

Szabó Géza – Csapó János¹

A VIDÉKI TURIZMUS HELYZETE ÉS PERSPEKTÍVÁI A DÉL-DUNÁNTÚLON

BEVEZETÉS

Az 1998-ban kialakított Dél-Dunántúli Turisztikai Régiót Baranya, Tolna és Somogy alkotja, utóbbinak a Balaton Turisztikai Régióhoz tartozó településeinek kivételével. Annak ellenére, hogy az így létrejött turisztikai régióhoz nem tartozik hozzá a belföldi turizmus egyik legfőbb vonzereje, a Balaton, mégis jelentős turisztikai attrakciókkal és értékekkel rendelkezik országos és – bizonyos turisztikai termékek terén – akár nemzetközi szinten is (AUBERT A. – MARTON G. – SZABÓ G. 2011).

Az elmúlt években a régió a turisztikai marketingjét és kínálatát az emberközpontúságra, a szép tájra, nyugalomra, csendre, egészségmegőrzésre alapozta, így a kiemelt turisztikai termékek az egészségturizmus, az ökoturizmus, a borturizmus és gasztronómia, illetve a falusi és a vadászturizmus lettek. Fentiek mellett a kulturális turizmus és az aktív turizmus is meghatározó szereppel bír a régióban. (CSAPÓ J. – JÓNÁS-BERKI M. 2011)

Annak ellenére azonban, hogy a térség jó adottságokkal rendelkezik az egyes turisztikai termékek terén, az országban betöltött szerepe, illetve az egyéb turisztikai régiók teljesítményének összehasonlítása alapján Dél-Dunántúl pozíciói egyértelműen rosszak, az értékek rendre a rangsor végére sorolják a területet.

Tanulmányunk – amellet, hogy általános helyzetértékelést ad a Dél-Dunántúl idegenforgalmáról és a vidéki turizmus hazai helyzetéről – az említett turisztikai termékek közül a vidéki turizmus 4 unikális és kiemelt formáját elemzi és tárja fel.

A DÉL-DUNÁNTÚLI TURISZTIKAI RÉGIÓ TURIZMUSÁNAK ÁLTALÁNOS ELEMZÉSE

A turisztikai kereslet kapcsán mindenképp ki kell emelnünk, hogy míg a Dél-Dunántúli (tervezési-statisztikai) régió a Balaton parttal együttesen az egyik legkedveltebb régióknak, addig a magyar tenger déli partja nélkül a térség már lényegesen hátrébb csúszik a régiók rangsorában. A Balatonpart és a háttértelepülések nélkül számított Dél-Dunántúli Turisztikai Régió vendégforgalma pedig a legutóbbi évek adatai szerint erős visszaesést mutat.

A 2011-es adatok alapján az idegenforgalmi régió kereskedelmi szálláshelyein az országos vendégforgalom csupán 4,3%-a, míg a vendégéjszakák 3,9%-a bonyolódik. A vendégek közel 80%-a a belföldiek köréből kerül ki, a régió súlya hazánk belföldi turizmusában mindössze 6,1% a belföldi vendégéjszakák száma alapján. Ezzel szemben a külföldi forgalomból pedig csak 1,8%-kal részesedik. Sajnálatos tény az is, hogy ezek az értékek folyamatos csökkenést mutatnak még a korábbi statisztikákhoz képest is. A legfőbb küldő országok közé Németország és Ausztria tartozik. (TURIZMUS MAGYARORSZÁGON 2011, KSH, 2012)

A régió vendégszáma a kereskedelmi szálláshelyeken 2010-ről 2011-re 16%-al, a vendégéjszakák száma 18,5%-al csökkent. Ilyen mértékű zsugorodását a keresletnek egyik régióinkban sem tapasztalták. Baranya, a Balatonpart nélküli Somogy, és Tolna kereskedelmi szálláshelyein a 2011-ben eltöltött vendégéjszakák száma alig 692.593 volt, ami a kilenc idegenforgalmi régió összevetésében csak a Tisza-tavi megelőzésére volt elegendő.

A régió kiemelt desztinációi, mint Pécs és Harkány már évek óta nem tudnak bekerülni országosan a tíz legforgalmasabb célterület közé a legfrissebb statisztikák szerint Pécs az összes vendégforgalom alapján a 16., Harkány pedig a 19. helyen található (1. táblázat).

¹Szabó Géza, Csapó János: Pécsi Tudományegyetem, Földrajzi Intézet, Turizmus Tanszék
7624 Pécs, Ifjúság útja 6.

E-mail: fg4t@gamma.ttk.pte.hu csapoj@gamma.ttk.pte.hu

A vendégforgalom volumene folyamatos csökkenést mutat, mely leginkább a vendégéjszakák számában és az átlagos tartózkodási időben figyelhető meg. A kedvezőtlen folyamatok hátterében az alábbi okokat azonosíthatjuk:

- Szűkös kereskedelmi szálláshely kínálat, melyből leginkább a minőségi, magasabb kategóriás szállodák hiányoznak.
- Nagy volumenű és jelentős keresletvesztés, melyet a kedvezőtlen nemzetközi és hazai gazdasági környezet is tovább súlyosbít.
- A nemzetközi és hazai szinten legkedveltebb egészségturisztikai központok hiánya, modernizációjának elmaradása. (CSAPÓ J. – JÓNÁS-BERKI M. 2011)

1. táblázat: A hazai top 20 település látogatottsága (2011)

Összes vendégforgalom			Belföldi vendégforgalom			Külföldi vendégforgalom			
Város	Vendégéjszakák		Város	Vendégéjszakák		Város	Vendégéjszakák		
	száma	2011/ 2010		száma	2011/ 2010		száma	2011/ 2010	
1.	Budapest	6 598 989	+8,9%	Budapest	909 686	+7,9%	Budapest	5 689 303	+9,1%
2.	Hévíz	990 980	+6,1%	Hajdúszoboszló	471 077	-11,8%	Hévíz	645 998	+7,7%
3.	Hajdúszoboszló	719 131	-7,7%	Siófok	351 105	-2,2%	Bük	381 862	+4,5%
4.	Bük	655 801	-1,5%	Sopron	347 757	-6,0%	Sárvár	271 234	+32,1%
5.	Siófok	539 531	-7,5%	Hévíz	344 982	+3,2%	Hajdúszoboszló	348 054	+1,2%
6.	Balatonfüred	446 405	-2,7%	Zalakaros	327 459	+2,5%	Balatonfüred	202 847	-4,3%
7.	Sárvár	444 988	+14,8%	Bük	273 939	-8,8%	Siófok	188 426	-15,9%
8.	Sopron	439 030	-3,5%	Balatonfüred	243 558	-1,3%	Győr	147 295	+11,0%
9.	Zalakaros	436 454	+5,5%	Gyula	223 146	+13,2%	Zalakaros	108 995	+15,7%
10.	Eger	307 812	+8,0%	Eger	222 021	+4,5%	Sopron	91 273	+7,8%
11.	Győr	284 406	+21,6%	Sárvár	173 754	-4,7%	Kecskemét	90 833	+150,0%
12.	Debrecen	257 817	-7,7%	Debrecen	172 873	-11,2%	Eger	85 791	+18,1%
13.	Gyula	238 735	+11,4%	Miskolc	164 389	+3,0%	Debrecen	84 944	+0,5%
14.	Szeged	236 639	+12,8%	Szeged	154 717	+6,8%	Szeged	81 922	+26,2%
15.	Miskolc	214 139	+5,6%	Visegrád	146 530	-7,6%	Hegykő	71 794	+1,8%
16.	Pécs	195 425	-18,1%	Győr	137 111	35,5%	Mosonmagyaróvár	70 458	+5,4%
17.	Keszthely	171 416	+5,1%	Pécs	137 103	-14,4%	Keszthely	63 783	+3,1%
18.	Visegrád	162 257	-6,7%	Keszthely	107 633	+6,3%	Harkány	59 631	+4,0%
19.	Harkány	156 102	+13,3%	Balatonszemes	101 025	-1,1%	Pécs	58 322	-25,7%
20.	Kecskemét	151 969	+71,1%	Egerszalók	100 477	+54,3%	Tihany	56 102	+0,5%

Forrás: KSH, 2012

Míndeközben a régió 2007 és 2013 közötti időszakra kidolgozott operatív programjában, országos összevetésben is közel a legtöbbet, mintegy 40 milliárd Ft-ot irányzott elő a turizmus fejlesztésére. Az erre szánt összeg időarányos részét fel is használták a pályázati rendszeren keresztül a vonzerőket és szolgáltatásokat, valamint a turizmus menedzsmentet fejlesztő projektek támogatására. Ezek közül a legjelentősebbek a Pécs Európa Kulturális Fővárosa 2010 kulturális évadhoz köthető beruházások voltak, de számos látogatóközpont, minőségi szálláshely és tematikus kínálat, például az országosan egyedülálló Bikali Reneszánsz

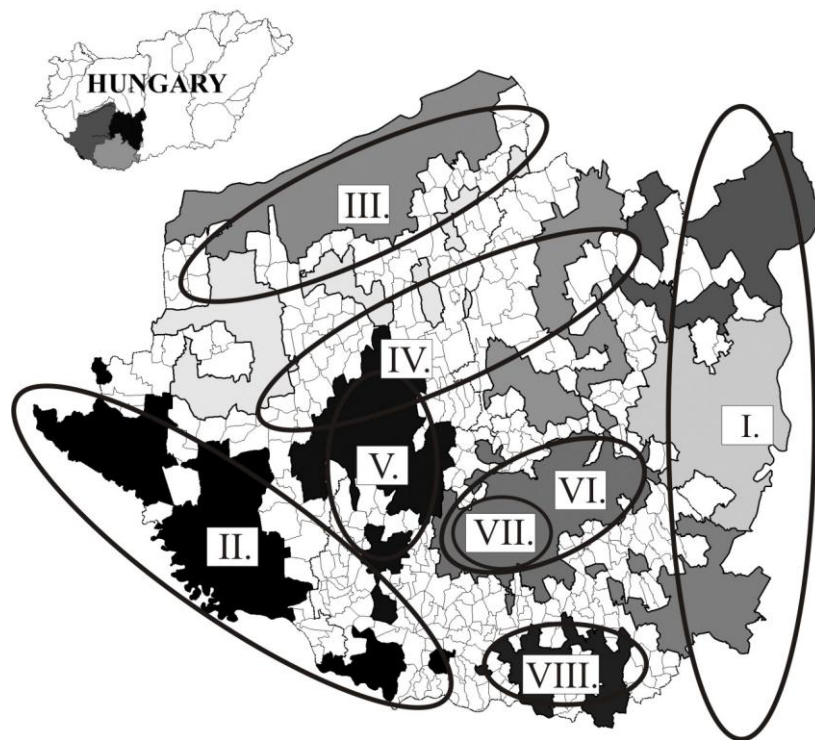
Élménybirtok jött létre és lépett be a piacra. Elgondolkodtató és nagyon sajnálatos, hogy ezek forgalmi hozadéka eddig még nem mutatkozott meg.

A Dél-Dunántúli Turisztikai Régió desztinációi

A Dél-Dunántúli Turisztikai Régió desztinációinak lehatárolására már 2007-ben sor került, amikor a Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség és a Pécsi Tudományegyetem Földrajzi Intézetének Turizmus Tanszéke között létrejött kutatási megbízás – melynek témája a 2007-13 ROP prioritásokhoz kapcsolódott és a turisztikai magterületek lehatárolását tűzte ki célul – jóvoltából komplex mutatóknak köszönhetően kialakításra kerültek a Dél-Dunántúli Régió turisztikai magterületei, illetve periférikus régiói is. (AUBERT A. – SZABÓ G. 2007)

A kutatás megjelölte tehát a turisztikai régió idegenforgalmi központjait, melyek alapvetően két csoportra oszthatóak: egyrészt beszélhetünk a már működő, kialakult magterületekről, melyek már önálló piaci márkaként is megállják a helyüket, másrészt pedig megkülönböztetjük a még formálódó, potenciálisan desztinációvá váló területeket.

A kialakításra került összesen 8 darab desztináció közül megkülönböztetjük az átfogó célterületeket és formálódó gócterületeiket (1. Dunamente, 2. Drávamente, 3. „Kis-Somogyország”, 4. Kapos-völgy, 5. Zselic), illetve a Dél-Dunántúli Turisztikai Régió magterületeit (1. Mecsek, 2. Pécs, 3. Harkány–Siklós–Villány). (AUBERT A. 2007) (1. ábra)



1. ábra: A Dél-Dunántúl turisztikai desztinációi

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| I. Dunamente | V. Zselic |
| II. Drávamente | VI. Mecsek |
| III. „Kis-Somogyország” | VII. Pécs |
| IV. Kapos-völgy | VIII. Harkány-Siklós-Villány |
- Szerk.: Aubert A. – Szabó G. – Pirkhoffer E. (Szerk.), 2007

A VIDÉKI TURIZMUS HELYZETÉRTÉKELÉSE MAGYARORSZÁGON

A vidéki turizmus terméktípusai

Az idegenforgalom fejlesztésében az 1970-es évek közepétől érzékelhető scenárió-váltás egyik legfontosabb követelményei azokban a törekvésekben mérhetőek le, amelyek az idegenforgalom arányosabb területi képének kialakítása, új fogadóterületek feltárása, új kínálatok megteremtése irányába hatottak. Az addig a turizmus által alig érintett vidéki térségek a figyelem középpontjába kerültek. Ezekben a régiókban összekapcsolhatók a turizmus és a széles értelemben vett területfejlesztés érdekei (GANNON A. 1990; HERMANN W. 1993). Közös termékük a német nyelvterületen „Landtourismus” -nak nevezett forma (ASSAM R. 1993; GRESSHOFF M. 1988; HALÁSZ P. 1992).

Ez egy gyűjtőfogalom, amely egyrészt tartalmazza mindazokat a módszereket, amelyekkel a korábbi, spontán módon kifejlődött turizmus centrumokon és övezeteken kívüli rurális térségekbe idegenforgalom telepíthető; másrészt átfogja azokat a turizmus változatokat, amelyek képesek hasznosítani a feltárt adottságokat. Magyarországon e fogalom megfelelője a falusi turizmus, de célszerűbb volna a szélesebb megközelítést adó *vidéki turizmus* megnevezés alkalmazása (SZABÓ G. 1993c).

Az idegenforgalom és a területfejlesztés kapcsolata abból a felismerésből fakad, miszerint a turizmus „húzó-ágazatként” jelentős tovaryűrűző, más szektorokat és tevékenységeket fejlődésre ösztönző, ún. multiplikátor hatásával alkalmas a vidéki régiók gazdaságának és társadalmának megmozdítására, fejlődési pályára irányítására-állítására (DANIEL C. 1993; FOIERA R. 1983; FREYER W. 1996; AUBERT A. - SZABÓ G. 1992).

A vidéki turizmus fejlesztése mindkét szakág számára előnyökkel kecsegtet, az idegenforgalom számára nyerhető előnyök:

- A rurális térségek – a fejlődésből részben kimaradva, margóra szorulva – adottságaikat megőrizték. Ezek egyben újfajta vonzerőként jelentkeznek és alkalmasak az idegenforgalom túlzottan centralizált területi képének arányosabbá tételére.
- Mivel a vidéki térségek kínálata sokféle, ám külön-külön mérsékelt vonzású adottságokra épül, ezek különböző összetételben, de egész évben hatnak, így a turizmus szezonális ingadozásának mérséklését szolgálják.
- A kínálat egyik központi eleme a kapcsolatteremtés a városi lakosság és a természet között. A falvak lakói közvetítők ebben és a személyes kontaktusok révén az emberi kapcsolatok, az individuális turizmusformák megerősítését végzik.
- Nem utolsó szempont az sem, hogy a vidéki turizmus bázisai alkalmasak a hátrányos helyzetű rétegek turizmusának befogadására is. Az ún. szociálturizmus számára a vidék új lehetőséget jelent.
- Új kínálatok jönnek létre, amelyek célterületeivé válhatnak a környezettudatos, alternatív idegenforgalmi formáknak.
- Differenciált kínálatú fogadóbázisok épülnek ki a második és harmadik üdülés, valamint az egyre hangsúlyozottabbá váló *hétvégi turizmus* számára.

A területfejlesztés számára mérhető pozitívumok az alábbiakban foglalhatók össze:

- A területfejlesztés a nyugat-európai államokban, a II. világháború óta érzékeli a vidéki régiók válságát. Ez, összefüggésben a mezőgazdaság teherbíró- képességének gyengülésével, a rurális térségek népességmegtartó erejének látványos hanyatlását hozta (FEHÉR I. 1993). A városokba áramlás lefékezésére nem bizonyult elegendőnek az agrárgazdaság támogatása, más fejlesztési energiákat is fel kellett használni az ún. struktúraszegény körzetekben. A turizmust a helyi erőforrások feltárásának és ezen

keresztül a vidéki gazdaság dinamizálásának eszközeként vették számításba (LEHLE K. 1982; FRUCTUS M. 1996; PEVETZ W. 1983).

- A fejlesztésben lemaradt agrártérségek viszonylag ép természeti környezete, megőrzött tradíciói a turizmus révén vonzerőként, tehát fejlesztési energiaként tárhatók fel (PICHLER M. 1993).
- Az adottságok feltárását, kínálattá alakítását a helybeliek végezhetik el; természetesen az indulásnál külső anyagi és szakmai támogatással (EHRlich K. 1993). Így a vidékfejlesztés sikerrel biztató *endogén* módszerei alkalmazhatók.
- A turizmus kapcsolható a vidéki régiók fő gazdasági ágazatához, a mezőgazdasághoz. A helyi termékek vonzóerőként, a szolgáltatások minőségi elemeiként és reklámhordozóként egyaránt felhasználhatók. A turizmus az agrártevékenységek kiegészítője (CSITE A. 1998).
- A turizmus a helyi lakosság által felkínált férőhelyek kapacitására és szolgáltatásaira szerveződik, így bevételei helyben csapódnak le, gazdaságot dinamizáló erőforrásként jelenve meg (KOVÁCS D. 1995b).
- Az idegenforgalmi fejlesztések javítják a helybeliek életminőségét, kiegészítő jövedelmet jelentenek és fenntartható fejlődési irányt, kiutat kínálnak a perifériára sodródott körzeteknek.

Áttekintve a vidéki turizmusból nyerhető előnyöket megállapítható, hogy:

- a turizmus a szélesedő kínálat hatására területileg és időben is széthúzódik;
- a területfejlesztés a helyi energiák mozgósításával fejlesztési erőt vihet a helyi gazdaságba; támogathatja az agrártevékenységet, kiegészítő jövedelmekhez juttatja a helyi lakosságot.

A vidéki turizmus fő vonzerőiként a természet közelsége, a még élő tradíciók (tárgyi, szellemi, kulturális, valamint termelési hagyományok), a vidéki életmód, a családi miliő, az emberi kapcsolatok emelhetők ki. Mindezek azonban nem egy meghatározott turizmusváltozat alapját jelentik, hanem a sokszínű, tájegységenként, településenként, de akár vendégfogadónként is eltérő kínálat, a vidéki turizmus számos típusának kialakulásához nyújt kiváló lehetőséget.

A szélesen értelmezett vidéki turizmus kínálatai alapvetően négy terméktípus körül koncentrálnak.

1. Az *ökoturizmus* a turizmus minden olyan természetén alapuló formáját felöleli, amelynél a turisták fő motivációja a természet felfedezése, megismerése. Emellett a helyi kultúra emlékei is vonzerőként tűnnek fel, a tanulás alapmotiváció (AMBRUS T. – GYURICZA L. 2008, GYURICZA L. 2009).
2. Az *agroturizmus* magában foglalja az agrártérségekbe települő, a tradíciókat hordozó mezőgazdasági adottságok és termékek értékesítésére szerveződött turizmust (GANNON, A. 1990).
3. A *falusi turizmus* a vidéki tájak és települések hagyományait bemutató, helyi összefogáson alapuló kínálat (SZABÓ G. 2006).
4. A vidéki tájakat és településeket összekötő *tematikus kínálatok, tematikus utak*, amelyek épülhetnek a történelmi múlt sorközösségét kifejező műemlékekre, hagyományos kereskedelmi kapcsolatokra (kulturális, vagy történelmi utak), illetve a táji termelési kultúrák és termékeik (sajt, bor, gyümölcs...) bemutatására (G. SZABÓ-E. SARKADI 2006).

A Magyarországon is jellemző terméktípusok kvantitatív elemzését jelentősen nehezíti, hogy a magyar turisztikai célú adatgyűjtés alapvetően a szálláshely-statisztikára koncentrál, így a négy terméktípus közül csak a falusi turizmus ragadható meg adatszerűen a falusi vendégfogadók vendégforgalmán keresztül. Ám ez nem azt jelenti, hogy csupán ¼-ét látjuk a vidéki turizmusnak, hiszen a terméktípusok között erős kapcsolatok érzékelhetők. A szolgáltatók közötti hálózatos együttműködés egyik eredménye az, hogy a vidéki turizmus attrakcióira érkező vendégek jelentős része szálláshelyet a környező falusi turizmus szolgáltatóknál foglal. A falusi vendégfogadók szerencsés kiegészítői az ökoturisztikai programoknak, az agroturisztikai kínálatoknak és integráns részei a tematikus utaknak is.

A VIDÉKI TURIZMUS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI A DÉL-DUNÁNTÚLON

A Dél-Dunántúl falusi vendégfogadói kapacitásai erős régió belüli eltéréseket mutatnak. A Mecsek-hegység és valamennyi kistája, a Villányi-hegység és természetesen a borvidék falvai mutatják a legnagyobb intenzitást. Hozzájuk csatlakoznak a Baranya megye déli-délkeleti dombosági és dunamenti falvainak a vendégfogadói, akiknél a sváb hagyományok és a borvidéki kötődések egyaránt komoly ösztönzőnek számítanak. Szórtaabbak a szálláshelykapacitások az Ormánságban és Somogyban a Drávát kísérvé. A Zselic a Somogy megyei falusi turizmus központjának számít, hasonló szerepet tölt be Tolnában a szintén szelíd dombvidék, a Tolnai-Hegyhát és vendégfogadó falvai. Somogyban a Marcali-hát, míg Tolnában a Mezőföld néhány települése is feliratkozott a falusi turizmus fogadóterületei közé. (CSAPÓ, J. – JÓNÁS-BERKI M. 2011)

Tanulmányunk következő fejezetei a Dél-Dunántúl olyan vidéki turisztikai termékeit tárja fel, melyek egyfajta „best practice”-ként előremutató, naprakész és modern felfogásban értelmezik, erősítik és jelenítik meg a vidéki turizmust.

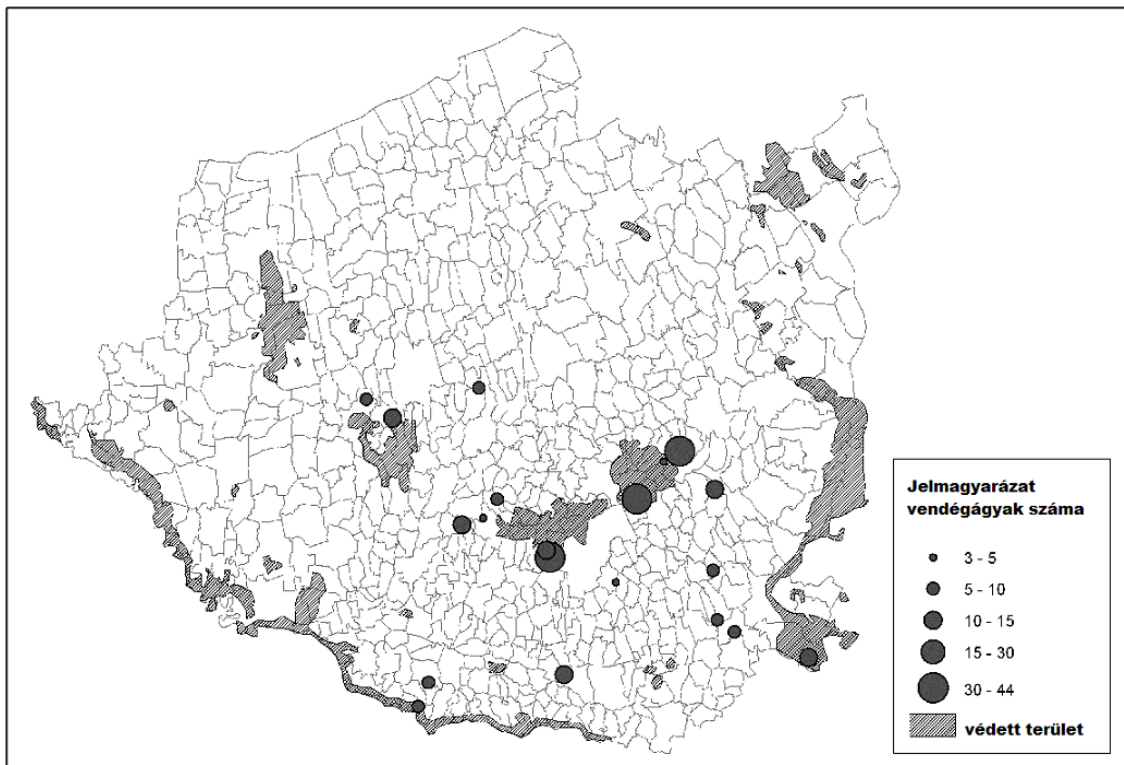
Termékfejlesztés

A Dél-Dunántúlon 2010 őszétől, egy, a fenntarthatóság kritériumainak is megfelelő szállásadói hálózat kezdte meg működését. Ezek a falusi vendégfogadók egy új minősítési rendszerben, „Környezetbarát vendégfogadó”-ként, más néven „Ökoporta”-ként fogadják vendégeiket. A külön védjeggyel jelölt, első körben 32 minősített vendégfogadó a legértékesebb, természetvédelmi oltalom alatt álló területeket övező falvakban kezdte meg működését.

A dél-dunántúli ökoporták területi elhelyezkedése kötődik a régió védett területeihez (2. ábra). A Duna-Dráva Nemzeti Park dunai és drávai védett értékei mellett, Dunaszekcsőtől Erdőfüig, Sellyétől Drávasztáraig összesen kilenc településen található jól felszerelt és környezetbarát szálláshelyek.

A Kelet-Mecsek Tájvédelmi Körzetet övező falvakban Mecseknádasdtól Hosszúhetényen át Vékényig öt településen, a Nyugat-Mecsek Tájvédelmi Körzet Jakab-hegy lábánál fekvő falvai közül pedig Cserkúton és Kővágószőlősen várják minősített porták a környezet iránt elkötelezett vendégeket.

A Somogy megyét Baranyával összekötő Zselici Tájvédelmi Körzet nyolc településén, Gyűrűfűtől Kánon át Szennáig és Bárdudvarnokig tucatnyi vendégfogadó készült fel „Környezetbarát vendégfogadó”-ként, az ökoturisták, természetkedvelők fogadására.



2. ábra: A Dél-Dunántúli ökoporták területi elhelyezkedése
Szerk.: Pirkhoffer E. 2011

A régió ökoportái egy a magánszálláshelyekre, azon belül is a falusi vendégfogadókra kidolgozott minősítési rendszer kritériumainak megfelelően nyerhetik el megkülönböztető címüket.

Ezt, a vendégeket a minőségi kínálatok felé orientáló, a vendégfogadóknak pedig marketing előnyöket jelentő rendszert neveztük el „környezetbarát vendégfogadók” rendszerének.

A rendszer, vagy hálózat fő elemei:

- Minősítési rendszer, amely tartalmazza mindazon kritériumokat, amelyek teljesítésével a falusi vendégfogadók részesei lehetnek a régió ökoturisztikai hálózatának, *környezetbarát vendégfogadóvá* válhatnak.
- A kritériumok magas minőségi mércét határoznak meg, amely csak fejlesztések révén érhető el a már ma is működő falusi vendégfogadók számára. A szükséges fejlesztések, beruházások végrehajtásához pályázati rendszerben nyerhetnek támogatásokat.
- A környezetbarát vendégfogadó minősítést elnyertek piaci pozícióik javítására marketing és PR támogatást kapnak.
- A minősítettek támogatást kapnak a régió ökoturisztikai hálózataihoz való kapcsolódáshoz is.

Mindezek nyomán összefoglalható, hogy mi az az ökoporta?

- Olyan falusi vendégfogadóhely, amely kényelmes és jól felszerelt, szálláshelyként a 3, vagy 4 napraforgós minőségi kategóriába tartozik.
- A szálláshely természetvédelmi értékek közelében fekszik, a vendégfogadó felkészült a környék látnivalóinak a bemutatására.
- A szálláshely és környezete környezetbarát és hagyományőrző kialakítású, energia és víztakarékos, hulladékát komposztálja és szelektív módon gyűjti.
- A vendégfogadók ragaszkodnak kulturális tradícióikhoz, őrzik a táji, termelési hagyományokat.

- Helyi élelmiszer és/vagy kézműves termékeik vannak, amelyeket szívesen mutatnak be vendégeiknek, kóstoltatják meg a helyi ízeket.
- A vendégfogadók ismerik a környék túraútvonalait, kulturális programjait, ezeket vendégeiknek is ajánlják.

Területi együttműködések, határon átnyúló kapcsolatok

A Dél-Dunántúli Turisztikai Régió határon átnyúló kapcsolatokon alapuló turizmusfejlesztésének egyik legújabb és egyben talán legrelevánsabb példajaként a nemzetközi együttműködéssel létrejött Datourway program (IPA SEE 2008: Transnational Strategy for the Sustainable Territorial Development of the Danube Area with a Focus on Tourism) egyik pilot projektjét, a Béda-Karapanca pilot projektet és annak szakmai eredményeit szeretnénk röviden bemutatni.

A projekt pontos címe "Béda-Karapanca" (HU-SER-CRO) - Economic opportunity (via tourism) in ecological milieu (cca. A turizusból is adódó gazdasági lehetőségek az ökológiai környezetben).

A fenntartható turizmusfejlesztés alapelvein alapuló együttműködés magyar, horvát és szerb partnerekkel épült ki, a kutatások és az előkészítő munkák 2011 nyarára fejeződtek be. A pilot projekt kidolgozása folyamán fejlesztési programokra vonatkozó ajánlásokat, konkrétan nevesített projekteket, valamint a Béda-Karapanca határon átívelő terület átfogó turisztikai fejlesztési programját dolgoztuk ki. A főbb kiemelt turisztikai termékek a bor és gasztronómia, az aktív turizmus és az ökoturizmus formáit fedik le.

A pilot projekt fő célja tehát egy fenntartható turizmusfejlesztési terv, turizmus stratégia és konkrét akcióterv összeállítása volt a vizsgált területen. A legfontosabb célcsoportok a helyi lakosság és a turisták mellett a helyi önkormányzatok, állami intézmények, gazdasági szervezetek, magánvállalkozók és a helyi non profit szervezetek voltak.

A kutatás során szintén meghatározásra került a terület célpiramisa, melyet annak érdekében állítottunk össze, hogy a turisztikai piacon a régió egy egységes turisztikai desztinációként jelenhessen meg:

- A Mura-Dráva-Duna UNESCO Bioszféra Rezervátum és a Duna-Dráva Nemzeti Park természetvédelmi értékeken alapuló turisztikai termékfejlesztése;
- A – különleges és egyedülálló kulturális örökségen és a rendezvényeken, fesztiválokon alapuló – kulturális turizmus fejlesztése, melyet egy közös Dunai kultúra köré lehetne kiépíteni;
- A turizmus és a kiszolgáló infrastruktúra fejlesztése;
- A társadalmi háttér és a transznacionális együttműködés erősítése;
- A hagyományos helyi mezőgazdasági és kézműves termékek gyártásának elősegítése;
- A vendégfogadás helyzetének javítása;
- A turizmus és a kapcsolódó gazdasági ágak közti koordináció erősítése;
- Regionális TDM rendszerek informális hálózatának kialakítása;
- Regionális marketing és PR rendszer kiépítése
- A regionális kohézió megerősítése.

A határmenti együttműködési lehetőségek erősítése érdekében a következő konkrét célkitűzéseket (objective) határoztuk meg:

- A helyi civil szféra erősítése modellek és „jó példák” adaptációjával;
- A helyi értékek védelmét célzó hagyományörzés, hagyományörző csoportok erősítése;
- A természet és örökségvédelmi szervezetek erősítése;

- A határmenti kapcsolatok különböző formáinak támogatása (testvérvárosi kapcsolatok, közös rendezvények)

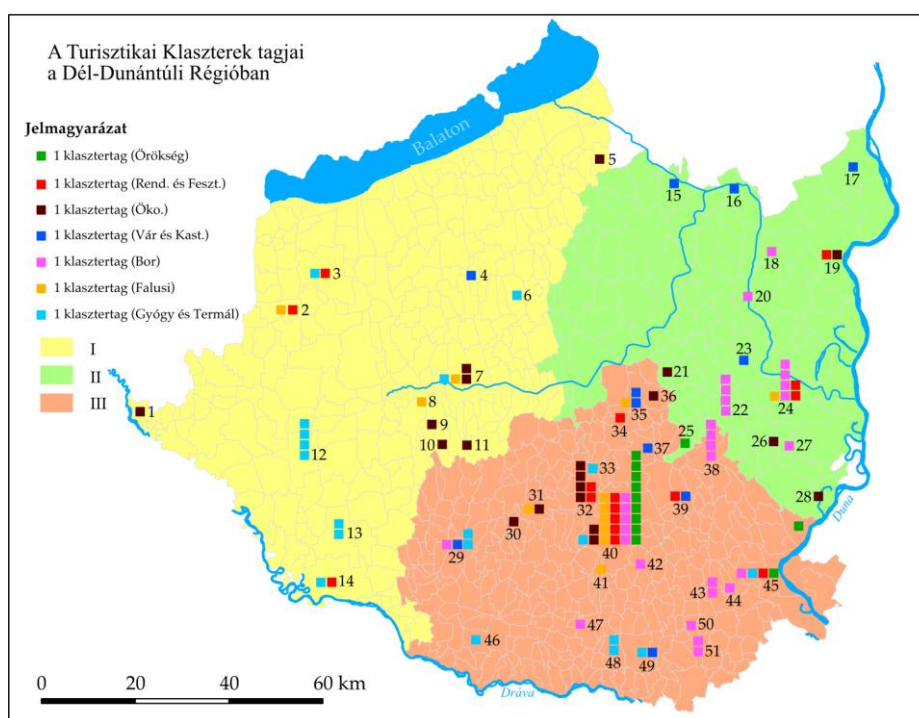
Természetesen a határmenti kapcsolatok erősítésében – és többek közt anyagi támogatások lehívásában (CBC programok) – a legnagyobb szerepet a még nem EU tagok felvétele jelenti/jelentheti majd.

Turisztikai menedzsment – A térség turisztikai klaszterei

A Dél-Dunántúli Régió 2010-ben bővítette ki a turizmus menedzsment tevékenységek fejlesztésére szánt pályázati támogatásait a turisztikai klaszterekre is (DDOP-2010-2.1.3 A). A klaszterfejlesztési támogatás céljaiként az iparági hálózatos kapcsolatok kialakítását, a partnerek közötti információáramlás javítását és versenyképes turisztikai szolgáltatások nyújtását határozták meg. A támogatások termék alapú turisztikai együttműködéseinek elősegítésére szolgálnak. Figyelmet érdemel a pályázat kiírójának az a definíciója, hogy a klaszterek eltérnek a TDM szervezetektől, a szerveződés alapja nem a desztináció hanem az azonos működési témakör (GONDA T. 2010).

A régió a helyi jellegzetességeket figyelembe véve, az alábbi klasztertemákat támogatja:

- Gyógy- és egészségturizmus
- Lovas turizmus
- Borturisztika
- Ökoturizmus
- Falusi turizmus
- Örökség alapú kulturális turizmus
- Rendezvény és fesztivál turizmus
- Vár és kastély turizmus



3. ábra: A turisztikai klaszterek tagjai a Dél-Dunántúli Régióban
Szerk.: Gonda T. 2012

A felsorolt terméktípusok többsége már más régiók korábbi Turisztikai Célelőirányzatra, vagy uniós forrásokra támaszkodó klaszter pályázataiban megjelent. A pályázati kiírás igazi újdonsága a falusi turizmus tematika beillesztése a támogatott terméktípusok sorába. Nem

mintha nem érdemelte volna már meg korábban is a szakterület ezt a figyelmet teljesítményei alapján, hanem azért mert a falusi turizmus szolgáltatói, a szakterület szereplői döntően a magánszemélyek és az azokat tömörítő civil szervezetekből toborzódnak. Vállalkozásokat, sőt vállalatokat csak igen ritkán találunk ebben a szolgáltatói körben. A pályázati kiírás konzekvensen alapvetően cégek, vállalkozások közreműködésével megvalósuló klaszterfejlesztéseket preferál, ez vonul végig a kritériumokon és az indikátorokon is. Nagy kérdés tehát a falusi turizmus termékek fejlesztői számára, hogy miként hozható létre és működtethető egy falusi turizmus régiós klaszter?

ÖSSZEFOGLALÁS

Tanulmányunk egyrészt összefoglalta a vidéki turizmus mai helyzetét, pozícióit és perspektíváit Magyarországon, másrészt pedig a vidéki turizmus fejlesztési lehetőségeinek legújabb példáit tárta fel a Dél-Dunántúli Turisztikai Régió területén.

Kutatásainkból következik, hogy annak ellenére, hogy a Dél-Dunántúl több vidéki terméktípusban jelentős potenciálokkal és kedvező pozícióval rendelkezik, a régió rurális térségeit a jelentős fejlesztések csak részben érintették. Ilyenek például a Pannon Borrégió borvidékei Villánnal és Szekszárddal az élen, amelyek a borturizmusban és borutakban országosan piacvezetők. A régió természetvédelmi oltalom alatt álló területeinek ökoturizmusa is jelentős bővülést mutatott. Külön ki kell emelnünk a falusi és agroturizmus régiós termékeit, amelyek például az itt kifejlesztett környezetbarát vendégfogadói hálózat, az „ökoporta” rendszer révén nemzetközileg is újdonságnak számítanak. Mindezek hálózatba rendezve az egyre keresettebb gasztronómiai fesztiválokkal és a határon átnyúló turisztikai együttműködésekkel, új vonalát jelölik ki a fejlesztéseknek.

Tanulmányunk ezeket az alternatív, a vidéki turizmus eredményeire támaszkodó megoldásait mutatta be a turizmus fejlesztésének szemszögéből, figyelemmel a régió pozíció javításának esélyeire.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- AMBRUS T. – GYURICZA L. 2008: The Role of Natural Potential in Tourism – Rural potential in tourism. Geographical Phorum Year 7, No 7/2008. Craiova, pp. 151–156.
- ASSAM, R. 1993: Entwicklungstendenzen des ländlichen Tourismus in der Europäischen Gemeinschaft. In. Europäisches Forum für Landtourismus 1993 Mai, Weiden pp. 15-18.
- AUBERT A. (szerk.) 2007: A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei. Pécsi Tudományegyetem, Pécs 246. p.
- AUBERT, A – CSAPÓ, J. – PIRKHOFFER, E. – PUCZKÓ L. – SZABÓ G. 2010: A method for complex spatial delimitation of tourism destinations in South Transdanubia. Földrajzi Értesítő – Hungarian Geographical Bulletin vol. 59.:(No. 3.) pp. 271-287.
- AUBERT A. – MARTON G. – SZABÓ G. 2011: A Dél-Dunántúli Turisztikai Régió. In: Dávid Lóránt, Remenyik Bulcsú (szerk.) A Kárpát-Pannon térség turizmusföldrajza. Gyöngyös: Károly Róbert Főiskola, pp. 137-157.
- AUBERT A. – SZABÓ G. 1992: A falusi turizmus újraindításának és fejlesztésének lehetőségei Baranya megye két eltérő adottságú településcsoportjában. MTA RKK DTI, Pécs, 59 p.
- AUBERT A. – SZABÓ G. 2007: Turisztikai magterületek- és folyosók a dél-dunántúli régió példáján (2006), kiemelt turisztikai desztinációk. In: Aubert A. (szerk.): A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei. Pécsi Tudományegyetem, Pécs pp. 206–211.
- CSAPÓ J. – JÓNÁS-BERKI M. 2011: Dél-Dunántúli Turisztikai Régió. . In: Dávid L. (szerk.) Magyarország turisztikai régiói. Pécsi Tudományegyetem. elektronikus tananyag. ISBN: 978-963-642-432-9. TÁMOP-4.1.2-08/1/A-2009-0051 „Komplex megközelítésű digitális tananyagfejlesztés a közgazdaságtudományi képzési terület turizmus alap- és mesterszakjaihoz” 16 p. <http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Magyarorsz%C3%A1g%20idegenforgalmi%20r%C3%A9gi%C3%B3i/book.html>
- CSITE A. 1998: Regionális és vidékfejlesztés Észak-Korjalában. A falu 1. sz. pp. 75-83.
- DANIEL, C. 1993: Ferien auf dem Land - Ziele und Perspektiven. In. Europäisches Forum für Landtourismus 1993 Mai, Weiden pp. 63-66.
- FEHÉR I. 1993: Vidékfejlesztés az Európai Közösségben. A falu VIII. évf. 1. sz. pp. 7-21.
- FOIERA, R. 1983: Bauernhoftourismus: Tourismus im ländlichen Raum in Wirtschaftlichen Randgebieten der Schweiz. Diss. Zürich, 1983.
- FREYER, W. 1996: Tourismuspolitik und Raumordnung. In.: Jenkis, H. : Kompendium der Raumordnung und Raumordnungspolitik, München/Wien pp. 258-287.
- FRUCTUS, M. (ED.) 1996: Guide pratique des gestionnaires de routes du vin. EU Ouverture-Reset Project, Université de Bordeaux 1. 180p.
- GANNON, A. 1990: Rural development through agri- tourism. REUR Technical Series No. 14. FAO Roma.
- GONDA T. 2010: Turisztikai klaszterek a Dél-Dunántúlon. TERÜLETFEJLESZTÉS ÉS INNOVÁCIÓ k.sz.: pp. 1-16.
- GRESSHOFF, M. 1987: Üdülés a falusi gazdaságokban. A falu 3. sz.
- GRESSHOFF, M. 1988: Falusi turizmus az NSZK-ban. Városépítés 4. sz.
- GYURICZA L. 2009: A természeti adottságok meghatározó szerepe a turizmusban. In: Aubert A. – Berki M. (szerk.) Örökség és turizmus. PTE-TTK FI, Pécs, 2009. pp. 87–95.
- HALÁSZ P. 1992: A falusi turizmus az Európai Közösség országaiban és a hazai fejlesztés lehetőségei. Gazdálkodás XXXVI. 2-3. sz.
- HERMANN, W. 1993: Das Programm zur Entwicklung der landlichen Gebiete in Bayern. (In. Europäisches Forum für Landtourismus 1993 Mai, Weiden) pp. 11-13.

- KOVÁCS D. 1995: A falusi turizmus helye a családi gazdálkodásban és az átalakuló mezőgazdaságban. A falu 2. sz. pp. 75-83.
- LEHLE, K. 1982: Urlaub auf dem Bauernhof - Analyse und Perspektiven des Nebenbetriebes „Tourismus in der Landwirtschaft“. Frankfurt/Main 1982. Schriftenreihe des Auswertungs- und Informationsdienstes für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AID). H. 190.
- PEVETZ, W. 1983: Fremdenverkehr und Landwirtschaft in Österreich. In: Berichte über Landwirtschaft 61. 1983. H. 2. S. 280-302.
- PICHLER M. 1993: Üdülés a parasztbirtokon, tanácsadási súlypont. Mező- és Erdőgazdasági Minisztérium oktatási dokumentációja, Wien, 46 p.
- SZABÓ G. 1993c: Új irányok a vidéki turizmus fejlesztésében. In.: Kovács T. (szerk.) Kiút a válságból, II. Falukonferencia. MTA RKK Pécs pp. 206 - 212.
- SZABÓ G. 2006: A vidéki turizmus Magyarországon, a borturizmus Magyarországon. In.: Aubert A. (szerk.) Magyarország idegenforgalma (2006-2007) szakkönyv és atlasz. Cartographia Budapest, pp. 38-41.; 42-45.
- SZABÓ, G. – SARKADI E. 2006: Weinstrassen als ein specielles touristisches Produkt: Konzeption, Erfahrungen und Beispiele in Ungarn. Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung Heft. 243. Universitat Bayreuth pp. 127-147.
- KSH, 2012 www.ksh.hu
- TURIZMUS MAGYARORSZÁGON 2011 <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/turizmus-magyarorszagon> 16 p.