hiánya később látható hiányként mutatkozik a turizmus esetében. Ezek alapján felvázolható egy olyan rendszerszemléleten nyugvó fejlesztési elmélet, mely útmutatást nyújt a desztinációk fejlesztéséhez. Egyrészt a gyakorlati alkalmazás során láthatóvá válik, ha egy környezeti elem túlértékelésre kerül (pl. Pécs kulturális vonzerői), vagy másrészt az is, hogy ha valamely tényező fejlesztése elmarad és az később fejlesztési korlátként hat vissza (pl. a Dráva-mente infrastrukturális hiányosságainak következménye a turisztikai termékek esetén).

3. A koncepció gyakorlati alkalmazása egy urbánus mintaterületen: Pécs, mint történelmi város turizmusának analízise – ahol a társadalmi erőforrások dominálnak a természetiakkal szemben –, mely gazdasági, vallási, oktatási és kulturális központként funkcionál a Dél-Dunántúlon, és amely 2010-ben az Európa Kulturális Fővárosa címmel büszkélkedhetett.

A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés urbánus esettanulmánya: Pécs, mint nagyvárosi, egy településre kiterjedő desztináció. A várossal kapcsolatban számos felvetést hallani, hogy miért nem fejlődött megfelelően a turizmus a közelmúltban, illetve hogy Pécs Európa Kulturális Főváros 2010 projekt miért nem tudta helyreállítani az országon belüli korábbi előkelő idegenforgalmi helyzetét. A dolgozatban igazolásra került, hogy a számtalanszor elhangzó külső hátráltató tényezők helyett a valóságban ez belső idegenforgalmi probléma következménye. Mely szerint a kulturális turizmus értékei csupán és kizárólag akkor tudnak egy települést kiemelkedő idegenforgalmi pozícióba hozni, ha azok valóban univerzális, de legalábbis kontinentális vonzerőt jelentenek, vagyis bármily mértékű is a fejlesztésük, nem lesznek versenyképesek

például a vezető egészségturisztikai desztinációkkal. A tézis igazolást nyert a két 1000 fő fölötti primer keresleti felméréssel. A Központi Statisztikai Hivatal által vezetett differenciálatlan turistaforgalomnak, illetve a beruházások ellenére sem jelentkező szignifikáns növekedés elmaradásának még lehet a magyarázata a nem kielégítő marketingtevékenység, mely következtében nem találja meg a város a keresleti szegmenseit. Annak a ténynek viszont nem, hogy a már realizálódó turistaforgalom miért olyan alacsony arányban látogatja Pécs vezető vonzerőit, hogy hozzájuk képest még a klasszikusnak mondott TV-torony is mintegy 50-60%-os többletet mutat. Erre csak az a magyarázat, amit a két reprezentatív felmérésben a mintegy 2500 turista visszaigazolt, hogy egyszerűen nem váltanak ki a kiemelt vonzerők (Zsolnay-negyed, Cella Septichora), olyan fokú motivációt, mely a fejlesztések alapján elvárható lett volna. Ezen jellegében változtatni ugyan nem lehet, de jelentős célirányos marketingtevékenység révén szignifikánsan növelhető forgalmuk.

4. A koncepció gyakorlati alkalmazása egy rurális mintaterületen: a Dráva-mente, mint határmenti, periférikus térség – ahol a természeti erőforrások (Duna-Dráva Nemzeti Park, NATURA 2000, Ramsari) dominálnak a társadalmiakkal szemben – turizmusfejlesztésének és hatásainak értékelése, annak okán, hogy a térség az elmúlt évtizedben kiemelt szerepet játszott a turisztikai, illetve a környezetvédelmi beruházásokban.

A Dráva-mentére, mint természeti értékekben gazdag területi desztinációra azért esett a választás esettanulmányként, mert a rendszerváltozást követő fejlesztési programok egyik periférikus „mintaterületeként” szolgált turizmusfejlesztési aspektusból. Számos esetben hangzott el a térséggel kapcsolatban, hogy a komplex idegenforgalom fejlesztés milyen módon fogja felzárkóztatni a térséget, azonban az ágazat mutatói ezt nem igazolták vissza. Ennek következtében fogalmazható meg, hogy a turizmus nem képes megoldani ezen területek gazdasági felzárkóztatását, illetve (csupán) az idegenforgalom által nem lehet halmozottan hátrányos helyzetű rurális térségek problémaköreit kezelni. Ez igazolásra került, hiszen az ágazatra irányuló beruházások, még a szakterületen sem tudtak milliárdos voltak ellenére áttörő sikert hozni, nemhogy dinamizálni a Dráva-mente komplex társadalmi-gazdasági jellemzőit. A negatív hatású demográfiai folyamatok tovább zajlottak, a gazdaság nem tudott egyetlen ágazat terén sem megerősödni, elmaradtak mind a területen kívüli hazai, mind a nemzetközi befektetések,

nem alakult ki stabil együttműködés a horvát oldallal, továbbá a helyi lakosok és szolgáltatók véleménye alapján az általános életkörülményekben semmilyen területen nem érezhetőek a turisztikai fejlesztések hatásai.

5. Igazolni, hogy a kidolgozott turizmusfejlesztés koncepció gyakorlati alkalmazása egy települési és egy területi desztináción keresztül rámutat a komplex rendszerszemlélet azon jellemzőjére, hogy az idegenforgalom egyetlen tényezője sem értelmezhető önállóan a működése és a fejlesztése során függetlenül környezetétől, illetve a turizmus rendszerétől. Továbbá igazolni, hogy a kidolgozott szemléletmód olyan összefüggésekre mutat rá, melyek túlmutatnak a klasszikus desztináció elemzéseken, illetve olyan ok-okozati viszonyrendszer bemutatására is képes, melynek eredményei korábban nem kerültek értelmezésre a vizsgált célterületek értékelésekor.

A disszertáció alap gondolata az volt, hogy fel lehet állítani egy olyan koncepciót, mely választ tud adni azon problémakörökre, melyek az általa gyakorlatban vizsgált esettanulmányok esetében fennállnak, de sem a desztinációkról íródott tudományos művek, sem pedig a sajtó által tényként kezelt, ám ok-okozati összefüggésbe nem illeszkedő magyarázatok helyett valódi magyarázattal szolgálnak a fejlesztések hatásaira. A szerző hangsúlyozza, hogy a munka tárgyát képező rendszerszemléletű turizmusfejlesztési koncepció célja nem kritikai, ami kétségbe vonja a fejlesztési projektek szakértelmét, hanem egy olyan széles aspektusú vizsgálati módszer kialakítása, amely a gyakorlati turizmusfejlesztést segíti, új komponensek és összefüggések révén. A két gyakorlati példa által igazolást nyert, hogy az értékelő és fejlesztési elmélet túlmutat a klasszikus desztinációelemzések eredményein, ugyanis mind Pécs, mind a Dráva-mente esetében feltárásra kerültek olyan összefüggések, melyeket a korábbi elemzések nem, vagy nem a felvázolt kontextusban mutattak be. Így a rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciója alkalmazható a gyakorlati turizmusfejlesztésben, döntően a konkrét projekteket megelőző stratégiaalkotásban.

8. A kutatás jövőbeli irányai

A disszertáció témájául szolgáló rendszerszemléletű turizmusfejlesztés egy olyan kutatási tematika, amely számos irányba folytatható, melyek közül a jelentősebbek:

- A rendszerszemléletű turizmusfejlesztési koncepció alkalmazása egy speciális hazai desztináció, egy kiemelt üdülőkörzet, például a Balaton vagy valamelyik részterülete felmérésében és értékelésében.
- A koncepció olyan nemzetközi turisztikai desztinációkra történő kiterjesztése, melyek környezeti erőforrásai hazai viszonylatban nem találhatóak meg, például tengerparti vagy magashegységi célterületek.
- A rendszerszemléletű turizmusfejlesztési modell jelenlegi vagy célorientáltan módosított változatának integrálása az oktatásba, mint desztináció alapú turizmusértékelési és –fejlesztési módszer.
- A koncepció aktuális vagy célspecifikus változatának integrálása a gyakorlati turizmusfejlesztésbe, oly módon, hogy felmérésre kerülhessenek más desztinációk esetében is a turizmusfejlesztést korlátozó és kizáró tényezők.

9. Köszönetnyilvánítás

Témavezetőmnek, Dr. Aubert Antalnak köszönöm, hogy hosszú éveken át segítette munkám és a dolgozatom elkészítését. Őszinte hálával tartozom türelméért és iránymutatásáért, melyek hatására válhattam kutatóvá és készíthettem el a disszertációm.

Köszönöm Dr. Dövényi Zoltán professzor úrnak és köszönöm Dr. Tóth József professzor úrnak a Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktori Iskolája jelenlegi és korábbi vezetőinek a támogatását, illetve a lehetőséget, hogy a doktori iskola hallgatója lehettem.

Köszönöm a Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet Turizmus Tanszéke munkatársainak Dr. Csapó Jánosnak és Dr. Jónás-Berki Mónikának, azt a végtelen sok támogatást, melyekkel éveken át támogatták tanulmányaimat és kutatásaimat.

Köszönöm Dr. Kovács István Péter munkáját, akinek szaktudása által sikerült térinformatikai hiányosságaim ellenére megfelelő minőségű illusztrációval ellátni a dolgozatot.

Köszönöm a Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet munkatársainak, hogy tanítottak és tanulhattam tőlük.

Köszönöm a hazai felsőoktatás és a magánszféra idegenforgalmi szakembereinek, akikkel dolgozhattam és mindazoknak, akik segítették munkámat.

Köszönöm a barátaimnak a támogatást és a türelmet, mert mindig megerősítették a hitem, amikor a legnagyobb szükségem volt rá.

Végezetül köszönöm a családom minden egyes tagjának és a barátnőmnek, mert az Ő támogatásuk nélkül ez tényleg nem sikerülhetett volna.

10. Felhasznált irodalmak

10.1. Szakirodalmak

- AUBERT A. 2001: *A turizmus és a területfejlesztés stratégiai kapcsolata Magyarországon.* – Turizmus Bulletin 5.(1.), pp. 44–49.
- AUBERT A. 2007: *Globalizációs trendek és a turizmus kutatásának további irányai.* – In: AUBERT A. (szerk.): *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei.* – Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet, Pécs, pp. 46–50.
- AUBERT A. 2010: *A globális turizmus jellemzői és trendjei geográfiai megközelítésben.* – In: TÓTH J. (szerk.): *Világföldrajz.* – Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 646–666.
- AUBERT A. 2011: *Turizmus trendek és térszerkezet Magyarországon.* – Publikon Kiadó, Pécs, pp. 35–79.
- AUBERT A. 2011: *Desztináció-menedzsment.* – In: AUBERT A. (szerk.): *Turizmus-menedzsment.* – Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 16 p.
- AUBERT A. – BERKI M. – HEGEDÜS V. – SZABÓ G. 2007: *Turisztikai fogadóövezetek kijelölése a vonzerők és az idegenforgalom feltételrendszere alapján.* – In: AUBERT A. (szerk.): *A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei.* – Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet, Pécs, pp. 206–211.
- AUBERT, A. – CSAPÓ, J. – PIRKHOFFER, E. – PUCZKÓ, L. – SZABÓ, G. 2010: *A method for complex spatial delimitation of tourism destinations in South Transdanubia.* – Földrajzi értesítő 59.(3.), pp. 271–287.
- AUBERT, A. – CSAPÓ, J. – MARTON, G. – SZABÓ, G. 2013: *The development of cross-border cooperation in the strategy of the Datourway programme.* – Geographica Timisiensis 21.(2.), pp. 115–125.
- AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. – MARTON G. – PÁLFI A. 2013: *Magyarország turizmusa a kelet-közép-európai térben.* – In: FRISNYÁK S. – GÁL A. (szerk.): *Kárpát-medence: természet, társadalom, gazdaság.* – Bocskai István Gimnázium – Nyíregyházi Főiskola, Debrecen, pp. 447–462.
- AUBERT A. – JÓNÁS-BERKI M. – MARTON G. 2010: *Pécs pozícionálása a turisztikai piacon.* – Területfejlesztés és innováció 4.(1.), pp. 28–35.

- AUBERT, A. – JÓNÁS-BERKI, M. – **MARTON, G.** 2013: *Tourism index as an indicator of the intensity of tourism.* – Acta Geographica Slovenica 53.(2.), pp. 342–363.
- AUBERT A. – **MARTON G.** 2012: *Tourism planning characteristics of a cross border cooperation.* – In: BERGHAEUER S. – DNYISZTRJANSZKIJ M. – FODOR GY. – GÖNCZY S. – IZSÁK T. – MOLNÁR J. – MOLNÁR D. I. (szerk.): Social Geographical Challenges in the Eastern Central Europe of the XXI. Century. II. kötet. II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Beregszász, pp. 117–122.
- AUBERT A. – **MARTON G.** – SZABÓ G. 2011: *A Dél-Dunántúli Turisztikai Régió.* – In: DÁVID L. – REMENYIK B. (szerk.): A Kárpát-Pannon térség turizmusföldrajza. – Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, pp. 137–157.
- BIEGER, T. – LAESSER, C. 2002: *Management von Destinationen.* – Oldenbourg Verlag, München-Wien, pp. 185–195.
- BOGNÁR A. – **MARTON G.** 2010: *A Dráva-mente turizmusfejlesztési lehetőségei.* – In: GÖRCS N. L. – PIRISI G. (szerk.): Tér – Talentum – Tanítványok II. – PTE TTK Földrajzi Intézet; PTE TTK Földtudományok Doktori Iskola, Pécs, pp. 277–287.
- BOGNÁR, A. – GINZER, M. – **MARTON, G.** 2010: *The Effects of Touristic Development on the Settlements of the Ormánság.* – In: CSAPÓ T. – KOCSIS ZS. (szerk.): A településföldrajz aktuális kérdései. Savaria University Press, Szombathely, pp. 321–333.
- BUTTLER, R. W. 1980: *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management resources.* – Canadian Geographer, XXIV.(1.), p. 5–12.
- BUTTLER, R. W. 2011: *Tourism Area Life Cycle.* – Goodfellow Publishers Limited, Oxford 33 p.
- CATER, E. 1995: *Environmental considerations in sustainable tourism.* – The Geographical Journal, 161.(1.), 21–28
- COHEN, E. 1978: *The Impact of Tourism on the Physical Environment.* – Annals of Tourism Research, 5.(2.), pp. 215–239.
- COOPER, C. – FLETCHER, J. – GILBERT, D. – WANHILL, S. 1995: *Tourism – Principles & Practice.* – Longman Scientific & Technical, Essex, 209 p.
- COOPER, C. – FLETCHER, J. – FYALL, A. – GILBERT, D. – WANHILL, S. 2008: *Tourism – Principles & Practice (4th edition).* – Financial Times Prentice Hall, Harlow, 704 p.

- CSAPÓ J. – AUBERT A. – **MARTON G.** 2011: *The Role of Health Tourism in the Hungarian Small and Medium Sized Towns.* – In: JEZEK, J. – KANKA, L. (ed.): Competitiveness and sustainable development of small towns and rural regions in Europe. University of West Bohemia, Pilsen, pp. 29–39.
- CSAPÓ, J. – GELÁNYI, N. – **MARTON, G.** 2012: *The appearance of tourism product types in the towns of the South Transdanubian Region.* – In: TRÓCSÁNYI, A. – PIRISI, G. (szerk.): The role of the cultural economy and tourism in the renewal of cities. – Publikon Kiadó, Pécs, pp. 17–27.
- CSAPÓ, J. – JÓNÁS-BERKI, M. – GELÁNYI, N. – **MARTON, G.** 2010: *Industrial heritage as a form of tourism supply in the Pécs-Mecsek region, Hungary.* – The Role of Tourism in Territorial Development 2010.(3.), pp. 74–80.
- CSAPÓ J. – **MARTON G.** 2010: *Potential and Reality: Tourism Development as a Possible Source of Regional Management in the Drava Area, Hungary.* – In: Geographica Timisiensis, 19.(1.), pp. 89–98.
- CSAPÓ J. – **MARTON G.** 2011: *A turizmusfejlesztés aspektusai az Ormánságban, különös tekintettel a belső és külső integráció lehetőségeire.* – In: Michalkó G. – Rátz T. (szerk.): A turizmus dimenziói: humánium, ökonómikum, politikum. Turizmus Akadémia 5., Kodolányi János Főiskola, Budapest, pp. 317–332.
- CSAPÓ, J. – **MARTON, G.** – AUBERT, A. 2011: *The aspects of tourism development in the Ormánság (Hungary) with a special attention on the possibilities of internal integration.* – The role of tourism in territorial development 2011.(4.), pp. 40–49.
- CSAPÓ, J. – **MARTON, G.** – PINTÉR, Á. – SZABÓ K. 2013: *The “bottomless pit” effect – An analysis of tourism development funding in the Ormánság.* – Szociális Szemle 6.(1-2.), pp. 88–96.
- CSAPÓ, J. – **MARTON, G.** – SZABÓ, G. 2011/a: *Connection Points And Scientific Results Of The Béda-Karapanca Pilot Project In Relation With The DATOURWAY Programme.* – NFA Füzetek 2011.(2.), pp. 31–37.
- CSAPÓ, J. – **MARTON, G.** – SZABÓ, G. 2011/b: *Connection Points And Scientific Results Of The Béda-Karapanca Pilot Project In Relation With The DATOURWAY Programme.* – In: HUSZTI ZS. (szerk.): A Turizmus Ünnepe. – PTE IGYK GTI, Szekszárd, 8 p.
- CSAPÓ J. – JÓNÁS-BERKI, M. **2011:** *Dél-Dunántúl.* – In: DÁVID L. (szerk.): Magyarország turisztikai régiói – Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 16 p.

- DÖVÉNYI Z. (szerk.) 2010: *Magyarország kistájainak katasztere*. – Magyar Tudományos Akadémia Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, pp. 488–526.
- FELFÖLDY L. 1982: *Vízszennyezés és környezetbiológia - a vízszennyezés ekológiai kérdései*. – MÉM Mérnök- és Vezetőtovábbképző Intézet, Budapest, 15 p.
- FREYER, W. 1995: *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. – Oldenbourg Verlag, München-Wien, 456 p.
- FREYER, W. 1997: *Tourismus-Marketing*. – Oldenbourg Verlag, München-Wien, pp. 411–464.
- FREYER, W. 1998/a: *Globalisierung und Tourismus*. – FIT, Drezda, 240 p.
- FREYER, W. 1998/b: *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. – Oldenbourg Verlag, München-Wien, 470 p.
- FREYER, W. 2009: *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. – Oldenbourg Verlag, München-Wien, 578 p.
- GUNN, C. A. 1994: *Environmental Design and Land Use*. – In: RITCHIE, J. R. B. – GOELDNER, C. R. (szerk.): *Travel, Tourism and Hospitality Research*. – John Wiley & Sons, New York, pp 243-258.
- HAHN, H. – KAGELMANN, H. J. 1995: *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*. – Quintessenz, München, 630 p.
- HALL, C. M. 1994: *Tourism and Politics*. – John Wiley & Sons, Chichester, pp. 1–8.
- HRUBI L. 2006: *A régió gazdaságának átalakulási sajátosságai*. – In: HAJDÚ Z. (szerk.): *Dél-Dunántúl*. – Dialóg Campus Kiadó, Pécs-Budapest, pp. 192–233.
- IVÁNYI I. – LEHMANN A. (szerk.) 2002: *A Duna–Dráva Nemzeti Park*. – Mezőgazda Kiadó, Budapest, pp. 16–88., 134–140.
- JÓNÁS-BERKI, M. – AUBERT, A. – MARTON, G. – RAFFAY, Z. 2012: *The place and role of local tourism destination management organisations in the tourism sector of Hungary*. – *The Role of Tourism in Territorial Development* 2012.(5.), pp. 141–154.
- KÁTAY Á. 2012: *Szálláshelyek Magyarországon*. – In: AUBERT A. (szerk.): *Magyarország idegenforgalma – szakkönyv és atlasz*. – Cartographia, Budapest, pp. 56–58.
- KOGUTOWICZ K. 1939: *A földrajz*. – *Földrajzi Közlemények* LXVII., pp. 361–374.
- LANDGREBE, S. 2000: *Internationaler Tourismus*. – Oldenbourg Verlag, München-Wien, pp. 255–263.

- LENGYEL M. 1992: *A turizmus általános elmélete*. – VIVA Reklámügynökség, Budapest, 75–95 p.
- LENGYEL M. 2004: *A turizmus általános elmélete*. – Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest, pp. 95–105., 347–351.
- LIU, J.C. – SHELDON, P.J. – VAR, T. 1987: *Resident Perception of the Environmental Impacts of Tourism*. – *Annals of Tourism Research* 14.(1.), pp. 17–37.
- LYSIKOVA, O. 2012: *Fashions in Tourism: The Views of Russian Tourists and Experts*. – *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research* 2012.(6.), pp. 195–204.
- MAROSI S. 1985: *Tájkutatási irányzatok, tájértékelés, tájtipológiai eredmények*. – Magyar Tudományos Akadémia Földrajzi Kutatóintézet, Budapest, 119 p.
- MAROSI S. – SOMOGYI S. (szerk.) 1990: *Magyarország kistájainak katasztere I*. – Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, pp. 140–152.
- MARTON G. 2009: *Az Ormánság kulturális örökségei*. – In: Aubert A. – Berki M. (szerk.): *Örökség és turizmus*. – PTE TTK Földrajzi Intézet, Pécs, pp. 259–266.
- MARTON G. 2010: *Environment conscious tourism development opportunities along the river Drava*. – In: SZABÓ B. – TÓTH Cs. (szerk.): *VI. Kárpát-medencei Környezettudományi Konferencia*. Bessenyei György Kiadó, Nyíregyháza, pp. 407–412.
- MARTON G. 2013: *Az éghajlatváltozás és a turizmus összefüggései*. – In: SCHMIDT P. (szerk.): *Környezeti problémák a Kárpát-medencében*. – Publikon Kiadó, Pécs, pp. 195–200.
- MARTON G. – CSAPÓ J. – GELÁNYI N. 2012: *Hol húzódnak a „Határtalan város” határai? - A Pécs 2010 EKF év társprogramjainak elemzése*. – In: AUBERT A. – GYURICZA L. – HUSZTI Zs. (szerk.): *A kultúra turizmusa a turizmus kulturája*. – Publikon Kiadó, Pécs, pp. 269–276.
- MARTON, G. – NEGER, C. 2011/a: *Tourism and rural development in Tyrol*. – In: HUSZTI Zs. (szerk.): *A Turizmus Ünnepe*. PTE IGYK GTI, Szekszárd, 7 p.
- MARTON, G. – NEGER, C. 2011/b: *Tourism and rural development in Tyrol*. – – NFA Füzetek 2011.(2.), pp. 66–71.
- MICHALKÓ G. 2004: *A turizmuselmélet alapjai*. – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, pp. 110–116.
- MICHALKÓ G. 2010: *Boldogító utazás*. – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, pp.16–25.

- MICHALKÓ G. 2011: *A turisztikai termék*. – In: MICHALKÓ G. (szerk.): Turisztikai terméktervezés és fejlesztés. – Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 16 p.
- MIECZKOWSKI, Z. 1995: *Environmental Issues of Tourism and Recreation*. – University Press of America, Lanham, 552 p.
- NEUMANN, J. – MORGENSTERN, O. 1944: *Game Theory and Economic Behavior*. – Princeton University Press, Princeton, 625 p.
- O'REILLY A. M. 1986: *Tourism carrying capacity: Concept and issues*. – Tourism Management 7.(4.), pp.254-258.
- PÉCSI M. 1972: *A környezet komplex kutatásának földrajzi problémái*. – Földrajzi Közlemények, XX., pp. 127–132.
- PÉCSI M. 1974: *A környezetpotenciál integrált földtudományi értékelése*. – Geonómia és Bányászat MTA X. Osztály Közleményei 7., pp. 193–198.
- PÉCSI M. 1984: *A földrajzi környezet új szemléletű értelmezése és értékelése*. – Földrajzi Közlemények XXVII., pp. 17–27.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. 1998: *A turizmus hatásai*. – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, pp. 18–23.
- PUCZKÓ L. 1999: *Turizmus és környezet. Turizmus vagy környezet?* – Doktori disszertáció, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest, 348 p.
- RAFFAY, Z. – JÓNÁS-BERKI, M. – AUBERT, A. – MARTON G. 2013: *Local tourism destination management organisations – some first experiences of Hungary*. – Vestnik Karagandinskogo Gosudartvennogo Universiteta Seriya Ekonomika 3.(71.), pp. 105–109.
- RÁTZ T. 1999: *A turizmus társadalmi-kulturális hatásai*. – Doktori disszertáció, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest, 230 p.
- RÁTZ T. 2011: *Kulturális turizmus*. – In: MICHALKÓ G. (szerk.): Turisztikai terméktervezés és fejlesztés. – Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 16 p.
- RILEY, R. 1995: *Prestige-worthy tourism behavior*. – Prestige-worthy tourism behavior 22.(3), pp. 630–649.
- RUDL J. 2009: *Demográfiai folyamatok az Ormánságban*. – In: REMÉNYI P. – TÓTH J. (szerk.): Az Ormánság helye és lehetőségei. – Publikon Kiadó, Pécs, pp. 252–279.
- SHACKLEY, M. 2006: *Atlas of travel and tourism development*. – Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 1–22.

- SONG, H. – LI, G. 2010: *Tourism demand modelling and forecasting: how should demand be measured?* – *Tourism Economics* 16.(1.), pp. 63–81
- STEINECKE, A. 2006: *Tourismus – Eine geographische Einführung*. – Westermann, Braunschweig, pp. 11–30.
- STOLPMANN, M. 2007: *Tourismus-Marketing mit Profil*. – Redline GmbH, Landsberg, pp. 11–59.
- SZABÓ G. 1991: *A szolnoki agglomeráció idegenforgalmi adottságai és lehetőségei*. – Falu 1., pp. 11–23.
- SZIGETVÁRI J. 1986: *Ormánság, festett famennyezetű református templomok*. – Baranya Megyei Tanács Műemléki Bizottsága, Pécs, pp. 1-16.
- TASNÁDI J. 2002: *A turizmus rendszere*. – AULA Kiadó, Budapest, pp. 39–41.
- TÓTH J. – MARTON G. – SZELESI T. 2012: *Az államhatárok változó szerepe Kelet-Közép-Európában*. – In: Kupa L. (szerk.): *Együttélés és együttműködés – Interetnikus kooperáció Közép-Európában*. Virágmandula Kft., Pécs, pp. 15–35.
- TÓTH J. 1981: *A településhálózat és a környezet kölcsönhatásának néhány elméleti és gyakorlati kérdése*. – *Földrajzi Értesítő* XXX., pp. 267-291.
- TRIBE, J. 2010: *Strategy for Tourism*. – Goodfellow Publishers, Oxford, pp. 2–22.
- VERES L. 2011: *A turizmus és közlekedés összefüggései*. – In: VERES L. (szerk.): *Turizmus és közlekedés*. – Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 16 p.

10.2. Elektronikus források

Az Aquaworld Budapest honlapja:

<http://www.aqua-world.hu/>

Utolsó letöltés: 2013. október 6.

A Bonusz Brigád honlapja:

<http://www.bonuszbrigad.hu/>

Utolsó letöltés: 2013. szeptember 21.

A Duna-Dráva Nemzeti Park honlapja:

<http://www.ddnp.hu/>

A Három folyó kerékpáros túraútvonal honlapja:

www.kerekparut.com

Utolsó letöltés: 2013. február 21.

A Központi Statisztikai Hivatal honlapja:

<http://www.ksh.hu/>

A Műemlékem.hu Bt. digitális adatbázisa a magyar műemlékekről:

<http://www.muemlekem.hu/>

A Napfényfürdő Aquapolis honlapja:

<http://www.napfenyfurdoaquapolis.com/>

Utolsó letöltés: 2013. október 6.

A Nemzeti Fejlesztési Ügynökség honlapja:

<http://www.nfu.hu/>

Utolsó letöltés: 2013. szeptember 25.

A Természetvédelmi Információs Rendszer (TIR) online felülete:

<http://www.termeszetvedelem.hu/>

10.3. Dokumentumok

1995. ÉVI LIII. TÖRVÉNY *a környezet védelmének általános szabályairól*. – Budapest, 28 p.

239/2009. (X.20.) KORMÁNYRENDELET *a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről*. – Budapest, 15 p.

45/1998. (VI.24.) IKIM RENDELET *a kereskedelmi és a fizetővendéglátó szálláshelyek osztályba sorolásáról, valamint a falusi szálláshelyek minősítéséről*. – Budapest, 28 p.

54/2003. (VIII.29.) GKM RENDELETE *a kereskedelmi és a fizetővendéglátó szálláshelyek osztályba sorolásáról, valamint a falusi szálláshelyek minősítéséről szóló 45/1998. VI.24.) IKIM rendelet módosításáról*. – Budapest, 30 p.

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL 2010: *Jelentés a turizmus 2009. évi teljesítményéről*. – Budapest, 146 p.

MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2013: *Marketingterv 2013 mellékletek*. – Budapest, 63 p.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUCIL 2013: *Economic Impact 2013 Hungary*. – London, 28 p.

WORLD TOURISM ORGANIZATION 1989: *The Hague Declaration on Tourism*. – Hága, 21 p.

WORLD TOURISM ORGANIZATION 2000: *Sustainable Development of Tourism - A
Compilation of Good Practices.* – Madrid, 185 p.

11. Ábrák jegyzéke

1. ábra: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciója /12. oldal/
2. ábra: A tetraéder modell /19. oldal/
3. ábra: A turizmus keretei /22. oldal/
4. ábra: Globalizáció a turizmusban /24. oldal/
5. ábra: A teljes, vagy moduláris turizmusmodell /25. oldal/
6. ábra: A kölcsönös függések rendszere /26. oldal/
7. ábra: A turizmus rendszere /27. oldal/
8. ábra: A turizmustervezés és a területfejlesztés stratégiai szemlélete /28. oldal/
9. ábra: A turizmusfejlesztési tervek egymásra épülése /29. oldal/
10. ábra: A turisztikai desztinációk fejlődési ciklusa /30. oldal/
11. ábra: A turizmusfejlesztési terv elméleti váza /31. oldal/
12. ábra: A turizmus integrált tervezésének folyamata /32. oldal/
13. ábra: A fenntartható turizmusfejlesztés dimenziói /34. oldal/
14. ábra: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés pozícionálása a turizmusfejlesztésben /40. oldal/
15. ábra: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés koncepciója /43. oldal/
16. ábra: A turizmus helyzetértékelésének elemei és kapcsolódásuk /58. oldal/
17. ábra: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztés sematikus váza /71. oldal/
18. ábra: A turisztikai fejlesztések egymásra épülése /77. oldal/
19. ábra: Pécs népességének változása (fő) /82. oldal/
20. ábra: Pécs népességének nemek szerinti megoszlása korcsoportonként 2011 (fő) /83. oldal/
21. ábra: Pécs népességének iskolai végzettsége 2011 (%) /84. oldal/
22. ábra: Pécs népességének vallási hovatartozása 2011 (%) /85. oldal/
23. ábra: A turistaérkezések közlekedési eszközönkénti megoszlása (%) /92. oldal/
24. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek száma kategóriánként (db) /100. oldal/
25. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása kategóriánként (ágy) /100. oldal/
26. ábra: A magán szálláshelyek száma (db) /101. oldal/
27. ábra: A magán szálláshelyek kapacitása (ágy) /102. oldal/
28. ábra: A turistaérkezések megoszlása az utazási motiváció szerint (%) /109. oldal/
29. ábra: Pécs turistaforgalmának változása a rendszerváltást követően (fő) /111. oldal/
30. ábra: Pécs turistaforgalmának megoszlása szálláshelyek szerint (fő) /112. oldal/
31. ábra: Pécs vendégéjszakáinak változása a rendszerváltást követően (éj) /113. oldal/
32. ábra: Pécs vendégéjszakáinak megoszlása szálláshelyek szerint (éj) /114. oldal/
33. ábra: Pécs turistáinak átlagos tartózkodási ideje (nap) /115. oldal/

34. ábra: Pécs turistáinak korcsoportok szerinti megoszlása (%) /116. oldal/
35. ábra: Pécs turistáinak iskolai végzettség szerinti megoszlása (%) /117. oldal/
36. ábra: Pécs turistáinak foglalkozás szerinti megoszlása (%) /118. oldal/
37. ábra: Pécs turistái által igénybe vett szolgáltatások (%) /119. oldal/
38. ábra: Pécs turistái által látogatott vonzerők (%) /120. oldal/
39. ábra: Pécs vonzeróinak látogatottsága /121. oldal/
40. ábra: Pécs környezeti elemeinek idegenforgalmi potenciálja /131. oldal/
41. ábra: Pécs turisztikai elemeinek idegenforgalmi potenciálja /132. oldal/
42. ábra: Pécs turizmusfejlesztési elemeinek idegenforgalmi potenciálja /133. oldal/
43. ábra: A Dráva-mente lehatárolása /135. oldal/
44. ábra: A Dráva-mente népességének változása (fő) /139. oldal/
45. ábra: A Dráva-mente népességének nemek szerinti megoszlása korcsoportonként 2011 (fő) /140. oldal/
46. ábra: A Dráva-mente népességének iskolai végzettsége 2011 (%) /140. oldal/
47. ábra: A Dráva-mente népességének vallási hovatartozása 2011 (%) /141. oldal/
48. ábra: A Dráva-mente fürdői /149. oldal/
49. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek száma kategóriánként (db) /152. oldal/
50. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása kategóriánként (ágy) /153. oldal/
51. ábra: A magán szálláshelyek száma (db) /154. oldal/
52. ábra: A magán szálláshelyek kapacitása (ágy) /155. oldal/
53. ábra: A Dráva-mente turistaforgalmának változása (fő) /160. oldal/
54. ábra: A Dráva-mente turistaforgalmának megoszlása szálláshelyek szerint (fő) /161. oldal/
55. ábra: A Dráva-mente vendégéjszakáinak változása (éj) /162. oldal/
56. ábra: A Dráva-mente vendégéjszakáinak megoszlása szálláshelyek szerint (éj) /162. oldal/
57. ábra: A Dráva-mente turistáinak átlagos tartózkodási ideje (nap) /163. oldal/
58. ábra: A Dráva-mente környezeti elemeinek idegenforgalmi potenciálja /173. oldal/
59. ábra: A Dráva-mente turisztikai elemeinek idegenforgalmi potenciálja /174. oldal/
60. ábra: A Dráva-mente turizmusfejlesztési elemeinek idegenforgalmi potenciálja /175. oldal/

12. Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Pécs vendégkörfelmérésének paraméterei /10. oldal/
2. táblázat: A rendszerszemléletű turizmusfejlesztési koncepció összefoglaló táblázata /13. oldal/
3. táblázat: A koncepció elemeinek minősítési kategóriái /14. oldal/
4. táblázat: A koncepció elemeinek értékelő táblázata /15. oldal/
5. táblázat: A turisztikai desztináció fejlesztésének attraktivitási faktorai /33. oldal/
6. táblázat: A turizmusfejlesztést érintő fejlesztési tervek /37. oldal/
7. táblázat: A természeti környezet minősítési kategóriái /46. oldal/
8. táblázat: A társadalmi környezet minősítési kategóriái /48. oldal/
9. táblázat: A kulturális környezet minősítési kategóriái /50. oldal/
10. táblázat: A gazdasági környezet minősítési kategóriái /52. oldal/
11. táblázat: A politikai környezet minősítési kategóriái /53. oldal/
12. táblázat: A tudományos környezet minősítési kategóriái /55. oldal/
13. táblázat: A technológiai környezet minősítési kategóriái /57. oldal/
14. táblázat: A desztináció termékkínálata /59. oldal/
15. táblázat: A desztináció szálláshelykínálata /61. oldal/
16. táblázat: A szezonális minősítési kategóriái /62. oldal/
17. táblázat: A desztináció turizmusának menedzsmentje /63. oldal/
18. táblázat: A turizmusmarketing minősítési kategóriái /65. oldal/
19. táblázat: Az egyén szerepének minősítése a turizmusban /67. oldal/
20. táblázat: A desztináció turistaforgalma /69. oldal/
21. táblázat: A desztináció kirándulóforgalma /70. oldal/
22. táblázat: A környezeti értékek megőrzésének minősítése /72. oldal/
23. táblázat: Az infrastruktúra fejlesztésének minősítése /73. oldal/
24. táblázat: A turisztikai menedzsment fejlesztésének minősítése /74. oldal/
25. táblázat: A szálláshelyfejlesztés minősítése /75. oldal/
26. táblázat: A termékfejlesztés minősítése /76. oldal/
27. táblázat: Pécs természeti környezetének értékelése /81. oldal/
28. táblázat: Pécs társadalmi környezetének értékelése /86. oldal/
29. táblázat: A városba érkező turisták asszociációja Pécsre (%) /87. oldal/
30. táblázat: Pécs kulturális környezetének értékelése /87. oldal/
31. táblázat: Pécs gazdasági környezetének értékelése /89. oldal/
32. táblázat: Pécs politikai környezetének értékelése /90. oldal/
33. táblázat: Pécs tudományos környezetének értékelése /91. oldal/

34. táblázat: Pécs technológiai környezetének értékelése /93. oldal/
35. táblázat: Pécs turisztikai termékeinek értékelése /99. oldal/
36. táblázat: Pécs szálláshelyeinek értékelése /103. oldal/
37. táblázat: Pécs szezonálisának értékelése /104. oldal/
38. táblázat: Pécs turisztikai menedzsmentjének értékelése /106. oldal/
39. táblázat: A marketing szerepének értékelése Pécs turizmusában /108. oldal/
40. táblázat: Pécs esetén az egyén szerepének értékelése /110. oldal/
41. táblázat: Pécs turistaforgalmának értékelése /120. oldal/
42. táblázat: Pécs kirándulóforgalmának értékelése /122. oldal/
43. táblázat: Pécs környezeti értékei szerepének minősítése a fejlesztések során /124. oldal/
44. táblázat: Pécs infrastrukturális fejlesztésének minősítése /125. oldal/
45. táblázat: Pécs turisztikai menedzsment fejlesztésének minősítése /127. oldal/
46. táblázat: Pécs szálláshelyfejlesztésének minősítése /128. oldal/
47. táblázat: Pécs turisztikai termékfejlesztésének minősítése /129. oldal/
48. táblázat: Pécs rendszerszemléletű turizmusfejlesztési elemeinek idegenforgalmi potenciálja /130. oldal/
49. táblázat: A Dráva-mente természeti környezetének értékelése /138. oldal/
50. táblázat: A Dráva-mente társadalmi környezetének értékelése /142. oldal/
51. táblázat: A Dráva-mente kulturális környezetének értékelése /143. oldal/
52. táblázat: A Dráva-mente gazdasági környezetének értékelése /145. oldal/
53. táblázat: A Dráva-mente politikai környezetének értékelése /146. oldal/
54. táblázat: A Dráva-mente tudományos környezetének értékelése /147. oldal/
55. táblázat: A Dráva-mente technológiai környezetének értékelése /148. oldal/
56. táblázat: A Dráva-mente turisztikai termékeinek értékelése /152. oldal/
57. táblázat: A Dráva-mente szálláshelyeinek értékelése /155. oldal/
58. táblázat: A Dráva-mente szezonálisága /156. oldal/
59. táblázat: A Dráva-mente turisztikai menedzsmentjének értékelése /158. oldal/
60. táblázat: A a Dráva-mente turizmusmarketingjének értékelése /159. oldal/
61. táblázat: Az egyén szerepének értékelése a Dráva-mente turizmusában /160. oldal/
62. táblázat: A Dráva-mente turistaforgalmának értékelése /163. oldal/
63. táblázat: A Dráva-mente kirándulóforgalma /165. oldal/
64. táblázat: A Dráva-mente kirándulóforgalmának értékelése /165. oldal/
65. táblázat: A Dráva-mente környezeti értékei szerepének minősítése a fejlesztések során /167. oldal/
66. táblázat: A Dráva-mente infrastrukturális fejlesztésének minősítése /168. oldal/
67. táblázat: A Dráva-mente turisztikai menedzsment fejlesztésének minősítése /169. oldal/
68. táblázat: A Dráva-mente szálláshelyfejlesztésének minősítése /170. oldal/

69. táblázat: A Dráva-mente turisztikai termékfejlesztésének minősítése /171. oldal/

70. táblázat: A Dráva-mente rendszerszemléletű turizmusfejlesztési elemeinek idegenforgalmi potenciálja 172/. oldal/

13. Mellékletek

Mellékletek jegyzéke

1. számú melléklet: Engedély a 2011-es Pécs turisztikai vendégkörenek felmérése primer forrásként történő használatáról
2. számú melléklet: Engedély a 2013-es Pécs turisztikai vendégkörenek felmérése primer forrásként történő használatáról
3. számú melléklet: A 2011-es Pécs turisztikai vendégkörenek felmérésének magyar nyelvű kérdőíve
4. számú melléklet: A 2011-es Pécs turisztikai vendégkörenek felmérésének angol nyelvű kérdőíve
5. számú melléklet: A 2011-es Pécs turisztikai vendégkörenek felmérésének német nyelvű kérdőíve
6. számú melléklet: A 2013-es Pécs turisztikai vendégkörenek felmérésének magyar nyelvű kérdőíve
7. számú melléklet: A 2013-es Pécs turisztikai vendégkörenek felmérésének angol nyelvű kérdőíve
8. számú melléklet: A 2013-es Pécs turisztikai vendégkörenek felmérésének német nyelvű kérdőíve
9. számú melléklet: A pécsi esettanulmányt kiegészítő interjú
10. számú melléklet: A Dráva-mente járásai és települései

1. számú melléklet: Engedély a 2011-es Pécs turisztikai vendégkörének felmérése primer forrásként történő használatáról



Engedély

Alulírott **Szabó Anett**, a TÉDÉEM PÉCS Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Kiemelten Közhasznú Társaság ügyvezetőjeként engedélyezem jelen dokumentummal, hogy **Marton Gergely** doktori disszertációjához és tudományos munkájához az alábbi kutatási anyagot felhasználja.

TÉDÉEM PÉCS Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Kiemelten Közhasznú Társaság felkérésére 2011-ben a Summa Cum Bt. elkészítette a „Pécs város vendégkörének kérdőíves felmérése” című kutatási anyagot, melyben **Marton Gergely**, mint a terepi felmérés vezetője, illetve a kiértékelés résztvevője működött közre. Ebből kifolyólag engedélyezem, hogy a kutatás során kitöltésre került kérdőíveket, mint primer kutatási anyagot szakmai munkájához felhasználja.

Pécs, 2012. május 14.

Szabó Anett

TÉDÉEM PÉCS Turisztikai Információs
és Szolgáltató Nonprofit
Kiemelten Közhasznú Társaság
ügyvezető



2. számú melléklet: Engedély a 2013-es Pécs turisztikai vendégkörének felmérése primer forrásként történő használatáról



Engedély

Alulírott **Szabó Anett**, az Irány Pécs Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Közhasznú Társaság ügyvezetőjeként engedélyezem jelen dokumentummal, hogy **Marton Gergely** doktori disszertációjához és tudományos munkájához az alábbi kutatási anyagot felhasználja.

Az Irány Pécs Turisztikai Információs és Szolgáltató Nonprofit Közhasznú Társaság felkérésére 2013-ben a Summa Cum Bt. elkészítette a „Pécs város vendégkörének kérdőíves felmérése” című kutatási anyagot, melyben **Marton Gergely**, mint a terepi felmérés vezetője, illetve a kiértékelés résztvevője működött közre. Ebből kifolyólag engedélyezem, hogy a kutatás során kitöltésre került kérdőíveket, mint primer kutatási anyagot szakmai munkájához felhasználja.

Pécs, 2013. október 21.



Szabó Anett

Irány Pécs Turisztikai Információs
és Szolgáltató Nonprofit Közhasznú Kft
ügyvezető

3. számú melléklet: a 2011-es Pécs turisztikai vendégkörének felmérésének magyar nyelvű kérdőíve

No. □□□□

Pécs város vendégkörének felmérése

A válaszadás nem kötelező!

Tisztelt Vendégünk!

Pécs Megyei Jogú Város önkormányzata a várost felkereső vendégek körében felmérést szervez abból a célból, hogy megismerje utazási és üdülési szokásaikat. A kapott eredmények birtokában szeretnénk javítani a város turisztikai kínálatát, szolgáltatásainak minőségét. Kérjük, válaszaival segítse munkánkat!

1. Hány napig tartózkodik Pécsen?

1. 1 napot 2. 2 napot 3. 3 napot 4. 4-vagy több napot

2. Ez a mai hányadik napja a városban?

1.

3. Milyen szálláshelyen foglalt helyet?

1. hotel 2. panzió
 3. turistaszálló, diákszálló 4. kemping
 5. utazási irodától bérelt magánlakás (magán szállásadás)
 6. tulajdonostól bérelt magánlakás (magán szállásadás)
 7. rokon, ismerős lakása 8. egyéb

4. Hogyan foglalta le szállását?

1. nem foglalt előre
 2. utazási irodán, Tourinform irodán keresztül
 3. online foglalási rendszeren (pl. booking.com)
 4. e-mailen közvetlenül a szálláshelyen
 5. telefonon, levélben a szálláshelyen

5. Csoporttal, vagy egyéni szervezésben érkezett Pécsre?

1. csoportos 2. egyéni

6. Amennyiben egyéni szervezésben, úgy:

1. egyedül 2. barátokkal
 3. háztárssal, élettárssal 4. háztárssal, élettárssal, gyerekekkel

7. Hogyan tájékozódott Pécsről ideérkezése előtt? (ha járt már Pécsett, akkor a saját tapasztalatot mindenképpen jelölje) – több válasz lehetséges

- 1. saját korábbi tapasztalatból
- 2. internetről, milyen oldalakról.....
- 3. barátok, ismerősök beszámolóiból
- 4. kiadványokból, prospektusokból
- 5. útikönyvekből
- 6. turisztikai vásárokon
- 7. utazási irodában
- 8. reklámokból (rádió, tv, óriásplakát, direkt levél, egyéb hirdetés)
- 9. PÉCS2010 Európa Kulturális Fővárosa programok anyagaiból

8. Az itt tartózkodása során milyen információforrásokat vett/vesz igénybe az eligazodáshoz, a programja szervezéséhez? (több válasz is lehetséges)

- 1. internet
- 2. Tourinform iroda megkeresése (telefon, mail, személyes, honlap)
- 3. turisztikai térkép prospektus a városról
- 4. a város terein felállított érintőképernyők (információs eszközök) és táblák
- 5. egyéb ingyenes turisztikai prospektusok
- 6. katalógusok, útikönyvek
- 7. szálláshely recepciója
- 8. egyéb:.....

9. Milyen közlekedési eszközt vett igénybe az ideutazása során? (több válasz megadása is lehetséges)

- 1. Személygépkocsi
- 2. Motorkerékpár
- 3. Autóbusz (menetrendszerű)
- 4. Autóbusz (csoportos szervezett utazás)
- 5. Vonat
- 6. Repülőgép
- 7. Kerékpár
- 8. Egyéb

10. Mi utazásának fő célja?

- 1. Városlátogatás
- 2. Pihenés
- 3. Rokon, barát meglátogatása
- 4. Üzleti út
- 5. Konferencia-részvétel
- 6. Sport és hobbi
- 7. Tanulás, tanulmányút
- 8. Kulturális rendezvényen való részvétel
- 9. Egészségügyi vagy szépségügyi szolgáltatás igénybevétele
- 10. Bevásárlás

11. Itt tartózkodása alatt tervezi-e, hogy Pécsen kívül más településre is ellátogat?

1. Nem, nem tervezi
2. Igen, tervezi, Pécs mellett Baranya megye más településére is ellátogat:
3. Igen, tervezi, Pécs mellett a Dél-dunántúli Régió (Baranya, Somogy, Tolna) más településeire is ellátogat:
4. Igen, tervezi, Pécs mellett az ország más településeire is ellátogat:

12. Milyen turisztikai szolgáltatásokat vett igénybe, vagy tervez igénybe venni, itt tartózkodása alatt?

	Igénybe vette	Tervezi igénybe venni
1. szálláshelyszolgáltatás	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
2. étterem, vendéglátás	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
3. cukrászda, kávézó	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
4. borozó	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
5. söröző	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
6. városnéző kisvonat	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
7. helyi idegenvezetővel – városnéző túra	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
8. sportlétesítmények felkeresése (fallabda, tenisz, uszoda, ...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
9. kerékpárkölcsonzés	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
10. helyi tömegközlekedés	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
11. taxi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

13. Milyen turisztikai attrakciókat látogatott meg, vagy tervez felkeresni, itt tartózkodása alatt?

	Felkereste	Tervezi meglátogatni
1. világörökségi emlékek (Cella Septichora Látogatóközpont)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
2. Székesegyház, püspöki palota, Dómmúzeum együttese	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
3. Zsinagóga	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
4. török emlékek (dzsámi a Széchenyi téren és Kórház téren)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
5. állandó múzeum, kiállítás megtekintése (pl.: Zsolnay, Csontváry, ...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
6. időszakos kiállítás megtekintése (pl: Pécsi Galéria, Nádor Galéria, Expo Center kiállításai,)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
7. Mecsextrém park	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

- | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 8. kulturális rendezvényen részvétel – szabadtéren
(pl: Sétatér, Kossuth tér, Széchenyi tér) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 9. kulturális rendezvényen részvétel (pl: Kodály kp,
egyéb fizetős koncertek, színházi előadás...) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 10. Mecsek kirándulóutak, túrautak | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 11. Pécs Zoo, Aquarium – Terrárium | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 12. TV torony | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 13. Kodály központ | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 14. Zsolnay-negyed (Gyugyi Gyűjtemény) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

14. Mennyi pénzt költött pécsi tartózkodása során étkezésre, szolgáltatásokra (az ideutazás és a szállás költségét nem számítva)?

- | | | |
|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| 1. 0- 5000 Ft/ nap/fő | <input type="checkbox"/> | 0- 20 €/nap/fő |
| 2. 5 000 – 15 000 Ft/ nap/ fő | <input type="checkbox"/> | 20- 60 €/nap/fő |
| 3. 15 000 – nél több Ft/nap/fő | <input type="checkbox"/> | több mint 60 €/nap/fő |

15. Kérjük, tapasztalatai alapján értékelje az alábbiakat 1-től 5-ig terjedő skálán (1: elégtelen; 2: gyenge; 3: közepes; 4: jó; 5: kitűnő; 6: nincs információ róla)!

- | | | | | | | |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. A város megközelíthetősége | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 2. A városon belüli közlekedés
minősége | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 3. Információs táblák, közlekedést segítő
jelzések | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 4. A természeti környezet | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 5. A környezet tisztasága | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 6. Szórakozási lehetőségek | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 7. Sportolás, aktív turizmus lehetőségei | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 8. A lakosság segítőkészsége | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 9. A szolgáltatók segítőkészsége | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 10. Közbiztonság | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 11. A városról elérhető
információ (weboldal, tájékoztató
anyagok) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 12. Parkolási lehetőségek,
parkolási rendszer | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 13. A szálláshely színvonala | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 14. A város épített környezete | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 15. A vásárlási lehetőségek, kereskedelmi | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |

létesítmények

16. Kulturális programok 1 2 3 4 5 6

17. Éttermek, bárók, 1 2 3 4 5 6

vendéglátóipari egységek

18. A lakosság nyelvtudása 1 2 3 4 5 6

19. A szolgáltatók nyelvtudása 1 2 3 4 5 6

16. Ön szerint melyik meghatározás illik leginkább Pécsre?

1. A gazdag történelmi múlt, a hagyományok és műemlékek városa

2. Egyetemváros

3. Püspöki város, vallási központ

4. Bányászati-ipari központ

5. Mecsek

6. Mediterrán hangulatok városa

7. Világörökségi város

8. A kultúra városa, a kultúra fővárosa

9. A turizmus, a fesztiválok városa

10. Művészváros

11. A gasztronómia és a bor városa

17. Mi az a 3 dolog, ami eszébe jut Pécs nevének hallatán?

.....

.....

.....

18. Visszatérne-e Pécsre?

1. igen

2. nem

19. Ajánlaná-e ismerősének, barátjának a város meglátogatását?

1. igen

2. nem

Ha nem, miért?

.....

.....

20. Amikor nyaralásából hazatér, mi az, amit feltétlenül elmond Pécsről az ismerőseinek, családjának, barátainak?

.....

.....

21. Kora

1. 19 éves vagy fiatalabb

2. 20-25 éves

3. 26-35

4. 36-50

5. 51-65

6. 65 felett

22. Neme

1. Férfi

2. Nő

23. Legmagasabb iskolai végzettsége

1. Általános iskola

2. Szakmunkásképző

3. Szakközépiskola

4. Gimnázium

5. Felsőfokú

24. Foglalkozása

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. Fizikai alkalmazott | <input type="checkbox"/> 2. Szellemi alkalmazott | <input type="checkbox"/> 3. Vezető beosztású alkalmazott |
| <input type="checkbox"/> 4. Vállalkozó | <input type="checkbox"/> 5. Hivatalnok | <input type="checkbox"/> 6. Nyugdíjas |
| <input type="checkbox"/> 7. Háztartásbeli | <input type="checkbox"/> 8. Tanuló | <input type="checkbox"/> 9. Álláskereső |

25. Jövedelmi helyzete, havi nettó jövedelme

Magyar

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 60 000 Ft alatt | <input type="checkbox"/> 2. 60 000 – 100 000 Ft | <input type="checkbox"/> 3. 100 000 – 150 000 Ft |
| <input type="checkbox"/> 4. 150 000 – 250 000 Ft | <input type="checkbox"/> 5. 250 000 Ft felett | |

Külföldi

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. € 500 alatt | <input type="checkbox"/> 2. € 500 – 1 000 | <input type="checkbox"/> 3. € 1 000 – 1 500 |
| <input type="checkbox"/> 4. € 1 500 – 2 500 | <input type="checkbox"/> 5. € 2 500 felett | |

26. Van-e ötlete, javaslata, amivel Pécsset vonzóbbá lehetne tenni a látogatók számára?

.....

.....

.....

Köszönjük válaszait!

Kérjük adja meg irányítószámát : (külföldi estében, írjuk be az országot is)

Kíván-e a jövőben Pécs turisztikai hírlevelet kapni? igen nem

Kérjük adja meg e-mail címét:

4. számú melléklet: a 2011-es Pécs turisztikai vendégek körének felmérésének angol nyelvű kérdőíve

No. □□□□

Questionnaire survey of the guests of the city of Pécs

Replying to the questions is not obligatory!

Dear Guest!

The Local Government of the City of Pécs is making a questionnaire survey in the summer of 2011, in order to get to know the travel and holidaymaking habits of the guests of the city. The results of the survey will be used to improve the tourism supply of the city and the quality of the services.

Please, help our work with your replies! Thank you!

1. How long are you staying in Pécs?

1. 1 day 2. 2 days 3. 3 days 4. 4 days or more

2. Today is your 1st/2nd/3rd/...th day in the city.

1.

3. What accommodation are you staying in?

1. hotel 2. boarding house
 3. tourist or youth hostel 4. camping site
 5. private accommodation (flat rented through a travel agency)
 6. private accommodation (flat rented from the owner)
 7. home of relative or friend 8. other:

4. How did you book the accommodation?

1. no booking in advance
 2. through travel agency or Tourinform office
 3. online booking system (e.g. booking.com)
 4. by e-mail, directly at the accommodation
 5. by telephone or mail at the accommodation

5. Did you arrive with a group or individually to Pécs?

1. with a group 2. individually

6. If individually, then ...

1. alone 2. with friends
 3. with spouse or partner 4. with spouse or partner and children

7. How did you get information about Pécs prior to your arrival? (If you have been to Pécs before, please, do not forget to mark ‘Own experience’) – several replies are possible

- 1. *previous own experiences*
- 2. *internet, from sites at.....*
- 3. *from what friends and acquaintances said*
- 4. *from brochures and publications*
- 5. *from travel guides*
- 6. *at tourism fairs*
- 7. *at a travel agency*
- 8. *from ads (radio, TV, giant poster, direct mail, other advertisement)*
- 9. *from publications of PÉCS 2010 European Capital of Culture programmes*

8. During this present stay what sources of information have you used/will you use to get information and organise your programmes? (several replies are possible)

- 1. *internet*
- 2. *contacting the Tourinform office (by phone, mail, personally, website)*
- 3. *tourist map or brochure of the city*
- 4. *touchscreens (information tools) and signs at the squares of the city*
- 5. *other free brochures for tourists*
- 6. *catalogues, travel guides*
- 7. *reception desk of the accommodation*
- 8. *other:.....*

9. What means of transport did you use for travelling here? (multiple choice is possible)

- 1. *Car*
- 2. *Motorcycle*
- 3. *Coach (public transportation)*
- 4. *Coach (with organised group)*
- 5. *Train*
- 6. *Airplane*
- 7. *Bicycle*
- 8. *Other*

10. What is the main motivation of your travel?

- 1. *City sightseeing*
- 2. *Holiday, rest*
- 3. *Visiting friends or relatives*
- 4. *Business trip*
- 5. *Conference*
- 6. *Sport or hobby*
- 7. *Studying or study tour*
- 8. *Participation in cultural event*
- 9. *Use of medical service or beauty surgery service*
- 10. *Shopping*

11. During your stay here, are you planning to visit other settlement(s) than Pécs?

- 1. No
- 2. Yes, besides Pécs I am planning to visit another settlement in Baranya:
- 3. Yes, besides Pécs I am planning to visit another settlement in South Transdanubia (Baranya, Somogy, Tolna):
- 4. Yes, besides Pécs I am planning to visit another settlement in Hungary:

12. What tourism services have you used/are you planning to use during your stay here?

	Have used	Going to use
1. accommodation	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
2. restaurant, catering	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
3. confectionery, café	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
4. wine bar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
5. beer bar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
6. city sightseeing – with the small street train	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
7. city sightseeing – with a guide	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
8. sports facilities (squash, tennis, swimming pool)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
9. rent a bicycle	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
10. local public transportation	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
11. taxi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

13. What tourism attractions have you visited/are you planning to visit during your stay here?

	Have visited	Going to visit
1. world heritage site (Cella Septichora Visitor Centre)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
2. Cathedral, Bishop's Palace and Cathedral Museum	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
3. Synagogue	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
4. Turkish remains (Djami at Széchenyi Square and Kórház Square)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
5. permanent museum or exhibition (e.g.: Zsolnay, Csontváry, ..)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
6. temporary museum or exhibition (e.g.: Pécs Gallery, Nádor Gallery, Expo Center exhibitions)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
7. Mecsextrém park	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
8. participation in cultural event – open-air (e.g.:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

Sétatér – Pedestrians Square, Kossuth Square,
Széchenyi Square)

- | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 9. participation in cultural event (e.g: Kodály Centre, other paying concerts, theatre performance ...) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 10. hiking trails, paths in the Mecsek mountains | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 11. Pécs Zoo, Aquarium – Terrarium | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 12. TV tower | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 13. Kodály Centre | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 14. Zsolnay Quarter (Gyugyi Collection) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

14. How much money are you spending during your stay in Pécs for catering and services (excluding the expenses of your travel here and accommodation)?

- | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|----------------------|
| 1. 0- 5000 HUF/day/person | <input type="checkbox"/> | 0 – 20 €/day/person |
| 2. 5 000 – 15 000 HUF/ day/person | <input type="checkbox"/> | 20 – 60 €/day/person |
| 3. over 15 000 HUF/day/person | <input type="checkbox"/> | over 60 €/day/person |

15. Please, based on your experiences mark the following at a scale from 1-5 (1: unacceptable; 2: poor; 3: medium; 4: good; 5: excellent; 6: no information about it)!

- | | | | | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Accessibility of the city | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 2. Transportation within the city | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 3. Information signs, signs assisting traffic | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 4. Natural environment | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 5. Cleanliness of the environment | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 6. Entertainment facilities | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 7. Sports and active tourism facilities | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 8. Helpfulness of the local citizens | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 9. Helpfulness of the service providers | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 10. Public safety | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 11. Information on the city
(website, information materials) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 12. Parking facilities, parking system | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 13. Quality of the accommodation | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 14. Built environment of the city | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 15. Shopping facilities, shopping centres | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 16. Cultural programmes | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |

17. Restaurants, bars, catering facilities 1 2 3 4 5 6

18. Language skills of the local citizens 1 2 3 4 5 6

19. Language skills of the service providers 1 2 3 4 5 6

16. What definition(s) do you think suit(s) Pécs the most?

- 1. *City of rich historical past, city of traditions and monuments*
- 2. *University city*
- 3. *Episcopal city, religious centre*
- 4. *Mining and industrial centre*
- 5. *Mecsek Mountains*
- 6. *City of Mediterranean moods*
- 7. *City of world heritage site*
- 8. *(Capital) city of culture*
- 9. *City of tourists and festivals*
- 10. *Artists' city*
- 11. *City of gastronomy and wine*

17. What are the 3 things that come to your mind when hearing the name 'Pécs'?

.....

.....

.....

18. Would you return to Pécs?

- 1. *yes*
- 2. *no*

19. Would you recommend a visit to Pécs to your friends or acquaintances?

- 1. *yes*
- 2. *no*

If no, why?

.....

.....

20. When returning from your holiday, what will you definitely tell your acquaintances, family or friends about Pécs?

.....

.....

21. Your age

- 1. *19 or younger*
- 2. *20-25 years old*
- 3. *26-35 years old*
- 4. *36-50 years old*
- 5. *51-65 years old*
- 6. *above 65 years of age*

22. Sex

- 1. *Male*
- 2. *Female*

23. Highest finished school education

- 1. *Primary school*
- 2. *Skilled worker training school*
- 3. *Vocational school*
- 4. *Grammar school*
- 5. *Higher education*

24. Occupation

1. *Physical worker* 2. *Intellectual employee* 3. *Employee in lead position* 4. *Entrepreneur*
 5. *Office staff* 6. *Pensioner*
 7. *Household employee* 8. *Pupil or student* 9. *Job seeker*

25. Income position, your net monthly income

1. *less than € 500* 2. *€ 500 – 1 000* 3. *€ 1 000 – 1 500*
 4. *€ 1 500 – 2 500* 5. *more than € 2 500*

26. Have you got any idea or proposal that could make Pécs more attractive to the visitors?

.....

.....

.....

.....

Thank you for your replies!

Please, give your postal code: and your country:

Would you like to receive tourism bulletin on Pécs in the future? yes no

Please, give us your e-mail address:

5. számú melléklet: a 2011-es Pécs turisztikai vendégkörének felmérésének német nyelvű kérdőíve

No. □□□□

Fragebogenforschung bei den Gäste in Pécs Stadt

Antworten ist nicht pflichtig!

Sehr geehrte Gäste!

Pécs Stadt macht eine Fragebogenforschung im Sommer 2011 bei den Gäste in der Stadt, um ihre Reise- und Feriengewohnheiten und ihre Meinung über Pécs kennenzulernen. Die Ergebnisse dieser Forschung helfen der Stadt ihr Tourismusangebot und die Qualität den Dienstleistungen zu verbessern. Bitte, helfen Sie unsere Arbeit mit ihren Antworten! Vielen Dank!

1. Wie viele Tagen verbringen Sie in Pécs?

1. 1 Tag 2. 2 Tage 3. 3 Tage 4. 4 Tage oder mehr

2. Wievielte Tag ist heute für Sie in der Stadt?

1.

3. Was für eine Unterkunft haben Sie gebucht?

1. Hotel 2. Pension
 3. Touristenherberge 4. Camping
 5. (Privat)wohnung gemietet durch ein Reisebüro
 6. (Privat)wohnung gemietet von dem Besitzer
 7. Wohnung den Verwandten oder Bekannten
 8. Anders:

4. Wie haben sie Ihre Unterkunft gebucht?

1. Keine Unterkunft gebucht vor der Reise
 2. Unterkunft gebucht durch ein Reisebüro oder Tourinform Büro
 3. Unterkunft gebucht online (pl. booking.com)
 4. Unterkunft gebucht durch E-Mail direkt bei der Unterkunft
 5. Durch Telefon oder Brief direkt bei der Unterkunft

5. Sind Sie mit einer Gruppe oder in eigener Organisation nach Pécs gekommen?

1. Mit einer Gruppe 2. In eigener Organisation

6. Wenn in eigener Organisation, dann:

1. Allein 2. Mit Freunden
 3. Mit Ehegatte/Ehegattin oder Partner
 4. Mit Ehegatte/Ehegattin oder Partner und Kinder

7. Wie haben Sie Informationen gesammelt vor Ihrer Reise nach Pécs? (Wenn Sie schon in Pécs gewesen war, bitte, markieren Sie eigene Erfahrungen) – mehrere Antworten sind möglich

- 1. eigene vorherige Erfahrungen
- 2. Internet Seiten:.....
- 3. Von Berichte bei Freunden oder Bekannten
- 4. Broschuren, Publikationen
- 5. Resiführern
- 6. Tourismus Markten
- 7. Reisebüro
- 8. Werbungen (Rundfunk, Fernseher, Rieseplakat, Direktbrief, andere Anzeigen)
- 9. Materiellen von PÉCS2010 Europa Kulturhauptstadt Programmen

8. Während Ihrem Aufenthalt, was für Informationsquellen haben Sie verwanden/verwenden Sie zur Orientierung, und ihre Pogrammen zu organisieren?

- 1. Internet
- 2. Besuch des Tourinform Büros (Telefon, Brief, persönlich, Webseite)
- 3. Tourist Stadtplan, Prospekt
- 4. Touchscreen und andere Informationsmittels in den Plätze der Stadt
- 5. Andere kostenlose Tourismusprospekten
- 6. Katalogen und Reisebücher
- 7. Rezeption der Unterkunft
- 8. Anders.....

9. Was für Verkehrsmittel haben Sie genommen um nach Pécs zu reisen? (mehrere Optionen sind möglich)

- 1. PKW
- 2. Motorrad
- 3. Autobus (mit Fahrplan)
- 4. Autobus (organisierte Gruppenreise)
- 5. Zug
- 6. Flugzeug
- 7. Fahrrad
- 8. Anders

10. Was ist die Hauptmotivation Ihrer Reise?

- 1. Stadtbesuch
- 2. Urlaub
- 3. Besuch Freunden, Bekannten
- 4. Geschäftsreise
- 5. Konferenz-Teilnehmen
- 6. Sport und Hobby
- 7. Lernen, Lehrreise
- 8. Teilnehmen in Kulturprogramm(en)
- 9. Medizinische Dienst oder Schönheitsoperation
- 10. Einkauf

11. Während Ihrem Aufenthalt, planen Sie andere Siedlungen außer Pécs auch zu besuchen?

1. Nein, keine Pläne
2. Ja, außer Pécs möchte ich andere Siedlung(e) in Baranya besuchen:
3. Ja, außer Pécs möchte ich eine andere Siedlung(e) in Süd-Transdanubien (Baranya, Somogy, Tolna) besuchen:
4. Ja, außer Pécs möchte ich andere Siedlung(e) in Ungarn besuchen:

12. Was für Touristdienstleistungen haben sie benutzt oder planen sie zu besuchen während Ihrem Aufenthalt in Pécs?

	Schon benutzt	Will benutzen
1. Unterkunft	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
2. Restaurant, Bewirtung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
3. Konditorei, Café	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
4. Weinstube	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
5. Bierstube	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
6. Stadtbesucht mit der kleinen Stadtbesuchzug	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
7. Stadtbesucht mit örtlichen Fremdenführer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
8. Besuch den Sportobjekten (Squash, Tennis, Schwimmbad, ...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
9. Fahrradmietung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
10. Örtliches öffentliches Verkehr	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
11. Taxi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

13. Was für touristische Attraktionen haben sie besucht oder möchten sie besuchen während Ihrem Aufenthalt in Pécs?

	Besucht	Will besuchen
1. Welterbe Denkmalen (Cella Septichora Besucherszentrum)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
2. Kathedrale, Bischofspalast, Dommuseum	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
3. Synagoge	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
4. Türkische Denkmale (Djami an der Széchenyi Platz und Kórház Platz)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
5. Ständiges Museum, Ausstellung (z.B. Csontváry, ..)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
6. Vorläufige Ausstellung (z.B.: Pécs Galerie, Nádor Galerie, Expo Center Ausstellungen,)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
7. Mecsextrém Park	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
8. Teilnehmen in Kulturprogramm – im Freien (z.B.:	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

Séta Platz, Kossuth Platz, Széchenyi Platz)

- | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 9. Teilnehmen in Kulturprogramm (z.B: Kodály Zentrum, andere Zahlkonzerten, Theaterproduktion...) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 10. Ausflugwegen in Mecsek Gebirge | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 11. Pécs Zoo, Aquarium – Terrarium | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 12. TV Turm | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 13. Kodály Zentrum | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 14. Zsolnay Viertel (Gyugyi Sammlung) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |

14. Wieviel Geld haben sie ausgegeben während Ihrem Aufenthalt in Pécs für Essen und andere Dienstleistungen (außer den Kosten der Reise nach Pécs und der Unterkunft)?

- | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 0- 5000 Ft/Tag/Person | <input type="checkbox"/> | 0- 20 €/ Tag/Person |
| 2. 5 000 – 15 000 Ft/Tag/Person | <input type="checkbox"/> | 20- 60 €/ Tag/Person |
| 3. mehr als 15 000 Ft/Tag/Person | <input type="checkbox"/> | mehr als 60 €/Tag/Person |

15. Bitte, schätzen Sie nach Ihren Erfahrungen die Folgenden von 1 to 5 (1: unannehmbar; 2: schwach; 3: mittelmäßig; 4: gut; 5: ausgezeichnet; 6: keine Informationen darüber)!

- | | | | | | | |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Zugänglichkeit der Stadt | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 2. Qualität des Verkehrs inner der Stadt | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 3. Informationszeichen, Marken die Verkehr helfen | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 4. Naturelle Umgebung | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 5. Sauberkeit der Umgebung | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 6. Vergnügungsmöglichkeiten | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 7. Sport treiben, Möglichkeiten des aktiven Tourismus | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 8. Hilfsbereitschaft den Ortsbewohnern | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 9. Hilfsbereitschaft den Dienstleistungsbetrieben | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 10. Öffentliche Sicherheit | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 11. Informationen über die Stadt (Webseite, Informationsmaterialien) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 12. Parkplätze, PKW Parkingsystem | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 13. Qualität der Unterkunft | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 14. Gebaute Umgebung der Stadt | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 15. Einkaufsmöglichkeiten, Handelsanlagen | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 16. Kulturelle Programmen | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |

17. Restaurants, Bars, 1 2 3 4 5 6
Bewirtungsobjekten

18. Sprachkenntnisse den 1 2 3 4 5 6
Ortsbewohnern

19. Sprachkenntnisse den 1 2 3 4 5 6
Dienstleistungsbetrieben

16. Welche Definition passt Pécs am besten Ihrer Meinung nach?

1. Stadt den reichen historischen Vergangenheit, Traditionen und Denkmalen
 2. Universitätsstadt 3. Bischöfliche Stadt, religiöses Zentrum
 4. Bergwerk- und Industriezentrum 5. Mecsek Gebirge
 6. Stadt den Mittelmeerlaunen 7. Stadt der Welterbe
 8. (Haupt)Stadt der Kultur 9. Stadt des Tourismus und Festivalen
 10. Künstlerstadt 11. Stadt der Gastronomie und Des Weines

17. Was sind die 3 Dinge, darüber Sie denken, wenn sie hören den Name 'Pécs'?

.....
.....

18. Würden Sie wiederkommen nach Pécs?

1. ja 2. nein

19. Würden sie Ihren Bekannten und Freunden empfehlen, Pécs zu besuchen?

1. ja 2. nein

Wenn nein, warum?

.....
.....

20. Nach Sie wieder zu Hause angekommen sind, was werden Sie unbedingt Ihren Bekannten, Familie oder Freunden erzählen über Pécs?

.....
.....

21. Ihr Alter

1. 19 Jahre alt oder junger 2. 20-25 Jahre alt 3. 26-35 Jahre alt
 4. 36-50 Jahre alt 5. 51-65 Jahre alt 6. über 65 Jahre alt

22. Ihr Geschlecht

1. Mann 2. Weib

23. Höchste Schulqualifizierung

1. Grundschule 2. Facharbeiterschule 3. Fachmittelschule
 4. Gymnasium 5. Hochschule oder Universität

24. Ihr Beruf

1. *Physische Angestellte* 2. *Intellektuelle Angestellte* 3. *Angestellte in Leiterposition*
 4. *Unternehmer* 5. *Beamte* 6. *Rentner*
 7. *Im Haushalt* 8. *Schüler oder Student(in)* 9. *Arbeitslos*

25. Ihn Einkommensposition, netto Monatseinkommen

1. *weniger als € 500* 2. *€ 500 – 1 000* 3. *€ 1 000 – 1 500*
 4. *€ 1 500 – 2 500* 5. *über € 2 500*

26. Haben Sie Ideen, Empfehlungen, wie Pécs für die Gäste attraktiver werden kann?

.....
.....
.....
.....

Danke für Ihre Antworten!

Bitte geben Sie Ihr Postleitzahl (und das Land):

.....

Möchten sie in der Zukunft touristischen Mitteilungsblatt über Pécs bekommen?

ja nein

Bitte geben Sie Ihre E-Mail

Adresse:.....

- 1. saját korábbi tapasztalatból
- 2. internetről, milyen oldalakról.....
- 3. barátok, ismerősök beszámolóiból
- 4. kiadványokból, prospektusokból
- 5. útikönyvekből
- 6. turisztikai vásárokon
- 7. utazási irodában
- 8. reklámokból (rádió, tv, óriásplakát, direkt levél, egyéb hirdetés)

8. Az itt tartózkodása során milyen információforrásokat vett/vesz igénybe az eligazodáshoz, a programja szervezéséhez? (több válasz is lehetséges)

- 1. internet
- 2. Tourinform iroda megkeresése (telefon, mail, személyes, honlap)
- 3. turisztikai térkép prospektus a városról
- 4. a város terein felállított érintőképernyők (információs eszközök) és táblák
- 5. mobiltelefon, illetve mobiltelefon alkalmazás
- 6. katalógusok, útikönyvek
- 7. szálláshely recepciója
- 8. egyéb:.....

9. Milyen közlekedési eszközt vett igénybe az ideutazása során? (több válasz megadása is lehetséges)

- 1. Személygépkocsi
- 2. Motorkerékpár
- 3. Autóbusz (menetrendszerű)
- 4. Autóbusz (csoportos szervezett utazás)
- 5. Vonat
- 6. Kerékpár
- 7. Egyéb

10. Mi utazásának fő célja?

- 1. Városlátogatás
- 2. Pihenés
- 3. Rokon, barát meglátogatása
- 4. Üzleti út
- 5. Konferencia-részvétel
- 6. Sport és hobbi
- 7. Tanulás, tanulmányút
- 8. Kulturális rendezvényen való részvétel
- 9. Egészségügyi vagy szépművészeti szolgáltatás igénybevétele
- 10. Bevásárlás

11. Itt tartózkodása alatt tervezi-e, hogy Pécsen kívül más településre is ellátogat?

- 1. Nem, nem tervezi
- 2. Igen, tervezi, hogy Pécs mellett Baranya megye más településére is ellátogat:
- Orfű Harkány Villány Siklós Mohács Bikal más:

12. Milyen turisztikai szolgáltatásokat vett igénybe, vagy tervez igénybe venni, itt tartózkodása alatt?

	Igénybe vette	Tervezi igénybe venni	Nem tervezi igénybe venni
1. szálláshely szolgáltatás	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
2. étterem, vendéglátás, cukrászda	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
3. városnéző kisvonat	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
4. helyi idegenvezetővel – városnézés	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
5. sportlétesítmények felkeresése (fallabda, tenisz, uszoda, ...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
6. kerékpárkölcsonzás	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
7. helyi tömegközlekedés	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
8. taxi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

13. Milyen turisztikai attrakciókat látogatott meg, vagy tervez felkeresni, itt tartózkodása alatt?

	Felkereste	Tervezi meglátogatni	Nem tervezi meglátogatni
1. világörökségi emlékek (Cella Septichora Látogatóközpont)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
2. Székesegyház, püspöki palota, Dómmúzeum együttese	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
3. Zsinagóga	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
4. török emlékek (dzsámi a Széchenyi téren és Kórház téren)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
5. Zsolnay Kulturális Negyed (Gyugyi Gyűjtemény, Zsolnay Mauzóleum stb.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
6. állandó múzeum, kiállítás megtekintése (pl.: Zsolnay, Csontváry, ..)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
7. Mecsextrém park	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
8. kulturális rendezvényen részvétel – szabadtéren (pl: Sétatér, Kossuth tér, Széchenyi tér)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
9. kulturális rendezvényen részvétel (pl: Kodály kp, egyéb fizetős koncertek, színházi előadás...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
10. Mecsek kirándulótutak, túrautak	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
11. Pécs Zoo, Aquarium – Terrárium	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
12. TV torony	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
13. Egyéb, éspedig	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

14. Mennyi pénzt költött pécsi tartózkodása során étkezésre, szolgáltatásokra (az ideutazás és a szállás költségét nem számítva)?

- | | | |
|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| 1. 0- 5000 Ft/ nap/fő | <input type="checkbox"/> | 0- 20 €/nap/fő |
| 2. 5 000 – 15 000 Ft/ nap/ fő | <input type="checkbox"/> | 20- 60 €/nap/fő |
| 3. 15 000 – nél több Ft/nap/fő | <input type="checkbox"/> | több mint 60 €/nap/fő |

15. Kérjük, tapasztalatai alapján értékelje az alábbiakat 1-től 5-ig terjedő skálán (1: elégtelen; 2: gyenge; 3: közepes; 4: jó; 5: kitűnő; 6: nincs információ róla)!

- | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|
| 1. A város megközelíthetősége | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 2. A városon belüli közlekedés minősége | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 3. Információs táblák, közlekedést segítő jelzések | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 4. A környezet tisztasága | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 5. Szórakozási lehetőségek | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 6. A lakosság segítőkészsége | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 7. A szolgáltatók segítőkészsége | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 8. Közbiztonság | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 9. A városról elérhető információ (weboldal, tájékoztató anyagok) | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 10. Parkolási lehetőségek, parkolási rendszer | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 11. A szálláshely színvonala | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 12. A város épített környezete | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 13. A vásárlási lehetőségek, kereskedelmi létesítmények | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 14. Kulturális programok | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |
| 15. Éttermek, bárók, vendéglátóipari egységek | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> | 6 |

16. Mi az a 3 dolog, ami eszébe jut Pécs nevének hallatán?

- 1.....
- 2.....
- 3.....

17. Ön szerint melyik meghatározás illik leginkább Pécsre?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. A gazdag történelmi múlt, a hagyományok és műemlékek városa | <input type="checkbox"/> 3. Püspöki város, vallási központ |
| <input type="checkbox"/> 2. Egyetemváros | <input type="checkbox"/> 5. Mecsek |
| <input type="checkbox"/> 4. Mediterrán hangulatok városa | <input type="checkbox"/> 7. Világörökségi város |
| <input type="checkbox"/> 6. A kultúra városa, a kultúra fővárosa | <input type="checkbox"/> 9. A turizmus, a fesztiválok városa |
| <input type="checkbox"/> 8. A gasztronómia és a bor városa | <input type="checkbox"/> 11. Egyéb, és pedig..... |
| <input type="checkbox"/> 10. Művészváros | |

18. Visszatérne-e Pécsre?

1. igen 2. nem

19. Ajánlaná-e ismerősének, barátjának a város meglátogatását?

1. igen 2. nem

Ha nem, miért?

.....
.....

20. Amikor hazatér, mi az az élmény, amit feltétlenül elmond Pécsről az ismerőseinek, családjának, barátainak?

.....
.....
.....

21. Hallott-e már az Irány Pécs! turisztikai kártyáról?

- igen nem

Ha igen:

22. Igénybe vette-e a kártyarendszer kedvezményeit?

- igen nem

Ha igen:

23. Mennyire elégedett-e a kártyarendszer szolgáltatásaival?

5. nagyon elégedett 4. elégedett 3. közepesen elégedett
 2. inkább elégedetlen 1. elégedetlen

24. Kora

1. 19 éves vagy fiatalabb 2. 20-25 éves 3. 26-35 4. 36-50
 5. 51-65 6. 65 felett

25. Neme

1. Férfi 2. Nő

26. Legmagasabb iskolai végzettsége

1. Általános iskola 2. Szakmunkásképző 3. Szakközépiskola
 4. Gimnázium 5. Felsőfokú

27. Foglalkozása

1. Fizikai alkalmazott 2. Szellemi alkalmazott 3. Vezető beosztású alkalmazott
 4. Vállalkozó 5. Hivatalnok 6. Nyugdíjas
 7. Háztartásbeli 8. Tanuló 9. Álláskereső

28. Jövedelmi helyzete, havi nettó jövedelme

1. 60 000 Ft alatt

2. 60 000 – 100 000 Ft

3. 100 000 – 150 000

Ft

4. 150 000 – 250 000 Ft

5. 250 000 Ft felett

29. Van-e ötlete, javaslata, amivel Pécsot vonzóbbá lehetne tenni a látogatók számára?

.....
.....
.....

Köszönjük válaszait!

Kérjük adja meg irányítószámát :..... (külföldi estében, írjuk be az országot is)

Kíván-e a jövőben Pécs turisztikai hírlevelet kapni? igen nem

Kérjük adja meg e-mail címét:

7. számú melléklet: a 2013-es Pécs turisztikai vendégek körének felmérésének angol nyelvű kérdőíve

No. □□□□

Questionnaire survey of the guests of the city of Pécs

Replying is voluntary!

Dear Guest!

The tourism organisation of the City of Pécs is making a questionnaire survey in order to get to know the travel habits of the guests. The results of the survey will be used to improve the tourism supply of the city and the quality of the services. Please, help our work with your replies!

1. How long are you staying in Pécs?

1. 1 day 2. 2 days 3. 3 days 4. 4 days or more

2. Today is your 1st/2nd/3rd/...th day in the city.

.....

3. What accommodation are you staying in?

1. hotel 2. boarding house
 3. tourist or youth hostel 4. home of relative or friend
 5. private accommodation (flat rented through a travel agency)
 6. private accommodation (flat rented from the owner)
 7. other:

4. How did you book the accommodation?

1. no booking in advance
 2. through travel agency or Tourinform office
 3. online booking system (e.g. booking.com)
 4. on the iranypecs.hu website
 5. by e-mail, directly at the accommodation
 6. by telephone or mail at the accommodation
 7. on KUPON website (e.g. Bónusz brigád etc.)

5. Did you arrive with a group or individually to Pécs?

1. with a group 2. individually

6. If individually, then ...

1. alone 2. with friends
 3. with spouse or partner 4. with spouse or partner and children
 7. other:

7. How did you get information about Pécs prior to your arrival? (If you have been to Pécs before, please, do not forget to mark 'Own experience') – several replies are possible

- 1. *previous own experiences*
- 2. *internet, from sites at.....*
- 3. *from what friends and acquaintances said*
- 4. *from brochures and publications*
- 5. *from travel guides*
- 6. *at tourism fairs*
- 7. *at a travel agency*
- 8. *from ads (radio, TV, giant poster, direct mail, other advertisement)*

8. During this present stay what sources of information have you used/will you use to get information and organise your programmes? (several replies are possible)

- 1. *internet*
- 2. *contacting the Tourinform office (by phone, mail, personally, website)*
- 3. *tourist map or brochure of the city*
- 4. *touchscreens (information tools) and signs at the squares of the city*
- 5. *mobile phone, or mobile phone applications*
- 6. *catalogues, travel guides*
- 7. *reception desk of the accommodation*
- 8. *other:.....*

9. What means of transport did you use for travelling here? (multiple choice is possible)

- 1. *Car*
- 2. *Motorcycle*
- 3. *Coach (public transportation)*
- 4. *Coach (with organised group)*
- 5. *Train*
- 6. *Bicycle*
- 7. *Other*

10. What is the main motivation of your travel?

- 1. *City sightseeing*
- 2. *Holiday, rest*
- 3. *Visiting friends or relatives*
- 4. *Business trip*
- 5. *Conference*
- 6. *Sport or hobby*
- 7. *Studying or study tour*
- 8. *Participation in cultural event*
- 9. *Use of medical service or beauty surgery service*
- 10. *Shopping*

11. During your stay here, are you planning to visit other settlement(s) than Pécs?

1. No
2. Yes, besides Pécs I am planning to visit another settlement in Baranya:
- Orfű Harkány Villány Siklós Mohács Bikal other:

12. What tourism services have you used/are you planning to use during your stay here?

	Have used	Going to use	Not going to use
1. accommodation	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
2. restaurant, catering, confectionery	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
3. city sightseeing – with the small street train	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
4. city sightseeing – with a guide	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
5. sports facilities (squash, tennis, swimming pool, ...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
6. rent a bicycle	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
7. local public transportation	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
8. taxi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

13. What tourism attractions have you visited/are you planning to visit during your stay here?

	Have visited	Going to visit	Not going to visit
1. World heritage site (Cella Septichora Visitor Centre)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
2. Cathedral, Bishop's Palace and Cathedral Museum	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
3. Synagogue	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
4. Turkish remains (Djami at Széchenyi Square and Kórház Square)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
5. Zsolnay Cultural Quarter (Gyugyi Collection, Zsolnay Mausoleum etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
6. permanent museum or exhibition (e.g.: Zsolnay, Csontváry, ..)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
7. Mecsextrém park	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
8. participation in cultural event – open-air (e.g: Sétatér – Pedestrians Square, Kossuth Square, Széchenyi Square)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
9. participation in cultural event (e.g: Kodály Centre, other paying concerts, theatre performance ...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
10. hiking trails, paths in the Mecsek mountains	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
11. Pécs Zoo, Aquarium – Terrarium	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

12. TV tower 1 2 3
13. Other: 1 2 3

14. How much money are you spending during your stay in Pécs for catering and services (excluding the expenses of your travel here and accommodation)?

1. 0- 5000 HUF/day/person 0 – 20 €/day/person
2. 5 000 – 15 000 HUF/ day/person 20 – 60 €/day/person
3. over 15 000 HUF/day/person over 60 €/day/person

15. Please, based on your experiences mark the following at a scale from 1-5 (1: unacceptable; 2: poor; 3: medium; 4: good; 5: excellent; 6: no information about it)!

- | | | | | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Accessibility of the city | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 2. Transportation within the city | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 3. Information signs, signs assisting traffic | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 4. Cleanliness of the environment | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 5. Entertainment facilities | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 6. Helpfulness of the local citizens | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 7. Helpfulness of the service providers | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 8. Public safety | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 9. Information on the city (website, information materials) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 10. Parking facilities, parking system | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 11. Quality of the accommodation | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 12. Built environment of the city | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 13. Shopping facilities, shopping centres | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 14. Cultural programmes | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 15. Restaurants, bars, catering facilities | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 16. Language skills of the local citizens | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| 17. Language skills of the service providers | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |

16. What are the 3 things that come to your mind when hearing the name ‘Pécs’?

- 1.....
- 2.....

3.....

17. What definition(s) do you think suit(s) Pécs the most?

- 1. *City of rich historical past, city of traditions and monuments*
- 2. *University city*
- 3. *Episcopal city, religious centre*
- 4. *City of Mediterranean moods*
- 5. *Mecsek Mountains*
- 6. *(Capital) city of culture*
- 7. *City of world heritage site*
- 8. *City of gastronomy and wine*
- 9. *City of tourists and festivals*
- 10. *Artists' city*
- 11. *Other:.....*

18. Would you return to Pécs?

- 1. *yes*
- 2. *no*

19. Would you recommend a visit to Pécs to your friends or acquaintances?

- 1. *yes*
- 2. *no*

If no, why?

.....
.....

20. When returning from your holiday, what are the experiences that you will definitely tell your acquaintances, family or friends about Pécs?

.....
.....
.....

21. Have you heard about the “Irány Pécs!” tourism card?

- yes
- no

If yes:

22. Have you used the benefits and discounts of the card system?

- yes
- no

If yes:

23. How much are you satisfied with the services of the card system?

- 5. *very satisfied*
- 4. *satisfied*
- 3. *neither satisfied nor unsatisfied*
- 2. *rather unsatisfied*
- 1. *unsatisfied*

24. Your age

- 1. *19 or younger*
- 2. *20-25 years old*
- 3. *26-35 years old*
- 4. *36-50 years old*
- 5. *51-65 years old*
- 6. *above 65 years of age*

25. Sex

- 1. *Male*
- 2. *Female*

26. Highest finished school education

- 1. *Primary school*
- 2. *Skilled worker training school*
- 3. *Vocational school*

8. számú melléklet: a 2013-es Pécs turisztikai vendégkörének felmérésének német nyelvű kérdőíve

No. □□□□□□□□

Fragebogenforschung bei den Gästen der Stadt Pécs

Die Beantwortung ist freiwillig!

Sehr geehrte Gäste!

Die touristische Organisation der Stadt Pécs führt eine Fragebogenforschung bei den Gästen der Stadt durch, um ihre Reisegewohnheiten kennenzulernen. Die Ergebnisse dieser Forschung helfen der Stadt ihr Tourismusangebot und die Qualität der Dienstleistungen zu verbessern. Bitte, helfen Sie unsere Arbeit mit Ihren Antworten!

1. Wie viele Tage verbringen Sie in Pécs?

1. 1 Tag 2. 2 Tage 3. 3 Tage 4. 4 Tage oder mehr

2. Den wievielten Tag verbringen Sie heute in der Stadt?

.....

3. Was für eine Unterkunft haben Sie gebucht?

1. Hotel 2. Pension
 3. Touristenherberge 4. Wohnung von Verwandten oder Bekannten
 5. (Privat)wohnung gemietet von dem Besitzer
 6. (Privat)wohnung gemietet durch ein Reisebüro
 7. Sonstiges:

4. Wie haben sie Ihre Unterkunft gebucht?

1. Keine Unterkunft vor der Reise gebucht
 2. Unterkunft durch ein Reisebüro gebucht
 3. Unterkunft online (z.B. booking.com) gebucht
 4. Unterkunft an der Seite iranypecs.hu gebucht
 5. Unterkunft durch E-Mail direkt bei der Beherbergungseinheit gebucht
 6. Unterkunft durch Telefon oder Brief direkt bei der Beherbergungseinheit
 7. Unterkunft an KUPON Seite (z.B. Bónusz brigád, usw.)

5. Sind Sie mit einer Gruppe oder in eigener Organisation nach Pécs gekommen?

1. Mit einer Gruppe 2. In eigener Organisation

6. Wenn in eigener Organisation, dann:

1. Allein 2. Mit Freunden
 3. Mit Ehegatte/Ehegattin oder Partner
 4. Mit Ehegatte/Ehegattin oder Partner und Kindern
 5. Sonstiges

7. Wie haben Sie vor Ihrer Reise von Pécs Informationen gesammelt? (Wenn Sie schon in Pécs gewesen sind, bitte, markieren Sie Ihre eigenen Erfahrungen) – mehrere Antworten sind möglich

- 1. eigene vorherige Erfahrungen
- 2. Internet Seiten:
- 3. aus den Berichten von Freunden oder Bekannten
- 4. aus Broschüren, Publikationen
- 5. aus Reiseführern
- 6. in Tourismus- Messen
- 7. im Reisebüro
- 8. aus Werbungen (Rundfunk, Fernseher, Riesenplakat, Direktbrief, andere Anzeigen)

8. Während Ihres Aufenthalts, was für Informationsquellen verwenden Sie zur Orientierung, und zur Organisierung Ihrer Programme? (mehrere Antworten sind möglich)

- 1. Internet
- 2. Besuch des Tourinform Büros (Telefon, Brief, persönlich, Webseite)
- 3. Touristischer Stadtplan, Prospekte
- 4. Touchscreen und andere Informationsmittel auf den Plätzen der Stadt
- 5. Mobiltelefone, bzw. Mobiltelefon-Applikationen
- 6. Kataloge und Reisebücher
- 7. Rezeption der Unterkunft
- 8. Sonstiges:

9. Was für Verkehrsmittel haben Sie in Anspruch genommen um nach Pécs zu reisen? (mehrere Optionen sind möglich)

- 1. PKW
- 2. Motorrad
- 3. Fahrplanmäßiger Autobus
- 4. Autobus (organisierte Gruppenreise)
- 5. Zug
- 6. Fahrrad
- 7. Sonstiges

10. Was ist die Hauptmotivation Ihrer Reise?

- 1. Stadtbesuch
- 2. Urlaub
- 3. Besuch von Freunden, Bekannten
- 4. Geschäftsreise
- 5. Teilnahme an einer Konferenz
- 6. Sport und Hobby
- 7. Lernen, Studienreise
- 8. Teilnahme an Kulturprogrammen
- 9. Medizinische Dienstleistungen oder Schönheitsoperation
- 10. Einkauf

11. Planen Sie während Ihres Aufenthalts, außer Pécs auch andere Siedlungen zu besuchen?

1. Nein, keine Pläne
2. Ja, außer Pécs möchte ich andere Siedlung(en) in Baranya besuchen:
- Orfű Harkány Villány Siklós Mohács Bikal Sonstiges.....

12. Was für touristische Dienstleistungen haben sie in Anspruch genommen oder planen Sie zu besuchen Während Ihres Aufenthalts in Pécs?

	Schon benutzt	Will benutzen	Will nicht benutzen
1. Unterkunft	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
2. Restaurant, Bewirtung, Konditorei	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
3. Stadtbesuch mit der kleinen Stadtbahn	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
4. Stadtbesuch mit Stadtbegleiter vor Ort	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
5. Besuch von Sportobjekten (Squash, Tennis, Schwimmbad, ...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
6. Fahrradmietung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
7. Örtlicher öffentlicher Verkehr	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
8. Taxi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

13. Was für touristische Attraktionen haben Sie besucht oder möchten Sie besuchen Während Ihres Aufenthalts in Pécs?

	Schon besucht	Will besuchen	Will nicht besuchen
1. Welterbe Denkmale (Besucherzentrum Cella Septichora)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
2. Kathedrale, Bischofspalast, Dommuseum	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
3. Synagoge	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
4. Türkische Denkmäler (Moschee auf dem Széchenyi Platz und Kórház Platz)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
5. Zsolnay Viertel (Gyugyi Sammlung, Zsolnay Mausoleum usw.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
6. Ständiges Museum, Ausstellung (z.B. Zsolnay, Csontváry, ..)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
7. Mecsextrém Park	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
8. Teilnahme an Kulturprogrammen – im Freien (z.B: Séta Platz, Kossuth Platz, Széchenyi Platz)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
9. Teilnahme an Kulturprogrammen (z.B: Kodály Zentrum, andere Konzerten, Theateraufführungen...) gegen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

Bezahlung

- 10. Wanderwege im Mecsek Gebirge 1 2 3
- 11. Pécs Zoo, Aquarium – Terrarium 1 2 3
- 12. TV Turm 1 2 3
- 13. Sonstiges: 1 2 3

14. Wie viel Geld haben Sie Während Ihres Aufenthalts in Pécs für Essen und andere Dienstleistungen (außer der Kosten für Anreise und Unterkunft) ausgegeben?

- 1. 0- 5000 Ft/Tag/Person 0- 20 €/ Tag/Person
- 2. 5 000 – 15 000 Ft/Tag/Person 20- 60 €/ Tag/Person
- 3. mehr als 15 000 Ft/Tag/Person mehr als 60 €/Tag/Person

15. Bitte, bewerten Sie nach Ihren Erfahrungen die Folgenden von 1 bis 5 (1: unbefriedigend; 2: schwach; 3: mittelmäßig; 4: gut; 5: ausgezeichnet; 6: keine Informationen darüber)!

- 1. Erreichbarkeit der Stadt 1 2 3 4 5 6
- 2. Qualität des Verkehrs innerhalb der Stadt 1 2 3 4 5 6
- 3. Informationsschilder, Wegweiser 1 2 3 4 5 6
- 4. Sauberkeit der Umgebung 1 2 3 4 5 6
- 5. Vergnügungsmöglichkeiten 1 2 3 4 5 6
- 6. Hilfsbereitschaft der Ortsbewohner 1 2 3 4 5 6
- 7. Hilfsbereitschaft der Dienstleistungsbetriebe 1 2 3 4 5 6
- 8. Öffentliche Sicherheit 1 2 3 4 5 6
- 9. Informationen über die Stadt (Webseite, Informationsmaterialien) 1 2 3 4 5 6

Informationsmaterialien)

- 10. Parkplätze, PKW Parkingsystem 1 2 3 4 5 6
- 11. Qualität der Unterkunft 1 2 3 4 5 6
- 12. Gebaute Umgebung der Stadt 1 2 3 4 5 6
- 13. Einkaufsmöglichkeiten, 1 2 3 4 5 6

Handelseinrichtungen

- 14. Kulturelle Programme 1 2 3 4 5 6
- 15. Restaurants, Bars, Gastgewerbeeinheiten 1 2 3 4 5 6
- 16. Sprachkenntnisse der Ortsbewohner 1 2 3 4 5 6
- 17. Sprachkenntnisse der 1 2 3 4 5 6

Dienstleistungsbetriebe

16. Was sind die 3 Dinge, die Ihnen einfallen, wenn Sie den Namen ‘Pécs’ hören?

- 1.....
- 2.....

3.....

17. Welche Definition passt Pécs Ihrer Meinung nach am besten?

- 1. Stadt der reichen historischen Vergangenheit, Traditionen und Denkmäler
- 2. Universitätsstadt
- 3. Bischöfliche Stadt, religiöses Zentrum
- 4. Stadt mit mediterraner Atmosphäre
- 5. Mecsek Gebirge
- 6. (Haupt)Stadt der Kultur
- 7. Stadt des Welterbe
- 8. Stadt der Gastronomie und des Weines
- 9. Stadt des Tourismus und Festivals
- 10. Künstlerstadt
- 11. Sonstiges:.....

18. Würden Sie nach Pécs wiederkommen?

- 1. ja
- 2. nein

19. Würden Sie Ihren Bekannten und Freunden empfehlen, Pécs zu besuchen?

- 1. ja
- 2. nein

Wenn nein, warum?

.....
.....

20. Welche Erlebnisse werden Sie unbedingt Ihren Bekannten, Ihrer Familie oder Freunden über Pécs erzählen, nachdem Sie zu Hause ankommen?

.....
.....

21. Haben Sie schon von der „Irány Pécs!“ touristischen Karte gehört?

- ja
- nein

Wenn ja:

22. Haben Sie die Ermäßigungen des Kartensystems in Anspruch genommen?

- ja
- nein

Wenn ja:

23. Wieweit sind Sie mit den Dienstleistungen des Kartensystems zufrieden?

- 5. sehr zufrieden
- 4. zufrieden
- 3. mittelmäßig zufrieden
- 2. eher unzufrieden
- 1. unzufrieden

24. Ihr Alter

- 1. 19 Jahre alt oder jünger
- 2. 20-25 Jahre alt
- 3. 26-35 Jahre alt
- 4. 36-50 Jahre alt
- 5. 51-65 Jahre alt
- 6. über 65 Jahre alt

25. Ihr Geschlecht

- 1. Männlich
- 2. Weiblich

26. Höchste Schulqualifizierung

- 1. Grundschule
- 2. Facharbeiterschule
- 3. Fachmittelschule
- 4. Gymnasium
- 5. Hochschule oder Universität

27. Ihr Beruf

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. <i>Physischer Arbeiter</i> | <input type="checkbox"/> 2. <i>Geistige Angestellte</i> | <input type="checkbox"/> 3. <i>Angestellte in Führungsposition</i> |
| <input type="checkbox"/> 4. <i>Unternehmer</i> | <input type="checkbox"/> 5. <i>Beamte</i> | <input type="checkbox"/> 6. <i>Rentner</i> |
| <input type="checkbox"/> 7. <i>Im Haushalt</i> | <input type="checkbox"/> 8. <i>Schüler, Student(in)</i> | <input type="checkbox"/> 9. <i>Arbeitslos</i> |

28. Ihr Einkommensposition, netto Monatseinkommen

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. <i>weniger als € 500</i> | <input type="checkbox"/> 2. <i>€ 500 – 1 000</i> | <input type="checkbox"/> 3. <i>€ 1 000 – 1 500</i> |
| <input type="checkbox"/> 4. <i>€ 1 500 – 2 500</i> | <input type="checkbox"/> 5. <i>über € 2 500</i> | |

29. Haben Sie Ideen, Empfehlungen, wie Pécs für die Gäste attraktiver gemacht werden kann?

.....

.....

.....

Danke für Ihre Antworten!

Bitte geben Sie Ihre Postleitzahl (und das Land)

..... an

Möchten sie in der Zukunft touristische Informationsblätter über Pécs bekommen?

ja nein

Bitte geben Sie Ihre E-Mail

Adresse.....

.... an

9. számú melléklet: a pécsi esettanulmányt kiegészítő interjú

Tisztelt... !

Arra kérném Önt, mint a desztináció turizmusának gyakorlati szakemberét, hogy az alábbi kérdőív kitöltésével segítse doktori disszertációm elkészítését.

A. Marketing kérdéscsoport

1. Jellemezze Pécs városának turisztikai marketingjét és annak elemeit!
2. Milyen marketingcsatornákon éri el a város rá irányuló valós és potenciális turisztikai keresletet?
3. Véleménye szerint Pécs megjelenik önálló márkaként a hazai és a nemzetközi idegenforgalmi piacon?
4. Milyen fejlesztések révén javulhatna a város marketingkommunikációja?

B. Desztináció menedzsment kérdéscsoport

1. Kérem értékelje a pécsi desztináció menedzsment szervezet tevékenységét, annak hatékonyságát?
2. A desztináció szolgáltatóinak mekkora hányadát tömöríti a szervezet?
3. Milyen módszerekkel lehetne növelni a részarányt?
4. Milyen fejlesztéseket lehetne végrehajtani a hatékonyabb idegenforgalmi menedzsment tevékenység eléréséhez?

C. Idegenforgalmi kereslet kérdéscsoport

1. Kérem becsülje meg Pécs kirándulóforgalmának nagyságát, annak időbeli változásait és trendjeit!
2. Véleménye szerint a város és annak turisztikai szolgáltatásai ki tudják-e elégíteni a településre érkező kirándulók igényeit?
3. Véleménye szerint mekkora az a kirándulóforgalom, amekkora nagyságrendnél még problémamentesen zajlana a város turizmusa?

Köszönettel,
Marton Gergely

10. számú melléklet: A Dráva-mente járásai és települései

1. Csurgói járás

1. Berzence
2. Csurgó
3. Csurgónagymarton
4. Gyékényes
5. Iharos
6. Iharosberény
7. Inke
8. Órtilos
9. Pogányszentpéter
10. Porrog
11. Porrogszentkirály
12. Porrogszentpál
13. Somogybükkösd
14. Somogycsicsó
15. Somogyudvarhely
16. Szenta
17. Zákány
18. Zákányfalu

2. Nagyatádi járás

19. Bakháza
20. Bolhás
21. Görgeteg
22. Háromfa
23. Kaszó
24. Lábod
25. Rinyabesenyő
26. Rinyaszentkirály

27. Somogyszob
28. Tarany

3. Barcsi járás

29. Babócsa
30. Barcs
31. Bélavár
32. Bolhó
33. Csokonyavisonta
34. Darány
35. Drávagárdony
36. Drávatamási
37. Heresznye
38. Homokszentgyörgy
39. Istváandi
40. Kálmánca
41. Kastélyosdombó
42. Komlósd
43. Lad
44. Lakócsa
45. Patosfa
46. Péterhida
47. Potony
48. Rinyaújlak
49. Rinyaújnép
50. Somogyaracs
51. Szentborbás
52. Szulok
53. Tótújfalu
54. Vízvár

4. Szigetvári járás

55. Bánfa
56. Bürüs
57. Dencsháza
58. Endrőc
59. Gyöngyösmellék
60. Hobol
61. Katádfa
62. Kétújfalu
63. Kisdobsza
64. Kistamási
65. Molvány
66. Nagydobsza
67. Nemeske
68. Pettend
69. Rózsafa
70. Szentegát
71. Szörény
72. Teklafalu
73. Tótszentgyörgy
74. Várad
75. Zádor

5. Szentlőrinci járás

76. Gyöngyfa
77. Sumony

6. Sellyei járás

78. Adorjás

79. Baksa
80. Baranyahídvég
81. Besence
82. Bogádmindszent
83. Bogdása
84. Csányoszró
85. Drávafok
86. Drávaiványi
87. Drávakeresztúr
88. Drávasztára
89. Felsőszentmárton
90. Gilvánfa
91. Hegyszentmárton
92. Hirics
93. Kákics
94. Kemse
95. Kisasszonyfa
96. KISSZENTMÁRTON
97. Kórós
98. Lúzsok
99. Magyarmecske
100. Magyartelek
101. Markóc
102. Marócsa
103. Nagycsány
104. Okorág
105. Ózdfalu
106. Páprád
107. Piskó
108. Sámod
109. Sellye
110. Sósvertike
111. Tengeri
112. Tésény

- 113. Vajszló
- 114. Vejtí
- 115. Zaláta

7. Siklósi járás

- 116. Alsószentmárton
- 117. Babarcszőlős
- 118. Cún
- 119. Diósvizsló
- 120. Drávacsehi
- 121. Drávacsepely
- 122. Dráwapalkonya
- 123. Dráwapiski
- 124. Drávaszabolcs
- 125. Drávaszerdahely
- 126. Gordisa
- 127. Ipacsfa
- 128. Kémes
- 129. Kisdér
- 130. Kovácshida
- 131. Márfa
- 132. Matty
- 133. Rádfalva
- 134. Siklósbodony
- 135. Szaporca
- 136. Tésenfa