

BARANYA VÁRMEGYE TURIZMUSFEJLESZTÉSI STRATÉGIÁJA I. KÖTET

2022-2030



MESÉS MECSEK
TÉRSÉGI TURISZTIKAI TÁRSULÁS



A tanulmányt készítette az:



MSB Fejlesztési Tanácsadó Zrt.

TARTALOMJEGYZÉK

1. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

1.1. A turizmus jövőjét meghatározó legfontosabb globális trendek és kihívások	7
1.1.1. A turizmus globális tendenciái a COVID-19 előtt	7
1.1.2. A pandémia által okozott főbb változások, új irányok	9
1.2. A Fejlesztési Program célrendszere	10
1.3. A Fejlesztési Program célrendszerének illeszkedése	11
1.4. A Fejlesztési Program eszközrendszere és finanszírozási forrásai	11
1.5. A Fejlesztési Program indikátor-rendszere	12
1.6. A Fejlesztési Programot megvalósító intézmények, szervezetek	12
1.7. A Fejlesztési Program tervezésének folyamata, időtávja, felépítése, módszertana	12

2. HELYZETELEMZÉS

2.1. Desztinációs szemléleten alapuló termék-, attrakció és alapinfrastruktúra-fejlesztés	15
2.1.1. Pécs-Villány turisztikai térség versus Baranya megye. Térségi lehatárolások desztinációs megközelítésben	15
2.1.2. Baranya megye legfontosabb turisztikai terméktípusai	17
2.1.3. A „Baranya megye” turisztikai desztináció lehetséges megújulási irányai	18
2.2. A turizmus jelentősége világszinten, valamint a turizmus teljesítményét befolyásoló tényezők	20
2.2.1. A nemzetközi turisztikai trendek csoportosítása és legújabb fogyasztói magatartás befolyásoló irányai	20
2.2.2. A nemzetközi turizmus legfontosabb térbeli trendjei	23
2.2.3. Magyarország turizmusának alakulása	26
2.3. Baranya turizmusának vizsgálata a kínálat és a kereslet tükrében	30
2.3.1. A beutazó turizmus jellemzői és alakulása	31
2.3.2. Baranya megye turisztikai termékei desztinációnként	34
2.3.3. Több desztinációt érintő tematikus utak, komplex turisztikai termékek	44
2.3.4. Több desztinációban jelen lévő Duna-Dráva Nemzeti Park és a Mecsekerdő Zrt.	45
2.3.5. A szálláshely infrastruktúra megyei helyzete, fejlesztés irányai	49
2.4. Meghatározó megyei/térségi/helyi jelentőségű turisztikai vállalkozások helyzete, fejlesztési irányai, céljai, és ezek értékláncba szervezésének lehetőségei	64
2.4.1. Jelentősebb települések fejlesztési elképzelése	65

Megrendelő:

Baranya Vármegyei Önkormányzat
Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara
Mesés Mecsek Térségi Turisztikai Társulás

A Stratégiát készítették:

MSB Fejlesztési Tanácsadó ZRt.
Dr. Madár Péter
Miklós Mónika
Cseke Bence
Madár Miklós
Dr. Csapó János
Dr. Gonda Tibor
Dr. Ruzinkó Ádám
Donka Attila
Ferling József

2.4.2. További attrakciók fejlesztési tervei	67
2.4.3. Szálláshelyek és éttermek fejlesztési tervei	70
2.4.4. Tervezett fürdőfejlesztések	70
2.5. A turizmust kiszolgáló, támogató erőforrások értékelése Baranya megyében	72
2.5.1. A közlekedési infrastruktúra értékelése a turizmus szempontjából	72
2.5.2. A közlekedési infrastruktúra hiányosságai	75
2.5.3. Emberi erőforrások: munkaerőpiac és képzés	80
3. A FEJLESZTÉSI PROGRAM CÉLRENDSZERE	
3.1. Vízió	89
3.2. Stratégiai célok	90
3.3. Desztináció alapú termék- és attrakciófejlesztés, alpinfrastruktúra-fejlesztés	90
3.3.1. Hálózatos és horizontális projektek, fejlesztési célok	93
3.3.2. Tematikus turisztikai hálózatfejlesztés Baranyában	97
3.4. A desztináció imázsának kialakítása, márkaépítés (esetleg projektötletek, operatív javaslatok)	111
3.5. Együttműködés, intézmények	112
3.6. Horizontális célkitűzések	113
3.7. A Fejlesztési Program eszközrendszere	113
3.7.1. Fejlesztési eszközök, azok lehetséges forrásai	113
3.7.2. Oktatáshoz, képzéshez kapcsolódó eszköztár	113
3.7.3. Horizontális célok megvalósítását szolgáló eszköztár	114
4. A MEGVALÓSÍTÁS	
4.1. Alapelvek, indikátorok	119
4.2. Ütemezés	119
4.3. Nemzetközi jó gyakorlatok bemutatása, turisztikai klaszterek, működési alapelvek és jó gyakorlatok	120
4.3.1. A turisztikai desztinációk menedzselésének alapjai	120
4.3.2. Jó gyakorlatok	127
4.4. Intézményi háttér	134
4.5. A márkaépítési, marketingkommunikációs és marketingkutatási tevékenységek értékelése Baranya megyében	135

5. KOCKÁZATELEMZÉS	
5.1. Globális, külső kockázatok	139
5.2. Hazai társadalmi-gazdasági-környezeti kockázatok	142
5.3. Intézményi kockázatok	144
5.4. Finanszírozási kockázatok	144
6. MEGYEI JELENTŐSÉGŰ (ZÁSZLÓSHAJÓ) PROGRAMCSOMAG JAVASLATOK	147
7. MELLÉKLETEK (KÜLÖN II. KÖTETBEN)	149
8. ÁBRÁK JEGYZÉKE	151
9. TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	155

1

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

1.1. A TURIZMUS JÖVŐJÉT MEGHATÁROZÓ LEGFONTOSABB GLOBÁLIS TRENDEK ÉS KIHÍVÁSOK

A stratégia különleges időben készül több szempontból is. Egyrészt a 2019-ben induló COVID-19 járvány jelentős törést hozott a turisztikai trendekben is, és szétválasztja az időt COVID előtti és azutáni időszakra. Hatása oly mértékben jelentős, hogy még manapság sem tudhatjuk egyértelműen, hogy hosszú távon milyen változások elé nézünk. Ugyanakkor egyértelművé vált mára, hogy a turisták döntéseinek hátterét, motivációit alapvetően megváltoztatta. A tervezési munkát tovább nehezíti a szomszédban zajló háború, az energiaválsággal kapcsolatos külső körülmények is. Utóbbi következményei még megjósolhatatlanok, ugyanakkor az tisztán látszik, hogy a jelentős, elmaradott infrastruktúrát működtető piaci szereplők szinte megoldhatatlan üzemeltetési nehézségek elé néznek. A stratégia 2022-2030 időtávra készül. Hosszú távra meghatározott célkitűzéseink nem elsősorban a pillanatnyi nehézségek viszonyrendszere alapján fogalmazzuk meg, hanem azon értékek mentén, melyekre építeni lehet Baranya megye turizmusának jövőképét. Krízis helyzetben stratégiát alkotni nem egyszerű feladat, ugyanakkor a készítőik alapvető szemléletét meghatározza az a gondolat, hogy minden válságnak egyszer vége lesz. Alapvető dolgunk arra koncentrálni, hogy a helyzet változása, esetleg javulása esetén legyenek a tarsolyunkban olyan gondolatok, javaslatok, melyek segíthetnek az újraindításban, kiutat mutathatnak mind a turisztikai szolgáltatók, gazdasági szereplők, mind pedig a turisták számára.

1.1.1 A TURIZMUS GLOBÁLIS TENDENCIÁI A COVID-19 ELŐTT

Globális kontextusban elmondható, hogy az elmúlt 20 évben felgyorsuló technológiai fejlődés, ezen belül is főként az infokommunikációs és logisztikai ágazatok átalakulásának eredményeként a turizmus mára az egyik legmeghatározóbb gazdasági tevékenységgé vált, mely a fejlődő és fejlett országokat, régiókat egyszerre képes dinamizálni a bennük rejlő desztinációs vonzerők kiaknázásával. Mindezt az ENSZ Turisztikai Világszervezetének (UNWTO) statisztikái egyértelműen alátámasztják. Eszerint 2019-ben, **a COVID-19 világjárványt megelőző években a globális turizmus volumene a látogatók számának tekintetében éves szinten 4-6 százalékkal, fiskális értelemben pedig 3-5 százalékkal (a globális gazdaság növekedését meghaladó ütemben) növekedett.** A tendencia eredményeként 2019-re a globális turizmusban résztvevők száma elérte az 1,5 milliárd főt, míg a teljes éves forgalom értéke (beleértve az utazásra fordított kiadásokat is) meghaladta az 1700 milliárd dollárt.¹

A forgalmi trendek mellett azonban az elmúlt két évtized viszonylatában egy másik, az előbbiekkal szorosan összefüggő tendencia is kibontakozott, mely a **turisztikai desztinációk globális skálájának kibővülésében** öltött testet. Mindebben úttörő makrotérsgként Ázsiát és a csendes-óceáni területeket (*Asia and the Pacific*) azonosíthatjuk, ahol 2010 és 2018 között a turizmus pénzügyi és látogatói forgalma 7 százalékot meghaladó mértékben bővült, míg az adiggi éllavas Európában a növekedés mértéke összességében 5 százalék körülire volt taksálható. A globális átalakulás eredményeként Ázsiában olyan tőkeerős és jövedelmező turisztikai desztinációk emelkedtek ki (pl. Doha, Dubai, Szingapúr, Vietnám, Fülöp-szigetek stb.) melyek professzionálizált desztinációs marketing intézményeikkel, valamint világszinten optimalizált széleskörű marketing tevékenységeikkel egyre nagyobb szeletet hasítanak ki magunknak a világturizmus egészéből, mely Európai versenytársaikat fokozódó versenyre és tőkeigényesebb beruházásokra kényszeríti.

¹ <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

Mindennek azonban nem csak globális és kontinentális, hanem mikroregionális méretekben is interpretálható kapcsolódásai is léteznek, mely szempontok figyelembevétele Baranya megye turizmusfejlesztésében is kiemelt jelentőséggel bír. Ebben a tekintetben – a nemzetközi jó gyakorlatok tapasztalatai alapján – az egyik legfőbb szempont, hogy a turizmus globális ágazattá történő alakulásával, professzionalizálódásával **csakis olyan térségek alkalmasak nemzetközi szinten is értelmezhető turisztikai kínálatot és forgalmat generálni (ezzel versenyben maradni), melyek képessé válnak magukat hálózatba szervezve térségi turisztikai identitás- és márkaépítést megvalósítani, továbbá az ezt szolgáló intézményrendszert kialakítani és konszolidálni.** Klaszterszerveződés nélkül ugyanis az adott terület turizmusfejlesztését döntő mértékben továbbra is az egymással többnyire nem összefüggő pontszerű, vagy éppen duplikált fejlesztések fogják meghatározni, mely a versenyképes turisztikai márkaépítésnek és az adott térség turisztikai promóciójának kilátásait nagy mértékben rombolja.

Összességében megállapítható, hogy jelenleg **Magyarországon kizárólag Budapest, valamint a Balaton térsége számít nemzetközi szinten is érdemi forgalommal rendelkező desztinációnak a Magyar Turisztikai Ügynökség által nevesített 11 hazai turisztikai térség közül.** A KSH 2019-es kimutatásai alapján elmondható, hogy Budapest és a Balaton térsége együttesen a külföldi turisták hazánkban – kereskedelmi szálláshelyeken – eltöltött vendégéjszakáinak 72,4 százalékát (Budapest 60,1%, Balaton térsége 10,3%) generálják, mely a magyar turizmus szerkezetén belül területi aránytalanságokra világít rá.² Ezzel ellentétben azonban az UNWTO statisztikákból pozitívként olvasható ki, hogy **2018-ban Magyarország az európai turizmus (beleértve Törökországot, a Kaukázus térségét és a posztsovjét államokat) vendégforgalmának 2,4 százalékát, pénzügyi forgalmának pedig 1,2 százalékát generálta, mely a vendégmutatók esetében Hollandiával, a pénzügyi forgalom tekintetében pedig Csehországgal helyez minket közös szintre, nagyságrendileg az európai középmezőny porondján.**

Ebből arra következtethetünk, hogy a forgalmi mutatóink tekintetében Magyarország iránt relatíve erős kereslet mutatkozik a külföldi turisták körében, ugyanakkor **a vidéki desztinációk kiaknázatlansága, alulhasznosíthatósága, valamint a gyenge térségi kooperációs szisztémák (klaszterek, TDM együttműködések) miatt Magyarország területeinek zöme a külföldi turisták – s részben a hazai turisták – forgalmából rendkívül korlátozott mértékben részesül.** Éppen ezért Baranya megye hosszú távú turizmusfejlesztésében fontos kiemelt figyelmet fordítani olyan térségi kooperációs intézményrendszer és vállalati ökoszisztéma kialakítására, mely a jövőben hatékonyabban vállalkozhat a megye turisztikai forgalmának élénkítésére versenyképes márkaépítés, professzionálisabb marketingtevékenység és keresletet generáló hálózatos desztinációfejlesztés megvalósításán keresztül.

Az ehhez szükséges szakpolitikai döntések előkészítését támogatandó, jelen tanácsadói anyag célja, hogy a releváns döntéshozókat és ágazati szereplőket működési alapelvek és jó gyakorlatok bemutatásával inspirálja, orientálja a megyei turisztikai együttműködési keretrendszer alapjainak lefektetésében, illetve a szisztéma hosszútávú működtetésében, mely Baranya számára versenyképesebb, prosperálóbb turisztikai növekedési pálya elérését tenné lehetővé. A nemzetközi jó gyakorlatok részletes bemutatását a stratégia 4.3. fejezete tartalmazza.

² <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/2019/index.html#terletisszehasonlits>

1.1.2 A PANDÉMIA ÁLTAL OKOZOTT FŐBB VÁLTOZÁSOK, ÚJ IRÁNYOK

A pandémia számos fontos változást hozott a turisztikai szektorban is.³ A válság a szektorban főként abból eredeztethető, hogy a turisták és a szolgáltatók biztonság érzetét „támadta” meg, így ebből adódóan a keresleti és a kínálati oldalon is krízis helyzetet idézett elő.

A turizmust szokták úgy is emlegetni, hogy a „béke iparága”. Az elnevezés nem csak arra utal, hogy egyfajta békeközlő szerepet tölt be, hanem arra is, hogy a turisták előnyben részesítik azokat a helyeket, ahol biztonságban érezhetik magukat, ez pedig versenyképességi tényezővé is vált. A COVID-19 járvány ennek is valamelyest újfajta értelmezést adott és az utazási szokásokban is változást eredményezett.

- Megjelent az utazás halasztása, törlése.
- Felértékelődött a saját (biztonságos) tulajdonú, pihenésre alkalmas ingatlan megléte. Családon belüli nyaraló, vagy akár egy jobban felszerelt kertes ház. Ez leginkább az ingatlan piacra volt hatással.
- Olyan utazási célpontot szívesebben választanak az emberek, ahol lehetőség szerint szeparálódni tudnak. A tömegturizmus kevésbé lett vonzó. Az egymástól való távolságtartás lehetősége igény lett, mely beépült az emberek viselkedésébe is az utazások során.
- Az egyénileg szervezett utazások is nagyobb teret kaptak. A költségtakarékosság igényének fokozódása is emellett szól, továbbá az utazók így próbálják meg jobban az egyéni igényekhez szabni az utazási programot, és egyben a nagyobb „térigényüket” is kielégíteni.
- Az aktív, szabadidős turizmus, az egyénileg szervezett kirándulás olyanoknál is előtérbe tudott kerülni, akik korábban nem érdeklődtek a természeti értékek iránt.
- Nagyobb érdeklődésre tartanak számot azok a szolgáltatások a turisták körében, melyek segítik az érintésmentességet az utazás előkészítése és folyamata során (fizetés, elektronikus foglalási rendszerek, tájékozódást segítő applikációk és informatikai megoldások). A digitális megoldási rendszerek ezzel együtt rohamosan tudnak fejlődni.
- A pandémia alatt a külföldi turisták egy része eltűnt hazánkából. Kérdéses, hogy a megváltozott szokások mellett ők mennyire szerezhetőek vissza a megye szolgáltatói által, hogyan és mivel tudjuk őket visszacsábítani.
- Az utazások ciklusa is megváltozott. Többet utaznak az emberek, ugyanakkor jellemzőbb a rövidebb utazás, hosszú hétvégzések. Ennek megfelelően az utazások megtervezése sem hosszú idővel korábban történik meg, hanem rövidebb idővel az utazás előtt (tehát a tervezhetőség ideje is csökkent, ez által a szolgáltatóknak is sokkal felkészültebbnek kell lenni a kapacitások és akciók tervezésében is).

A fenti tapasztalatok szinte mindegyikéről szót ejtettek a munkacsoportokban résztvevő szolgáltatók, vagy interjúalanyok. A szokásokban történt változás egy része nem tűnik el nyomtalanul, hanem megmarad velünk, és beépül, új szokásokat eredményez és új igényeket, melyekre a piacnak válaszolni érdemes. A külső hatások miatt bekövetkező változások ellen a szereplők keveset, vagy semmit sem tudnak tenni. Alapvető feladatuk ilyenkor a változások lekövetése az életben maradásuk érdekében.

Baranya megyei adottságait tekintve számtalan olyan értékre tud építkezni, melyek a megváltozott fogyasztói magatartáshoz jobban illeszthető turisztikai kínálatot tud megjeleníteni (például sok helyen érintetlen és csodálatos természeti környezet, vidéki turizmus, kiépített erdei turisztikai utak sokasága, stb.). A stratégia végrehajtásában szerepet vállaló intézményeknek egyik feladatuk, hogy ezeket rendszerbe szedve, támogató környezetet biztosítva számukra több vendéghez jusson el az információ a megyéről, a szolgáltatókról.

³ Raffay Zoltán: A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására (https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/008_A%20COVID-19%20jarvany%20hatasa%20a%20turistak%20fogyasztoi%20magatartasanak%20valtozasara.pdf)

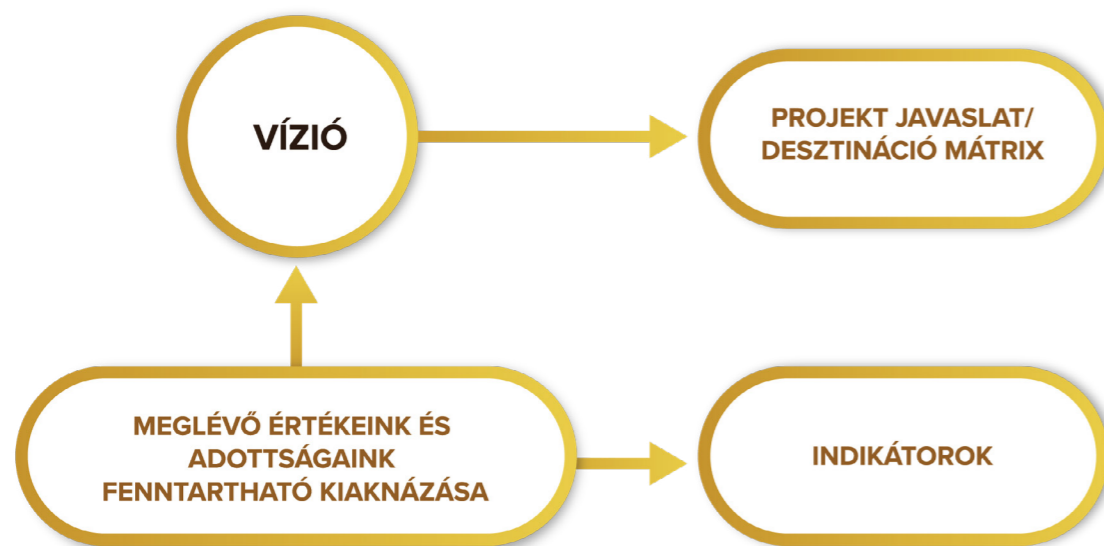
1.2. A FEJLESZTÉSI PROGRAM CÉLRENDSZERE

A program alapvető célja Baranya megye megfelelő szintre emelése az ország turisztikai célterületei között. A helyzetelemzésben feltárt tényadatok egyértelműen rávilágítanak arra, hogy a megye adottságai és értékei alapján többre hivatott a turizmus ágazatban.

A Fejlesztési Program célrendszerét ennek megfelelően határoztuk meg. Olyan reális, de minden területet érintő és átfogó célokat fogalmaz meg a stratégia, mely végső soron a megfogalmazott vízió elérését teljesíti hosszú távon. A stratégia további 3.4. fejezetében bemutatott konkrét programok megfogalmazása a céloknak történő alárendelés eredményeképpen született meg. Olyan átfogó, megyére kiterjedő illetve azon is túlmutató hatású projektek kerültek megfogalmazásra, melyek térségi szemléletet tükröznek, nagyrészt már meglévő adottságokra, infrastruktúrára építenek, és fenntartható turisztikai fejlesztéseket jelenítenek meg.

Baranya megye turizmusfejlesztési stratégiája a *Magyar Turisztikai Ügynökség desztinációs szemléleten alapuló termék- és attrakciófejlesztésre, továbbá a turisztikai alpinfrastruktúra-fejlesztésre* irányuló iránymutatásainak figyelembevételére is jelentős hangsúlyt helyez. Programunk célrendszerének gondolati alapjait a következő ábra szemlélteti.

1. ábra: Vízió alkotási folyamat



VÍZIÓ: BARANYA MEGYE TURIZMUSÁNAK A KINCSES BARANYA KONCEPCIÓ MENTÉN ANNAK SOKSZÍNŰSÉGÉN, HAGYOMÁNYAIN ÉS BELSŐ ÉRTÉKEIN ALAPULÓ FELELŐS, FENNTARTHATÓ, VERSENYPÉPES ÉS OKOS TURIZMUSFEJLESZTÉSE

A fejlesztési program célrendszerét a 3. fejezet mutatja be részletesen.

1.3. A FEJLESZTÉSI PROGRAM CÉLRENDSZERÉNEK ILLESZKEDÉSE

Országos szintű illeszkedés: a stratégia víziója és céljai szervesen illeszkednek a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia által meghatározott célokhoz, figyelembe véve Baranya megye egyediségét. Emellett a készítés során figyelembe vettük, és alapvetésként elfogadtuk a megyében található egyetlen kiemelt turisztikai térségre, a Pécs-Villány turisztikai térségre vonatkozó, Magyar Turisztikai Ügynökség által készített Desztinációfejlesztési Stratégiában megfogalmazott irányt.

Helyi szintű illeszkedés:

Legfontosabb fejlesztési dokumentuma a megyének a Baranya Megyei Területfejlesztési Konceptió 2030. Az átfogó célok elérését a célrendszer részeként meghatározott 7 stratégiai cél és Baranya megye sajátos térszerkezetéhez illeszkedő 3 területi célkitűzés szolgálja. **Baranya célja egy olyan reziliens társadalmi-gazdasági szerkezet kialakítása, amely rugalmasan ellen tud állni az elkövetkezendő évtizedekben várható globális szinten jelentkező kihívásoknak.** 2020-ban készült el Baranya Megyei Befektetésösztönzési Stratégia és Akcióterv. A turizmus ágazat fejlődéséhez elengedhetetlen a befektetések ösztönzése, és a megfelelően struktúrált információk megosztása a potenciális beruházókkal. Jelen stratégiában szereplő célkitűzések harmonizálnak a befektetésösztönzési célokkal. Hosszú távon mindenképpen érdemes egyfajta szervezeti szinten is megjelenő koordinált tevékenység a turisztikai fejlesztések megvalósítása során is.

A Kormány 1569/2020.(IX.04.) számú határozatával döntött a Dél-dunántúli Gazdaságfejlesztési Zóna létrehozásáról, amely döntés értelmében a korábban alapvetően megyei szinten zajló tervezési keretek gazdaságfejlesztési szempontból kiszélesítésre kerülnek, gyakorlatilag kialakításra került egy a régió három megyéjét magában foglaló gazdaságfejlesztési régió. Ez az új térkategória alapvetően kapcsolatot – és szükségszerűen tervezési-fejlesztési együttműködést – indukál Baranya megye nyugati, illetve Somogy megye keleti, délkeleti perifériális területei között, így többek között Belső-Somogy, az Ormánság, a zselici-, illetve a hegyháti kistérségek között. Tolna megye irányában a Közép-Dunamente térségében várható és kívánatos a kelet-baranyai területi kapcsolatok erősödése, egyrészt földrajzi értelemben a Duna tengelyében, másrészt a centrum-periféria viszonylatok szempontjából a Pécs-Szekszárd-Paks innovációs-ipari-képzési kooperációk tárgyában. Jelen stratégia víziójának, céljainak meghatározásában a Dél-dunántúli Gazdaságfejlesztési Zóna turisztikai stratégiájához illeszkedően határoztuk meg.⁴

Pécs Megyei Jogú Város esetében főként a legaktuálisabb dokumentumban, a közgyűlés által elfogadott Fenntartható Városfejlesztési Stratégiában megfogalmazottakat vettük alapul.

1.4. A FEJLESZTÉSI PROGRAM ESZKÖZRENDSZERE ÉS FINANSZÍROZÁSI FORRÁSAI

A program eszközrendszerének megfogalmazásakor abból indulunk ki, hogy Baranya megye jelenlegi kínálata, desztinációi alapján is többre hivatott az ország turisztikai kínálatában, mint amilyen eredményeket elér (pl. vendégéjszakák számát tekintve). A célok eléréséhez alapvetően nem jelentős infrastruktúra fejlesztésekre van szükség,

- I. hanem a már meglévő értékek hatékonyabb, okosabb és átgondoltabb értékesítésére, kommunikációra,
- II. desztinációs szemléleten alapuló termék és attrakciófejlesztésre a szűkülő források hatékonyabb felhasználása érdekében,

⁴ A Dél-dunántúli Gazdaságfejlesztési Zóna turisztikai stratégia Dr. Mikes Éva kormánybiztos asszony vezetésével jött létre. Ezen stratégia a kormány jóváhagyási folyamatán sajnos már nem tudott végigmenni, ugyanakkor az abban megfogalmazott célok érvényesek. A munkában részt vett a jelen stratégiában is közreműködő Dr. Csapó János és Dr. Gonda Tibor.

- III. az itt működő turisztikai szolgáltatók közötti együttműködések fejlesztésére,
- IV. a már megvalósult fejlesztések, programok hatékonyabb marketing kommunikációjára közös megoldások (például Baranya Megyei Marketing Kommunikációs Központ létrehozása).

A Program által meghatározott eszközrendszer az alábbi finanszírozási forrásokra fog tudni támaszkodni 2030-ig tervezett időtávon belül:

- hazai központi és helyi költségvetési források,
- Európai Unió támogatási források,
- intézményi működési források,
- turisztikai szereplők, érdekelt gazdasági szereplők befizetései, hozzájárulása.

1.5. A FEJLESZTÉSI PROGRAM INDIKÁTOR-RENDSZERE

A megfogalmazott program által kijelölt célok fontos mérési eszköze a pontosan meghatározott indikátor rendszer. A stratégia készítésének időszakában a 2022. évi utazási adatok csak részben állnak rendelkezésre. A pandémia előtti utolsó teljes év a 2019. év volt, ezért érthető szakmai okokból ezt tekintjük az indikátorok bázisának, alapjának.

A stratégia által megfogalmazott indikátorokat, azok konkrét célértékeit a 4.1 fejezet mutatja be részletesen.

1.6. A FEJLESZTÉSI PROGRAMOT MEGVALÓSÍTÓ INTÉZMÉNYEK, SZERVEZETEK

A stratégia készítését megrendelői oldalról egyedi összefogás indította el. A Baranya Megyei Önkormányzat, a Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara és a Mesés Mecsek Térségi Turisztikai Társulás konzorciuma összefogja és nagy arányban lefedi a megye turizmusában érdekelt szereplőit. A dokumentum összeállítása során workshopok és interjúk során tovább szélesítettük a bevontak körét turisztikai szolgáltatókkal, beszállítókkal, szakmai szervezetekkel. A Program megvalósítása során ugyanezen körnek fontos szerepe lesz a célok elérése érdekében.

Szervezeti struktúra szintjén fontos, hogy munkafolyamatokban, konkrét feladatokban, tevékenységekben is leképeződjének a célok. Ennek érdekében tesz javaslatot jelen stratégia a Baranya Megyei Turisztikai Marketing Központ létrehozására, mely részletesen a stratégia 3.3.1.2. fejezetében kerül bemutatásra.

1.7. A FEJLESZTÉSI PROGRAM TERVEZÉSÉNEK FOLYAMATA, IDŐTÁVJA, FELÉPÍTÉSE, MÓDSZERTANA

A Stratégia készítése során a Megrendelőkkel egyeztetve nagy hangsúlyt fektettek a készítők arra, hogy minél szélesebb körben elmondhassák véleményüket a turizmus helyi szereplői és a szakmai szervezetek. Ennek eredményeképpen a következőképpen épült fel a munka módszertana:

- a stratégiai munka során a készítők támaszkodtak a már elfogadott, a megyét érintő további dokumentumokhoz (a két legfontosabb a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia, illetve a Magyar Turisztikai Ügynökség által készített Pécs-Villány turisztikai térség – Desztináció fejlesztési Stratégia).
- széles körű adatgyűjtést történt az elérhető hivatalos adatszolgáltatóktól,
- kérdőíves kutatás zajlott a helyzetelemzés készítésének szakaszában, melynek eredményeképpen külön értékeltük az állami/önkormányzati szereplők gondolatait és a turisztikai szolgáltatók, vállalkozók javaslatait,

- 6 tematikus workshop került megrendezésre nyilvános eseményként, melyeken összesen 138 fő vett részt és osztotta meg véleményét a készítőikkel. Az eseményekről rövid összefoglaló készült, melyek a stratégia mellékletében kaptak helyet a jelenléti ívekkel együtt. A tématerületek a következők voltak:
 - ◊ Ökoturizmus, természeti értékek és aktív turizmus
 - ◊ Egészségturizmus – gyógy-, wellness- és medical turizmus
 - ◊ Kulturális turizmus és MICE turizmus
 - ◊ Gasztroturizmus
 - ◊ Szálláshely szolgáltatók
- A stratégia készítés során számos interjú készült. Az interjú alanyokra a megrendelők és más szervezetek is javaslatot tettek, a stratégia készítői igyekeztek minél szélesebb körben megvalósítani ezeket. A munka során több mint 30 mélyinterjú készült, az ezekről készült feljegyzések a stratégia mellékletében kaptak helyet.
- A stratégia által megfogalmazott fő célok egyeztetése egy önálló, szakmai workshop keretében megtörtént, ahol a megyei főbb turisztikai szolgáltatók mellett a szakmai szervezetek is meghívásra kerültek.

A stratégia 2030-ig határozza meg a turisztikai célkitűzéseket Baranya megye számára.

2.1. DESZTINÁCIÓS SZEMLÉLETEN ALAPULÓ TERMÉK-, ATTRAKCIÓ ÉS ALAPINFRA-STRUKTÚRA-FEJLESZTÉS

A desztináció jövőbeni fejlesztése céljából a helyes helyzetfeltárás nélkülözhetetlen. Ennek keretében reálisan fel kell mérni az adott desztináció – jelen esetben Baranya megye – olyan meghatározó erőforrásait és adottságait, melyek a turizmus jelene és fejlesztése számára relevanciákkal bírnak. A hosszú távú és a legfrissebb trendekhez kapcsolódó megállapítások (lásd lent) egyaránt megerősítik a tudatos termékfejlesztés fontosságát és jelentőségét. A keresleti oldal igényeiből kiindulva érdemes átgondolni egyrészt a fejlesztési törekvéseket, másrészt a piacra vitel szervezeti hátterének megteremtésével az összehangolt marketingkommunikációt. Az általános desztinációs feltételek Baranya megyében adottak, a térség turisztikai adottságai jók. A kínálati oldalon rendelkezésre áll számos, országos, vagy akár nemzetközi vonzerővel bíró attrakció. Ugyanakkor a vendégforgalmi adatokat ismerve kimondhatjuk, hogy Baranya megyében nem realizálódik akkora forgalom, mint az a vonzerő gazdagsága és egyéb adottsága alapján várható lenne. A desztináció megújításának a szükségességét az MTÜ desztinációs leirata is hangsúlyozza.

A turizmus fejlesztése érdekében a márka és imázslemek folyamatos erősítése mellett a jövő kihívásaira három módon reagálhatunk:

- a megye turizmusa számára releváns területek attrakcióközpontú megújításával,
- a turisztikai fogadóképesség és készség fejlesztésével,
- és a turizmusirányítás és a menedzsmentszervezetek tevékenységének az erősítésével.

Természetesen ezek nem egymást kizáró kategóriák, ezért minhárom cselekvési terület egyidejű alkalmazása is lehetséges, illetve egyes fogadóterületek esetében szükséges is.

2.1.1. PÉCS-VILLÁNY TURISZTIKAI TÉRSÉG VERSUS BARANYA MEGYE. TÉRSÉGI LEHATÁROLÁSOK DESZTINÁCIÓS MEGKÖZELÍTÉSBEN

2016-ban, a Magyar Turisztikai Ügynökség megalakulásával új fejezete kezdődött a hazai turizmus tervezésnek és menedzselésnek, amelynek alapjait a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 c. dokumentum alapján tekinthetjük át.

A kijelölt turisztikai fejlesztési térségek, mint új térkategóriák, várhatóan meghatározó egységei lesznek az elkövetkezendő tervezési és megvalósítási időszaknak. Ugyanakkor a turisztikai térségek valós működését, turisztikai menedzsment szervezetének formáját a stratégia készítésének időpontjában még nem lehetett ismerni.

Így annak ellenére, hogy a 429/2020. (IX: 4) Kormányrendelet újra definiálta a turisztikai térségeket, és a 11 nevesített turisztikai térség közé bekerült a Pécs-Villány turisztikai térség is, jelen szakmai anyagunkban teljes Baranya megye turizmusát vizsgáljuk.

A legáltalánosabb értelmezés szerint a desztináció egy olyan turisztikai szolgáltatásokat és aktivitásokat kínáló terület, melyet a turista úticélként választ az utazási döntése során, mivel az valamilyen szempontú vonzerővel rendelkezik számára. A desztinációk „a turizmusrendszer központi elemeivé válnak, mivel keresleti szempontból homogén kínálati egységeket alkotnak, melyek biztosítják a turisták számára a különböző szolgáltatásokat; s bár a szolgáltatások összeállítása kollektív módon zajlik, azok egymástól függetlenül is teljesülnek” (Aubert 2011. p. 143).

Hazai viszonylatban a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (2017) szintén átfogó definíciója szerint: „A desztináció olyan földrajzilag körülhatárolható, beazonosítható területrész, amely a turisztikai kínálati piacon egységes fogadó területként jeleníthető meg, épített környezeti, természetföldrajzi vagy kulturális értékek tekintetében összefüggő elemek alkotják.

A desztináció emellett keresleti kategória is, hiszen a vendégek utazási döntései jellemzően ezen a szinten fogalmazódnak meg. A desztináció településeinek összessége, kínálati együttese képes olyan volumenű vendégérdeklődést generálni, amely megfelelő üzemméretet biztosít a desztinációban található szolgáltatások gazdaságos fenntartásához, üzemeltetéséhez.” (MTÜ 2017. pp. 16)

2

HELYZETELEMZÉS

Baranya megye készülő turizmusfejlesztési stratégiájának egyik legkényesebb kérdése, hogy mit tekintünk térségi szintű desztinációnak. A fentiekben megfogalmazott általános desztinációs feltételek teljesülése Pécs-Villány térségében adottak, de a megyei önkormányzat részéről jogos az igény, hogy a megye turizmusfejlesztési stratégiájából ne maradjon ki Mohács és Szigetvár térsége, illetve a kereskedelmi vendégéjszaka számai alapján a megyei rangsorban dobogós helyen szereplő észak baranyai Bika se. A Dráva – mente turizmusfejlesztésével pedig a térség általános fejlesztési igénye miatt szükséges foglalkozni, annak ellenére, hogy a helyi turizmus mutatói jelenleg még meglehetősen szerény eredményeket mutatnak. Úgy gondoljuk, hogy túl lehet lépni azon a kérdésen, hogy Baranya megye, mint közigazgatási és földrajzi egység értelmezhető-e desztinációként, hasonlóan, mint a Pécs-Villányi turisztikai térség. A megye léte adottság, a megyei önkormányzat turizmusműködő és fejlesztő feladata pedig az önkormányzati törvényből adódó kötelezettség.

Így nem lehet vita tárgya, hogy van létjogosultsága megyei szintű turizmusfejlesztési stratégiát készíteni. Ráadásul a 2020-ban nevesített Pécs-Villány turisztikai térség létezése egyelőre semmiféle hatást nem gyakorol a turizmus helyi rendszerére, inkább csak további kérdéseket vet fel. A Pécs-Villány turisztikai térséghez tartozó települések térbeli elhelyezkedését a 2. ábra mutatja. Ezzel kapcsolatban több problémát is érdemes a korrekció szándékával jelezni:

2. ábra: A Pécs-Villány turisztikai térség települései



Forrás: Saját szerkesztés a Magyar Közlöny 2020.szeptember 4-i száma alapján

Az érintett 22 település földrajzi értelemben nem alkot összefüggő egységet.

- Van néhány érintkező település, melyek kimaradása szakmailag nem indokolt. (Pl. a jelentős gasztronómiai kínálattal, természeti és kulturális attrakcióval rendelkező Hosszúhetény, és az ugyancsak jelentős turisztikai potenciállal rendelkező Mecseknádasd.)
- A megye két igen jelentős történelmi örökséggel rendelkező települése Mohács és Szigetvár sem részese a lehatárolásnak.

Szakmai álláspontunk szerint Baranya megye egészét is lehet olyan térségi szintű desztinációnak értelmezni, melyet az alábbi 7 desztináció alkot:

- Pécs és környéke,
- Siklós-Villány-Harkány térsége,
- Mecsek-hegység, azon belül Orfű és környéke, Mecsek-hegyhát, Kelet-Mecsek,
- Szigetvár és Dél-Zselic,
- Mohács és a Duna déli szakasza,
- Ormánság és a Drávamenti térség,
- Bika

Ezen desztinációk elemzésére a 2.3.2 fejezetben kerül sor.

2.1.2. BARANYA MEGYE LEGFONTOSABB TURISZTIKAI TERMÉKTÍPUSAI

Egy, a közelmúltban megvalósult kutatásból pontosan láthatjuk melyek azok a tényezők, amelyek felkeltik a megyébe érkező turisták érdeklődését. Az eredmények kiértékeléséből (Mészáros – Alpek, 2020) született Dél-Dunántúli Turisztikai Régió imázsseleimeinek azonosítását célzó tanulmány rámutatott, hogy a desztinációnk profiljában – a megkérdezett vendégkör vélekedései alapján – a természeti értékek, a bor, valamint a kultúra/történelem képviseli a három leginkább meghatározó elemet.

A fentiekkel részint összekapcsolódva, de jellegzetes turisztikai kínálata kapcsán mégis külön kategóriaként említve indokolt kitérni a fürdő- és gyógyturizmusra is. Természetesen ahhoz, hogy a turisztikai termékfejlesztést, az egyes termékek és szolgáltatások orientálását hatékonyan el lehessen végezni, hasznos az egyes, a vizsgált térség imázsához legszorosabban kapcsolódó kategóriák (úgy az általános imázs elemek, mint az első három helyen említett, felkeresett attrakciók, nevezetességek, látványosságok) további dimenziók mentén történő komplex áttekintése is.

A fenti imázsvizsgálat eredményeivel is összhangban, és a tényleges vendégforgalmi adatokat figyelembe véve az alábbi turisztikai terméktípusokat tekintjük meghatározónak Baranya turizmusa szempontjából:

- Eredményesen működő, jelentős turisztikai vonzerővel bíró attrakcióra épülő, „fejlett termékek”:
 - ◊ Kulturális turizmus
 - ◊ Gasztró- és borturizmus
 - ◊ Egészségturizmus
- Kiemelkedően jó vonzerőkkel, illetve jó infrastrukturális adottságokkal rendelkező, és jelentős növekedési potenciállal rendelkező turisztikai termékek:
 - ◊ MICE
 - ◊ Ökoturizmus
 - ◊ Aktív turizmus

2.1.3. A „BARANYA MEGYE” TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ LEHETSÉGES MEGÚJULÁSI IRÁNYAI

Az elmúlt évtizedek magát a turisztikai piacot és annak környezetét érintő változásai a desztinációk szintjén is mind többször vetik fel a megújulás kérdésének fontosságát (Bujosa et al. 2015), melyben a fenntarthatóság az egész folyamatnak az alapját képezi (Hall 2009). Kotler, Ph. (2000) termék-megfiatalítási stratégiái (gyengeséget okozó tényezők, külső környezeti tényezők, márkanev, potenciális szegmensek, fogyasztói érték) a turisztikai szektorban is általánosan érvényesek. Ennek megfelelően a termékéletről menedzsment során a következő stratégiák merülnek fel: nagyobb termékmódosítások, a termék megújításának módosítása, új elosztási csatornák, új használati módok.

Ha a desztináció megújulás lehetséges módjait nézzük, akkor véleményünk szerint három fő irányvonal vázolható fel, mely alapvetően a kínálati oldalról indulhat ki Baranya megyében. Így egyrészt beszélhetünk az attrakcióról, másrészt a kapcsolódó szolgáltatásokról (elsődlegesen szűken vett fogadóképesség), illetve harmadrészt a menedzsment megújulásáról. A fenti tipológia tiszta formájában ritkán valósul meg, általában több irányvonal együttesen jelenik meg.

2.1.3.1. ATTRAKCIÓ-KÖZPONTÚ MEGÚJULÁS

Az attrakció a turisztikai kínálat meghatározó eleme, mely a desztináció építés középpontjában is áll. A megújuló desztinációknak egyik kulcselemét jelentheti, mely a megújulás folyamatában kitüntetett szerepet kap. Az attrakció-központú megújulás lehet egyrészt a korábbi profilhoz illeszkedő, illetve attól alapjaiban eltérő. Orfű esetében például a megújulás a korábbi arculathoz illeszkedő attrakciók fejlesztésével indult meg. A desztináció megújításában szerepet játszó három szlogen alapüzenete egyben a terület pozicionálására is utal: „Színezd újra az életed!”, „Nagy élmények kis távolságra” és „Fedezd fel újra!”.

Egyértelműen látható, hogy mindhárom jelmondat a megújulásra, illetve a desztináció újbóli felfedezésére koncentrál. Harkány a vendégek fiatalításának, és a fürdő családbarát jellegének az erősítését választotta fő attrakciójának a megújítása során. A tervezett pécsi és az orfűi élményfürdő illetve egész évben működő wellness központ tényleges megépítésével olyan jelentős attrakció fejlesztésekre kerülne sor, mely egészen biztosan maga után „rántaná” a szolgáltatói oldal fejlesztéseit, és jelentős vendégforgalom növekedést eredményezne.

2.1.3.2. FOGADÓKÉPESSÉG ÉS FOGADÓKÉSZSÉG

Az attrakciókhoz kapcsolódó megújulási törekvésekhez képest a fogadóképességhez kötődő fejlesztések hasonló súlyt képviselnek a desztinációk újjáéledésében. A fogadóképességben kulcsterület a szálláshely szektor, mely akár a turisztikai piac több szereplőjének funkcióját is át tudja venni. Ha fogadóképességről beszélünk, akkor annak minőségi és mennyiségi vonatkozásait is meg kell vizsgálni. Hanyatló desztinációk megújulása elsősorban a minőségi fejlesztésekhez köthető, hiszen a korábbi érettségi fázis már mennyiségileg magasabb szintű szálláshely-kapacitást igényelt.

A fogadóképesség minőségi javítása után a fogyasztói igények kielégítése magasabb szinten valósulhat meg, mely új vendégek megjelenését vonhatja maga után, illetve magasabb turisztikai bevételek realizálhatók a szolgáltatóknál és áttételesen az önkormányzat szintjén. Baranya megyére vonatkozó megjegyzésünk e téren a minőségi szálláshely-fejlesztés szükségessége, melynek hiánya különösen Pécs vendégekörének pozicionálásában okoz gondot (az EKF 2010 tervezett hotelfejlesztéseinek elmaradását máig nem sikerült pótolni).

Baranya turizmusára rendkívül nagy hatással lenne, ha a folyamatban lévő, és a publikussá vált beruházási szándékok valóban meg is valósulnának (pl. Pogányi wellness szálloda fejlesztés, Orfű Aquapark helyén történő szálloda fejlesztés, Pécsi tervezett szálloda fejlesztés stb.). Egy új 120 szobás, egész évben üzemelő, és jó kihasználtságú egység működése 4-8 %-kal meg tudná emelni a megye vendégéjszaka számát.

Ezért a megye turisztikai potenciáljának erősítéséhez elengedhetetlenül szükségesnek tartjuk a beharangozott szállodai fejlesztések tényleges megvalósítását.

2.1.3.3. MENEDZSMENT SZEREPE A DESZTINÁCIÓ MEGÚJULÁSÁBAN

A turizmus-menedzsment más irányultságú beavatkozási lehetőséget kínál a desztinációk megújítása során, hiszen ez alapvetően a meglévő erőforrásokra hagyatkozik, illetve ösztönzőleg hathat az előzetesen meghatározott jövőkép és célok mentén a desztinációban működő turisztikai attrakciók és szolgáltatók fejlesztéseire, fejlesztési irányaira (Bieger 2005; Lengyel 2008; Raich – Zehrer 2013).

A különböző menedzsment modelleknek éppen ezért az is a célja, hogy az egyes desztinációk életciklusát meghosszabbítsa, eltérő hálózatosodási módokon keresztül sajátos menedzsment rendszerével elősegítse az újjászületés fázisát (Aubert et al. 2015a).

A vizsgált térségben csak részben épültek ki a desztinációt átfogó menedzsment szervezetek, ennek pótlása a kijelölt célterület jövőbeni fejlesztésének egyik kulcseleme kell, hogy legyen. Ennek igényét a vállalkozói oldal szereplői is jelezték a stratégia készítmény megalapozó szakmai workshopokon.

2.1.3.4. GOOD PRACTICES – NÉHÁNY JÓL MŰKÖDŐ KEZDEMÉNYEZÉS

A sokrétű motiváció, a gazdag termékkínálat meghatározza egy-egy szerveződés vendégekörét, így a piacszegmentálás nem igazán célravezető az általunk vizsgált kezdeményezések összehasonlítására. Elmondható, hogy a Dél-Dunántúlon találunk olyan szerveződések, melyek konkrétan a turizmusra koncentrálnak (klaszterek), vannak olyanok, amelyek szolgáltatókra (Mecsek Zöldút), megint mások a szolgáltatókat képviselve/összefogva a turizmusfejlesztést irányozzák elő.

Ez utóbbi tipikus esete Orfű aktív turizmusélenkítő tevékenysége, melynek célja a turizmusfejlesztés, elsősorban desztinációfejlesztés települési szinten, majd térségi szinten (a jövőben esetleg bevonva Abaligetet és Husztót). További kiemelt cél a desztinációmarketing, az output irányú kommunikáció megerősítése, a turisztikai vendégéjszaka számok és turistaérkezések növelése, amelyekkel több bevétel realizálható helyben. Az alapvető, felülről (is) érkező cél a turisztikai vállalkozók összefogása, az érdekkülönbségek harmonizálása, és kapcsolattartás az önkormányzat - vállalkozók - civil szervezetek - turisták között. Önkormányzat révén ezek a vállalkozók számos partnerrel állnak kapcsolatban, de a turisztikai együttműködés kialakítása és erősítése jelenleg is zajlik, mely egy hosszantartó folyamat.

Az előzőhöz hasonló céllal és elgondolással, de más szervezeti formában jött létre a Siklói Turisztikai Egyesület, melynek célja a turizmus fejlesztése volt – a település rendkívüli adottságaira építve – Siklós város egyik kiemelt stratégiai céljaként. Sajnos az egyesület napjainkban már nem aktív, szerepét az önkormányzat vette át. Siklós Város Önkormányzata 2010 óta több mint 5 milliárd forintot fordított (pályázati, illetve saját forrásból) közvetlen turizmusfejlesztésre (Siklói Vár felújítása, Thermal Spa Siklós létrehozása, helyi termásvíz rendszer kiépítése). A beruházások eredményeként a vendégéjszakák száma megtízszereződött (2010-ben: 3 400, 2016-ban: 30 242; forrás: Siklói Turisztikai Egyesület). Köszönhető ez a vállalkozói kedv erősödésének, hiszen azóta megépült a termálfürdő szomszédságában a város egyetlen négycsillagos szállodája, a Hotel Castello és a Brigadéros Vendégház a vár lábánál. A város turisztikai kínálatát erősíti a Pécsi Egyházmegye által közelmúltban megvalósított Máriagyűdi Kegyhely fejlesztése is.

Az elmúlt időszakban megvalósult turisztikai célú fejlesztések jórészt beruházásokban merültek ki, amelyeket azonban tartalomfejlesztés és turisztikai menedzsment nem kísért. Korábban a Siklói Várszínház Nonprofit Kft. működtette a Tourinform Irodát, azonban a vár felújítását követően ezt a tevékenységet megszüntette.

Baranya megye turizmusának újra pozícionálásához a jelen stratégia megteremti a szakmai alapokat, de a gyakorlati megvalósításához szükséges egy kis létszámú, de magas szakmai felkészültségű menedzsment szervezet felállítása és működési feltételeinek a biztosítása.

2.2. A TURIZMUS JELENTŐSÉGE VILÁGSZINTEN, VALAMINT A TURIZMUS TELJESÍTMÉNYÉT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

A turizmus nemzetközi és hazai trendjeit tárgyaló fejezetünk elején le szeretnénk szögezni, hogy a Covid-19 pandémia okozta drasztikus – és eddig még soha nem tapasztalt – turisztikai mutatókban észlelt visszaesések miatt a megjelentetett adatok és elemzések nemcsak a legfrissebb rendelkezésre álló információkat közlik, hanem a 2019-es évvel, vagy az addig történelemmel is igyekeznek foglalkozni, mivel ez az év volt az utolsó – mind hazai, mind nemzetközi rekordév – olyan periódus, ahol a COVID-19 pandémia előtti folyamatokat, trendeket érdemben lehet érzékeltetni.

2.2.1. A NEMZETKÖZI TURISZTIKAI TRENDK CSOPORTOSÍTÁSA ÉS LEGÚJABB FOGYASZTÓI MAGATARTÁS BEFOLYÁSOLÓ IRÁNYAI

A turizmus trendjeit számos szempont alapján lehet csoportosítani, így jellemzően beszélhetünk térbeli trendekről, fogyasztói trendekről vagy a kínálat oldaláról felmerülő trendekről. Az utóbbi időszak fontos keresleti, fogyasztói trendje a turisztikai folyamatokban az élményközpontúság és vele párhuzamosan a motiváció megváltozása. A turista mindinkább hasznosan (és felelősen) szeretné eltölteni a rekreációra, utazásra szánt szabadidejét, melynek kapcsán mind több élményre, tanulásra és egyben aktivitásra van szüksége. Az élményszerzés egyik legfontosabb területe pedig a kultúra, a kulturális turizmus iránti érdeklődés, illetve az aktivitásunk erősítése, az aktív turizmusban való részvétel lehet, melynek során egyrészt új dolgokat láthatunk, tapasztalhatunk, másrészt saját magunkat is jobban megismerhetjük testünk és lelkünk – bizonyos fókú – edzésének folyamán.

A turisztikai trendek utóbbi években végbement változásai következtében tehát mind szélesebb rétegek igényelnek a megszokottól különböző rekreációs szolgáltatásokat, mint amit például a hagyományos tengerparti üdülések – tömegturizmus, 4S (sun, sand, sea, sex) turizmusa – hosszabb ideig tartó strandolásai nyújtanak. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a XXI. században a turizmus motivációi között megjelenő élményszerzés egyre fontosabbá válik, azonban a realitást képviselve hozzátesszük, hogy abszolút értékben a tömegturizmus bázisa csak igen kismértékben veszít részesedéséből, általános tendencia inkább a diverzifikált szolgáltatások megjelenése a hagyományos tömegturizmus bázissal rendelkező területeken.

Leginkább a jólétben felnövő generáció vár el mind több élményt egy nyaralástól, de az idősebb korosztályok igény szintje is folyamatosan nő. Mindezek következtében – a hagyományos 3, vagy 4 S mellett – beszélhetünk egy újabb 3S-es csoport megjelenéséről, mely a sportot (sport), a látnivalókat (spectacle) és a megelégedettséget (satisfaction) foglalja magában. Ez utóbbi kategória már jelzi, hogy az alternatív turizmus válfajai – kulturális-, örökség-, etnikai-, falusi- és kalandturizmus – kerülnek mindinkább előtérbe.

A turizmus legújabb trendjeinek egy része a társadalmi, demográfiai változásokhoz köthető. Eszerint a seniorok részarányának rohamos növekedése, a családstruktúrában bekövetkező változások, az iskolai végzettség általános szintjének növekedése, és a tudás és ismeretek iránti igény emelkedése egyforma mértékben befolyásolja pozitív irányba az aktív turizmus iránt érdeklődők és az abban résztvevők számát. Megjegyezzük azonban, hogy ezek a pozitív folyamatok leginkább a fejlett világ országainak népességét jellemzik, akik persze eleve küldő (bár sok esetben egyben fogadó) országokként szerepelnek a nemzetközi turizmusban.

Fentiekkel párhuzamosan, a legújabb turisztikai trendek kapcsán az egészségtudatosság jelenléte és folyamatos erősödése talán az, ami legjobban köthető az aktív turizmushoz, természetesen az egészségturizmus dominanciája mellett. Érdemes persze azon vitatkoznunk, hogy mennyire egészséges egy 90 fokos sziklafalat megmászni, de alapvetően a mindennapi értelemben vett aktív turisztikai formák kapcsán az egyik legfontosabb motiváció az egészségünk megőrzése, fittségünk erősítése az aktív turizmus segítségével (is).

A globális turisztikai trendeket elemzők döntő többsége – egészen a COVID-19 okozta helyzet kialakulásáig – egyetért azzal, hogy napjaink turizmusa új típusú növekedésen és átalakuláson megy keresztül, melynek alapvető tényezőit a társadalmi, gazdasági, demográfiai, politikai és technológiai változások generálják.

A nemzetközi trendeket három fő csoportra lehet bontani, mégpedig térbeli trendekre, keresleti/fogyasztói trendekre és a digitális technológiai forradalom trendjeire (1. táblázat).

1. táblázat: A legfrissebb globális turisztikai trendek a fogyasztói szokások változásának függvényében (2010-től napjainkig)

TÉRBELI TRENDK	A terrorizmus ellenére tovább növekszik a globális turizmus
	Térségi átrendeződések: A biztonsági kérdések desztinációk közti fluktuációt eredményeznek – biztonságos térségek előtérbe helyezése
	Ázsia növekedése és előretörése folyamatos és erőteljes
	A turizmus szerepének erősödése a fejlődő országok tekintetében (kiutazó, beutazó turizmus egyaránt)
	A klímaváltozás hatásai
	A COVID-19 okozta térségi és szezonális (a pandémia hullámai okozta) átrendeződések
	Az orosz-ukrán konfliktus gazdasági-társadalmi-politikai hatásainak turizmusra gyakorolt hatásai
	Rövidebb, közelebbi utak felértékelődése, belföldi értékek felértékelődése
KERESLETI TRENDK	A kínai turisták költési szokásainak átalakulása – örült költőkből érett turistákká kezdenek válni
	A sharing economy erősödése/jelenléte – azonban pl. csak 3%-a a globális szállásadásnak
	A felelős és fenntartható turizmus és turisták arányának növekedése
	Az ezredfordulós generáció fogyasztási szokásai a turizmusban – autentikus élmények keresése
	A turisztikai brandek iránti elvárások tovább nőnek
	A szegmentáció erősítése, testreszabott szolgáltatások nyújtása iránti igény növekedése
	A fogyasztók a negatív változások (COVID-19 pandémia, orosz-ukrán konfliktus) következtében sokkal differenciáltabb igényt támasztókká fognak válni
	Még költségérzékenyebb fogyasztók (infláció hatásai)
A DIGITÁLIS TECHNOLÓGIAI FORRADALOM TOVÁBB ERŐSÖDŐ SZEREPE	A Google a saját platformján kívánja összekötni a keresletet a kínálattal
	Mobile-first fogyasztói élmények
	Az adatelemzések, a Big Data és az okos turizmus előretörése
	A technikai eszközök összeköttetésének biztosítása
	A virtuális realitás alkalmazásának kérdése – a klasszikus turizmus vége?

Forrás: Törőcsik M. – Csapó J. 2018. alapján Csapó J. 2022

Mindenképp érdemes foglalkoznunk a – a jelen stratégia írásakor még teljesen véget nem ért – COVID-19 pandémia turizmusra gyakorolt fogyasztói magatartást befolyásoló hatásairól is. A 2020 óta publikált tanulmányok, állásfoglalások és stratégiák egy része leszögezi, hogy a válságból történő kilábalás kapcsán mindenképp érdemes hosszú távú és fenntartható aspektusokat figyelembe venni a karbon semlegességre való törekedéssel és egy fenntarthatóbb és reziliens ágazat kiépítésével. E tekintetben tehát a krízis lehetőséget ad a turizmus jövőjének újragondolására.

Összefoglalva a COVID hatására már most érzékelhető legújabb turisztikai fogyasztói magatartás trendeket a következő jelenségeket emelhetjük ki:

- A fogyasztók – a negatív változások következtében is – sokkal differenciáltabb igényt támasztókká fognak válni.
- A változások kapcsán fontos azt is érzékelni, hogy a közlekedés megnehezülésével és ezzel párhuzamosan komoly drágulásával (lásd különösen a légi közlekedést) a nemzetközi turizmus magára találása és volumenének 2020 előtti elérése további kihívásokat fog jelenteni, különösen amiatt, hogy évtizedekkel korábban pont a légi közlekedés modernizációja erősített rá a globális turizmus fejlődésére. Ez a folyamat pedig – legalábbis rövidtávon, illetve a drasztikus üzemanyag-ár növekedés ellenére – növeli a gépkocsival történő turisztikai jellegű utazások számát, ami valószínűsíti a közelebbi desztinációk látogatásának prioritását.
- Szintén számíthatunk a már néhány évtizede kialakulófélben lévő azon trend megerősödésére, ami a turisztikai jellegű utazások időtartamának rövidülését jelenti. Ez a belföldi, hazai turizmus erősödése kapcsán és az épp aktuális egészségügyi helyzetre történő reakcióban („most épp jó a helyzet, gyorsan menjünk el egy hosszú hétvégére”) markánsan megmutatkozik.
- Kisebbségi volumenben ugyan, de a nyitás utáni periódusban már tapasztalható volt, hogy a turisták, kirándulók a bezártság hónapjai után jobban vágyanak egyrészt az aktív szabadidő eltöltésére (kerékpározás, túrázás, szabadidős sportok), másrészt pedig a természeti értékek megtekintésére, a természeti környezetben töltött szabadidős tevékenységekre.

A 2020-2021 folyamán bekövetkező fokozatos, óvatos nyitás kapcsán a hazai turizmus tekintetében is leszűrhető néhány új értelmezés, illetve elvárás a hazai és nemzetközi turizmus folyamatai kapcsán.

- A turisztikai mozgások iránya és motivációja alapján felértékelődnek a belső (hazai) értékek, a közeli, biztonságos helyek, ezáltal a belföldi turizmus bizonyos térségekben erősödhet a nyári hónapokban, hiszen a lakosság túlnyomó részének fontos szükséglete a turizmusban való részvétel (Csapó – Gonda 2019, Gonda et al. 2019). Ezzel párhuzamosan azonban azt is meg kell jegyezni, hogy 2022 nyarára jellemző jelenség, hogy a Balaton helyett sokan a bezártság alatti időszak miatt most pótolják be az elmaradt külföldi utakat, így például hazánk második legfontosabb desztinációja szálláshelyeinek nyári foglalásai elmaradnak az előzetesen várttól.
- Minden bizonnyal tovább erősödik a turisták részéről a biztonság iránti igény, mely megmutatkozik majd a higiénia vonatkozásában a fizikai távolságtartás (social distancing) kapcsán (fürdőhelyek és strandok befogadóképességének szabályozása, fesztiválok és koncertek törlése) és az egyéni vagy kis csoportos utazásszervezés terén is.
- Emellett lényeges piaci stratégia, hogy a szálláshelyek, légitársaságok vagy utazási irodák minél rugalmasabb foglalási feltételeket igyekezzenek biztosítani vendégeik számára. A turisztikai szolgáltatóknak rendkívül nagy súlyt kell fektetniük az óvintézkedések kommunikációjára: minden létező fórumon hirdetniük kell, hogy mindent megtettek a biztonságos ott tartózkodás elérése érdekében.

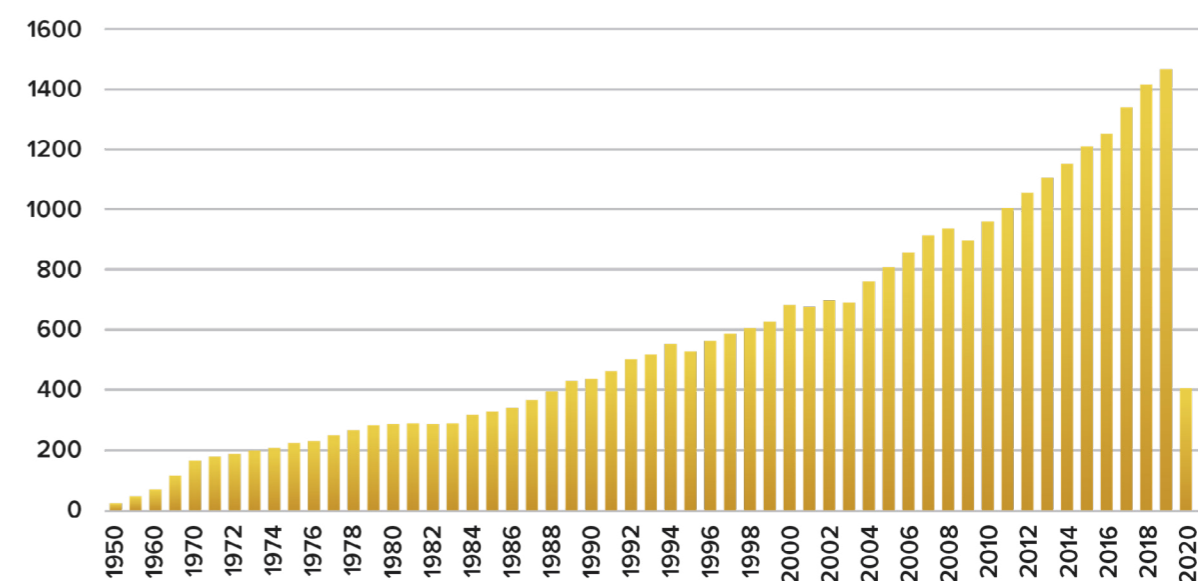
- Arra is látunk esélyt, hogy az elkövetkező időszakban megerősödik a virtuális turizmus azon ága, ahol az utazást teljes mértékben kiváltja a virtuális élmény. Ennek legkézenfekvőbb példái a múzeumok, tárlatok, parkok, állatkertek virtuális „bejárása” (VR – virtuális valóság szemüvegekkel, 360 fokos kamera segítségével), de akár természeti értékek megfigyelése, megismerése is szóba jöhet, így az erre szakosodott cégek piaci pozíciója erősödhet meg. Könnyen belátható ezen megoldások választása azon tapasztalat miatt is, mi szerint az igazán kedvelt látványosságok élvezése a tömegek miatt egyre kevésbé lehetséges, lásd pl. Louvre.
- Kiutat mutathat a fenntartható(bb) turizmus kialakítása is, azonban azt is feltételeznünk kell, hogy az elmaradt kereslet – és ezáltal az elmaradt bevételek – mihamarabbi pótlása érdekében, a vírushelyzet megszűnésével nagy az esélye annak, hogy a korábbi túlterhelt turisztikai zónák, vagyis a turizmusból élő desztinációk ismét tömeges turisztikai fogyasztást fognak generálni és csak kevésbé, vagy egyáltalán nem fognak koncentrálni a fenntartható(bb) turizmus kialakítására. Vannak azonban ellenpéldák is, például 2022 nyarán Velence esetében, ahol pénzügyi és adminisztratív módon igyekeznek a fenntarthatatlan mértékű napi turistaszámot csökkenteni.

2.2.2. A NEMZETKÖZI TURIZMUS LEGFONTOSABB TÉRBELI TRENDJEI

A turizmus térbeli trendjei kapcsán elmondható, hogy 2019-ig – a gyorsan változó társadalmi-gazdasági folyamatok ellenére is – a nemzetközi turizmus kilenc évig átlag feletti növekedési értékeket produkált (rendre 6-7%-os növekedés), melynek következtében a nemzetközi turistaérkezések száma elérte az 1 460 milliót (UNWTO, 2017, 2018, 2019, 2020).

A nemzetközi turizmus szerepét jelezte az is, hogy 2019-ben az idegenforgalom adta az áruk és szolgáltatások értékének 7%-át és a globális GDP, illetve a munkahely-teremtés 10-10%-át. A globális exportbevételek tekintetében pedig a 3. helyen állt közvetlenül a vegyipar és az üzemanyagok előállításához és értékesítéséhez köthető ágak mögött.

3. ábra: A nemzetközi turisztikai utazások számának változása (1950-2021)



Forrás: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
alapján saját szerkesztés, Statista

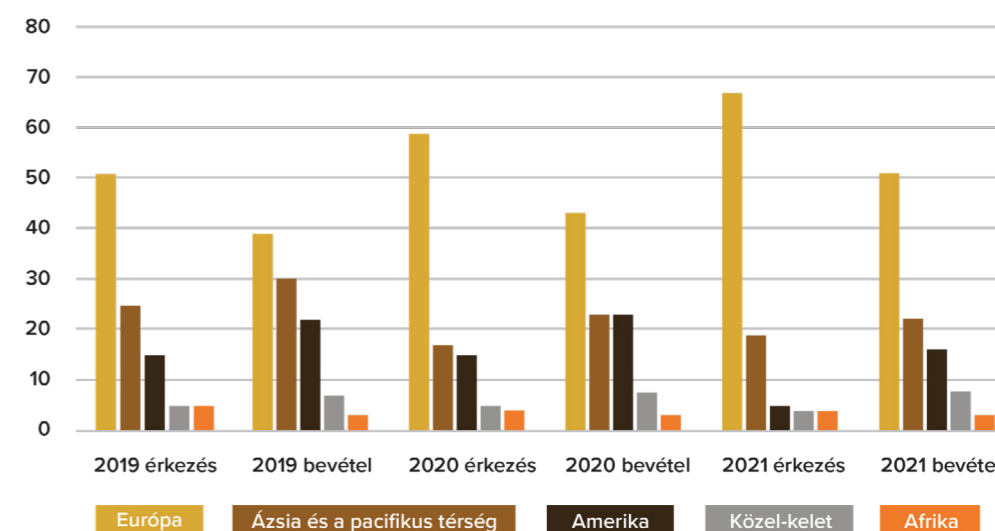
A UNWTO (United Nations World Tourism Organisation – az ENSZ Turisztikai Világszervezete) által közzétett nemzetközi turistaforgalmat tagláló statisztikák kapcsán meg kell jegyezzük, hogy a makroregionális statisztikai vizsgálatok megkönnyítése okából a szervezet öt nagy makrorégióra osztotta Földünket: Afrika, Amerika, Ázsia és a Pacifikus térség, Európa és Közel-Kelet. A lehatárolás révén nem pusztán természetföldrajzi értelemben vett makrorégiók jöttek létre, hiszen például Európához Oroszország teljes egészét besorolják, vagy a Közel-Keleti térséghez sorolják Afrika északkeleti részeinek egyes országait is (Egyiptom, Líbia).

Természetesen a turisták számának növekedése többek között maga után vonta a turisztikai költségek és a bevételek volumenének növekedését is, így a turisztikai költségek 2019-re elérték az 1481 milliárd USD-t (<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>). **Fenti adatok alátámasztják tehát, hogy az utóbbi évtizedekben a nemzetközi turizmus egyre inkább meghatározó szerepet töltött és tölt be ma is a munkahelyteremtésben, a gazdasági növekedés, a környezetvédelem, a kulturális örökségek védelme, vagy a béke és biztonság megteremtése terén.**

Ezek az adatok azonban – a nemzetközi turizmus történetében először – *2020-tól szó szerint összeomlottak és a COVID-19 pandémia hatására addig soha nem látott mélyrepülésbe kezdtek.* 2020-ban a nemzetközi turisztikai érkezések 72,3%-kal, a bevételek pedig 63,3%-kal estek vissza. A World Travel and Tourism Council kimutatása szerint a turizmus GDP-hez történő hozzájárulása 2020-ra 10,3%-ról 5,3%-ra esett, ami 2021-re is csak kis mértékben, 6,1%-ra nőtt (<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>). 2020-ban 62 millió munkahely szűnt meg, így az ágazatban világszerte mindössze 272 millióan dolgoztak. Ez a 18,5%-os csökkenés természetesen az egész utazási és turisztikai ökoszisztémában érezhető volt, azon belül pedig a kis- és középméretű vállalkozások (kkv-k), amelyek az ágazatban működő összes globális vállalkozás 80%-át teszik ki, különösen érintettek voltak.

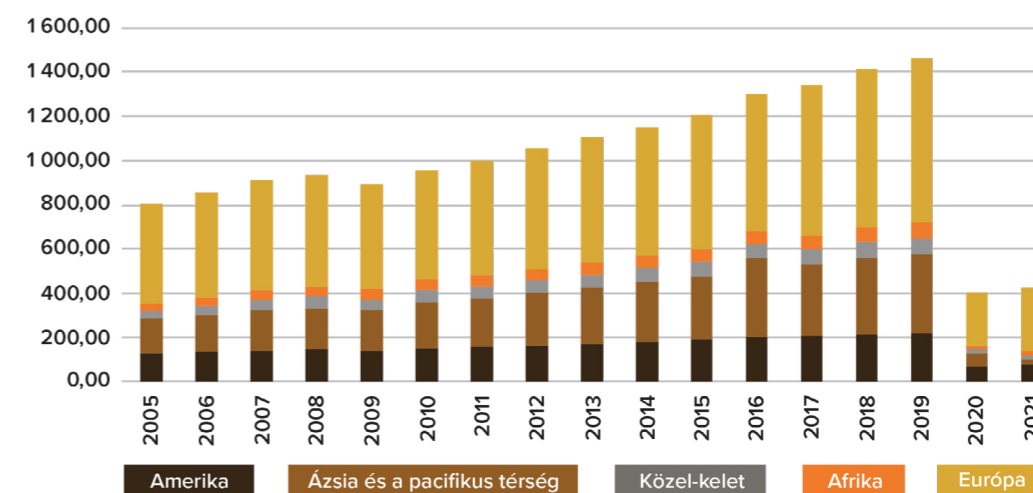
Az is látható azonban, hogy a nemzetközi turisztikai érkezések és bevételek nem egyenletesen oszlanak el a globális piacon. A pandémia hatásaként a UNWTO által alkotott turisztikai makrorégiók részesedése is erősen átalakult, Európa részesedése például a nemzetközi turistaérkezések terén a 2019-es 51%-ról 2021-re 67%-ra nőtt. Ki kell azonban hangsúlyoznunk, hogy a nemzetközi turizmus bevételeit vizsgálva 2019-ben már nem volt annyira egyértelmű Európa vezető szerepe, mint az érkezések kapcsán. A három leginkább domináns makrotérség részesedése már közel hasonló volt, hiszen bár még mindig Európa vezetett (37%), de Ázsia és a Pacifikus térség (30%) és Amerika (25%) értékei jóval nagyobb fajlagos bevételről adtak tanúbizonyságot. Közel-Kelet és Afrika részesedése a turisztikai bevételekből is elenyésző volt (5, illetve 3%). Európa a bevételek arányának tekintetében 2020-ban és 2021-ben egyértelműen megerősödött (4. ábra).

4. ábra: A UNWTO turisztikai makrorégióinak teljesítményei a nemzetközi turisztikai érkezések és a bevételek tekintetében (2019-2021)



Forrás: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> alapján saját szerkesztése

5. ábra: A UNWTO turisztikai makrorégióinak teljesítményei a nemzetközi turisztikai érkezések tekintetében (2005-2021)



Forrás: <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/>

A globális turizmus 2021-ben 4%-os növekedést produkált 2020-hoz képest (415 millió a 400 millióval szemben). A nemzetközi turistaérkezések (vendégéjszakák) azonban az UNWTO szerint még mindig 72%-kal elmaradtak a pandémiát megelőző 2019-es évtől. Az UNWTO World Tourism Barometer 2022/1-es kiadása szerint a növekvő oltottsági arányok, valamint a fokozott határokon átnyúló koordinációnak és protokolloknak köszönhető utazási korlátozások enyhülése azonban érdemben hozzájárultak a felgyülemlett kereslet felszabadításához, így a nemzetközi turizmus 2021 második felében mérsékelten ugyan, de fellendült. (<https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>)

2.2.3. MAGYARORSZÁG TURIZMUSÁNAK ALAKULÁSA

A turizmus makrogazdasághoz való hozzájárulásának egyik alapvető tényezője a GDP-hez való hozzájárulás, melynek – a World Travel and Tourism Council iparági beszámolója alapján – mértéke hazánkban 2019-ben 8,3% volt (a világátlag 10,3%). A pandémia drasztikus turizmusra gyakorolt hatását mutatja azonban, hogy 2020-ban ez az érték 4%-ra esett (-53,8%-os változás), 2021-re pedig 4,6%-ra.

A turizmusban és vendéglátásban és az ezen ágazatokhoz szorosan köthető ágazatokban dolgozók száma 2019-ben 449,2 ezer fő volt, ami az összes foglalkoztatottak 10,0%-át adja (ez az érték megfelel a világátlagnak), 2020-ra és 2021-re azonban ez az érték 395,8 ezerre és 404,8 ezerre változott.

A nemzetközi turizmus által elköltött összeg szintén 2019-ben elérte a 3154 milliárd forintot, míg a belföldi turisták által költött összeg 811,5 milliárd forint volt. 2020-ban és 2021-ben a drasztikus visszaesés kapcsán ezen összegek 1162,9 milliárd HUF (külföldi) és 469,7 milliárd HUF (belföldi), illetve 1498,8 milliárd HUF (külföldi) és 659 milliárd HUF (belföldi) értékekre változtak. A 2019-es értékek a teljes export értékének 6,4%-át tették ki, ez az érték pedig a szolgáltatásexport 24%-a volt⁵. A beutazó turisták legnagyobb piaci 2021-ben Németország (21%), Románia (15%), Szlovákia (12%), Ausztria (9%) és Csehország (7%) voltak (<https://wttc.org/Research/Economic-Impact>).

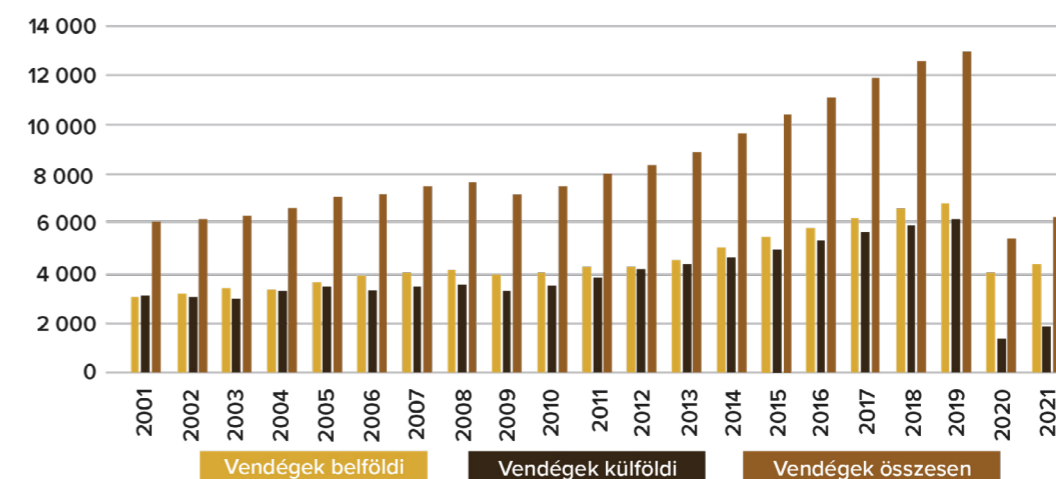
Az ágazaton belüli gazdasági teljesítményt 2000-től vizsgálva a kereskedelmi szálláshelyek forgalma tekintetében megállapítható, hogy annak mértéke a szálláshelyek vendégeinek száma tekintetében (belföldi és külföldi egyaránt) 2000 és 2008 között folyamatos növekedést mutat, majd a gazdasági válság hatására 2008–2010 között csökkenést tapasztaltunk, ami viszont 2011-től folyamatos növekedésbe váltott át. A vendégéjszakák forgalma összességében 2000–2005 között, majd egy ugrás után 2006–2008 között lényegében stagnált, aztán a válság generálta 2008-as visszaesés után kedvező értékű növekedést mutatott. A külföldiek által eltöltött vendégéjszakák tekintetében azonban 2000 és 2011 között egy folyamatosan hullámszerű tendenciát látunk, ami szintén csak 2011-től mutat folyamatos növekedést, azt viszont egészen 2019-ig. 2020-2021-ben ezek az értékek – a pandémia következtében – óriási esést mutattak (17. ábra).

A hazai kereskedelmi szálláshelyek 2019-ben 12,9 millió vendéget fogadtak, akik összesen 31,5 millió vendégéjszakát töltöttek el. Ezen értékek mintegy felét a külföldi vendégek adják (6,2 millió vendég és 15,8 millió vendégéjszaka).

Két fontos tanulságot lehet és kell levonnunk a fenti adatokból: az egyik, hogy hazánkban az átlagos vendégéjszaka szám még mindig nagyon alacsonynak mondható, 2,3-2,4 vendégéjszaka/vendég, illetve azt is figyelembe kell venni, hogy a külföldi vendégek mintegy 60%-a Budapestre koncentrálódik. Ez utóbbi tény hosszú időn keresztül előnye volt a fővárosnak, jelen helyzetben azonban a külföldi vendégek teljes elmaradása miatt egyelőre hátrányává válik. A területi koncentráció mellett fontos felhívni a figyelmet az időbeli koncentrációra is: a vendégforgalom hazánkban a nyári hónapokban dominál.

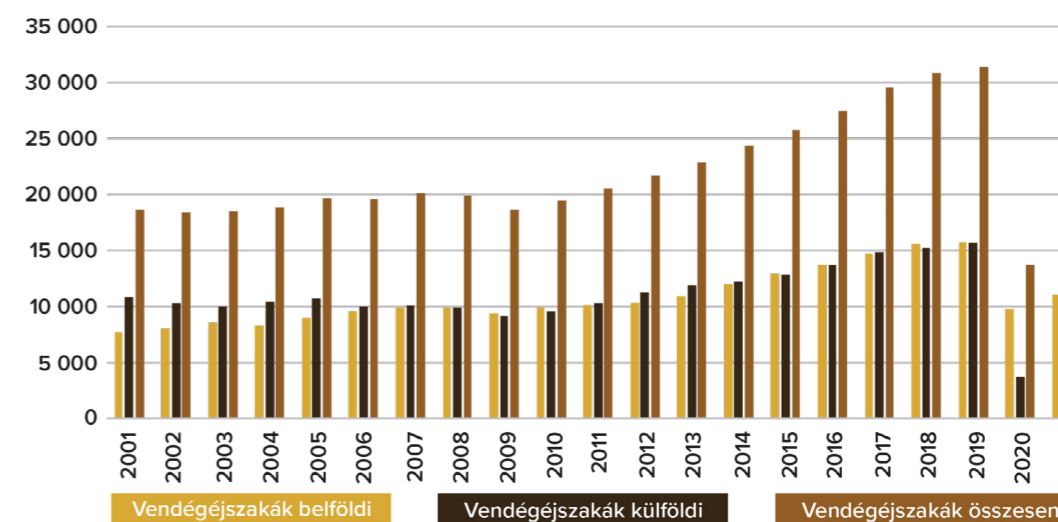
⁵ <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

6. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek forgalma Magyarországon (vendégek száma) 2001–2021 között



Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0017.html alapján saját szerkesztés

7. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek forgalma Magyarországon (vendégéjszakák száma) 2001–2021 között

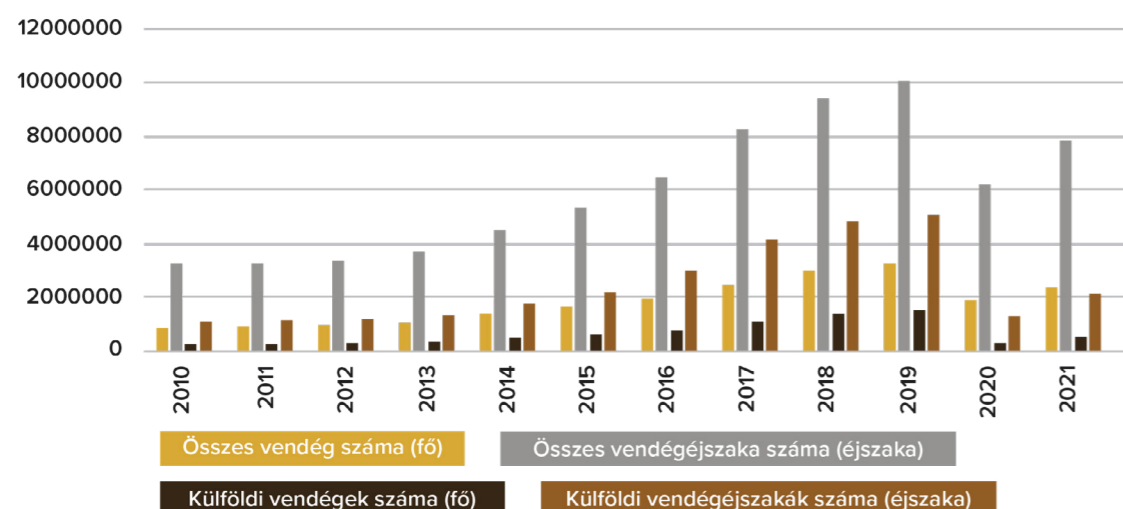


Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0017.html alapján saját szerkesztés

Az üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalma tekintetében azt látjuk, hogy 2001-től a vendégéjszakák (belföldi, külföldi egyaránt) 2005-ig folyamatosan esnek, majd enyhe növekedés tapasztalható 2008-ig.

Az ezt követő időszakban 2011-ig – a gazdasági válság hatásaként – továbbra is csökkennek az értékek (elérve a 2005-ös mélypontot), amelyek csak 2012 után állnak növekedési pályára. Lényegében ezt az ívet követi a vendégek számának változása is, hiszen 2013-tól folyamatos és tartós növekedést regisztrálhatunk a vendégek és az általuk eltöltött vendégéjszakák tekintetében is egészen 2019-ig, ami után 2020-2021-re az ismert okok miatt itt is drasztikus visszaesést lehetett tapasztalni (8. ábra).

8. ábra: Az üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalma Magyarországon 2001–2019 között



Forrás: <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp> alapján saját szerkesztés

A Magyarországra tett külföldi utazások száma és a hozzá kapcsolódó kiadások szintén csak 2011-2012-től mutatnak szignifikánsan növekvő értékeket. Az optimista nézőpontot árnyalja, azonban, hogy – ahogy azt már jeleztük – az átlagos tartózkodási idő továbbra sem haladja meg a 2,3 napot (2009-ben 2,4 volt). A magyar turisták által külföldre tett utazások száma 2008 után visszaesik, és lényegében csak 2014-től kezd ismét – 2019-ig folyamatosan – növekedni.

A tartózkodási idő és a turisztikai költségek pedig a 2011-es komoly visszaesés után (51,467 millió napról 43,886 millió napra) szintén folyamatos növekedést mutatott. Az egy főre jutó napi költség a külföldi látogatók esetében 2019-ben 16 750 Ft volt, míg 2020-ra ez az érték 14 966 HUF-ra, 2021-re nincs érték⁶.

Az is megfigyelhető, hogy Magyarországon a többnapos belföldi utazások száma 2008 után erősen visszaesik, ami lényegében folyamatosan kitart 2019-ig az utazással eltöltött idő tekintetében is.

Ezzel ellentétben megállapítható, hogy mind az összes költségek, mind pedig az egy főre jutó költségek mértéke növekedett, bár ez utóbbi még 2019-ben is csak 6 634 forint/fő volt (2021=8165 HUF), ami a külföldi vendégekhez viszonyítva egyharmadnyi összeget jelent (2. táblázat)⁷.

6 https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0007.html, https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_ogt002c.html

7 https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0013.html

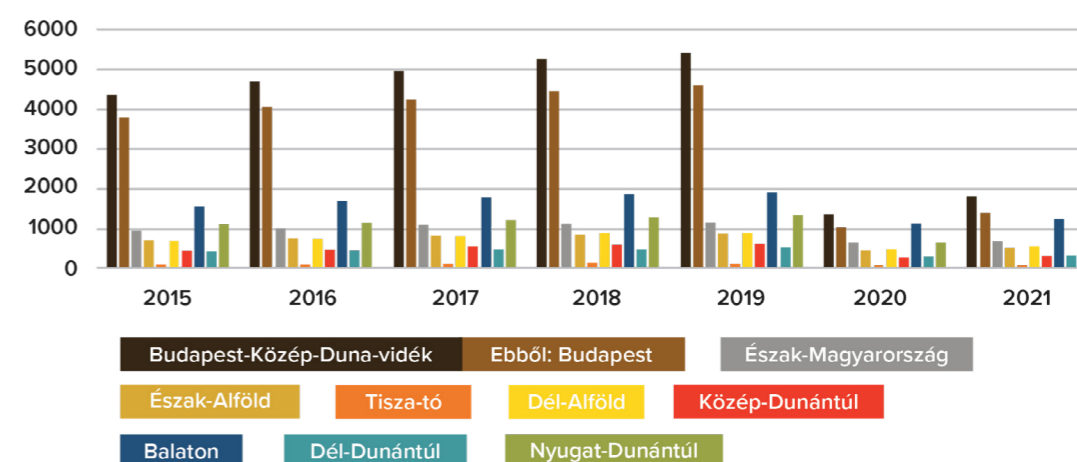
2. táblázat: A többnapos belföldi utazások összefoglaló adatai (2008–2021)

IDŐSZAK	ÖSSZES UTAZÁS (EZER FŐ)	UTAZÁSSAL ELTÖLTÖTT IDŐ (EZER NAP)	KÖLTÉS (MILLIÓ FT)	EGY UTAZÓ EGY NAPJÁRA JUTÓ KÖLTÉS (FT)
2008	21 494	86 584	290 898	3 360
2009	17 735	72 319	236 818	3 275
2010	17 974	72 463	247 632	3 417
2011	18 798	75 191	263 186	3 500
2012	17 118	70 668	265 797	3 761
2013	14 377	60 935	263 536	4 325
2014	14 854	61 415	294 592	4 797
2015	15 253	61 975	307 407	4 960
2016	14 425	58 967	308 911	5 239
2017	14 374	57 908	328 802	5 678
2018	14 386	60 296	347 421	5 762
2019	14 249	59 280	393 243	6 634
2020	8 919	39 803	269 792	6 778
2021	10 183	43 368	354 119	8 165

Forrás: https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt009.html alapján saját szerkesztés

Összességében megállapítható, hogy Magyarország turizmusát még mindig igen erős térségi és időbeni koncentráció jellemzi. A hazánkba látogató és a belföldi turisták tekintetében is a fő desztinációk Budapest (Közép-Dunavidék) – igaz, ez a térség szenvedte el a legnagyobb visszaesést a pandémia időszakában – és a Balaton térsége, a szezonális mértéke pedig igen magas a nyári főszezon tekintetében. A két kiemelt úticél mellett továbbra is a Nyugat-Dunántúl régió látogatottsági mutatói emelkednek ki, ehhez képest azonban az összes többi turisztikai régió (Közép-Dunántúl, Dél-Dunántúl, Észak-Magyarország, Észak-Alföld, Dél-Alföld, Tisza-tó) forgalma jóval kisebb az előbbiekhöz képest (9. ábra).

9. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma turisztikai régióinként (vendégek száma 2015–2021, ezer főben)

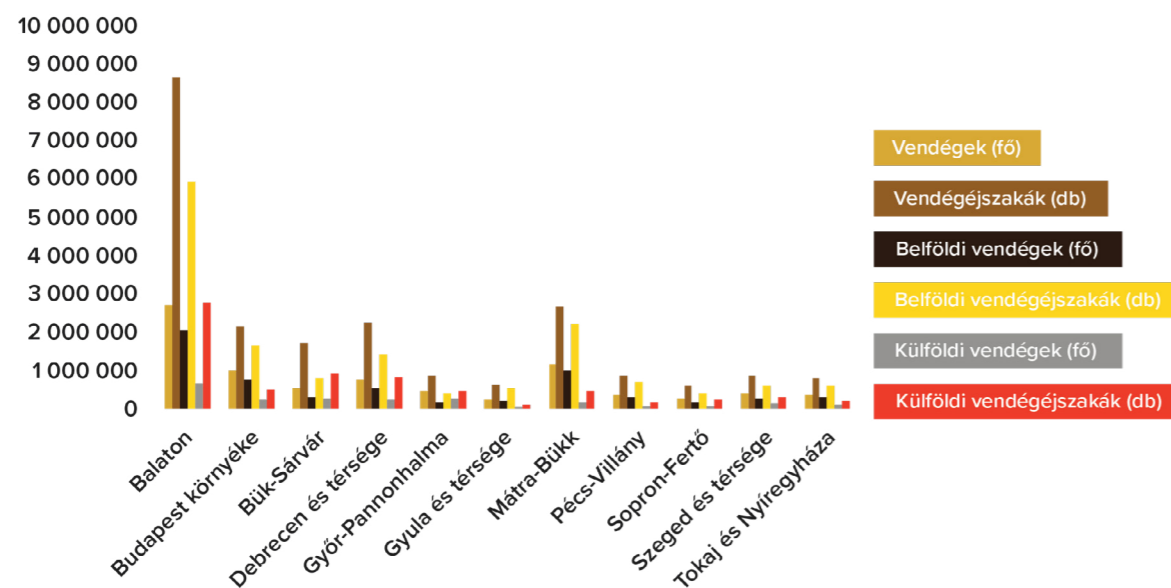


Forrás: https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga002.html alapján saját szerkesztés

A turisztikai régiós megközelítésnél pontosabb képet kapunk, ha az MTÜ (Magyar Turisztikai Ügynökség) által meghatározott turisztikai térségeket vesszük górcső alá és összehasonlítjuk a legfontosabb turisztikai keresleti adataikat.

Ezek szerint a lehatárolt térségek közül messze kiemelkedik a Balaton térsége, amelyet a Mát-ra-Bükk, Debrecen és térsége, illetve a Budapest környéke turisztikai térség követ mind a vendégek száma, mind pedig a vendégéjszakák száma alapján. A turisztikai térségek összehasonlítása is megerősíti, hogy a Pécs-Villány turisztikai térség pozíciói gyengék hazánk turisztikai keresletének forgalma tekintetében (10. ábra).

10. ábra: Az MTÜ által lehatárolt turisztikai térségek legfontosabb vendégforgalmi adatai (2019)



Forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/11-turisztikai-terseg-1914>

2.3. BARANYA TURIZMUSÁNAK VIZSGÁLATA A KÍNÁLAT ÉS A KERESLET TÜKRÉBEN

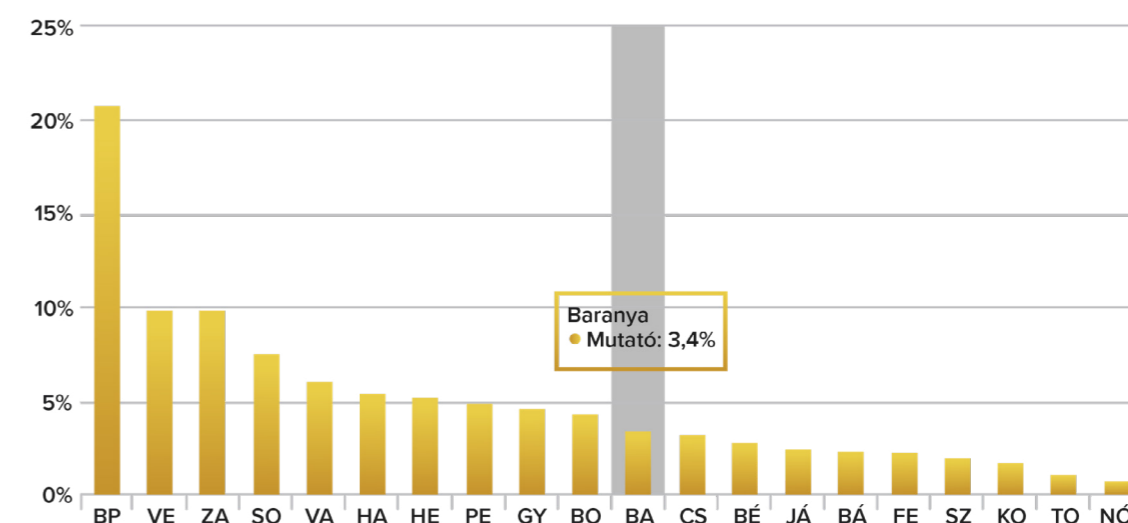
Pécs tágabb térsége, Baranya megye turizmusa kapcsán összességében kijelenthető, hogy a megye kiemelkedő helyzeti energiákkal és adottságokkal rendelkezik a turizmus területén (hazánk első borútja – Villány-Siklós, soknemzetiségű kultúra, kulturális turizmus, gyógy- és termáلتurizmus), ennek ellenére azonban 2019-ben a térség a hazánkban eltöltött vendégéjszakák mindössze 2,7%-át generálta, illetve a megyében kereskedelmi szálláshelyeken átlagosan eltöltött 2,4 éjszaka is kedvezőtlennek mondható. Ugyanez az érték 2021-re elérte a 3,4%-ot, ami azonban még mindig csak a 11. helyet jelenti a megyék rangsorában (<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/214/index.html>).

Ez az alacsony mutató viszont nincs összhangban a megyében fellelhető turisztikai adottságokkal, melyek közül a fürdők (Harkány, Szigetvár, Siklós, Magyarhertelend, Sikonda), világörökségek-világörökség helyszínek és fontos épített örökségek (Pécs, Mohács, Pécsvárad, Szigetvár, Siklós), borvidékek (Villány-Siklós, Pécs-Mecseki), védett területek (Duna-Dráva Nemzeti Park), a természeti értékek közül pedig a Duna, a Dráva, a Mecsek (Abaligeti-barlang, Orfűi-tórendszer, Misina, Zengő), vagy éppen a Villányi-hegység emelhető ki.

2.3.1. A BEUTAZÓ TURIZMUS JELLEMZŐI ÉS ALAKULÁSA

Baranyát, a Dél-dunántúli régió déli, meghatározó jelentőségű megyéjét akár „Janus arcúnak” is hívhatnánk, nemcsak az egykori tudományegyetem elnevezése és a híres reneszánsz költő pécsi kötődése miatt, hanem igen fontos gazdasági-társadalmi tényezőket is figyelembe véve. Így a megyében található hazánk egyik leghátrányosabb helyzetű térségét, az Ormánságot, de Magyarország legnagyobb vidéki egyeteme is itt található, illetve Baranya már két világörökséggel is büszkélkedhet (Pécs – Ókeresztény Sírakmarák (2000-től), Mohács – Busójárás (2009-től)). Baranya megye kiemelt turisztikai terméktípusai a kulturális- és örökségturizmus, a borturizmus és borutak, az egészségturizmus (gyógy- és termáلتurizmus), az aktív turisztikai termékek, az ökoturizmus, és a vidéki-falusi turizmus.

11. ábra: Vendégéjszakák száma az országos adatok százalékában, 2021



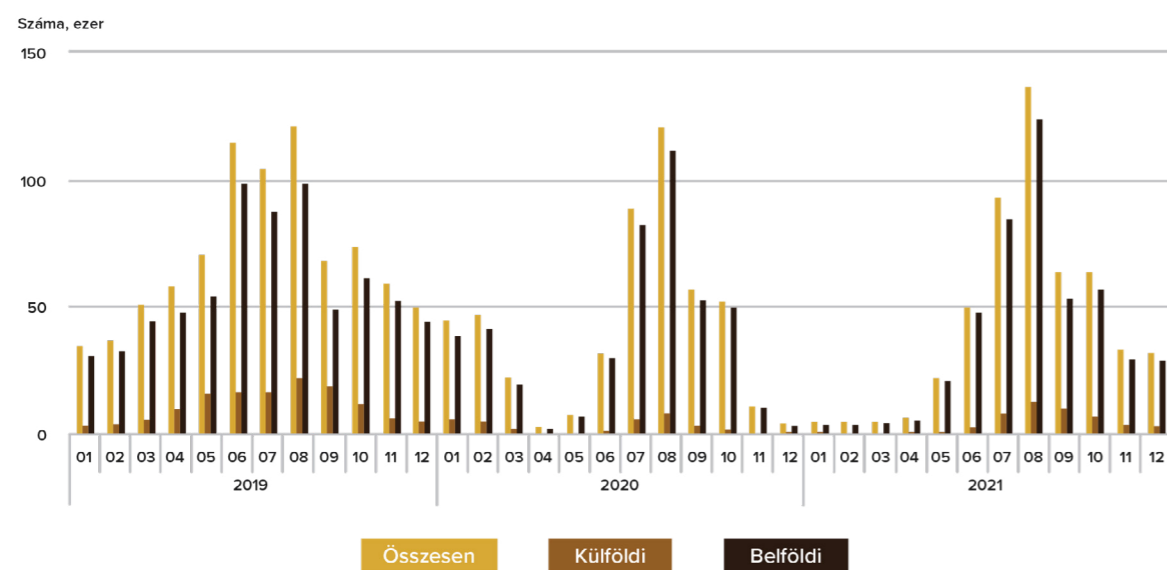
Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/214/index.html>

A KSH adatai alapján 2019-ben 355 369 vendég összesen 839 624 vendégéjszakát töltött el Baranya kereskedelmi szálláshelyein. 2021-ben ez az érték már csak 520 000 volt, ami a 2020-as értéknél 5,7%-al, magasabb, de a 2019-es adatoknál 39%-kal kevesebb. A meghatározó küldőpiacok vizsgálata tekintetében fontos látnunk, hogy Baranya alapvetően a belföldi vendégeket vonzza az összes vendég 90%-ával és a kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakáinak 80% körüli értékeivel.

A nemzetközi látogatók számának tekintetében a megye legfontosabb küldő piacai 2019-ben Németország (2019-ben 9129 fő), Csehország (6910 fő), Ausztria (2901 fő) és Szlovákia (2336 fő) volt, érdekesség, hogy 2021-re a csehek nemcsak a korábbi vendégéjszaka-szám kapcsán, hanem a vendége száma alapján is megelőzték a németeket és immáron az első helyen találhatóak.

Azt is fontos látnunk, hogy a nagyon alacsony hazai átlaghoz képest is kevés a megyébe érkező külföldi turisták átlagos tartózkodási ideje, mindössze 2,8 éjszaka.

12. ábra: A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma és változása (2019, 2020, 2021)



Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/214/index.html>

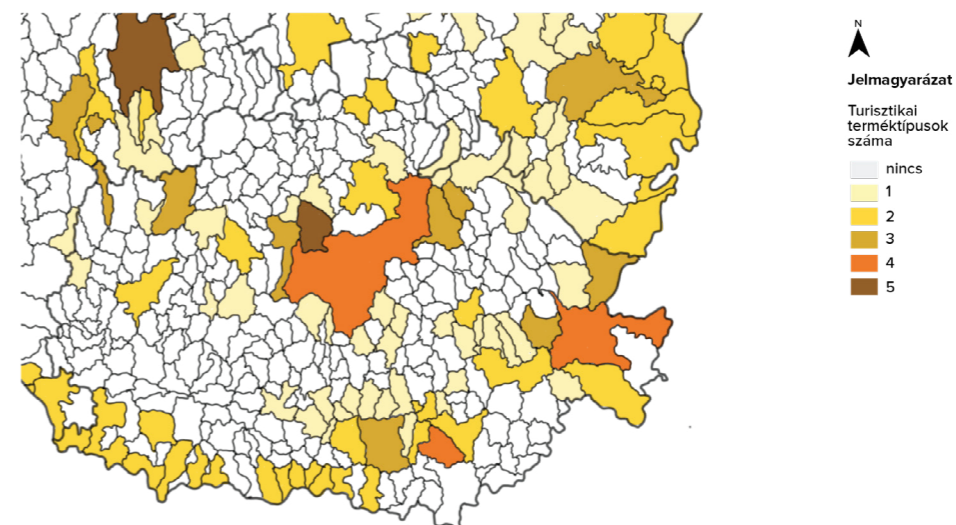
Mielőtt rátérünk a megyei desztinációk megnevezésére és elemzésére, először azok szakmai lehatárolását tesszük meg, melynek kapcsán mind a kínálati, mind a keresleti tényezők térképes megjelenítését végezzük el. Ezzel a módszerrel véleményünk szerint egyértelműen érzékelhetővé válik a megye turisztikai keresletének területi megjelenése és területi különbségei.

A térségi szemléletű turizmusfejlesztési módszerek figyelembevételével, a települési szintű vonzeró vizsgálatokra alapozva lehet szakmai-tudományos szempontok szerint a legmegbízhatóbban meghatározni/lehatárolni egy térség/régió turisztikai desztinációit.

A turisztikai kínálat elemzése kapcsán izgalmas kérdéseket vet fel a vonzerók területi koncentrációjának, vagy dekoncentrációjának a jelenléte, hiszen természetesen minél több (és minél vonzóbb, illetve szélesebb palettájú) vonzeró van jelen, annál nagyobb esély mutatkozik egy működőképes, modern és élményalapú turizmus kialakítására, továbbá ez adhatja meg a lehetőséget a desztinációs turizmusfejlesztési szemlélet és az élménylánc alapú turisztikai termékfejlesztés kiépítésére is.

Ezért a fejlesztési program jelen fejezetében a megye turisztikai vonzeróinak területi megjelenését illusztráljuk. Az alábbi ábra települési szinten mutatja be a megyében beazonosított legfontosabb turisztikai terméktípusokat, mely megközelítéssel egy-egy térség terméktípus portfólióját határozhatjuk meg.

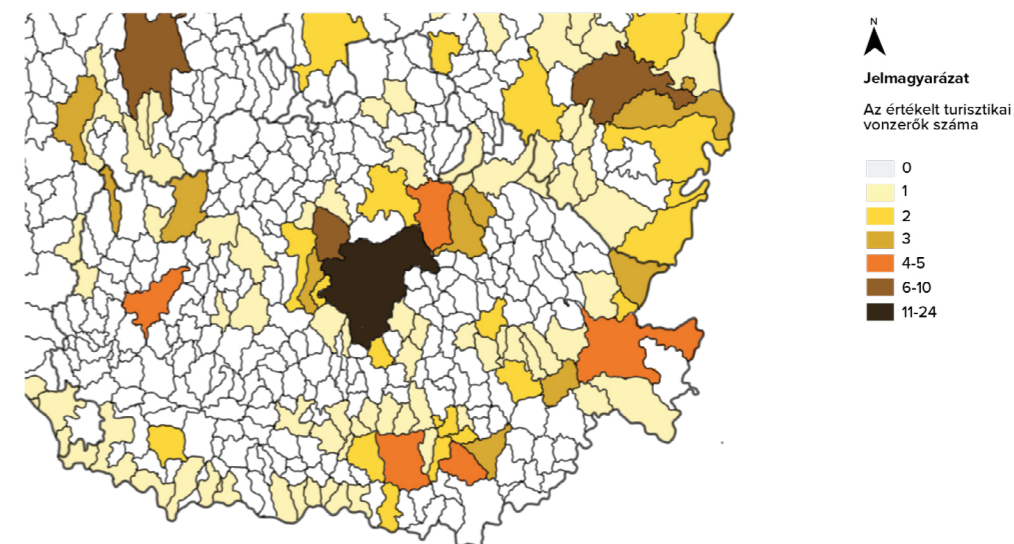
13. ábra: Baranya megye turisztikai vonzeróinak típusai (db.) és területi megjelenése



Forrás: KSH adatai alapján Csapó, J. 2022.

A turisztikai vonzerók területi megjelenésének további bemutatásánál a beazonosított turisztikai vonzerók számát és területi megoszlását jelenítjük meg, tehát hogy a megyében hol és mennyi vonzeróról beszélhetünk.

14. ábra: Baranya megye értékelt turisztikai vonzeróinak száma és területi megoszlása

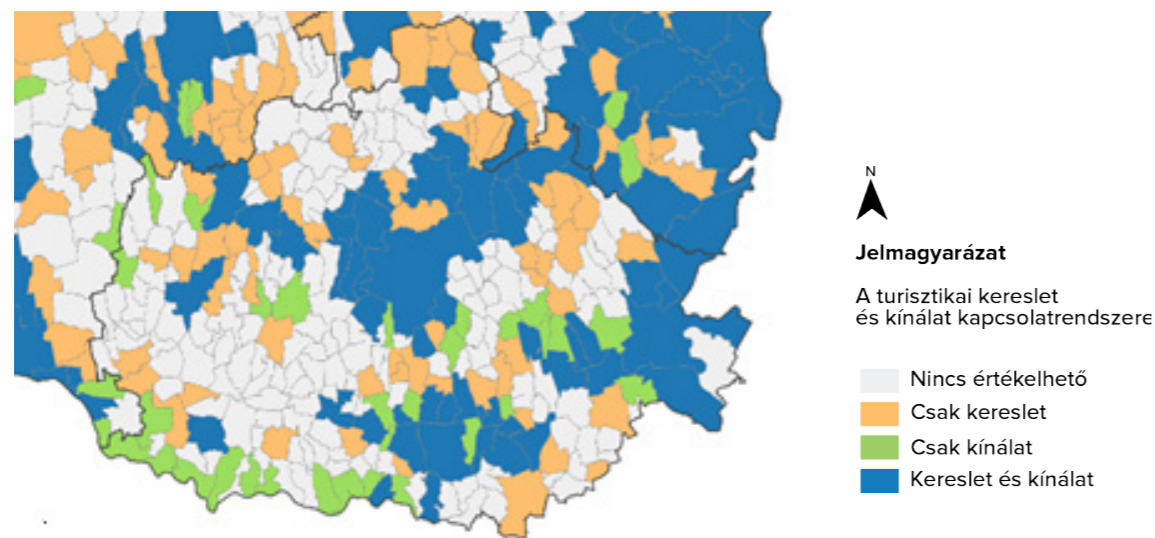


Forrás: KSH adatai alapján Csapó, J. 2022.

Ezek után térképre vittük Baranya – a KSH által mért – turisztikai kínálati mutatóit is, melynek segítségével egy komplex térképet alkottunk, ahol a turisztikai kínálat és turisztikai kereslet települési szintű területi megjelenését ábrázoltuk. Fontos kiemelni, hogy a keresleti statisztika esetében a 2019-es értékeket jelenítettük meg, mivel az volt az „utolsó békeév” a Covid-19 pandémia előtt, 2020 és 2021 pedig – természetesen nemcsak a megyében, hanem országosan és globálisan is – kereslet tekintetében csak csonkaéveket produkált.

Ez a megközelítés kiválóan szemlélteti, hogy Baranya megye területén, a már kialakult desztinációk tekintetében a kereslet és a kínálat egymásra talál, a turizmus egészségesen működik, azonban azt is láthatjuk, hogy számos esetben az egyes települések csak vonzerőn alapuló kínálattal rendelkeznek, amelyre semmilyen – statisztikailag kimutatható – turisztikai kereslet nem épül rá, illetve az is érdekes, hogy szintén számos település esetében csak keresletet tudunk kimutatni, ez utóbbi esetében azonban egyes vonzerők térbeli közelsége szolgál(hat) magyarázatul.

15. ábra: Baranya megye vonzerő alapú turisztikai kínálatának és turisztikai keresletének települési szintű területi megjelenése (2022-es vonzerő felmérés, 2019-es keresleti mutatók)



Forrás: KSH adatai alapján Csapó, J. 2021.

Fentiek alapján a megye turizmusában a kiemelkedő vonzerővel rendelkező, földrajzilag lehatárolható területek a következők:

1. Pécs-Mecsek térsége: a terület kiemelkedő vonzáscentruma Pécs, továbbá a Nyugat-Mecsek (Cserkút, Orfű, Abaliget, Magyarhertelend, Sikonda), valamint a Kelet-Mecsek tájegysége a délről kapcsolódó Zengőalja településeivel;
2. A Villányi-hegység és tágabb környezete: Siklós, Villány, Harkány;
3. A Dunamente: Bóly-Mohács és a környező, a Duna-Dráva Nemzeti Parkhoz csatlakozó települések;
4. Speciálisan a természeti és a tradicionális (kulturális-örökség) vonzerő körben jó potenciális adottságokkal rendelkező Ormánság és a Drávamente térsége.
5. Szigetszerű desztinációk: Szigetvár és térsége, Bikal.

2.3.2. BARANYA MEGYE TURISZTIKAI TERMÉKEI DESZTINÁCIÓNKÉNT

A földrajzi lehatárolhatóság mellett a turisztikai értékesíthetőséget is figyelembe véve az alábbi desztinációkat fogalmazzuk meg.

2.3.2.1. PÉCS ÉS KÖRNYÉKE

2.3.2.1.1. A DESZTINÁCIÓ LEHATÁROLÁSA, TÉRSÉGI ÖSSZEFÜGGÉSEI

Pécs város Baranya Megye meghatározó turisztikai fogadóterülete. Pécs és környéke jelenleg is a régió felé irányuló vendégforgalom egyik meghatározó gócpontja. A környező települések közül turisztikai szempontból megemlíthető Cserkút, Kővágószőlős, Hosszúhetény és a repülőtér, valamint a most épülő 4 csillagos wellness szálloda miatt Pogány. Pécs kiemelkedő kulturális központ, mediterrán hangulatával kuriózumot képez a hazai nagyvárosok között. Komoly erőssége még a várost övező változatos természeti környezet, az Orfűi-tórendszer komplex turisztikai termékkínálata, és számos, a népi kultúrát őrző település és épített örökség, valamint a Villányi borvidék és Harkány közelsége.

A terület jövőképében Pécs jelentősége, mint kulturális központ még tovább erősödött a 2010-es EKF programsorozat kapcsán, és az új Pécs-Villány turisztikai térség pozicionálása során is elsősorban, mint kulturális turisztikai desztináció lett meghatározva. Pécs tekintetében a fő fejlesztési irány a már meglévő imázs erősítése, valamint a környék kiegészítő programlehetőségeinek a városi turizmushoz kapcsolásával komplex turisztikai programcsomagok kialakítása a vendégélmény fokozása érdekében.

2.3.2.1.2. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ TURISZTIKAI TERMÉKEK

Pécsen színes turisztikai termékkínálat érhető el. Ezek közül a meghatározó a *kulturális turizmus*, amelyhez tartozó kínálat egyedi, és országos összehasonlításban is kiváló: Pécs kulturális kínálata több mint kétezer éves örökséget ölel fel, és a city break turisták széles körű érdeklődésére tarthat igényt. A városban sétálva a történelem szinte minden korszaka megismerhető; a római kor a világörökségi címmel rendelkező ókeresztény síremlék együttesével, az államalapítás kora a székesegyház román kori altemplomával, a török hódoltság időszaka a város főterén álló dzsámival, a belváros különböző építészeti stílusokat bemutató épületeivel (neobarokk, klasszicista, szecessziós stb.), vagy éppen az iparosodás legkiemelkedőbb emlékei, a Zsolnay gyár produktumai az Európa Kulturális Fővárosa 2010 cím kapcsán létrehozott Zsolnay Kulturális Negyeddel és a belváros Zsolnay díszkútjaival és épületkerámiáival.

Az épített örökség mellett a művészeti ágak olyan jeles képviselői is a város kulturális kínálatát színesítik, mint Csontváry Kosztka Tivadar és az op-art formavilágát létrehozó Victor Vasarely kiállításai, vagy éppen a kortárs művészet ma is alkotó művészeinek gyűjteménye (Modern Magyar Képtár, Pécsi Galéria, Nádor Galéria). Mindehhez a település egyedülálló mediterrán hangulata is hozzájárul, különösen nyáron a napvitorlák és leanderek övezte belváros könnyed, turisztikai keresletet ugyan kevésbé generáló, de a miliót jelentősen erősítő fesztiváljaival (Zsolnay Fényfesztivál, Sétatér Fesztivál). A kulturális turizmus kínálatát tovább fogja erősíteni a város főterén megvalósuló jelentős múzeumi fejlesztés, mely keretében elkészül a Janus Pannonius Múzeum korszerű látogatóközpontja, és megújul a Régészeti Múzeum.

A MICE infrastruktúrális adottságai is jónak minősíthetők, a Pécsi Tudományegyetem oktatóinak/kutatóinak a kapcsolatai révén jelentős szerepe van a városnak a konferencia turizmus terén. A konferenciák száma és vendégforgalma tekintetében a hazai vidéki helyszínek közül folyamatosan dobogós Pécs helyezése (Debrecennel és Szegeddel). Sajnos a tovább lépéshez szükséges professzionális rendezvényszervezői kapacitás szűkösen áll rendelkezésre.

2.3.2.1.3. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A városban a turizmus fogadófeltételei jól kiépültek A szálláskínálat megfelelően differenciált, és kielégíti a city break turisták igényeit. A konferencia turizmus fejlesztése szempontjából viszont szükséges lenne további szállodai kapacitások kialakítása, új szállodák építése a legalább 3 csillag superior kategóriában. A városban a vendéglátásra a sokszínűség és a gazdag kínálat a jellemző. Egyedül az önálló vonzerőként is értelmezhető, országosan is ismert csúcs gasztronómiát nyújtó hely hiányzik a kínálatból.

A MICE turizmushoz szükséges szolgáltatások többnyire jó minőségben rendelkezésre állnak (grafika, marketing, technika, tolmács, virág, catering stb.).

Egyedül a rendezvényszervező cégek megszűnése (pl. Lenau Reisen/Tensi) és a catering szolgáltatók számának a csökkenése jelenthet veszélyt a jövőben. A rendezvényekhez szükséges helyszínek tekintetében viszont Pécsen rendkívül gazdag a kínálat, a vidéki városok közül talán a legerősebb.

2.3.2.1.4. A DESZTINÁCIÓBAN KORÁBBAN MEGVALÓSULT FEJLESZTÉSEK ÉRTÉKELÉSE

Turisztikai szempontból releváns beruházások az EKF 2010 kapcsán valósultak meg. Ezekről elmondható, hogy a megvalósíthatósági tanulmányban szereplő terveket és elvárásokat teljesítik, és létrejöttük jelentősen erősíti a város kulturális vonzerejét (pl. Zsolnay Kulturális Negyed, vagy Kodály Központ) Az EKF-hez kapcsolódó közterület megújítási program és a belváros épületeinek a felújítása ugyancsak javította a turisztikai szempontból is vonzó városkép kialakítását. Sajnálatos, hogy a relatív pályázati forrásbőség ellenére 2010 és 2020 között nem történt semmi olyan jelentős beruházás a városban, ami a turizmus attrakció oldalát érintette volna.

Ez alól csak a Pécsi Püspökség volt a kivétel, ahol is több milliárd forint értékben valósítottak meg turisztikai szempontból is fontos beruházásokat. Ezek által a Székesegyház és környezete a város egyik fő turisztikai látványossága lett. Kiemelendő az is, hogy az egyházi attrakciókat professzionális menedzsment szervezet működteti magas színvonalon és innovatív módon. Tevékenységüknek köszönhetően például 2022-ben újra megnyitott a Rózsakert is, mely a park funkciója mellett olyan információs központtal is gyarapodott, ahol a jegyvásárlás mellett helyi-, valamint egyházi vonatkozású termékeket, kiadványokat vásárolhatnak a betérők.

2.3.2.1.5. HIÁNYOSSÁGOK, PROBLÉMÁK AMIRE A VÁLASZT KERESSÜK

A külföldi vendégek szempontjából Pécs – adottságai ellenére – nincs bent az első húsz magyarországi városban, a hazai vendégforgalmi adatok alapján pedig az első 10-ben. Pedig a város gazdag attrakciókban és legsajátosabb vonzerői mind egyedi, és magas minőségi értékében lelhetők fel.

A város a térség turisztikai erőforrásai alapján az országban és Európában is nagyobb láthatóságot, látogatottságot és magasabb turisztikai bevételt érdemelne. Szükség lenne 1 vagy 2 nagyobb szállodafejlesztésre és a turizmus menedzsment megújítására. Hatékony TDM szervezet hiánya miatt a városi önkormányzat apparátusa végzi a turizmusmenedzsment feladatokat is, holott nekik inkább a stratégiai fontosságú feladatok előkészítése lenne a feladat.

2.3.2.2. SIKLÓS-VILLÁNY-HARKÁNY TÉRSÉGE

2.3.2.2.1. A DESZTINÁCIÓ LEHATÁROLÁSA, TÉRSÉGI ÖSSZEFÜGGÉSEI

A térség erőssége, hogy jelenleg is ismert és népszerű desztináció a turizmus több ágazatában is, és a szezonális jóval kisebb mértékben érinti, mint pl. a Balaton térségét. A Villányi borvidék nemzetközileg is ismert turisztikai desztináció a borturizmus kedvelői körében. Emellett Harkány Európában is egyedülálló gyógyfürdő-hely.

Siklós sokszínűségével erősíti a térséget, egyaránt jelen van a kulturális turizmus a Siklói Vár által, bor és gasztronómiai kínálat folyamatosan fejlődik. A Siklói Termálfürdő és a hozzá kapcsolódó minőségi szálláshely a családok és üzleti turisták körében is népszerű. Itt található a Máriagyúdi Kegyhely is, mely vallási turizmus fontos helyi állomása. A településen és környékén – Villányhoz hasonlóan - pedig az aktív turizmus is egyre fontosabb szerepet kap a gyalogtúra útvonalak és kerékpáros útvonalak fejlesztése révén.

A régió turisztikai jövőképében ezek az attrakciók még nagyobb jelentőséget kapnak, és a fő fejlesztési irányokat a körük épülő infrastruktúra fejlesztése, valamint kiegészítő programkínálatként a térség többi, jelenleg kevésbé jelentős attrakciójának bekapcsolása jelenti.

Harkány 200 éve működő gyógyfürdjét már a 19. század végétől kezdve szívesen keresték fel a gyógyulni vágyók, a villányi (borvidéki) turizmus alapjait pedig a vendégfogadásra berendezkedett, rendezett sváb falvak teremtették meg, amelyet az 1990-es évek elején a vállalkozóvá vált nyitott és tehetséges borászok összefogása és magas színvonalú szolgáltatásai emeltek országos hírűvé. Harkány vendégforgalma sajnos az 1990-es években (egyik fő okaként a Délszláv polgárháborút adhatjuk meg) jelentősen hanyatlott és a versenytársaihoz képest olyan pozícióvesztést szenvedett el, amelyet a mai napig sem sikerült kihevernie. Ennek fő okai a következők voltak:

- a kiépült gyorsforgalmi úthálózati kapcsolat hiánya;
- a délszláv háború hatásai, amelynek okán az utazók évekig nem tartották biztonságos úti célnak a térséget;
- az elmaradt célzott turisztikai fejlesztések, kiegészülve a turizmusban nélkülözhetetlen szakmai-menedzsmenti-értékesítési tudás részbeni hiányával (az uniós fejlesztési források elaprózódása, a meghatározó szálláshelyfejlesztések hiánya).

Szerencsére ezek az okok napjainkra megszűntek, így elhárultak az akadályok Harkány fejlődése elől.

2.3.2.2.2. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ TURISZTIKAI TERMÉKEK

A térségnek a két meghatározó terméktípusa a *bor-és gasztroturizmus*, valamint az *egészségturizmus*. A borturizmus egyik hazai fellegvára Villány. A számos innovatív kezdeményezést sikeresen bevezetett Villány az ország azon kevés területei közé tartozik, amely „kitalálta és megvalósította önmagát” különösebb központi beavatkozás nélkül. Tokajjal ellentétben a borvidéket nem a borok, hanem a neves és „jó arc” borászok és borászatok tették szorgalmas munkával országosan ismertté (Bock, Gere, Tiffán, Polgár, Günzer, Sauska, Vylyan, Jammertal stb.). A hagyományos borkóstolás mellé kínált tájételekkel (sváb ételek – stífolder, gőzgombóc, strudel), falusi vendégfogadással, majd később az országban először a „borwellness” szolgáltatásainak megteremtésével (Crocus Gere Borhotel) sikeresen kialakították Villány arculatát. Innen indult a hazai borút mozgalom és a Villányi Borút mind a mai napig a borturizmus egyik fontos és innovatív szereplője. A minőségi borkultúra párosulva a gasztronómiával, borturizmussal, kultúrával, átfogó település- és területfejlesztési erővé és eszközzé tudott válni.

A Siklói Vár a kulturális, sokszínű és folyamatosan bővülő programokon keresztül is a megye egyik meghatározó kulturális kínálatát jeleníti meg.

Az egészségturizmus elsősorban Harkány kínálatában meghatározó, de a wellness révén Siklóson is jelen van. A harkányi gyógyvíz egyedi értékekkel rendelkező gyógytényező, melynek egészségturisztikai hasznosítása még rejt kiaknázatlan lehetőségeket. Bár a pozicionálás során az egészségturisztikai profillal márkázni kívánt desztinációkhoz képest (Bük-Sárvár, Gyula és térsége, Szeged-Makó) a fürdőtelepülés nem kaphat kiemelt szerepet, ugyanakkor az országos termékstruktúrában pozícióját az egyedi gyógyászati profilt (psoriasis és meddőségi kezelések) szükséges kiemelni és termékfejlesztéssel megerősíteni.

Harkány esetében első körben a lokális kereslet megerősítése szükséges (és csak azt követi az országos majd nemzetközi), a Baranya megyei (és potenciális küldőpiacot jelentő Tolna megyei) fürdőmotivációjú vendégek ma Harkány helyett sokszor szívesebben veszik igénybe a Szeged-Makó térség fürdőit. A változáshoz a település és a szolgáltatók új alapokra helyezett együttműködése szükséges.

A határmenti földrajzi elhelyezkedés ellenére az evidensen megszólítható külföldi vendégforgalom térségi teljesítményből történő részesedése nem éri el az országos átlagot, sőt egyre csökkenő arány jellemzi. A korábban Harkányban nagyon jellemző német vendégkör előregedett, a cseh fürdőgyógyászati szolgáltatások iránt érdeklődő szegmens pedig (a nyugat-magyarországi fürdőtelepülésekhez képest egyébként koránt sem számottevő volumenben és alacsonyabb igényszinttel) jelenik meg. A lokáció okán elviekben elérhető horvát vendégkör megjelenése maximum napi látogatásokban merül ki Harkányfürdő szintjén, a fürdők iránti motivációval szintén jellemezhető, de magasabb minőséget kereső és megszólítható szerb vendégek pedig inkább a dél-alföldi (szegedi, mórakalmi) fürdőket preferálják.

2.3.2.2.3. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A térség turisztikai fogadóképessége kiépült, de az elsődleges szuprastruktúra (szálláshelyek és vendéglátóhelyek) szolgáltatási minősége az előzőekben kiemelt, kis kapacitású szállodákon túl maximum közepes színvonalúnak tekinthető. Olyan ikonikus szálloda fejlesztése nem történt az utóbbi évtizedben a térségben, amely új vendégkört vonzott volna.

Néhány kivételtől eltekintve hasonló minőség jellemzi a vendéglátóhelyeket is, ezért magas költségi hajlandóságú vendégkör megszólítására – Villány kivételével – a desztináció ma nem alkalmas. A vendéglátás területén azonban érezhető változások indultak meg. A több évtizede megbízható csárdák (pl. Tenkes Csárda, Fülemüle Csárda) mellett megjelentek a fine dining ételeket kínáló helyek (Crocus Gere Hotel-Mandula Étterem és Bor-bár, Sauska 48 Étterem, Bock Hotel Ermitázs Óbor Étterem) és a minőségi lakáskonyha jellegű helyek (Palkonyha, Trinitás Sajtműhely és Miszli Lakáskonyha, Trifla Kóstolóház, Góré Étterem stb.). A fentiek közül a Sauska 48 Étterem Michelin által ajánlott kategóriába került, ami jelentősen erősíti a térség gasztronómiája iránti figyelmet. További hatalmas lendületet adna a gasztroturizmusnak, ha a következő években valamelyik egységnek sikerülne a Michelin csillagot megszereznie.

Remélhetőleg ez a pozitív folyamat folytatódik és Siklós, illetve Harkány területén is létrejönnek ilyen magas minőségű gasztronómiai szolgáltatások, jelentősen tovább erősítve a desztináció vonzerejét. A turisták számára szükséges további szolgáltatások kellő mértékben rendelkezésre állnak, csak a megyén belüli közösségi közlekedés kapcsán fogalmazódik meg kritika a turisták részéről. (pl. a borvidék települései közötti közösségi közlekedés hiányos kínálata, és a Villány-Pécs közötti vasúti közlekedés hiányosságai miatt).

2.3.2.2.4. A DESZTINÁCIÓBAN KORÁBBAN MEGVALÓSULT FEJLESZTÉSEK ÉRTÉKELÉSE

Ahogy azt a fejezet elején a jó gyakorlatok közt már leírtuk Siklós Város Önkormányzata 2010 óta több mint 5 milliárd forintot fordított (pályázati, illetve saját forrásból) közvetlen turizmusfejlesztésre (Siklói Vár felújítása, Thermal Spa Siklós létrehozása, hegyi víz kiépítése). A beruházások eredményeként a vendégéjszakák száma megtízszereződött (2010-ben: 3 400, 2016-ban: 30 242; forrás: Siklói Turisztikai Egyesület), ami köszönhető a vállalkozói kedv erősödésének, hiszen azóta megépült a termálfürdő szomszédságában a város egyetlen négycsillagos szállodája, a Hotel Castello és a Brigadéros Vendégház a vár lábánál.

A város turisztikai kínálatát erősíti a Pécsi Egyházmegye által közelmúltban megvalósított Máriagyúdi Kegyhely fejlesztése is. Az elmúlt időszakban megvalósult turisztikai célú fejlesztések jórészt beruházásokban merültek ki, amelyeket azonban tartalomfejlesztés és turisztikai menedzsment nem kísért. Felismerve e hiányosságokat, az elmúlt évben a település turisztikai szolgáltatói, magánszemélyek az önkormányzattal összefogva megalapították a Siklói Turisztikai Egyesületet (STE), melynek célja Siklós turisztikai potenciáljának jobb kihasználása, a turisztikai termékek és kínálat összehangolt fejlesztése, a település turisztikai pozicionálása, márkázása, ismertségének növelése. Sajnos a kezdeti lelkesedést követően az egyesület lendülete megtorpant, és jelenleg nem működik.

Jelentős fejlesztések történtek a Harkányi Termálfürdő területén is. Ezek beváltották a hozzájuk fűzött célokat és pozitív hatásuk már a forgalomnövekedésből is érezhető.

2.3.2.2.5. HIÁNYOSSÁGOK, PROBLÉMÁK AMIRE A VÁLASZT KERESSÜK

Magas költségi hajlandóságú vendégkör számára a prémium minőségű kínálati elemek a Crocus Gere Hotelen kívül nem állnak rendelkezésre (pl. 5 csillagos vagy 4 csillag superior kategóriájú hotel), pedig a Villányi Borvidék, mint hazánk egyik meghatározó borturisztikai központja képes megszólítani a magas jövedelemmel rendelkező presztízs fogyasztókat is. A gasztronómiai kínálat tartalmaz a boron kívül is különlegességeket, de a hazai élvonalban helyet foglaló étterem – a Sauska 48 éttermen kívül – sajnos nincsen a térségben.

Harkány imázsának a helyreállítása még nem fejeződött be. A harkányi fürdő a számos fejlesztésnek köszönhetően kezdi visszanyerni a látogatottságát, de az egyedi kínálatát mind a gyógyászati, mind pedig a wellness területen jobban kell hangsúlyozni.

2.3.2.3. MECSEK-HEGYSÉG, AZON BELÜL ORFÚ ÉS KÖRNYÉKE, MECSEK-HEGYHÁT, KELET-MECSEK

2.3.2.3.1. A DESZTINÁCIÓ LEHATÁROLÁSA, TÉRSÉGI ÖSSZEFÜGGÉSEI

A Pécstől északra húzódó Mecsek alapvetően a *természeti* tematikához kapcsolódó turisztikai termékek kiterjedt övezete. Ez a Pécs kínálatát szervesen kiegészítő terület jellemzői, domináns terméktípusai alapján két eltérő vonzásterületre, tájegységre bontható. Mind a kettő önálló arculattal rendelkezik, és tájféldrajzilag is elkülönülő szerves téregység, amelyek alapvető kötődése inkább Pécs orientációjú, semmint egymással építenének ki szoros kapcsolatokat. A két kínálati övezet:

1) Kelet-Mecsek a tájvédelmi körzettel és az ezt északról és délről keretező településfüzérrel. E két településcsoport csak lazán fűződik össze. Szoros idegenforgalmi együttműködés az északi, a Völgységgel határos településeknél jellemző, amit a Kelet-Mecsek Egyesület és a kárászi Tourinform iroda testesít meg. A déli oldal, a zengőaljai rész inkább az önálló próbálkozások területe, ahol Hosszúhetény, Pécsvárad vagy Mecseknádasd és a környező kistelepülések külön-külön fejlesztik kínálatukat. A települések ezirányú elkötelezettségét mutatja, hogy 2022-ben megalapították a Mesés Mecsek Térségi Turisztikai Társulást. Mindkét területen a természeti alapú kínálatok mellett, a tradicionális értékeket programmá formálók jelentik a súlypontot. Fő turisztikai termékként a falusi turizmust és az ökoturizmust nevesíthetjük.

2) A Mecsek nyugati része Orfúvel és Abaligettel, a Jakab-hegy déli településfüzérével és a hozzá szervesen kötődő Sikondával, valamint Magyarhertelenddel együtt a természeti alaptermatikához az aktivitást társítják. Ez megtestesül vízi- vízparti üdülésben és sportolásban, horgászatban, lovaglásban, kerékpározásban, természetjárásban és annak specializált változataiban (ökotúrák, barlangi túrázás, tanösvények), valamint a testi örömeket és gyógyulást is (lásd Abaligeti minősített gyógybarlang) adó wellness megtelepítésében. Ezért a főbb terméktípusok az aktív és ökoturizmus, a vízparti turizmus, és a Fishing on Orfú fesztivál által generált vendégforgalom miatt a fesztivál turizmus (2022 nyarán már 3 jelentős turisztikai forgalmat generáló fesztiválnak adott otthont Orfú).

2.3.2.3.2. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ TURISZTIKAI TERMÉKEK

Fő turisztikai termékként a Kelet-Mecsek területén a nagy múltú falusi turizmust és az ökoturizmust nevesíthetjük. A Mesés Mecsek Társulás tevékenységének köszönhetően fejlődhet az aktív turizmus, és az elmúlt évtizedben jelentősen megerősödött a gasztronómiai kínálat.

Orfún és környékén a főbb terméktípusok az aktív turizmus, az ökoturizmus, a vízparti turizmus, és a Fishing on Orfú fesztivál által generált vendégforgalom miatt a fesztivál turizmus. A Nyugat –Mecsek falvaiban továbbra is népszerű a falusi turizmus kínálata. Figyelemmel Sikonda és Magyarhertelend kínálatára, valamint az Orfún tervezett fejlesztésekre, megemlíthetjük a wellness turizmust is. A kerékpárhálózat tervezett további fejlesztésével jelentősebbé fog válni a kerékpáros turizmus is a térségben.

A térségben a borgasztronómia húzóerőt képvisel, több elismert pincészet is található Mecseknádasdon és Hosszúhetényben is. Két hosszúhetényi étterem is bizonyított, egy Michelin Zöld-csillagos étterem – az Almalomb – és egy ajánlott étterem – a Hosszú Tányér található itt. A térség jelenlegi értéke és szerepe és a jövőbeni lehetőségek itt még nagyobbak lehetnek.

2.3.2.3.3. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A desztináció sokszínű turisztikai kínálatára az átlagos színvonal és jó ár-érték arány a jellemző. Nagyjából a szükséges szolgáltatások rendelkezésre állnak, de hiányzik a luxus és a prémium minőség a kínálatból.

2.3.2.3.4. A DESZTINÁCIÓBAN KORÁBBAN MEGVALÓSULT FEJLESZTÉSEK ÉRTÉKELÉSE

A desztináció alapú kezdeményezések között kiemelt szerepben jelenik meg Orfű önkormányzata. A helyiek bevonását és a vállalkozói szféra szereplőinek aktivizálását prioritásként kezeli, mely jelen esetben a terület teljes turisztikai termékkínálatát lefedi. A civil szervezetek, egyesületek közös érdekek alapján hangolják össze tevékenységüket a magán, a vállalkozói és az önkormányzati szféra között. Olyan fejlesztési projekteket készítettek elő és valósítottak meg, amelyre valóban szükség volt, ezért fenntarthatók, és jól egészítik ki Orfű korábbi kínálatát (Malom fejlesztés, Medvehagyma Ház, Pécs-Orfű kerékpár út fejlesztés stb.).

2.3.2.3.5. HIÁNYOSSÁGOK, PROBLÉMÁK AMIRE A VÁLASZT KERESSÜK

A desztináció pozitív imázsa, folyamatosan meglévő kereslete, indokoltá tenné a prémium fogyasztói szegmens irányába történő nyitást és az ehhez szükséges fejlesztéseket. Szükség lenne egy-vagy két jelentősebb 4 csillagos szállodára, továbbá meg kellene valósítani az orfűi aqua park területére tervezett fejlesztéseket. Abaliget gyógybarlangja olyan kihasználatlan gyógytényező, amely iránt növekvő keresletről beszélhetünk, ha a turisztikai fogadási feltételek kialakítása is megtörténne.

2.3.2.4. SZIGETVÁR ÉS DÉL-ZSELIC

2.3.2.4.1. A DESZTINÁCIÓ LEHATÁROLÁSA, TÉRSÉGI ÖSSZEFÜGGÉSEI

Szigetvár jelentős hazai ismertséggel és pozitív imázssal rendelkező kisváros. A város közelében található Dél-Zselic térsége egészséges és vonzó környezetet biztosít az ott élők és a turisztikai céllal érkezők számára. A térség turisztikai adottságait figyelembe véve leszögezhetjük, hogy jóval nagyobb potenciállal rendelkezik, mint ahogy a forgalmi adatok alapján a realizált turizmusa azt mutatja. attrakciói Kőszeggel vetekszenek, de forgalmi adatai jóval elmaradnak a nyugati határ melletti kisvárosétól.

2.3.2.4.2. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ TURISZTIKAI TERMÉKEK

A kulturális turizmus az egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai termék, amelyben a keresletet képviselő turista motivációja új kultúrák megismerése, kulturális eseményeken való részvétel és kulturális attrakciók meglátogatása, a kínálat központi elemét alkotó vonzerő pedig a felkeresett desztináció sajátos, egyedi kultúrája, kulturális öröksége. Márpedig ezen a téren Szigetvár jelentős erőforrásokkal rendelkezik, és jelenlegi turisztikai gyakorlatát vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a kulturális turizmus valamennyi altermékeihez van kapcsolódási pontja, illetve rendelkezik ezek fejlesztéséhez szükséges kiinduló potenciállal.

A térség számára a nagy előrelépést a Szigetvári Szulejmán Türbe Kulturális–Turisztikai Központ létrehozása jelentené. Ez a fejlesztés jellegét tekintve az örökségturizmus keretébe illeszthető és megvalósításával Magyarország egyik meghatározó örökségturisztikai desztinációja jöhet létre. A Baranya török emlékeire építő tematikus út fejlesztése is jelentősen erősítené a térség kulturális turizmusát.

A kulturális turizmus mellett a legfontosabb turisztikai termék a Szigetvári Gyógyfürdőre alapozott egészségturizmus. A fürdőben nyári strandfürdő, uszoda, termálvizes medencék, élmény-medence és gyógyfürdői szolgáltató részleg található, kereslete leginkább a belföldi és azon belül is a megyei vendégekre épül.

Említést érdemel még a térség ökoturisztikai kínálata (pl. sasréti és almamelléki kisvasutak) és a főként helyi alapanyagokra épülő tradicionális gasztroturizmus. A jelenlegi trendek alapján az aktív- és ökoturizmus felértékelődése zajlik. Egyre nagyobb jelentőséggel bírnak a turisták által eddig kevésbé támogatott, érintetlennek mondható helyszínek. A több megyén átnyúló Zselic változatos tájképe, kiemelkedő természeti értékei, eddig kiaknázatlan lehetőségei komoly potenciállal rendelkeznek az aktív- és ökoturizmus fejlesztésére.

2.3.2.4.3. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A rendszerváltás óta jelentős attrakciófejlesztések valósultak meg (termálstrand fejlesztés, vár rekonstrukció), ennek ellenére az elmúlt évtizedekben nem volt kielégítő a vállalkozói aktivitás, így a megfelelő minőségű szolgáltatások nem alakultak ki. Nincsen jó minőségű, országosan ismert kereskedelmi szálláshely, kevés az egyéni szálláshely és a vendéglátás kínálata sem megfelelő színvonalú. A turizmus fejlesztése érdekében ösztönözni kell a vállalkozásokat az aktívabb szerepvállalásra és újra kell szervezni a turisztikai menedzsment szervezetet.

Az utóbbi időben elindult egy folyamat a térségi aktív turizmus fejlesztésére, a térségben bejárható túraútvonalak feltérképezésére, a túratípus specifikus szolgáltatások kiépítésére (Túrabázis létrehozása, kerékpár bérlet), azonban ez még további fejlesztésre szorul, ennek a menedzselésére a helyi HACS csoport vezetése tesz jelentős erőfeszítéseket helyi szinten az utóbbi időben.

2.3.2.4.4. A DESZTINÁCIÓBAN KORÁBBAN MEGVALÓSULT FEJLESZTÉSEK ÉRTÉKELÉSE

Az attrakció fejlesztések (vár, termálfürdő) szükségesek és hasznosak voltak, nem követték ezeket viszont a privát szféra szolgáltatásbővítő fejlesztései.

2.3.2.4.5. HIÁNYOSSÁGOK, PROBLÉMÁK AMIRE A VÁLASZT KERESSÜK.

Az érintett térség turizmusának teljes újra pozicionálása szükséges, hatékonyabb turizmusmenedzsmenttel és korszerű marketinggel pedig jelen állapotában is jóval több keresleti eredményt lehetne realizálni.

Szigetvár a meglévő ismertség, a pozitív település imázs, és a jelentős attrakció alapján, egy sikeres újra pozicionálással Kőszeghez hasonló méretű forgalmat generáló, turisztikai szempontból is jelentős várossá fejleszthető.

2.3.2.5. MOHÁCS ÉS A DUNA VONALA

2.3.2.5.1. A DESZTINÁCIÓ LEHATÁROLÁSA, TÉRSÉGI ÖSSZEFÜGGÉSEI

A térség turisztikai szempontból meghatározó települése Mohács. A turisztikai desztinációhoz sorolhatjuk a Duna menti kisebb településeket (Bár, Dunaszekcső, Kölked stb.)

2.3.2.5.2. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ TURISZTIKAI TERMÉKEK

A térség turisztikai vonzereje jelentős, a meglévő attrakciók jó alapot jelenthetnek színes turisztikai kínálat kialakítására. Mohácsnak kiemelt szerepe van a magyar emlékezetpolitikában, melyet a mohácsi csata közelgő 500 éves évfordulója várhatóan tovább erősít. A település országosan ismert és pozitív imázssal rendelkezik. A Busójárás szerepel a szellemi világörökségi listán és hazánkban belül a legismertebb fesztiválok közé tartozik. A mohácsi csata helyszínén Nemzeti Emlék hely fogadja a látogatókat, amelynek felújítása azonban elkerülhetetlen. A felsorolt attrakciókra építve Mohácson a kulturális turizmus a meghatározó termék és további fejlesztések révén országos jelentős kulturális turisztikai desztinációvá válhatna.

A mohácsi dunai kikötő kedvelt megállóhelye a folyami hajós turizmusnak, sajnos azonban ennek gazdasági hasznából nem tudnak a desztináció vállalkozói jelentősen részesülni, illetve a Duna és holtágai egyéb turisztikai vonzereje a horgászat, kajak-kenu, evezés terén sem kellően kihasznált. Fentiek mellett a település különleges gasztronómiával rendelkezik. A mohácsi halászlé, a sokác babfőzés hagyománya, a borvidék javuló kínálata lehetővé teszi a gasztroturizmus fejlesztését is.

A Duna menti nemzeti parki területek (Béda-Karapanca) kedvelt színterei az ökoturizmusnak. A folyó a horgászturizmusnak is lehetőséget biztosít. Fontos kiemelni, hogy a területen halad át az Eurovelo 6 nyomvonala, mely a közelben keresztezi az Eurovelo 13-as útvonalat.

A nemzetközi és hazai trendek ismeretében a kerékpáros turizmus jelentős növekedése prognosztizálható. A térségnek lehetősége van a jelentős vonzerővel rendelkező színes turisztikai kínálat kialakítására, azonban komplex turisztikai kínálata elmarad saját lehetőségeitől, és a térség az adottságaihoz képest alul teljesít.

2.3.2.5.3. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A vonatkozó felmérések szerint a desztináció turisztikai alpinfrastruktúrája és szolgáltatási minősége közepes színvonalúnak tekinthető; a desztináció nem a legkedveltebb célpontja sem a belföldi, sem a külföldi turistáknak, továbbá visszaesést mutat a kereskedelmi szálláshelyek számát tekintve. A vállalkozói aktivitás nem volt eléggé erős az elmúlt évtizedekben, így kevés magánszálláshely és még kevesebb kereskedelmi szálláshely található a térségben. Nincsen jelentősebb ismertséggel rendelkező, egyedi vonásokat felmutatni tudó turisztikai szolgáltató a területen, illetve a vendéglátás egésze is átlagos, az egyedi és izgalmas kínálat hiányzik.

2.3.2.5.4. A DESZTINÁCIÓBAN KORÁBBAN MEGVALÓSULT FEJLESZTÉSEK ÉRTÉKELÉSE

A megvalósult turisztikai attrakció és infrastruktúra fejlesztések észszerűek és eredményesek voltak. A kulturális turizmus vonzerő oldalát erősíti a Busóudvar. Vonzerő és egyben fontos új infrastruktúra továbbá a selyemgyár épületeiben kialakított rendezvény központ. A Szent Miklós Malom felújítása és turisztikai hasznosítása a civil szerepvállalás jó példája. Az aktív turizmust elősegítő fontos kerékpárútvonal fejlesztések valósultak meg és turisztikai célú hajó beszerzése is történt. A településen realizált turisztikai célú beruházások alapot adnak egy színes és komplex élményt nyújtó turisztikai kínálat kialakításához.

2.3.2.5.5. HIÁNYOSSÁGOK, PROBLÉMÁK AMIRE A VÁLASZT KERESSÜK.

Mohács a lehetőségeihez, adottságaihoz és ismertségéhez képest a turizmus területén alul teljesít, érdemes lenne ezért a település (és a térsége) turizmusát újra pozícionálni, és egy jól átgondolt stratégia mentén fejleszteni. A beruházások mellett jelentősebb forrást kellene a korszerű menedzsment szervezet működtetésére fordítani, illetve ugyancsak indokolt lenne új település és turizmus marketing stratégia megalkotására és ezzel összhangban intenzívebb marketinggyakorlat kialakítására. A vállalkozók ösztönzésével javítani kell a szálláshely kínálatot, a vendéglátás színvonalát, és a Busójárás mellett meglévő fesztivál jellegű rendezvények turisztikai szerepét. Sokat lendítene a térség turizmusán egy jól menedzselt közepes méretű wellness szálloda megvalósítása.

2.3.2.6. ORMÁNSÁG ÉS A DRÁVAMENTI TÉRSÉG

2.3.2.6.1. A DESZTINÁCIÓ LEHATÁROLÁSA, TÉRSÉGI ÖSSZEFÜGGÉSEI

A térséghez a Dráva-folyó mentén elhelyezkedő Dél-baranyai települések tartoznak (Ormánság). Központja és meghatározó területe Sellye. A térség mind társadalmi, mind gazdasági szempontból kiemelten hátrányos helyzetű, elmaradott, sajnos emiatt az imázs is kedvező. Turisztikai potenciálja nagyon kicsi, és nehezen fejleszthető.

A Dráva mente 2021 szeptembere óta része az ötoldalú Mura-Dráva-Duna UNESCO Bioszféra rezervátnak. A térség turizmusfejlesztése szempontjából ez korlátozásokat, de egyúttal lehetőségeket is magába foglal. A látogatószám növelése esetén éppen az a vonzerő veszt el, amelynek középpontjában az érintetlen természet élményének átélése áll, az ide látogatók a többi ember nyüzsgését látnák és hallanák, továbbá a tömeges turizmus következménye a természeti vonzerők mennyiségi és minőségi csökkenése lenne. A mennyiségi bővítés helyett ezért sokkal inkább a minőségi fejlesztés, az exkluzív turisztikai termék kialakítása szükséges. Kidolgozásra került az Európa Amazonasa projekt kapcsán egy valorizációs program is – a turisztikai bevételek egy bizonyos százalékát a természetvédelemre fordítják.

2.3.2.6.2. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ TURISZTIKAI TERMÉKEK

Ebben az övezetben a természetközeli, aktív és tradicionális értékekre szerveződő kínálatok jelennek meg. A turisztikai fejlesztések szempontjából a térség legnagyobb erőforrása a Dráva, Európa egyik legtisztább vizű és legszebb természeti környezetű folyója ugyanakkor a turizmus számára nem, vagy csak nagyon kicsiny mértékben, hasznosítható, mivel a magyarországi szakasz teljes területén védett. Ez a szigorú védelem megítélésünk szerint felülvizsgálatra szorul. Ha ugyanis néhány rövid szakaszon nem történik meg a védelem feloldása, akkor a turizmus fejlesztés területén sem tudnak érdemi fejlesztések történni. A jelenlegi szerény kereslet az öko-, a kerékpáros- és a falusi turizmus területén jelentkezik, továbbá kis mértékben a horgász- és a vadászturizmus is jelen van a térségben.

2.3.2.6.3. A DESZTINÁCIÓBAN ELÉRHETŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A térség rurális jellegű, a vállalkozói aktivitás alacsony, a helyi gazdasági szereplők nem eléggé tőkeerősek. Ennek megfelelően a turisztikai szolgáltatások mind mennyiségi, mind pedig minőségi szempontból elmaradnak a kívánatostól. A szálláshely kínálatot csak a magánszálláshelyek jelentik, melegkonyhás vendéglátóhely is kevés van a térségben.

2.3.2.6.4. A DESZTINÁCIÓBAN KORÁBBAN MEGVALÓSULT FEJLESZTÉSEK ÉRTÉKELÉSE

Az utóbbi időszak legfontosabb turisztikai fejlesztése a Cún-Szaporca Ősdráva Látogatóközpont-hoz köthető, melynek révén az ökoturizmus keretein belül interaktív kiállítással, majossal, tanösvényekkel és változatos programokkal várják a látogatókat.

Ezt a Duna-Dráva Nemzeti Parkhoz köthető beruházást leszámítva nem volt azonban olyan fejlesztés, amely a turizmus volumenére érezhető hatást váltott volna ki, egyedül a kerékpáros turizmushoz kapcsolódó infrastrukturális fejlesztéseknek érezhető némi hatása. A Dráva mentén az elmaradt turisztikai fejlesztéseknek köszönhetően a drávai víziturizmus volumene is visszaesett, holott a térség az országon belül az egyik vezető víziturisztikai desztináció lehetne.

2.3.2.6.5. HIÁNYOSSÁGOK, PROBLÉMÁK AMIRE A VÁLASZT KERESSÜK

A természetvédelem és a turizmus gazdasági érdekeit össze kell hangolni, újra kell szabályozni, és lehetőséget kellene biztosítani 2-3 rövid szakaszon a vízpart hasznosítására, igényes szálláshelyek kialakítására.

2.3.2.7. BIKAL

A település több szempontból kilóg a desztinációk közül. A turisztikai forgalma döntően egyetlen szolgáltatónak, a Puchner Kastélyszállónak köszönhető. A vállalkozás közel 3 évtizede sikeresen fejleszti a tevékenységét, és napjainkra Baranya megye egyik meghatározó turisztikai szereplőjévé vált. A létesítmény akár évi 80 000 vendégéjszaka elérésére is képes, ezzel a kereskedelmi szállásokon realizált vendégéjszakák tekintetében a megyei rangsorban Pécs és Harkány mögött a 3. helyet foglalja el.

Speciális sajátossága, hogy az attrakciófejlesztés és a szolgáltatásfejlesztés egy kézben van. Túlnyomó részt saját források és részben pályázati támogatások felhasználásával a wellness turizmus iránt érdeklődők számára jött létre vonzó kínálat, emellett a szálláshoz kapcsolódó középkori élménybirtok a kisgyerekes családok számára jelent érdekes vonzerőt.

ÖSSZEGZŐ GONDOLATOK:

A Pécs-Villány turisztikai térség pozicionálása során megfogalmazott megállapítás Baranya megye egészére is érvényes. E szerint térség turizmusának az értékesíthetőségét alapvetően a két, kifejezetten a magas minőség élményígéretét („magas kultúra – prémium borok”) hordozó termék biztosítja, ahol a megkülönböztető, egyedi tulajdonságot (USP-t) a kulturális turizmus relevanciájában a pécsi UNESCO világörökségi helyszín a város egyedi adottságaival, a bor és gasztronómia esetén pedig az országosan ismert és prémium borélményt biztosító borászatok jelentik.

Ezt egészítik ki az olyan széles körben ismert attrakció elemek, mint a busójárás, a szigetvári vár, a mohácsi csatater stb. Fentiekre alapozva a márkázás élményalapon kell tervezni, amelyet a desztináció táji adottságai, a vidéki életérzés hangulata nagymértékben segítenek: a Villányi borvidék rendezett falvai, a Mecsek és a Villányi-hegység lankái, a Mecsek völgyében megbújó ékszerdoboz, Orfű, és maga Harkány is a fürdőt és az azt körülvevő környezetet, és a történelmi hangulatokat hordozó kisvárosok. A desztináció sokszínű kínálatának közös attribútumát tehát nem az egyes termékek, hanem maga az élmény adja: a magas minőség és az egyedi hangulat, a színes kínálat. Mindez a potenciális célcsoportokat a „megélés” motivációjával utazásra ösztönzi, és Baranya megyébe csábítja.

2.3.3. TÖBB DESZTINÁCIÓT ÉRINTŐ TEMATIKUS UTAK, KOMPLEX TURISZTIKAI TERMÉKEK

Jelenleg Baranya megye több desztinációt is érintő tematikus útjai egyrészt a vallási turizmus-hoz, másrészt az alternatív turizmus és az aktív turizmus formáihoz köthetők. Előbbi kapcsán a *Mária Út* Baranya megyei állomásait kell kiemelni (pl. Siklós-Máriagyűd, Szigetvár, Magyarreggy, Máriakéme, Palotabozsok), ahol egy nyugat-keleti és egy északnyugat-délkeleti irányú utat is találunk (<https://mariaut.hu/tart/bigmap>), utóbbi kapcsán pedig a *Baranya Zöldút* említhető (<https://www.baranyazoldut.eu/>).

A Mária Út Közép-Európa 2200 km-es zarándokút hálózata, melynek kelet-nyugati tengelye az ausztriai Mariazelltől az erdélyi Csíksomlyóig észak-déli útvonala Częstochowa és Medjugorje között vezet, így egy Ausztrián, Magyarországon, Románián, valamint Lengyelországon, Szlovákián, Horvátországon és Bosznia-Hercegovinán átívelő keresztet kapunk. Az út vagy annak kisebb szakaszai csoportosan vagy egyénileg is bejárhatók, elsősorban gyalogosan, de akár kerékpáros vagy lovas változatban is (<https://mariaut.hu/tart/farticle/1377/57/1>).

A Zöldutak Módszertani Egyesületének (ZÖME) definíciója szerint: „A zöldutak olyan, többfunkciós útvonalak, melyeket a gyalog, lovon, kerékpáron, illetve más motortmentes módon közlekedő vagy túrázó emberek számára hoznak létre. Fajtajuk szerint lehetnek zöldfolyósok, történelmi és kereskedelmi útvonalak, folyók vagy vasutak mentén haladó ösvények, vízi utak.

A zöldutakat helyi közösségek működtetik a környezeti és gazdasági szempontból is fenntartható társadalom kialakítása és az egészséges életmód elterjesztése érdekében. A zöldutak ideális környezetet biztosítanak a közösségi kezdeményezések, továbbá a természetvédelemmel, kulturális örökségvédelemmel, fenntartható turizmussal és motortmentes közlekedéssel kapcsolatos fejlesztések számára. A zöldutakat azzal a szándékkal hozzák létre, hogy a térségben élők és az oda látogatók igényeit egyaránt kielégítse és élénkítse a helyi gazdaságot.” (Sopron Nyilatkozat, 2006 <http://zoldutak.hu/>).

A GoGreen zöldút által lefedett 18 magyarországi település (Bakonya, Kővágótöttös, Kővágószőlős, Cserkút, Pécs, Pogány, Egerág, Újpetre, Palkonya, Villánykövesd, Villány, Márk, Töttös, Nagynyárad, Majs, Sátorhely, Kölked, Udvar) mindegyike Baranya megyében, azon belül pedig négy járásban (Pécsi, Siklói, Bólyi, Mohácsi) található. Maga az útvonal északnyugat-délkeleti kitérő a magyarországi szakaszon és alapvetően északdéli iránnyal rendelkezik a horvát oldalon, amely Udvar, Batina, Vörösmart, Hercegszőlős, Karancs, Kő, Laskó, Várdaróc, Kopácsi-rét, Bellye és Eszék településeit fűzi fel (Szabó G. et al. 2017).

A megyében létező egyéb tematikus utak nem fednek le több desztinációt, jellemzően tehát egy desztináción belül találhatóak és színesítik az ottani turisztikai termékpalettát, melyre a legjobb példa hazánk első borútja, az 1994-es alapítású Villány-Siklós Borút.

2.3.4. TÖBB DESZTINÁCIÓBAN JELEN LÉVŐ DUNA-DRÁVA NEMZETI PARK ÉS A MECSEKERDŐ ZRT.

A Duna-Dráva Nemzeti Park és a Mecsekerdő Zrt. működéséből és tevékenységéből adódóan több desztinációt is érint a megyében, ugyanakkor szervezetileg ezek önállóan működnek, önálló célkitűzésekkel és motivációkkal.

Ebből adódóan ezekkel külön érdemes foglalkozni a stratégiában. A munka során több körben hivatalos egyeztetés történt az érintett vezetőkkel a szervezetek céljairól és azok integrálhatóságáról a megyei szintű fejlesztési célokhoz.

2.3.4.1. DUNA-DRÁVA NEMZETI PARK MEGYEI TURIZMUSBAN BETÖLTÖTT HELYZETE, FEJLESZTÉSI IRÁNYAI

A Duna-Dráva Nemzeti Park 1996-ban jött létre, több, már korábban is védetté nyilvánított terület beolvasztásával. Kiterjedése a két névadó folyó mentén mintegy 50 000 hektárnyi terület. A nemzeti parkért felelős a Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság. A szervezet működési területe kiterjed egész Baranya és Tolna megye teljes területére, Somogy megyére a Balaton déli partja kivételével, valamint kisebb részben Fejér és Bács-Kiskun megyére is.

A Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság működési területe tehát a két nagy folyón kívül egész Dél-Dunántúlra kiterjed, magába foglalva öt tájvédelmi körzetet és 19 természetvédelmi területet.

A védett területek nagy része egyúttal az EU ökológiai hálózata, a NATURA2000 részét képezi.

A Nemzeti Park állami szereplő, költségvetési szerv, de saját bevételekkel is rendelkezik (főleg a turizmus, mezőgazdaság, vadászat, erdőgazdálkodás területekről).

A Nemzeti Park tájegységei:

- Gemenc
- Béda-Karapanca
- Dráva

Tájvédelmi körzetek:

- Boronka-Melléki Tájvédelmi Körzet
- Dél-Mezőföld Tájvédelmi Körzet
- Kelet-Mecsek Tájvédelmi Körzet
- Nyugat-Mecsek Tájvédelmi Körzet
- Zselici Tájvédelmi Körzet

A Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság hatálya alá tartozó védett Baranya megyei természetvédelmi területek:

- Dunaszekcsői Lőszfal Természetvédelmi Terület: a löszleszakadás 15 kilométer hosszú és még ma is állandóan alakul. Áradásokkor ugyanis a Duna alámosza, és ilyenkor kisebb-nagyobb darabok szakadnak le, csúsznak bele a vízbe. A terület a dunai madárvo-nulás jelentős állomása.
- Fekete-hegy Természetvédelmi Terület: a botanikusok összesen 48 védett növényfajt mutattak ki erről a területről.
- Mohácsi Történelmi Emlékhely Természetvédelmi Terület: Az emlékhelyet a csata 450. évfordulóján avatták fel 1976. augusztus 29-én.
- Nagy-Mező – Arany-Hegy Természetvédelmi Terület: A Zengő lábánál elterülő Nagy-me-ző nevének megfelelően hatalmas kiterjedésű. Déli részét legelőként használták. Sajnos ezzel felhagytak, pedig éppen a legeltetés biztosította a fokozottan védett bálna-bazsa-rózsza és tavaszi hérics fennmaradását. Ezeket ugyanis a legelő állatok mérgező voltak miatt elkerülték. Az Arany-hegy értéke a bodzaszagú ujjaskosbor.

- Szársomlyó Természetvédelmi Terület: a Szársomlyó északi és déli oldalának klímája különböző, mert a csupasz déli lejtő nappal hamarabb felmelegszik, viszont a benőtt északi éjszakánként lassabban hűl le. Így a fokozottan védett magyar kikerics már január-februárban virágzik. A Villányi-hegység, és ezen belül a Szársomlyó sok növény egyedüli magyarországi élőhelye. Többek között itt él a bakszarvú lepkeszeg, a törpe szádorgó és a korongos lucerna.
- Szentegáti-erdő Természetvédelmi Terület: a vörös kánya és a fekete gólya fészkelőterülete. Mindkét faj nagyon kényes, a legkisebb háborgatást sem viselik el.
- Villányi Templom-hegy Természetvédelmi Terület: A villányi templomhegyen – nevével ellentétben – nem áll templom. Az a hegy lábánál épült fel, a hegytetőn pedig kőbánya nyílt, ahol a kőbányászok tárták fel a Templom-hegy ammonita-maradványait.

Az említett területek jellemző turisztikai terméke az ökoturizmus. A térségbe érkezők számára látogatható továbbá:

- az Abaligeti-barlang, mely a Mecsek egyik legismertebb és lenépszerűbb természeti látnivalója;
- a szintén Abaligeten található Denevérmúzeum;
- a Mészégető-források barlangja, mely az Orfűi-tó nyugati partján, közel 10 m magas sziklafal tövében nyíló barlangrendszer része;
- a Drávaszentesen található Dráva Kapu Bemutatóközpont a Dráva menti védett területek természeti és kultúrtörténeti értékeivel ismerteti meg a látogatókat;
- a Szaporcán működő Ős-Dráva Látogatóközpont, amely az Ormánság természeti értékeit és hagyományait ismerteti meg őshonos háziállat bemutatóval, tanösvényekkel, változatos aktív programokkal;
- továbbá a kölkedi Fehér Gólya Múzeum;
- a Pintér-kert Arborétum Pécsen a Tettye városrészben;
- az egyedülálló geológiai képződmény a Tettyei Mésztufa-barlang;
- a Nagyharsányi Szoborpark a Villányi Alkotótelep szobrászművészeti alkotásainak gyűjteménye, világviszonylatban is egyedülálló érték, amely az 1960-as, 70-es, 80-as évek valóságos művészetének képét adja. Az alkotások mentesek a szocialista művészeti irányítási rendszer eszmeiségétől, kizárólagosan esztétikai, művészeti kérdésfeltevésekkel foglalkoznak. A 130 szobor alkotói a világ négy égtája felől érkeztek, az Egyesült Államoktól Japánig, Norvégiától Olaszorszáig, a vasfüggöny mögött szabadon dolgozhattak, megoszthatták egymással tudásukat és tapasztalataikat, építhettek kapcsolatrendszert.
- és a Mohácsi Nemzeti Emlékhely az 1526. augusztus 29-i mohácsi csata helyszínén, ahol a tömegsírok között számos történelmi személy kifaragott szobrai láthatjuk.

Fejlesztési lehetőségek

A vízi turizmus nagyon dinamikusan fejlődő terület és Baranya jó adottságokkal rendelkezik ezen a téren, amikre lehet építeni. Szükséges az infrastrukturális feltételek fejlesztése, ugyanis jelenleg ezek csak minimálisan adóttak, legfeljebb sátrazással, nomád körülmények közt oldható meg egy ilyen túra, ezzel csak egy szűk réteg érhető el.

A másik jelentős potenciállal bíró terület a kerékpáros turizmus. E tekintetben nagyobb részt az infrastrukturális feltételek is adóttak, már csak nagyon rövid szakaszok hiányoznak, hogy egy teljes folyómenti túra kivitelezhető legyen, melyhez akár alsóbbrendű utak is megfelelőek lehetnek, csupán felfestésre van szükség. Elsősorban a kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése szükséges, ezek megfelelő színvonalú megszervezése, valamint indító pontok, parkolók megteremtése. Számos nemzetközi jó példa nevesíthető Ausztria, Németország, Csehország tekintetében, ahol telefonos applikáció segítségével lebonyolítható egy ilyen folyómenti kerékpár túra. Ennek elérése lenne a cél Baranyában is. A Nemzeti Park ezen a területen jelenleg is involvált, vannak elektromos biciklijük az Aktív Magyarországon keresztül, ahol komolyabb infrastruktúrával jelen vannak, ott ezeket lehet kölcsönözni.

A Duna-Dráva Nemzeti Park véleménye szerint a nemzeti parkok kezelési terveiben és elképzelésiben is szerepel, hogy a védett területek 3-5%-a, a védett területek bemutatására feláldozható. Nyilván azokon a területeken tehető ez meg, melyek erre alkalmasak és nem károsítják a védett természeti értékeket. Ennek megfelelően a nemzeti parki idegenforgalmi infrastruktúra (és egyéb pl önkormányzati) jelentős része, országos szinten is a védett területen található. Így felesleges a védelem feloldásán gondolkodni, a két tevékenység nem zárja ki egymást. Ráadásul a védelem feloldása nem célravezető akkor, amikor további természetvédelmi előírások, korlátozások érkeznek az EU-tól. A drávai vízitúra évtizedek óta, szabályozott mederben folytatott tevékenység, melyet az illetékes kormányhivatalok engedélyeivel, több önkormányzat és helyi vállalkozó bevonásával szervez a Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság. A víziturizmus fejlesztése folyamatban van, pályázati forrásokból. Hogy ez valóban működik itt vannak a 2022-es év adatai, több mint 2500 fő vett részt regisztráltan a drávai vízitúrákban (1800 fő egynapos és 700 fő hosszú túrán). A kikötőhelyek és a túraszakaszok az elmúlt időszak tapasztalatai alapján kijelölésre kerültek. A védett területen, szabályozott körülmények között történő túrázás a Drávánál éppen a legfontosabb előny és ezt az idelátogatók nagyrésze elfogadja és örül is neki. Ők inkább elkerülik a szemetes és hangos szabályozás nélküli tevékenységet, mely az ország más folyóin jellemző. Ez a vízitúrázó létszám a természetvédelmi előírásokat is figyelembe véve még bőven fejleszthető, főként a Baranya megyei folyószakaszon. Ezen fejlesztéseket kell összehangolni a jövőben.

A kerékpáros turizmus tekintetében az utóbbi időben sok előremutató fejlesztés történt – jobb infrastrukturális helyzetben vagyunk, mint a folyó túlsó partján a horvátok. Ami még nagyon hiányzik – a Drávasztára és a szaporcai leágazó közötti szakasz, amely bizonyos időszakokban nehezen járható – fűcsomós nagyon egyenetlen, sok rá a panasz a kerékpárosok köréből. A Dél-dunántúli Vízügyi Igazgatóságnak szándékában állt ezt a szakaszt eredetileg 2023-24 végéig leaszfaltozni, de úgy tűnik, hogy a jelenlegi gazdasági helyzetben az erre szánt forrást visszavonták, egyelőre nem látható, ez mikor valósulhat meg. Amennyiben ez hosszabb időre lekerül a napirendről megfontolandó egy kevésbé költséges murvás felület kialakítása, amelyre remek példákat láthatunk az osztrák folyómenti kerékpárutak esetében is.

Fejlesztési elképzelés a Dráva menti környéken a turisztikai igényeket kielégítő feltételek biztosítása (pl.: ingatlanok, szálláshelyek, vendéglátóegységek); a Mecsek környékén Abaligeten egy egész éves turisztikai projekt megvalósítása tervezett. Az Abaligeti-barlang jelentősége elsősorban nem, mint gyógybarlang (ilyen irányú szolgáltatást jelenleg nem biztosít), hanem mint természeti vonzerő fontos. Dél-Dunántúl legnagyobb kiépített látogatható barlangja, amely kiemelkedően nagy számú látogatót vonz a térségbe. A kereslet most is jelen van a település magán szálláshelyein, lehetne erre magántőkéből (állami támogatási segítséggel) építeni szolgáltatást, reggeli órákban meg megkapnák barlangot gyógyászati foglalkozásokra. Mohácson szükségszerű lenne egy komoly kerékpáros kiszolgáló helység kialakítására. A Selyemgyár területén a Tourinform és a Sokac révén irodában lehet kerékpárokat és kenut bérelni, információt kapni, kerékpárosoknak biztosítanak háttérrel, ingyenes zuhanyozási lehetőség, mosdó, WC áll rendelkezésre. Emellett a Selyemgyár mellett egy szervízoszlopot is létesítettek.

2.3.4.2. MECSEKERDŐ ZRT. MEGYEI TURIZMUSBAN BETÖLTÖTT HELYZETE, FEJLESZTÉSI IRÁNYAI

A Mecsekerdő Zrt. Baranya megye erdeinek 50%-át kezeli, tartamos erdőgazdálkodással. Ennek lényege a természet folyamataira alapozva gyarapítja az erdő fakészletét úgy, hogy a törvény szigorú előírásai szerint az állam által megszabott feladatot hajtja végre. A Mecsekerdő Zrt. Központi irodaháza Pécsen a Rét utcában található. Itt található a központi titkárság, és a társaság működését irányító és koordináló osztályok.

A nagy természeti értékű erdők fenntartásának, valamint a kulcsfontosságú fajok jelenlétének vizsgálata céljából 15 helyszínen történik monitoring tevékenység: a mintaterületeken rendszeresen felméri a vegetációt, a faunát – különös tekintettel a védett és fokozottan védett fajokra –, valamint az inváziós növényfajokat. A társaság a megye egyik meghatározó vadgazdálkodója is egyben, ugyanis évente mintegy 2200 nagyvad elejtését teszi lehetővé.

A Mecsekerdő Zrt. szervezeti egységei

Árpádtetői Erdészet: 12 ezer hektár erdőterületen gazdálkodik Közép- és Nyugat-Mecsekben, amely bővelkedik a változatos természeti, geológiai és kultúrtörténeti értékekben. Az erdészet területén halad át az elmúlt években megújult Kék-túra útvonal Dél-dunántúli szakasza, nyomvonalán számos pihenőhely kialakítására vagy felújítására is sor került. A bakancsos turistáknak öt kulcsosházat tudnak kínálni.

Pécsváradi Erdészet: több mint 12 ezer hektáron gazdálkodik. Az erdő- és vadgazdálkodás mellett az erdészet közjóléti, ökoturisztikai szerepvállalása is jelentős. Az erdészet területének nagy része valamilyen szintű természetvédelmi oltalom alatt áll. Az erdészet területén négy kilátó található: a Kövestető-, a Zengő-, a Cigányhegyi-, és a Rákvári-kilátó. A Mecsek legmagasabb pontján, a 682 méteres Zengőn épült kilátót 2020-ban adták át.

Sásdi Erdészet: a Mecsekerdő által kezelt erdőterületek 7200 hektárnyi területén gazdálkodik. Az erdészet 34 község határát érint, és egy nagy – a mintegy 4000 hektáros kisvaszari – erdő-tömb mellett további kisebb-nagyobb erdőfoltokat foglal magába. Több jelzett turistaút szeli keresztül a térséget, így a Kék-túra útvonal Dél-dunántúli szakasza is.

Sellyei Erdészet: több mint 12 ezer hektáron gazdálkodik, alapvetően síkvidéki területen, de a villányi hegység északi oldala is ide tartozik.

Szigetvári Erdészet: nagyjából 11 ezer hektáron gazdálkodik, a terület nagyobbik része a Zselicben található, dombvidéken, a kisebbik része pedig az Ormánságban. Az aktív ökoturisztikai szerepvállalás – erdész nyelven a közjóléti szolgáltatások biztosítása – igen jelentős a Szigetvári Erdészet életében. Ibfán, a dombság legmagasabb pontján, az Országos Kéktúra mentén egy egész évben ingyenesen látogatható, kilencszintes, csaknem 25 méter magas kilátót építenek, körülötte pedig egy fás ligetet alakítanak ki (ez a fejlesztés jelenleg folyamatban van). Almamellék és Sasrét közötti hét kilométeres szakaszon 600 milliméteres nyomtávon közlekedik a Zselici Csühhögő, mely az ország egyik legrégebbi keskeny nyomtávú erdei vasútja. A 120 éves erdei kisvasút ma már kizárólag turisztikai célokat szolgál. A 7 km-es útvonal halastavak és a lankás zselici dombok között vezet, elhaladva a Kikerics Erdészeti Erdei Iskola és játszótér, az Ósbükkös és végül a Biedermann Vadászcastély előtt. A kiinduló állomáson, Almamelléken erdészeti és kisvasúti kiállítás tekinthető meg.

Mecsextrém Park: több tucat játékelem, például erdei bob, alpesi kötél- és lecsúszó pályák, mászófal, panorámás hófánk pályák, X-jump, rodeó bika, 3D karika és löszimulátor között válogathatunk. Tematikus napok, éjszakai programok, nyári kalandtáborok, születésnapis zsúrok, céges- és csapatépítő rendezvények is színesítik a kalandpark kínálatát. A park márciustól novemberig üzemel.

Erdészeti erdei iskolák: két erdei iskola az árpádtetői Mókus Suli és a sasréti Kikerics programjain lehetőséget nyújt a Mecsekerdő Zrt. a gyerekeknek, hogy a természetben tanulhassanak a természetről.

Felszerelt vendégházakban, apartmanházakban és ifjúsági szállásokon várják a Baranyába érkező különleges környezetet kereső turistákat.

Fejlesztési lehetőségek

A Mecsekerdő – a fenntartható gazdálkodás szellemében – lépéseket tesz a digitalizáció folyamatos növelésére és a megújulóenergia-használatra. Energiatudatos vállalként a megújuló energia használati arányának növelésével nemcsak karbonlábnyomát csökkenti, hanem a társadalmi szemléletformálást segítő példát is szeretne mutatni.

A Mecsekerdő Zrt. szerint fontos, hogy programot tudjon adni a térség, ez olyasmi, amiben nem járunk élen, és ezeknek a programoknak az összehangolására kellene nagy hangsúlyt fektetni. Fejlesztések révén elsődleges célja a társaságnak az ingatlanok fejlesztése. A működési területeken szükségszerű lenne a falusi turizmushoz kapcsolódó fejlesztések, a társaság feladata a természeti környezet, illetve az ahhoz köthető turisztikai célpontok gondozása, fejlesztése. Ezeknek az „ attrakcióknak ” nem a számossága a fontos, hanem ezek pozicionálása (pl.: a kisúj-bányai üvegharang, ami önmagában egy unikális vonzerő). Kiaknázatlan turisztikai területnek tekinthető a Mecsek bányái és maga a bányászat, mely Pécs és Komló történelmi hagyatékaához hozzátartozik. Emlékhelyek bár vannak, de élményszerű látnivalók nincsenek. Egy látogatható akna vagy tárna erős turisztikai attrakció lehetne. Turisztikai potenciál még az üveges mester-ség is, hiszen Pusztabányán található Közép-Európa legjobb állapotban fennmaradt üvegcsúre, ami Németországból, Hollandiából vonzza az érdeklődőket. Ez nyilván szűk célcsoportnak értékelhető, de ha élményszerűvé tudjuk tenni, akkor még több embert ide lehetne csábítani vele.

Az egyes települések, térségek látnivalóinak, eseményeinek, programjainak és akár vendéglátó szolgáltatóinak összegyűjtése, közös kommunikáció nyilvánvalóan sokat tudna lendíteni a helyi turizmuson. A rengetek unikális látnivaló nincs megfelelően összekötve, kevés az elérhető információ róluk, így az ide érkezők nehezen tudják összeállítani a programjukat.

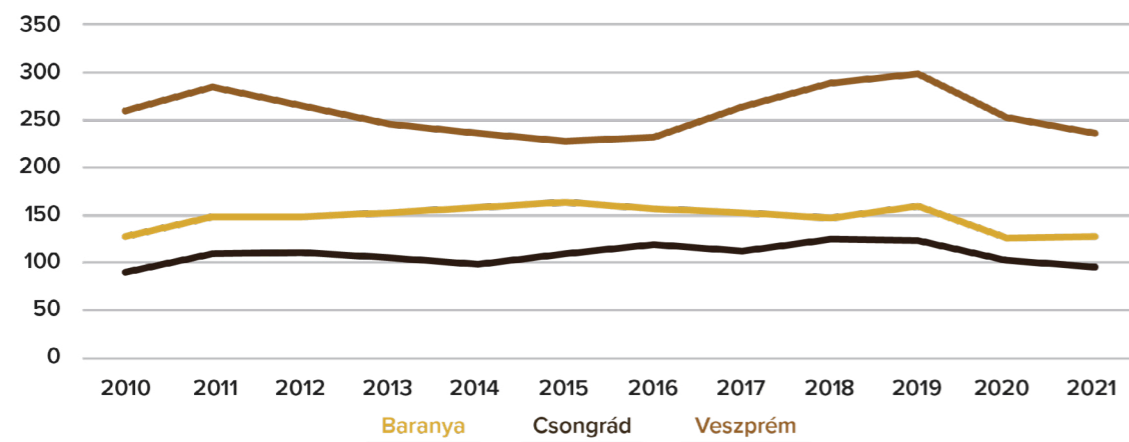
2.3.5. A SZÁLLÁSHELY INFRASTRUKTÚRA MEGYEI HELYZETE, FEJLESZTÉS IRÁNYAI

Az alábbi fejezet során Baranya megye szálláshely infrastruktúrájának helyzete kerül áttekin-tésre röviden. Az elemzés során a Központi Statisztikai Hivatal vonatkozó adatai kerülnek áttekintésre, melyek segítségével fontos megállapítások vonhatók meg a szálláshelyeket érintő tendenciák, hiányosságok és potenciális fejlesztési irányok vonatkozásában. A baranyai szálláshely infrastruktúra relatív pozíciójának meghatározása érdekében Csongrád-Csanád, valamint Veszprém megye vonatkozó statisztikái is helyzetértékelésünk részét képezik.

Baranya megye szálláshely infrastruktúrájának elemzése során elsőként annak kínálati oldala kerül vizsgálatunk középpontjába. Az alábbiakban a megye kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyeivel kapcsolatos KSH statisztikák kerülnek bemutatásra, mint a szálláshelyek száma, minősége és kapacitása.

Baranya megyében 2021-ben 128 db kereskedelmi szálláshely működött, mely némileg meghaladja Csongrád-Csanád megye szálláshely számát, azonban jelentősen elmarad a Veszprém megyében mért értéktől. Az elmúlt évtizedet e tekintetben stagnálás jellemezte, azonban 2020-ban a koronavírus járvány hatására csökkenés ment végbe, mely Csongrád-Csanád és Veszprém megye esetében is megfigyelhető. 2021-ben egyedül Baranya megyében történt növekedés ezen a téren.

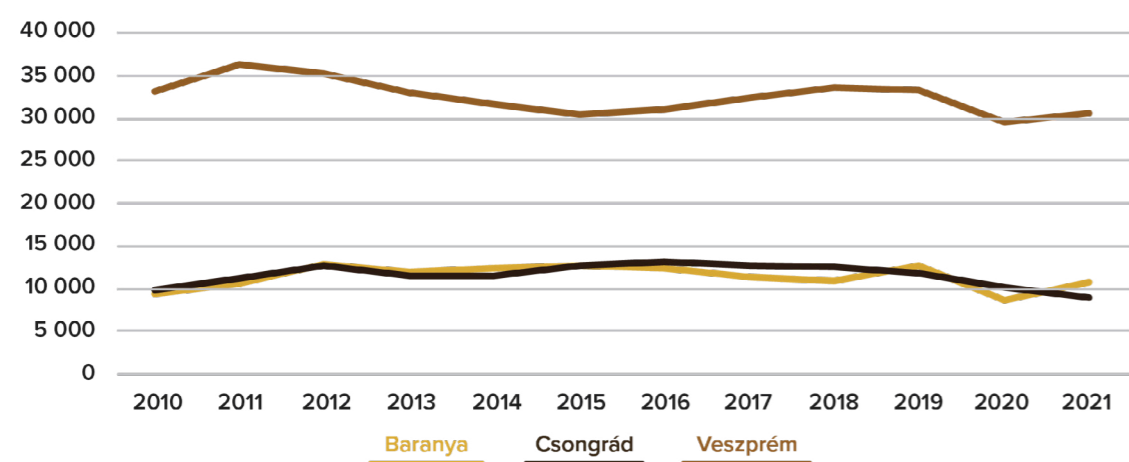
16. ábra: A vizsgált térségek kereskedelmi szálláshelyeinek száma



Forrás: KSH

A 2021-es statisztikák értelmében a baranyai kereskedelmi szálláshelyek 10 846 fős kapacitással rendelkeztek, mely szintén meghaladja Csongrád-Csanád megye vonatkozó értékét és jelentősen elmarad Veszprém megyétől. A kereskedelmi szálláshelyek kapacitásainak terén a szálláshelyek számának alakulásához hasonló tendenciák rajzolódnak ki, azonban a 2020-ban látott csökkenést követően Baranya és Veszprém megye esetében jelentősebb növekedést regisztrálhatunk.

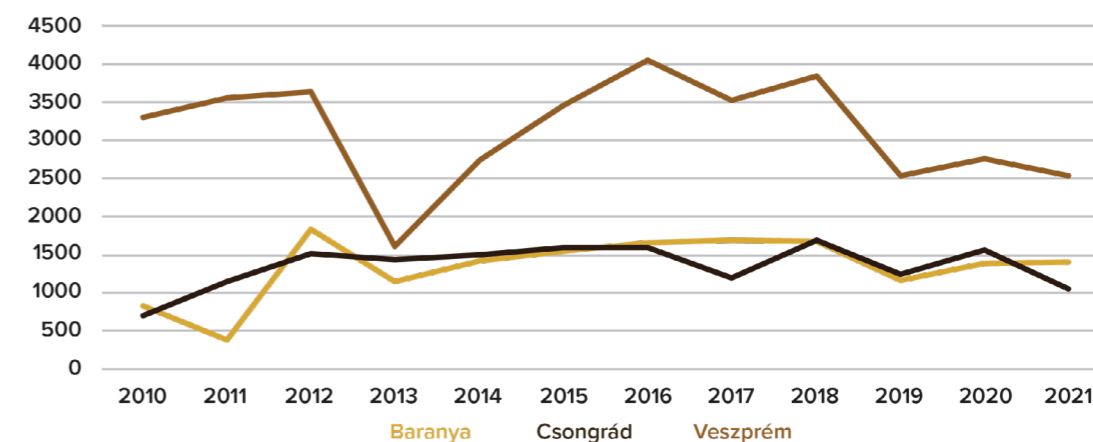
17. ábra: A vizsgált térségek kereskedelmi szálláshelyeinek kapacitása



Forrás: KSH

A Baranya megyei kereskedelmi szálláshely kínálat kapcsán jelentős hiányosságként nevesíthető az 5 csillagos szálláshelyek hiánya, melyek Csongrád-Csanád és Veszprém megyében sincsenek jelen. A megyében található 4 csillagos szálláshelyek összesített kapacitása 1 401 fő volt 2021-ben. A magas minőségű szálláshelyek kapacitása jelentős fluktuáción ment keresztül, jelenleg mérsékelt növekvő tendencia figyelhető meg, melyet a koronavírus járvány negatív hatásai sem törtek le.

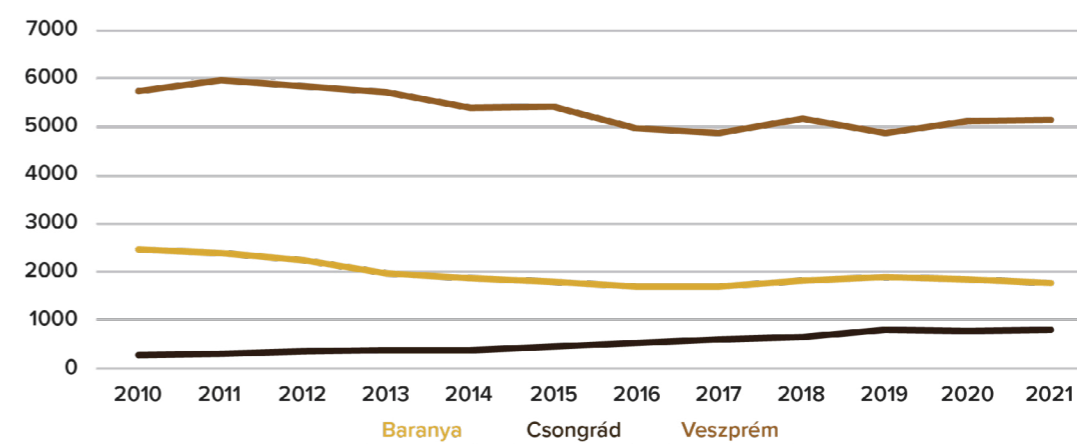
18. ábra: 4 csillagos szálláshelyek kapacitása a vizsgált térségekben



Forrás: KSH

Az egyéb, üzleti célú szálláshelyek száma 1797 darab volt 2021 végén Baranya megyében, mely magasabb, mint a Csongrád-Csanád megyében működő egyéb szálláshelyek száma, azonban jelentősen elmarad Veszprém megyétől. 2010 és 2017 között jelentős csökkenés ment végbe Baranyában a szálláshelyek ezen szegmensében, majd az ezt követő növekvő tendenciának a világjárvány vetett véget.

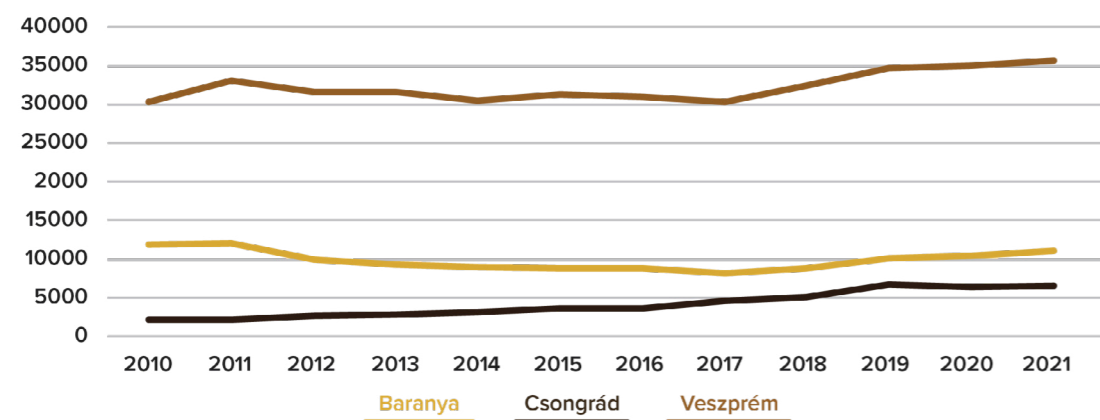
19. ábra: Az egyéb szálláshelyek száma a vizsgált térségekben



Forrás: KSH

Baranya üzleti célú egyéb szálláshelyei 2021-ben 11 128 fős kapacitással bírtak. Az egyéb szálláshelyek kapacitása – a kereskedelmi szálláshelyekhez hasonlóan – a csökkenő számú szálláshely ellenére is növekvő pályán mozog. A baranyai szálláshelyek férőhely száma meghaladja a Csongrád-Csanád megyében mértet, azonban Veszprém megyétől mért elmaradás e tekintetben is jelentősnek mondható.

20. ábra: Az egyéb szálláshelyek kapacitása a vizsgált térségekben

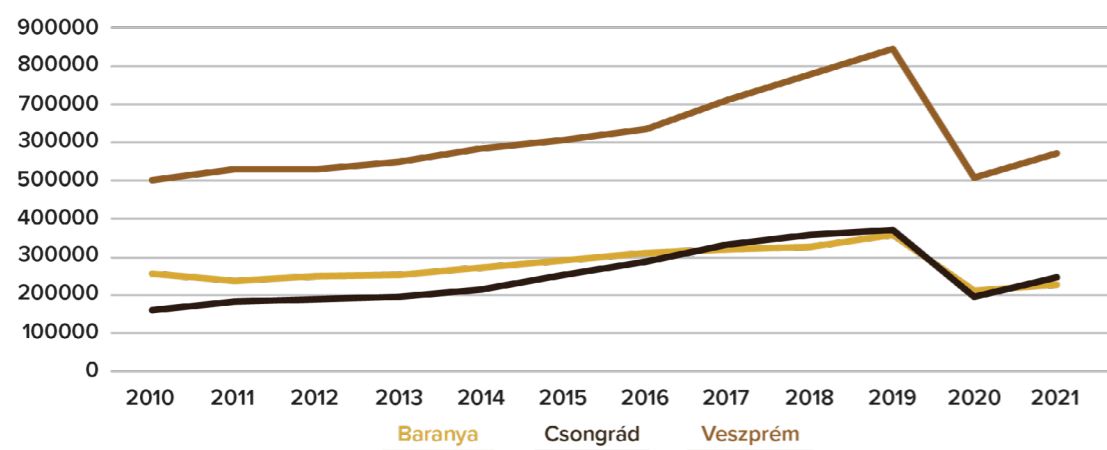


Forrás: KSH

A szálláshely kínálattal kapcsolatos adatok ismertetését követően a keresleti oldal kerül bemutatásra. Ennek eszközeül olyan kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalmával kapcsolatos, Központi Statisztikai Hivatal által publikált adatok szolgálnak, mint a vendégek és vendégéjszakák száma, az átlagos tartózkodási idő és a külföldi vendégéjszakák aránya.

Baranya megye kereskedelmi szálláshelyein 225.194 vendéget regisztráltak 2021-ben, mely az előző év viszonylatában növekedést mutat, azonban továbbra sem éri el a járványt megelőző éveket, folyamatosan növekvő adatait.

21. ábra: A vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (Baranya, Csongrád, Veszprém)

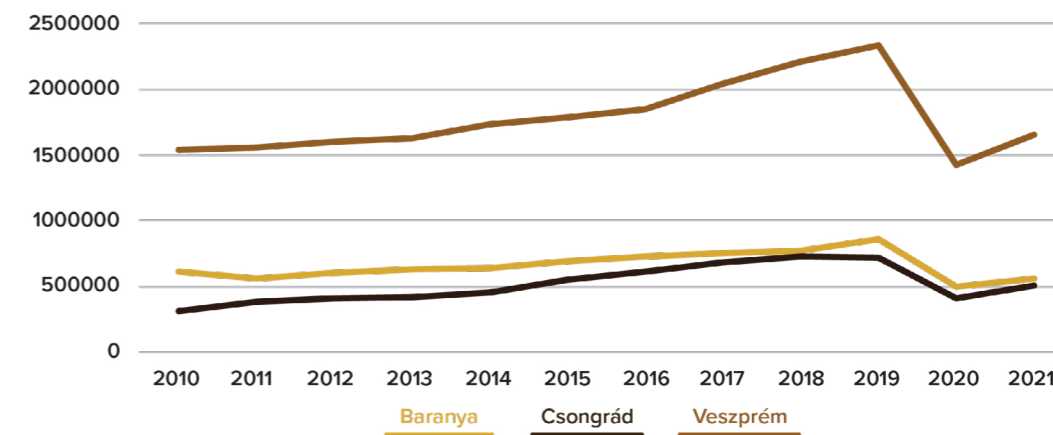


Forrás: KSH

Baranya kereskedelmi szálláshelyein jelentkező kereslet 2010 és 2016 között rendre meghaladta a Csongrád-Csanád megyébe érkező vendégek számát, azonban az ezt követő időszakban – a 2020-as évtől eltekintve – az utóbbi megyébe érkezett több látogató. Veszprém megye esetében drasztikus visszaesés figyelhető meg a világjárványt követően, azonban így is több, mint kétszer annyi vendég érkezett ide 2021-ben, mint Baranyába.

A Baranyába látogató vendégek összesítve 552.645 éjszakát töltöttek a megye kereskedelmi szálláshelyein. A vendégéjszakákat érintő folyamatok tekintetében a vendékszámok kapcsán már megállapított trendek érvényesülnek, azonban az alacsonyabb vendégszám ellenére Baranya megye kereskedelmi szálláshelyei a vizsgált időszak folyamán több vendégéjszakát regisztráltak, mint a Csongrád-Csanád megyei szálláshelyek.

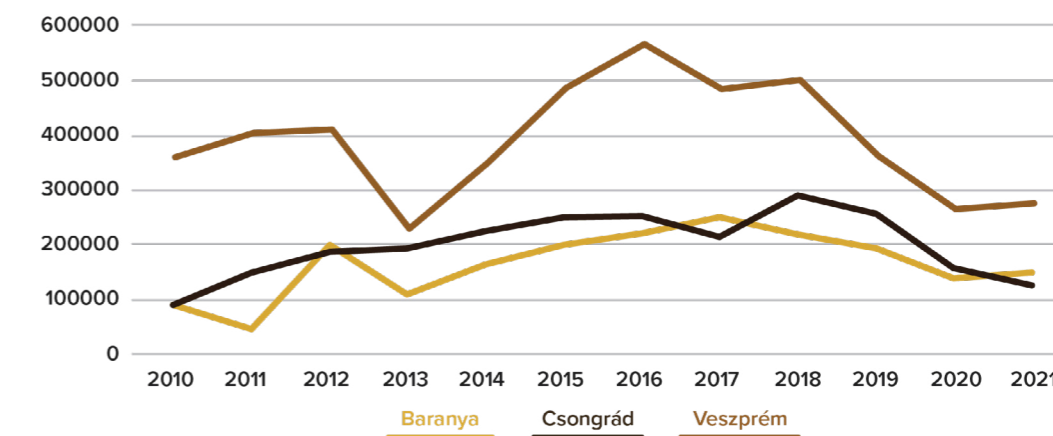
22. ábra: A vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (Baranya, Csongrád, Veszprém)



Forrás: KSH

A baranyai 4 csillagos kereskedelmi szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma 151.397 volt a 2021-es évben.

23. ábra: A vendégéjszakák száma a 4 csillagos kereskedelmi szálláshelyeken (Baranya, Csongrád, Veszprém)

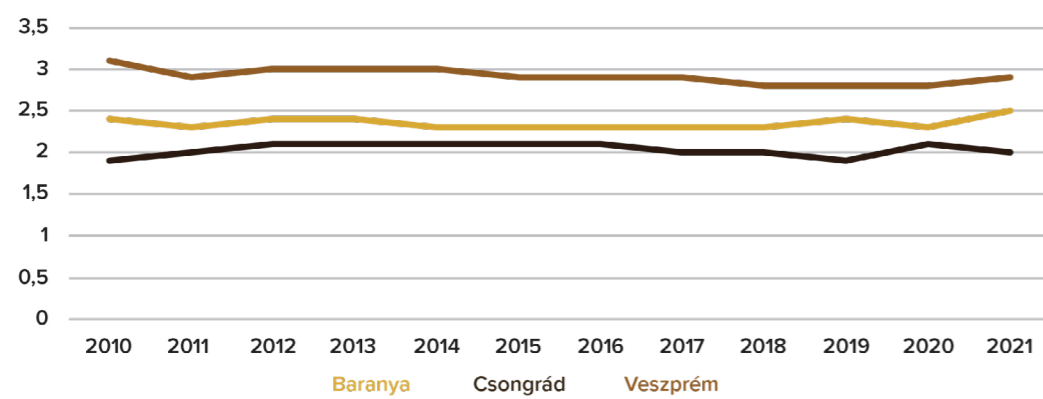


Forrás: KSH

A magas minőséget képviselő szálláshelyek vendégforgalma 2017 óta folyamatos csökkenést mutatott, azonban a járvánnyal kapcsolatos lezárások feloldásával – a 2021-es adatok fényében – egy növekvő tendencia vetíthető elő. Ezzel szemben Csongrád-Csanád megye 4 csillagos szállásainak – vizsgált időszak során hasonlóan alakuló – forgalma továbbra is csökkenő tendenciát mutat. Veszprém megye csökkenő 4 csillagos kapacitásai a vendégforgalmi adatokon is megmutatkoznak, azonban az itt eltöltött vendégéjszakák továbbra is jelentősen meghaladják Baranya megye szintjét.

A Baranya megyébe érkező vendégek átlagos tartózkodási ideje 2,5 éjszaka volt 2021-ben, mely a vizsgált időszak legmagasabb értéke. Az átlagos tartózkodási idő fél éjszakával haladja meg a Csongrád-Csanád megyében mért értéket, azonban Veszprém megye helyzetét ez esetben sem éri el.

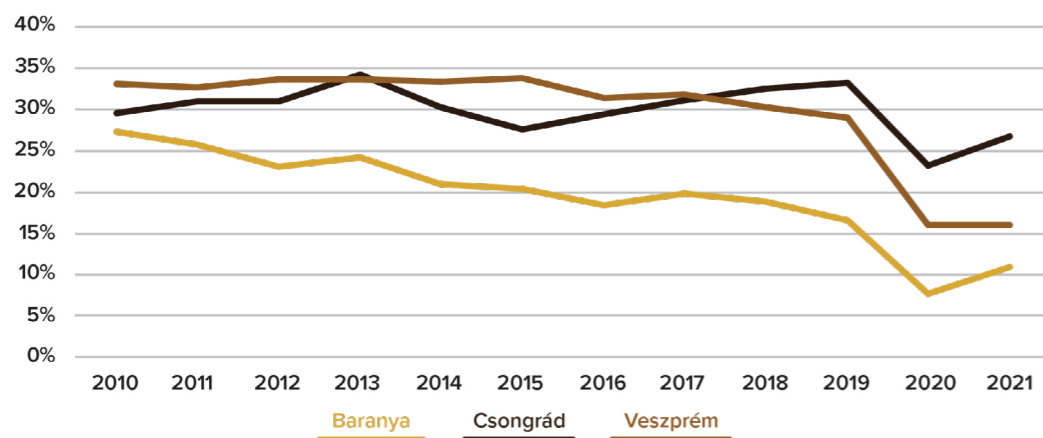
24. ábra: A vendégek átlagos tartózkodási ideje kereskedelmi szálláshelyeken (éjszaka) (Baranya, Csongrád, Veszprém)



Forrás: KSH

Baranya megyében a külföldi vendégéjszakák aránya 2021-ben 11% volt, mely a vizsgált megyék sorában a legalacsonyabb. A járványügyi korlátozások feloldását követő növekedéstől eltekintve a vizsgált időszak során folyamatos csökkenő tendencia érvényesült, mely Baranya tartós leszakadását vetíti előre a külföldi vendégforgalom tekintetében.

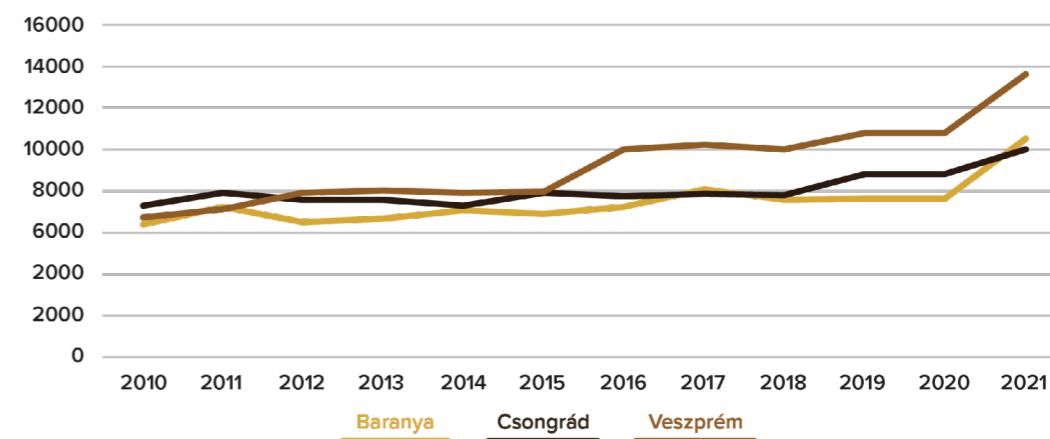
25. ábra: A külföldi vendégéjszakák aránya kereskedelmi szálláshelyeken (Baranya, Csongrád, Veszprém)



Forrás: KSH

Baranya megye kereskedelmi szálláshelyeinek egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíja 10 548 forintra növekedett 2021-ben. A vizsgált időszak során a szállásdíjak folyamatos növekedése figyelhető meg, azonban a 2020 és 2021 közti növekedés kiemelkedőnek bizonyult. Mindennek következtében a baranyai szállásdíjak 2021 végére meghaladták azok a Csongrád-Csanád megyei szintjét, azonban Veszprém megye szállásdíjai továbbra is jelentősen magasabbak.

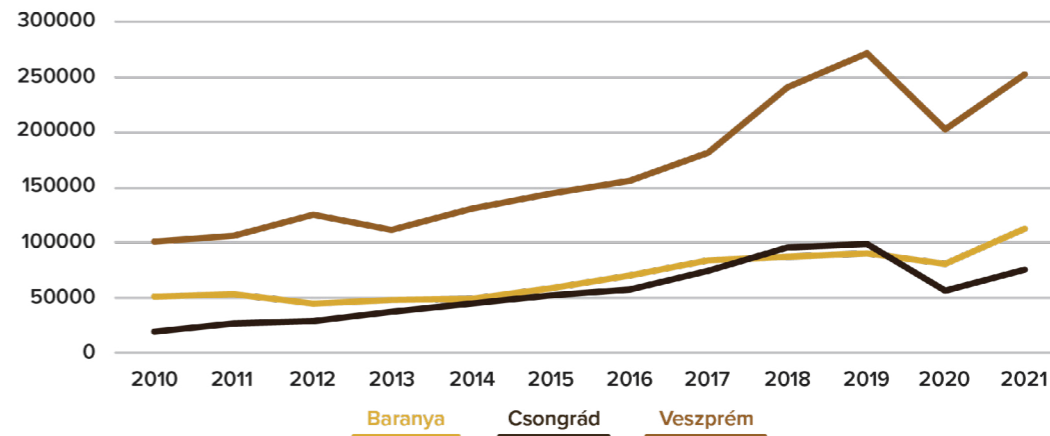
26. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíja (Ft) (Baranya, Csongrád, Veszprém)



Forrás: KSH

Az üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalma esetében hasonló tendenciák figyelhetők meg, mint a kereskedelmi szálláshelyek esetében. 2010-től jelentős növekedés figyelhető meg, melyet a járvány okozta visszaesés követett, azonban – a kereskedelmi szálláshelyekkel el-
lentétben – a 2021-es vendégszám Baranya egyéb szálláshelyeinek esetében (113 160 fő) már meghaladta a járvány előtti szintet. Baranya megye egyéb szálláshelyeinek vendégszáma 2020 óta meghaladja a Csongrád-Csanád megyei adatot, azonban Veszprém megyéhez képest ezen a téren is jelentős elmaradás regisztrálható.

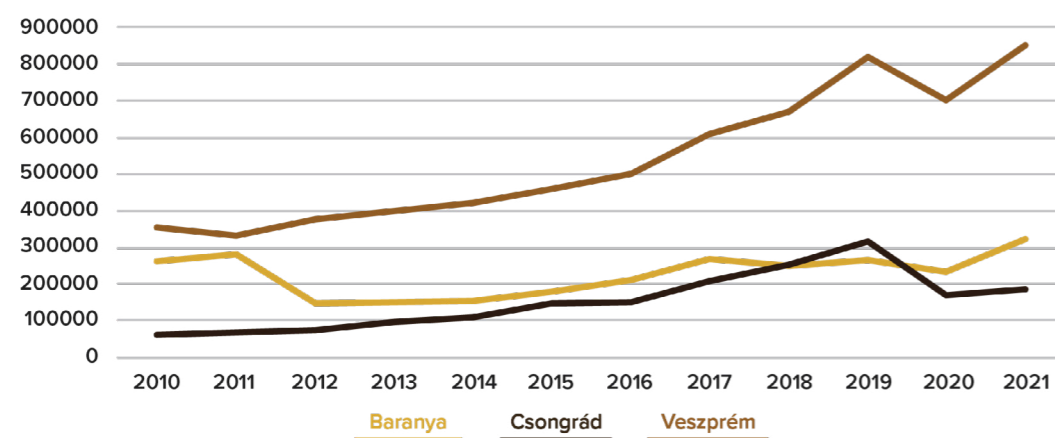
27. ábra: A vendégek száma üzleti célú egyéb szálláshelyeken (fő) (Baranya, Csongrád, Veszprém)



Forrás: KSH

Az egyéb szálláshelyekre látogató vendégek összesen 320 323 éjszakát töltöttek 2021-ben Baranya megyében. A vendégéjszakák száma alapvetően a vendégek számának megfelelően alakult a vizsgált időszak során. A világjárvány okozta visszaesést követően Baranya e tekintetben is növekszik, azonban a Veszprém megyével szembeni elmaradás ennek ellenére is drasztikus mértékű.

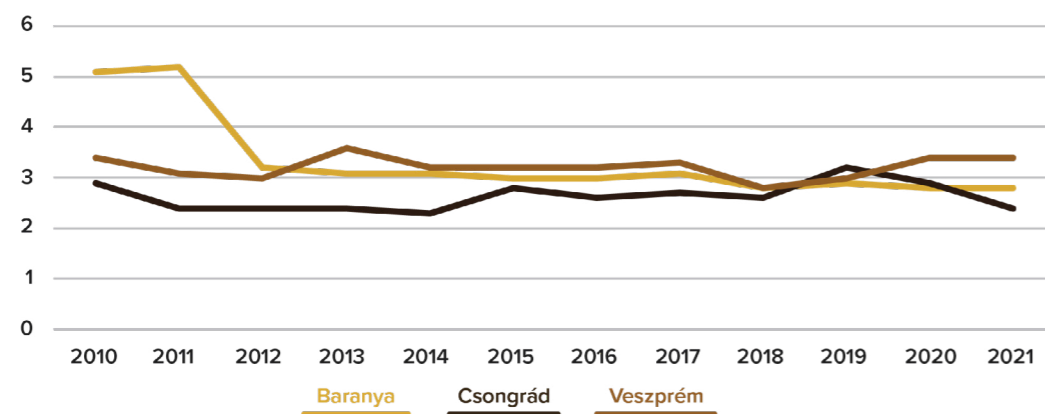
28. ábra: A vendégéjszakák száma üzleti célú egyéb szálláshelyeken (db)
(Baranya, Csongrád, Veszprém)



Forrás: KSH

A kereskedelmi szálláshelyekkel szemben, az üzleti célú egyéb szálláshelyeken mért átlagos tartózkodási idő jelentős ingadozást mutat a vizsgált időszak során. Míg 2011-ben Baranyában az átlagos tartózkodási idő 5,2 éjszaka volt, ez az érték 2021-re 2,8 éjszakára csökkent, mely továbbra is meghaladja Csongrád-Csanád megyében mért értéket, azonban jelentősen elmarad Veszprém megyétől.

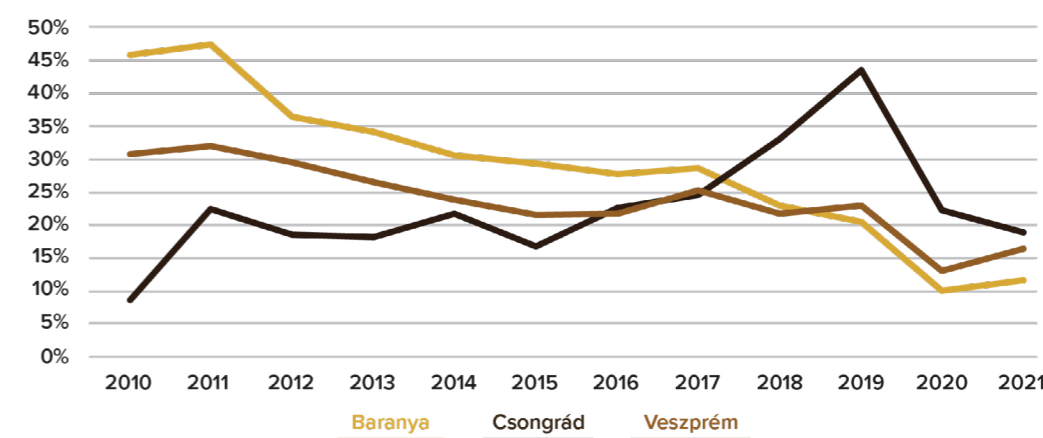
29. ábra: A vendégek átlagos tartózkodási ideje üzleti célú egyéb szálláshelyeken (éjszaka)
(Baranya, Csongrád, Veszprém)



Forrás: KSH

Baranya üzleti célú egyéb szálláshelyeire érkező külföldi vendégek aránya folyamatos csökkenést mutatott, azonban 2021-ben 11 százalékra emelkedett. Kiemelendő, hogy amíg 2010-ben a vizsgált három megye közül Baranyában volt a legmagasabb a külföldi vendégek aránya, addig 2021-re a megye vizsgált versenytársakkal szemben pozíciója jelentősen meggyengült.

30. ábra: A külföldi vendégéjszakák aránya üzleti célú egyéb szálláshelyeken
(Baranya, Csongrád, Veszprém)

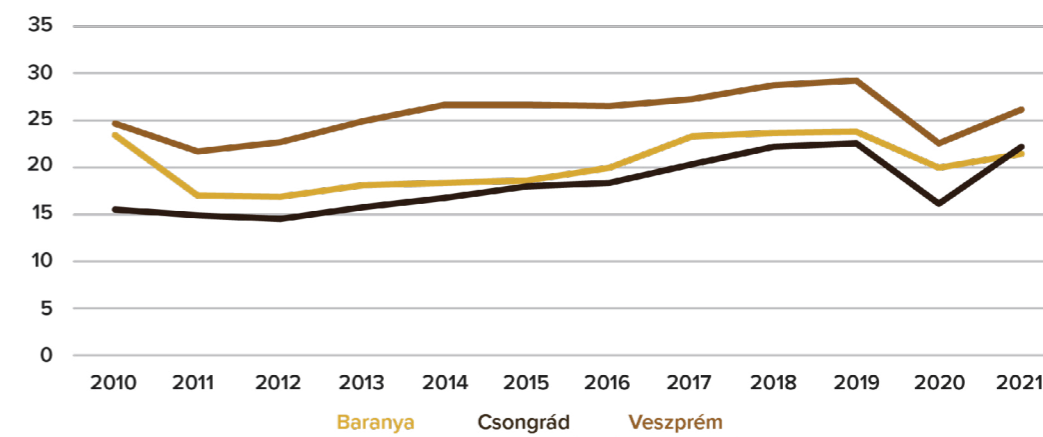


Forrás: KSH

Baranya megye szálláshely infrastruktúrájának kínálati és keresleti oldalának ismertetését követően ezek kapcsolata kerül vizsgálatunk fókuszába. Ennek bemutatása érdekében a megye szálláshelyeinek kapacitáskihasználtságát, valamint a szálláshely infrastruktúrával kapcsolatos kínálat és kereslet térbeni megoszlása ismertetjük.

Baranya megye kereskedelmi szálláshelyeinek kapacitás-kihasználtsága 2021-ben 21,5% volt, mely a vizsgált megyék sorában a legalacsonyabbnak számít. A járványt követően ez az érték jelentősen csökkent, azonban 2019-ben még 23,8% volt, mely a Csongrád-Csanád megyében mértnél magasabb kapacitás-kihasználtságot mutatott.

31. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek kapacitás-kihasználtsága (Baranya, Csongrád, Veszprém)

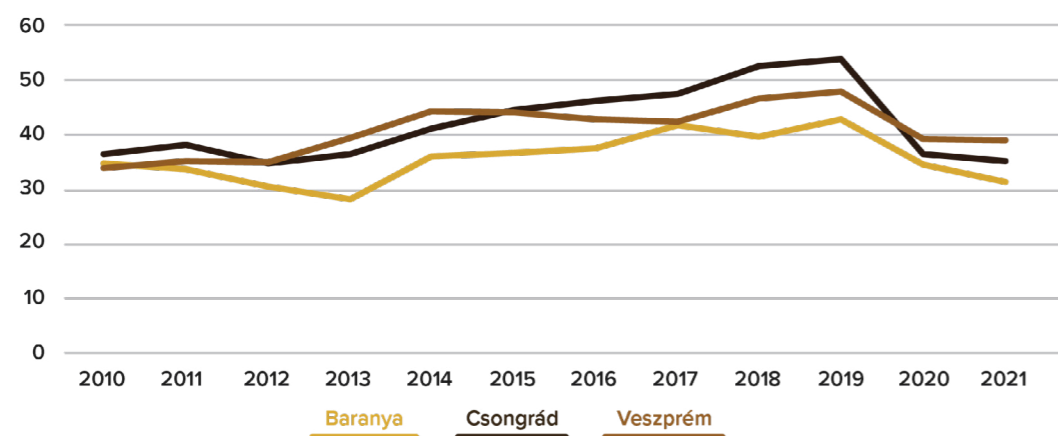


Forrás: KSH

A kereskedelmi szálláshelyek csoportján belül a 4 csillagos vendéglátóegységek kihasználtsága lényegesen magasabb 31,2%, azonban e tekintetben is Baranya megye rendelkezik a legkedvezőtlenebb statisztikával a vizsgált megyék közül.

A magas minőséget képviselő szálláshelyek kapacitás-kihasználtsága terén a vizsgált időszak során növekvő tendencia érvényesült, azonban a koronavírus járvány hatása ezen szálláshelyek esetében kiemelkedően kedvezőtlennek bizonyult.

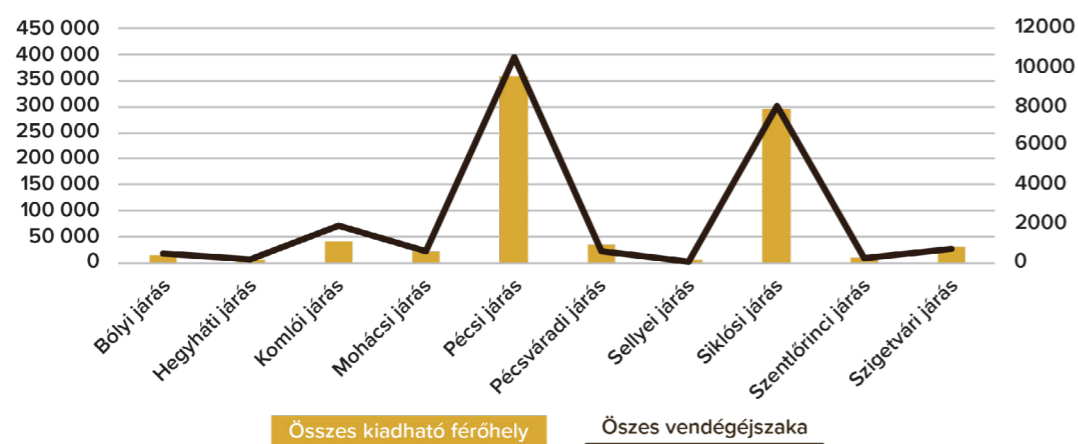
32. ábra: A 4 csillagos kereskedelmi szálláshelyek kapacitás-kihasználtsága (Baranya, Csongrád, Veszprém)



Forrás: KSH

Végül a Baranya megyei kereslet és kínálat kapcsolatának elemzése érdekében a kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyek összesített vendégéjszaka számának és kapacitásának viszonyulását vizsgáltuk, járási szintű adatok segítségével. Az alábbi ábra alapján megállapítható, hogy Baranya megye területén – a járások többségében – a szálláshely infrastruktúra iránti kereslet és kínálat egyenlő eloszlást mutat. Ezen megállapítás alól kivételt képez a Komlói, valamint a Pécsi járás, melyekben jelenlévő szálláshely kínálat viszonylatában magasnak ítéltető kereslet jelentkezik, valamint a Pécsváradi járás, ahol ezzel ellentétesen a kínálati oldalon jelentkező túlsúlyról beszélhetünk.

33. ábra: A kereslet és kínálat találkozása Baranya megye járosaiban



Forrás: KSH

A következő táblázat mutatja a jelentősebb települések által 2021-ben elért kereskedelmi szálláshelyek forgalmára vonatkozó adatait.

3. táblázat: Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmi adatai (2021)

KERESKEDELMI SZÁLLÁSHELYEK ADATAI 2021-BEN	VENDÉGÉJSZAKÁK SZÁMA A KERESKEDELMI SZÁLLÁSHELYEKEN (DB)	EGY VENDÉGRE JUTÓ BRUTTÓ SZÁLLÁSDÍJ (FT)	EGY VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BRUTTÓ SZÁLLÁSDÍJ (FT)	EGY SZOBA ÁTLAGÁRA (FT)
PÉCS	188 509	19 273	9 056	14 323
HARKÁNY	148 009	21 272	6 693	12 812
ORFÚ	50 591	9 002	3 215	18 476
BIKAL	42 072	32 429	14 270	31 959
VILLÁNY	35 407	27 190	14 596	24 839
SIKLÓS (PIROSSAL JELÖLT ADATOK 2020-AS ÉRTÉKEK)	18 167	21 893	8 590	18 982
KOMLÓ	11 309	20 042	7 998	17 788
PÉCSVÁRAD (2019 AZ UTOLSÓ ADAT)	7 057	8 456	4 658	7 926
VILLÁNYKÖVESD	5 828			
HOSSZÚHETÉNY	3 640			
MECSEKNÁDASD	1 255	15 783	8 653	14 957

Forrás: saját szerkesztés

Az adatsor alapján – főként az egy vendégéjszakára jutó szállásdíj értékéből – sajnos látható, hogy Baranyában sajnos nem a magas minőségű szolgáltatást megfizető és elváró vendégek tömege a jellemző. Bikal és Villány jelent kivételt az adatsor alapján, mely ugyanakkor egy csapda helyzetet is mutat.

A megye gazdasági fejlettségi szintje alacsony, szinte minden gazdasági mutatót tekintve elmaradunk az átlagtól. Az ipari termelés és a beruházások fajlagos teljesítményértéke téren Dél-Dunántúl jelentős mértékű, nagyságrendileg 40 százalékos elmaradást mutatott az országos átlaghoz viszonyítva 2019-ben, mely a térség gazdasági leszakadását és alacsony beruházásintenzitását egyértelműen bizonyítja. Mondhatnánk, hogy a turizmus szektor ettől még szárnyalhatna, azonban a régió és ezen belül Baranya megye iparának leszakadása természetesen kihat a helyben keletkező jövedelmek alacsony szintjére, a negatív társadalmi folyamatokra és sok-sok más aspektusra is.

A megyei kisebb szálláshelyek és turisztikai szolgáltatók egy része esetében a mai napig tapasztalható, hogy nem szakmai befektetőként vannak jelen, kényszervállalkozóként működnek, vagy csak egyéb jövedelem kiegészítésként tekintenek a tevékenységre. Ez természetesen tükröződik később a nem megfelelő szolgáltatási minőségben, a nem szakmai alapon hozott döntésekben és a megfelelő pozicionálás és árazás hiányában is. A turisztikai szolgáltatók és szálláshelyek esetében is szükséges egy megfelelő edukációval megvalósuló szemléletváltás, egy piactisztulás. Ennek azonban az is feltétele, hogy más területeken létrejöjjenek azok a munkahelyek, foglalkoztatók és gazdasági növekedés, mely jelenleg egyértelműen hiányzik Baranya megyében.

A szálláshely szolgáltatók esetében ezért is fogalmaz meg jelen tanulmány 2.3. fejezete újabb – magas minőséget képviselő – fejlesztésekre javaslatot annak ellenére, hogy a megye szálláshelyeinek kapacitás kihasználtsága nem megfelelő.

A megyében az alábbi táblázat alapján 50 szoba feletti magasabb szolgáltatási minőséget képviselő, jelenleg is működő szálláshely 4 db van.

A minősítési eljárás sok helyen még nem zárult le, emiatt a Minőségtanúsító Testület adatbázisa mellett a booking weboldalát is figyelembe vettük. Ez természetesen egy adott pillanat állapotát mutatja, hiszen az energia drágulása okozta nehézségek miatt több szállásadó is bezárt, és nincs információ arról, hogy ez átmeneti vagy végleges döntés lenne.

4. táblázat: Baranya megye minimum 4*-os minősítéssel rendelkező szálláshelyei

SZÁLLÁSHELY NEVE	SZOBÁK/ APARTMANOK SZÁMA	TELEPÜLÉS
BaRi Vendégház	1	Abaliget
Puchner Kastélyszálló	108	Bikal
Magtár Villa	6	Bóly
Napkorong Vendégház Feked	1	Feked
Balzsam Apartmanház	8	Harkány
Bodza Apartmanház	1	Harkány
Dráva Hotel Thermal Resort	88	Harkány
Lemon apartman	1	Harkány
Menta Apartman	1	Harkány
Modern Apartman	4	Harkány
Modern Apartman 2	2	Harkány
Papavero Apartman	1	Harkány
Salubris Apartman	1	Harkány
Szilva Ház	4	Harkány
Termál Kemping	30	Harkány
Wellness Hotel Kager ****	35	Harkány
Zengő Kincse Vendégház	2	Hosszúhetény
7domb apartman	2	Komló
Holzhaus Sikonda	1	Komló
Komló Szíve Apartman	1	Komló
Zengő Zug	1	Komló
Zöld Béka Vendégház	8	Komló
Ambient Hotel & AromaSPA	72	Komló-Sikonda
Cseresznyevirág Vendégház	2	Kővágószőlős
Ligeti Bástyá Vendégház	2	Liget
Centrum Panzió	8	Mohács
Panoráma Faház Mohács	1	Mohács
Erdőszél Apartman	5	Orfű
Platina	n.a.	Orfű
Adele Hotel	19	Pécs

SZÁLLÁSHELY NEVE	SZOBÁK/ APARTMANOK SZÁMA	TELEPÜLÉS
Bodzavirág Apartman	n.a.	Pécs
Corso Hotel Pécs	81	Pécs
Dézsawood Apartman	1	Pécs
Downtown's Diamond	4	Pécs
Fibula Residence Hotel & Wellness	32	Pécs
Forbát Apartman	1	Pécs
Gereben Apartman Pécs	1	Pécs
Kálvária Vendégház	1	Pécs
King34	1	Pécs
Königin Apartman	1	Pécs
LEMON VENDÉGHÁZ	2	Pécs
M15 Apartment by HBO	1	Pécs
Major11 apartman	2	Pécs
Mandulavirág Apartman	n.a.	Pécs
Palatinus Boutique Hotel	29	Pécs
PéterPál Apartman	1	Pécs
R73 Residences1	24	Pécs
R73 Residences2	8	Pécs
ROSÉ APARTMENT	1	Pécs
Villa46	1	Pécs
Diófás Ház	1	Siklós
Hotel Castello****Siklós	44	Siklós
Joó Reménység Vendégház	1	Siklós
Borbarát apartman 1	1	Villány
Fritsch Vendégház	n.a.	Villány
Gere Artevino Apartman	1	Villány

Forrás: Magyar Turisztikai Minőségtanúsító Testület adatbázisa alapján saját szerkesztés

A fentiekén felül a Booking weboldalán még az alábbiak hirdetik magukat ezen a szolgáltatási szinten.

5. táblázat: Baranya megye minimum 4*-os minősítéssel rendelkező szálláshelyei (Booking weboldala alapján)

SZÁLLÁSHELY NEVE	SZOBÁK/ APARTMANOK SZÁMA	TELEPÜLÉS
Berki Porta Vendégház	1	Dinnyeberki
A16 Design Panzió	7	Harkány
Égerliget Vendégház	3	Harkány
Xavin Wellness Hotel & Restaurant	34	Harkány
GLASHÜTTE Kisújbánya Vadászház	1	Hosszúhetény
Tulipán Vendégház	2	Kárász

SZÁLLÁSHELY NEVE	SZOBÁK/ APARTMANOK SZÁMA	TELEPÜLÉS
Hetényi Apartmanház és Birtok	4	Mecseknádasd
Palkonyha Panzió Speiz	6	Palkonya
Adele Apartments	6	Pécs
Babaház	1	Pécs
Flórián apartman	1	Pécs
Hillside Cottage	1	Pécs
Hotel Arkadia	32	Pécs
Hotel Makar Sport & Wellness	58	Pécs
Jacks's Home apartman	1	Pécs
Lovely apartman	1	Pécs
Minaret Residence & Relax Pécs	11	Pécs
Private Wellness Apartment	1	Pécs
Sándor Hotel	38	Pécs
Zsinkó Villa	1	Pécs
Édenkert Vendégházak	2	Pécsvárad
Kishosszúrét Vendégház	3	Pécsvárad
Anonim Vendégház	2	Villány
Crocus Gere Bor Hotel Resort & Wine Spa	36	Villány
Diófa Panzió	10	Villány

Forrás: Booking weboldala alapján saját szerkesztés

A minőségi kifejezéssel igyekszünk óvatosan bánni, hiszen nem abszolút fogalom. Fontos változás, hogy 2022-ben a Magyar Turisztikai Minőség Tanúsító Testület által kidolgozott és gondozott, jogszabály szerint kötelező érvényű, országosan egységes nemzeti szálláshely-minősítő rendszer kerül bevezetésre⁸. A szálláshely-szolgáltatás nyújtásáról szóló jogszabályok alapján az eddigi, csak a szállodákra és a panziókra vonatkozó és önkéntes igénylésen alapuló védjegyrendszert kötelező érvényű, a kereskedelmi- és a magánszálláshelyekre, egyéb szálláshelyekre egyaránt kiterjedő, országosan egységes nemzeti szálláshely-minősítő rendszer váltja fel, a minősítések jelenleg folyamatban vannak.

A továbbiakban az újonnan induló kereskedelmi- és a magánszálláshelyek, egyéb szálláshelyek működésének előfeltétele lesz a nemzeti szálláshely-minősítési rendszerben meghatározott minőségi fokozatnak való megfelelés, azaz az adott szálláshely minőségi fokozatának ellenőrzött és igazolt megléte, az 1-5 csillagos rendszerben. Az új rendszer eredményeként a jövőben kizárólag a minősítéssel rendelkező kereskedelmi szálláshelyek, magánszálláshelyek és egyéb szálláshelyek működhetnek a piacon.

Az elmúlt évek jelentősebb szálláshely fejlesztései Baranyában

Az elmúlt pár évben több jelentős fejlesztés valósult meg a megyében, leginkább Pécsre és közvetlen környékére koncentráltak ezek a beruházások. Az is látható, hogy a nagyobb projektek mögött jelentős állami támogatás is megjelent.

⁸ 2022. szeptember 30-án rendelkezésre álló információk alapján. Részletes információk itt érhetők el: <https://szallashelyminosités.hu/>

A több éve működő turisztikai szolgáltatók egy része próbál folyamatosan fejlesztéseket megvalósítani és a szolgáltatások minőségét is emelni. Az alábbiakban pár jelentősebb kapacitásbővítéssel együtt járó minőségi fejlesztést foglalunk össze a teljesség igénye nélkül.

- Oportó Étterem és Panzió Villány központjában, a város történelmi pincesorától pár perces sétára található. A 2020-ban átadott fejlesztés során panzió meglévő szobáit, közösségi tereit és a játszósobát újítták fel, valamint 7 új szobát is kialakítottak, továbbá hideg vizes dézsával és szaunával ellátott wellnessrészleget hoztak létre. Átalakították és korszerűsítették a konyhát és az étkezőt. A panzió energiahatékony működése érdekében kicserélték a nyílászárókat, szigetelték a falakat, felújították a tetőt. A Kisfaludy Program közel 60 millió forinttal támogatta a fejlesztést.
- Új szobákkal és medencével bővült a villányi Palkonyha Panzió. A 2021-ben megvalósított fejlesztés a bővülést és a megújulást célozza meg a Palkonyha Panzióban. A Baranya megyei Palkonya szívében található, több épületből álló szálláshely már-már egy kisebb falu a faluban. A fejlesztések a Kisfaludy Program 28,9 millió forintos támogatásával valósulnak meg. A beruházásnak köszönhetően 3 új szobát alakítottak ki, és a meglévő chill teraszt medencével egészítették ki. Az egyedi módon berendezett szobák magukban hordozzák a családi, vintage hangulatot, nincs két egyforma köztük. Az új épület tetőtéri szobái, valamint a hozzájuk vezető lépcső illeszkedik a már meglévő környezetbe. Az udvarban található terasz különleges sófürdővel, szaunával és napozóágyakkal várja a vendéget, ezt egészíti ki az új medence. A projekt részeként kerékpárok beszerzése és kerékpáros frissítópont kialakítása is megtörtént.
- Hotel Nick Pécs fejlesztése, mely során bárt, pihenőteraszt és klubhelyiséget is kialakítanak az új szállodában. A Kisfaludy Program 1 milliárd forinttal támogatta a fejlesztést. A Pécs óvárosának központjában található épület már az 1700-as évek óta szállóként üzemel. A fejlesztés célja a műemlékepület teljes körű felújítása és egy 29 szobás, négycsillagos hotel megnyitása Hotel Nick néven. A projekt keretében a földszinten egy éttermet alakítanak ki, ahová közvetlenül a sétálóutcából is be lehet majd térni. Szintén itt található majd a hotel bárja, valamint a reggeliztető helyiség. Az épület első és második emeletén, illetve a tetőtérben kapnak majd helyet a vendégszobák. A második emeleten egy tágas pihenőteraszt is kialakítanak, amelyhez egy klubhelyiség is kapcsolódni fog. Jelenleg nem működik, fejlesztés alatt van.
- A Palatinus Hotel fejlesztése jelenleg zajlik, melyhez 3,5 mrd forint támogatást nyújtott a Kisfaludy Program. A fejlesztés során teljesen megújul a régi hotel épülete.
- A No Stress Panzió Harkányban, a gyógy- és strandfürdő bejáratától 200 méterre, retró hangulatú faházakkal, étteremmel és sportolási lehetőségekkel is várja vendégeit. A 2019-es fejlesztés során felújították a szobákat és bővítették a sportszolgáltatások körét. A Kisfaludy Program 53 millió forinttal támogatta a fejlesztést. A panzió területén 14 kétágyas szoba, 8 faház, 2 családi apartman és 1 közösségi épület található. A vendégeket számos sportolási lehetőség, a közeli gyógy- és strandfürdőben pedig 7500 m² vízfelület, csúszdapark és wellnessrészleg várja. A panzió egy étterem-pizzériával és egy kültéri látványkonyhával is rendelkezik, így ideális helyszín rendezvények megtartására. A villányi borvidék közelsége miatt borkóstolással egybekötött pincelátogatásokon és kirándulásokon is részt vehetnek az érdeklődők.
- Rönkház Somberek, 32 fő befogadására alkalmas. A szálláshely a fejlesztések révén 2019 novemberére wellnessrészleggel bővült. A Kisfaludy Program 28 millió forinttal támogatta a beruházást. A dunántúli sombereki horgászpartján található autentikus Rönkház panzió 8 apartmanszobája 32 fő befogadására alkalmas. A szálláshely a fejlesztések révén 2019 novemberére wellnessrészleggel bővült.
- Crocus Gere Bor Hotel: Villány egész évben nyitott pincékkel, széles gasztronómiai palettával, természeti látnivalókkal és szabadidős tevékenységekkel várja az utazókat.

A Kisfaludy Program 52 millió forintos támogatásával megújult a város egyik népszerű szálláshelye, a Crocus Gere Bor Hotel. A beruházás során modernizálták a hotel szobáit, valamint a kor igényeinek megfelelő, komplex, interaktív telekommunikációs rendszer építettek ki. A szobák felújítása mellett családbarát fejlesztéseket is megvalósítottak, amelynek eredményeként 7 családi szobával bővült a szálláshely.

- h. Pogány külterületén valósul meg a 92 szobával megálmodott Relax Hotel, mely Baranya legújabb magas minőségű szálláshelye lesz. A fejlesztés jelenleg még folyamatban van, 3,9 milliárd forintos Kisfaludy támogatásból jön létre.
- i. Magyarország első illat- és wellness hotele a sikondai Ambient Hotel & AromaSpa mintegy 1,5 milliárdos fejlesztést követően újult meg 2022-ben. A fejlesztést a tulajdonos saját forrásból, támogatás nélkül valósította meg.
- j. A harkányi Thermal Hotel futó fejlesztését a Kisfaludy Program 1,5 milliárd forinttal támogatta. A hotel jelenleg zárva tart.
- k. Fibula Residence Hotel & Wellness**** Pécssett páratlan, öt épületből álló komplexumként 2020-ban került átadásra, s mintegy 4000 m²-en helyezkedik el a belváros szívében, nyugodt, exkluzív környezetben. A Hotel egy olyan izgalmas területen került megépítésre, ahol egykor Diocletianus császár vonulhatott át seregével. „Fibula” elnevezés is ennek köszönhető. Összesen 32 modern stílusú apartmannel, szobával és lakosztály várja a vendégeket, továbbá egy 70 fős konferencia terem is létrejött. Támogatás nélkül megvalósult saját erős fejlesztés.

A fenti pár kiragadott fejlesztés jól mutatja, hogy a megye szálláshely szolgáltatói minőségi fejlesztésekre és szolgáltatásokra helyezik a hangsúlyt. A beruházások területi koncentrációja azt is mutatja, hogy Baranya megyében a vidék tökevonzási képessége nem megfelelő. Ezen egyértelműen javítani tudna a turizmus esetében a szolgáltatók, attrakciók közötti hatékonyabb együttműködés, a csomagajánlatok megvalósítása is, mely a kapacitások jobb hasznosuláshoz tudna vezetni.

A nagyobb vidéki városok, illetve nagyobb attrakciónak helyet adó további helyszínek többsége is rendelkezik szálláshely fejlesztési elképzeléssel, ezek még váratnak magukra pénzügyi források hiányában. Példaként lehet említeni a Siklói Várban tervezett magas minőségű szálláshelyet, a mohácsi Szent János hotel bővítését, a bezárt Orfű Aquapark helyén tervezett szálláshely és fürdő komplexumot is.

2.4. MEGHATÁROZÓ MEGYEI/TÉRSÉGI/HELYI JELENTŐSÉGŰ TURISZTIKAI VÁLLALKOZÁSOK HELYZETE, FEJLESZTÉSI IRÁNYAI, CÉLJAI, ÉS EZEK ÉRTÉKLÁNCBA SZERVEZÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI

Baranya megye turizmus kínálatát meghatározó jelentősebb vállalkozások, települések fejlesztéseit mutatjuk be a következőkben. Fontosnak tartjuk, hogy a tervezett önkormányzati fejlesztéseket is bemutatni, hiszen többek között a települések turisztikai fogadóképességének javításában is jelentős szerepük van, továbbá a Baranya Megyei Területfejlesztési Programban szereplő Fenntartható Városok (Pécs, Mohács és Komló) a most készülő FVS és TVP dokumentumokban meg is határozták az 2027-ig tervezett jelentősebb fejlesztéseiket.

További városok esetében a vezetőkkel készült interjúkra támaszkodtunk, illetve adott települések (pl. Siklós Város) hivatalos fejlesztési programjára. ⁹

2.4.1. JELENTŐSEBB TELEPÜLÉSEK FEJLESZTÉSI ELKÉPZELÉSE

Baranya megye turizmusában meghatározó szerepet játszó települések esetében egy általánosabb összefoglalót adunk a tervezett fejlesztésekről. A fenntartható városok esetében (Pécs, Mohács és Komló és Siklós) a most készülő FVS és TVP dokumentumokra támaszkodhatunk. A többi város esetében egyedi adatgyűjtés történt. E városok által tervezett fejlesztéseket a II. kötetben található 4-es fejezet táblázata ismerteti részletesen. Ebben a kereten belüli és a kereten túli (ezek forrása bizonytalan) fejlesztéseket is összesítettük.

2.4.1.1. PÉCS MEGYEI JOGÚ VÁROS TERVEZETT FEJLESZTÉSEI

Pécs esetében turisztikai célú tervezett projekt aktív turizmushoz köthető Mecsek/Misina élményerdő fejlesztés, mely libegő megvalósítást is tartalmaz. A kereten túli fejlesztések között további aktív-ökoturisztikai program javaslatok találhatók E-bringa és kerékpárút fejlesztések, turistautak fejlesztése, Mecseki Kisvasút fejlesztése. Emellett a kulturális turizmushoz kapcsolódó Zsolnay Látványmanufaktúra komplex turisztikai fejlesztése is megjelenik a Világörökségi Negyed fejlesztésével együtt. MICE turizmus területen konferencia, rendezvény és üzleti turizmus feltételeinek javítása, kapacitásbővítés, fogadóinfrastruktúra fejlesztés. További jelentős program a Pécsi Borvidék és Villányi Borvidék kapcsolatának fejlesztése, pécsi borászati élményközpont és bemutatótér kialakítása.

2.4.1.2. MOHÁCS VÁROS TERVEZETT FEJLESZTÉSEI

Mohács esetében kiemelt program a Duna-parti komplex turisztikai fejlesztések megvalósítása, mely magában foglalja a következőket: -kajak-kenu kölcsönző fejlesztése, csónakház felújítása, vendéglátóhelyiség kialakítása, Sokac rév fejlesztése, vízi színpad kialakítása, kerékpártároló fejlesztése kempingterület mellett, Duna-parti sétány fejlesztés: Duna-parti turisztikai fogadótér kialakítása az Erzsébet tér átalakításával, kishajó kikötő + üzemanyagtöltő állomás kiépítése.

2.4.1.3. SIKLÓS VÁROS TERVEZETT FEJLESZTÉSEI

Siklós által tervezett turisztikai fejlesztések: tervezik a „Camp Siklós” - komplex aktív turisztikai szálláshely és vonzerőfejlesztését a korábbi Ifjúsági tábor területén, továbbá Siklói termálfürdő fejlesztését (a fedett funkciók fejlesztése indokolt, illetve új élményelemek létesítésével növelni a fürdő vonzerejét). A lovas turisztikai fejlesztési program keretében a vásártér területén nagyságrendileg 2 hektár területen egy nyitott lovaspálya kialakítását tervezik, vállalkozások bevonásával. További elképzelés a Tenkes-hegy komplex fejlesztése a siklói gazdaságfejlesztési program egyik kiemelt eleme, amely több szempontból is fontos részét képezi a város megújulásának. A legfontosabb fejlesztési elemek a következők: a Tenkes-hegyi fejlesztések Siklós és Máriagyűd integrációját, közös fejlődését szolgálják, javítják a településrészek közötti mindennapi élet gyakorlatát. Ennek egyik eleme a turisztikai céllal megvalósuló út- és kerékpárút fejlesztés, amely teljes mértékben kiszolgálja a helyi lakosság igényeit is. A jövőképpel összhangban van a projekttel megvalósítani tervezett kerékpárturisztikai fejlesztés, ami a TOP-3.1.1-15-BA1-2016-00001 azonosító számú projektben megvalósult kerékpárúthoz kapcsolódva összeköttetést teremt a városból kivezető Siklós - Villányi kerékpárutat, mely egyben az EuroVelo13 nemzetközi kerékpárút nyomvonala is. A tervezett kerékpárút végighalad a Siklói szőlőhegy lábánál, kapcsolatot teremtve a szőlőhegyen működő pincészetekkel. A tervezett nyomvonal hiánypótló, mert jelenleg nem éri el a Villány és Siklós között megépült kerékpárút a Siklói szőlőhegyen működő pincészeteket. A szőlőhegy megközelítésére nincs turistabarát, kiépített kerékpáros kapcsolat, amire egyébként igény lenne a várost felkereső vendégek visszajelzései alapján. Továbbá Máriagyűd, mint fontos búcsújáró hely és turisztikai célpont, kiesik a kerékpárturizmus látószögéből a kerékpárosbarát kapcsolat hiányában.

9 Modern Siklós 2030 Városfejlesztési Program

Gazdaságfejlesztési projektelemek közül kiemelkedik az ún. „kínáló pincesor” kialakítása és kilátó építése.

További TOP_Pluszt nyertes pályázati program célja a kerékpáros turizmus feltételeinek javítása és aktív turisztikai park fejlesztése, mely növeli a Siklós térségébe érkező turisták számát és a tartózkodási idő hosszát. A projekt Siklós város meglévő turisztikai attrakcióihoz közel, az EuroVelo13 – Vasfüggöny kerékpárútvonal mentén kerékpáros pihenőhelyet és aktív kikapcsolódásra alkalmas teret hoz létre.

Újabb nagyobb léptékű fejlesztés fog történni a Thermal Spa Siklós fürdő esetében is, ahol szolgáltatási minőségének és kínálatának fejlesztését kívánja megvalósítani a város. A fejlesztés tartalma röviden: - Spray Park, kapcsolódó szerkezeti és vízgépészeti elemek kialakításával. Egyedi, vizes gyermek játszóterület, mely újszerű fürdőszolgáltatás a térségben elsőként lesz elérhető. - Medencék, medenceterek környezetének megújítása, a beltéri csúszda lépcsőszerkezet és pódium korrózióálló anyagból történő teljes átalakítása. A medenceterek környezetének így megvalósuló megújítása a kültéri medence távlatilag tervezett téli gyógyvizes működtetése során, valamint a beltéri csúszdák fokozódó igénybevétele biztosítja az egész éves használat lehetőségét, így erősítve a kínálatfejlesztés infrastrukturális feltételeit, a fürdő versenyképességét. A kerékpáros, valamint család- és gyermekbarát célcsoportorientált kínálatbővítés érdekében – a megújulóenergia felhasználás bővítését biztosítja a parkolóban kialakításra kerülő innovatív, árnyékolt kerékpártároló, megújuló napelemes kerékpár és telefontöltési lehetőséggel, internet hozzáférési pont kialakításával és világítással, mely a Három Folyó kerékpáros túraútvonal megállóhelyeként is funkcionál majd, – a strandterületen szabadtéri gyermekjátszótér építésével biztosíthatóak a jelenleg nem elérhető szolgáltatások.

2.4.1.4. VILLÁNY VÁROS TERVEZETT FEJLESZTÉSEI

Több turisztikai programelemet kíván a város megvalósítani. Ezek a tervezett fejlesztések a következők:

- A meglévő rendezvényhelyszín a Rendezvény tér infrastrukturális feltételeinek fejlesztése pl.: fény- és hangtechnika, rendezvényter bővítés és rendezvénysátor beszerzés. A projekt keretében kialakításra kerül egy gyalogos sétány az attrakcióhoz, parkolók és a digitális kerékpáros szolgáltatások.
- Aktív turisztikai fejlesztés keretében a Kilátó környezetének infrastrukturális feltételeinek megteremtése (fedett pihenőhely, kerékpáros pihenőhely, bográcszózó hely, illemhely kialakítása) és a megközelítéséhez kapcsolódóan egy gyalogos sétány és egy kerékpárút kialakítása, amely rácsatlakozik a Villánykövesdi kerékpárútra, így turisztikai vonzerőket összekötő turisztikai célú kerékpárosturisztikai útvonal kerül kialakításra.
- Kulturális örökségnek számító Kálváriadomb és környezetének turista- és vendégbaráttá és élménygazdaggá tétele infrastrukturális fejlesztéssel és bemutatathatóságot biztosító eszközbeszerzéssel.
- Turisztikai élményút kialakítása Villányban, mely a település turisztikai szempontból fontos pontjait (attrakciók (rendezvényter, pincesor stb.) /szolgáltató létesítmények (éttermek, borászatok) fogja összekötni.

Tapasztalat szerint egyre több a családos vendég. Villány régebben csak a borról szólt, most már Élményterként szeretnék meghatározni. Villány Városa turizmus területen elsősorban a borkultúrára tud építeni. A megye legnagyobb rendezvényei kötődnek a városhoz, olyanok, mint a Rozé Fesztivál, Vörösbör Fesztivál, melyek garantált, fix idejű programok már a naptárban. Az aktív turizmus is egyre fontosabb a településen, a Gördülő dülők esemény is sikeres, a vendégek száma már körülbelül megduplázódott. Már ez is több útvonalon valósult meg. Villálynak szintén komoly szerepe lehet a megyei szintű aktív turisztikai fejlesztésben.

A város azon egyedülálló települések közé tartozik, melyek hosszú távú fejlesztési stratégiát készítek koncepció tervekkel, további fejlesztési információkat a stratégia melléklete tartalmaz.

2.4.1.5. KOMLÓ VÁROS TERVEZETT FEJLESZTÉSEI

Komló által tervezett turisztikai célú fejlesztés a 13-15. századi gótikus templomrom környezetének turisztikai célú fejlesztése: a megmaradt épületrészek restaurálása, pihenőhelyek kialakítása és a megközelítés lehetőségének biztosítása. A városban jelenleg folyamatban van a Dino projekt, mely célja a városi könyvtár és muzeális gyűjtemény teljes átalakítása. Ennek során az épület tetőterében egy modern, a Dino-projektre épülő látogatóközpont épül. A terv szerint 2023. nyarán már a megújult intézmény fogadja a látogatókat.

Alapvető célja a városnak, hogy a köztudatban rozsdás Komlóként élő képet megváltoztassák úgy, hogy közben nem távolodnak el a gyökereiktől. Itt is fontos, hogy meglévő és már ismert értékeken alapuló fejlesztések valósuljanak meg.

A városon belül az aktív sport lehetőségeit kívánják javítani, és aktív és ökoturizmushoz kapcsolódó fejlesztési elképzelések vannak.

2.4.1.6. SZIGETVÁR VÁROS TERVEZETT FEJLESZTÉSEI

A Vár és Gyógyfürdő fejlesztési elképzelésein túl tervben van egy kerékpárút építése a 67-es úthoz történő csatlakozás biztosításával. Barnamezős fejlesztésként továbbra is elképzelés a volt cipőgyár területén idegen tulajdonban lévő épületrész megvásárlását követően Szabadidő és Konferencia központ kialakítása, melyre pályázati dokumentáció és tervek is elkészültek.

2.4.1.7. SELLYE VÁROS TERVEZETT FEJLESZTÉSEI

Kerékpáros nyomvonal fejlesztése mellett pihenőhely létrehozása, kerékpáros fogadóképesség javítása, szervízoszlop és fedett kerékpár tároló kialakítása a cél. Parkolók létrehozása a Termálfürdő környezetében, és további kültéri aktív élményelemek kihelyezése. Emellett a későbbiekben fontos lenne a kerékpárszállítás problémájának megoldása a helyközi autóbuszjáratokon, a szállások között a csomagszállítás ill. esetleg a kerékpárszállítás megoldása. A biztonságos kerékpártároló megoldása a fürdő környezetében szükséges.

2.4.1.8. ORFŰ TERVEZETT FEJLESZTÉSEI

A települési fejlesztések főként az aktív turizmushoz kapcsolódnak, hiszen Orfű adottságai alapján jelenleg is fontos célállomása a kirándulni, sportolni, vágyó turistáknak, akik víz mellett vagy erdőben szeretnének tölteni egy kis időt. Az itt működő Vízitouristikai Központ fejlesztése is lehetséges elem a „Baranya Új Ritmusban” című zászlóshajó programnak.

A főbb települési fejlesztések az aktív és ökoturizmushoz kapcsolódnak, a már meglévő adottságok továbbfejlesztése, célcsoport bővítése és a tartózkodási idő növelése céljából: Medvehagyma ház mellé gyermekbirodalom fejlesztése, Panoráma kilátó az Abaligeti tetőre, Street workout pálya a Pécsi tó nyugati medencéjéhez, Pécsi-tó gátjánál strand fejlesztés, Tekeresi Pajtánál környezet rendezés és fejlesztés, szabadtéri mozi a szigeten, Downhill pálya kialakítása a Kalap hegyen. Malom múzeumnál további fejlesztések.

2.4.2. TOVÁBBI ATTRAKCIÓK FEJLESZTÉSI TERVEI

2.4.2.1. BIKALI ÉLMÉNYBIRTOK

Az Élménybirtok a megye egyik legjelentősebb attrakciója, a Pandémia előtt 2019-ben az éves vendégéjszaka szám Bicalon 77.421 volt. A főbb fejlesztési célok a következők: energetikai fejlesztések megvalósítása a költségek csökkentése érdekében és szolgáltatás bővítés (tanösvény és Öko-park kialakítása) és fejlesztés a vendégszám növelése és a tartózkodási idő növelése érdekében. Ennek érdekében az időjárás független szolgáltatások bővítése is cél, például a külső medence téliesítése, Lovagi küzdőtér és a Puchner pódium lefedése. További fontos zászlóshajó fejlesztési terv a Játszóbirodalom kialakítása, mely fedett, 4 évszakos szolgáltatásbővülést jelent az Élménybirtokon.

2.4.2.2. MOHÁCS 500

A program részletes tartalma jelenleg nem ismert, ezért ezen pontban leginkább arra tudunk támaszkodni, hogy melyek a főbb tervezett turisztikai jellegű fejlesztési javaslatok. Ezek természetesen a jövőben még formálódhatnak a finanszírozási lehetőségekhez igazodva.

2026-ban lesz az 1526. évi mohácsi csata 500. évfordulója. A különböző korszakokban más-más megítélést, társadalmi szerepet és konnotációt kapó történelmi eseményre történő megemlékezés sokféle szempontból kínál fontos lehetőséget nem csupán Mohács, Baranya megye és a térség, de Magyarország egészének számára is.

A Mohács 500 program tehát egyszerre kulturális és történelmi, nemzeti önazonossági, térségfejlesztési és – elsősorban Közép-Európát és a Balkánt érintő – külpolitikai szempontok és célok mentén szervezett, hazánk régiós szerepvállalását értelmező, kontextusba helyező és erősítő lehetőség.

1. Mohácsi fejlesztési lehetőségek:

a) a város főterének átépítése a tér alatti mélygarázs létrehozásával, a Fogadalmi templom és környezetének továbbépítése,

b) a város szállodai kapacitásainak növelése, különösen a Szent János Hotel városi tulajdonba vételével, a Selyemgyár Kulturális Központoz kapcsolódó Szent János Hotel korszerűsítése,

d) a Csatateri Emlékkápolna és a Kálvária felújítása a hozzájuk kapcsolódó közterülettel,

f) a már megépült emlékhelyek felújítása, az 1526. évi csata emblematikus helyeinek megjelölése, új emlékhelyek létrehozásával, a csatában elesett más nemzetek hősei emlékműveinek létrehozása.

2. A mohácsi síkon javasolt fejlesztési elemek:

a) a Mohácsi Nemzeti Emlékhely teljes felújítása, az ott lévő tömegsírok feltárása után a hősök méltó eltemetése, emlékkápolna megépítésével,

b) a Mohácsi Nemzeti Emlékhelyhez kapcsolódóan Mohács Emlékmúzeum létrehozása és azok közös működtetése,

c) a csata központi emlékművének létrehozása,

3. Villány-Nagyharsány térsége

E térségben meghatározó elem lenne a II. Mohácsi csata, az 1687. évi győztes Harsány-hegyi csata emlékhelyének továbbépítése, a Nagyharsányi Szoborpark felújítása.

2.4.2.3. A SZIGETVÁRI VÁR ÉS A ZRÍNYI-ZRINSKI-SZULEJMÁN PROGRAM

Az elsősorban Szigetvárhoz köthető „Zrínyi-Zrinski-Szulejmán program” megvalósítása, mely a magyar-horvát-török közös emlékezeten alapuló nemzetközi turisztikai és fejlesztési együttműködési program alapját szolgáltatja.

Vár III. ütemű fejlesztése melyben szerepel a kazamata sor emeleti szintjének befejezése, Kapitány pince felújítása. Andrássy kastély és Dzsámi épület tetőszerkezetének szétválasztása.

2.4.2.4. A SIKLÓSI VÁR FEJLESZTÉSI ELKÉPZELÉSEI

A várkert-váralja fejlesztése, mint a Siklós 2030 program központi helyszíne kettős céllal kerül fejlesztésre a terület: egyrészt kialakításra kerül a város fő rendezvényhelyszíne, másrészt a városlakók és a turisták számára a kellemes és aktív időtöltést biztosító szabadidős infrastruktúra kerül megépítésre. További fejlesztési cél hazai forrásból a Vár fejlesztése. A Siklói Vár az egyik legépebb, legegységesebb történelmi emlék Magyarországon.

A fejlesztés keretében a történelmi hűségét megtartva, az építési elemek a mértékletesség jegyében alapvetően funkcionális fejlesztéseket eredményeznek. A vár tervezett központi funkciója: 5 csillagos hotel kialakítása, amely a régióban egyedülálló, illetve európai szinten is felsőkategóriás szállás funkciót kínál olyan történelmi környezetben, amely mágnesként hat egyrészt új

fizetőképes turisztikai célcsoportok számára, másrészt a térség szolgáltatásfejlesztéseinek generátora lesz. A hotel funkciót kiegészítő elemek: „Pannon borrhégy bormúzeum”; „A Batthyányiak kora” kiállítás; kisgyermekek számára aktív élményt biztosító funkció kialakítása, amely a várkertben kialakításra kerülő funkciókat egészítené ki zárt térben/fedett helyen.

2.4.2.5. A PÉCSVÁRADI VÁR FEJLESZTÉSI ELKÉPZELÉSEI

A Vár fejlesztésének három fő iránya van. A déli-és nyugati várfal rekonstrukciója. A szolgáltatási minőség fejlesztése is szükséges, ezen belül a várhoz tartozó étterem konyhájának a fejlesztése és kapacitás bővítése is szükséges. Emellett tervben van a szállodai szobák fejlesztése, fűtőkorszerűsítés és klimatizálás megoldása is. A vendégfogadási képesség javítása érdekében a parkolókat kívánják felújítani.

Szolgáltatás fejlesztés témában számtalan kapcsolódási pont van együttműködések területén is a többi attrakcióval. Továbbá a Mesés Mecsek Térségi Turisztikai Társulás tagjaként Pécsvárad részt kíván venni a Mesés Mecsek tematikus élményprogram megvalósításában, melyben a Vár is rengeteg potenciált rejt.

2.4.2.6. SZÁSZVÁR, VÁRKASTÉLY

A településen fontos terv a Strandfürdő fejlesztése, élményfürdővé alakítása játszótérrel. Alapvetően aktív turizmushoz kapcsolódó elképzelések vannak jelen, melyek jól illeszkednek a kis-település környezeti szépségeihez és adottságaihoz (ilyen például a lombkorona sétány építése a bánya felé, a látogatható látványbánya, kilátó építése, kisvasút a volt kisvasút nyomvonalán, mini extrém park a bánya területére).

Továbbá a Mesés Mecsek Térségi Turisztikai Társulás tagjaként Szászvár is részt kíván venni a Mesés Mecsek tematikus élményprogram megvalósításában, melyben a Várkastély is rengeteg potenciált rejt (a helyi mondavilágra épülő elvarázsolt kastély – boszorkányszobor a várudvarban).

2.4.2.7. PÉCSI EGYHÁZMEGYE

Az Egyházmegye kiemelten fontos szereplő a megye turisztikai kínálatában, az elmúlt években számtalan minőségi fejlesztést valósítottak meg. Jelenlegi elképzelések szerint nem terveznek további nagy fejlesztést, a meglévők működtetésére és fenntartására fókuszálnak leginkább. Az Egyházmegye számára önmagában nem cél a turizmus támogatása, fejlesztése, hanem eszközként tekint rá, mint saját adottságaira. 2013-ban kezdődtek meg turisztikai célú fejlesztések az Egyházmegye szervezetén belül, és az Európa Unió pályázati támogatása által 2015-ben kerültek átadásra a Pécsi Egyházmegye meghatározó épületeit érintő turisztikai fejlesztések, melyek három fő földrajzi területet érintettek: Pécs, Máriagyűdi Kegyhely, Püspökszentlászló. A Pécsi Egyházmegye turisztikáját egy egységben és egységes arculattal Pécsi Püspökségi brandként fogalmazta meg, melyet az általa létrehozott 100%-os egyházi tulajdonú cég, a Maurus Kft. tevékenysége alá szervezett.

Az Egyházmegyéhez tartozó egységek a következők:

- Magtár Látogatóközpont: több funkciót is ellátó intézmény, így például helyt ad turisztikai információs pontnak, konferenciák, közösségi események helyszínének, minőségi vendéglátást biztosít a látogatók számára kávézó és étterem formájában, valamint a pince borkóstolók helyszíne.
- Püspöki Palota: a termekben egyedi díszítésű barokk, biedermeier, neoreneszánsz és neobarokk bútorok, festmények, berendezési tárgyak segítségével különböző korok püspökeinek élete tárul elénk, továbbá a palotakert is látogatható.
- Püspöki Palota kertjét a Pincével és Magtárral egy alagút köti össze.
- Pécsi Székesegyház látogatása során orgonajáték, múzeumpedagógia, idegenvezetés, sétálóláp is elérhető. Kialakításra került az épület egyik tornya kilátó formájában.

- Dóm Zarándokház: 55 fő befogadására alkalmas Pécs belvárosában a Székesegyház tövében. Kedvezményt biztosít a Pécsi Püspökség látnivalóinak megtekintésére (Székes-egyház, Dzsámi, Püspöki Palota, Dóm Kőtár, Püspöki Kincstár).
- Püspöki Kincstár – egyházművészeti kiállítás
- Dzsámi
- Rózsakert – 2022-ben belépő egység
- Máriagyúdi Látogatóközpont és kávézó
- Mohácsi Szent János Hotel.

2.4.3. SZÁLLÁSHELYEK ÉS ÉTTERMEK FEJLESZTÉSI TERVEI

A munkafolyamat során a találkozókon, interjúkon is számtalan elképzelést fogalmaztak meg a szálláshely szolgáltatók és a vendéglátóegységeket üzemeltetők is. A megye turizmusát illetően a szolgáltatók többsége az együttműködések gyenge szintjét, értékesítésben a térségi szemlélet hiányát továbbá a szektor jelentős tőkehiányát fogalmazták meg. Az elmúlt években a Pandémia által okozott jövedelem kiesés okán jelentős részük már nem rendelkezik forrás többlettel az energiaválság teljes mértékű túléléséhez, ezért a bizonytalanságok okán hosszú távú jövőképet, fejlesztési irányokat nem kívántak megfogalmazni.

Alapvetően a következő fejlesztési irányokat határozták meg rövid és középtávon:

- energetikai függőség csökkentése, költséghatékonyság növelése energetikai beruházások által, illetve a működési hatékonyság átalakítása által
- munkaerőhiánnyal kapcsolatos problémák enyhítésére tett intézkedések
- technológiai fejlesztések, melyek párosulhatnak akár hiányzó munkaerő kiváltásával (pl. robotika) vagy műszakidő csökkentéssel (például okos megoldások, rendelési, foglalási rendszerek fejlesztése)
- beszállítói kapcsolatok erősítése és szélesítése, főként a helyi beszállítókra történő erősebb építés
- kiegészítő szolgáltatásokkal rendelkező vállalkozásokkal kapcsolatok és együttműködések erősítése a megyében.

2.4.4. TERVEZETT FÜRDŐFEJLESZTÉSEK

2.4.4.1. HARKÁNYI GYÓGYFÜRDŐ

A *Harkányi Gyógyfürdő* esetében az energiaköltségek emelkedése miatt energetikai fejlesztések megvalósítása válik szükségessé. A jövőben új szálloda építését, telken belüli és telken kívüli infrastruktúrafejlesztést, új öltöző és új bejárat kialakítását, a mediterrán és hullámmedence felújítását tervezik. Emellett az ételudvar felújítására és hűtött hulladéktároló beszerzésére is szükség van. További fontos fejlesztési elképzelés a beléptetőrendszer korszerűsítése. Álmok a jövőre: új főbejárat – gyógyászati épület – szálloda – szinergia a Kórházzal.

A *Zsigmondy Vilmos Harkányi Gyógyfürdőkórház (új nevén: Harkányi Termál Rehabilitációs Centrum)* a jövőben a családtervezési központ 50 szobás aparthotelévé alakítaná át a Termál Vendégházat. A Psoriasis Centrumban minimális wellness szolgáltatás (jacuzzi, kis szauna) létrehozását tervezik, emellett a labor szolgáltatásainak fejlesztése is céljaik közt szerepel.

A *Vasútegészségügy Harkányi Intézete* várhatóan 2023. nyarára 500 millió Ft értékben KEHOP projektet valósít meg, mely a következő fejlesztési elemeket tartalmazza: napelem, kazáncsere, nyílászárók, homlokzati és tetőszigetelés. Ezenkívül a beteg- és vendégszobák korszerűsítését tervezik (fürdőszobák, klimatizálás, bútorok, belsőépítészeti).

2.4.4.2. SIKLÓSI TERMÁLFÜRDŐ

A fürdő tervei között a kinti vizes egységek bővítése szerepel, ehhez terület is rendelkezésre áll és a város is pozitívan áll hozzá. Emellett igyekeznek alpinfrakstruktúra-fejlesztést is végrehajtani (energetika-hatékonyság, munkaerőkímélő megoldások).

2.4.4.3. SELLYE VÁROSI TERMÁLFÜRDŐ

Elkészült a fürdő fejlesztési koncepciója, amely szerint a településen működő termálstrandot egész éves üzemelésű, fedett résszel bővített fürdővé fejlesztenék. Jelenleg forrás még nincs a megvalósításhoz. Az elképzelés középpontjában a fenttarthatóság, környezetbarát szemléletmód áll, ennek megfelelően egyedülálló családbarát Ökofürdő fejlesztése a cél.

2.4.4.4. SZIGETVÁRI GYÓGYFÜRDŐ

A fürdő erőssége a gyógyászat, látnak lehetőséget a wellness szolgáltatások bővítésében is. Elsődlegesen új élménymedencét és csúszdát terveznek megépíteni, illetve egy áramoltató rendszert. De a hosszútávú elképzelés egy négy csillagos szálloda megvalósítása a fürdő közvetlen környezetében. További terv a Rekreatációs központ befejezése.

2.4.4.5. HERTELENDI TERMÁLFÜRDŐ&SZAUNAPARK

A kapacitások bővítését tervezik, ehhez a beléptetést és az öltözőket kell fejleszteni, továbbá nagy szükség volna technológiai fejlesztésre is (elavultak a motorok, a szivattyúk, szellőzők, a konyha gépészete). Tervben van a fürdő részéről a kültéren egy gyerek élményrész megépítése is, több csúszdával. A fürdő a gyerekes családok célpontja, de kevés szolgáltatást tudnak nyújtani. Szállások tekintetében szűk a kapacitás. A termálfürdő körül kialakított üdülőterületen 150-160 darab üdülő található, melyekben 50-60 magánszálláshely üzemel. A területen három ifjúsági tábor, kemping és panzió található. A fürdő tervei között szerepel 300-400 üdülőház kialakítása, melyek 30-60 m²-es, 4-6 személy befogadására alkalmas, magas minőségű üdülőháztelep lesz saját kiszolgáló létesítményekkel, étteremmel sportolásra alkalmas területekkel.

2.4.4.6. SIKONDAI FÜRDŐ

A fürdő az Accent Hotels-hez tartozó Ambient Hotel&Aroma Spa Hotelhez tartozik, főként a belső szállóvendégeket szolgálja ki. Nemrég valósítottak meg egy jelentős saját erős fejlesztést, mely során megújultak a belső terek a fürdőben és a hotelben is egyaránt.

2.4.4.7. SZÁSZVÁRI STRANDFÜRDŐ

A fürdőben elavult a gépház és a 33 méteres medence, emiatt nem tudták megnyitni. Saját erőből fejleszteni kezdték kisebb összegből. A távolabbi tervek között szerepel egy csúszda és egy játszópark. Főként belföldi turizmusra szeretnének építeni, családias vidéki fürdőként működni. Vezetékes vizet használnak, ezért egy kút fúrása is a terveik között szerepel. A településen van 70°C-os termálvíz, de csak külső forrásból tudnák megvalósítani annak átvezetését.

2.4.4.8. PÉCSI HULLÁMFÜRDŐ

A Hullámfürdő egyelőre saját erőből próbálja megoldani a legfontosabb feladatokat (strand-röplabda, gyerekjátszótér felújítása, szaunák felújítása), de a nagyobb szükséges beruházásra nincs forrás. Ilyen lenne pl. a sportmedence szellőztető berendezése (30 éves a páratlanító), a tetőablakok cseréje, a vizesblokkok, a hőközpont és a gépészet felújítása. A sportmedencénél azonban egy statikai probléma is fennáll. A nyári szezonban a legnagyobb hiány a gyermekmedence iránt mutatkozik.

2.4.4.9. ORFŮ AQUAPARK

A 2021-ben magántulajdonba került Aquapark komplex turisztikai fejlesztése magában foglal minőségi szálláskapacitás fejlesztést és az Aquapark fejlesztését is. A koncepció kialakításakor figyelemmel volt a beruházó arra, hogy szolgáltatás kínálatával a tervezett pécsi fürdőfejlesztéssel ne konkuráljon.

2.5. A TURIZMUST KISZOLGÁLÓ, TÁMOGATÓ ERŐFORRÁSOK ÉRTÉKELÉSE

Baranya megyében Önálló alfejezetként mutatjuk be a támogató erőforrásokat, majd ezt követően önálló fejezetben összesítjük az azonosított hiányosságokat.

2.5.1. A KÖZLEKEDÉSI INFRASTRUKTÚRA ÉRTÉKELÉSE A TURIZMUS SZEMPONTJÁBÓL

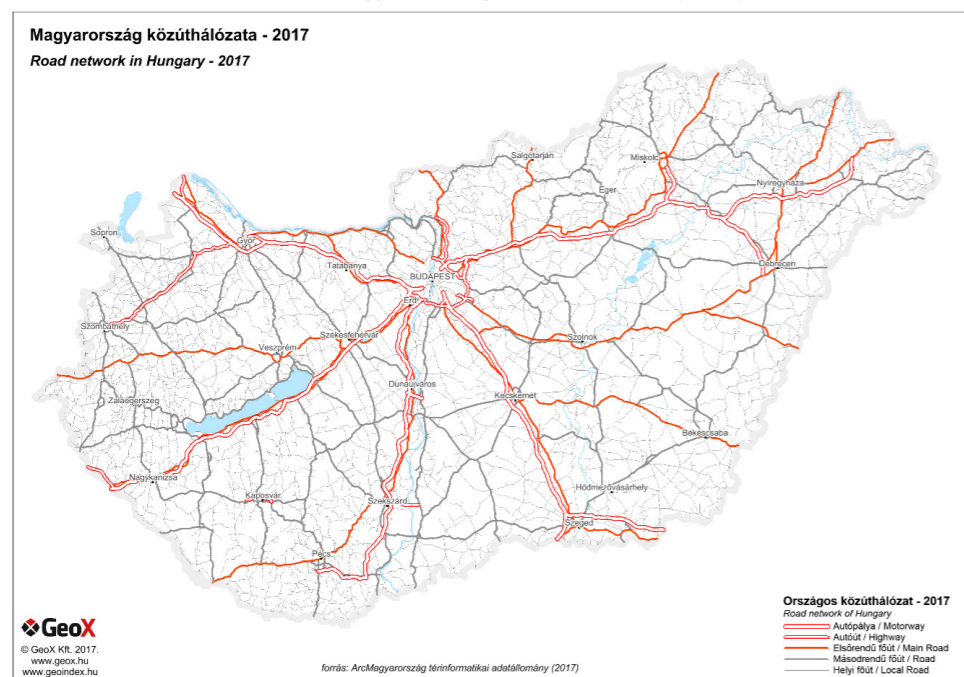
Az alábbiakban Baranya megye közlekedési infrastruktúrája kerül ismertetésre a közúti és autópályás megközelíthetőség, valamint légiközlekedés és tömegközlekedés tekintetében. Elsőként a megye jelenlegi helyzete kerül ismertetésre, valamint a legfontosabb hiányosságokat azonosítjuk, továbbá a várható fejlesztések is felsorolásra kerülnek.

2.5.1.1. A KÖZLEKEDÉSI INFRASTRUKTÚRA ÁLLAPOTÁNAK ÉRTÉKELÉSE

2.5.1.1.1. KÖZÚTI ÉS AUTÓPÁLYA KAPCSOLAT

Baranya megye elérhetőségét a nemzetközi és országos jelentőségű folyosók határozzák meg. Az északi irányú megközelíthetőségét tekintve az M6-os autópálya jelenti a legmeghatározóbb közúti kapcsolatot, míg a megye nyugati irányú megközelíthetőségét főutak biztosítják. Baranya megye déli és keleti határa a Dráva és a Duna folyók révén jórészt természetes határ is, mely nagyban korlátozza a térség ilyen irányú összeköttetéseit. A megyén belüli megközelíthetőségeket elsősorban a főútvonalak határozzák meg, a 10 járásszékhely közül mindössze 2 település, Pécs és Bóly rendelkezik autópálya kapcsolattal.

34. ábra: Magyarország közúthálózata (2017)

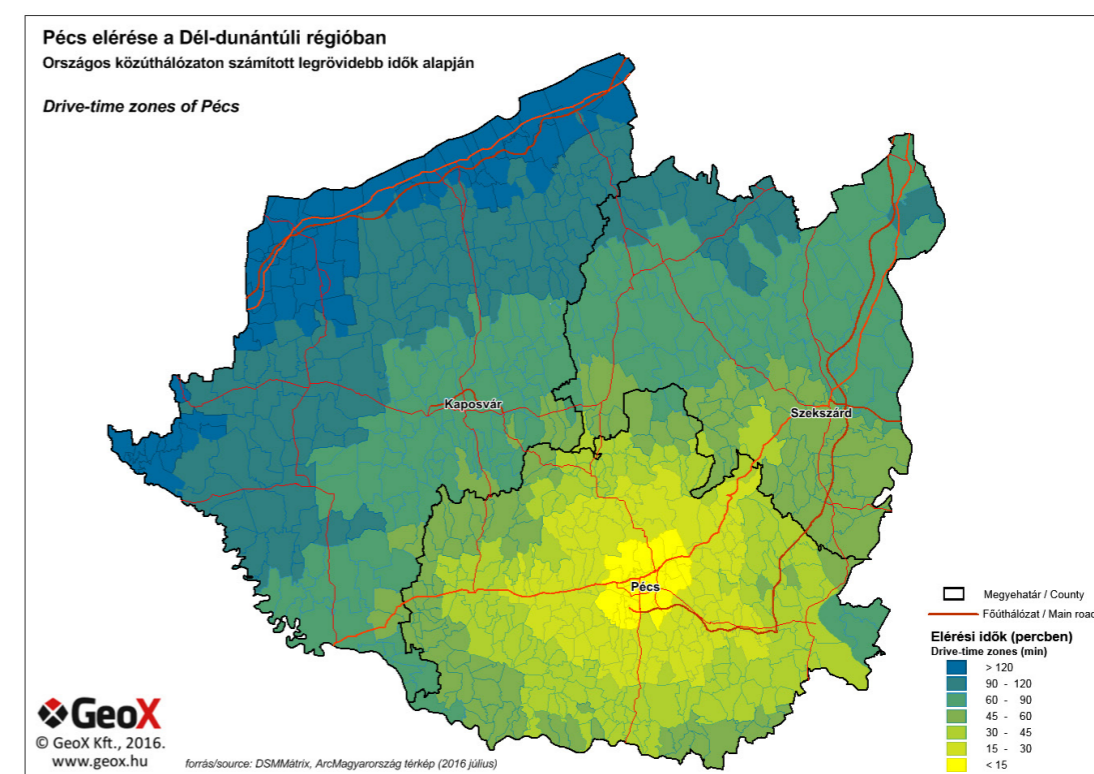


Forrás: ArcMagyarország térinformatikai adatállomány

A megyén belüli autós közlekedés lehetőségei, az utazási idő hosszának tekintetében viszonylag kedvezőnek ítéelhetők, Baranya területének többsége Pécsről 45 percen belül elérhető. Ennél hosszabb időt csupán a megye keleti peremének és egyes északi, valamint déli területeinek megközelítése vesz igénybe, míg 1 órát meghaladó utazási időt mindössze Baranya Dunán átnyúló területe – Újmohács és Homorúd –, továbbá Felsőszentmárton és Drávakeresztúr megközelítése vesz igénybe.

A megye közúthálózatának kiterjedtsége mellett fontos megvizsgálni az utak burkolatállapotát is, melynek helyzetéről a Magyar Közút által közzétett adatok elemzése által kaphatunk pontosabb képet. Baranya megye közúthálózatának 37,8 százaléka nem megfelelő vagy rossz állapotú, 33,7 százalék jó minőségű, míg a fennmaradó utak tűrhető állapotúnak titulálhatók. A rossz utak magas aránya ellenére ezek az értékek az országos átlaghoz viszonyítva kedvező képet mutatnak a megyéről, ugyanis országos szinten a rossz, valamint nem megfelelő utak aránya 55 százalék, 23 százalék tűrhető vagy megfelelő és csupán az utak 21 százaléka jó minőségű.

35. ábra: Pécs elérése a Dél-dunántúli régióban



Forrás: www.geox.hu/szolgaltatasok/elemzes/megyeszekhelyek-elerhetosege-a-del-dunantulon

2.5.1.1.2. LÉGI KÖZLEKEDÉS

Baranya megy – elsősorban nemzetközi – megközelíthetősége szempontjából az autópályához mérhető jelentőséggel bír a légiközlekedés minősége. A megye területén egy, a Pécs-Pogány Repülőtér üzemel, ahol azonban nincsenek jelen állandó nemzetközi járatokat működtető légitársaságok.

2.5.1.1.3. TÖMEGKÖZLEKEDÉS

Baranya megye járásszékhelyei többségében rendelkeznek vasúti kapcsolattal, ez alól csak Pécsvárad és Siklós képez kivételt. A vasúthálózat jelen állapotában elsősorban a Pécsi, Szentlőrinci és Hegyháti járás fővárossal való összeköttetését szolgálja, a megyén belüli közlekedésre csak korlátozott mértékben alkalmas. Emellett Baranyában az egvedüli vasúti fővonal Pécs és Magyorbóly közt halad.

A két fővonal mellett mellékvonalak is találhatók Baranyában, melyek száma azonban jelentősen csökkent az elmúlt évtizedek folyamán, és az itt zajló közlekedést alacsonyabb fokú intenzitás jellemzi.

A buszos közösségi közlekedés ezzel szemben adottnak tekinthető Baranya megyében, ugyanis a régió minden járásszékhelyét összeköti a helyközi tömegközlekedési szolgáltató, a Volánbusz Zrt.

2.5.1.1.4. KERÉKPÁROS KÖZLEKEDÉS

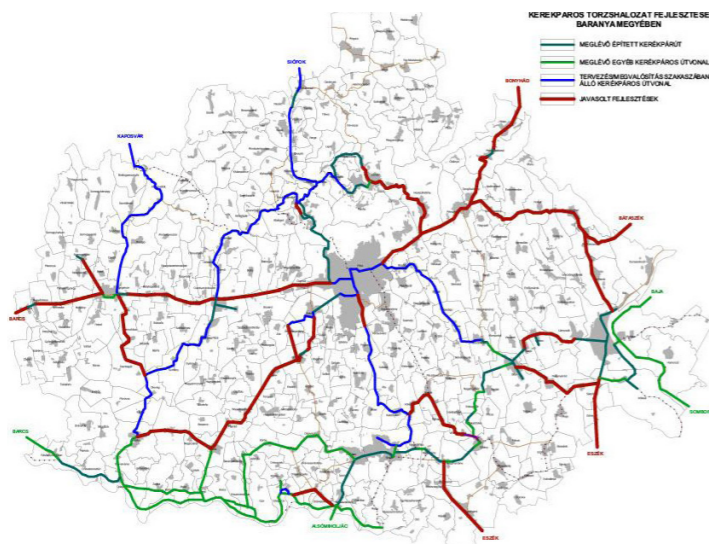
Baranya közlekedési infrastruktúrájának – turisztikai szempontból – kiemelkedő jelentőséggel bíró eleme a megye kerékpárút hálózata. Baranya megyében nagy számban találhatók kerékpárutak, azonban egybefüggő, túrázásra alkalmas, hosszú útszakaszok nem épültek ki.

A megye jelenlegi kerékpáros útvonalai az alábbiak:

- Orfű – Tekeres – Kovácsszénája
- Pécs – Orfű
- Pécs – Pellérd
- Harkány – Siklós
- Harkány – Drávaszabolcs
- Villány – Nagyharsány
- Villány – Bóly
- Mohács – Lánycsók
- Három folyó kerékpárút (Duna – Dráva – Mura)

Az útvonalak többsége a kerékpárosok igényeinek megfelelő paraméterekkel és minőséggel rendelkezik, használatuk kényelmes és biztonságos. Ez alól a Villány – Bóly és a Pécs – Orfű szakasz képez kivételt, mely szakaszok burkolat minősége több helyen nem megfelelő, valamint kialakításuk és kihelyezett táblák hiánya miatt sok esetben balesetveszélyesek. Mindezek mellett a Pécs – Orfű kerékpárút esetében esős időben az aszfaltra hulló lombtömeg, valamint a futó és gyalogos forgalom is problémát jelent. Továbbá kisebb horderejű problémaként azonosítható a Villány – Nagyharsány európai szabványoktól eltérő, csupán 2 méteres szélessége.

36. ábra: Baranya megye kerékpáros törzshálózata



Forrás: Baranya Megye Területrendezési Terve

Baranya megye térszerkezetét alapvetően aprófalvas településjelleg határozza meg, melynek következtében a kerékpározás szempontjából előnyösnek ítéltető, kisforgalmú utak aránya igen magas, ezek minősége azonban igen változó. Az alacsony forgalmú utak nagy sűrűségű hálózata mellett, a Mecsekben és a Zselicben erdészeti magánutak is nagy számban találhatók, melyek a legideálisabb túraútvonalak, főleg családoknak, a gyerekekkel érkezőknek.

A kerékpározás szinte kivétel nélkül megengedett az erdei utakon, de a tulajdonosok esetleges külön előírásait figyelembe kell venni, valamint autóval való áthaladáshoz engedélyhez és/vagy úthasználati díj megfizetéséhez kötött. Az erdei utak mellett a folyók árvízvédelmi töltésén is megengedett a kerékpározás, továbbá a mezőgazdasági területeken fekvő földutak kerékpáros forgalmát sem korlátozza semmilyen rendelet.

Nemrég valósult meg az Amazon of Europe Bike Trail kerékpáros túraútvonal létrehozása 15 projekt partner összefogásának köszönhető, így a tervezett 5 országra kiterjedő UNESCO Mura-Dráva Duna Bioszféra-rezervátum legszebb részei az ausztriai Mureck úszó vízimalmától egészen a busók városáig, Mohácsig kerékpárral bejárhatók.

Az Amazon of Europe Bike Trail kerékpáros túraútvonal 1250 kilométer hosszan öt országon át (Ausztria, Szlovénia, Horvátország, Szerbia, Magyarország) követi a Mura, Dráva és Duna érintetlen folyami tájait. A három folyó két partján az északi útvonalon 550 km hosszan 11 napi szakasz, a déli útvonalon 700 km hosszan 16 napi szakasz teljesítése után érjük el a végpontot.

Baranyán két EuroVelo útvonal halad át: az Atlanti-óceántól a Fekete-tengerig futó EV6, illetve a legújabb, az egykori Vasfüggöny mentén húzódó EuroVelo 13. Ezekre mindenképpen érdemes és lehet nemzetközi szinten is kerékpáros turizmust építeni.

A Vasfüggöny nyomvonal az **EuroVelo úthálózat** legújabb 13. útvonala, amely Nyugat és Kelet Európa majdnem fél évszázados egykori megosztottságát szimbolizálja. Az útvonal magyarországi szakaszán számos látnivaló kapcsolódik valamilyen módon a Vasfüggöny emlékéhez. Magyarországon az út négy nemzeti parkon halad át, valamint átfedésben van 5 már meglévő kerékpárúttal. Ezek: az osztrák és magyar gyógyfürdőket összekötő Termál Út, a Fertő-tó körüli bicikliút, az Írott-kő Naturpark bicikliút, a Vashegy-útvonal, amely Szombathelyet köti össze az Őrség kis falvai között kanyargó úttal, valamint a Három Folyó Kerékpáros Túraútvonal, mely Barcsot köti össze Moháccsal.

Az EuroVelo 13 Barcs és Mohács között

1. Barcs –Felsőszentmárton: Dráva-parti erdőn és a Dráva mente apró falvain keresztül
2. Felsőszentmárton – Vejtő: Végig a Dráva töltésén az Ormánságon át
3. Vejtő – Harkány: Az Ős-Dráva térség
4. Harkány – Siklós - Villány – Bóly: Két keréken a borvidéken
5. Villány– Beremend: Kitérő a Baranyai-dombság déli lejtőin
6. Bóly – Mohács: Mohács és a Duna ártere

Az EuroVelo 6 Mohács és Eszék között

- 1.Sátorhely – Suza: Horvát Baranya
- 2.Suza–Bilje: A Kopácsi-rét
- 3.Bilje – Osijek – Dalj: Eszék környéke

Az elmúlt években Baranya megye bringaparkokban is jelentősen előrelépett. A következő fejlesztések készültek el¹⁰:

- ✓ Villány pumpapálya
- ✓ Kozármisleny BMX freestyle
- ✓ Pécs pumpapálya
- ✓ Magyarhertelend pumpapálya
- ✓ Komló pumpapálya
- ✓ Komló single trail
- ✓ Hosszúhetény single trail
- ✓ Hosszúhetény flow line

2.5.2. A KÖZLEKEDÉSI INFRASTRUKTÚRA HIÁNYOSSÁGAI

A Baranya megyei közlekedési infrastruktúra helyzetének ismertetését követően, annak legégetőbb hiányosságai kerülnek vizsgálatunk fókuszába, elsősorban a közúti és légiközlekedés tekintetében.

2.5.2.1.1. KÖZÚTI ÉS AUTÓPÁLYA KAPCSOLAT HIÁNYOSSÁGAI

A megye közúthálózatával és autópálya elérhetőségeivel kapcsolatban számos probléma nevesíthető. A baranyai közutak minősége Magyarország egyéb területeinek viszonylatában ugyan jónak ítéltető, azonban az utak több mint fele, 55 százaléka így sem megfelelő. Az úthálózat minősége mellett, annak kiterjedése terén is számos hiányosság azonosítható. A baranyai járásközpontok közül egyedül Pécs és Bóly rendelkezik közvetlen autópálya kapcsolattal, továbbá az északkeleti településektől eltekintve relatív megközelíthetőségről sem beszélhetünk e téren. Az autópálya-hálózat hiányosságai mellett a főutak kiterjedése sem teljeskörű a megyében, ugyanis Sellye esetében a főúti megközelíthetőség sem biztosított, így elérése rendkívül nehézkes.

2.5.2.1.2. LÉGIKÖZLEKEDÉS HIÁNYOSSÁGAI

Baranya közlekedési infrastruktúrájának szintén jelentős hiányossága a nemzetközi járatok fogadására alkalmas repülőtér – korábbiakban taglalt – hiánya. Ennek oka a Pécs-Pogány Repülőtér infrastrukturális hiányosságaiból fakad, ugyanis a kifutópálya hossza miatt a legelterjedtebb repülőgéptípusok (B737, A320) – melyek a nemzeti- és fapados légitársaságok flottáinak 90%-át alkotják – a Repülőtér nem tudják használni. Megfelelő infrastrukturális ellátottsággal rendelkező nemzetközi repülőtér legközelebb Budapesten, valamint Eszéken található. A légiközlekedés fejlesztése nélkül a külföldi vendégforgalom jelentős növelése nehezen képzelhető el. A repülőtér hiánya egyértelmű hátránya a térségnek.

2.5.2.1.3. TÖMEGKÖZLEKEDÉS HIÁNYOSSÁGAI

A személyes interjúk és a rendezvények alakalmával is többször felmerült problémaként a tömegközlekedés hiányossága:

- nem megfelelőek a közlekedési kapcsolatok, csatlakozások. Vannak olyan települések, ahová nem lehet eljutni megfelelő időben, a csatlakozási nehézségek okán szinte lehetetlen napon belül szolgáltatást igénybe venni és hazajutni. Ez a szolgáltatónak is gondot jelent a munkaerőkeresés területén is.
- van olyan attrakcióval rendelkező település, melyre csak nagyon nehezen, nem ésszerű időben lehet tömegközlekedéssel eljutni (például a fürdővel rendelkező Magyarhertelend), pedig a fürdőt a családok turisták kifejezetten kedvelik.

10 <https://maketusz.hu/projekt/orszagos-bringapark-program/>

A tömegközlekedési hiányosságok okán azok is autóval, egyénileg vagy jobb esetben csoportosan indulnak útnak, akik egyébként preferálnák a tömegközlekedési lehetőséget bármilyen okból (például fenntarthatóság). Ennek további következménye az így kialakuló zsúfolt parkolók, vagy a helyi lakosok életét is zavaró útmenti félreálló autók (például Kisújbányán, Óbányán). Utóbbi település helyi rendeletben korlátozta az autók behajtását a településre az ott élők nyugalma érdekében.

2.5.2.1.4. KERÉKPÁROS KÖZLEKEDÉS HIÁNYOSSÁGAI

Baranya megye kerékpáros infrastruktúrája terén a legfőbb hiányosság a dedikált kerékpárutak mennyisége, valamint azok egybefüggő hálózatának hiányában jelentkezik. A megyében egyedül a déli, határmenti területeken található egybefüggő, túrázásra alkalmas kerékpárút, az úthálózat fennmaradó része elaprózódott, egymástól elkülönülő szakaszokra bomlik. A mennyiségi hiányosságok mellett a meglévő kerékpárút hálózat egyes szakaszain minőségi problémák is felmerülnek, melyek főként a Villány – Bóly és a Pécs – Orfű útvonalakon jelentkeznek. Baranya aprófalvas településszerkezetéből kifolyólag ugyan nagy számban vannak jelen alacsony forgalmú és ebből kifolyólag kerékpározásra alkalmas utak a megyében, ezek csak részben képesek a kerékpáros infrastruktúra hiányosságainak orvoslására, mivel ilyen célú használatukat burkolatállapotuk számos esetben nem teszi lehetővé.

A kerékpáros úthálózat még nem teljes a megyében, a hiányzó szakaszokon túl információ hiányosság is gondot okoz. Megfelelő marketing támogatottság hiányában nem jut el az emberekhez az információ. További hiányosság a szolgáltatók rendszerbe szervezése az elérhető attrakciók, kerékpárutak környékén.

2.5.2.2. A KÖZLEKEDÉSI INFRASTRUKTÚRÁT ÉRINTŐ VÁRHATÓ FEJLESZTÉSEK

A megye közlekedési infrastruktúrájának elemzése során végül az azt érintő, várható fejlesztések kerülnek bemutatásra. Baranya közlekedési infrastruktúrája esetében ezek az autópálya hálózatot, légiközlekedést és kerékpárút hálózatot érintő, alábbiakban taglalt elképzelések.

2.5.2.2.1. KÖZÚTI ÉS AUTÓPÁLYA KAPCSOLATOK FEJLESZTÉSE

Az M9-es autópálya tervezett nyomvonala Mohácsot és Pécsét érintve, észak-keleti irányba, Kaposvár felé halad át Baranya megyén, megépülése ezáltal jelentősen javítaná a térség keleti és nyugat irányú megközelíthetőségét, mely az érintett belföldi területekről érkező vendégek számának növekedését eredményezheti. Mindezek mellett az M9-es autópálya a Szerbiából és Ausztriából érkező vendégek számának növekedésében is kulcs szerepet játszhat, miközben a Baranya megyén belüli desztinációk összeköttetését is jelentősen javíthatja.

37. ábra: Az M9-es autópálya tervezett nyomvonala



Forrás: NÉPSZAVA-gyűjtés/NÉPSZAVA-grafika

Folyamatban van az M6-os autópálya Ivándárdáig történő meghosszabbítása, valamint az M60-as autópálya Pécs-Barcs szakaszának megépítése. Ezek megvalósulása Baranya déli, határmenti kapcsolatait javítja, elősegítve a Horvátországból érkező vendégek számának növekedését, továbbá a megye nyugati területeinek és székhelyének, Pécsnek elérhetőségét is segíti. Baranya megye közúti kapcsolatainak fentiekben ismertetett fejlesztései révén képessé válhat a belföldi és a nemzetközi vérkeringésbe való intenzívebb bekapcsolódásba, melyek által további turisztikai potenciálok realizálhatók.

2.5.2.2.2. A LÉGI KÖZLEKEDÉS FEJLESZTÉSE

Szintén hosszú ideje formálódó fejlesztési elképzelés a Pécs-Pogány Repülőtér bővítése, melynek célja az előbbiekben hiányosságként megfogalmazott infrastrukturális feltételek megteremtése. A repülőtér fejlesztése révén lehetőség adódik a nemzeti- és fapados légitársaságok bevonására. Ennek következtében Baranya megye elérhetősége jelentősen javulhat, mely elsősorban a külföldi vendégforgalomban rejlő potenciál kiaknázására nyújt lehetőséget.

2.5.2.2.3. A TÖMEGKÖZLEKEDÉS FEJLESZTÉSEI

A tömegközlekedés megfelelő csatlakozási pontjainak kialakítása a turisztikai attrakciókhoz több szempontból is fontos:

- egyrészt könnyebben elérhetővé válik azok számára is, akik az autós utazást nem preferálják,
- a munkaerő ingázása is megoldottá válhat,
- az egyes attrakciók kapcsolódása is lehetségessé válik, amikor napon belül több mindent tud megnézni az érdeklődő, ez lehetővé tesz az átlagos költség növekedését is (valahol kisebb attrakció elérhető, de például étterem már csak a szomszéd településen található),
- a tömegközlekedés elérhetőségének fejlesztése hozzájárulhat más járulékos fejlesztések elhagyásához (ne kelljen mindenhol jelentős parkolószámot fejleszteni) és fenntarthatóbb is mint az egyéni autós közlekedés.

Jó példa volt erre a járatsűrítés például Óbánya esetében 2021 decemberében, amióta új hétvégi buszjáratok segítik a térség turistaútjainak csomópontjánál fekvő Óbánya elérhetőségét, illetve a visszautazást Pécs, illetve Bonyhád – Szekszárd felől/felé. A menetrend változásainak köszönhetően, ha valaki például Budapestről a Rockenbauer Pál Dél-Dunántúli Kéktúra egyik legszebb, Zobápusztától Óbányáig tartó szakaszát szeretné bejárni, most már akár egy nap alatt, budapesti indulással és érkezéssel, tömegközlekedéssel is meg tudja azt tenni.

A megfelelő közlekedési opciók borturizmus kapcsán is kiemelten fontosak. Pécsről Villány most már korszerű vasútszerelvénnel érhető el, azonban a tömegközlekedési lehetőségek esetében általánosságban elmondható, hogy nincs megfelelő marketing mögötte, így kifejezetten csak az eziránt érdeklődőkhöz jut el az információ.

Közösségi közlekedés esetében további fontos fejlesztési igény lenne a kerékpáros közlekedés kapcsolódása, tehát hogy kerékpárt fel lehessen vinni a járatokra. Jelenleg Baranya megyében sajnos nincs erre alkalmas buszjárat. Vasúti közlekedés esetében a MÁV tájékoztatása alapján több helyen érhető el.¹¹ Baranyában a Dráva mente, Zselic és a Mecsek közelíthető meg ilyen módon.

Hosszú távon mindenképpen szükséges lenne megyei szinten koordináltan kezelni a tömegközlekedési igényeket a desztinációk elérhetőségének javítása érdekében. Ennek alapfeltétele, hogy a turisztikai szolgáltatók összehangoltan jelezzék az igényeiket a tömegközlekedési szolgáltatók felé, és megfelelő marketing kampánnyal támogassák meg a fejlesztéseket.

2.5.2.2.4. A KERÉKPÁROS KÖZLEKEDÉS FEJLESZTÉSEI

A baranyai kerékpáros infrastruktúra kapcsán is számos várható fejlesztés említhető, annak több új eleme van jelenleg a tervezési, illetve megvalósítás fázisában. A tervezés, illetve kivitelezés alatt álló – a lenti ábrán kék színnel jelölt – útvonalak az alábbiak:

- Szigetvár – Kaposvár
- Sellye – Okorág – Orfű
- Orfű – Magyarhertelend – Magyarszék – Komló
- Magyarhertelend – Siófok
- Pécs – Romonya
- Pécs – Siklós

A felsorolt útszakaszok megépítése jelentősen növelné a megyében található, egybefüggő, túrázásra alkalmas és ezáltal jelentős turisztikai vonzerőt biztosító kerékpárutak számát. Továbbá a Pécs – Siklós és a Sellye – Okorág – Orfű szakaszok létrejötte által kapcsolat létesülhet Pécs és a Mecsek, valamint a – jelenleg Baranya megyében egyetlen egybefüggő, nagy kiterjedésű – határmenti útvonalak között.

Megyeszékhelyet tekintve is kiemelten fontos a kerékpáros fejlesztés. Pécs M.J.V. az E-bringa projekt II. ütem megvalósulását tervezi. Ez magában foglalja a további dokkoló állomások telepítését a megvalósított kerékpáros nyomvonalakon (POTE, Kertváros, Megyeri tér, Vásár-tér), és további kerékpárok beszerzését.¹²

Pécs - Kozármisleny, Pécs-Siklós kerékpárú fejlesztése, Megyei kerékpárhálózathoz csatlakozás, illetve városon belül a Kertváros-Belváros kerékpárút fejlesztése, és további területeken kerékpáros és forgalomtechnikai fejlesztés is szerepel a tervek között.¹³

¹¹ <https://www.mavcsport.hu/mav-start/belfoldi-utazas/kerekparszallitas-magyarorszag-turisztikai-regioiba>

¹² Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata TOP_Plusz Városfejlesztési Programtervben szereplők szerint a kereten belüli projekt tartalom alapján.

¹³ Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata TOP_Plusz Városfejlesztési Programtervben szereplők szerint a kereten belüli projekt tartalom alapján.

Az infrastruktúra fejlesztéseken túl nagyon fontos szerepet töltenek be azok a programok, melyek információt osztanak meg a turistákkal. Az elmúlt években több országos szervezet is próbált ezen a területen áttörést elérni. Pár jó példát foglalunk össze, melyek Baranya megye esetében is segítik a kerékpárral közlekedőket. A programok alapja létrejött, ugyanakkor a Baranya megyei szolgáltatók jelentős része még nem látta meg benne a lehetőséget, vagy nem tud róla.

Az Aktív és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ megbízásából a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség koordinálja az országos kerékpárosbarát szolgáltatói hálózat létrehozását és működését. Cél, hogy létrejöjjön egy országos lefedettségű hálózat, amelynek tagjai kielégítik a kerékpáros túrázók igényeit, magas minőségű szolgáltatást nyújtanak és ezáltal több vendéget, magasabb bevételt realizálhatnak. 2022-ben elkészült a **MAKETUSZ ingyenesen letölthető Kerékpárosbarát applikációja**, amely tartalmazza a kerékpárosbarát vendéglátóhelyeket és szálláshelyeket, a hazai bringaparkokat, a vízvételi helyeket, a szervizpontokat, a bringás pihenőket, kezdőknek és haladóknak egyaránt izgalmas útvonalakat: mindent, ami hasznos lehet a bringások számára.

Másik kiemelten fontos országos program szintén a MAKETUSZ nevéhez kötődik. Fontos, hogy a baranyai szolgáltatók is tudjanak erről a lehetőségről, megismerjék, és fejlődjenek általa. A kerékpáros turizmus alakulásában jelentős szerepe van a térségi szolgáltatóknak. Az Aktív és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ megbízásából a **MAKETUSZ koordinálja az országos kerékpárosbarát szolgáltatói hálózat létrehozását és működését**. Céljuk, hogy létrejöjjön egy országos lefedettségű hálózat, amelynek tagjai kielégítik a kerékpáros túrázók igényeit, azonosan magas minőségű szolgáltatást nyújtanak és ezáltal több vendéget, magasabb bevételt realizálhatnak.

Az egyes szolgáltató típusokra vonatkozóan kötelező és opcionális kritériumokat határoztak meg a következő típusok szerint: attrakciók, kemping, szálloda és panzió, vendégház, vendéglátóhely.

2.5.3. EMBERI ERŐFORRÁSOK: MUNKAERŐPIAC ÉS KÉPZÉS

A turisztikai ágazat fejlődéséhez kulcsfontosságú a megfelelő humán erőforrás rendelkezésre állása. Baranya megye ezen a területen is komoly nehézségekkel küzd: a térség egészét súlyító általános demográfiai problémákon túl a gazdasági teljesítmény és általában a jövedelemtermelő-képesség problémái különösen kitették a megyét a turisztikai ágazatot amúgy az ország egészében jellemző elvándorlásnak. A nyelveket beszélő és képzett turisztikai szakemberek külföldön, jellemzően német nyelvterületen, vállalnak munkát, de sokan vándoroltak a jobb perspektívát kínáló Budapestre, vagy valamely Balaton környéki településre.

A bérek az elmúlt években ugyan dinamikus növekedést mutattak, viszont a versenytárs országokhoz viszonyítva jelentős a lemaradás. Az elmúlt években ugyan a bruttó órabér évenként átlagosan 8%-kal emelkedett a szálláshely-szolgáltatásban és vendéglátásban (Eurostat, 2019), amelyet több élénkítő intézkedés támogatott (pl. ÁFA kulcsok csökkentése), de az árszínvonalhoz igazított órabérek tekintetében Magyarország három euróval (37%-kal) marad el Ausztriától, az egyik legnagyobb elszívó erővel rendelkező országtól.

A szektor szereplői ugyan különböző eszközökkel próbálják vonzóvá tenni a szakmát, de a fenti problémák, valamint a szektort jellemző méretgazdaságossági-, tulajdonosi szerkezetbeli és az mindebből következő profitabilitási problémák rányomják a bélyegüket a turisztikai munkapiac keresleti oldalának kondícióira. A jellemzően kis üzemméret, a gyakorta más ágazatból érkező tulajdonos/befektető nem segíti a munkaerő bevonását vagy megtartását: nincs igazi életpálya-modell, nem vonzóak a foglalkoztatási feltételek sem anyagi, sem pedig karrier-szempontból.

Az NTS2030 – Turizmus 2.0 által idézet felmérés¹⁴ szerint a felsőoktatásban a hallgatók pályaképe nem tekinthető stabilnak, az ágazati munkarend megítélése jellemzően negatív. Annak ellenére, hogy a megkérdezett egyetemi hallgatók 93%-a a turizmust biztosan fejlődő ágazatnak ítélte meg, több mint 40%-uk nem számít arra, hogy az iskola elvégzése után megfelelő jövedelemhez jut. A diákok kevesebb mint fele tekinti az ágazatban való elhelyezkedést kiszámítható karriernek, ugyanennyi megkérdezett afelől sincs meggyőződve, hogy egész életre szóló karrierpálya előtt áll. A turisztikai karrier alacsony reputációja. Az ágazat általános megítélése nem egyértelműen pozitív. Mivel a turisztikai karrierutak jellemzően a vállalati ranglétra legaljáról indulnak, az egyes pozíciók társadalmi megítélése között jelentős eltérések vannak.

Ugyan a fenti tendenciák megfordítását a képzési szektortól önmagában nem remélhetjük, a munkaerő-utánpótlásában a képzésnek mégis nagyon fontos szerepe van. A szektorhoz kapcsolódó tudás középfokon a turizmus és vendéglátás szakképzésekben, míg felsőfokon a felsőfokú szakképzéseken és a turizmus-vendéglátás alapszakon, valamint a turizmus-menedzsment mesterképzésen szerezhető meg.

„A képzési rendszer célja a munkaerő készségeinek és tudásának modernizálása, valamint az ágazati munkavállalás vonzó karrierlehetőséggé történő átalakítása kell, hogy legyen. A turisztikai karrier vonzerejének és megtartóerejének növelése segíti a munkaerő kiszámítható utánpótlását, és hosszú távon növeli a hazai vállalkozói kedvet és innovációt”¹⁵

2.5.3.1. A TURIZMUS KÉPZÉSI RENDSZERE BARANYÁBAN

2.5.3.1.1. SZAKKÉPZÉS

A Baranya Megyei Szakképzési Centrum 7 településen, Pécsen, Siklóson, Pécsváradon, Komlón, Mohácson, Sásdon és Szigetváron, összesen 12 szakképző intézményével végez szakképzési tevékenységet. A Centrum tagintézményében közel 6500-an folytatják tanulmányaikat.

A Szakképzési Centrumhoz 12 tagintézményéből az alábbi 5 kínál képzéseket turizmus-vendéglátás területen:

- Garai Miklós Technikum és Szakképző Iskola – Turizmus-vendéglátás képzés
- Mohácsi Radnóti Miklós Technikum és Szakképző Iskola – Turizmus-vendéglátás képzés
- Sásdi Vendéglátóipari Szakképző Iskola – Turizmus-vendéglátás képzés
- Zrínyi Miklós Gimnázium és Szakképző Iskola – Turizmus-vendéglátás képzés
- Zsolnay Vilmos Technikum és Szakképző Iskola – Turizmus-vendéglátás képzés

Az érintett iskolák az alábbi képzési formákban nyújtanak szakképzéseket turizmus-vendéglátás területen:

1. Technikumi és szakképző iskolai oktatás

A Technikumi és szakképző iskolai oktatás az általános iskolai tanulmányok befejeztével választhatók. Technikumi képzés esetén az oktatás 5, szakképző esetén 3 évet vesz igénybe. Ezen képzési forma esetében az alábbi képzések érhetők el a Baranya Megyei Szakképzési Centrum tagintézményeiben:

¹⁴ NTS2030 – Turizmus 2.0, 52.0.; MTÜ 2021

¹⁵ Turizmus 2.0., 128.o. (MTÜ 2021)

- Cukrász; Cukrász szaktechnikus
- Panziós-fogadós
- Pincér - vendégtéri szakember
- Szakács, Szakács szaktechnikus
- Turisztikai technikus
- Vendégtéri szaktechnikus

2. Felnőttek nappali rendszerű szakmai oktatása

A szakképzés a szakmát szerezni vágyó, vagy magukat átképezni kívánó felnőttek számára nyújt lehetőséget. A képzés jogviszony és munkarend tekintetében egyaránt rugalmas, tanulói és felnőttképzési jogviszonyban, valamint nappali és nem nappali formában egyaránt végezhető. A Baranya Megyei Szakképzési Centrum tagintézményeiben az alábbi felnőttképzések érhetők el:

- Cukrász; Cukrász szaktechnikus
- Pincér - vendégtéri szakember
- Szakács, Szakács szaktechnikus
- Turisztikai technikus
- Vendégtéri szaktechnikus

3. Felnőttek szakmai oktatása

Felnőttek szakmai oktatásában technikumi szinten az érettségivel rendelkezők, míg szakmai oktatásban azok részesülhetnek, akik a középiskola tizedik évfolyamát teljesítették.

A taglalt képzési formában a tanórákat heti 2-3 alkalommal az esti órákban vagy hétvégi napokra szervezik, az elméleti órák nagy részét az online térben tartják az intézmények. A felnőttek szakmai oktatása keretében – a nappali rendszerű szakmai oktatással megegyezően – az alábbi képzések érhetők el a Baranya Megyei Szakképzési Centrum tagintézményeiben.

- Cukrász; Cukrász szaktechnikus
- Pincér - vendégtéri szakember
- Szakács, Szakács szaktechnikus
- Turisztikai technikus
- Vendégtéri szaktechnikus

2.5.3.1.2. FELSŐOKTATÁSI KÉPZÉSEK TURIZMUS TERÜLETEN

Baranya megyében a turizmus és vendéglátás felsőfokú képzések 2015/2016-tól a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karához köthetőek. Az előzmények kapcsán fontos kiemelni, hogy az 1990-es évek közepétől a turizmus képzések a Természettudományi Karon, majd az 1998-ban a Földrajzi Intézetben belül alakult Turizmus Tanszékhez voltak köthetőek, ma azonban már a TTK FFI keretein belül elenyésző a szakirányos hallgatók száma. Ugyancsak évekig folyt FOKSZ és turizmus-vendéglátás alapképzés a PTE IGYFK karán (Szekszárd), mára azonban ezek megszűntek.

A PTE Közgazdaságtudományi Karán jelenleg 3 féle turisztikai képzés folyik:

- 1) nappali magyar nyelvű turizmus és vendéglátás képzés Bsc szinten;
- 2) nappali FOKSZ turizmus és vendéglátás képzés;
- 3) illetve nappali angol nyelvű turizmus és vendéglátás (Tourism and Catering) képzés.

A két előbbi képzésnél a szakképzettség megnevezése az oklevélben: közgazdász turizmus-vendéglátás alapképzési szakon / Economist in Tourism and Catering. A Kar oktatási portfóliója a Turizmus menedzsment mesterképzést is tartalmazza, azonban a viszonylag alacsony létszámok miatt annak meghirdetése egyelőre 2 évfolyam végzése után szünetel.

Az oktatási piramis tetején a doktori, PhD képzések találhatók szintén a PTE KTK keretein belül, ahol a PTE KTK REGA Doktori Iskola képi a turizmusban kutató doktoranduszokat mind magyar, mind pedig angol nyelven.

A PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet munkatársai a turizmus-vendéglátás képzések tervezésekor a munkaerő-piaci igények, az elhelyezkedési lehetőségek figyelembevételével olyan tárgyszerkezetet dolgoztak ki, amely alkalmas megfelelő gazdasági és üzleti alapismeretekkel, turisztikai és vendéglátóipari szaktudással és készségekkel rendelkező szakemberek képzésére. Az alaptárgyak és a szakmai törzstárgyak biztosítják a legfontosabb szakmai kompetenciák elsajátítását, úgymint:

- a turizmus rendszer működésében és működtetésében való eligazodás;
- a turizmus és vendéglátás területén működő vállalkozások sajátosságainak ismerete, ilyen vállalatok vezetésének képessége;
- turisztikai termékek fejlesztésének és desztinációk menedzselésének terén szerzett képességek.

A turizmus speciális területeit felölelő kurzusok az addig megszerzett tudásanyag mélyítését és finomítását szolgálják, valamint bővítik a betölthető munkakörök és a vállalható feladatok körét. A turizmus-vendéglátás képzések oktatási módszere az elméleti alapozás mellett a gyakorlat-orientált képzésre is nagy hangsúlyt fektet.

Szemináriumokon, gyakorlati foglalkozásokon a hallgatók aktív részvételére, önálló munkájára támaszkodva esettanulmányok feldolgozására, projektfeladatok megoldására kerül sor. A kiemelkedő hallgatók lehetőséget kapnak az oktatói, tanszéki kutatómunkákba való bekapcsolódásra, valamint a Kar támogatja a TDK dolgozatok készítését.

A tanrendi órákon kívül a turizmus-vendéglátás képzések oktatói által szervezett szakmai programok, illetve a turizmus különböző területein (szállodaipar, vendéglátás, utazásszervezés, attrakciómenedzsment, desztinációmenedzsment) tevékenykedő szakemberek, vállalkozások gyakorlatával való megismerkedés szintén a hallgatók felkészülését, a gyakorlati megoldások megismerését szolgálják.

4. táblázat: Felvett tanulók létszáma a PTE KTK Turizmus és vendéglátás képzésein

	NAPPALI ANGOL ALAPKÉPZÉS	NAPPALI MAGYAR ALAPKÉPZÉS	FOKSZ
2017/18/1		50	56
2018/19/1		59	77
2019/20/1	19	73	64
2020/21/1	12	40	77
2021/22/1	16	39	50

Forrás: Saját szerkesztés PTE KTK adatszolgáltatás alapján

2.5.3.2. KIHÍVÁSOK, MUNKAERŐPIACI TRENDEK¹⁶

A szakképzés jelenlegi legfontosabb kihívása a képzési minőség és az alacsony presztízsz. Az oktatás szerkezete és tartalma nem készíti fel eléggé a diákokat az ágazati elhelyezkedésre, egyrészt a gyakorlati órák viszonylag alacsony száma miatt, másrészt a munka alacsonynak tartott presztízse miatt.

Felmérések alapján a diákok bizonytalanok a jövőjükkel kapcsolatban: bár a szakképzésben tanuló diákoknak 56%-a vélekedik úgy, hogy a szektorban végzett munkának presztízse van, a középiskolások mindössze 41%-a tervez biztosan a szektorban elhelyezkedni.

A felsőoktatásban végzettek között a pályaelhagyás jelentős. A turizmus szakokon végzettek kisebb arányban dolgoznak diplomás munkában, mint a többi gazdasági szakon végzettek. Míg a gazdaságtudományokat végzők 62%-a végez diplomás munkát, addig a turizmus-ven-déglátás alapszakon végzőknek csak 42%-a dolgozik diplomás munkakörben.

A munkáltatók elvárásai nem találkoznak a munkaerő szaktudásával és a munkavállalók hozzáállásával. A munkáltatók számára kihívást jelent a megfelelő készségekkel és hozzáállással rendelkező munkaerő bevonása. A munkáltatók a készségek terén a nyelvtudást és ügyfél-orientáltságot, a hozzáállás terén az elhivatottságot és munkabírást értékelik és keresik.

A hazai munkaerő minőségét jelentős mértékben gyengíti a képzett munkaerő kivándorlása. Bár a turizmust végzett frissdiplomások 86%-a itthon helyezkedik el, hosszú távon (ötéves távlatban) a hallgatók közel fele tervez külföldi munkavállalást – feltehetőleg az elhelyezkedéshez szükséges szakmai tapasztalat és nyelvi gyakorlat megszerzése után.

A szürkegazdaság súlya szignifikáns, a szürkén foglalkoztatottak aránya magas. Iparági szakértők szerint a vagyonvédelmi- és építőipari munkaerő-kölcsönzés után a turizmus-vendéglátás felé irányuló kölcsönzésben a legmagasabb a szürke-fekete megoldások aránya. A szektor szezonális jellege miatt a foglalkoztatottság fluktuációja jelentős. A folytonos foglalkoztatottság a magasán képzett szakemberekre jellemző, míg a szakképzetlen munkavállalók számára az idényjellegű munkalehetőségek elérhetők a főszezonban. Bár a munkaerő rugalmassága jelentős megtakarítást eredményez a munkaadók számára, a folyamatos fluktuáció egyúttal kiszámíthatatlanná is teszi a munkaerőpiacot és a szolgáltatás minőségét, megnövelve így az évente felmerülő toborzási és betanítási költségeket. A jövedelmek jelentős része származik borraalóból, amelynek transzparenciája tovább javítható. Emellett, a bérezési rendszer nagyobb mértékben támaszkodik a fix havibér helyett a jutalékokra, illetve a forgalomhoz kötött, kombinált bérezési formákra. A szektorra jellemző szürkegazdaság folytán jelentős a nem hivatalosan alkalmazott dolgozók aránya, illetve, hogy a bérezés mozgó része (jutalék, borraaló) nem kerül bevallásra.

2.5.3.3. A TURIZMUS KÉPZÉSEK FEJLESZTÉSÉNEK LEHETSÉGES IRÁNYAI

Mind a szakképzés, mind pedig a felsőfokú képzések kapcsán megállapítható, hogy a képzési struktúra, az oktatott diszciplínák, illetve az ezekhez kapcsolódó finanszírozási kondíciók nagyobb részben kívül esnek a lokális döntéshozói kompetenciákon. A munkapiaci kereslet- és összkínálat dinamikus egyensúlyának biztosítása tehát elsősorban kormányzati feladat, de fontos a lokális szereplők: elsősorban a Szakképzési Centrum, a PTE, a Kamara és más ágazati szereplők együttműködése is.

A **Turizmus 2.0** stratégia empirikus felmérésekre támaszkodva az alábbi beavatkozási pontokat azonosítja¹⁷:

1. Egy átfogó, a teljes ágazatot lefedő Stratégiai Erőforrás Tervezés megvalósítása, amely figyelembe veszi a munkaerő mennyiségével és minőségével kapcsolatos jelenlegi és jövőbeli szükségleteket. Az elemzés eredménye megmutatja a turizmusban a következő 10 éven belül várható munkaerőigényt, és ennek munkaköri lebontását. Ez alapján megvalósítható a szak- és felsőoktatási képzések hosszútávú munkaerőpiaci trendekhez igazodó strukturális átalakítása, hogy ennek alapján az oktatási rendszer a jövő szükségleteit kielégítő tudással és képességekkel ruházza fel a tanulókat.
2. A gyakorlati képzés fejlesztése indokolt a turizmushoz kapcsolódó szak- és felsőoktatásban. A gyakorlat-orientált tananyag, a szakmai gyakorlatok, valamint a duális képzés hangsúlyának növelése indokolt
3. A felsőoktatás színvonalának emelése érdekében az MTÜ a duális képzéseken túl a turisztikai felsőoktatás színvonalának javításában aktívabb szerepet vállal. Az MTÜ hozzáadott értéke egyrészt az ágazati és gazdasági szemlélet bevezetése a felsőoktatási intézmény működésébe, valamint a turisztikai szakmával együttműködve a modern tananyagok fejlesztése is.
4. A turizmusban dolgozók továbbképzési lehetőségeinek szélesítésével és minőségi képzések nyújtásával a munkaerő folyamatos fejlesztése biztosítható.
5. A turisztikai karrier vonzerejének növelése szintén elengedhetetlen lépés a munkaerőpiac stabilizálásához.

A **turizmus lokális szereplőinek**, köztük is elsősorban a Kamarának, a Gasztronómiai és a Turisztikai Klasztereknek, a PTE-nek és a Szakképzési Centrumnak a középfokú és a felsőfokú képzésben résztvevők gyakorlati kompetenciái fejlesztése, megerősítése céljából, az építőipari képzőközpont¹⁸ mintájára turisztikai-vendéglátóipari képzőközpont létrehozásának a lehetőségét kellene megvizsgálniuk.

A turisztikai karriermázs megerősítését már általános iskolában javasolt elkezdni ahhoz, hogy többen döntsenek a turisztikai karrierút mellett. A kormányzati és a lokális turisztikai szereplők ehhez többek között oktatási- és marketingkampányok megvalósításával, valamint szakmai versenyek szervezésével tudnak hozzájárulni.

A szakképzési oktatásba felvételizők esetén az elsődleges prioritás a turisztikai szakmák népszerűsítése. Fontos a szakképzési irány választása előtt álló diákok számára bemutatni, hogy mitől vonzó a turisztikai karrier.

Hasonlóképp lényeges a gimnáziumban, illetve szakközépiskolában tanuló fiatalok számára a következő képzési szint felé terelés: a turisztikai felsőoktatási képzések népszerűsítése, turisztikai szakmák attraktivitásának bemutatása.

A szakképzési és egyetemi évek alatt a pályaelhagyás minimalizálása a cél. A turisztikai karrierúton való maradás támogatásánál fontos a személyre szabott kommunikáció és mentoring programok kialakítása.

2.5.3.4. LEHETSÉGES MEGOLDÁSOK, A ROBOTIKA ALKALMAZÁSI LEHETŐSÉGEI A TURIZMUSBAN

Robotok alkalmazási lehetősége egyre több területen merül fel, így a turizmus szektor számára is izgalmas kérdéssé vált. Emellett több érv is szól: a munkaerővel kapcsolatos problémák kérdésköre, az állandó minőség biztosítása, a költséghatékonyság, az új generációk megváltozott igényei, és a rugalmasság válaszadási képesség a változó kihívásokra.

¹⁷ Turizmus 2.0, 129-136.o. (MTÜ, 2021)

¹⁸ <https://magyarepitok.hu/szakkepzes/2021/10/fokuszban-a-szakkepzes-epitoipari-kepzoekozpontot-alakitanak-ki-pecsen>

¹⁶ Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2.0, 53.o. (MTÜ 2021)

Vendéglátás és szállásadás területen nemzetközi szinten is már több kipróbált technológia és gyakorlati tapasztalat is rendelkezésre áll. Hazánkban ezek alkalmazása még kevés helyen történik, azonban egyre nagyobb az igény is a szolgáltatók részéről. A technológiák megismerése által várható alkalmazásuk elterjedése pár éven belül adott területeken (például felszolgáló robotok, főzőrobot). Értelemszerűen méretgazdaságossági kérdések is felmerülnek a komolyabb beruházási igény kapcsán, ugyanakkor mostani becslések alapján egy felszolgáló robot 2-3 év alatt ki tudja termelni a beruházási költséget.

A COVID-19 által okozott nehézségekre kapcsán is több területen segítséget jelentenek a robotok. A Pekingi téli olimpiai játékok alkalmával például kávéfőző robotokat is bevetettek. Alkalmazásukkal a higiéniai előírások is könnyebben betarthatóak, mely a Pandémia alatt kritikus kérdéssé vált.

Nemzetközi szinten már elterjedtebb technológiaként ismert Moley, a főzőrobot, mely 5000 receptet képes elkészíteni¹⁹, felszolgáló robotokból²⁰ is egyre jelentősebb a kínálat.

Vannak már komplex megoldások is, ilyen például az IceAlice Robotic Cafe²¹, ahol teljesen automatizált rendszer szinten működik egy kávézó egyszerű kínálattal.

Hazai tapasztalatok is rendelkezésre állnak, és már gyártásban is rendelkezünk kapacitásokkal. Érdekességgént említhető, hogy egy hazai kávézó²² üzemeltetési tapasztalatai alapján kidolgozott egy komplex rendszert, melynek révén a robotok a vendéglátás magasabb szintjét biztosítják, a vendégélmény növelése mellett a személyzet terhelését és a költségeket is csökkentik. Olyan kommunikációs rendszert építettek fel, melynek alapja a robot egyszerű taníthatósága. Segítségével a robot néhány hónap alatt a munkája során elhangzó kérdések 80-90 százaléka-ra képes választ adni.²³

19 <https://moley.com/>

20 https://robots4sushi.com/delivery-robot/?gclid=Cj0KCQjwy5maBhDdARIsAMxrkw1nXBtDD7POwiaQBVQG7i93JI32KEv-oZDxBZ7qHH5d1WNUNtQ7WB7laAsQWEALw_wcB
https://www.keenonrobot.com/EN/index/Page/index/catid/7.html?gclid=Cj0KCQjwy5maBhDdARIsAMxrkw2aWgmrYNRO-YEVgnX-TYAdPejn-2E8uDRVY9P2rF4CT6n45XPTkgv8aAoP0EALw_wcB

21 <https://vendinglab.tech/icealice/>

22 Enjoy Robotics Zrt.

23 https://turizmusonline.hu/belfold/cikk/robotok_a_vendeqlatasban

3

A FEJLESZTÉSI PROGRAM CÉLRENDSZERE

3.1. VÍZIÓ

A Baranya megye turizmusfejlesztési stratégiája célrendszerének tervezési hátterét országos és regionális turizmusfejlesztési és területfejlesztési tervezési anyagok is meghatározták. E tekintetben a legfontosabb elméleti-tervezési alapot a *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0* az állami turizmusirányítás célrendszerét és eszközrendszerét 2030-ig meghatározó alapidokumentum – adja, hiszen jelen tervezési program az NTS2030 legfontosabb tartalmi elemeit kiemelten figyelembe veszi, illetve a tanulmányban jellemzett *nemzetközi és hazai turisztikai keresleti és kínálati trendek* jelentette kihívásokra is érdemben reagál.

Fentiek mellett Baranya megye turizmusfejlesztési stratégiája a *Magyar Turisztikai Ügynökség desztinációs szemléleten alapuló termék- és attrakciófejlesztésre, továbbá a turisztikai alapinfrastruktúra-fejlesztésre* irányuló iránymutatásainak figyelembevételére is jelentős hangsúlyt helyez.

Szintén fontos, és a jelen fejlesztési program elkészítésének megalapozó dokumentumaként határozható meg a „*Dél-Dunántúli Gazdaságfejlesztési Zóna, A Dél-Dunántúl társadalmi-gazdasági növekedésének térségek közötti együttműködésen alapuló programja*”, illetve a „*Dél-Dunántúli Gazdaságfejlesztési Zóna – A Dél-Dunántúl társadalmi-gazdasági növekedésének térségek közötti együttműködésen alapuló programja*” c. tervezési anyag, illetve Baranya 2030-ig tervezett területfejlesztési koncepciója (*Baranya Megyei Területfejlesztési Koncepció 2030*).

VÍZIÓ: Baranya megye turizmusának a Kincses Baranya koncepció mentén annak sokszínűségén, hagyományain és belső értékein alapuló felelős, fenntartható, versenyképes és okos turizmusfejlesztése.

Összhangban és kiegészítve az NTS2030 – Turizmus 2.0 országos turizmusra vonatkozó vízióját, vízióink szerint Baranya megye turizmusa **2030-ig:**

- a fenntartható regionális gazdasági fejlődés húzóágazatává válik,
- a megye turizmusa minőségi és folyamatosan megújuló élménykínálatot nyújt a diverzifikált hazai és nemzetközi turisztikai piacon,
- mindezt az elérhetőség nagyfokú javulásával és széles körű hozzáféréssel éri el, melyek során folyamatosan innovatív megoldások kivitelezésére lesz képes,
- a megye eddigi két erős desztinációja – Pécs és környéke (Mecsek) és Villány-Siklós-Harkány – tovább erősödik, illetve megerősödik a megye többi turisztikai magterületeinek, desztinációinak jelentős része,
- a turizmus vonzó karrierré válik, és ezáltal népességmegtartó erővel bír, főleg a helyi közösségek számára és a turizmus jelentős mértékben járul hozzá helyi közösségeink és értékeink védelméhez, továbbá, az európai értékek erősítése mellett, a hazaszeretet és a nemzeti identitás táplálásához.

Távlati vízióink szerint **2050-re**, a 2030-ig meghatározott célok megtartásával és további erősödésével, **a megye turizmusa az európai uniós és a hazai fejlesztési forrásoktól függetlenül boldogul, a térség turizmusának fejlődése a belső erőforrások felhasználása mellett piaci alapon megy végbe.**

3.2. STRATÉGIAI CÉLOK

A stratégia átfogó célja

Jelen turizmusfejlesztési stratégiában felvázolt turisztikai fejlesztési elképzelések eredményeképp érdemi változásra lehet számítani egyrészt Baranya turizmusának innovatív fejlesztése és ezáltal a hazai és nemzetközi értékesíthetősége kapcsán, másrészt mind mennyiségi, mind minőségi fejlődés érhető el a belföldi és a külföldi látogatók, turisták számának és fajlagos költségeinek növelése tekintetében.

Specifikus célok:

- A stratégia fő célja a **megyébe turisztikai céllal érkezők számának növelése** mellett a **magasabb jövedelemmel és magas fajlagos költséssel rendelkező vendégek elérése**. A diverzifikálódó és innovatív turisztikai kínálat és a minőségi szolgáltatások kialakításával tehát minőségi, a már ismert célcsoportok mellett új turisztikai szegmensek megszlítésát kell/lehet elérni.
- A turisztikai fejlesztési stratégiában vázolt, alapvetően **desztináció alapú és komplex módon végrehajtott turisztikai fejlesztések** kivitelezésével a régió turisztikai kínálat megerősödik és komplex, innovatív turisztikai élmények nyújtására lesz alkalmas.
- A fejlesztések területi fókuszja kapcsán a fő cél a **Pécs-Villány kiemelt turisztikai térség** további fejlesztése, továbbá a **megye többi desztinációjának fejlesztése és erősítése**. A Pécs-Villány kiemelt turisztikai térség kapcsán javaslatot teszünk további települések bevonására is.
- Szintén fontos célként jelenik meg Baranya turizmusfejlesztése kapcsán a **térségi kapcsolódási pontok feltárása, a megye turisztikai attrakcióinak élménylánccá fűzése**.
- A magasabb látogatószám elérése a minőségi turizmus kiépítése és a növekedő fajlagos költségek elérése mellett csakis megfelelő szálláshelystruktúra és fogadóbázis jelenléte mellett valósulhat meg, így Baranya megye turizmusfejlesztési stratégiája nagy hangsúlyt fektet a **magas minőségi kereskedelmi szálláshelyek kiépítésére** azokon a területeken, ahol a látogatószám tervezett növekedése azt indokolja.
- Fentiek mellett további kiemelt célként jelölhető meg, hogy – a 2016. évi CLVI. törvénnyel összhangban, amely a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól rendelkezik – a kiemelt turisztikai térség, a turisztikai magterületek és a még formálódó desztinációk esetében professzionálisan működő **megyei turisztikai menedzsment-szervezet** épüljön ki – akár az MTÜ szervezeti bázisán –, mely szervezet menedzselhetné a vonzerők/ szolgáltatók fejlesztéseinek, piaci megjelenésének koordinációját és segítségét, valamint a szükséges turisztikai termékfejlesztéseket.

3.3. DESZTINÁCIÓ ALAPÚ TERMÉK- ÉS ATTRAKCIÓFEJLESZTÉS, ALAPINFRASTRUKTÚRA-FEJLESZTÉS

A következő desztináció/programjavaslat mátrixot határozzuk meg a stratégia céljainak elérése érdekében. Azokat a konkrét projekt ötleteket mutatjuk be, melyek térségi hatásúak, és a megyének már meglévő adottságaira építve lennének képesek a turizmusból származó jövedelmeket növelni.

5. táblázat: Desztináció/programjavaslat mátrix

PROJEKT JAVASLAT/ DESZTINÁCIÓ, MELYRE HAT, AHO L TÖRTÉNIK A FEJLESZTÉS	PÉCS ÉS KÖRNYÉKE	SIKLÓS-VILLÁNY-HARKÁNY TÉRSÉGE	MECSEK-HEGYSÉG, AZON BELÜ L ORFÚ ÉS KÖRNYÉKE, MECSEK-HEGYHÁT, KELET-MECSEK	SZIGETVÁR ÉS DÉL-ZSELIC	MOHÁCS ÉS A DUNA VONALA	ORMÁNSÁG ÉS A DRÁVAMENTI TÉRSÉG	BIKAL
HÁLÓZATOS ÉS HORIZONTÁLIS PROJEKTEK, FEJLESZTÉSI CÉLOK							
Turisztikai képzések, oktatás, tudásmegosztás	X	X	X	X	X	X	X
BIG Baranya Megyei Turisztikai Marketing Központ	X	X	X	X	X	X	X
Határon átnyúló intézményi együttműködés megvalósítása a szomszédos megyével	X	X	X	X	X	X	X
Közlekedésfejlesztés, Baranya megye elérhetőségének javítása	X	X	X	X	X	X	X
Turisztikai infrastruktúra javítása, a megye szálláshely-kapacitásának minőségi fejlesztése	X	X	X	X	X	X	
Turisztikai szolgáltatások hozzáférhetőségének fejlesztése (ADOBE program)	X	X	X	X	X	X	X
Helyi termékek, alapanyagok közvetlen becsatornázása a turisztikai szolgáltatások piacára	X	X	X	X	X	X	X
BARANYA ÚJ RITMUSBAN AKTÍV TURISZTIKAI FEJLESZTÉSEK							
Baranya megye aktív turisztikai fejlesztése Több attrakciót és desztinációt érintő, több túratípust érintő aktív turisztikai hálózatok fejlesztése megyén belül és megyehatáron túl is	X	X	X	X	X	X	X
Baranyai GEOPark program	X	X	X				

PROJEKT JAVAS- LAT/ DESZTINÁ- CIÓ, MELYRE HAT, AHOL TÖRTÉNIK A FEJLESZTÉS	PÉCS ÉS KÖRNYÉKE	SIKLÓS- VILLÁNY- HARKÁNY TÉRSÉGE	MECSEK-HEGYSÉG, AZON BELÜL ORFÚ ÉS KÖRNYÉKE, MECSEK-HEGYHÁT, KELET-MECSEK	SZIGETVÁR ÉS DÉL-ZSELIC	MOHÁCS ÉS A DUNA VONALA	ORMÁNSÁG ÉS A DRÁVAMENTI TÉRSÉG	BIKAL
TEMATIKUS TURISZTIKAI HÁLÓZATFEJLESZTÉS BARANYÁBAN							
Mesés Mecsek program I. ütem			X				X
Mesés Baranya II. ütem	X	X	X	X	X	X	X
Baranyai Vidéki Örökségi Értékek tematikus útja, sváb értékek	X	X	X				
Baranyai Pincefal- vas tematikus út (Villány és Pécsi borvidék)	X	X					
Kastély és vártu- rizmus Baranya- ban	X	X	X	X			
Baranya megyei fesztivál és prog- ramturizmus	X	X	X	X	X	X	X
MICE turizmus fejlesztése	X	X			X		X
Pécs-Baranya, a „Dél Kapuja” Kulturális alapú komplex gazda- ságfejlesztési program	X	X		X	X		
ÍZES BARANYA Magyarország Első Sörútjának a létrehozása	X		X				
Egészség és Termálturizmus fejlesztése Bara- nyában	X	X	X	X	X	X	X

3.3.1. HÁLÓZATOS ÉS HORIZONTÁLIS PROJEKTEK, FEJLESZTÉSI CÉLOK

3.3.1.1. TURISZTIKAI KÉPZÉSEK, OKTATÁS, TUDÁSMEGOSZTÁS

A 2.5.3 fejezetben részletesebben írtunk a humán erőforrással kapcsolatos kérdésekről és felvetésekről turizmus ágazati szempontból. Itt ismételni tudjuk azt a megfogalmazott javaslatot, mely szerint a turizmus lokális szereplőinek, köztük is elsősorban a Kamarának, a Gasztronómiai és a Turisztikai Klasztereknek, a PTE-nek és a Szakképzési Centrumnak a középfokú és a felsőfokú képzésben résztvevők gyakorlati kompetenciái fejlesztése, megerősítése céljából, az építőipari képzőközpont²⁴ mintájára turisztikai-vendéglátóipari képzőközpont létrehozásának a lehetőségét kellene megvizsgálniuk.

A helyi szereplők a turisztikai karrierimázs megerősítésén is sokat tudnak tenni, ehhez fontos lenne a szolgáltatók esetében életút programok kidolgozása, mely a fizetések, juttatások mellett sokat tud tenni a karrierelhagyás csökkentése és az elvándorlás csökkentése terén is.

A kormányzati és a lokális turisztikai szereplők ehhez többek között oktatási- és marketingkampányok megvalósításával, valamint szakmai versenyek szervezésével tudnak hozzájárulni.

E területen a fejlődéshez elengedhetetlen a szolgáltatók és a képzési szintek szereplői közötti szorosabb együttműködés, koordináció.

3.3.1.2. BARANYA MEGYEI TURISZTIKA MARKETING KÖZPONT KIALAKÍTÁSA ÉS FŐBB CÉLOK, MŰKÖDÉS

A helyzetelemzés részletesen elemezte és rávilágított arra a helyzetre, mely szerint kijelenthető, hogy Baranya megye értékeihez és adottságaihoz mérten alulértékelt a turisztikai piacon.

A megyében csak pár működő TDM szervezet maradt, kisebb HACSL-Leader szervezetek. A TDM szervezetekre vonatkozó utolsó pályázati támogatási forma megszűnésével a megyei TDM nem alakult meg.

A workshopok, felmérések és mélyinterjúk során jól azonosítható hiányosságot lehetett meghatározni, ez pedig a megyei szinten koordinált marketingkommunikációs „ernyő”, egy Baranya Megyei Turisztikai Marketing Központ hiánya. **The Baranya Informational Guide for Tourists - BIG**

A BIG feladatai, javasolt hatásköre

- Indulási erőközpont és koordináció. Fontos teljes Baranya megye lefedése, az ott működő turisztikai szolgáltatók bevonása, és a transzparens működés biztosítása.
- Vállalkozói modell: irányítani, működtetni és megyei szinten koordinálni. Szigorúan szakmai szempontok alapján létrehozott belső stáb működését segítő témacsoportok létrehozása, melyben szerepet kapnak a legfontosabb szervezetek
 - Kulturális turizmus, gasztro- és borturizmus témacsoport (BMÖ, MTÜ, PBKIK, piaci szereplők)
 - Egészségturizmus, ökoturizmus, aktív turizmus témacsoport (BMÖ, MTÜ, ÁÖFK, PBKIK, piaci szereplők)
 - MICE témacsoport (PTE, BMÖ, MTÜ, PBKIK, piaci szereplők)
- Térségi turisztikai termékcsomagok kialakítása
- Integrált digitális desztináció-menedzsment (hosszú távon akár átalánydíjas foglalási platform)
- Desztináció/attrakció mátrix kialakítása, gondozása és működtetése
- Nemzetközi és hazai kapcsolati háló kialakítása és működtetése
- Tematikus kampányok, egységes marketingkommunikáció
- Online desztinációs platform működtetése
- minimum kritériumok

24 <https://magyarepitok.hu/szakkepzes/2021/10/fokuszb-an-a-szakkepzes-epitoipari-kepzekozpontot-alakitanak-ki-pecsen>

- j. marketing csomag és garantált szolgáltatások kínálata
- k. használati díj mentén biztosított fenntarthatóság
- l. A tartalmat és a frissülő (real time) információkat az attrakciókat birtokló piaci szereplők biztosítják!
- m. Belső együttműködések erősítése: együttműködési kapcsolatok erősítése a megyei szereplők között, beleértve a potenciális beszállítókat is. Szakmai konferenciák szervezése a résztvevőknek (új szereplők bemutatkozása, jelentősebb fejlesztések bejelentése, bemutatása, jogszabályi változások, képzésben történő fejlődés, stb.). Aktuális problémák, kihívások megoldásának segítése (például fenntarthatóság, energetika-rezsi kérdéskör).
- n. Tájékoztató, oktatóanyagok, tudásmegosztás a szerződött partnerek számára.

Cél, hogy olyan szervezeti működési rend alakuljon ki, ahol a csatlakozó partner szervezetek (pl. turisztikai szolgáltatók) és a BIG között bizalmon és üzleti egymásra utaltságon alapuló, kölcsönös érdekeltségen nyugvó desztinációmenedzsment szervezet jöjjön létre, mely transzparensen működik az állami, önkormányzati szereplők és a vállalatok, s az egyéb szervezetek érdekeit is szem előtt tartva. A működés célja Baranya megye desztinációinak felértékelése az ország turisztikai kínálatában.

3.3.1.3. HATÁRON ÁTNYÚLÓ INTÉZMÉNYI EGYÜTTMŰKÖDÉS MEGVALÓSÍTÁSA A SZOMSZÉDOS MEGYÉVEL

Baranya megye földrajzi elhelyezkedéséből adódóan adja magát a határon átnyúló együttműködés megvalósítása turizmus területen. Visszatekintve a korábbi évekre volt olyan időszak a megye turizmusában (a 2000-ig tartó Délszláv háborút megelőzően), amikor jelentős számú vendég érkezett hozzánk a határ túloldaláról. Jelenleg jelentős turisztikai forgalom a déli vidékről nem érkezik a megyébe (Pécs, Villány, Siklós, Harkány települések kereskedelmi szálláshelyeire érkező külföldi vendégek 5,45%-a érkezett Horvátországból és Szerbiából 2019-ben). Az Interreg Europe programok aktivitása is mutatja, hogy **tematikus, térségi programok kialakítása az érintett megyék számára egyaránt sikert tudna hozni.**

A határon átnyúló fejlesztési programok megvalósításának már van tapasztalata a megyében. Az úgynevezett tükörprogramok korábbi hiányosságainak, esetleges hibáinak kiküszöbölésével sikeres és fenntartható fejlesztéseket szükséges megvalósítani, melyek a projektek zárását követően is életképesek és finanszírozhatóak saját bevételeikből.

A megyei intézmények közötti együttműködés most is aktív, erre építve, szakmai szintű szervezetek közötti szorosabb kommunikációval a 3.4.1.2 fejezetben szereplő BIG aktivitása által erősíthető a nemzetközi jelenléte a megyének közös programok, közös marketing tevékenység megvalósítása által.

3.3.1.4. KÖZLEKEDÉSFEJLESZTÉS ÉS ELÉRHETŐSÉGHEZ KAPCSOLÓDÓ MEGOLDÁSOK

Baranya megye elérhetőségének javítása elengedhetetlen a turizmus szempontjából is. Mind a külföldi, mind a belföldi vendégforgalom növelése érdekében szükséges a tanulmány 2.5 fejezetében felvázolt közutat, légiközlekedést, tömegközlekedést és kerékpáros közlekedést érintő fejlesztések megvalósítása.

Az infrastruktúra fejlesztéseken túl kiemelnénk pár olyan – nem „beton” jellegű fejlesztési célt, melyek az attrakciók elérhetőségének, hozzáférhetőségének javítása által tudna javítani a helyi turizmus teljesítményén. Ezek főként megyén belül a releváns információk koordinált kezelése és eljuttatását jelenti az adott kérdéskörre befolyással rendelkező szereplőkhöz, szolgáltatókhoz:

- Attrakciók elérhetőségének javítása a tömegközlekedés „finomhangolása” révén – például időszakos járat sűrítések megvalósítása, újak indítása igények alátámasztása esetén.

- Már létrejött fejlesztések kommunikációs támogatása – MAKETUSZ applikáció, kerékpáros barát szolgáltatói hálózat népszerűsítése, kerékpározható úthálózatok népszerűsítése, MÁV kapcsolódó szolgáltatásai, melyek Baranya megyében is elérhetőek.
- Megvalósult programok kommunikációs támogatása – például Európa Amasonasa projekt, úthálózat fejlesztések.

Fontosnak tartjuk kiemelni, hogy ezen a területen nem feltétlenül kell megyén belül új dolgokat kitalálni, azzal is jelentős eredményt lehet elérni, ha más szervezetek által megvalósított, Baranyára is ható, itt is működő esetleg országos projekteket teszünk helyi szinten népszerűbbé, mert a térséget tekintve hatásai és eredményei itt fognak megjelenni nálunk.

3.3.1.5. TURISZTIKAI INFRASTRUKTÚRA JAVÍTÁSA, A MEGYE SZÁLLÁSHELY-KAPACITÁSÁNAK MINŐSÉGI FEJLESZTÉSE BARANYA MEGYÉBEN

A helyzetfeltárás fejezetben szereplő statisztikai információkon túl a munka során történt beszélgetések, interjúk, szállásadók workshopja sok egyedi, Baranya megyei kényes kérdésre rávilágított. Általánosságban szálláshely túlkínálatról beszélhetünk a megyében, ugyanakkor az is látszik, hogy gazdaságosan és hosszú távú pénzügyi stabilitással és jövőképpel rendelkező szálláshely kevés van. A szolgáltatások jelentős része alulárázott, így a szektor sok szereplőjének esélye sincs fejlődésre, illetve a most erősödő válság túlélésére sem.

A fentiek okán az alábbi fejlesztés célterületeket határozzuk meg a megyében, melyek megvalósítása hozzájárul a 3.2 fejezetben megfogalmazott stratégiai célok eléréséhez.

Magas minőséget – min. 4*-os szintet elérő – szálláshelyek²⁵ fejlesztési igényét minimálisan az alábbi célterületeken javasoljuk:

- a. Pécs – MICE turizmushoz kapcsolódó, nagy kapacitású konferencia hotel fejlesztése;
- b. Mohács – átadott Selyemgyárra és a kikötőfejlesztésre építve tovább lehetne bővíteni a város hotel kapacitását;
- c. Harkány (NTS2 által is azonosított, közvetlenül a Harkányi Gyógyfürdőhöz köthető magas minőségű szálláshely hiányának a pótlása);
- d. Villány és Siklós:
 - 5*-os gasztronómiai profilt erősítő szálláshely fejlesztési igénye;
 - Siklós –magas minőségű szálláshely kapacitás bővítése, mely a várban tervezett konferencia-rendezvény terem működtetését is támogatná;
- e. Dráva mentén és a Mecseki térségben 3+ kategóriájú, az aktív turizmus kiszolgáló (öko, fenntartható) szálláshelyek és a falusi vendéglátás koordinált fejlesztése.

3.3.1.6. ADOBE ELNEVEZÉSŰ (ACCESSIBLE TOURISM DESTINATIONS AND SERVICES IN BORDER AREA) PROGRAM FOLYTATÁSA ÉS BEEMELÉSE A MEGYE MÁRKAÉPÍTÉSÉBE

Interreg program keretében mintaprojekt valósult meg a Baranya Megyei Önkormányzat gondozásában, mely a határmenti térségben a turisztikai szolgáltatások hozzáférhetőségén kívánt javítani. A horizontális célok keretében mindenképpen javasolt e program folytatása több területen is. A program a következőket valósította meg eddig. A Baranya Megyei Önkormányzat, az INTERREG VA Magyarország-Horvátország határon Átnyúló Együttműködési Program keretében, az Osječko-Baranjska Županija (Eszék-Baranya Megye Önkormányzata, Horvátország), mint vezető kedvezményezett partnereként részt vett az ADOBE elnevezésű (Accessible Tourism Destinations and Services in Border Area), HUHR/1901/3.1.1/0102 azonosító számú projekt megvalósításában.

25 A Magyar Turisztikai Minőség Tanúsító Testület által megfogalmazott kritériumrendszer alapján.

A projekt célja a valamilyen képességcsökkenéssel (különböző típusú és szintű fogyatékoság vagy betegség/öregség stb.) élő személy számára elősegíteni Baranya, mint turisztikai régió megismerését, valamint az attrakciók és szolgáltatások hozzáférhetőségét közös információ-szolgáltatáson, szolgáltatásfejlesztésen és kompetenciafejlesztésen keresztül. A Baranya Megyei Önkormányzat részéről ez az első lépés a fizikai és egyéb akadálymentesítést jelentő elérhető turizmus fejlesztése területén.

A projekt keretében kidolgozásra került egy felmérési, értékelési és egy ún. „védjegy” rendszer, amely alapján a különböző szolgáltatások a csökkent képességgel élő személyek számára egyszerűen értékelhetők, megjeleníthetők, az attrakciók, szolgáltatások erősségei és fejlesztési szükségletei is meghatározhatók, valamint olyan hálózat alakítható ki, melyben a különféle attrakciók elérhetősége megismerhető bárki számára. A szolgáltatás-fejlesztés alapját képező koncepció kialakítását követően készült el egy gyakorlati kézikönyv, valamint része volt a projektnek a szolgáltatóknak, idegenvezetőknek, és létesítmény gazdáknak szóló kompetenciafejlesztés. Ez a kompetencia fejlesztés egy online képzés keretében, minden korlátozás nélkül érhető el minden érdeklődő számára.

A projekt hozzájárul Baranya és Baranja megyék közös turisztikai népszerűsítéséhez, a projekt által megcélzott speciális célcsoport igényeinek jobb kielégítéséhez és a látogatószám növeléséhez, valamint a csökkent képességgel élő személyek számára nyújtott helyi szolgáltatások iránti kereslet növekedéséhez.

A projekt keretében együttműködési megállapodás került aláírásra a két megye között, melynek célja a turisztika ilyen jellegű területén való további együttműködés megalapozása, akár projektek, akár egyéb források igénybevétele. Továbbá, az együttműködés az alapja annak a törekvésnek, miszerint a megyék a jövőben is támogatják az elérhető turizmust.

További fejlesztési lehetőségek:

- skálázható, többszintű rendszert kell kialakítani – szolgáltatások rendszerezése
- szolgáltatók belépési lehetőségeinek bővítése, fejlesztése
- védjegy (label) továbbfejlesztése, és széleskörű láthatóvá tétele
- adatbázis folyamatos bővítése és megyei honlapon és más felületeken történő megjelenítés.

3.3.1.7. HELYI TERMÉKEK, ALAPANYAGOK BEKÖTÉSE A TURISZTIKAI SZOLGÁLTATÁSOK PIACÁRA

Baranya megye gasztronómiai kínálata az elmúlt években jelentősen fejlődött. Ezen a területen különösen nagy értéke van a helyben elérhető sokszínű, jó minőségű helyi termelői alapanyagoknak. A helyzetfeltárás során alapvetően szembetűnő volt az üzleti hálózat hiánya ezen a területen. Az elmúlt években több program kapcsán is felmérték a helyi termelőket, azonban nem történt meg a kapcsolatok gondozása, és a felvevő piaccal – helyi éttermekkel és más turisztikai szolgáltatókkal – történő összeköttetés, tehát a klasszikus „piacosítás”. Ezen a területen alapvetően az alulról induló kezdeményezések tudnak célt elérni, jó példaként említhető a már évek óta működő és fejlődő Pécsi Kosár Közösség, mely újabb Baranya megyei városokban is megjelent 2022-ben. Ugyanakkor e területen a fejlődés és áttörés hosszú évek során érhető el.

Főbb hiányosságok és fejlesztési területek e téren:

- folyamatosan gondozott és naprakész kataszter a helyi termékek előállításáról,
- élő kapcsolatok létrehozása az ellátási lánc szereplői között,
- logisztikai hálózat és megfelelő tárolókapacitások megjelenése a megyében,
- tudásátadás, új belépők segítése, ismeretek bővítése egymás között, hiszen ennek hiányában a benne dolgozók megrekednek és sérülékenyek a piac negatív tendenciára.

Fontos, hogy a helyi termékek, alapanyagok előállítói érzékenyebbek. Ezen szereplők rezilienciájának erősítése nélkül a felhasználók – éttermek és más szolgáltatók is kiszolgáltatottabbak a gazdasági visszaesésekre.

3.3.2. TEMATIKUS TURISZTIKAI HÁLÓZATFEJLESZTÉS BARANYÁBAN

A turizmus lehetséges fejlesztési területein belül a hangsúlyok folyamatosan változnak, igazodva a kereslet elvárásaihoz, és a turizmus aktuális trendjeihez. A tematikus turizmus – melynek keretében jöttek létre a kulturális útvonalak is – manapság új desztinációk és útvonalak megjelenését jelenti, elsősorban kulturális alapokra épülve, és a helyi erőforrásokat hasznosítva.

3.3.2.1. BARANYA ÚJ RITMUSBAN, A MEGYE AKTÍV TURISZTIKAI FEJLESZTÉSE

Baranya megye aktív turisztikai potenciálja az országban egyedülállónak mondható. A megye területén ugyanis egyszerre találhatók folyók (Duna, Dráva), dombságok (Zselic), hegység (Mecsek), tavak és síkvidéki területek, melyek együttese egy komplex, értékgazdag turisztikai térség kereteit biztosítja. A kedvező adottságoknak köszönhetően a megye több öko- és aktív turisztikai attrakcióval rendelkezik (pl. Mecsextrém Park, Orfű, Magyarhertelend, Duna-Dráva Nemzeti Park), ugyanakkor a turisztikai potenciálok további kiaknázása, a megkezdett fejlesztési irányok folytatása Baranya aktív turisztikai pozíciójában léptékváltást eredményezhet. Mindez elsősorban a fiatalabb generációk, legfőképpen a kisgyermekes családok, mint elsődleges célcsoportok számára teheti vonzóbbá a megyét, mely a szabadidős turisztikai kereslet jelentős felívelését generálhatja.

A turizmus nem áll meg a megye határán, a turista számára az élmények szerzése áll a központi helyen, melyben nem az tölti be a legfontosabb szerepet, hogy melyik megyében van éppen. A szomszédos megyék közötti együttműködés aktív turisztikai területen még indokoltabb. Nem megyei, hanem térségi kínálatban kell gondolkodni, a desztinációkat is ez alapján szükséges lehatárolni.

Jelen stratégia lezárása időszakában zajlik a Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia társadalmi véleményezése. E stratégia Baranya vonatkozásában két aktív turisztikai fejlesztési térséget emel ki, a Mecseket és Zselicet, továbbá 1-2 napos turisztikai kínálattal rendelkező térségként emeli ki a Villányi-hegységet.

Megyei szintről nézve mi az alábbi főbb térségeket emeljük ki, melyek aktív turisztikai szempontból értékes desztinációkat jelenítenek meg:

1. Zselic
2. Dráva-mente
3. Mecsek
4. Siklós-Villány térsége
5. Dél-Duna-mente

A térségi aktív turisztikai hálózat kibontakoztatása érdekében, többek között az alábbi fejlesztési aspektusok előtérbe helyezése indokolt:

- Az aktív turisztikai desztinációkhoz kapcsolódó útvonalhálózat és kapcsolódó infrastruktúra fejlesztése (pl. megállóhelyek, pihenőhelyek, be- és kilépési pontok építése, felújítása).
- Egy adott térséget érintő, akár több túratípust összefogó infrastrukturális fejlesztések;
- Országos jelentőségű, egyedi aktív turisztikai desztinációfejlesztés, hálózati kapcsolatok kialakításával.
- Több attrakciót és desztinációt érintő aktív turisztikai hálózatok fejlesztése túratípusok kombinálásával (pl. gyalogos, kerékpáros, vízi, sí és lovas túratípusok esetében).
- Aktív- és ökoturisztikai projektek, programok palettájának bővítése, fejlesztése a megye sajátosságaira építve.

- Természeti értékek bemutatására alkalmas helyszínek (pl.: natúrparkok és egyéb természeti területek) ökoturisztikai fejlesztése.
- A Mecsek térségében erdei kisvasutak szolgáltatásfejlesztése.
- Turisztikai hasznosításához szükséges fogadási feltételek kialakítása és fejlesztése a fontosabb desztinációk esetében: (pl. látogatóközpont, többfunkciós bemutatótér kialakítása, fejlesztése, kapcsolódó épületállomány turisztikai, kulturális célú fenntartható fejlesztése).
- Közös, megyei szintű aktív turisztikai marketing megvalósítása a térségi szemléletet fókuszba helyezve (megyén átnyúló együttműködések létrehozása által).

Az aktív turisztikai fejlesztéseken belül is kiemelten fontos a megye kerékpáros útjainak fejlesztése, a hálózatosodás fejlesztése. Főbb fejlesztési célterületek az alábbiak:

- a már elkészült kerékpárút szakaszok összekötésének biztosítása, hálózatosodás.
- Megyén kívüli kerékpárút szakaszok megyén belüli elérhetőségének javítása.
- Vizualizációs elemek fejlesztése, kitáblázások, útba igazítások.
- Kerékpárosok fogadóképességének fejlesztése (megállóhelyek, pihenőhelyek, szervíz-pontok, kerékpáros barát szálláshelyek és vendéglátóhelyek körének bővítése). A MAKE-TUSZ által kidolgozott kerékpáros barát szálláshely minősítést a szolgáltatók számára is ismertté kell tenni.
- Az Európa Amasonasa projektben rejlő érték jobb kihasználása, mely elsősorban nem a magyar résztvevőkön múlik, rajtuk is, de főleg a szlovén-osztrák partnereken, akik a foglalási rendszert működtetik és a marketingért felelősek. Folyamatos konzultáció zajlik. A nemzetközi láthatóság okán szakmailag indokolt volna, ha az MTÜ-n keresztül is lehetne ezt az útvonalat népszerűsíteni a nemzetközi vásárokon, hiszen a deklarált célcsoport elsősorban a DACH market.
- Idősebb korosztályt jobban meg lehetne célozni Baranya megyében szélesebb körben elérhető E-bike rendszerrel.

3.3.2.2. BARANYAI GEOPARK

Baranya megye földtörténeti öröksége rendkívül sokszínű és gazdag. A Villányi-hegység leghíresebb ősmaradvány-együttesét a villányi Templom-hegyen feltárt középső-jura ammoniteszes pad rejtje. A néhány deciméter vastag rétegben tömegesen található ammonitesz-maradványok, melyek közül a középső-jura végi (kallovi) *Reineckeia*-nemzetség, és az *Oxycerites*-félék a leggyakoribbak, de található itt kagylók, pörgekarúak és belemniteszek is. A *villányi ammonitesz-együttes*, melyről századunk elején ifj. Lóczy Lajos közölt monografikus leírást, az egyik leggazdagabb Európában.

A Mecsek jura kőzetei és fossziliái az egykori tenger fokozatos térhódítását tükrözik. A rétegsorosozlop legidősebb tagja a Pécs és Komló környékén bányászott feketekőszén-telepeket tartalmazó, tengeri delta-környezetben lerakódott sorozat. A szénrétegek közti meddőkőzetek főként kagylókból álló, kevésbé változatos, ám általában nagyon nagy egyedszámú ősmaradvány-együtteseket tartalmaznak. A kőszéntelepeket tengeri eredetű, gazdag ősmaradvány-társaságot rejtő homokkő- és márga-rétegek fedik.

A sötét színű, ősmaradványokban meglehetősen szegény márga-rétegekből leginkább a hegységképző erők hatására deformálódott ammoniteszek gyűjthetők. Sokkal gazdagabb a foltos márgára települő, a középső-jura magasabb szintjét (bath emelet) képviselő vörös márga fosszília-együttese. Az utóbbi évtized folyamán végzett gyűjtések során több tucat ammonitesz-kagyló-, pörgekarú-, belemnitesz- és szivacs-faj sok száz példánya került elő.

A nagyobb kalciumkarbonát-tartalmú bezáró kőzetnek köszönhetően a bath fossziliák legtöbbje csak kevésbé, vagy egyáltalán nem deformálódott.

A mecseki felső-jurát képviselő világos, olykor tűzköves mészkő-rétegekből csak viszonylag ritka ammonitesz-leleteket, és néhány *Pygope*-féle pörgekarú-példányt ismerünk.

Több, a földtörténeti korokat feltárásokon keresztül is bemutató geológiai tanösvénye van Baranyában a Duna–Dráva Nemzeti Park Igazgatóságának a fejlesztései révén. Mintegy 3 kilométer hosszú a márévári, jura és krétakori kőzeteket mutat be, természetesen tájékoztató táblákkal. Közel 6 kilométeres a jakab-hegyi tanösvény, különleges kőzetformációkat érintve, a Babás-szerköveket, a Zsongorkőt. Ezek a kőzetek 220-240 millió évesek. Tanösvény van a villányi Templomhegyen is, ahol fajokban egyedülállóan gazdag ammonitesz-lelőhelyet fedeztek fel és írtak le (jurakor), de sok ősgérinces maradványát is megtalálták a pleisztocénből. Az Orfű- Tekeresen talált ősdelfin mintegy két méter hosszú lehetett, s akkora szenzáció volt, hogy egy nagydoktori értekezés témájául is választották, az Élet és Tudomány pedig terjedelmes cikkben ismertette. A 35-40 millió évvel ezelőtt élt állat maradványa a Nemzeti Múzeumban van. 1966-ban a pécs-vasasi szénbánya jurakori kőzetében fedezte fel Wein György egy dinoszaurusz megkövesedett lábnyomait. Kordos László, az Állami Földtani Intézet igazgatója írta le, s nevezte el Komlosaurus Carbonisnak. Az új nemzetség új fajaként meghatározott, közel 200 millió évvel ezelőtt élt hüllő lépésnyoma 40 és 100 centiméter között mozgott, két lábon járt. A hímek és a nőstények méretben különböztek. A Komloszauruszok nagyjából 1,7 méter magasságúak lehettek. Csontjai, feje, farka nem került elő, s nem tudni, növényevő, vagy ragadozó volt. 1980-ban és 1988-ban újabb nyomai is előkerültek. Ezek a geológiai, földtörténeti ritkaságok alapot jelentnek ahhoz, hogy **a térség elnyerhesse az UNESCO Geopark** címet, mely minden bizonnyal nagyon nagy lendületet adna az ökoturizmus fejlődésének.

A projekt javaslat főként Villányi hegységet és a Nyugati-Mecsek területét érintené. Fő új attrakció a Hermann Ottó tó gátjánál Geopark ökoturisztikai központ kialakítása, egy fosszília lelőhely feltárásával. További potenciális elemek Geoműhely és információs ház, illetve a Hermann Ottó nádas és lombkorona tanösvény kiépítése a Geoműhely és a Geopark ökoturisztikai központ között.

Az érintett térségben a turizmus fogadási feltételei magas szinten adóttak, a szükséges infrastruktúra is rendelkezésre áll, így viszonylag kisebb beruházási költséggel lehetne jelentősebb ágazati eredményt elérni.

A projekt legfontosabb várható eredményei:

1. Turisztikai forgalom minőségi és mennyiségi növekedését lehet elérni, az aktív és az ökoturizmus területén.
2. A Geopark cím elnyerését követően mind a belföldi, mind a külföldi kereslet növekedése várható. Ez által jelentősen emelkednek a megye turizmussal kapcsolatos mutatói (vendégszám, vendégéjszaka szám stb.).
3. Az érintett térség meglévő szálláskapacitás jobban kihasználásra kerül, ezáltal javul az ágazat jövedelemtermelő képessége, amely ösztönzően hat a további befektetések tekintetében.

A tervezett fejlesztések a helyi lakosság életminőségének a javulását is eredményezik. Az attrakció fejlesztés maga után vonzza a szolgáltatás fejlesztéseket is (pl. kereskedelmi és egyéb szálláshely fejlesztés) amelyek javítják az életminőséget és új munkahelyek jönnek létre a térségben.

3.3.2.3. MESÉS MECSEK

Baranyai mesék, mondák, óriások stb. megyei, térségi turisztikai fejlesztési programmá formálása, **MESÉS MECSEK** - projekt és programsorozat. Több szakaszos projektelem, mely a **Mesés Mecsek Térségi Turisztikai Társulás** szereplőivel tudna indulni első szakaszban, később pedig megyei szintre tudna bővülni.

Az alap az egyes településekhez köthető mese-, illetve mondavilág.

Nincs még egy ilyen térsége hazánkban, amely ilyen gazdag összegyűjtött mondavilággal rendelkezik (köszönhetően Berze Nagy Jánosnak és Pesti Jánosnak), illetve ennyi mesekönyve van (18-20 db.), melyek az említett mondavilágra épülnek.

A meséből született *fantasy* (film és irodalom) töretlenül hódít mind a gyermekek, mind pedig a felnőttek körében, gondoljunk csak a Gyűrűk Ura, a Trónok harca, vagy a Harry Potter elsőprő sikerére. Ebből kaphattunk némi ízelítőt a Máré-vári sárkány vagy a kihelyezett óriások esetében.

A projekt egyfajta felzárkóztató programként is tud működni azon települések esetében, melyek adottságaik, és esetleges infrastruktúra hiányosságaik okán ipari fejlesztésre nem, vagy korlátozottan alkalmasak. Esetükben a helyi értékekre épülő fenntartható turizmusfejlesztés, attrakció kialakítása megfelelő eszköz lehet a fejlődés eléréséhez. E programban megjelenik a helyi identitás erősítése is, mely segíti a lakosság megtartását, a társadalmi kohézió erősítését.

A turisztikai attrakció a Mesés Mecsek Tematikus Út felépítése az alábbiak szerint

Olyan tematikus út, amelyre a Mecsekben (és a Hegyháton) fellelhető „mesés elemeket” fel lehet fűzni (hasnolón a Mecseki Mézes Körúthoz).

Egyrészt a már meglévő attrakciókat vesszük számba, azokat frissítjük, valamint újakat alakítunk ki.

„Mesés” elemek

- a. mesekönyvek
- b. kincskereső játék
- c. kültéri alkotások (szobor, falfestmény)
- d. tematikus út (meseösvény)
- e. bemutatótér (pl.: Máré-várban található Kelet-Mecseki Legendárium) több helyszínen programelemekkel
- f. egyéb (pl. természeti vonzerő: Óbányai-völgy, Kőlyuki-barlang, püspökszentlászlói arborétum..., épített örökség: Mecsek várai, váromjai, Puchner Birtok, stb.)
- g. vendégfogadási feltételek javítása és fejlesztése az érintett helyszíneken
- h. interaktív elemek és innovatív elemek kialakítása (animációs filmek, stb.)
- i. garantált program kialakítása
- j. a megvalósítást támogató képzési program

3.3.2.4. BARANYAI VIDÉKI ÖRÖKSÉGI ÉRTÉKEK TEMATIKUS ÚTJA, SVÁB ÉRTÉKEK

E tematikus program Baranya megye sváb értékeit mutatná be. Hazánkban több mint négyszáz településen élnek jelentős számban németek. Történetük, nyelvjárásuk, népszokásaik és viseletük mind-mind egyedi. A magyarországi svábok ma legnagyobb számban Baranya megyében élnek.

A projekt alapjai már megjelennek a Baranya Megyei Értéktárban is, melybe 2013 óta jelölhetőek a megyei hungarikumok. Az értéktárban magyarországi német hagyományok is helyet kaptak.

A kulturális útvonalak az elszórtan fellelhető tárgyi és szellemi kulturális erőforrásokat integrálva és egymással kombinálva eredményeznek élményt a turisták számára. A tematikus utak pozitívumai közé sorolható, hogy fenntartható fejlesztés elveinek megfelelnek, új és innovatív termékek és szolgáltatások előállítását ösztönzik, miközben hozzáadott értéket jelentenek a már meglévőknek. A program keretében első körben javasolt érintett fejlesztési helyszínek lehetnek az alábbiak. A konkrét előkészítés, megvalósítás során ezeket javasoljuk pontosítani.

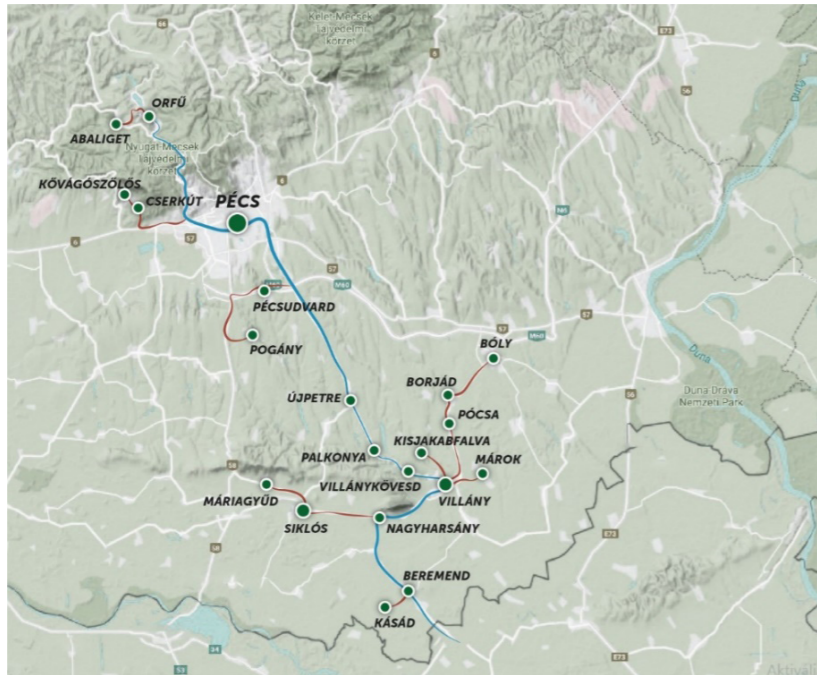


38. ábra: Sváb értékek - lehetséges csatlakozó települések I.



ÚTVONAL	KÖZVETLENÜL ÉRINTETT TELEPÜLÉSEK SZÁMA	KAPCSOLÓDÓ TELEPÜLÉSEK SZÁMA	ÚTVONAL HOSSZA
MECSEKTŐL A DUNÁIG	12	8	140 km
ORFÚ - DÉL-BARANYA	8	13	127 km

39. ábra: Sváb értékek - lehetséges csatlakozó települések II.



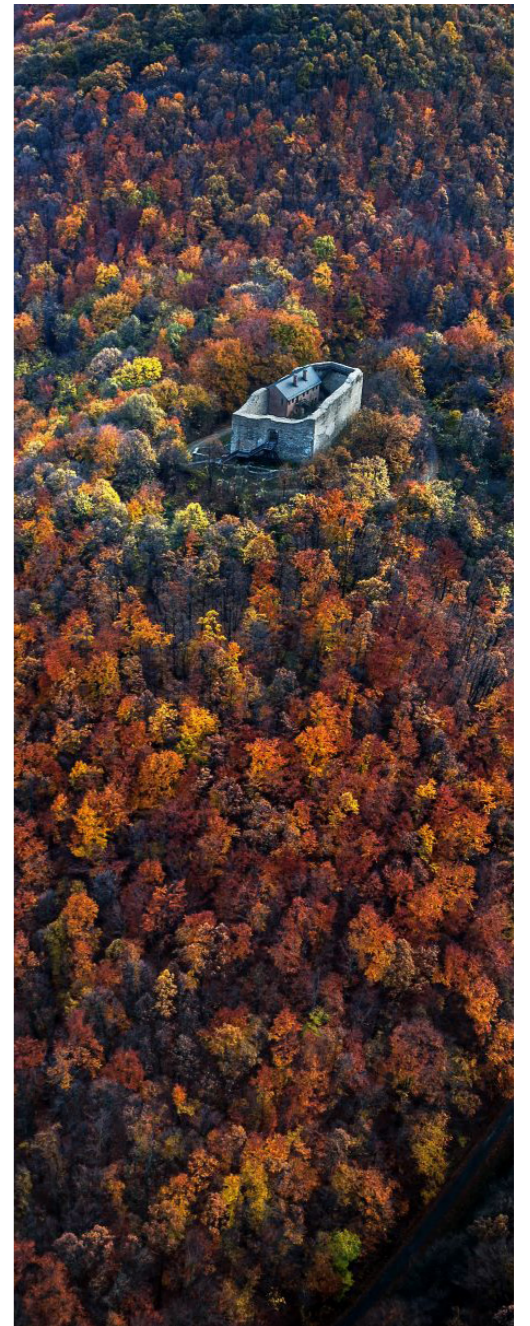
A projekt szellemiségével összhangban nem zöldmezős beruházások a kívánatosak, hanem érték megőrző, a helyi épített örökségi értékeket hasznosító beruházások. (pl. az útvonalon található tájházak korszerűsítése és turisztikai szempontú attrakció fejlesztése, útvonalonként 1-1 új tájház létrehozása a Kincses Baranya megyei értéktár és egyéb baranyai örökségi értékekre épített tematikával.)

A projekt legfontosabb várható eredményei:

1. Baranya örökségi értékei építve, ezeket mint erőforrás hasznosítva két új tematikus útvonal kerül kialakításra. A projekt jelentős eredményként a megye néprajzi értékeinek a valorizációja is megtörténik.
2. Az útvonalak valódi turisztikai vonzerőként elsősorban a rurális kulturális turistákat és a gasztroturistákat tudja megszólítani.
3. Az új attrakció létrehozásával új településeket sikerül bevonni a turizmusba, ezzel is elősegítve a turizmus térbeli koncentrációjának a csökkentését. Várhatóan mind a belföldi, mind a külföldi kereslet növekedése várható, amely pozitív hatással lesz a falusi turizmus fejlesztésére, és új szállásszolgáltatók megjelenését eredményezi. Ez által jelentősen emelkednek a megye turizmussal kapcsolatos mutatói. (Turisztikai szempontból releváns települések száma, örökségi attrakciók látogatóinak a száma, vendégszám, vendégéjszaka szám stb.)
4. A tervezett fejlesztések a helyi lakosság identitásának az erősödését is eredményezi, azzal, hogy ráirányítja a figyelmet a helyi értékekre. Az attrakció fejlesztés maga után vonzza a szolgáltatás fejlesztéseket is (pl. kereskedelmi és egyéb szálláshely fejlesztés) amely eredményként új munkahelyek jönnek létre a térségben, és javul a lakosság életszínvonala is.

3.3.2.5. BARANYAI PINCEFALVAK TURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSA

A projekt célja kettős: Hosszú távon az épített örökség védelme, a tárgyi és szellemi örökség megőrzése, ápolása és továbbfejlesztése a cél. Rövid távon a 2 baranyai borvidék turisztikai kínálatának az erősítése, új attrakciók bevonása által. Segíteni a turizmus térbeni és időbeni koncentrációjának a csökkentését, új települések bevonásával és a főszezonon kívüli rendezvények szervezésével. Cél továbbá egy olyan klasztermenedzsment szervezet létrehozása a már meglévő alapokon, amely hatékonyan tud segíteni az alábbi feladatok megvalósításában: értékkataszter készítése, épített örökségi pályázatok előkészítése, megírása és projekt menedzsmentje, turisztikai termékfejlesztés, befektetés ösztönzés, turisztikai és vidékfejlesztési pályázatok készítése, közös marketing gyakorlat kialakítása, látogatómenedzsmenttel kapcsolatos feladatok elvégzése, rendezvényszervezés.



Baranya megye egyik egyedi különleges örökségi értéke, az elsősorban a sváb falvakban fellelhető pince sorok, és pince falvak. Ezek a sváb családok betelepülését követően a XVIII századtól kezdtek kialakulni, így nem egy közülük már több mint 200 éves. Többségük napjainkban is használatban áll, és őrizik a kis telkes szőlőművelés és borkészítés hagyományát. Számos pinceépület önmagában is értéket képvisel, de ezek együttese, pincesorai, vagy pincefalvai önálló turisztikai vonzerőként is tudnak funkcionálni, és épített örökségi értékeink fontos alkotó részét képezik. Potenciális helyszínek: Villány, Palkonya, Villánykövesd, Mecseknádasd, Bóly, Versend, Szajk, Mohács, Szentlőrinc, Szigetvár stb.

Baranya hazánk egyik meghatározó borturisztikai térsége. Ebben meghatározó szerepe van Villány népszerűségének, az ismert villányi borászatoknak, a folyamatos innovatív turisztikai kínálatfejlesztésnek. Villány turizmusa ugyanakkor egyes időszakokban már a túlzott mértékű turizmus jegyeit tükrözi, ezért indokolt a meglévő keresletet is térben széthúzni, és a megye más településeit is bekapcsolni a borturizmus kínálatába

Az érintett településeken meglévő szálláskapacitás jobban kihasználásra kerül, ezáltal javul az ágazat jövedelemtermelő képessége, amely ösztönzően hat a további befektetések tekintetében.

3.3.2.6. KASTÉLY- ÉS VÁRTURIZMUS BARANYÁBAN

Baranya megye történelmi és kulturális adottságai turizmus szempontjából fantasztikus vonzerőt jelentenek, melyekre nagyon sok tekintetben lehet építeni. E téma terület kapcsán alapvetően a következő várak és kastélyok meghatározóak:

- Siklósi Vár
- Szigetvári Vár
- Pécsváradi Vár
- Szászvári Várkastély, Vár
- Márvár, Magyaregregy
- Tettyei romok, Pécs
- Pécs, Püspökvár és városfalak
- (maradványok: Rékavár - Mecseknádasd, Kantavár - Pécs)



Ebben a szegmensben legjelentősebb turisztikai vonzerővel és fejlesztési potenciállal két desztináció rendelkezik Baranya megyében: **Szigetvár** és **Siklós**. Előbbi esetében a legfontosabb vonzerőt a korhű állapotban megmaradt belső-vár, a Zrínyi-kultusz és a török kori emlékek jelentik, míg utóbbi tekintetében az autentikus középkori (főként a Garai és Perényi örökségen alapuló gótikus és reneszánsz) architektúrájában megőrzött unikális várkomplexum, illetve az ehhez szervesen kapcsolódó kulturális programkínálat (pl. Várfesztivál) nevezhető meg fő turisztikai fókuszszeként. A Siklósi vár 2022-ben bekerült a történelmi emlékhelyek közé, mely hosszas előkészítő munka eredménye volt. A Szigetvári vár a Nemzeti Várprogramban és a Nemzeti Kastélyprogramban is szerepet kapott. A Siklósi vár esetében még cél, a programba való bekerülés. A turizmusfejlesztés szempontjából pedig kifejezetten öröndetes, hogy minkét helyszín aktívan működő múzeumként és kulturális térként funkcionál, mely kedvező alapokat biztosít az attrakciók szolgáltatásfejlesztéséhez. Tematikus téma terület szempontjából e két húzónev erejéből tud profitálni a megye többi értékes, kisebb léptékű attrakciója is.

Teljesen reális cél ezen attrakciók koordinált, tematikus programmá alakítása eredményeképpen 2030-ra a látogatók számának akár a megduplázása.

Fontosnak tartjuk hangsúlyozni, hogy ezen attrakciók fejlesztésén manapság elengedhetetlen a modern technikai megoldások alkalmazása, hiszen a fiatalabb korosztályhoz így hozhatóak közel ezen értékek bemutatása. Erre a legrelevánsabb példaként a Loire-menti kastélyok egyik zászlóshajójaként nyilvántartott Amboise-i várkastélyt lehet megemlíteni. Itt nem régebbi vezetett "HISTOPAD" rendszernek köszönhetően a látogatók a jegypénztárnál átvehető, nyakba akasztós tabletek segítségével, illetve a külön erre a célra létrehozott interaktív applikáció segítségével fedezhetik fel a várkastély külső és belső tereit. Mindez, az applikáció segítségével megjelenő virtuális valóságon keresztül betekintést nyújt a reneszánsz architektúrába és hétköznapiakba, az udvartartás szokásaiba, valamint a vár működtetésébe. Ennek köszönhetően a múzeumlátogatás már nem csupán egy konvencionális túrlatvezetesként, hanem egy fiatalok és felnőttek számára is egyaránt érdekfeszítő, akár több órás programot is biztosító kalandként értelmezhető, mely nagyban bővíti a várkastély iránt érdeklődők körét.

3.3.2.7. FESZTIVÁL ÉS PROGRAMTURIZMUS

Baranya megye bővelkedik rendezvényekben, programokban, fesztiválokban. Vannak olyanok, melyek országos szinten ismertek és évek óta vonzzák a látogatókat, és természetesen vannak kisebb, helyi szinten érdeklődésre számot tartó események is. A kutatáskor ezen a területen is a koordináció hiányát lehetett azonosítani. Ebből adódóan teszünk javaslatot arra, hogy Baranya megye fesztivál és programturizmusát egyfajta szervezeti, megyei koordinációval szükséges támogatni. Jelenleg megfelelő kommunikáció hiányában néha még a jelentős számú látogatót vonzó programok is ütköznek egymással időben. Ennek lehetséges gazdája lehet a Baranya Megyei Marketing és Kommunikációs Központ (BIG).

Főbb elemek:

- megyei szintű teljes éves programnaptár összeállítása, koordináció, garantált programok megjelenítése.** Előre tervezés!
- Programgazdák segítése egyfajta koordinációval. Az is feladat, hogy az új ötletek felmerülése esetén megtalálják a megfelelő – üres – helyeket a naptárban.
- Ajánlás megfogalmazása a programgazdák számára (például minimum követelmények, fenntarthatósági szempontok érvényesítésére javaslat – pl. eszközhasználat – technikai feltételek megfogalmazása, stb.). Fontos, hogy az érdeklődők számára egyértelmű legyen már a programkínálat áttekintésekor, hogy ki a célcsoport, mennyire családbarát a rendezvény, milyen szintű technikai támogatottság van jelen, stb.

- d. Beszállítók, partnerek lehetséges koordinációja, megbízható szolgáltatók, gasztronómiai szereplők felé információk megosztása a célcsoportról, a programok céljairól, stb.

A fesztivál és programturizmus szerves része a megye turisztikai kínálatának. A 3.4.1.2 alfejezetben bemutatott Baranya Megyei Turisztikai és Marketing Központ koordinációjában megjelenő kínálat esetében javasolt egy olyan megjelenítés az érdeklődők felé, mely alapján mindenki magának tudna az egyedi igények alapján választani programcsomagot (fesztivál, szálláshely, gasztronómia, kirándulás, stb.). Ennek egyik alapfeltétele a megyei szintű rendezvény naptár létrejötte.

3.3.2.8. MICE TURIZMUS FEJLESZTÉSE

MICE turizmus esetében főként a megyeszékhelyről, illetve a minőségi szálláshely kínálatával rendelkező pár kisebb vidéki város esetében beszélhetünk. Új üde színpontként jelent meg például a megye kínálati térképén a Mohácsi Selyemgyár épülete, mely egyre több rendezvénynek ad otthont.

Pécs jelenleg szűkös kapacitásokkal bír a konferenciák és a MICE turizmus területén. Nagyon nehézkes a koordináció a rendezvények szervezése esetén, főleg, ha egy időben több rendezvény vagy esemény is tervezett. E tekintetben Baranya megyét és az egész térséget szétaprózottság jellemzi, melyet nehéz kezelni. Az információk koordinálása lenne az egyik alapja a fejlődésnek, tudjunk egymáshoz alkalmazkodni, egymás segíteni, kihasználni az ebből származtatható előnyöket és a helyi gazdasági szereplőknek is jobb igazodási pont lenne.

A PTE-n jelenleg is rendelkezésre áll számos konferenciaterem és rendezvényhelyszín, viszont, ha a teljes városi infrastruktúrát használjuk, akkor is csak 800 fő alatti rendezvények lebonyolítására alkalmas Pécs városa. Megfelelő színvonalú és mennyiségű elégséges szálláshely hiányában ekkor már a környező települések szálláshelyeit is be kell vonni a szervezőknek. Mivel Pécs egy megyeszékhely és egy területi központ, ezért szükségszerű, hogy a város alkalmas legyen az ilyenfajta rendezvények és a MICE konferenciaturizmus igényeinek kiszolgálására. Ez logisztikai költségek szempontjából is fontos szempont. Pécsen a MICE turizmus fejlődéséhez szükséges egy valódi konferencia központ a kor igényeihez illeszkedő infrastruktúrával és minőséggel. Szükség lenne megfelelő háttér infrastruktúra kialakítására, mind közlekedés, mind szálláshelyszolgáltatás, vendéglátás tekintetében.

MICE turizmus esetében a PTE megkerülhetetlen szereplő a megyében. Azt fontos tisztán látni, hogy nagyon sok orvos/egyéb szakmai konferencia kapcsán általában felmerül, hogy a PTE a szervező. Sokszor ez nem igaz, hanem a PTE-n dolgozó munkatárshoz kötődik a rendezvény, de a szervező nem az Egyetem. Ebből is egyértelműen látszik, hogy ezen a területen a kapcsolati háló milyen jelentős befolyással bír a folyamatokra, a sikerességre. Fontos fejlesztésként valósul meg a közeljövőben az Egyetemen, hogy a sajtónyilvános események bemutatására egy platform fog létrejönni, mely bemutatja a rendezvényeken túl még a többi PTE-s rendezvényhelyszínt, az elérhetőségeket, hogy kik a szervezők stb. E digitális újítás révén a pécsi helyszínek, szolgáltatások is elérhetőek lesznek a látogató számára (a sajtó nyilvános programok) így a további piaci szereplők is kapnak egy kapcsolódási lehetőséget – például vendéglátóhelyek, programokat kínáló szolgáltatók.

A Pécsi Tudomány Egyetemnek jelenleg is van együttműködése Pécs városával (Turisztikai Bizottságon belül). Saját érdeke a PTE-nek és minden további - ezen a területen tevékenykedő - szervezetnek egy közös adatbázis létrehozása a programokról. Ennek ismérve, hogy egy jól átlátható rendszer városi szinten, mely összesíti a térségben nyilvánosan megrendezendő eseményeket, konferenciákat, workshopokat, kiegészítő programokat. Ez a további megyei szolgáltatók számára is igazodási pontot tud adni, tehát hatása nem fog megállni a város határán.

MICE turizmus fejlesztését tekintve kiemelt infrastruktúra fejlesztési célterület a minőségi szálláshely fejlesztés Pécsen, és további – már jelentősebb vonzerővel rendelkező – vidéki városokban. Potenciális helyszín lehet Siklós városa is, mely Hightech nagylétszámú konferenciaterem létrehozását tervezi a Várban (250-300 férőhelyes), ahol kifejezetten a bor- és gasztronómiai témákban konferenciákat, rendezvényeket lehet szervezni. (Eger, Tokaj példájához hasonlóan). Pécs esetében a tartalékon túli projektek között található meg a MICE turizmus (Konferencia, rendezvény és üzleti) feltételeinek javítása, kapacitásbővítés, fogadóinfrastruktúra fejlesztés.

3.3.2.9. PÉCS-BARANYA, A „DÉL KAPUJA” KULTURÁLIS ALAPÚ KOMPLEX GAZDASÁGFEJLESZTÉSI PROGRAM (TÖRÖK KORI EMLÉKEKRE ÉS KULTURÁLIS ÖRÖKSÉGRE ÉPÍTŐ PROJEKT).

Baranya megye hazánkban egyedülálló koncentrációban és minőségben rendelkezik török kori emlékekkel, melyek tematikus úttá történő fejlesztése nagyban erősítené a térség ismertségét, imázsát és ezáltal turizmusát is. A tematikus út Szigetvár, Pécs, Siklós és Mohács (Sátorhely) török korhoz köthető attrakcióit köthetné össze. A földrajzi összeköttetés tekintetében javasolt a vonzerők kerékpáros elérhetőségének, összeköttetésének kialakítása is. Ehhez a komplex programhoz természetesen a már rendelkezésre álló attrakciók fejlesztése és az új vonzerők kiépítése (Szulejmán szíve zárandokhely) elengedhetetlen, továbbá meg kell oldani a tervezési, menedzsment és marketing feladatokat is.

A kulturális utak - azaz a kulturális értékre és vonzerőkre alapozott tematikus utak - jó példáját jelentik a kultúra és a turizmus összekapcsolódásának, együttműködésének. Turisztikai termékként a tematikus utak számos olyan tulajdonsággal rendelkeznek, amelyek a turizmus fejlesztésében megkülönböztetett szerepet biztosíthatnak:

- viszonylag kis befektetéssel kialakíthatóak,
- képesek a turisztikai kereslet időbeni és különösen térbeni diverzifikálására,
- hozzájárulhatnak eddig kihasználatlan erőforrások turisztikai hasznosításához, illetve
- új keresleti réteget nyerhetnek meg a turizmus adott típusa - például a kulturális turizmus, az örökségturizmus számára.

A projekt nagyban támaszkodik a már eddig is kialakított vonzerőkre, ezek további fejlesztése azonban elengedhetetlenül szükséges. Így négy baranyai települést emelhetünk ki (Szigetvár, Pécs, Mohács - Sátorhely, Siklós), emellett pedig az infrastruktúra fejlesztés és egy desztináció menedzsment iroda felállítása válik szükségessé.

A belföldi célcsoport lényegében a lehető legszélesebb körben lefedi a potenciális fogyasztói szegmenseket, a legfontosabb szegmentálási kritérium a kultúra iránti érdeklődés. Ugyanez a megállapítás vonatkozik a potenciális külföldi keresleti szegmensekre is azzal a kitételrel, hogy a még lényegében feltáratlan törökországi beutazó potenciál számára – különösen a Turbék hegyi zárandokhely kialakítása kapcsán –, az országban még mindig nagyon erős Szulejmán kultusz miatt, kiemelten érdekes lehet a fejlesztés. A projekt alapjait a 2019-ben készült Pécs-Baranya a Dél Kapuja kulturális alapú komplex gazdaságfejlesztési program fektette le.

3.3.2.10. ÍZES BARANYA, MAGYARORSZÁG ELSŐ SÖRÚTJÁNAK LÉTREHOZÁSA

Baranya megye gasztronómiai kínálata ezerszínű, fontos eleme a turisztika kínálatnak. E területen élők sok nemzetiségű gyökérrel rendelkeznek, a magyarokon kívül horvátok, sokácok, bunyevácok, németek és székelyek is laknak itt. Ebből adódóan az ételek területén is hagyományosan megjelentek a különböző kulturális háttérből adódó nemzetiségi jellemzők, értékek.

A megyének ezen adottsága szintén jól kiaknázható turisztikai szempontból. Az elmúlt években már Pécs városán kívül is megjelentek olyan gasztronómiai szereplők, melyek önálló vonzerőt képviselnek egy-egy településen és viszik annak jó hírét, és ráirányítják a figyelmet az egyéb turisztikai attrakciókra is.

A gasztronómiai fejlődésnek fontos mérföldköve, hogy 2021-ben megalakult a Baranyai Gasztronómiai Klaszter. A Klaszter létrehozásának célja a piaci együttműködés stratégiai és operatív célok mentén, valamint a gasztronómia és a vendéglátás minőségi fejlesztése, a COVID helyzet megoldandó feladatai. E szervezet létrehozásának igénye is mutatja, hogy a megye meghatározó szereplői is további koordinált, szervezett kezdeményezésre készek a fejlődés – és esetleg a túlélés – érdekében.

A nemzetközi turisztikai trendek egyik markáns vonala a gasztronómia szerepének erősödése, az étel és italkultúra mind komolyabb mértékű megjelenése az utazási motivációk közt. Felismerve a témakör hazai turisztikai folyamataiban is betöltött fontosságát, a projektterv egy, a közelmúltban felértékelődő és egyben újrapozícionálódó ital, a sör és annak gyártása és kultúrája köré felépíthető lehetséges turisztikai vonzatokat és lehetőségeket kívánja vizsgálni Baranya megyében.

Napjaink turizmusában a helyi termékek iránti érdeklődés és a locavore mozgalom megjelenése és megerősödése egyre inkább tetten érhető, melyekkel párhuzamosan a tematikus utak népszerűsége is folyamatosan nő. Mint az már évtizedek óta közismert – a külföldi példákat alapul véve – hazánkban 1994 (Villány-Siklós borút) óta folyamatosan jönnek létre a főleg borra (Tokaj-Hegyalja Borút, Mohács-Bóly Fehérborút etc.), kisebb részben pedig a pálinkára alapozott gasztronómiai témájú tematikus utak (Békési Szilvapálinka Útja).

Véleményünk szerint ebbe a sorba a külföldi kiváló példák és a sörgyártás hazai történelme, illetve a kézműves sörök és sörfőzés napjainkban megélt kiemelkedő fejlődése kapcsán beemelhető lehet a sör, mint gasztronómiai, helyi és kézműves termék. A sör tehát kiváló alternatíva a magyar gasztronómiai turizmus kínálatában, a sörfőzdék tevékenysége és termékei egy (újabb) komplex terméket nyújthatnak a turistának (40. ábra).

40. ábra: A sörturizmust megalapozó tényezők Magyarországon



Szerk.: Csapó J. – Wetzl V. 2018

Sörgyár-látogatást, sörtúrákat a hazai 4 nagy cég közül jelenleg – legalábbis szervezett formában – csak a Dreher tart, ami véleményünk szerint egy igen nagy hiátus a hazai potenciális sörturizmus kialakítása kapcsán, annál is inkább, hogyha figyelembe vesszük a külföldi példák (Guinness, Heineken) látogatóforgalmi adatait. Arról nem is beszélve, hogy egy ilyen kezdeményezés milyen marketing értékkel bír. Ezt azért is fontos kiemelni, mert az ipari örökség bemutatása itt jelenik meg a legmarkánsabban a sörtúrák folyamán, hiszen a turisták nemcsak a sör

kóstolása miatt érkeznek, hanem kíváncsiak a sörkultúra keretein belül a gyártás mikéntjeire és hogyanjaira és magára a helyre is, az épületre, vagy épületekre, amelyek otthont adnak a sörgyártásnak. Ezek az épületek és a benne található gépek pedig természetesen a kulturális és ipari örökség fontos hordozói.

A projekt abból indul ki, hogy **Baranya megyében megfelelő kapacitás áll rendelkezésre a termelés tekintetében, így a Pécsi Sörfőzde és a megye kézműves sörfőzdéi megfelelő kínálati alapot és földrajzi koncentrációt nyújthatnak a Sörút számára.**

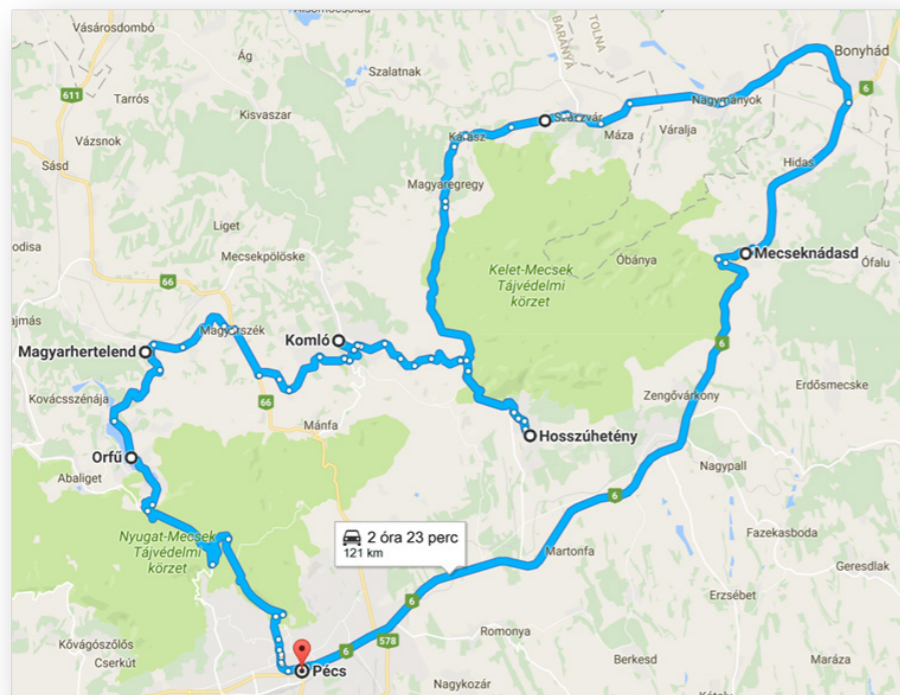
A tervezett „Mecsek Sörút” – „Magyarország első sörútja” két pilléren nyugszik:

1. Főzdek, termelők a sör, mint ipari örökség bemutatási lehetőségével:
 - Pécsi Sörfőzde (Magyarország első sörfőzdéje – 1848) – új termékportfólió, sörgyárlátogatás (élményszerű), sörgyetem, sördiploma, sörmúzeum
 - Magyarhertelend: Magyarhertelendi Kapucinus Kézműves Sörfőzde - látványfőzde
 - Mecseknádasd: Karl - Mikro-Sörfőzde - látványfőzde
 - Komló – Carbon Beer - Komlói Sörfőzde Kft.
 -
2. Éttermek, vendéglátó-helyek
 - Pécsi kézműves sörivók: Bazár; Egylet - Kézműves Söröző és Balkán Bisztró; Művész Presszó; Kisüzem – kézműves sörök boltja
 - Orfű: Kemencés Étterem
 - Hosszúhetény – Almalomb étterem, Hosszútányér

Egyéb potenciális helyek és szinergia hatások:

- Komló – A név eredete eleve a korábban nagy jelentőségű komlóhoz kapcsolódik
- Egyéb települések olyan vendéglátó-helyei, ahol kézműves/különleges/helyi sört árúsítanak/árúsítának
- Egyéb települések sörfőzdei múlttal:
 - Bonyhád – Adler sörfőzde
 - Somberek: Bajor Serfőzde (HBH söröző)
- Egyéb turisztikai vonzerők felfűzése – szinergia hatás
 - Pécs
 - Orfű és térsége
 - Nyugat-Mecsek - Cserkút
 - Kelet-Mecsek – Óbánya, Ófalu, Zengővárkony

41. ábra: A Mecsek Sörút potenciális útvonal



Forrás: Saját szerkesztés

3.3.2.11. EGÉSZSÉG ÉS TERMÁLTURIZMUS FEJLESZTÉSE BARANYÁBAN

Az egészségturizmus országos szinten vezető turisztikai termék. Bár Baranya megyében kisebb a szerepe, ennek ellenére a gazdag termálvíz-kínálat lehetővé teszi, hogy más termékekkel összekapcsolva növeljék a turizmus szerepét azokban a térségekben is, ahol jelenleg csekély a jövedelmezősége. Ha a területi elhelyezkedést vizsgáljuk, megállapítható, hogy mind az egészségturizmus, mind más turisztikai termékek markánsan, csomópont-szerűen jelen vannak a Villányi-hegység térségében, de a Mecsek északi oldala is egy olyan terület, ahol komolyabb potenciál van a turizmusban, azonban ehhez az egyes turisztikai termékek összekapcsolása is szükséges. Általánosságban **minőségi egészségturisztikai kínálat** kialakítása szükséges. **Termékfejlesztésen** a fürdőszolgáltatások, a – lehetőleg kapcsolódó – szálláshelyek és a gasztronómia összehangolt, adott célcsoportnak szóló, egységes színvonalú fejlesztése értendő, Harkányban is, máshol is.

Az energetikai fejlesztések nem csak szükségesek, de támogatottak is. Fontos, hogy minden turisztikai szereplő a fenntartható megoldások alkalmazásával tervezze a további fejlesztéseit. Fürdők esetében különösen a termálenergia és a napenergia felhasználása kézenfekvő.

Harkány, mint desztináció a gyógyászati profilt erősítse szükséges reumatológia (porckopás), bőrgyógyászat, nőgyógyászat és rehabilitáció terén.

A **Harkányi Gyógyfürdő** rendelkezzen saját, a fürdővel fedett összeköttetést biztosító szálláshellyel, bővítse saját gasztronómiai kínálatát, forgalmazzon saját spa-termékeket, kezdeményezze mind a saját (Gyógyfürdő területén megtartott) rendezvények bővítését, mind a vendégeknek ajánlható városi-környékbeli programkínálat színesítését.

A magán egészségügyi ellátások iránti kereslet bővülését látva fontos, hogy reumatológiai, bőrgyógyászati és nőgyógyászati kezelések itt is egyre nagyobb arányban legyenek fizetős kezelések. Ezen felül további orvostudományi kutatásokra van szükség a gyógyvizes kezelések kedvező hatásainak részletesebb megismerése és tudományos elfogadottsága érdekében.

A Zsigmondy Vilmos Harkányi Gyógyfürdőkórház (új nevén: Harkányi Termál Rehabilitációs Centrum) és a Psoriasis Centrum a jövőben leginkább a kórházi típusú szolgáltatásokat akarja biztosítani, a már említett munkamegosztás abszolút indokolt a Gyógyfürdő és Kórház között. A Gyógyfürdőhöz hasonlóan itt is erősíteni kell a piaci alapon igénybe vehető reumatológiai, bőrgyógyászati, nőgyógyászati és kardiológiai kezeléseket, illetve rehabilitációt, növelni az ezeket igénybe vevő betegek számát. Az alapvetően állami egészségügyi ellátást minél inkább összhangba kell hozni a piaci alapon működtetett szolgáltatásokkal. Szakterületenként vannak kúracsomagok. A piaci alapon érkező vendégek egyre több helyi és környékbeli eseményen kívánnak részt venni.

A Vasútegészségügy Harkányi Intézete szeretné megtartani a NEAK-os ágyakat mozgásszervi és rehabilitációs profillal, illetve növelni a piaci alapon működtetett ágyak kihasználtságát – főként a szezonon kívüli időszakban, azaz késő ősztől kora tavaszig. Ennek érdekében egyre komplexebb csomagokat alakítanak ki. Mivel a privát vendégek nagy arányban vesznek igénybe fürdőszolgáltatásokat, továbbra is fontos a Gyógyfürdővel való jó kapcsolat, és a vendégek tartalmas időtöltése szempontjából a nívós programok Harkányban és környékén.

3.4. A DESZTINÁCIÓ IMÁZSÁNAK KIALAKÍTÁSA, MÁRKAÉPÍTÉS (ESETLEG PROJEKTÖTLETEK, OPERATÍV JAVASLATOK)

Visszaulva a stratégia 2.1.1 fejezetére szakmai álláspontunk szerint Baranya megye egészét is lehet olyan térségi szintű desztinációnak értelmezni, melyet az alábbi 7 desztináció alkot:

- Pécs és környéke,
- Siklós-Villány-Harkány térsége,
- Mecsek-hegység, azon belül Orfű és környéke, Mecsek-hegyhát, Kelet-Mecsek,
- Szigetvár és Dél-Zselic,
- Mohács és a Duna déli szakasza,
- Ormánság és a Drávamenti térség,
- Bikal

A turisták a desztinációt sokszor márkának tekintik, mely magába foglalja a desztinációban található szolgáltatások és ellátók összességét is. Desztináció márka elsődleges szerepei közé tartozik²⁶:

- az utazás előtti döntés során a szelekció segítése,
- a desztináció azonosítása a piacon,
- a desztináció versenytársaktól való megkülönböztetése,
- az utazással kapcsolatos elvárások kialakítása,
- az utazási emlékek konszolidálása, megerősítése,
- az utazás utáni emlékezés segítése.

Az imázs kialakítása, márkaépítés a következő lépéseket jelentheti esetünkben:

1. együttműködési forma, szervezet kialakítása célfeladattal
2. szolgáltatói kör bevonása
3. kommunikációs és marketing stratégia felépítése 2030-ig finanszírozási forrástervvvel és akciótervvvel
4. végrehajtási szint kialakítása feladatokkal és ütemtervvvel
5. transzparens működés biztosítása
6. eredmények időszaki áttekintése és szükséges korrekciók megfogalmazása igény szerint.

²⁶ Desztináció és marketing menedzsment, Egyetemi tankönyv, szerkesztette: Panyor Ágota, Győriné Kiss Erika, Herbály Katalin (Debreceni Egyetem, Pannon Egyetem, Szegedi Tudományegyetem)

3.5. EGYÜTTMŰKÖDÉS, INTÉZMÉNYEK

Alapvetően mind a piaci alapú turisztikai szolgáltatók, mind pedig az önkormányzatok az egyik fő hiányosságnak tartják a szereplők közötti együttműködést, mely a személyes beszélgetések, interjúk, és a kérdőíves felmérés eredményeképpen is egyértelműen megmutatkozott. A helyzetfeltárás készítésének szakaszában lefolytatott kérdőíves felmérés részletes eredményét a tanulmány II. kötete tartalmazza.

Itt most kiemelnénk a turisztikai szolgáltatók között készített felmérésből az egyik eredményt. A feltett kérdés: *Ön mely területeken érez hiányosságokat/problémákat Baranya megye turizmusa kapcsán?* (több válasz is bejelölhető volt).

A kérdés kapcsán több tényező közül lehetett választani, és 3 válasz is 50% feletti értéket kapott, ezek pedig a következők:

- Baranya megye turizmusmarketingjének az erősítése 66,7%
- Baranya megye desztinációi, vonzerői tekintetében a turizmusmarketing erősítése 64,10%
- Baranya megye általános gazdasági-társadalmi helyzete 61,5%

A települési önkormányzatok körében végzett felmérés eredménye ugyanezen kérdésre:

A különböző tényezők értékelései kapcsán a legfontosabb hiányosságként (sorrendben) a turisztikai együttműködések hiánya vállalati és települési-térségi szinten, az állami támogatás mértéke, Baranya megye általános gazdasági-társadalmi helyzete, Baranya megye turisztikai infrastruktúrája és Baranya megye desztinációi, vonzerői tekintetében a turizmusmarketing erősítése adható meg, de erős problémának tűnik Baranya megye általános infrastruktúrája és Baranya megye turisztikai infrastruktúrája és a képzett munkaerő jelenlétének kérdésköre is.

A fenti hiányosságok, gyengeségek akkor orvosolhatóak, ha az érintett szervezetek olyan intézményi együttműködést fogalmaznak meg, melyben a szervezetek közötti érdekkülönbségek ellenére a közös cél elérése konkrét cselekvési tervben realizálódik már rövid távon, transzparens működéssel és szakmai standardok alapján megfogalmazott eredményorientált operatív célkitűzéssel párosulva.

Az elmúlt években Baranya megyét, illetve Pécs városát érintően is több intézményi együttműködés jött létre. Példaként említhető a Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara és a Pécsi Tudományegyetem között létrejött megállapodás. Ennek célja, hogy ki kell alakítani a helyi és regionális gazdaság és az egyetem új típusú együttműködését, amely lehetővé teszi a hozzáadott érték jelentős növelését a baranyai gazdaságban, hozzájárulhat az export erőteljes emelkedéséhez, ösztönzi a megyei vállalkozások bekapcsolódását a nemzetközi értékláncokba. A térség jelenleg alacsony befektetési, beruházási vonzerejének növelése szükséges.

2020-ban együttműködési megállapodást írt alá a Baranya Megyei Önkormányzat, a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara és a Pécsi Tudományegyetem. E megállapodás alapján a KPVK tevékenységét Baranya megyére is kiterjesztve, pécsi központtal, vajszlói kutatóbázissal végzi az együttműködés keretében a települési és térségi felnőtt- és átképzési projektek szakmai koordinációját. Az együttműködés szellemében nagyobb lehetőség nyílik a helyi gazdasági szereplők igényeire hangolt, piacképes képzések folytatására, valamint a holisztikus szemléletű vidékfejlesztés, a kultúrtáj-gazdálkodás hosszú távú tervezésére és működtetésére. A megállapodás keretében közös marketingstratégiát alakítanak ki a résztvevők.

A fenti szerveződések mind-mind közvetett módon is támogatni tudják a megye turizmusának fejlődését. További fontos tény, hogy amennyiben a szerződő partnerek ezen együttműködéseket ténylegesen és aktívan működtetik, akkor megteremtik további területeken is az intézményi partnerség alapjait.

Baranya megye turizmusfejlesztésében a fenti szereplők mellett – szoros partnerségben – a piaci szolgáltatók is helyet kell kapjanak. Ez alapján fogalmaz meg jelen stratégia a 3.3.1.2. fejezetben szervezeti működési javaslatot is, melyben minden szereplő helyet tud kapni megfelelő súllyal a konkrét és célzott marketing tevékenység során is.

3.6. HORIZONTÁLIS CÉLKITŰZÉSEK

A Stratégiában szereplő fejlesztési célterületeken átívelnek a horizontális célok, vagyis az egyes program javaslatoknak alapcéljuk mellett a horizontális célok terén is eredményt kell felmutatniuk, vagy legalábbis bizonyítani kell, hogy ahol lehetett, ott megpróbálták érvényesíteni ezeket a szempontokat.

A stratégia horizontális célkitűzései:

- Esélyegyenlőség biztosítása (Az esélyegyenlőség egy olyan általános alapelvként is felfogható, amelynek leglényegesebb szempontjai az Európai Közösség alapító egyezményének 6. cikkelyében (tilalom nemzeti hovatarozás miatti diszkriminációról) valamint a 119. cikkelyében (a nők és férfiak egyenlő bérezése) vannak lefektetve. Ezek az alapelvek minden területen alkalmazandók, különös tekintettel a gazdasági, társadalmi, kulturális és családi életre.
- Környezeti fenntarthatóság, fenntartható fejlődés biztosítása
- Társadalmi és területi kohézió erősítése
- Egészséges társadalom

A horizontális célkitűzések közös ismérvei:

- nem választhatók, azaz nem elhagyhatók, mindenhol, ahol csak lehetséges, érvényesíteni kell azokat,
- nem járulékos elemek, azaz a célrendszerben nem egy újabb felsorolt célként jelennek meg, hanem minden célban integráltak,
- a fejlesztési folyamat minden szintjén és minden szereplő által teljesíteni kell, azaz a programokban és projektekből egyaránt megjelentítendő.

3.7. A FEJLESZTÉSI PROGRAM ESZKÖZRENDSZERE

3.7.1. FEJLESZTÉSI ESZKÖZÖK, AZOK LEHETSÉGES FORRÁSAI

A stratégia 1.4 fejezete tartalmazza az eszközök és a lehetséges források bemutatását.

3.7.2. OKTATÁSHOZ, KÉPZÉSHEZ KAPCSOLÓDÓ ESZKÖZTÁR

Országos szinten az oktatáshoz, képzéshez kapcsolódó eszköztár tekintetében elsősorban a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0 dokumentumra tudunk támaszkodni, az abban megfogalmazott szerepvállalásokra, beavatkozási területekre.

1. Digitális szaktudás és képességek fejlesztése
2. Egy átfogó, a teljes ágazatot lefedő Stratégiai Erőforrás Tervezés megvalósítása, amely figyelembe veszi a munkaerő mennyiségével és minőségével kapcsolatos jelenlegi és jövőbeli szükségleteket.
3. A felsőoktatás színvonalának emelése érdekében az MTÜ a duális képzéseken túl a turisztikai felsőoktatás színvonalának javításában aktívabb szerepet vállal.
4. A gyakorlati képzés fejlesztése indokolt a turizmushoz kapcsolódó szak- és felsőoktatásban.
5. A turizmusban dolgozók továbbképzési lehetőségeinek szélesítésével és minőségi képzések nyújtásával a munkaerő folyamatos fejlesztése biztosítható.

6. A turisztikai karrier vonzerejének növelése szintén elengedhetetlen lépés a munkaerőpiac stabilizálásához.

Megyei szinten arra az eszköztárra tudunk építeni, melyre helyi szinten vannak hatással a szolgáltatók, a munkavállalók. Itt a következőket emelnénk ki:

1. Felsőfokú képzés esetén a gyakorlati képzés erősítése fontos kérdéskör. A turisztikai szolgáltatók és a képzőintézmény közötti kapcsolat erősítése, melyben szerepet tud vállalni a Pécs-Baranyai Kereskedelmi Iparkamara és a Baranya Megyei Turisztikai Marketing Központ is.
2. A létrehozandó Baranya Megyei Turisztikai Marketing Központnak a szakképzés és már az azt megelőző pályaaorientáció során is lenne szerepe. Szakképzés esetén fontos lenne a piaci szereplők igényeit koordinálni és közvetíteni a szakképzés felé. Felmerül az Ágazati Képzőközpont lehetősége is, melyben a Baranyai Gasztronómiai Klaszter szakmai partnerként tudna háttérrel adni.
3. Pályaaorientáció kérdéskörben a Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara évek óta folyamatosan dolgozik, erre a munkára a későbbiekben is szükség van.
4. A Baranya Megyei Turisztikai Marketing Központnak további szerepe lehet abban, hogy a turisztikai vállalkozásoknak segítsen felkészülni a körülöttünk változó világra. Sajnos a baranyai vállalkozásoknál egyáltalán nem jellemző az életút program, a juttatási stratégia, a megfelelő HR rendszer cégen belül. Ugyanakkor foglalkoztatókat tekintve nemzetközi szinten (pl. Ausztriával) versenyeznek a minőségi, nyelvet beszélő munkaerő megszerzéséért és megtartásáért. A vállalkozásoknál is szükséges egy személtváltás ezen a területen, közös programokkal, képzésekkel lehetséges e területen fejlődni.
5. További fontos feladat az új technológiák, megoldások megismerése a piac szereplői számára. A klaszter jellegű szerveződések és a helyi Iparkamara aktivitása tudja e területet segíteni. Robotika területén jelentős fejlődés történt az elmúlt években (erről részletesebben a 2.5.3. fejezetben írtunk), ezen új megoldások megismerése, helyi adaptációja segítheti az itteni vállalkozások fejlődését.

3.7.3. HORIZONTÁLIS CÉLOK MEGVALÓSÍTÁSÁT SZOLGÁLÓ ESZKÖZTÁR

A stratégia 3.6. fejezetében szereplő horizontális célkitűzésekhez kapcsolódó eszköztárat – programelemeket – a következőkben ismertetjük. Alapvető elvárás és célkitűzés, hogy a megyei turisztikai fejlesztések megvalósítása során a 3.6. fejezetben megfogalmazott átfogó horizontális célkitűzéseket érvényre juttassák a projektgazdák, illetve partneri együttműködések esetén is hangsúlyt fektessenek rájuk.

A következőkben ezeken túl már konkrét programjavaslatokat kívánunk megfogalmazni az általános célkitűzéseken túl.

3.7.3.1. A TURISZTIKAI SZOLGÁLTATÁSOK HOZZÁFÉRHETŐSÉGÉNEK JAVÍTÁSA

Általánosságban megfogalmazva fontos a Baranya megyei szolgáltatások esetében, hogy a turisztikai szolgáltatások hozzáférhetőségét javítsák a szolgáltatók, továbbá ezen információkat el kell juttatni a vendégekhez, érdeklődőkhöz.

Ennek kiváló eszköze lehet a tanulmány 3.3.1.6 fejezetében bemutatott ADOBE program folytatása, és szükséges egy jelentősebb, erőteljesebb kommunikációs támogatás is hozzá megyei szinten.

Az ADOBE elnevezésű (Accessible Tourism Destinations and Services in Border Area), projekt célja a valamilyen képességcsökkenéssel (különböző típusú és szintű fogyatékosság vagy betegség/öregség stb.) élő személy számára elősegíteni Baranya, mint turisztikai régió megismerését, valamint az attrakciók és szolgáltatások hozzáférhetőségét közös információszolgáltatáson, szolgáltatásfejlesztésen és kompetenciafejlesztésen keresztül.

A Baranya Megyei Önkormányzat részéről ez az első lépés a fizikai és egyéb akadálymentesítést jelentő elérhető turizmus fejlesztése területén.

A már kidolgozott védjegy rendszer, kézikönyv és gyakorlati útmutatások jó alapot jelentenek egy további programhoz, ezek interneten is elérhetőek minden korlátozás nélkül. További fejlesztési lehetőségek:

- skálázható, többszintű rendszert kell kialakítani – szolgáltatások rendszerezése
- szolgáltatók belépési lehetőségeinek bővítése, fejlesztése
- védjegy (label) továbbfejlesztése, és széleskörű láthatóvá tétele
- adatbázis folyamatos bővítése és megyei honlapon és más felületeken történő megjelenítés.

3.7.3.2. KÖRNYEZETI FENNTARTHATÓSÁG, FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS BIZTOSÍTÁSA

A turizmus esetében a fenntarthatóság a természeti, a kulturális és az épített környezeti elemek okos felhasználását, fejlesztését és egyben védelmét jelenti, aminek következtében a turizmusban részt vevők érdekei, elvárásai egyszerre teljesülnek, a gazdasági előnyökből egyszerre részesülnek. Fontos, hogy a turistáknak vendégként is meglegyen ez az igénye, illetve a vállalkozások, szolgáltatók is legyenek felkészültek ezen a területen. Ennek kialakítása és a folyamatos fejlődés és tanulás közös felelősség.

Minden ilyen területen szükséges rendszerben gondolkodni, és ez esetben érdemes alulról jövő kezdeményezésekre támaszkodni – ilyen lehet a térségi marketing központ szervezetként, mely egyfajta TDM szervezetként képes lehet a piaci szolgáltatókat képezni, fejleszteni rendezvények, oktatások tartásával, tudásmegosztás szolgáltatással.

A 2022-es évben a rezsiköltségek jelentős és hirtelen drágulása kihívás elé állítja a szolgáltatók jelentős részét. Schmidt Ferencsel – Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége, régióvezetője – készült interjú alapján a következők átfogó nehézségek rajzolódnak ki ezen a területen:

- ✓ Sajnos a működési infrastruktúrával méretgazdaságossági gondok is vannak. Baranyában jellemzően kisebb kapacitású szálláshelyek vannak, túlkínálat jellemző, ahol sokszor a rövid távú túlélés motivációja alapján alakítják ki az árakat, és nincs átgondolt értékesítési stratégia. Ebből adódóan nem képződik elegendő profit, tartalék a hosszú távú fenntartható működtetéshez.
- ✓ Az ágazatban általánosságban jellemző, hogy hosszú ideje elmaradtak a fejlesztések és az innováció. Az ebből adódó gondokkal most mindenkinek szembesülni kell, hiszen az üzemeltetés fajlagosan is drágább lett, melyet az árazásban sok szereplő (főleg a kisebbek) egyáltalán nem vettek figyelembe. Tartalékokkal, fejlesztési forrásokkal így egyáltalán nem rendelkeznek, miközben most nagyon nehéz helyzetbe került az egész ágazat.
- ✓ Jól és dinamikusán kellene árazni, így jobb pozícióba kerülnének ezek a vállalkozások, azonban ezt a szállodák sokszor elutasítják, így nincs nyereségtartalmuk, ezáltal nem történnek meg a szükséges fejlesztések. Tisztességes árazás segítségével elkerülhető az ár spirál effektus. A költségek növekednek, de a szolgáltatók, a szálláshelyek – a megfelelően kialakított árazás hiányában – nem rendelkeznek a szükséges forrásokkal. A szakmai fejlesztések így elmaradnak, nem tudnak szakmai döntéseket hozni, ezáltal nem mentek/mennek végbe a fennmaradáshoz és fejlődéshez szükséges beruházások.

A fenti gondok is állnak annak háttérében, hogy Baranya megyében nagyon kevés szolgáltató helyezte eddig a fókuszba a működtetés során is a környezeti fenntarthatóságot, a fenntartható fejlődést. A mostani időszakban a külső környezet által okozott nehézségek miatt mindenki rákényszerül működésének átgondolására és az elmaradt fejlesztések bepótlására. Akik nem tudnak lépni, azok rövid vagy hosszú távon kiesnek a piacról. Most a piactisztulás sajnos olyan szereplőket is magukkal fog rántani várhatóan, akiknek viszont lenne helye a szolgáltatók között.

A következő években biztosan jobban fókuszba kell helyezni a szolgáltatóknak a környezet-tudatos és energiatakarékos működtetést. Tudásmegosztással és tanulással tudnak ezen a területen is jobban életben maradni, ebben a Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamarának és a létrehozandó Baranya Megyei Turisztikai Marketing Központnak is lehet szerepe.

A turisták esetében is beszélhetünk arról, hogy megváltoztak az utazási szokások. Jellemzően egyre többen érdeklődnek olyan szolgáltatók iránt, melyek figyelmet helyeznek a fenntartható működésre. Tehát a szolgáltatók számára is marketing értéke van annak, ha tudják magukat hirdetni egy ismert és elfogadott védjeggyel, címkével. Itt fontos az, hogy a fogyasztók által ismert és elfogadott legyen a védjegy, tehát legyen mögötte egy ellenőrzési rendszer, egy oktatás-képzés.

Országos hazai kezdeményezésként a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége **1993-ban indította útjára a környezet védelme érdekében a hazai szállodákat ösztönző tevékenységét.**²⁷ A munka egy szaklapban megjelent cikksorozattal indult, hiszen a környezet védelme nem vezetői döntés, vagy utasítás alapján lehet eredményes, hanem ha a munkatársak széles körének szemléletébe beépül a környezettudatosság. **Megalakult a Szövetség környezetvédelmi szekciója**, és elkészült „Ne zavarj” címmel az a programcsomag, amely az energia- és víz takarékoságtól kezdve, a hulladék kezelésén, csökkentésén és újrahasznosításán át, a vendégek tájékoztatásáig részletes szempontokat tartalmazott, amelyek alapján a szállodák megalakíthatták saját környezetvédelmi team-jeiket, és ki-ki saját lehetőségeihez mérten elkezdhetette a munkát. **Az első pályázatot 1994-ben írta ki a Szövetség**, és azóta kétfévente jelenik meg az újabb kiírás. A sikeres pályázók **2 évre nyerik el** a «Zöld szálloda» embléma viselésének jogát. **A pályázatokat 3 tagú zsűri bírálja el**, szigorú szempontok alapján pontozza, és hirdeti ki a „dobogós” helyezetteket. Mintegy 10 éve már külön kerülnek értékelésre a hazai és nemzetközi szállodaláncokhoz tartozó, és az ún. független szállodák.

Az „Örökzöld szálloda” cím elnyerése akkor lehetséges, ha az adott szálloda, 1993 óta kiírt időszakokban legalább három alkalommal dobogós helyen (1., 2., 3. hely) végzett a saját kategóriájában. Sajnos nem találtunk Baranya megyében ilyen címmel rendelkező szálláshelyet. A nagyobb szállásfoglaló portálon (booking.com) fenntartható szálláshelyekre lehet szűrni. Adott szálláshelyen azt is meg lehet nézni, hogy konkrétan milyen fenntarthatósági lépéseket tett *hulladék, víz, energia és üvegházhatású gázok, úti cél és közösség, illetve természet* kategóriákban. A szallas.hu oldalon a keresési feltételekben nem jelenik meg még a fenntarthatóság, vagy akár a zöld szálloda kategória.

A fentiekből adódóan célszerű annak megvizsgálása, hogy megyei szinten a szolgáltatók képesek e ilyen védjegyet szerezni, vagy esetleg helyi szinten érdemes védjegy rendszert kidolgozni és működtetni, mely a helyi szolgáltatók környezettudatos működését igazolja.

3.7.3.3. TÁRSADALMI ÉS TERÜLETI KOHÉZIÓ ERŐSÍTÉSE

A 2021-ben elkészült Baranya Megyei Területfejlesztési Konceptió is több helyen foglalkozik e kérdéskörrel. Baranya megye aprófalvakban bővelkedik, így a társadalmi és területi kohézió erősítése több szempontból is fontos és a turizmusfejlesztéshez is nagyon kapcsolódási pont van. A helyi tudásbázis erősítése, a helyi erőforrások minél hatékonyabb, egyben fenntartható módon történő hasznosítása, a Baranya megyei értéktárra és a már meglévő vonzerőkre történő jövőépítés mind-mind erősítik a társadalmi és területi kohéziót. Nagyon fontos hangsúlyozni, hogy marketing kommunikációban a teljes megye összetartozásának, értékközösségének kiemelése segíti a desztinációk közötti kapcsolódást is. A munkafolyamatok során feltárt egyik legnagyobb nehézségnek ítélték meg a helyi szereplők a kommunikáció elaprózódását, továbbá az együttműködések hiányát. Sajnos ez általános jelenség, mely a társadalmi folyamatokon túl a helyi gazdasági kapcsolatokat is jellemzi.

A zászlóshajó projektek és programcsomagok megfogalmazásakor a stratégia több olyan javaslatot is megfogalmaz, mely alapja egy szorosabb együttműködés, valamely közös érdek mentén egy értékre alapuló gazdasági jellegű közösség létrehozása. A fő célok mindegyike hozzájárul a társadalmi kohézió erősítéséhez.

A területi kohézió erősítésében a közlekedésfejlesztés is kulcsfontosságú. E területen alapvető kérdés, hogy sikerül-e megtalálni az egyensúlyt a gazdasági és társadalmi mobilitási igények kielégítése, valamint az egészséghez és az egészséges környezethez való jog érvényre jutása között. A területi hátrányok mérséklésének, azaz a hátrányos helyzetű térségek gazdasági és társadalmi felzárkóztatásának egyik fontos eleme a közlekedési elérhetőség javítása, melynek megvalósítása során a környezeti szempontokat is figyelembe kell venni.

Figyelembe véve, hogy Baranya hosszú távú célja egy élhetőbb megye kialakítása, a stratégiai célrendszer fókuszába az ember, s rajta keresztül a társadalmi szinten előnyösebb áru- és személyszállítás kerül, ahol elsődleges cél **az elérhetőség és az élhető környezet együttes javítása**. A stratégia célkitűzésének feladata, hogy előmozdítsa a fenntartható közlekedési rendszerek létrejöttét a megyében: a munkahelyek és szolgáltatások jobb elérhetőségének biztosításával, az áru- és személyszállítás hatékonyságának növelésével úgy, hogy mindeközben megteremti a lehetőségét a környezetszennyezés (károsanyag-, üvegházgáz-kibocsátás, zaj-, por- és látvány szennyeződés) és az energiafogyasztás csökkentésének (erőforrás-hatékony közlekedés), a közlekedésbiztonság fokozásának, továbbá a vonzóbb és jobb minőségű környezet kialakításának. Kézenfekvő megoldásként kínálkozik a közösségi és alternatív közlekedési módok fejlesztése, a közlekedésszöldítés, a közlekedési munkamegosztás és a közlekedési igények befolyásolása – amit a célhoz rendelt prioritás keretében tervezett intézkedések közötti súlyok megfelelő megállapításával szükséges a későbbiekben érvényre juttatni. Utóbbiak mellett kiemelt cél a gazdaságilag elmaradott térségek mellékúthálózatának ütemezett felújítása, korszerűsítése. A közlekedési infrastruktúra hiányosságaival és a fejlesztéseivel részletesen a 2.5.2 fejezet foglalkozik.

3.7.3.4. EGÉSZSÉGES ÉS MEGÚJULÓ TÁRSADALOM

Az egészséges és megújuló társadalom – mint horizontális cél - minden projektben szükségszerűen jelenjen meg. E feltétel kiemelten fontos egy előreledő, jelentős lakosságszámot veszített és az elmúlt évtizedekben folyamatosan lemaradó és tartósan leszakadó megyében. A szomorú társadalmi tendenciákat e stratégia végrehajtása nem tudja visszafordítani, ugyanakkor sokat tehet a negatív folyamatok lassításában, akadályozásában, némi eredmények elérésében.

Az egészséges és megújuló társadalom célnak meg kell jelenni a turisztikai szolgáltatásokban és a magukban a turisztikai szolgáltatást nyújtó vállalatokban is. Példaként a következőket emelnénk ki:

- egészségturisztikai szolgáltatások fejlődése, megelőzés, prevenció, rehabilitáció, sport egészségmegőrzés és aktív turizmus
- fenntartható módon biztosított szolgáltatások, környezettudatosság, a vendégek számára is egyfajta érzékenyítés a szolgáltatásokon keresztül
- egészséges munkakörnyezet, életpálya modell kidolgozása a szolgáltatóknál, munkaerő megbecsülése

E horizontális cél át kell hassa nem csak a turisztikai szolgáltatást, hanem magát a turisztikai szolgáltatót is, hosszú távon így lehet küzdeni akár a szakképzett munkaerő elvándorlása ellen az ágazatban.

27 <https://www.hah.hu/palyazatok/zold-szalloda>

4

A MEGVALÓSÍTÁS

4.1. ALAPELVEK, INDIKÁTOROK

A fejlesztési stratégia turisztikai teljesítményt mérő indikátorainak kialakításánál figyelembe vettük a Magyar Turisztikai Ügynökség által készített Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0-ban meghatározott, a Stratégia céljainak megvalósulását mérő, illetve a fejlesztési területre vonatkoztatható specifikus indikátorokat, melyeket a következőkben állapítottunk meg:

6. táblázat: A stratégia indikátorai

MUTATÓ NEVE	2019 ÉVI TÉNYADAT	2030. ÉVI CÉLÉRTÉK
A kereskedelmi szálláshelyeken (szálloda, gyógy-szálloda, wellness szálloda, garniszálloda, apartman szálloda, panzió, kemping, üdülőtábor, turistaszálló, ifjúsági szálló) a vendégek száma	357 794 fő	600 000 fő
A kereskedelmi szálláshelyeken a belföldi vendégek száma	307 446 fő	470 000 fő
A kereskedelmi szálláshelyeken a külföldi vendégek száma	50 348 fő	130 000 fő
A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma	846 714 db	1 470 000 db
A kereskedelmi szálláshelyeken elköltött napi összeg ((Kereskedelmi szálláshelyek vendéglátásból származó bruttó árbevétele + Kereskedelmi szálláshelyek egyéb szolgáltatásokból és reggeliből származó bruttó árbevétele) / 365) értékének mennyisége (növekedése))	15 896 870 Ft	31 793 740 Ft
A megye IFA bevételeinek változása (növekedése)	380 190 000 Ft	570 285 000 Ft

Forrás: saját szerkesztés

4.2. ÜTEMEZÉS

A Stratégia ütemezése nem egyszerű feladat jelen helyzetben, hiszen 2022-ben a COVID által okozott károk még mindig érezhetőek, a turizmus ágazat még mindig nem tért teljesen magához, és ezzel együtt szembe kell néznie a szolgáltatóknak és a keresleti oldalnak is az orosz-ukrán háború és az energiaellátási gondok okozta válsággal.

A fentiek okán kiemelten fontosnak tartjuk, hogy az ütemtervet és feladatokat évente felül kell vizsgálni, és megrendelői konzorciumnak érdemes áttekintenie az aktuális helyzetben elérhető lehetőségeket. Az ütemterv megfogalmazásakor abból indulunk ki, hogy a megye turisztikai szempontból egy aktívabb és jobban koordinált kommunikációval most is sikeresebben értékesíthető lenne, tehát az indikátorok teljesíthetőségének feltételét nem kizárólag az infrastrukturális beruházások megvalósítása adja.

A vázlatos javasolt ütemterv a következő:

- 2022-2023-2024:
 - zászlóshajók előkészítése
 - Megyei Turisztikai Marketing Központ kialakítása
- 2025-től megvalósítható projektek elindítása
- folyamatos, éves monitoring
- 2028-ra a megfogalmazott indikátorok 80%-os teljesülése célszerű

4.3. NEMZETKÖZI JÓ GYAKORLATOK BEMUTATÁSA, TURISZTIKAI KLASZTEREK, MŰKÖDÉSI ALAPELVEK ÉS JÓ GYAKORLATOK

A megvalósításra vonatkozó konkrét javaslatot megelőzően azt vizsgáltuk részletesen, hogy hazai és nemzetközi szinten milyen jó gyakorlatok vannak. Fontosnak tartjuk hangsúlyozni, hogy amellett, hogy érdemes más jó módszereket megismerni és átvenni, ugyanakkor Baranya megye egyedi adottságait és jellemzőit figyelembe kell venni (társadalmi, gazdasági adottságok, szervezetek közötti együttműködés hagyományai és múltja, stb.).

A következőkben olyan jó gyakorlatokat ismertetünk, melyek egy része, módszere átvehető Baranya megye számára is saját megoldási metódusokkal.

4.3.1. A TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓK MENEDZSELÉSÉNEK ALAPJAI

4.3.1.1. ELMÉLETI ALAPOK – KLASZTER, MŰKÖDTETÉS, KOOPERÁCIÓ

Közgazdasági értelemben bármely ágazati klaszter működési alapelvét legpraktikusabban a Michael Porter-féle gyémánt modellel szemléltethetjük, mely a vállalatok versenyképességét a közöttük kialakított kooperációtól és szinergikus hatásoktól teszi függővé. A modell alapvetése szerint a sikeres klaszter kooperáció az alábbi négy komponenst foglalja magába:

- **kapcsolódó és támogató üzletágak:** A klaszterek fejlesztésének egyik nagy motivációja, hogy a létrejövő vállalati koncentrációnak köszönhetően olyan agglomeráció alakul ki, melyben a klaszterre jellemző gazdasági specializációnak megfelelően egy-egy stratégiai szereplő köré beszállítókból, szolgáltatókból és alvállalkozókból széles horizontális és vertikális vállalati hálózat – sok esetben teljes termelési lánc – alakul ki. Értelemeszerűen ez a tényező a turizmus tekintetében a helyi termelőket és szolgáltatókat, az önkormányzatok közigazgatási háttérét (helyi, térségi fejlesztéspolitika), illetve a képző- és kutatóintézmények támogató/fejlesztő funkcióit jeleníti meg.
- **termelési (input) tényezők:** Ez a komponens a modell sarkalatos pontját alkotja, mivel az input tényezők határozzák meg azt, hogy a klaszter területén működő vállalatok milyen tényező ellátottsággal rendelkeznek. Ebből adódóan az inputtényezők (pl. természeti erőforrások, humán erőforrások, infrastruktúra stb.) minősége alapjaiban befolyásolja a vállalatok befektetési döntéseit és lehetőségeit. Ez a komponens a turisztikában alapvetően a desztináció természeti adottságait, a helyben elérhető kínálati tényezők (attrakciók, értéktárak) színvonalát, illetve a közös desztinációs menedzsment fejlettségi szintjét foglalja magába.



Fontos azonban hangsúlyozni, hogy a Porter-féle klaszter alapkoncepció kizárólag a stratégiai komponenseket vizsgálja, a klaszterek operatív működtetésével azonban nem foglalkozik. Ebben a tekintetben ugyanakkor a turisztikai menedzsmenthez kapcsolódó szakirodalom nyújt számunkra iránymutatást. **Egy 2010-es milánói egyetemi (IULM) kutatás az európai TDM-ek operatív működési modulusainak az alábbi négy archetípusát különböztette meg:**

- **Normatív/szabályozási modell:** Ebben a konstrukcióban egy felülről lefelé irányított turisztikai ügynökség gondoskodik arról, hogy a TDM működésében résztvevő szereplők minden érdeke képviselve legyen, és minden struktúra és folyamat a meghatározott előírások szerint alakuljon ki. Ebben a modellben a TDM szervezeteket egyszerre akár az állami és a magánszektor is finanszírozhatja. Erre a modellre példák a Bécsben (Ausztria) és St. Moritzban (Svájc) létrehozott TDM-ek.
- **Vállalkozói modell:** Itt a TDM struktúráját és működését annak tagjai belülről, konszenzuális módon határozzák meg és módosítják, legyenek azok állami vagy magánszektorbeli entitások. Ebben a modellben a TDM szervezeteket a tagok hozzájárulásaiból lehet finanszírozni. Példák erre a modellre a barcelonai és berlini TDM szervezetek.
- **Vezető vállalati modell:** A konstrukció lényege, hogy a TDM működtetését alapvetően egyetlen entitás (akár vállalat, akár közintézmény) irányítja, ezzel dominálva a desztináció promócióját és az erőforrások elosztását. Ebben a modellben az együttműködés nagyon alacsony, mivel a domináns entitás nem tudja ösztönözni az összes érintettet a közös stratégiák kidolgozására. Példa erre a modellre az olaszországi milánói vásárt szervező TDM szervezet.
- **Fragmentált modell:** Ez a válfaj számos olyan desztinációra jellemző, ahol a turizmus spontán módon, alulról szerveződő módon fejlődött, az együttműködés pedig elsősorban a rövid távú promóciós tevékenységekre korlátozódik, de ugyanakkor a kooperáció bővítésének potenciálját is magában hordozza. Példák erre a modellre a mantovai irodalmi fesztivál (Festivaletteratura) és művészeti kiállítások Perugiában, Olaszországban.

42. ábra: A TDM működési modelljeinek összegzése

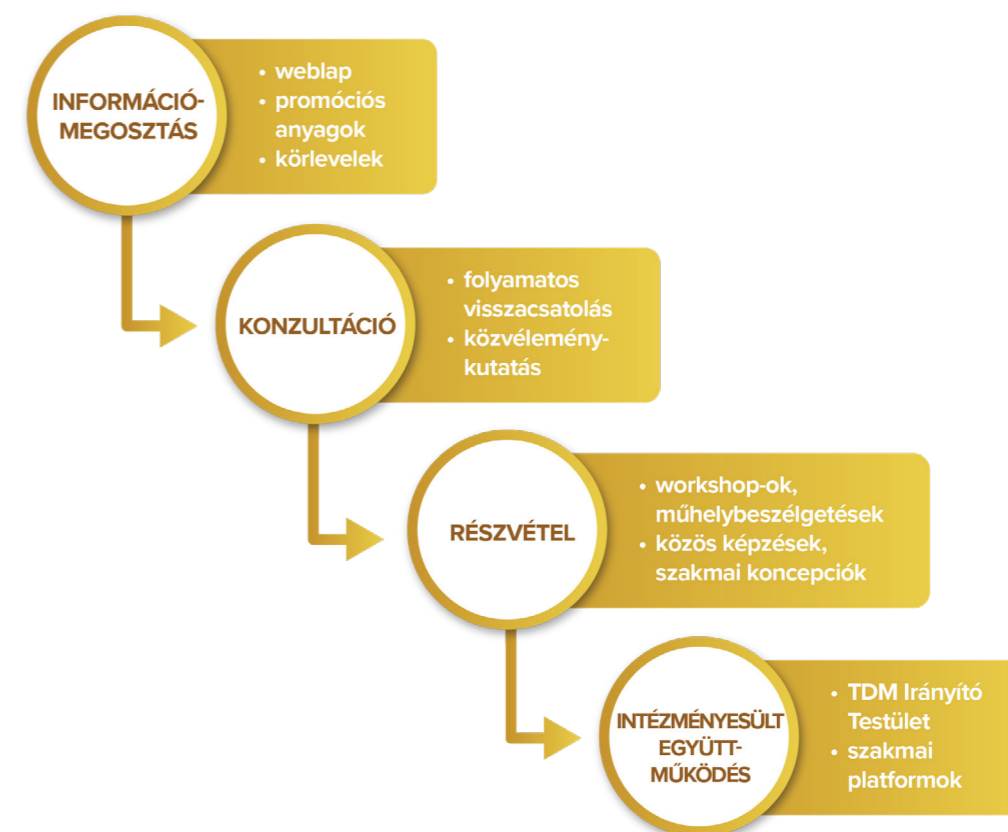


Forrás: saját szerkesztés

A fenti működési rendszerezéssel párhuzamosan azonban a **TDM szervezetek keretében megvalósított kooperáció szintjét is célszerű interpretálni**, mindannak értelmezése céljából, hogy a TDM-ek szervezeti egységein belül milyen szinteken lehet/érdemes kooperációt megvalósítani az adott térség turisztikai kínálatában érintett szereplőkkel. Az erre vonatkozó szakirodalmi ajánlások tekintetében a TDM kooperáció szintjeit az alábbiakban összegezzük:

- **információmegosztás:** Ez a legalacsonyabb szintű kooperációs forma, mely a klaszter szereplői között mélyebb operatív és stratégiai koordinációt (pl. közös termékfejlesztés, kínálati portfólió) nem alakít ki, a szereplők csupán a saját marketingérdekeik mentén közös arculati elemeket, térségi márkanévet, szlogeneket, illetve kommunikációs csatornákat (weblap, közösségi média) használnak a várhatóan sikeresebb promóció érdekében.
- **Konzultáció:** Olyan ágazati szereplők esetében, akik az operatív feladatok terén csak közvetett kompetenciákkal rendelkeznek, de ugyanakkor nagy érdeklődést mutatnak a TDM koordinációs és marketing stratégiai iránt (például az egyetemek, önkormányzatok, közigazgatások), a TDM vezetésének célszerű konzultálniuk ezen szakmai és közpolitikai szereplőkkel a desztinációra vonatkozó tervek és stratégiák kidolgozása során.
- **Résztvétel:** A turisztikai szolgáltatók esetében a hatékony TDM koordináció és versenyképes turizmusmarketing érdekében a desztinációs menedzsmentjének biztosítani kell ezen szereplők szerves bevonását a döntéshozatali és szakmai koncepcióalkotási folyamatokba, ezzel szavatolva a közös döntéshozatal garanciáit, valamint az egyéni szükségletek és érdekek kielégítését, a kölcsönös bizalmon alapuló kooperációs légkör kialakítását. Ebből a célból a desztináció menedzsmentje workshopokat tarthat és tematikus szakmai fórumokat rendezhet, hogy egyfelől azonosítsák az érintettek igényeit, valamint, hogy reflexióik a stratégiaalkotás és döntéshozatal szerkezetébe megfelelő mértékben beépülhessenek.
- **Intézményesült együttműködés:** Az ágazati kooperáció legelmélyültebb szintjét az intézményesített együttműködés jelenti, amikor a turizmusban érintett vállalati és közpolitikai szereplők, illetve közigazgatások (főként önkormányzatok, egyetemek, kutatóintézetek, szakképző intézmények) már nem külső, hanem belső résztvevőként (vagy tulajdonosként, vagy pedig a TDM szakmai és döntéshozatali testületeiben) jelennek meg a kooperáció szerkezetében. Ennek megfelelően az érintett szereplők ágazati befolyása egyfelől megnő, másrészt pedig a TDM-ek is koherensebb, szélesebb körű kezdeményezések felvállalásában tudnak gesztor funkciókat betölteni.

43. ábra: A TDM-ek keretén belül megvalósítható ágazati kooperáció elmélyítésének egyes szintjei



A fentiekben említett aspektusok mellett azonban még további normatív elemek is jelentős befolyással bírnak a TDM kooperáció minőségére, melyek újabb árnyalatokat jelenítenek meg a kooperációs szisztémák egyes szintjein. Ilyen aspektusnak minősül például a döntéshozatal centralizáltságának mértéke, a kooperációba bevont érintettek hálózatának sűrűsége és központisága, a közös identitás ereje és jelenlére, vagy éppenséggel a desztináció menedzserek szakmai felkészültsége. Példának okáért a tapasztalatok alapján elmondható, hogy az erősen centralizált döntéshozatali rendszerek az érintettek alacsonyabb szintű bevonását eredményezik, mivel előfordulhat, hogy a döntéshozatal során nem veszik figyelembe érdekeiket, véleményüket. Ezzel szemben a sűrűbb hálózatosodás az érdekelt felek összekapcsolódása szempontjából megkönnyíti az együttműködést, és lehetővé teszi, hogy az ágazati szereplők nagyobb befolyást gyakoroljanak a döntéshozókra, míg az alacsonyabb sűrűségű hálózatokat általában konfliktusok rombolják, ami az érintettek döntéshozatali befolyáslási képességének csökkenéséhez vezet.

4.3.1.2. ELLÁTANDÓ FELADATOK

Általánosságban elmondható, hogy a TDM-ek célja a fenntartható desztinációs versenyképesség biztosítása egy globális méretekben egyre fokozódó piaci versenyhelyzet közepette. Céljuk elérése érdekében a TDM-ek számos tevékenységet végeznek, amelyek a desztináció promóciójától a desztinációs marketing és irányítási tevékenységek szélesebb körén át az elégedettségmérésig és fejlesztési forrásszerzésig számos területre terjednek ki. Éppen ezért, a TDM-ek által felkarolandó szakmai feladatok átlátható értelmezése végett az alábbiakban célszerű strukturáltan áttekinteni azokat a kompetenciákat és szerepköröket, melyek nemzetközi kitekintésben a versenyképes TDM szervezeteket jellemzik.

Marketing feladatok

A TDM szervezetek marketing feladatainak legfőbb célja egy olyan egyedülálló, piacilag versenyképes turisztikai márka (brand) és térségi imázs kialakítása, mely az adott desztinációt és a benne rejlő attrakciókat „eladhatóvá” teszi turisták szélesebb rétegei számára. Éppen ezért fontos hangsúlyozni, hogy a TDM szervezetek marketing feladatai nem csak az online hirdetések és kommunikáció területeit foglalják magukba, hanem széleskörű értelmezésben a turisztikai termékfejlesztést, a desztináció promócióját, illetve a térségi árképzéssel járó tevékenységeket is tartalmazzák.

Ez a holisztikus megközelítés kifejezetten indokolt, mivel az adott desztinációs brand (mint turisztikai termék) a logisztikától a szálláshelyszolgáltatásig számos olyan szolgáltatói komponenset fed le, melyek a desztináció imázsát együttesen rajzolják ki, ugyanakkor a térségi turisztikai márka versenyképes fenntartásához az érintett szolgáltatók koordinálása, a közös márkastratégia-hoz történő „idomítása” elengedhetetlen követelményként jelentkezik. Éppen ezért, a TDM-ek alapvetően felelősek azért, hogy az összes termékelemet a célmárka alá vonják; úgy tekintenek rájuk, mint a desztináció „imázsának” alkotóira és „örzőire”. Mindez különféle termékfejlesztéssel kapcsolatos tevékenységek ellátását teszi szükségessé a terméktervezéstől és fejlesztéstől, a rendszeres látogatói elégedettségmérésen át egészen a márkaépítésig és pozicionálásig. Mindebben a legfontosabb szempont, hogy a TDM szervezeteknek proaktívnak kell lenniük a helyi köz- és magánpartnerségek ösztönzésében, hogy stabilan kiszámítható, egyedi és magas színvonalú szolgáltatásokat biztosítsanak a desztináció látogatói számára innovatív és jól diverzifikált turisztikai termékek fejlesztésén és promócióján keresztül. Ennek céljából a sikeres működés érdekében a TDM szervezeteknek szükségszerűen meg kell különböztetniük a céltermékeiket a versenytárs desztinációktól azáltal, hogy unikális kínálati struktúrát fejlesztenek ki, ezzel biztosítva az adott térség turisztikai versenyképességét. Mindez stratégiai szempontból elődleges fontosságú feladatként aposztrofálható. A turisták mára ugyanis kifinomultabbá váltak, ami azt eredményezi, hogy az „általános” márkaépítés már nem segít megkülönböztetni a desztinációs termékeket, szemben a „tematikus” márkaépítéssel, amely kizárólag egyedi, csak az adott térségben elérhető desztinációs erőforrásokra épít.

Operatív feladatok

A TDM-ek operatív tevékenységei, beleértve a látogatói elégedettségmérésből következő feladatok *kezelését, a bevont szolgáltatók koordinációját és támogatását, alapvető fontossággal bírnak a klaszter* sikeres működtetésében, a pozitív látogatói tapasztalatok (élmény) versenyképességének biztosításához. Annak érdekében, hogy a turisták az adott desztináció kapcsán pozitív képet alakítsanak ki, a desztinációk menedzsmentjének, mind a „fizikai”, mind pedig az „emocionális” síkokon olyan turisztikai miliót, holisztikus” szolgáltatási láncot szükséges kialakítaniuk, mely koherens keretbe foglalja a térség turisztikai kínálatát, és egyedülálló élményszerzési lehetőséget nyújt az ide érkező látogatók számára. Mindebben az alábbi operatív feladatok ellátása tekinthető nélkülözhetetlennek:

- **az érintett ágazati szereplők (stakeholderek) bevonása és koordinációja:** A TDM szerveződéseknek szükségszerűen kapcsolatokat kell ápolniuk a turizmusban érintett szereplőkkel, szolgáltatókkal, meg kell érteniük igényeiket és koordinálniuk kell az erőforrás-felhasználás, a beruházások, illetve a termékfejlesztés hatékonyságának növelését. Az a tény, hogy a desztináció fejlesztésével kapcsolatban eltérő nézőpontú, esetleg ellentétes érdekű szereplők vesznek részt a desztinációs termék (imázs) kialakításában, rávilágít a TDM-ek koordinációs szerepének fontosságára. Éppen ezért a desztináció menedzsereinek bizalmi környezetet kell teremteniük a kooperáción belül, felhívva az érdekelt felek figyelmét az együttműködés fontosságára a közös marketingstratégiák és szolgáltatásstruktúra kidolgozása terén, mely lehetővé teszi számukra a versenyképes működési alapfeltételek megteremtését.

- **fejlesztési támogatás:** A desztináció fejlesztése és versenyképessége nagymértékben függ a TDM-ek által a turisztikai ágazat szereplőinek nyújtott fejlesztési támogatásoktól, jelesül a pénzügyi forrásokhoz való hozzáférés biztosításától (ideértve a forrásszerzéshez kapcsolódó lobbitevékenységet), vagy például a minőségibb humán erőforrás-fejlesztés megteremtésétől. Annak ellenére, hogy a turisztikai projektek finanszírozása nagymértékben függ az állami szintű közintézményektől, a TDM-ek aktív szerepet játszhatnak a klaszterben résztvevők forrásszerzési potenciáljának erősítésében, befektetési lehetőségek feltárásában, mely a helyi vállalkozók ösztönzésében, a kooperációs motivációk erősítésében elengedhetetlen feladatnak tekinthető.
- **emberi erőforrások fejlesztése:** A humán erőforrás fejlesztése ebben az esetben olyan klaszterszintű oktatási és képzési programok biztosítását jelenti, amelyek lehetővé teszik a turizmusban történő versenyképes munkavégzéshez és szolgáltatásnyújtáshoz nélkülözhetetlen készségek elsajátítását, kezdve az iskolai szintű oktatási programoktól a pályamódosításra vágyók átképzéséig. Mindannak ellenére, hogy a TDM-ek alapvetően nem rendelkeznek saját oktatási és képzési programokkal, együttműködést generálhatnak a szakképző intézmények és a turisztikai szolgáltatók között, ezzel lehetőséget teremtve olyan oktatási és képzési programok elindítására, amelyek a turisztikai ágazat humán erőforrás igényeit célozzák meg a szükséges ismeretek és készségek tekintetében. (Granadában például a Tour Granada klaszter a Rural Tourism International School-on keresztül kínál képzést és oktatást).

Stratégiai feladatok

Az operatív teendők koordinálása mellett szintén kardinális jelentőségű, hogy a TDM-ek stratégiai szinten is gyakorolják koordinációs szerepkörüket, beleértve az erőforrás-gazdálkodást, a szereplők és szolgáltatások monitoringját, továbbá a közös célkitűzések kijelölését, hogy így biztosítsák a turisztikai erőforrások hosszútávú fenntarthatóságát és desztinációik folyamatos versenyképességét. Ebben a szegmensben az alábbi stratégiai feladatok ellátása tekinthető szükségesnek a TDM-ek szintjén:

- **minőségirányítás:** A klaszter szintén megvalósított minőségirányítás célja a turisztikai jó gyakorlatok egységes átvétele, illetve ezek azonos színvonalon történő működtetése. Ezzel gyakorlatilag a TDM-ek közös keretrendszerbe helyezik a kínálati tényezők minőségorientált kezelését annak érdekében, hogy a desztináció egészében azonos feltételek mentén biztosítsák a látogatók elégedettségét, valamint a kereslet kezelését a desztináció kapacitásainak függvényében.
- **elégedettségmérés:** A versenyképes turisztikai desztináció biztosításához elengedhetetlen a látogatók elégedettségére vonatkozó információk rendszeres nyomon követése, értékelése és klaszteren belül történő megosztása, továbbá a kereslet és kínálat eszerint történő folyamatos összehangolása. Mindez lehetővé teszi, hogy a turisztikai térség egységesen és koherens módon tudjon időről-időre megújulni, alkalmazkodva a kereslet átalakuló igényeihez, mely a forgalmi volumen fenntartása végett nélkülözhetetlen feladatot ró a TDM-ek vállára.

44. ábra: A TDM-ek által vállalható szakmai tevékenységeket összegzése



4.3.1.3. FINANSZÍROZÁS

A TDM-ek hosszútávú és kiszámítható működésének egyik kulcstényezője a stabil finanszírozási háttér megteremtése, mely lehetővé teszi számukra promóciós és térszervező feladataik ellátását. A nemzetközileg azonosított jó gyakorlatok alapján elmondható, hogy a sikeresen funkcionáló TDM-ek az alábbi három opció mentén alakíthatnak ki stabil költségvetési kereteket saját működésükhöz:

- **„előirányzat” szerű gazdálkodás:** A TDM-ek finanszírozási formái közül ez a modell tekinthető a legelterjedtebbnek, melyben a TDM-ek az őket fenntartó közintézményektől, költségvetési szervektől (pl. önkormányzatok, hatóságok, minisztériumok stb.) előirányzat szerű támogatásban részesülnek az általuk kezelt közpénzállományból. A támogatások bevételi forrását rendszerint helyi vagy nemzeti szinten kivetett adókból vagy illetékekből teremtik meg, mely nemzetközi szinten számos formát ölthet, az adott adórendszer sajátosságai szerint (pl. idegenforgalmi adó, iparűzési adó, ágazati különadó, forgalmi adó, környezetterhelési illeték, luxusfogyasztásra kivetett adók stb.).
- **költségregeneráló vagy ágazati finanszírozás:** Ebben a finanszírozási modellben a TDM szervezetében résztvevő tagok önállóan, közpénzbevonás nélkül finanszírozzák az intézményrendszer működését, melynek legfőbb forrását a tagok által befizetett tagdíj, szponzorációs díj, vagy rendszerhasználati díj, esetenként a klaszteren kívül lévő szervezetektől érkező reklámbevételek, szolgáltatási díjak és értékesítési bevételek jelentik.
- **társfinanszírozás:** Ebben a finanszírozási opcióban a közpénz-alapú és a magánfinanszírozás egyszerre érvényesül, mely a TDM számára diverzifikáltabb forrásszerzési lehetőséget teremt (erre a modellre a legkézenfekvőbb példaként az alábbiakban bemutatott francia alpesi Montagne Klaszter említhető).

4.3.2. JÓ GYAKORLATOK

4.3.2.1. PUGLIA – DÉL-OLASZORSZÁG (A NORMATÍV TDM MODELL MŰKÖDÉSE)

A dél-olaszországi Puglia a turizmus kialakulása óta folyamatosan az egyik legvonzóbb olasz régióként jelent meg, különösen a tengerparti turizmus szempontjából. Geográfiai jellemzőinek (a leghosszabb partvonal az olasz szárazföldi régiók között) köszönhetően a hagyományos „3S” turizmus (sand, sun, sea – homok, nap, tenger) erősödött meg elsőként a térségben. A keresleti tényezők változásának következtében azonban a 2010-es években a regionális turizmusfejlesztési stratégiát felülvizsgálták és korszerűsítették, mely mélyreható hatást gyakorolt a turisztikai kínálat szerkezetére. Az új megközelítés alapvető jellemzője a **differentiálás és aggregálás**, amely a korábbiakban kevésbé strukturált, generalizált kínálatot keresletorientált termékek megfelelően szegmentált portfóliójává alakított át. Ebben az átalakulási folyamatban a turizmuspromóció fókusza a régió kulturális adottságaira helyeződött át, amely a konvencionálissá váló tengerparti turizmus mellett a régió „lassú” turisztikai (*slow tourism*) modelljét az alábbi aspektusokkal bővítette ki:

- Művészet és kultúra;
- Üzleti turizmus (MICE turizmus);
- Lokális gasztronómia;
- Rendezvények és szórakozás (programturizmus);
- Természet, sport és wellness;
- Hagyomány és folklór.

A turisztikai kereslet felpozícióba emelése érdekében ráadásul a regionális TDM az online marketingre, a rohamosan fejlődő közösségi médiák felületein történő promócióra is kiemelt figyelmet kezdett fordítani. Ebből a célból egy interaktív regionális turisztikai weblap (*Viaggiare in Puglia*), illetve egy Facebook/Instagram/Twitter/YouTube profil (*We are in Puglia*) jött létre folyamatosan frissülő tartalommal, melyek az elmúlt években a fizetett online hirdetések mellett a régió turisztikai promóciós motorjaivá váltak.²⁸ Ennek köszönhetően az utazás megtervezéséhez a látogatók többek között széles skálán mozgó tematikus javaslatokat, csomagkínálatokat, szállásajánlásokat, 3D digitális túrákat, illetve videótárat vehetnek igénybe, mely döntésüket nagymértékben könnyíti meg.

A regionális turizmus desztinációs menedzsmentjéért – a normatív modell alapján – a **PUGLIA PROMOZIONE Regionális Idegenforgalmi Ügynökség**, mint nonprofit TDM szervezet felel, melynek fő célja a régió turizmusfejlesztésének, illetve egységes arculatépítésének előmozdítása, továbbá az ezekhez kapcsolódó operatív feladatok ellátása. Stratégiai szempontból a TDM számos köz- és magánszféra partnerséget alakított ki, melyekben a legfontosabb regionális ágazati klaszterek (ipari, kereskedelmi, szakképzési, innovációs) egyaránt megtalálhatók, így a turisztikai termékek fejlesztése és összehangolt promóciója széleskörű ágazatközi együttműködésen alapulhat. Ennek köszönhetően a pugliai TDM mára már nem csak közvetlen turizmuspromóciós célokat, hanem a **vállalatok digitalizálásához, a környezeti fenntarthatósághoz, illetve a minőségi humánerőforrás biztosításához kapcsolódó stratégiai törekvésekben is megjelenhet**, ezzel erősítve a régió turizmusfejlesztésének pozitív irányú, gazdaságilag tova-
gyűrűző hatásait.

28 <https://www.enicbcmec.eu/sites/default/files/2021-04/Med%20Pearls%20Most%20Innovative%20Practices%20Prom&Com.pdf?fbclid=IwAR0PdFybOuhthttps://www.enicbcmec.eu/sites/default/files/2021-04/Med%20Pearls%20Most%20Innovative%20Practices%20Prom&Com.pdf?fbclid=IwAR0PdFybOusE9pIZdvDBiARxspRw1ERNII4TJ-HiBRUc99qyUZOBMuufesi#page12sE9pIZdvDBiARxspRw1ERNII4TJ-HiBRUc99qyUZOBMuufesi#page12>

A TDM szervező ereje azonban nem csak az ágazatközi kooperáció működtetésében, hanem a desztináció operatív működtetésében is példaértéket képvisel, mely elsősorban **a szálláshelyek koordinációjában és monitoringjában** nyilvánul meg. A TDM szervezet ugyanis – a digitalizáció jegyében – egy **integrált digitális desztinációmenedzsment rendszert** (DMS) fejlesztett ki, melynek alkalmazása a szálláshelyszolgáltatóknak kötelező érvényű. A DMS felületén a szálláshelyszolgáltatók rögzíthetik a foglalási adataikat, így a TDM szervezet számára a desztináció teljes egészéről naprakész információhalmaz áll rendelkezésre, melyből a forgalmi trendeket pontosan tudja követni és értékelni. Mindez kedvező feltételeket nyújt Ahhoz, hogy a TDM szervezet az esetleges keresletcsökkenés, vagy éppen az egyes attrakciók szintjén azonosítható kapacitásproblémák esetén beavatkozzon, marketing és támogató hatásköreit gyakorolva biztosítson megoldást a fennálló kihívások kezelésében.

Ennek eredményeként Puglia az Európai Unión belül az egyik leginkább reszponzívabb (rugalmas reakcióra képes) turisztikai térséggé vált, mely a versenyképesség terén szignifikáns előnyöket tesz elérhetővé a térségi turizmus szereplői számára.

4.3.2.2. MONTAGNE KLASZTER – FRANCIA-ALPOK (A VÁLLALKOZÓI TDM MODELL MŰKÖDÉSE)

A dél-nyugat-franciaországi Auvergne-Rhône-Alpes régió Európa egyik legattraktívabb síparadicsomaként definiálható, melynek gazdaságában a síturizmus mellett a turizmus számos más válfaja (főként az aktív turizmus, ökoturizmus) is kardinális szerepet játszik. Éppen ezért a régió makrogazdasági fejlesztésében a turisztikai ágazat komplex fejlesztése jelentős mértékű gazdaságélénkítő hatásokat generálhat, mely további dinamikát kölcsönözhet a térség prosperálásához. Az ebben rejlő potenciálokat felismerve 2012-ben a helyi gazdasági szereplők megalapították a **Montagne Klasztert**²⁹, mely a hegyvidéki terület komplex turizmus- és gazdaságfejlesztését elősegítve mára több mint 450 vállalatot tömörít magába, 5500 fős aggregált alkalmazotti és 1 milliárd eurós éves forgalmi bázissal.

A klaszter irányító testülete alapvetően hálózatépítési, képzési, innovációs és marketing tevékenységein keresztül támogatja tagjainak fejlődését, hozzájárulva a növekvő turisztikai versenyképességhez, a desztináció vonzerejének erősítéséhez. Ennek tükrében **a klaszter stratégiai célkitűzései** az alábbiakban összegezhetők:

- a hegyvidék turisztikai szereplőinek és fejlesztéseiknek koordinálásam közös promóció megvalósítása;
- a térség turisztikai fejlesztésében az innováció és a környezeti fenntarthatóság szempontjainak erősítése;
- intézményi keretrendszer működtetése a térségi versenyképesség növeléséhez;
- a hegyvidék turisztikai, gazdasági jó gyakorlatainak nemzetközi promotálása.

Az így kiépülő intézményi keretrendszerben a Montagne Klaszter irányító testülete – tematikusan szakosított intézményi egységeken keresztül – az alábbi szolgáltatásokat nyújtja saját tagsága számára:

- **kommunikáció:** Közös kommunikációs stratégiai keretrendszer (márka- és identitásépítés) kialakításán, illetve szakmai rendezvények szervezésén keresztül a klaszterszervezet a desztináció attrakcióit, illetve a tagok és a szektor turisztikai értékeit népszerűsíti Franciaországban és szerte a világon. Ezzel a résztvevő vállalatok nagyobb kommunikációs impaktra tehetnek szert, a turizmus volumenének erősítésében pedig egymás potenciáljaira is hagyatkozhatnak.

- **innováció:** A klaszter egyik legfontosabb gazdaságélénkítő tevékenysége a turizmuspromóció mellett a térségi innovációs ökoszisztéma erősítése, melyben a vállalati szféra már létező szakértelmét a digitalizáció és környezeti fenntarthatóság szempontrendszerének irányába orientálják. Mindez kiemelten fontos, mivel a globális klimatikai átalakulás a hegyvidéki területeket (is) kritikusan érinti, így a turizmus és a hozzá kapcsolódó vállalati szereplők zöldítésével, a szolgáltatások környezetbarátabb tételével a fenntarthatósági és versenyképességi szempontok egyszerre kezelhetők.

- **üzletfejlesztés:** Az innovációs szolgáltatással szoros összhangban a Montagne Klaszter szakmai támogatást nyújt tagjainak a szervezetfejlesztési reformjaik, befektetések megvalósításában, értékesítésük növelésében, üzleti kapcsolataik és politikai lobbijuk növelésében, sőt, adott esetben a nemzetközi piacokon történő megjelenésében is (pl. helyi termékek és szolgáltatásértékesítés esetében).

- **foglalkoztatás és képzés:** A térség turisztikai és gazdasági versenyképességének fenntartásához és erősítéséhez a megfelelő humánerőforrások folyamatos utánpótlásának biztosítása kardinális jelentőséggel rendelkezik. Éppen ezért a klaszter a vele együttműködő képző- és oktatási intézményekkel közösen arra törekszik, hogy a szervezetben résztvevő vállalatok számára megfelelő mennyiségű és egyre növekvő színvonalú munkaerőkínálat álljon rendelkezésre a régió területén, egyszerre idomulva a vállalkozók és a kereslet (turisták) igényeihez.

A Montagne Klaszter legutóbb publikált, 2020-as költségvetésének főösszege nagyságrendileg 900 ezer eurót tett ki, mely önmagában nem tekinthető jelentősebb mértékű finansziális háttérnek. A költségvetés kiadási oldalán a szervezetre fordított innovációs kiadások 16, míg a beruházási célú kiadások 36 százalékot emésztettek fel. Szintén hangsúlyozandó, hogy **a kiadásokat finanszírozó bevételeknek hozzávetőlegesen 50 százaléka származik saját forrásokból (tagdíj, egyéb saját bevételek), míg a költségvetés másik felét közpénz, kiváltképpen a régiótól kapott források és pályázati pénzek biztosítják.**

A korlátozott mértékű önálló költségvetés ellenére azonban a klaszterszervezet közvetett módon jóval nagyobb gazdasági hasznot biztosít a régi számára, mely a regionális tanáccsal történő szoros együttműködésének köszönhető. Ezt bizonyítja, hogy az Auvergne-Rhône-Alpes régió vezetése egy külön a hegyvidék számára dedikált fejlesztési konstrukcióban **100 millió eurós fejlesztési keret** elérését tette lehetővé, mely az alábbi komponenseken keresztül járul hozzá a térség turizmus orientált gazdaságfejlesztéséhez:

- környezetileg fenntartható fejlődés és az energiaátállási projektek támogatása (10 millió euró);
- turisztikai kínálat diverzifikálása és az éghajlati veszélyektől való függés csökkentése (15 millió euró);
- a téli szezon meghosszabbítása mesterséges hótakaró biztosításával (30 millió euró);
- a síoktatás és a hegyek felfedezésének lehetővé tétele a régió minden diákja számára (6 millió euró);
- szabadidős és üdülőközpontok épületeinek felújításához nyújtott támogatás (10 millió EUR);
- kis üdülőhelyek támogatása (5 millió EUR)
- völgylift-projektek támogatása (20 millió EUR)

Szintén megemlítenéd, hogy a Montagne Klaszter **kiemelt együttműködést ápol a külügyminisztérium, a sportminisztérium és a pénzügyminisztérium apparátusaival**, melynek köszönhetően a térség kormányzati lobbijereje megerősödött, másrészt pedig – főként a külügyminisztériumnak köszönhetően – mint Chile, Kína, Irán és az Egyesült Államok irányában tudott nemzetközi kapcsolatokat kialakítani, melyek a térség nemzetközi vonzerejét és értékesítését magasabb dimenziókba helyezik.

29 <https://www.cluster-montagne.com/>

4.3.2.3. DELTA2000 – PÓ-DELTA (A VEZETŐ VÁLLALATI TDM MODELL MŰKÖDÉSE)

Az előző két példa, vagyis a normatív és vállalkozói modell elegyeként tekinthetünk a Pó-folyó deltavidékének TDM szisztémájára, melynek sikeres működésének köszönhetően a deltavidék mára az észak-olaszországi Emilia-Romagna tartomány egyik legdinamikusabban növekvő desztinációjává nőtte ki magát, mint Európa második legnagyobb édesvízi élőhelye. Ráadásul a siker jelentőségét tovább erősíti, hogy a desztináció promócióját a turisztikailag jóval látogatottabb Ravenna és Bologna árnyékában kellett megvalósítani, mely a helyi TDM szerveződésekben rejlő potenciálok meglétét igazolja.

A deltavidék TDM szervezeti hátterének lényege, hogy a desztinációmenedzsmenttel járó feladatokat nem egy turisztika ügynökség vagy ágazati klaszter, hanem a térségi önkormányzatok által 1997-ben területfejlesztési és turizmuspromóciós céllal alapított **Delta2000 LEADER szervezet** látja el.³⁰ Szervezetileg a DELTA2000 jelenleg 64 tagból áll, akik harmadrészükből önkormányzatok és köztisztviselők (pl. a nemzeti park irányító hatósága, vagy a helyi kereskedelmi és iparkamara), kétharmadukban pedig helyi vállalkozói, termelői, szolgáltató szövetségek, érdekképviselők, melyek együttesen biztosítják a különböző fejlesztési motivációk közötti összhang, vagyis a koordinált területfejlesztés és turizmuspromóció megteremtését.

Mindennek megfelelően a DELTA2000 legfőbb fejlesztéspolitikai célkitűzése a térség komplex gazdaságfejlesztésének biztosítása turizmus-orientált projektek megvalósítása mentén, melynek érdekében szervezetileg az alábbi operatív feladatokat látja el:

- **területi tervezés és projektgenerálás:** A deltavidéket érintő tervezési és fejlesztési irányvonalak meghatározása „alulról felfelé” történik, a térség valamennyi gazdasági szereplőjével való konzultáció és közös döntéshozatal útján. A helyi gazdaság növekedését és támogatását célzó beavatkozások azonosításával, megtervezésével és megvalósításával a DELTA2000 olyan komplex területfejlesztési keretrendszer megteremtésére és működtetésére törekszik, melyben a turizmusgenerálás szempontjai mentén a helyi termelők, vendéglátóhelyek, szolgáltatók és természeti desztinációk szerves és szinergikus fejlődése valósulhat meg. Mindennek köszönhetően a turizmus a deltavidék gazdaságfejlesztési motorjaként értelmezhető.
- **térségmarketing:** A térségi turizmusfejlesztés érdekében a DELTA2000 olyan promóciós tevékenységet valósít meg, amelyek online és offline (főként tematikus kiadványok, brosrák, szórólapok) felületeken a desztinációt integrált kínálati struktúra mentén kommunikálják, egyszerre fókuszálva a deltavidék természeti szépségeire, a kulturális és épített örökségre, illetve a helyben elérhető szolgáltatások minőségére. Mindebben kitüntetett szerep hárul a *PoDeltaTourism* desztinációs weblapra, illetve az ugyanezen névvel létrehozott Facebook profilra, melyek egységes arculat és informatív kommunikációs struktúra mentén biztosítják a térség láthatóságát az utazásukat tervező turisták számára. Ebben a tekintetben szintén hangsúlyozandó, hogy a DELTA2000 a létező online felületek mellett egy okostelefonokra optimalizált applikációt is fejlesztett *I Love Po Delta* névvel, mely a deltavidéken elérhető turisztikai szolgáltatásokat, csomagkínálatokat, túraösvényeket, desztinációkat a lehető legkorszerűbb módon, multimédiás tartalmak formájában közvetíti a látogatók irányába.
- **termékmenedzsment, kulturális örökségvédelem:** A deltavidék tradicionális természeti képének, életformájának (sóleparlás, halászat), biológiai sokféleségének, illetve a hagyományos kulturális (főként gasztronómiai, kézműipari, mezőgazdasági) értékeinek és termékeinek megőrzése érdekében a DELTA2000 támogatásokat biztosít olyan vállalkozói és önkormányzati projektek megvalósításához, melyek a tradicionális értékek mentén erősítik a térség turisztikai imázsát és identitását.

30 <https://www.deltaduemila.net/>

Mindez a desztináció turisztikai kínálatában egyértelműen az autentikus aspektusokat erősíti, mellyel a deltavidék, mint prémium turisztikai termék, versenyképesebb módon tudja magát elhatárolni az őt körülvevő versenytárs desztinációktól.

- **képzés, szakmai tanácsadás:** Szakképző intézményekkel történő együttműködéssel, illetve workshopok és kurzusok szervezésével a DELTA2000 a területen működő szolgáltatók munkaerőkeresletének kielégítését is igyekszik támogatni, mely a versenyképes turisztikai kínálat fenntartásában létszükségletnek számít. Emellett, a terület fejlesztésének érdekében tanácsadói, konzultáns szerepet is felvállalhat a tartományi és nemzeti szintű partnerek irányában, mellyel a LEADER egyesület a helyi és nemzeti fejlesztéspolitikai törekvések összhangját igyekszik megteremteni.

4.3.2.4. VULKANLAND – AUSZTRIA (A STÁJER DELTA200)

Szintén a sikeres TDM kooperáció megvalósítására nyújt követendő jó gyakorlatot a Stájerország dél-keleti részén fekvő, vulkanikus földrajzi adottságairól nevezetes Vulkanland turisztikai kooperációja, ahol a szakmai feladatokat az előző példához hasonlóan ugyancsak a térség fejlesztéséért felelős LEADER szervezet vállalja fel 1995-ös alapításától kezdve. A hatékonyan működő klaszterszervezet 31 település vidékfejlesztési és turisztikai törekvéseit fogja egybe közös márkastratégián, értékesítésen, desztinációfejlesztésen, turisztikai csomagajánlatok kidolgozásán, marketingtevékenységen, vállalkozáspolitikán és szolgáltatás-harmonizáción keresztül.

A LEADER szervezet működési hatékonyságának köszönhetően, **az egykor Ausztria egyik legelmaradottabb vidéki területének számító Vulkanlandot 2013-ra az alpesi ország második legélhetőbb térségévé választották**, ahol a fenntartható vidéki társadalmak gazdasági alapjainak megteremtését követően már a környezeti fenntarthatóság, s ezen belül is a megújuló energiaforrásokra épülő energiafüggetlenség elérése jelenik meg az aktuális szakpolitikai irányítás egyik legfontosabb céljaként.

Sőt, **a desztináció menedzsmentje hosszútávú célként rögzítette, hogy Vulkanland 2040-re ne csak Ausztria, hanem az Európai Unió egyik leginkább élhető térségévé avanszáljon** a turizmus-orientált területfejlesztési projektek megvalósításának eredményeként. Mindez kitűnően tükrözi a térségi szinten koordinált turisztikai szolgáltatásfejlesztésben és térségmarketingben rejlő potenciálokat.

Az együttműködés kapcsán szintén hangsúlyozandó, hogy a TDM feladatok ellátása mellett LEADER helyi akciócsoport feladatokat is ellát, így a turisztikai fejlesztéseket – a DELTA2000 modelljéhez hasonlóan – hatékonyabban tudja összehangolni a szélesebb körű gazdaságfejlesztési feladatokkal. Mindez az osztrák vidéki turizmus szempontjából kifejezetten indokolt, mivel **az ágazat sajátos fejlődéstörténetének következtében a turisztikai szolgáltatók a szálláshelyszolgáltatás és vendéglátás mellett más gazdasági termelőtevékenységet (főként agrártevékenységeket vagy kisiparos feladatokat) is végeznek**, melyek a turizmus szereplőit komplexebb gazdaságfejlesztési potenciálokkal is felruházzák. Következésképpen **a turisztika fejlesztésével jelentős multiplikátor hatások generálhatók**, így a térség gazdasági dinamizálása nagyobb hatásfokkal stimulálható. Ebben a működési keretrendszerben a helyi akciócsoport az alábbi feladatok ellátásáért felelős:

- **turisztikai identitás és vonzerő erősítése:** Vulkanland turisztikai kínálatának népszerűsítése és a desztináció vonzerejének növelése érdekében a helyi akciócsoport szoros kooperációt tart fent az ágazat szereplőivel, akikkel közös márká- és marketingstratégiát dolgozott ki, mely elsősorban a helyi gasztroturisztikai, természeti és kulturális értékekre, valamint az itt működő gyógyhelyekre alapoz. Hangsúlyozandó, hogy a regionális márká használatát a turisztikai szereplők számára egy **egységes márkalicenz** szabályozza, mely magában foglalja a márká használati jogát, és lehetővé teszi a „*Meisterkultur*” térségi hálózathoz való hozzáférést.

Ez a hálózat egy olyan belső minőségbiztosítási rendszerként értelmezhető, mely a látogatók számára szimbolizálja a szolgáltatók elköteleződését a helyi értékek, a minőségi szolgáltatások, illetve a környezeti fenntarthatóság területén. Mindez kifejezetten fontos, hiszen a licensz alkalmazása előfeltétele a stájer regionális turisztikai márkához (*Steiermark*) történő csatlakozásnak, melynek alkalmazása a tartományi szereplőkkel történő együttműködésen keresztül Vulkanland számára további gazdasági hasznot hajt.

- **zöldgazdaság erősítése:** A fentiekben említett aspektusoknak megfelelően, a helyi akciócsoport legfőbb fejlesztési célkitűzése, hogy két évtizeden belül a térség Európa egyik leginkább élhető desztinációjává váljon. Mindebben azonban nem csak a turisztikai fejlesztésekre, hanem a tágabb értelemben vett helyi gazdasági ökoszisztéma erősítésére is támaszkodni kell, mely legfőképpen a megújuló energiaforrások nagyobb arányú kiaknázásában (**energiafüggetlenség**), az **elektromobilitás** fellendítésével (Vulkanland elektromobilitási programmal is rendelkezik)³¹, a környezetileg fenntartható mezőgazdaság és termelőtevékenységek előtérbe helyezésében (**zöld gazdaság**), valamint a KKV szektor versenyképességének növelésében ölt testet, ahogyan ezt a klaszterszervezet 2040-es fejlesztési céljai, illetve az akciócsoport által generált projektek is tükrözik.
- ágazati kooperációk mélyítése: A térségi KKV ökoszisztéma erősítése érdekében a helyi akciócsoport, mint LEADER szervezet a helyi vállalatokkal olyan kooperációs sémát működtet, melyben a turisztika, mint húzóágazat középpontba helyezésével olyan **szinergikus gazdaságfejlesztési hálózat** alakult ki, melyben az egyes ágazati szereplők jelentős mértékben részesülhetnek a turizmusfejlesztés multiplikátor hatásaiból. Ez az együttműködés Vulkanland gazdasági fejlődését erőteljesen dinamizálja, így a térség méltán vált Ausztria egyik legversenyképesebb vidéki területévé.

4.3.2.5. MURAKÖZI BORÚT – HORVÁT AGROTURIZMUS

A vidéki, elsősorban falusi lakosság helyben maradásához szükséges feltételek megteremtése miatt fontos, hogy a mezőgazdaság versenyképesebb funkciókkal működhessen. Ehhez a **multifunkcionális mezőgazdaság** koncepciója – akárcsak az előző stájer példában is tapasztalhattuk – ideális lehetőséget biztosít, melynek értelmében a termelési és értékesítési hálózatba szerveződő helyi termelők már nem csak a mezőgazdasági termékek előállítására és értékesítésére, hanem a tevékenységükhöz szorosan kapcsolódó szolgáltatások (pl. agroturizmus, kulturális turizmus, szociális ellátások) nyújtására is kiemelt hangsúlyt helyeznek. Mindennek köszönhetően egyrészt a gazdasági tevékenységük diverzifikációján keresztül többletbevételekre tehetnek szert, másfelől pedig a kiegészítő szolgáltatások hatására nagymértékben ösztönözhetik a térségi turizmus és az unikális térségimázs fejlesztését.

A multifunkcionális mezőgazdaság koncepciójának hatékony gyakorlati megvalósulása kapcsán – a Mura-mente számos jó gyakorlata mellett – a 2004 óta működő **Muraközi Borutat** (*Vinska cesta u Medimurju*)³², illetve a borrégió központját alkotó Štrigovát lehet megemlíteni, ahol körülbelül negyven térségi résztvevő folytat összehangolt turisztikai és értékesítési tevékenységet a történelmi, természeti, kulturális és gasztronómiai értékekre alapozva. A borút legjelentősebb érdeme, hogy a méretgazdasági előnyök kiaknázása érdekében hatékonyan működő klaszterszervezetként – az általa nyújtott marketing és kommunikációs funkciók mellett – a résztvevők számára **biztosítja a gazdasági tevékenységek egymás között történő, egyéni igények szerinti harmonizációját**. Ennek köszönhetően a borutat üzemeltető gazdák

31 http://archiv2018.vulkanland.at/upload/docs/modules/news_details/00000002492.10.pdf

32 <https://medimurje.info/wp/medimurska-vinska-cesta/>

és szolgáltatók számára lehetőség nyílt a kizárólag bortermelésen alapuló gazdasági tevékenység diverzifikálására, melynek köszönhetően az utóbbi bő egy évtized során a borút mentén (többnyire régi pincék örökségvédelmi szempontból is releváns felújításával, népszerű borászati rendezvények szervezésével, csomagkínálatok kialakításával) új turisztikai desztinációk, főként modern szolgáltatásokat nyújtó borászatok, szálláshelyek, éttermek, valamint borászati túraútvonalak jöttek létre a térség által kínált szolgáltatások színvonalának nagymértékű növekedését eredményezve. Mindez nagyban hozzájárult ahhoz, hogy a muraközi vendégéjszakák száma a 2006-ban mért évi 50 ezer éjszakáról 2008-ra 73 ezer vendégéjszakára nőtt, mely a sikeres térségmarketing és szolgáltatásfejlesztés következményeként, 10 év elteltével, 2017-re 168 ezer éjszakát is elért.

A Muraközi Borút klaszter sikereit a belső kooperáció mellett még az alábbi két tényezőnek is köszönheti:

- A Muraközi Borút, mint önálló szereplő, aktív szerepet vállal a „*Visit Medimurje*”³³ regionális turisztikai márka működtetésében, valamint a Muraközi Turisztikai Ügynökség által menedzselte ágazati klaszter keretében a tágabb térség turisztikai szereplőivel történő kooperációban. Mindennek következményeként a borút szolgáltatói egyrészt nagyobb promóciós felületen tudnak megjelenni, másfelől pedig földrajzilag szélesebb csomagkínálati struktúrába tudnak bekapcsolódni, mely közvetlenül járul hozzá a hegyháti vendégéjszakák és bevételek növeléséhez.
- A Muraközi Turisztikai Ügynökséggel együttműködve a borút egyesületi tagsága sikeresen adaptálta a kerékpáros turizmus fellendítését szolgáló minőségbiztosítási, **Cyclist Welcome Classification System** (CWCS) névre keresztelt rendszert. A rendszer lényege, hogy a hozzá csatlakozó vendéglátóknak kötelező jelleggel olyan kerékpáros alapszervízzolgáltatást kell biztosítaniuk, mellyel az ide érkező kerékpáros turisták egyrészt az eszközeiken jelentkező hibákat könnyen orvosolhatják (pl. kerékcseré, pumpa, kerékpármosó, szervízállvány stb.), másfelől pedig információkat szerezhetnek a térség kerékpáros nyomvonalairól és az egyes attrakciókról. A CWCS sikerét bizonyítja, hogy a tanúsítási rendszernek köszönhetően Muraköz és a borút a kerékpáros turisták egyik legkedveltebb célpontjává vált, így Muraköz vezetése a hegyhátra kiemelt turisztikai beruházási területként tekint, ahol jelenleg is egy horvát-magyar INTERREG projekt keretében valósul meg kerékpáros látogató központ és kilátó fejlesztés.

4.3.2.6. ZÜRICH TOURISM – (A ZÜRICHI TOURINFORM)

Városi szintű TDM feladatokat ellátó, kb. 60-70 fős állománnyal működő Zürich Tourism TDM szervezet feladata Zürich város globális turisztikai promóciójának működtetése, a város márkastratégiájának érvényre juttatása, valamint a turisztikai szereplők közötti kooperáció kialakítása és fenntartása. Ennek érdekében a Zürich Tourism alapfeladatai részeként egy többnyelvű, komplex turisztikai weblapot működtet, mely a városban elérhető szálláshelyekről, szolgáltatásokról, attrakciókról és programkínálatról nyújt naprakész és korszerűen strukturált információkat a turisták számára. Mindemellett, a TDM a város főpályaudvarán egy turisztikai információs irodát is működtet, ahol az ide érkező vendégeket tanácsokkal, információkkal és promóciós anyagokkal láthatják el mind a város egésze, mind pedig az egyes szolgáltatók és látványosságok kapcsán. Ezen túlmenően azonban, az alapfeladatok mellett a Zürich Tourism az alábbi innovatív eszközökkel, törekvésekkel igyekszik a város turisztikai versenyképességét erősíteni:

33 <https://www.visitmedimurje.com/?l=e>

- **applikáció és kártyarendszer kialakítása:** A TDM szervezet által létrehozott, ingyenesen letölthető *Zürich City Guide App* segítségével a látogatók interaktív és kényelmes módon szerezhetnek információkat a város turisztikai attrakcióival és szolgáltatóival kapcsolatban, illetve vásárolhatják meg a „Zürich kártyát”, mely teljeskörű tömegközlekedési bérletként funkcionál az ottani tartózkodás során (az ár tartalmazza a hegyi felvonókkal történő közlekedést és a folyami sétahajózást is). A kártya birtoklása emellett további kedvezményekre is feljogosít, melyet a város különböző vendéglátóhelyein és szolgáltatási pontjain érvényesíthetnek a kártya tulajdonosai.
- **saját foglalási felület:** Amellett, hogy a Zürich Tourism internetes felülete széleskörű áttekintést nyújt a vele együttműködő, különböző kategóriájú városi szálláshelyekről, közvetlen foglalási lehetőséget is biztosít a látogatók számára az általuk kiválasztott szimpatikus szálláshely tekintetében. Mindez azt jelenti, hogy a klaszterben működő szállásadók nincsenek kiszolgáltatva külső foglalóportál irányába, vagyis a Zürich Tourism oldalán keresztül érkező foglalások után nem kell promóciós díjat fizetniük harmadik fél számára. Mindez a közvetlenebb és gördülékenyebb ügyfélkezelés mellett egy pénzügyileg tudatosabb modell működtetését is eredményezi.
- **környezeti fenntarthatóság:** Tekintettel arra, hogy megfelelő intézkedések hiányában a turizmus jelentős környezeti lábnyommal rendelkezik, így a Zürich Tourism a lehető legtöbb erőfeszítést igyekszik kifejezni a környezeti fenntarthatóság érdekében. A szervezet ebből a célból már 2007-ben minőségirányítási, 2010-ben pedig környezetirányítási minősítési rendszert dolgozott ki a turisztikai szolgáltatók számára, melynek köszönhetően a zürichi TDM vált Svájc első klímasemleges turisztikai szervezetévé. Ráadásul, a fenntarthatósági szempontokat erősítendő, a Zürich Tourism a helyi közigazgatások, vállalatok és a helyi tudományos szféra bevonásával közös környezeti víziót dolgozott ki a regeneratív és rugalmas turizmus pozícióinak elmélyítési szándékával, mely az ENSZ 2030-as környezeti célkitűzéseire alapul.
- **vendéglátói minőségbiztosítás:** 2009 februárjában a Zürich Tourism a városi hotelszövetséggel (*Zürcher Hotelier-Verein – ZHV*) együttműködve megalapította a Zürich Excellence Clubot (ZEC) a szállodai alkalmazottak teljesítményértékelése céljából. A kiválósági kezdeményezés célja, hogy továbbképzésekkel és tapasztalatcserékkel fejlessze a szállodai alkalmazottak szolgáltatói és desztinációmenedzsmenti ismereteit, így a szálláshelyek személyzete kompetensebb módon, magasabb színvonalon tudja a vendégek igényeit kielégíteni. A bevezető tanfolyam elvégzése után a résztvevők hivatalosan klubtagokká válnak, majd szabadon regisztrálhatnak a ZEC által kínált többi képzésre, továbbá részesedhetnek a hálózati partnerek által nyújtott kedvezményekből. A továbbképzések legfontosabb eredménye, hogy a hálózatépítés és tudásátadás hatására a helyi szálláshelyszolgáltatók ismerete erősödik Zürich turisztikai ökoszisztémáját illetően ezáltal kompetensebb személyzeti háttérrel és gyümölcsözőbb vállalati együttműködésekkel biztosíthatnak a helyi szállodaipar számára.

4.4. INTÉZMÉNYI HÁTTÉR

Az általunk javasolt új típusú szervezeti/működési megközelítés megyei fókuszú, és lehetőséget kínál mindezek előhívására. Véleményünk szerint ugyanis nem tartalmi, hanem működési akadályok álltak a siker útjában. Részletesen 3.3.1.2. fejezet mutatja be részletesen a szervezeti működési javaslatot. Tágabb értelemben pedig a 3.5 fejezet foglalkozik az együttműködés, intézmények témakörrel.

4.5. A MÁRKAÉPÍTÉSI, MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS ÉS MARKETINGKUTATÁSI TEVÉKENYSÉGEK ÉRTÉKELÉSE BARANYA MEGYÉBEN

A megye turisztikai stratégiai programjának kialakítása során megismert korábbi márkaépítési, marketingkommunikációs és stratégiai programok közös vonása, hogy azok vagy külön-külön fókuszáltak egy-egy desztinációra, vagy egyes piaci és önkormányzati szereplők támogatott együttműködését szorgalmazták. Az alábbiakban összesítve ismertetjük a kutatási eredményeket.

7. táblázat: Attrakciók Facebook, Instagram és TikTok jelenléte Baranyából (TikTok 0)

	FACEBOOK	INSTAGRAM
Zsolnay Negyed	32 000	2100
Villány	23 000	1600
Palkonya	5100	1200
Fishing	46 000	13 000
Ördögkatlan	26 000	3000
Busójárás	20 000	800
Pécsvárad	7000	-

Forrás: Saját kutatás

8. táblázat: Facebook, Instagram, TikTok jelenlét (összevetésben) TikTok 0.

	FACEBOOK	INSTAGRAM
Zsolnay Negyed	32 000	2100
Villány	23 000	1600
Művészetek völgye	88 000	11 400
Fishing	46 000	13 000
Ördögkatlan	26 000	3000
Busójárás	20 000	800
Virágkarnevál	36 000	1200
Paloznak	22 000	4400

Forrás: Saját kutatás

9. táblázat: Látnivalókra leadott értékelések a szallas.hu oldalon

Egri vár	2759	Veszprém	1086
Miskolctapolcai Barlangfürdő	2373	Somogy	841
Zalakarosi fürdő	2279	Borsod-Abaúj-Zemplén	634
Harkányi Gyógyfürdő	1993	Zala	506
Hévízi-tó	1500	Heves	493
Gyulai Várfürdő	1410	Baranya	349
Festetics-kastély	1369		
Siklói Vár	1299		
Nyíregyházi Állatpark	1199		
Sárvári Gyógyfürdő	1140		
Mórahalmi Gyógyfürdő	1078		
Makói Hagymatikum	1045		

Forrás: Saját kutatás

10. táblázat: Programokra leadott értékelések a szallas.hu oldalon

Tokaji Séta	120	Veszprém	241
Városnéző Séta Eger	68	Somogy	176
Kultikötő, Balatonföldvár	64	Heves	165
Egri Bikavér Ünnepe	54	Borsod-Abaúj-Zemplén	155
Belvárosi Séta Kaposvár	48	Hajdú-Bihar	134
X. Gyulai Végvári Napok 2022	45	Zala	125
Balatonfüredi Borhetek 2022	42	Baranya	102
Bükfürdői Termelői Piac	38		
Debreceni Virágkarnevál	37		
XI. Érsekkerti Nyári Játékok	35		
Tematikus városnézés	33		
Tokaji Fesztiválfesztivál	32		

Forrás: Saját kutatás

A továbblépés lehetőségét nem az attrakciógazdák feladatainak önkormányzati átvállalásában, hanem egy új struktúra kialakításában, a desztinációk és projektek kommunikációs támogatásában látjuk. Abban, hogy olyan platformot teremtsünk, amely egyenlő lehetőséget, folyamatos láthatóságot biztosít minden érintettnek és együttműködő partnernek. **Baranya megye újraindítása a szereplők bevonásával, az együttműködés feltételeinek biztosításával, egy transzparens és fenntartható működési gyakorlat kialakításával lehetséges.**

Így biztosítható a nagyszámú és különböző gazdasági erővel rendelkező együttműködő partnerek közötti kiegyensúlyozottság, a földrajzi lefedettség, és így erősíthetik egymást a külön-külön is jól azonosítható desztinációk.

Szabó Géza 2022 tavaszán publikált tanulmányának bevezetője pontosan leírja, mekkora kihívás előtt áll a régió turisztikai iparága:

„A 2019-es turisztikai „sikerévet” követő pandémia válság erősen hatott a dél-baranyai térség turizmusára is. A pandémia első, második és harmadik hullámai és az azok megfékezését szolgáló karantén intézkedések teljesen ellehetetlenítették a turizmust. A nagy visszaesések és járványhullámok közötti kereslet élénkülése nyomán már érezhető a turizmus nemzetközidimenzióiban is olyan változások, amelyek térségre is hatással lehetnek, valamint hazai 2020-as és 2021-es tapasztalatok is a tanulságok levonására ösztönöznek a közeljövő és a távolabbi – remélhetően pandémiamentes – időszak turisztikai fejlődését, fejlesztéseit illetően. Ebben a gondolkodásban a turisztikai keresleti és kínálati trendek szükségszerű, de nehezen meghatározható változásai és a hazai fejlesztéspolitika által kijelölt stratégiai irányok is determináns tényezőkként veendő figyelembe.” [\(Világjárvány formálta turizmus trendek és a hazai fejlesztési politika várható hatásai Dél-Baranya turizmusára\)](#)

Az elmúlt évtizedekben Baranyában és Dél-Dunántúlon számos különböző, az értékeket jól azonosító, ám megvalósulásig sajnos nem jutó stratégiai programterv készült. Szinte minden település, desztináció elkészítette a maga programját úgy, hogy dobozon belül gondolkodtak a megoldásokról, és ha tettek is kísérleteket szélesebb összefogásra, azok erőtlenekek és esetiek, és jórészt forráshiányosak voltak. A marketingkommunikációs sikerek egymástól elszigetelt, rövid életű történetek maradtak, melyek meghatározó forrása szinte minden esetben valamilyen közreműködő vezető vagy munkatárs személyes elkötelezettségének, aktivitásának volt köszönhető, amely a körülmények, vagy a fókuszok változásával aztán el is halt, rövidebb vagy hosszabb idő alatt.

Ilyen körülmények között sajnos nem tudott megfelelő erőre kapni a turisztikai klaszterfejlesztés és – klaszteralapú működés sem, hiába tárta fel több tanulmány is a vidéki turizmusban fellelhető és értékesíthető értékeket (mint például Bozóky Anita, Dr. Csapó János és Varga Rita 2020-as dolgozata), ha azokat senki nem integrálta valamilyen komplex projektbe. **Mindaddig, amíg Baranya turisztikai vonzerejét nem egy sehol máshol el nem érhető attrakció adja, hanem a térség sokszínűsége, a turisztikai marketingnek erre kell figyelemmel lennie.**

A 2000-es évek regionális fókuszának köszönhetően a legtöbb marketingkommunikációs beagondolás és próbálkozás nem is annyira megyei, sokkal inkább dél-dunántúli fókuszú volt. Mivel azonban a régió egésze sem rendelkezik világgraszáló attrakcióval, az összefogás, a közös marketingkommunikáció lehetősége így még távolabb került a turisztikai piac egyes, főleg kisebb szereplőitől.

Egyértelműen azonosítható a minőségi településmarketing hiánya, illetve elégtelensége is. Az Új Magyarország Fejlesztési Terv ROP támogatási konstrukciója által felülről ösztönzött, alulról szerveződő TDM szervezetek a támogatás elfogytával beszűkültek illetve bezártak. Megyénkben is pár szervezet maradt talpon, melyek a tagdíj befizetések mellett más további támogatásból tartják fenn magukat.

A fentiek alapján összefoglalóan elmondható, hogy az egyedileg kezdeményezett marketing akciók, kommunikációs tevékenységek nem tudták elérni azt a célt, hogy a megye értékei megfelelő vonzerőt tudjanak képviselni az élesedő hazai versenyben. Azonosítható az átgondolt és hosszú távra felépített marketing tevékenység hiánya, a szereplők közötti összefogás hiánya ezen a területen.

2019-ben, a COVID-19 világjárvány előtt a turizmus a globális szolgáltatáskereskedelem 7 százalékát tette ki, egyes országokban pedig akár a GDP 20 százalékos részarányát is elérte. A pandémia, továbbá az azt követő relatív gyors gazdasági kilábalás által előidézett nyersanyaghiány és infláció, valamint az orosz-ukrán háború által tovább fűtött energia- és élelmiszerárrobbanás azonban súlyosbodó piaci körülményekkel és globális gazdasági recesszióval fenyegetnek, melynek jelei 2022 őszére európai és hazai kontextusban egyaránt láthatóvá váltak. Mindez a turizmus és vendéglátás ágazatait csökkenő forgalommal, növekvő költségekkel és kiszámíthatatlanabb munkaerőpiaci kilátásokkal szembesítik, mely az ágazat fejlesztését és működtetését – sok más gazdasági területtel egyetemben – a következő évek horizontján ki-fejezetten kockázatosá teszik. Éppen ezért, a jelen stratégiában alapvető fontosságú a turizmust érintő belső és külső kockázati tényezők pontos feltárásának elvégzése, ezzel elősegítve a körütekintő stratégiaalkotást, illetve az egyes projektkoncepciók reális körvonalazását.

5.1. GLOBÁLIS, KÜLSŐ KOCKÁZATOK

A globális járványügyi helyzet javulásának következményeként – az UNWTO statisztikák ismeretében – elmondható, hogy a nemzetközi turizmus volumene már 2022 január-márciusban közel háromszoros növekedési ütemet mutatott az előző év azonos időszakához képest, mely leginkább az európai kereslet erősödésében öltött testet. Mindennek köszönhetően a 2021. első negyedévében mért 41 millió fős nemzetközi turisztikai forgalom mértéke 117 millió utazóra emelkedett, mely egyértelműen szemlélteti a turizmus iránti felélénkülő keresletet, a pandémia okozta válság után regenerálódó fogyasztási trendeket. A kedvező kezdeti trendek ellenére azonban fontos tudatosítani, hogy a nemzetközi turizmus újraindulásának tekintetében több kockázati tényező is potenciális veszélyforrásként értelmezhető, melyek közül a legjelentősebb kockázati faktorokat az alábbi pontokban összegezhetjük:

- 1. háborús helyzet, inflációs környezet:** 2021 őszétől a nemzetközi ármozgásokat egyértelműen az energia- és élelmiszerárak általános növekedése befolyásolta, mely a pandémia után hirtelen megugró kereslet, s részben a globális élelmiszertermelésben adódó ellátási problémák okán a világ gazdaságban inflációs környezetet alakított ki. Ezt a kiindulási helyzetet a 2022 februárjában kitört orosz-ukrán háború azonban csak tovább súlyosbította. Az elszabaduló alapanyagárak, élelmiszerárak és energiaárak, illetve a súlyosbodó biztonsági kockázatok ugyanis a nemzetközi gazdasági recesszió kibontakozását jelentős mértékben felgyorsították. Mindennek közvetlen következményeként, 2022 augusztus-szeptemberére Európa ipari recesszióba zuhant (az alumínium- és cinkgyártó kapacitás 50 százaléka, a műtrágyagyártás 70 százaléka szünetel), míg az éppen felszálló ágba kerülő turizmus a megnövekvő energiaszámlák miatt tömeges bezárásokra és leépítésekre készül a kontinens egészén.

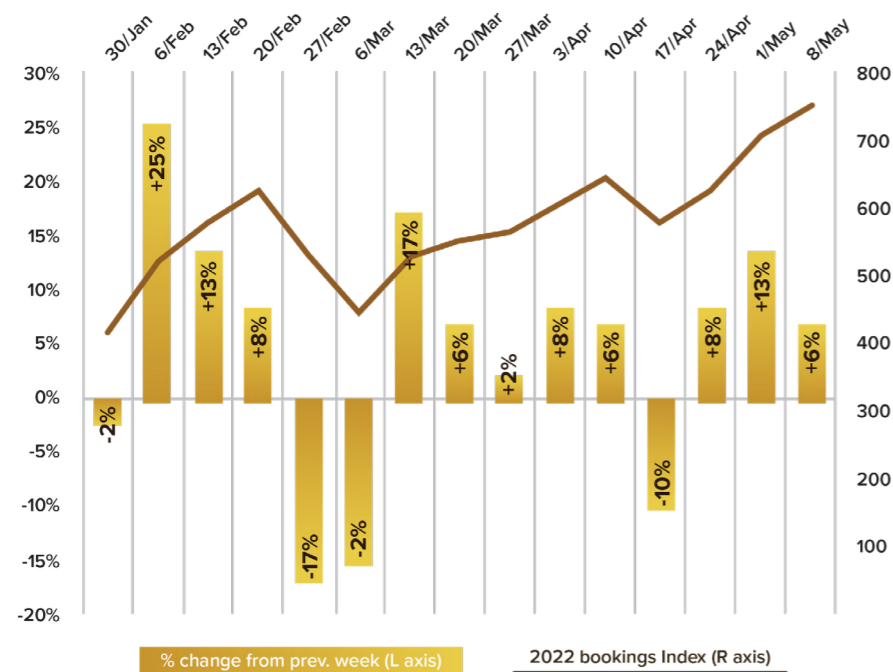
Igaz, a turisztikai helyzet kapcsán az UNWTO Európán belüli légiutasforgalmi adataiból (45. ábra) egyértelműen megállapítható, hogy az orosz-ukrán háború csupán február végén okozott visszaesést a foglalási számokban, ezt követően azonban az előjegyzések üteme, az egyre súlyosbodó inflációs környezet ellenére is ismét növekvő tendenciát vett fel. Mindez elsősorban azzal indokolható, hogy az elmúlt két év utazási korlátozásainak feloldása után a turisták minden negatív körülmény ellenére ragaszkodtak a korábbiakban félretett utazási terveik megvalósításához (*revenge tourism*), mely a 2022 nyári forgalmi adatokra egyértelműen pozitív hatást gyakorolt.

A tartósan magas inflációs környezet, illetve az orosz-ukrán háború előre nehezen megjósolható alakulása ugyanakkor várhatóan a növekvő árak és biztonsági kockázatok miatt a nemzetközi turizmus bővülő tendenciájára destruktív hatásokat fog gyakorolni.

5 KOCKÁZATELEMZÉS

Mindennek valószínűségét csak tovább erősíti, hogy feltételezhetően számos turista a 2022-es nyaralása során, a korábban direkt erre a célra félretett megtakarítását használta fel, mely a jövőbeli hasonló kiadásokat erős korlátok közé szorítja, mely 2022 végétől a nemzetközi turisztikai keresletben – elsősorban a relatíve drágább nyugat-európai és mediterrán desztinációk esetében – szintén szignifikáns forgalmi csökkenést eredményezhet.

45. ábra: Európán belüli repjegyfoglalások volumenének alakulása 2022 január és május között



Forrás: UNWTO³⁴

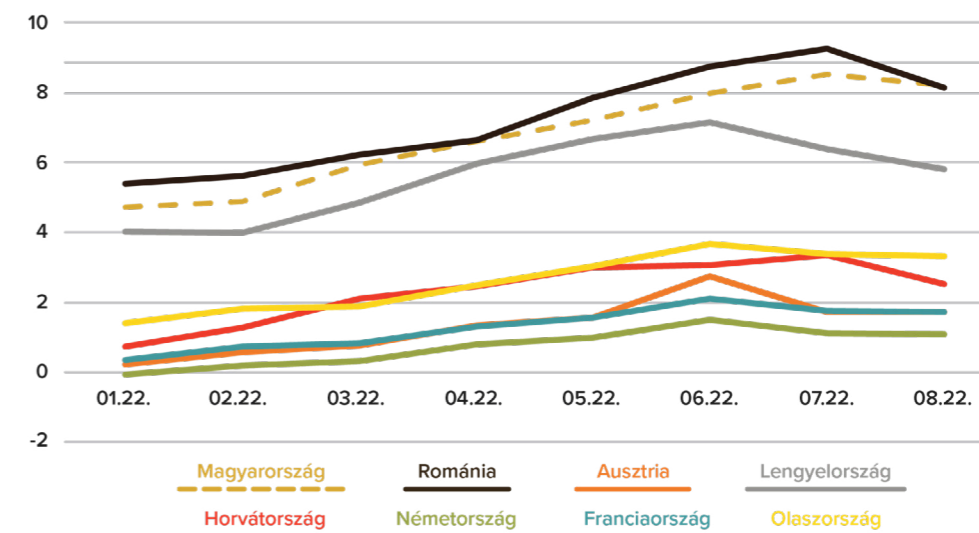
- gazdasági recesszió:** A pandémia után történő gazdasági újraindulás és a megugró kereslet, valamint az orosz-ukrán háború által előidézett – a fentiekben részletezett – gazdasági kihívások elsőként az európai, de tágabb értelemben a globális gazdaságot is recesszióval és stagflációval állították szembe. Ebben a tekintetben a legnagyobb kockázati tényezőt az előző pontban említett európai ipari visszaesés mellett az Amerikai Egyesült Államok gazdasága jelenti, ahol az elharapódzó infláció meggátolásával kapcsolatos kamatdöntések miatt folyamatosan erősödnek a recessziós várakozások, melyeknek kialakulása az észak-atlanti gazdasági kapcsolatokban – a recesszió káros tovagyrúzó hatásain keresztül – várhatóan a gazdasági növekedés lassulásához vezet.

Mindezt jól szemlélteti, hogy 2022 januárja és augusztusa között, az infláció mérséklése érdekében a FED (USA jegybank) 0,08 százalékról 2,33 százalékra, az Európai Központi bank pedig 0 százalékról 1,25 százalékra növelte az alapkamat szintjét. Ez a folyamat pedig az európai kormányzatok körében is, főként az árfolyamingadozásoknak kitett valutával rendelkező országok (nem eurózóna tagok) esetében növekvő kamatpolitikához vezetett, mely a hosszú lejáratú kormányzati kötvények kamatszintjében szignifikáns emelkedést eredményezett (46. ábra).

34 https://web.unwto.org/s3-eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-06/UNWTO_Barom22_02_May_excerpt.pdf?VersionId=5c9Q9abJCiFcJYyU_4zmziIL3YBzI7A&fbclid=IwAR30o7gp_a4zqtnFJ8bb85fxROE_0shGMSZSIM2Hgd5qfc9fbMvnlaYPeOE

Az így kialakuló helyzet azonban az infláció elleni küzdelemmel párhuzamosan, a dráguló hitelezési feltételek okán a gazdasági növekedés mérséklődését vetíti előre, mely a recessziós várakozásokat tovább fokozza.

46. ábra: A kormányzat által kibocsátott hosszú lejáratú kötvények kamatszintjének változása 2022 januárja és augusztusa között az egyes uniós tagállamokban (%)



Forrás: Európai Központi Bank³⁵

- enyhülő, de továbbra is kiszámíthatatlan járványhelyzet:** Mindannak ellenére, hogy a különböző vakcinák széleskörű alkalmazásával a COVID-19 járvány ellen mára világszinten hatékony védekezési mód áll rendelkezésre, az oltást elutasítók relatív magas száma, a vírus új mutációinak kialakulása, valamint új vírushajtók (pl. majomhimlő) megjelenése továbbra is mérvadó turisztikai kockázati tényezőként azonosítható. Igaz, az egészségügyi világszervezet elnöke által 2022. szeptemberében megfogalmazott nyilatkozat értelmében a pandémia vége már tapintható közelségbe került, a nemzetközi utazások és a szolgáltatások igénybevétele terén pedig a világjárvány egyre kevesebb akadályt okoz, de a továbbra is törekény epidemiológiai helyzet a turizmus fejlődésében előre pontosan nem látható, de becsülhető kockázatok (pl. járatfelfüggetlések, ideiglenes bezárások, határrendészeti szigorítások) jelenít meg.
- reptéri kapacitásproblémák:** A *revenge tourism* fentiekben említett trendjének, illetve a pandémia alatt a pilóta- és reptéri kiszolgálóállomány leépítésének, valamint a reptéri szakszervezetek elharapódzó érdekvégyesítési törekvéseinek következtében a légi utasforgalomban 2022 nyarára a korábbiakban nem látott drasztikus fennakadások alakultak ki. Így a rekordmagas késési idők, illetve járatfelfüggetlések a turizmusban újabb kockázati tényezőket eredményeztek. Természetesen az aktuális kapacitásproblémák kezelése középtávon valószínűsíthető (kiváltva a *revenge tourism* jelenség mérséklődésével), de a továbbra is szűkös humánerőforrásokkal ellátott reptéri ágazatban a növekvő szakszervezeti nyomás miatt a légiközlekedés kitettsége feltételezhetően a következő években is jelentős marad, mely alapvetően a fapados turistákat állítja kritikus helyzet elé.

35 https://www.ecb.europa.eu/stats/financial_markets_and_interest_rates/long_term_interest_rates/html/index.en.html

- 5. globális klímaválság:** A globális klimatikai átalakulás következményei egyre nyilvánvalóbban éreztetik káros hatásait a természeti élővilágban, illetve számos más ágazat mellett a turizmust is súlyos kihívásokkal szembesítik. A vízhiány, a szárazság, az egyre szélsőségesebbé váló környezeti körülmények ugyanis a turisztikai régiók többségében a korábbiakban nem tapasztalt anomáliákat okoznak, (pl. komplett városok vízellátásának időszakos megbénulása, folyómedrek és vizes élőhelyek szezonális kiszáradása, gleccserek fokozatos eltűnése stb.) ezáltal az egyes desztinációk turisztikai értékét és vonzerejét nagymértékben rongálják, veszélyeztetve a turizmus potenciáljait és az ágazatban dolgozók egzisztenciális jövőképét.

5.2. HAZAI TÁRSADALMI-GAZDASÁGI-KÖRNYEZETI KOCKÁZATOK

Összességében elmondható, hogy a turizmus hazai társadalmi-gazdasági kockázatai szoros összefüggésben állnak a fentiekben tárgyalt externális tényezőkkel, főként a pandémia és kiváltképpen az orosz-ukrán háború negatív gazdasági hatásai okán. Emellett ugyanakkor olyan kockázati faktorok is azonosíthatók, melyek a hazai fogyasztási szokások átalakulásával, illetve szektorspecifikus tényezőellátottsági problémákkal indokolhatók. Éppen ezért, fontos pontosabban konkretizálni, hogy az egyes internális kockázatok milyen mértékben és mely területeken érintik negatívan a hazai turizmus fejlődési kilátásait, mellyel az ágazat fejlesztési törekvései és lehetőségei is célzottabban körülhatárolhatók.

Mindennek tükrében, összhangban a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 ide vonatkozó megállapításaival, a hazai kockázati tényezőket az alábbiakban összegezhetjük:

- 1. inflációs környezet:** A globális inflációs trenddel szoros összefüggésben Magyarországon is drasztikus áremelkedési tendencia alakult ki, mely 2022 augusztusáig átlagosan 15,6 százalékos növekedést produkált a fogyasztói árak terén. Mindez az alapanyagok, az energiaforrások és a humán erőforrások piacán egyaránt drasztikus mértékben növelte meg a turizmusban működő vállalkozások költségeit. 2022 őszére elmondhatóvá vált, hogy a turisztikai alapanyagárak (pl. élelmiszerek, háztartási cikkek, eszközök) éves szinten nagyságrendileg 40 százalékos növekedést realizáltak, míg a szállodák és éttermek gázdíja nagyságrendileg nyolcszorosára, villanyszámlájuk pedig hatszorosára emelkedett.

Mindennek közvetlen hatásaként 2022 nyaráig az árak átlagosan 35 százalékkal emelkedtek a magyarországi szállás- és vendéglátóhelyeken 2019-hez képest. A szolgáltatók azonban nem tudják (akarják) egy ütemben a megnövekedett költségeiket teljes egészében a fogyasztókra terhelni, így a szakaszos áremelés tartós inflációs környezetet valószínűsít a hazai turizmusban. Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, hogy az alacsonyabb jövedelmű és rugalmatlanabb fogyasztói bázissal rendelkező 3 csillagos, kisebb kapacitással (30 szobánál kevesebbel) rendelkező vidéki szálláshelyek, az átlagfogyasztókkal üzemelő éttermek, illetve az energetikailag kritikus mértékben kitett fürdők és wellnesskomplexumok már 2022 második félévében egyaránt ideiglenes és határozatlan idejű bázárásokat jelentettek be, mely az ágazat egyértelmű válságát jelzi. A kisebb infrastruktúrával rendelkező szálláshelyek és a hatalmas energiamennyiséget felemésztő fürdők ugyanis a legtöbb esetben nem tudják ügyfélkörükön szétteríteni a megnövekedett energiaköltségeket, így rentábilis működési feltételek hiányában a tevékenységük felfüggesztése mellett döntenek. Következésképpen **a hazai turizmus legfőbb fejlesztési kockázataként a 2021 végén kezdődő energiaválság, valamint az általa tüzelte inflációs nyomás nevezhető meg.**

- 2. súlyosbodó HR hiány:** A pandémia hatásaként világszinten a turizmus-vendéglátás ágazatát drasztikus mértékű emberi erőforráshiány sújtja, mely csak a hoteliparban 60 millió fős munkaerőhiányt jelent.

Hazánkban, ugyanígy, a világjárvány és a lezárások következményeként nagyságrendileg 1500 étterem és 2300 szórakozóhely zárt be, illetve a szállodaipar és vendéglátás 2019-ben mért 193 ezer fős állománya körülbelül 50 ezer fővel épült le.³⁶ A helyzetet ugyanakkor tovább súlyosbítja, hogy a korábbi munkavállalók többsége nem tért vissza a turizmus-vendéglátás ágazatba, mivel vagy nem érzik tartósan stabilnak és megfelelően jövedelmezőnek az ágazat helyzetét, és/vagy új foglalkozásukkal jóval elégedettebbek. Mindennek hatására az ágazatban leginkább a szakképzett személyzet hiánya jelenti a legsúlyosabb problémát, mely főként a vendéglátóhelyek stabil működőképességét veszélyezteti, illetve drasztikusan növekvő bérnyomást okoz a foglalkoztatók számára. Ráadásul, a fenti pontban részletezett energiaválság és inflációs nyomás hatására bezáró szállás- és vendéglátóhelyekről időszakos jelleggel elbocsátott foglalkoztatottak megtartásának esélyei is csekélyek, mivel egzisztenciális okokból az elbocsátott személyzet – akár ideiglenes elbocsátás esetén is – más, sokszor jövedelmezőbb és kiszámíthatóbb területeken (pl. kiskereskedelem) keres munkát és helyezkedik el hosszú távon. Mindez a hazai turizmus humán erőforrás állományát és utánpótlását 2022 őszére teljes mértékben elapasztotta, így az ágazat a foglalkoztatási szükségletek terén is kritikus fenntarthatósági kihívásokkal szembesül. (Éppen ezért, egyfajta kényszermegoldás jelleggel, a munkaerőhiányos helyzet kezelésével a szolgáltatók számos módon próbálnak megküzdeni: pl. ritkábban végzett szobatakarítás, QR kódos étlapok, szállodai online bejelentkezés, érintőképernyős rendelő panelek, okostelefon applikációk és éttermi robotok alkalmazása, bankkártyás fizetőpanelek felszerelése, külföldi munkavállalók alkalmazása stb.).

- 3. külföldi nyaralás preferálása a hazai turisták körében:** A Magyarországi Éttermek és Szállodák Szövetségének felmérése értelmében elmondható, hogy 2022 júniusában, a növekvő turisztikai forgalmi trend ellenére a legforgalmasabb hazai desztinációk (pl. Balaton térsége) területén lévő szálláshelyek átlagosan 20-30 százalékos üresedést regisztráltak a foglalások terén.³⁷ A kialakult helyzet alapvetően azzal indokolható, hogy **a hazai turisták – főként a revenge tourism jelentette motiváció miatt – nagyobb arányban látogatnak külföldi desztinációkba** (elsősorban Horvátországba), mivel így egyfelől a pandémia idején elmaradt külföldi utazásaikat pótolhatják, másfelől pedig a hazainál magasabb szintű (általuk jobban preferált) szolgáltatásokban részesülhetnek. Mindez a hazai turisztikai szolgáltatókat jelentős keresleti problémákkal szembesíti, melyekkel szemben csakis közösségileg, az egyes desztinációk szintjén végrehajtott turizmuspromóciós tevékenységekkel lehet érdemben fellépni.

Hangsúlyozandó ugyanakkor, hogy az erősödő inflációs nyomás (megélhetési válság), valamint a hozzá párosuló hektikus árfolyamingadozások miatt a külföldi nyaralás preferenciája 2022 második félévére már gyengülő tendenciát mutatott a hazai fogyasztók körében, akik mindeközben töretlen utazási motivációt mutatnak. Következésképpen **az egyre drágábbá váló külföldi desztinációk látogatása helyett a hazai turizmus előnyben részesítése, s ezen belül is elsősorban a vendégek önellátására berendezkedő – vagyis relatíve olcsó – falusi turizmus iránti kereslet növekedése egyre realisabb forgatókönyvnek számít, mely a vidéki szálláshelyek számára jelen válságban egyértelműen túlélési stratégiaként is értelmezhető.**

- 4. szezonális:** Annak ellenére, hogy az utóbbi évek ágazati fejlesztései a szélesebb időhorizontú kínálat erősítését vették célba, a hazai turizmust – főként a Balatont és az ökoturisztikai desztinációkat – továbbra is erős szezonális jellemzi.

36 <https://index.hu/belfold/2022/06/06/vendeqlatas-etterm-kocsm-szorakozohely-munkaerohiany-inflacio/>

37 <https://index.hu/belfold/2022/07/03/utazas-nyaralas-belfoldi-turizmus-kulfold-udules/?fbclid=IwAR0tFfg7dKhGb8jwCx2l-JGREBISVq-9zZ8AMUoDQo96VOuhPx8aS9fktJ8>

Mindez a szolgáltatók jelentős hányadát továbbra is arra készíti, hogy többnyire önkiszákmányoló módon, 3-4 hónap leforgása alatt keressék meg az egész évre elegendő bevételüket. A szezonális ugyanakkor a fokozott munkaterhelés mellett a bérek terén is kihívásokat okoz, mivel a foglalkoztatottak szintén 3-4 hónap alatt kívánják megkeresni éves kereseti szükségletüket, mely a szolgáltatókra jelentős árfelhajtó hatást gyakorol. Éppen ezért **a szezonális kihívása számos szolgáltatót az amúgy is munkaerőhiánnyal sújtott ágazatban rekordmagas bérigényekkel, ezzel pedig közvetve romló versenyképességgel szembesít, mely a szezonálitáson alapuló szolgáltatásnyújtás jövőképét alapjaiban kérdőjelezi meg.**

5.3. INTÉZMÉNYI KOCKÁZATOK

Ezen a téren a legnagyobb kockázati kihívásként egyértelműen annak veszélye azonosítható, hogy a megye turisztikai szereplői (a szolgáltatók mellett beleértve a közintézményeket és döntéshozatali szerveket) között nem jön létre olyan kooperációs szisztéma (klaszter típusú együttműködés), mely lehetővé tenné a korábbiakban pontszerű fejlesztések helyett, térségileg összehangolt, egymásra épülő projektek megvalósítását, közös csomagkínálatok létrehozását és közös térségi kommunikációs-marketing tevékenység elindítását. A nemzetközi turisztikai jó gyakorlatok egyértelmű tanulsága azt mutatja, hogy hosszú távon csakis azok a turisztikai desztinációk tudnak prosperálni, ahol a turisztikai szereplők az ágazati fejlesztéseket összehangolják és egységes térségimázs kialakításán keresztül közös kommunikációt valósítanak meg, mely az adott térségnek versenyképes kínálati portfóliót és korszerű marketingkaraktert, ezáltal pedig nagyobb forgalmi potenciált kölcsönöz. Éppen ezért a megye turisztikai szereplőinek – a stratégia által megfogalmazott ajánlások mentén – legfontosabb céljukként a térségi turizmus kooperációs szisztémájának megteremtését és működtetését kell megjelölniük, mely a további ágazati fejlesztésekhez szilárd alapot és kiszámítható szervezeti hátteret nyújt.

5.4. FINANSZÍROZÁSI KOCKÁZATOK

A finanszírozási háttér terén szintén mérvadó kockázati faktorok azonosíthatók, melyek az ágazat fejlesztését – még konkrét fejlesztési koncepciók és klaszterszervezet megléte esetén is – alapjaiban tudják ellehetetleníteni. Összességében, a turizmus kapcsán jelenleg az alábbi finanszírozási kockázatok nevezhetők meg:

- 1. kiszámíthatatlan pályázati rendszer:** Az ágazati szereplők visszajelzései kapcsán elmondható, hogy pályázói/kedvezményezett szemszöngből **az elmúlt időszak fejlesztéspolitikai támogatási rendszere túlbürokratizálttá vált, mely az egyre inkább technokratává váló nyelvezet és a kiszámíthatatlan körülmények miatt a rendszer megítélését nagymértékben rontotta.** A pályázati rendszer átláthatatlansága leginkább a működési mechanizmus rendszertelenségéből, az alkalmazott szabályrendszer előre nem kalkulálható változásaiból, illetve a pályázatok benyújtásával kapcsolatos rendszertelenségből és bizalmatlanságból adódik, mely számos esetben taszítja az ágazat szereplőit a pályázatokon történő részvételtől. Ez a fajta pályázói demotiváció azonban kifejezetten káros hatást gyakorol a jövőbeni fejlesztési lehetőségekkel kapcsolatos várakozásokra, így könnyen elképélhető, hogy egy-egy potenciális turisztikai szereplő a korábban tapasztalt anomáliák miatt tartja távol magát a pályázatban való részvételtől.

- 2. likviditási hiány:** Szintén az ágazati szereplők tapasztalatai alapján megállapítható, hogy számos fejlesztés a finanszírozáshoz, likviditáshoz történő hozzáférés hiánya miatt nem tekinthető megvalósíthatónak. Ezt jól tükrözik a Turizmus 2.0 stratégia megállapításai, miszerint **a vidéki turisztikai vállalkozások 37 százaléka, míg a budapestiek 28 százaléka likviditás hiánya miatt halasztja el a felújítást, melynek következményeként az ágazat finanszírozási hiányát 2019-ben 160-235 milliárd forint közötti értékre becsülték.** A helyzetet ugyanakkor tovább bonyolítja, hogy a szektorban 98 százalék a KKV-k aránya, mely a banki finanszírozás megszerzésében okoz számos akadályt. Ugyanis tekintettel arra, hogy a pénzügyi intézetek hitelezési hajlandósága a KKV-k irányába a KKV-k gyenge pénzügyi ismeretei és pénzügyi sérülékenysége miatt jóval alacsonyabb, ezért a KKV-k számára elérhető piaci források korlátozottak és viszonylag drágák, mely az ágazat növekedési potenciáljainak kiaknázását nagymértékben hátráltatja, a turizmus növekedését visszafogja.

- 3. uniós források körüli bizalmatlanság:** Általánosan elmondható, hogy a hétéves uniós költségvetésből Magyarországnak járó pénzügyi keret, valamint a pandémia utáni gazdasági helyreállítást szolgáló Helyreállítási és Ellenállóképességi Eszköz (RFF) kapcsán kialakult konfliktusos helyzet, konkrétan a pénzeszközök zárolva tartása, instabilitást és kiszámíthatatlanságot generál a hazai gazdaság finanszírozási keretrendszerében. Igaz, költségvetési és helyreállítási pénzek sorsáról várhatóan még 2022-ben egyezés születik, ugyanakkor a piaci szereplők körében kialakult bizalmatlanság a pénzeszközök jövőbeli folyósítási ütemével kapcsolatban a későbbiekben is elmondható lesz. Éppen ezért, a költségvetési és helyreállítási források folyósítási szakaszainak beragadásával a piaci szereplők továbbra is kockázati tényezőként számolnak, mely a turisztikai ágazat fejlesztésében nem tervezett fennakadásokat, rosszabb esetben pedig konkrét projektek elhalasztását/törlését eredményezheti.

A stratégia 3.3. fejezete mutatja be részletesen a program javaslatokat.

6

MEGYEI JELENTŐSÉGŰ (ZÁSZLÓSHAJÓ) PROGRAMCSOMAG JAVASLATOK

A stratégia mellékletében önálló dokumentumban kaptak helyet a következők:

- workshopok jelenléti ívei
- workshopokról készült rövid feljegyzések
- mélyinterjúk feljegyzései
- kérdőíves kutatások eredményei

7 MELLÉKLETEK (KÜLÖN II. KÖTETBEN)

8

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra: Vízió alkotási folyamat	10
2. ábra: Pécs-Villány turisztikai térség települései	16
3. ábra: A nemzetközi turisztikai utazások számának változása (1950-2021)	23
4. ábra: A UNWTO turisztikai makrorégióinak teljesítményei a nemzetközi turisztikai érkezések és a bevételek tekintetében (2019-2021)	25
5. ábra: A UNWTO turisztikai makrorégióinak teljesítményei a nemzetközi turisztikai érkezések tekintetében (2005-2021)	25
6. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek forgalma Magyarországon (vendégek száma) 2001–2021 között	27
7. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek forgalma Magyarországon (vendégéjszakák száma) 2001–2021 között	27
8. ábra: Az üzleti célú egyéb szálláshelyek vendégforgalma Magyarországon 2001–2019 között	28
9. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma turisztikai régióként (vendégek száma 2015–2021, ezer főben)	29
10. ábra: Az MTÜ által lehatárolt turisztikai térségek legfontosabb vendégforgalmi adatai (2019)	30
11. ábra: Vendégéjszakák száma az országos adatok százalékában, 2021	31
12. ábra: A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma és változása (2019, 2020, 2021)	32
13. ábra: Baranya megye turisztikai vonzerőinek típusai (db.) és területi megjelenése	33
14. ábra: Baranya megye értékelt turisztikai vonzerőinek száma és területi megoszlása	33
15. ábra: Baranya megye vonzerő alapú turisztikai kínálatának és turisztikai keresletének települési szintű területi megjelenése (2022-es vonzerő felmérés, 2019-es keresleti mutatók)	34
16. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek száma	50
17. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek kapacitása	50
18. ábra: 4 csillagos szálláshelyek kapacitása	51
19. ábra: Egyéb szálláshelyek száma	51
20. ábra: Egyéb szálláshelyek kapacitása	52
21. ábra: Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken	52
22. ábra: Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken	53
23. ábra: Vendégéjszakák száma a 4 csillagos kereskedelmi szálláshelyeken	53
24. ábra: Vendégek átlagos tartózkodási ideje kereskedelmi szálláshelyeken (éjszaka)	54
25. ábra: Külföldi vendégéjszakák aránya kereskedelmi szálláshelyeken	54
26. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíja (Ft)	55
27. ábra: Vendégek száma üzleti célú egyéb szálláshelyeken (fő)	55
28. ábra: Vendégéjszakák száma üzleti célú egyéb szálláshelyeken (db)	56

29. ábra: Vendégek átlagos tartózkodási ideje üzleti célú egyéb szálláshelyeken (éjszaka)	56
30. ábra: Külföldi vendégéjszakák aránya üzleti célú egyéb szálláshelyeken	57
31. ábra: Kereskedelmi szálláshelyek kapacitás-kihasználtsága	57
32. ábra: 4 csillagos kereskedelmi szálláshelyek kapacitás-kihasználtsága	58
33. ábra: Kereslet és kínálat találkozása Baranya megye járásaiban	58
34. ábra: Magyarország közúthálózata (2017)	72
35. ábra: Pécs elérése a Dél-dunántúli régióban	73
36. ábra: Baranya megye kerékpáros törzshálózata	74
37. ábra: M9-es autópálya tervezett nyomvonala	78
38. ábra: Sváb értékek - lehetséges csatlakozó települések I.	102
39. ábra: Sváb értékek - lehetséges csatlakozó települések II.	102
40. ábra: A sörturizmust megalapozó tényezők Magyarországon	108
41. ábra: A Mecsek Sörút potenciális útvonala	110
42. ábra: A TDM működési modelljeinek összegzése	121
43. ábra: A TDM-ek keretén belül megvalósítható ágazati kooperáció elmélyítésének egyes szintjei	123
44. ábra: A TDM-ek által vállalható szakmai tevékenységeket összegzése	126
45. ábra: Európán belüli repjegyfoglalások volumenének alakulása 2022 január és május között	140
46. ábra: A kormányzat által kibocsátott hosszú lejáratú kötvények kamatszintjének változása 2022 januárja és augusztusa között az egyes uniós tagállamokban (%)	141

1. táblázat: A legfrissebb globális turisztikai trendek a fogyasztói szokások változásának függvényében (2010-től napjainkig)	21
2. táblázat: A többnapos belföldi utazások összefoglaló adatai (2008–2021)	29
3. táblázat: Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmi adatai (2021)	59
4. táblázat: Baranya megye minimum 4*-os minősítéssel rendelkező szálláshelyei	60
5. táblázat: Baranya megye minimum 4*-os minősítéssel rendelkező szálláshelyei (Booking weboldala alapján)	61
6. táblázat: Felvett tanulók létszáma a PTE KTK Turizmus és vendéglátás képzésein	83
7. táblázat: Desztináció/programjavaslat mátrix	91
8. táblázat: A stratégia indikátorai	119
9. táblázat: Attrakciók Facebook, Instagram és TikTok jelenléte Baranyából (TikTok 0)	135
10. táblázat: Facebook, Instagram, TikTok jelenlét (összevetésben) TikTok 0.	135
11. táblázat: Látnivalókra leadott értékelések a szallas.hu oldalon	136
12. táblázat: Programokra leadott értékelések a szallas.hu oldalon	136

A tanulmányt készítette: MSB Fejlesztési és Tanácsadó Zrt.
Tördelte és a grafikai anyagokat készítette: Ottó-Balázs Karina
Kiadási év: 2023

9 TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE



MSB Fejlesztési Tanácsadó Zrt.

2023