

TERÜLETFEJLESZTÉS ÉS INNOVÁCIÓ

A PTE TTK Földrajzi Intézet
Politikai Földrajzi, Fejlődési és Regionális
Tanulmányok Tanszékének, valamint
Társadalomföldrajzi és Urbanisztikai Tanszékének
elektronikus folyóirata



Tartalom

**Oroszi Viktor György -
Gonda Tibor**

Az innováció értelmezése és gyakorlata a turizmusban 3

Kovács Boglárka Dóra - Krizl Edit

Fejlesztési lehetőségek a borúti hálózat működtetésében és a borúti szolgáltatások minősítésében 20

Jakab Zsuzsanna

Társadalmi kirekesztettségi megnyilvánulások, szegregátumok elemzése pápai példán keresztül 27

Főszerkesztő

Pirisi Gábor

Szerkesztőbizottság tagjai

Pap Norbert (elnök)

László Mária (alapító-főszerkesztő)

Trócsányi András

Sitányi László

Gálosi-Kovács Bernadett

M. Császár Zsuzsanna

Lapszerkesztő

Mati Andrea

Szerkesztőség

7624 Pécs, Ifjúság útja 6. Tel: 72/501-531

www.terinno.hu

ISSN 1789 - 0578

Köszöntő

Tíz év, hirtelen, elszelelt... tizedik évfolyamába érkezett online folyóiratunk, amely életkor talán meghaladja a kezdetek óta együtt dolgozó alapító csapat eredeti várakozásait is. Ez ugyan most nem ünnepi szám, de talán még az évben sor kerül arra is.

Az idei év első számában megint többségben vannak a turisztikai tárgyú írások - a félreértések elkerülése végett, ez profilbővítést jelent ugyan, de profilváltást még nem. Gonda Tibor szekszárdi intézetigazgató - pontosabban a PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Élelmiszergazdasági és Vidékfejlesztési Intézet igazgatója - és munkatársai jegyzik a két turizmusos írást. Tibor és a geomorfológia felől a tanszék kutatási profilja felé közelítő Oroszi Viktor György nagyívű összefoglalójának középpontjában a turisztikai innovációk állnak - a tanulmányt akár szakirodalomként is ajánlhatnánk turisztikai képzéseken. A második turizmusos téma gyakorlat-közeli, szerzői maguk is a témát teljes mértékig „belülről” ismerő kiváló szakemberek. Kovács Boglárka és Krizl Edit célja a borúti szolgáltatások és hálózatok fejlesztési lehetőségeivel foglalkozik. A leszakadás, társadalmi kirekesztődés is olyan probléma, amelyről időről-időre szó esik ezeken a hasábkon, még ha nem is tartozik lapunk fősodrához. Jakab Zsuzsanna mesterszakos geográfusként foglalkozott egy Pápa peremén fekvő szegregátum problémájával. Megközelítésében a területfejlesztés különböző szintjein szerzett gyakorlatias nézőpontja dominál.

Továbbra is nagy örömmel látunk kéziratokat a lap meglehetősen tág, társadalomföldrajzi-területfejlesztési profiljához illeszkedően, bárholnan a magyar nyelvű geográfia területéről. Szeretnénk bátorítani a fiatal kollégákat, végzős hallgatókat és doktoranduszokat, hogy a lap hasábjain lehetőségük van megosztani első kutatásaik eredményeit a nagyvilággal. A kéziratokat a pirisig@gamma.ttk.pte.hu címre kérjük beküldeni.

Kellemes olvasást, és hasznos időtöltést kívánnak mindenkinek:
a szerkesztők

Absztrakt

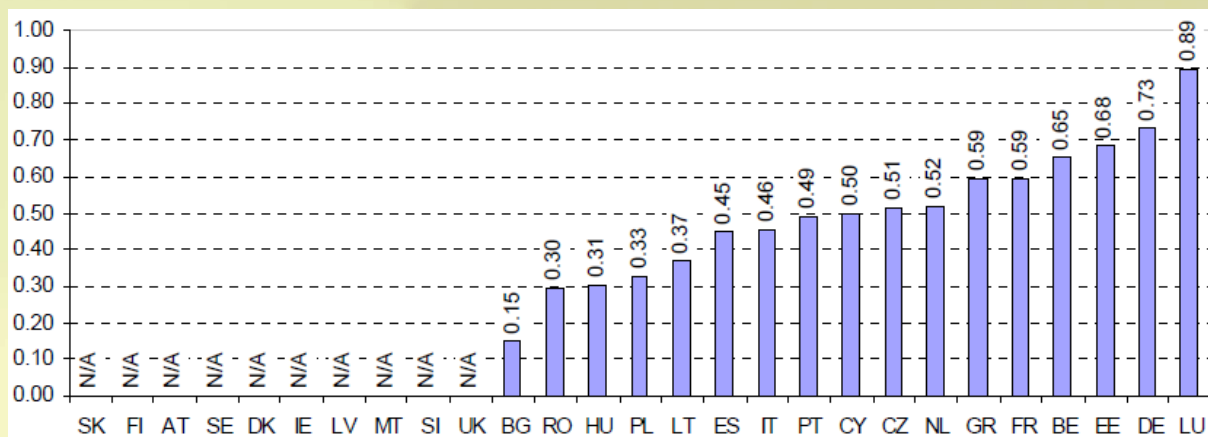
A Dél-Dunántúl turizmusa a hazai idegenforgalmi régiók rangsorának utolsó harmadába sorolható a vendégek száma és a vendégéjszakák tekintetében. A turistaforgalom fellendítését számos eszközzel próbálják elérni különböző szakmai szervezetek, önkormányzatok, vállalkozások. A turisták megnyerését új, innovatív ötletek, megoldások bevezetése is nagymértékben segítheti. Az innovációnak számos formája van, ami a turisztikai szektorban is természetesen leképeződik. Jelen tanulmány a turisztikai innovációk jelentősebb formáit mutatja be, és néhány példával érzékelteti, hogy a dél-dunántúli régió is nyitott az innovatív megoldásokra. Olyan új ötletek, megoldások születtek a térségben, mind szálláshelyi (ökoporta hálózat, vagy a „Disznó Hotel”), mind infokommunikációs (pl. VisitPécs! alkalmazás), mind a kreatív attrakciók (WineSpiration borászati látogatóközpont Pécsen, Garay-pince interaktív kiállítása Szekszárdon, az Ős-Dráva Látogatóközpont Szaporcán) termékfejlesztés, vagy a szervezeti együttműködések (klaszterek) és a marketing innovációk (pl. hunyoros ökoturisztikai minősítés; Hőspróba a dél-dunántúli várakban, kastélyokban) terén, ami elősegítheti a térség turizmusának fejlődését.

1. Bevezetés

Az innováció jelensége gyakorlatilag egyidős magával a turizmussal. Ha a modern turizmus kialakulásának hőskorára, a 19. századra gondolunk, láthatjuk, hogy már az első társas utazás megszervezésekor innovatív ötletre volt szükség. Thomas Cook koncepciója ugyanis szakított korának konvencióival, és tartalmazta a szórakoztatás és az utazás ötvözetét egy jól meghatározott piaci szegmens számára. Emellett alapos szervezőmunkája biztosította a keretet ahhoz, hogy megfizethető szolgáltatást nyújtson az emberek számára (HJALAGER, A-M. 2010).

Az Oslói Kézikönyv (OECD-EUROSTAT 2005) az innovációk négy kategóriáját különbözteti meg: a technológiai innovációkhoz sorolható a termék/szolgáltatás és a folyamat innováció, míg a nem-technológiai kategóriába tartozik a szervezeti/intézményi és marketing innováció. Ezek mindegyike jelen van természetesen a turizmusban is. Az Oslói Kézikönyv útmutatása alapján és az Eurostat adatgyűjtésére alapozva (Community Innovation Survey - CIS) az Európai Bizottság kezdeményezésére összegyűjtötték az innováció mérésére szolgáló legfontosabb mutatókat (European Innovation Scoreboard - EIS). Az így elkészült táblázat 2008-ban 29 indikátort tartalmazott, melyekből különböző összetett indexeket, mérőszámokat képeztek, mint például a szolgáltató szektor innovációs indexe (Service Sector Innovation Index - SSII), ami 23 indikátor kombinációjából jött létre. Segítségével összevethető az egyes tagállamok innovációs teljesítménye a szolgáltatások területén (CAMISÓN, C. - MONFORT-MIR, V.M. 2012).

AZ SSII kapcsán hazánk európai viszonylatban a sereghajtók közé tartozott 2007-ben (1. ábra). A 2015-ös adatok alapján az index egyes összetevői közül a vállalkozói aktivitás mutatói (mint a magánvállalkozások aránya, illetve a kreativitást és az új, eltérő dolgok kipróbálását szorgalmazó emberek aránya, valamint a munkatermelékenység növekedése) terén az első volt hazánk az Unió rangsorban. A többi mutatócsoportot tekintve csupán a 11. és 27. helyezések között szóródott hazánk teljesítménye (HOLLANDERS, H. 2015).



1. ábra: Egyes európai országok rangsora a szolgáltató szektor innovációs indexe alapján 2007-ben. Forrás: Arundel et al. 2007.

A spanyol Nemzeti Statisztikai Hivatal (INE) empirikus összehasonlító vizsgálata alapján elmondható, hogy a szolgáltató szektor kevésbé innovatív a termék és folyamat innovációk terén, mint a gyárpar. Utóbbi jobb teljesítményt tudott felmutatni a technológiai tudás és a szellemi tulajdonok kapcsán. Nagyobb arányban tudott szabadalmat, gyártási modellt, védjegy és szerzői jogi bejegyzéseket felmutatni. A védjegyek és a termék design terén némileg kisebb volt a kimutatható különbség, de az ilyen típusú innovációk száma még mindig alacsony a turizusból, szolgáltatásokból rengeteget profitáló Spanyolországban is. A gyárparban innovatív együttműködések is gyakoribbak, mint a szolgáltató szektorban. Ezzel együtt nem találtak szignifikáns eltérést a nem-technológiai innovációk esetében. Igaz a szolgáltatások terén működő vállalatok némileg jobb eredményeket értek el a szervezeti innovációkban: új menedzsment modellek, vagy marketing innovációk megalkotása, mint például a promóciós csatornák kiaknázása, jó gyakorlatok bevezetése (CAMISÓN, C. - MONFORT-MIR, V. M. 2012).

Az alábbiakban kívánjuk röviden áttekinteni és néhány példával illusztrálni a turisztikai innovációk legjellemzőbb csoportjait az Oslói Kézikönyv négyes beosztása alapján. Majd ezt követően példákat hozunk a Dél-Dunántúl területéről a turisztikai innovációk egyes típusaira vonatkozóan, ezzel is érzékeltetve a legújabb folyamatokat ezen a téren. Az új elképzelések és megvalósult fejlesztések bemutatásával is ösztönözve a szektor szereplőit a folyamatos megújulás szükségességére.

2. Termék/szolgáltatás innovációk a turizmusban

2.1 Termékinnovációk a szálláshelyeken

A termék és szolgáltatás innovációkra vonatkozóan a szálláshely szolgáltató szektorban kiváló példa az Accor hotellánc, amely tagjai alacsony árú szolgáltatásokat kezdtek kínálni anélkül, hogy az alapvető szállodai szolgáltatásokból (tisztaság, kényelmes ágyak) alább adtak volna. A kis-léptékű szálláshelyek esetében pedig egyfajta diverzifikáció ment végbe, megjelentek a speciális szolgáltatásokat nyújtó boutique/lifestyle/design hotelek és a szolgáltatásokat leegyszerűsítő Japánban elterjedt **kapszula hotelek** is, vagy éppen a zöld szálláshelyek. A design hotelek az építészet, design, szerviz, gasztronómia és más specialitások, mint például a kiváló elhelyezkedés mentén eredetit alkotva nyújtanak komplex szolgáltatást. A Design Hotel bejegyzett védjegy alá ma már 50 ország 280 független hotelje tömörült és kínál egyedi, esztétikus és szolgáltatás-vezérelt szálláshelyi élményt **a vendégek számára 1993 óta**. Nem ritka hogy a szervezeti innovációhoz is szorosan kötődik egy-egy ilyen szálláshely működése. Stockholmban ugyanis egy designert és egy guest experience managert is alkalmaznak a 'design hotel' brand fenntartása érdekében (STRANNEGARD, L. - STRANNEGARD, M. 2012).

A zöld szálláshelyek környezetvédelmi hatékonyságának vizsgálata kapcsán számos környezeti audit

rendszer kidolgoztak Hsiao és szerzőtársai (2014) Delphi módszert alkalmazva, szakemberek segítségével azonosítottak 64 indikátort, melyből eredményeik szerint 18 igen fontos és mérése könnyen megvalósítható. Kezdvé a környezetpolitika meglététől, a toxikus anyagok felhasználásának mellőzése és dolgozói tréningek szervezése mellett a vendégek ökotudatos szemléletformálásán át az energiahatékony elektromos berendezések használatáig.

Az Európai Unió területén az önkéntes alapú környezettudatos termelés szimbóluma az ökocimke. Fő célja a csökkentett környezetterheléssel bíró termékek és szolgáltatások keresletének és kínálatának bővítése. A címke használatára jogosult termékek és szolgáltatások köre korlátozott. A szolgáltató szektorban a szálláshely és kemping szolgáltatások kapcsán alkalmazható az ökocimke. Az Unió adatbázisát használva hazánkban csupán egy ökocimkével rendelkező szálláshelyet regisztráltak. (Egyetlen hazai kemping sem található a listán.) Míg Ausztriában **34 szálláshely és 11 ilyen kemping található**. Szomszédunk zöld szálláshelyeket tekintve az élen jár, abból a szempontból is, hogy Bécsben működik a világ első nulla energia egyenleggel rendelkező városi hotelje is. A Boutique Hotel Stadthalle **társadalmi felelősségvállalása** szerint az energiateljesítmény korszakosításán felül számtalan más innovatív megoldást vezettek be. A hagyományos recycling (újrahasznosítás) helyett upcycling stílusban (mindennapi használati tárgyakat felhasználva) újították fel hotelszobáik egy részét (pl.: régi könyvekből éjjeli szekrényt kreálva). Emellett a tömegközlekedéssel vagy kerékpárral érkező vendégek kedvezményt kapnak. Elektromos robogókat lehet bérelni a hotelben, illetve kerékpár tárolót és dokkoló állomást is kialakítottak, továbbá kizárólag hibrid autókat használó taxi társaság szolgáltatását biztosítják vendégeik részére. A közlekedésen kívül az energia- és vízfelhasználásra is tekintettel vannak: azon túl, hogy energiatakarékos izzókat és berendezéseket használnak, napkollektorokat alkalmaznak az energiatermelés és meleg víz előállítására érdekében. A légkondicionálást pedig a tetőterazon kialakított kerttel és hőszivattyúkkal oldották meg. A törölközőket csupán igény esetén cserélik, és a vendégek lemondhatnak az ágynemű huzat cseréjéről, valamint biológiailag lebomló vegyszereket alkalmaznak és speciális tisztítási tervvel rendelkeznek az épület. Organikus vagy helyi termékeket használnak, és szezonálisan megválogatják azokat (például a reggeli esetében). A tetőterazon kialakított kertben szerves trágyát és természetes herbicideket használnak, a megtermelt levendulát értékesítik vendégeik részére. Civil és környezetvédelmi szervek számára szintén kedvezményeket biztosítanak.

2.2 Interaktív, kreatív attrakciók, mint turisztikai termékek

A termék innovációk körébe sorolhatóak egyes új attrakciók is, mint például a szintén osztrák Langenlois településen található Loisium borászati élménybirtok, vagy az ehhez hasonló és a Dél-Dunántúlon található WineSpiration borászati látogatóközpont Pécsen és a Garay pince interaktív kiállítása Szekszárdon. Mindhárom esetben kreatív ipari megoldásokra volt szükség, hogy a kiállítások egyes elemei (erjesztő tartály belsejét imitálni és abban a fermentáció legfontosabb elemeit bemutatni, vagy óriás Cirfandli szőlőfürtöt kreálni) maradandó élményt nyújtsanak a látogatók számára.

Szintén kreatív ötleteket igényelt és teljesen új típusú terméket kínált a Láthatatlan Kiállítás megalkotása, ahol a vakok világába nyerhetnek betekintést a látogatók és első kézből, látássérült vezető segítségével tapasztalhatják meg, milyen világtalan embertársaink élete, milyen eszközök segítik mindennapjaikat. Egyúttal közelebb is hozza, szociálisan érzékenyebbé teszi a turistát sérült embertársai iránt. A kiállítás megalkotását követően pedig számtalan eseményt is ráépíthetnek új terméként az eredeti koncepcióra, mint például a borkóstolás során gyakran alkalmazott vakteszt kipróbálását ilyen környezetben. Hasonló innovatív termékfejlesztés eredményei a manapság népszerű szabaduló szobák (real escape game), melyek a számítógépekről ismert room-escape játékok valós térbe való kihelyezésének ötletén alapulnak. Az első szabaduló szobát 2006-ban a Szilícium-völgyben hozták létre. Hazánkban 2011-ben jelent meg a legelső, és már egy évvel később divatos lett, manapság Budapesten 30-40 ilyen helyszín létezik (pl.: Exitpoint, ParaPark, Claustrophilia), de a hazai régióközpontok többségében is kínálnak ilyen időtöltést a helyieknek

és a látogatóknak (Pécsen több helyszínen is). A működtetők szerint van ahol a játékosok 80%-a turista. A fejlesztés hazánkból hódítja meg a világot. A Bécsben működő három ilyen attrakció mind magyar érdekeltség, de magyarok létesítettek hasonló pánik szobákat Barcelonában, Madridban és Zágrábban is, máshol pedig franchise-szerűen szeretnék hasznosítani az ötletet. Magát az egész terméket (szabadulós játékot) nem lehetett levédetni, **csak az egyedi játék-koncepciót és annak egyes elemeit.**

Közgyűjtemények és egyetemek innovatív együttműködésére szolgáltathat példát a Szépművészeti Múzeum és a Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola 'Hazavihető Múzeum' **projektje** a jövőben. De Pristinában, a Koszovó Múzeumban is alkalmaznak ma már olyan mobil egységeket, melyek több érzékszervet is igénylő eszközökkel (fejhallgatóval, tapintható képekkel stb.) vannak ellátva (2. ábra). Ennek segítségével be tudják mutatni a múzeum értékeinek egy részét olyanok számára, akik valamilyen okokból (pl. mozgássérültek) **nem képesek meglátogatni a múzeumot.**



2. ábra: A Cosovo Museum mobil egységei látás- és mozgássérültek számára (Forrás: <http://zeroproject.org/practice/communicating-art-in-the-western-balkans/>)

attrakciót másoltak le a beruházók, hanem előbb Európa, majd a Föld legimpozánsabb épületeit mutatták be a látogatóknak nem kis sikerrel. Már az első szezonban (1958-ban) 48 182 vendég kereste fel, az újdonság erejével ható attrakció néhány év alatt rendkívül népszerűvé vált és 1962-re elérte először a százezer feletti (106 000), **1967-ben pedig a milliós látogatószámot.** Innováció szempontjából ennek továbbfejlesztett változata a 2011-ben megnyílt kisbéri **Mini-Magyarország Park**, ahol hazánk 43 legismertebb épületének makettjét tekinthetjük meg. **Az azonban már a mai magyar valóság, hogy hazánkból két ilyen jellegű park létrehozását is támogatta a kormány.** A szarvasi arborétumhoz kötötteen ugyanis 2013-ban nyitotta meg kapuját 48,8 milliós DAOP támogatás, a „**Mini Magyarország projekt megvalósítása a történelmi Magyarország közepén, Szarvason**” elnevezésű **turisztikai szolgáltatásfejlesztési projekt eredményeként a legújabb Mini-Magyarország park.** Itt 21 makett hazánk nevezetes városait mutatja be 1:25-1:100 méretarányban az érdeklődők számára. Magát az ötletet annyival fejlesztették tovább, hogy a történelmi Magyarország egyes attrakcióival is bővítették a koncepciót, az épületek elhelyezése pedig azonos egymáshoz viszonyított földrajzi elhelyezkedésükkel, így felülnézetből kirajzolódik az országhatár és a határon túli területek alakja. Emellett interaktívvá tették az elemek egy részét (gombnyomásra indítható vasúti modellel, a Balatonon ringatózó hajókkal és hangzó épületekkel), valamint mobiltelefonon is elérhető interaktív térképet is fejlesztettek az attrakcióhoz, ami részletes információkkal szolgál az egyes látnivalókról.

2.3 Termék imitáció

A termék imitáció kategóriájába tartozik például a világörökség részét képező kínai Szocsou több évszázados **kertjeinek**, tipikus tájépítészeti megoldásainak meghonosítása a világ 30 országában, mintegy 40 helyszínen, elsőként 1979-ben New York-ban. Ezzel varázsolva az adott helyszínekre egy, az adott helyszínen új attrakciót, ami a kínai kultúra egy szeletét mutatja be.

A termék imitációk egy másik változatát jelentik a világ, vagy egy-egy ország legismertebb épületeit bemutató makett parkok. Ilyen például a klagenfurti MiniMundus, vagy Olaszországban az ItaliaMiniatura, Brüsszelben a Mini-Europa. Klagenfurtban nem csupán egy

2.4 Szolgáltatások innovációi

A szolgáltatások piacán felbukkanó újítások közé tartozik például a magán- és az élmény- idegenvezetés elterjedése is. A személyre szabott kínálat egyre fontosabb. Ennek megvalósítása érdekében a megszokottól eltérő felkészülést igényel, és a megszokottól eltérő élményt tud nyújtani egy személyre szabott idegenvezető. Felkészülve a turista érdeklődéséből, ismerve annak korát és munkáját, pusztán érdeklődési körének megfelelő ismeretek bővítésén túl elősegíti azt is, hogy a látogató minél közelebb kerülhessen látogatása során az adott desztinációhoz, [kapcsolatot teremtsen annak lakóival](#).

2.5 Infokommunikáció és termékinnovációk (weblapok és mobil alkalmazások)

Az ICT (infokommunikációs technológia) hatására a turisztikai termékek terjesztése, fejlesztése, a közösségkapcsolatok és az üzleti kommunikáció fejlődése, a desztinációs image formálása (a látogatók még pontosabb mentális térképe), az információhoz való hozzáférés, a turisztikai termékek árának csökkenése és ezzel új piacok megnyitása, valamint a közlekedési biztonság terén is forradalmi újítások születtek (ZELENKA, J. 2009). Látható, hogy ezek egy része a folyamat innovációkhoz tartozik. De rohamos fejlődés volt tapasztalható a turisztikai termékek, szolgáltatások fejlesztésében is. Egyre nagyobb mértékben hasznosítják azokat, miközben gyökeresen megváltoztatják a turizmus ipart. Manapság a legnépszerűbb a weblapok, interaktív bemutatóhelyek és a mobiltelefonos alkalmazások fejlesztése.

A weblapok esetében olyan új termékek jelenhetnek meg a piacon, melyek a turisztikai holtszezonban is elősegítik a látogató kötődését egy desztinációhoz. Hazánk egyik legismertebb horgászvizén, a Maconkai-víztározón például akkor is kedvenc szórakozásával, a horgászattal töltheti az időt minden horgász, amikor tilalmi időszak, kedvezőtlen időjárási körülmények vannak, vagy éppen nincs rendelkezésre álló szabadideje, hogy az ország másik részébe utazzon. Az egyik hazai [horgászportálon](#) ugyanis olyan játékot találhatunk, ami az említett vízterületen virtuális horgászatot tesz lehetővé, miközben el is cseveghet online más horgászokkal, akár csak a vízparton ülne.

A turisztikai mobil applikációk ma már nagyon sokszínű kínálatot biztosítanak és többféleképpen csoportosíthatóak (HYUN, M. Y. ET AL. 2009; KENNEDY-EDEN, H. - GRETZEL, U. 2012). Az alábbi táblázattal (1. táblázat) próbáljuk meg szemléltetni sokszínűségüket.

A turisták tájékozódását könnyítik meg a különböző navigációs eszközök, mint a GPS, útvonaltervező alkalmazások és a külföldi adatletöltést mellőző offline várostérképek. De ebbe a csoportba tartoznak a kiterjesztett valóságon alapuló alkalmazások is, melyek a GPS-es helymeghatározás és iránytű mód együttes alkalmazásával mutatják meg, hogy körülöttünk milyen irányban, milyen attrakciók, boltok stb. találhatóak.

A közösségi információk megosztásának segítségével megkönnyíthetjük magunk és más turisták helyzetét is, például a közlekedési dugók előrejelzésével (ha a Waze nevű alkalmazást letöltjük telefonunkra), kereshetünk szállást is magunknak az adott desztinációt jól ismerő helyi lakosoknál, ha a Couchsurfing közösség tagjai vagyunk. Megtudhatjuk, hogy a környéken melyek a legjobb éttermek mások ajánlásai, tapasztalatai szerint (Fourthsquare, vagy Tripadvisor segítségével). Az ajánló rendszerek által kínált szolgáltatások tehát többfélék lehetnek. Felkínálhatnak: attrakciókat (POI's - érdekes helyszínek); turisztikai szolgáltatásokat; kollaboratív, felhasználók generálta tartalmakat; útvonal/túra ajánlatokat; személyre szabott több napos túratervezést különböző algoritmusok alapján (GAVALAS, D. ET AL. 2014).

A mobil marketing kapcsán a szolgáltatók különböző versenyeket hirdethetnek meg, vagy éppen információt szerezhetünk a közeli üzletek kedvezményeiről, kupon akciókról bevásárló körutak során. A látogatók biztonságát pedig különböző [orvosi applikációk](#) segíthetik, melyek vészhelyzet esetén jelzik az orvosok számára az utas egészségi problémáit (allergia, epilepszia, cukorbetegség), vagy éppen az utasok számára az egyes betegségek tüneteit. Sürgős esetekben pedig a legközelebbi orvos megtalálását, vagy a

hozzátartozók gyorsabb elérését (pl. ICE - In case of emergency) is lehetővé tehetik. Fejlesztettek azonban a **fogyasztóvédelmi jogok érvényesítését segítő alkalmazást** is az utasok számára, hogy külföldön se kerülhessenek szorult helyzetbe a tisztességtelen szolgáltatókkal szemben.

| | |
|-------------------------|---|
| Navigáció | GPS |
| | Útvonaltervezés (Google Maps, iGO Navigation, iránytű) |
| | On- és Offline térképek |
| Szociális | Kiterjesztett valóság (augmented reality) pl. StreetView |
| | Közösségi oldalak (pl. Facebook, Twitter) |
| | Kommunikáció (pl. Skype, WhatsUp, Viber) |
| | Közösségi ajánló rendszerek (pl. Forthsquare, Tripadvisor) |
| | Közlekedés (pl. Waze, Oszkar telekocsi) |
| Mobil marketing | Szálláshelyek (pl. Couchsurfing) |
| | Versenyek/díjak (pl. Nikon Photo Contest) |
| | Figyelmeztetések |
| Biztonság/vészhelyzetek | Kedvezmények (pl. BlackFriday, DCards, Discounts) |
| | Orvosi (pl. Betegséglexikon) |
| | Vészhelyzetek (pl.: ICE) |
| Tranzakció | Információk (pl. fogyasztóvédelmi, mint az ECC-NET: Travel) |
| | Financiális/Bankolás (pl. OTP SmartBank, MNB árfolyamok, OTP Szépkártya, XE Currency) |
| | Jegyek/Foglalások (pl. WizzAir, jegy.hu, Booking.com, AirBnB) |
| | Vásárlás (pl. Milano Tour&Shop; Puha Shop Route Utrecht; Click 'n Shop Epernay Champagne) |
| Információ | Utazás (pl. Budapest Taxi, Uber, Wundercar) |
| | Attrakciókról (pl. Loro Parque Tenerife, National Gallery of Art - Washington DC, VisitPécs, Guide@Hand Miskolc, Voice Guide Zagreb ENG stb.) |
| | Utazási (pl. Vonatinfo, GuaguApp - Tenerife, Accuweather) |
| Szórakoztatás | Egyéb (pl. szótárak, QR reader) |
| | Videók/TV (pl.: Youtube; Alanya Online TV, Tibet Online TV) |
| | Játékok (pl.: Korea Attraction Grid Puzzle, Japan Jigsaw Tour, Rock the Vegas) |
| | Zene |
| | E-olvasók |
| | Fényképek (pl. Instagram, Selfie photo editor) |

1. táblázat: Turisztikai mobil alkalmazások csoportosítása szolgáltatásuk típusa alapján.

Forrás: Kennedy-Eden - Gretzel 2012 alapján a szerzők szerkesztése.

A vásárló körutak esetében jól hasznosíthatóak az egy-egy településre fejlesztett vásárlást támogató ap-pok, mint Epernay térségében a pezsgő beszerzést segítő mobilalkalmazás. Továbbá a pénzváltást, mobil bankolást, vagy a szálláshely, repülőjegy, koncertjegy vásárlást is nagy számban bonyolítják a turisták mobiltelefonos alkalmazásaik segítségével.

Talán az információnyújtás területén fejlesztették a legtöbb alkalmazást. Pontos statisztikával nem rendelkezünk erre vonatkozóan, mindenesetre az mindenképpen elmondható, hogy nagyon sokszínűek az ebbe a csoportba sorolható újítások. Az általános jellegű applikációk több helyszínen is és különböző

alkalmakkor lehetnek a turisták hasznára. A QR kód leolvasók például egy-egy tanösvény (az Ipolyerdő Katalinpusztai Kirándulóközpontján végigvezető tanösvény) vagy kiállítás elemeiről segítenek több információt megtudni, a QR kódok leolvasásával és az abban kódolt weblapra navigálással. Az offline szótárak is alapvető információval szolgálnak abban, hogy eligazodjunk egyes helyszíneken. Az utazási információk közzétételére fejlesztett alkalmazások (mint például a MÁV által fejlesztett Vonatinfó) alkalmasak arra, hogy nyomon kövessük a vonatok helyzetét, információkat kapjunk a járatok módosulásáról, késéséről, átszállási lehetőségekről, optimális útvonalakról, pótjegyváltási kötelezettségről, de valós idejű csevegést is kezdeményezhetünk utastársainkkal. De informálódhatunk a várható időjárási körülményekről is. Egyre több desztináció fejlesztett a városlátogatásokat segítő applikációkat (VisitPécs, Guide@Hand Miskolc, VoiceGuide Zagreb), melyek **virtuális útikönyvként** funkcionálnak. Útvonalakat javasolhatnak a látogatóknak, vagy éppen lehetővé teszik, hogy záróra után vagy felújítás alatt is megtekintsék 3D-ben az adott látnivalót (mint például a miskolci **Deszkatemplomot**). Naponta frissülő információkkal látják el a turistákat a látnivalók nyitva tartása, időszaki kiállítások vagy más városi rendezvények kapcsán. A látogató később **megoszthatja** a látogatás során megtett útvonalát, ott készített fényképeit és hangüzeneteket is hagyhat ismerőseinek élményeivel kapcsolatban. A nagyobb látogatószámmal bíró attrakciók, mint például a Loro Parque Puerto de La Cruz-ban Tenerifén, vagy a National Gallery of Art Washingtonban szintén fejlesztettek mobil alkalmazásokat, hogy az egyes bemutatókról, időszaki kiállításokról, az attrakció területén található boltok kínálatáról, a kiállított tárgyakról, bemutatott állatfajokról nyújtsanak információt és térképekkel segítsék a látogatók eligazodását az objektum területén.

Az utasok szórakoztatását, az egyes látványosságokkal kapcsolatos figyelemfelhívásra kiválóan alkalmasak a különböző videók, a már említett játékok. Az adott célterületen készült fényképek rendszerezését, tárolását és megosztását is nagyban segíthetik a különböző appok. De az igen népszerű selfie-k (önfényképek) szerkesztését is elvégezhetjük. Számos szolgáltató hirdet selfie versenyt, melyek a vendégek élményeire, a látnivalókra fókuszálnak. Így még több érdeklődőt vonzzanak a jövőben, esetleg marketing kampányaik során, kiadványaikon felhasználhatják azokat. Általában az önmagukról készült fotók közösségi oldalra való azonnali feltöltésével (mint az Aquaworld Budapest **esetében**), vagy a szolgáltató honlapjára elküldött fotókkal (például a Gemenc Zrt. „**Szelfizz Gemencen**” kampánya kapcsán) pályázhatnak a látogatók.

Látva az elmúlt évtizedben rohamosan fejlődött turisztikai mobil applikáció piacot, fontos foglalkozni azok használhatósági kritériumaival is. Mennyiségi és minőségi szempontok szerint is minősíthetjük ugyanis az egyes alkalmazásokat (KENTERIS, M. ET AL. 2009). Mennyiségileg:

- hatékonyság: a teljesített feladatok száma alapján;
- határfok: az egyes feladatok megoldásához szükséges idő, összehasonlítva az előre meghatározott feladat megoldási időkerettel;
- tanulóképesség: a feladat kivitelezésben való fejlődés mértéke a második trial (próba) verzió esetén.

A használhatóság minőségi szempontú értékelése a felhasználók visszajelzései, megkérdezése alapján mérhetőek leginkább, úgymint:

- felhasználói elégedettség: a felhasználók attitűdje az applikáció használata kapcsán;
- egyszerűség: a felhasználó komfortérzete az egyes feladatok megoldása során;
- megérthetőség: mennyire egyszerűen tudja megérteni a felhasználó a mobiltelefonján megjelenített tartalmat;
- észlelt használhatóság: milyen mértékben fedi le az alkalmazás a fejlesztés eredet célját;
- a rendszer alkalmazhatósága: mennyire igazodik a rendszer a felhasználó igényeihez.

3. Folyamat innovációk a turizmusban

A folyamat innovációk csoportjában megint csak nagy szerep hárult az elmúlt időszakban az ICT alkalmazására. A munkafolyamatok meggyorsításának a legfontosabb szerepe a hatékonyság, produktivitás és az áramlás (áru, információ, emberek stb.) elősegítése. Sok helyen alkalmazták az ICT és más stratégiai/menedzseri intézkedés, mint például a kompetencia fejlesztés, emberi erőforrás menedzsment kombinációját (HJALAGER, A.-M. 2010).

A vállalaton belüli rendszerek biztosítják a hatékony működést azáltal, hogy képesek összehangolni az ahhoz szükséges döntéseket, folyamatokat és erőforrásokat. Az ICT vállalati Intranet eszközei közé tartoznak a készlet ellenőrzés, árukövetés, dinamikus árképzés, check-in és számlázás mint operációs folyamatok. Továbbá az olyan e-üzleti funkciók, mint az e-értékesítés és marketing, e-termelés és előállítás, e-beszerzés, e-könyvelés és pénzügy, e-emberi erőforrás, e-menedzsment. Tipikus példája a foglalási rendszerek használata (szobák foglaltságának nyomon követése egy szállodában), vagy a Housekeeping és a Front Office közötti kapcsolat biztosítása (GROTTE, J. 2010).

Az éttermek konyháiban olyan folyamat innovációkat alkalmazhatnak, amelyek az energia és munkaerő hatékonyságot növelik, gyorsabb és jobb előkészítést tesznek lehetővé, a keletkező hulladékok mennyiségét csökkentik, jobb közegészségügyi viszonyokat teremtenek, gyorsabb szolgáltatást biztosítanak és nagyobb flexibilitást. Gondoljunk csak a McDrive-ban zajló folyamatokra, melyek lehetővé teszik, hogy az egyik ablaknál megrendeljük a fogyasztani kívánt terméket, míg a következőhöz gurulva már meg is kapjuk azt. De a munkafolyamatot gyorsíthatja és a munkaerőigényt csökkenti a szállítószalagon továbbított használt étkezés. A konyhában pedig szenzorok által kontrollált főzés és ízesítés is bevezetésre kerülhet. Természetesen mindez az étterem profiljától és a megcélzott fogyasztói szegmenstől is függ. A slow-food típusú vendéglátóhelyeken a bevezetésre kerülő új munkafolyamatok például lassíthatják is a folyamatot, mégis sikert érnek el vele. Gondoljunk csak a konfitálás¹ reneszánszára, vagy a Kopácsi-réten tradicionális csiptetős-ponty készítésre és a Mohácson hagyományos sokác köcsögös bab megfőzésére, ami igen hosszú időt vesz igénybe, mégis sok turista keresi az olyan helyszíneket, ahol hozzájuthat az így készült és semmivel össze nem hasonlítható ételekhez.

A folyamat innovációk a turisták utazása kapcsán is lényeges változásokat hoztak. A repülőterek számtalan újabb és újabb technológiát alkalmaznak az áru, információ és az utasok mobilitásának elősegítése érdekében. Az on-line check-in intézménye, a reptéri automata konzolok időt takarítanak meg az utasok, de az alkalmazottak részére is, akár csak a röntgen átvilágítás alkalmazása, vagy az utas áramlás szabályozására kidolgozott sormenedzsment technikák (Puczkó L. - RÁTZ T. 2011). De ide tartoznak a csomagok továbbításának legújabb megoldásai is. Legelsőként a Lufthansa utasai a jövőben okostelefonjukról Bluetooth-kapcsolaton keresztül továbbíthatják elektronikus beszállókártyájuk adatait a csomagjukon elhelyezett [elektronikus Rimowa címkére](#), ami nem téphető le a csomagról és elviseli a külső behatásokat is. Az így regisztrált bőröndöt csupán a szállítószalagra kell helyezniük.

4. Szervezeti innovációk

A turizmusban a szervezeti innovációk legjobb példáját a franchise és a licenc megállapodások jelentették az 1950-es évektől. Melyek a Föld távoli részeibe is képesek voltak hozzájárulni a termékek és folyamatok disszeminációjához (HJALAGER, A.-M. 2010). A különböző, független szervezetek által kiállított tanúsítványok, védjegyek megszerzése, majd a szervezet által biztosított kontroll, fejlesztés és promóció adta már

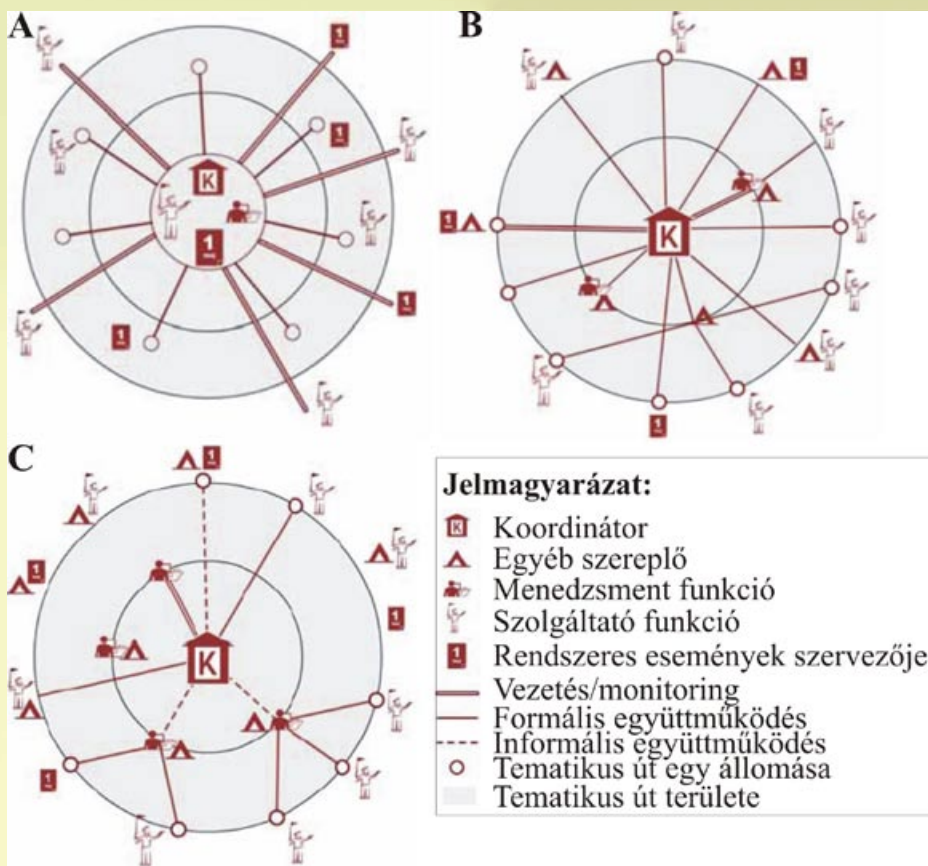
¹ a francia confire - tartósítani igéből származik. Eredetileg annyit jelentett, hogy az adott élelmiszert a saját, de bő zsírjában kell sütnünk alacsony hőfokon, hosszú ideig.

korábban is az összefogások másik típusát (EcoCamping, GreenStarHotel, Világörökségi helyszínek, vagy Geoparkok hálózata, a 2004-ben kidolgozott strandokat minősítő Kék Hullám Zászló védjegy stb). Az UNWTO 2003-ban kiadott dokumentuma részletesen tárgyalja a szervezet kormányok részére megfogalmazott **javaslatait** a fenntartható turizmussal kapcsolatos védjegy rendszerek támogatása, alapítása kapcsán. Ma már ugyanis számtalan fenntartható turisztikai **tanúsítvány** létezik világszerte.

A tematikus utak definiálását az 1970-es években kezdték meg a szakemberek. Az Európa Tanács 1984-ben állította fel Kulturális utak programját. Az első ilyen tematikus együttműködés 1987-ben jött létre Santiago de Compostelában, majd 1998-ban alapították meg Luxemburgban a Kulturális Utak Európai Intézetét, ami ma 70 ország területén **29 kulturális utat képvisel**. A tematikus utak mentén kialakult összefogások már hazánkban is két évtizedre tekintenek vissza. Az első hazai borút a Villányi borvidéken alakult meg 20 esztendeje, de a Dél-Dunántúlon azóta minden borvidéknek van saját borútja, ami összefogja az érdekelt szolgáltatókat. Ezen túlmenően minősítési rendszert is megalkottak mindegyikben (AUBERT A. ET AL. 2015, GONDA T. - RAFFAY Z. 2015a, 2015b) A tematikus utak szervezeti irányítását tekintve beszélhetünk különböző központi irányító szervekről a gyakorlatban (VON ROHRSCHEIDT, A. M. 2012):

- helyi önkormányzatok intézményei,
- más közösségi szervek intézményei (Kulturális Utak Európai Intézete, egyházmegyei hivatalok),
- térségi turizmus szervezetek (TDM-ek),
- speciális célú turisztikai szervezetek (pl. utazásszervező cégek),
- civil szervezetek (egyesületek, alapítványok),
- magánvállalkozások,
- turisztikai klaszterek,
- speciális célú együttműködő közösségek (pl. helyi akciócsoportok),
- valamint a koordináció különböző típusairól is (3. ábra):
 - egységesített: a koordinátor szervezet látja el a külső és belső feladatokat is (extrém esetben egy személyes adminisztrációról van szó), miközben a tagok ilyen értelemben passzívak, csupán a brand-et és a koordinátor által nyújtott szolgáltatásokat használják, a koordinátor az egyetlen referencia pont számukra,
 - központosított (centrális): egy központból irányított, miközben speciális feladatokat delegál néhány közreműködő szervezetnek, majd ellenőrzi azok végrehajtását,
 - diszperz: a koordinációs feladatok szétszórtan jelentkeznek a tagok között, azok specializációjának megfelelően.

Napjaink szervezeti innovációit az olyan, jogi keretek között működő összefogások jelentik, mint a klaszterek és a különböző térségi szinteken működő TDM (Turisztikai Desztináció Menedzsment) szervezetek megalakulása. A Dél-Dunántúli régió erre kiváló példát nyújt. 2010-ben ugyanis kibővítette a TDM szervezetek fejlesztésére szánt pályázati támogatásait a turisztikai klaszterekre is (SZABÓ G. 2010). Ezzel elősegítve a régió termék alapú turisztikai együttműködéseit, az információáramlást és versenyképes turisztikai szolgáltatások nyújtását. Elsőként itt jöttek létre az országban turisztikai klaszterek a falusi-, a bor-, az öko-, a vár- és kastély-, a rendezvény- és a gyógyturizmusra alapozva. Ez mutatja a kezdeményezőkézséget a régió turizmusának szervezeti rendszerében, a bottom-up kezdeményezések megvalósulását pedig segíti a pályázati rendszer (GONDA T. 2013, 2014). Erre valóban nagy szükség van, az ilyen hálózatok létrejöttének és hatékony működésének ugyanis számtalan buktatója akad (NOVELLI, M. ET AL. 2006).



3.ábra: A tematikus utak koordinációs típusai (A-egységesített, B-központosított, C-diszperz).
 Forrás: von Rohrscheidt (2012) nyomán.

5. Marketing innovációk

A márkaépítésnek számtalan lehetősége van a turizmusban, mindezek számbavétele azonban nem célja jelen tanulmánynak. Éppen ezért csak felvillantunk néhány lehetőséget a marketing eszköztárból.

A ma már széles körben elterjedt és változatos hűségprogramok, az ennek keretében nyújtott kedvezmények (pl. Wizz Discount Club) megváltoztatták a turisták és szolgáltatók viszonyát. Az első ilyen jellegű programok a légitársaságok esetében (FFP's - frequent flyer programmes) az 1970-es években jelentek meg az Egyesült Államokban, majd a 80-as években szaporodtak el rohamosan a tengerentúlon. Az európai légitársaságok a 90-es évek elején voltak kénytelenek becsatlakozni ebbe a versenybe. Elsőként 1991-ben a British Airways (GILBERT, D. C. 1996).

A rövid távú kapcsolatokat hosszú távú viszonyra bővítik a hűségkártyák és hasonló megoldások. A turisztikai vállalatok és desztinációk saját rajongótábort, ma már virtuális közösséget igyekeznek formálni a maguk számára, hogy könnyebben elérhessék a potenciális érdeklődőket újabb ajánlataikkal, megismerjék fogyasztási szokásaikat és fent tudjanak tartani velük egy állandó kapcsolatot.

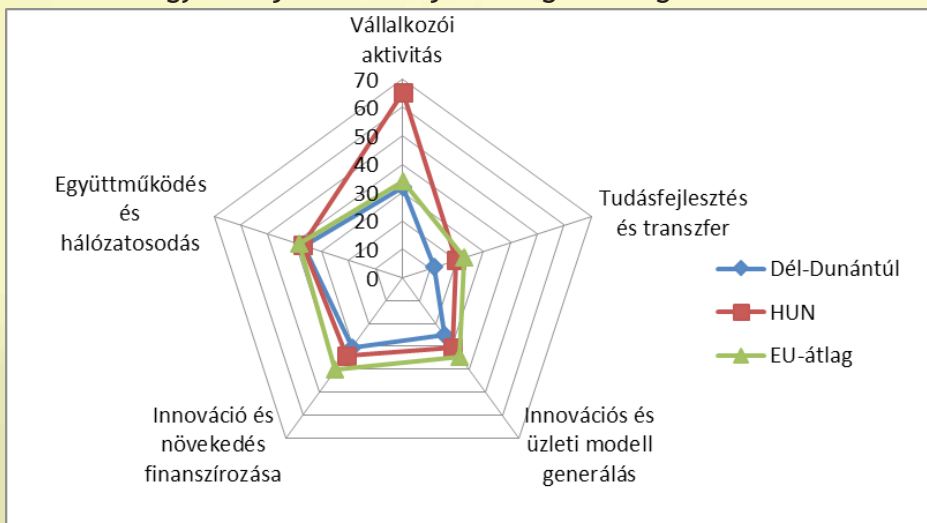
A digitális kereső felületek a kisebb szolgáltatók számára némileg kiegyenlítettebb termékinálatot eredményeztek és az árversenybe is igen komoly beleszólásuk van (HJALAGER, A-M. 2010). A következő lépésfok azonban a versenyben a keresőoptimalizálás lett egy adott turisztikai szegmens vagy célterület szereplői között. Nem mindegy ugyanis, hogy az adott kulcsszóra való keresés kapcsán a rangsorban hányadik helyen tünteti fel az egyes szolgáltatókat a keresőmotor. Ritka az, hogy a Google harmadik vagy negyedik oldalát is átböngéssze bárki is, ha korábban már 60 másik ajánlattal találkozott.

A márkák közötti együttműködések is egyre hangsúlyosabbak. A borok marketingje, gyakran együtt jár az adott terroir, egy szűkebb térség reklámozásával is. De más élelmiszerek csomagolására is gondolhatunk, melyek megjelennek a hipermarketek polcain, pultjaiban (pl. a Pick szalámi, kalocsai őrölt paprika, vagy a camembert, edami sajt, pármai sonka).

A márka megerősítése történhet belső innovációkkal is. Amennyiben a vállalati értékek hangsúlyozásával, a csapatépítés elősegítésével, munkahelyi elégedettség növelésével az alkalmazottak elkötelezettségét fokozzuk. Mindez a turistákkal való viszonyukat is pozitív irányba mozdítja el és képesek lesznek közvetíteni akár egy-egy nagyobb vállalat esetében is azt az érzést, hogy a cég számára minden utas (pl. légitársaság kapcsán) egyformán fontos és emberi léptékű szolgáltatásról van szó, nem pedig csak egy ügyfél a millióból.

6. Innovativitás a Dél-Dunántúl turizmusában

A Dél-Dunántúl turizmusának innovativitását egyrészt jellemezhetjük a régiós szolgáltató szektor innovációs indexének (SSII) regionális mutatóival. Eszerint a térség az SSII strukturális indikátorai tekintetében minden esetben elmarad a magyar és az európai átlagtól (4. ábra). Az indikátorok egyes összetevők közül a szolgáltatási céllal létrejött klaszterek mutatója tekintetében azonban meghaladja a hazai és EU-s átlagot, míg a tudásintenzív szolgáltatások terén alkalmazottak aránya emelhető ki nemzeti szinten (European Service Innovation Centre 2015).



4. ábra: A szolgáltatási szektor innovációs indexének strukturális mutatói az EU átlag, hazánk és a Dél-Dunántúl vonatkozásában.
Forrás: a szerzők szerkesztése.

Egy térség innovativitása nem csupán statisztikai felmérésekkel, de az adott területen megvalósított szervezeti, termék, marke-



5. ábra: A látogatók minden korosztálynak figyelmét lekötik az audio és érintőképernyős eszközök a szaporcai Ős-Dráva Látogatóközpont kiállításán.
Forrás: OROSZI V. Gy. felvétele.

ting és folyamat innovációk segítségével is behatárolható. Az alábbiakban a teljesség igénye nélkül, néhány példát mutatva kívánjuk érzékelteni, hogy a régióban igenis felfedezhetőek az innovatív kezdeményezések az innováció minden részterületén.

Az interaktív, kreatív attrakciók terén a korábban már említett pécsi WineSpiration és szekszárdi Garay-élménypince mellett a Gemenc Zrt. Pörbölyi Ökoturisztikai Centrumának 2014-ben megújult, és élmelemelekkel bővített „Gemenc kincsei” kiállítása (GONDA T. ET AL. 2015), vagy a Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság Ős-Dráva Látogatóközpontjának kiállítása is kiváló példát biztosít. Ez utóbbi esetében az érintőképernyőktől kezdve az audio effektekig számos interaktív elem került beépítésre a látogatók figyelmének lekötése, szórakoztatása érdekében (5. ábra), jól kiegészítve a hagyományos állatfajtaakat bemutató major és a tanösvény nyújtotta élményeket.

A régió turizmusának szereplői hamar felismerték az innovatív termék- és szolgáltatásfejlesztés szükségességét. Rájöttek, hogy a rendkívül kiélezett piaci versenyben azok tehetnek szert piaci előnyökre, akik új, egyedi, modern és pozitív üzeneteket hordozó kínálatokkal tudnak megjelenni. Ezért a fenntartható fejlődés elveinek érvényesítésével, a szálláshelyek „ökossá” tételével kapcsolatban indultak meg országosan is egyedülálló kezdeményezések. Az ökoporta rendszer gesztora a Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Szövetség volt. Norvég pályázati forrásokat felhasználva kidolgozták az öko-

porta cím elnyerésének a feltételeit, felkészítették az érdeklődő falusi szálláshely szolgáltatókat, és több tucat minősítés elvégzésével létre is hozták a régió belüli az ökoporta hálózatot. Ennek a minősítési rendszernek az erényeit és értékeit szem előtt tartva, jelentős szakmai közösség bevonásával került kidolgozásra az ökoturisztikai klaszter hunyos ökoturisztikai minősítési rendszere. A régió ökoturisztikai szolgáltatói három kategóriában (szállás, étkezés és egyéb ökoturisztikai szolgáltatás) szerezhettek egy, kettő, vagy három hunyos minősítést. A rendszer erénye, hogy szemléletformáló és fejlesztő. A rendszer bevezetése megtörtént, és eddig 30 hunyos minősítés került kiadásra. Az ökoturisztikai termékfejlesztésben különösen szembetűnő az innovatív elemek térnyerése. Részletes bemutatás nélkül megemlítünk néhány újszerű kezdeményezést: csillagos égbolt rezervátum létrehozása, csillagos égbolt túrák szervezése, holdfény túra (Zselic), ehető növényeket gyűjtő túrák (Mecsek), egyedi ökoturisztikai csomag programok (Hélia Natur KFT), egyedi ökobüfék kínálat, gasztvacsorák (Ökocsali), stb. Ezen kezdeményezések piacképességét a fogyasztók visszaigazolták. Intenzívebb marketinggel és országos ismertségük növelésével turisztikai hatásuk még jelentősen fokozható.

A szálláshelyi termék innovációkat tekintve kiváló példa az Orfúvel szomszédos Kovácsszénája településen megnyitott **Disznó Hotel** (6. ábra), amit egy az 1900-as évek elején készült disznóól felújításával 7 férőhelyes, közös fürdővel ellátott nyári szállást hozott létre az önkormányzat. Az egyedi elgondoláson alapuló „luxus” ólakat elsősorban a bakancsos turisták és kerékpárosok számára hirdeti, de a falusi romantikát kedvelő vendégek számára is hívogatóak lehetnek a szalmabálákból kreált fekhelyek.

Az infokommunikáció és turisztikai termék innovációra vonatkozóan az egyik legkiválóbb példa talán az Irány Pécs Nonprofit Kft. (helyi TDM szervezet) kezdeményezésére DDOP pályázati forrásból iOS és Android készülékekre fejlesztett és az Értékes Pécs projekt keretében kibővített Visit-Pécs mobil alkalmazás. Ez részben egy többnyelvű elektronikus útikönyv, mely az alap funkciókon



6. ábra: A Kovácsszénája községben található „Disznó Hotel” a kerékpárosok Mekkája.

Forrás: http://vitalent.blogspot.hu/2011_07_01_archive.html

túl (szállás- és vendéglátóhelyek, programok) több mint 200 helyszínt mutat be, értékelési lehetőséget is biztosít a látogatók számára - saját véleményükkel informálva más látogatókat -, tartalmazza a kedvezményeket biztosító Irány Pécs! kártya elfogadó helyeket, az akadálymentesített menüpontban pedig a mozgáskorlátozottak számára is könnyen megközelíthető látványosságok listája is beépítésre került (7. ábra). Nyolc tematikus túraútvonal is bekerült kínálatába (pl. Török túra, Pécsi enteriőrök, Zsolnay túra stb.). Olyan fontos információk, mint a kerékpár kölcsönzés, idegenvezető keresés, autókölcsönzés és parkolási lehetőségek, tömegközlekedési információk, orvosi ügyelet, bankok szintén részét képezik az applikációnak. Az alkalmazás a korábban bemutatott kiterjesztett valóság (augmented reality) kezelésére is képes a Layar segédprogrammal. Így aktuális pozíciónk ismeretében az okoskészülék kameráját használva a kijelzőn megjelennek az előttünk lévő látnivalókkal kapcsolatos információk. Ha például a Széchenyi téren e funkció segítségével körbefordulunk, akkor megjelennek a kijelzőn az adott épületek, látványosságok legfontosabb tudnivalói. Az Értékes Pécs program keretében valósult meg az alkalmazás számos attrakciójának audio fájljal való továbbfejlesztése. Ez a tartalom nem nyújt a korábbiaknál bővebb információt a turisták számára, azonban lehetővé teszi a látnivalókkal kapcsolatos információk önálló idegenvezetés keretében történő meghallgatását. Emellett bevezetésre került egy QR-kódos rendszer, mely az okostelefon felhasználók számára kínál **idegenvezetést a helyszínen**, illetve a kiállításokat összekötő útvonalak

mentén. Mostanáig az applikáció Androidra készült verziója a 2015. júliusi megjelenésétől számított első fél évben nagyságrendileg 1000-5000 letöltést ért el és ötven felhasználó értékelése után a maximális 5 pontból 4,2 pontot kapott. A szöveges formában adott hozzászólásokra, kritikákra a fejlesztő cég (MarkCon Kft.) külön-külön válaszolt.

A *szervezeti innovációra* a legjobb példát a régiókban megalakult turisztikai klaszterek szolgálják. A turisztikai szervezetek szerepköre átalakult az elmúlt években, de megváltozott a kérdésfelvetés is. Korábban a szervezeteknek arra kellett választ találniuk, hogy hogyan tudják értékesíteni a turisztikai szolgáltatásukat. Ennek érdekében a kínálati oldal gyártotta, illetve gyártatta a hívogató turisztikai kiadványokat és utazási kiállításokra járt. Napjainkban a helyzet megváltozott: már az a kérdés, hogy hogyan lehet új, innovatív és piacképes kínálatot teremteni, hogyan lehet létrehozni és fenntartani egy produktív szolgáltatói hálózatot, összekapcsolni a kínálatot minőségi célcsoport orientált terméké, és hogyan lehet a szolgáltatókat és szolgáltatásokat homogén, a piacon jól felismerhető versenyegységgé formálni.

A Dél-dunántúli Régió 2010-ben kibővítette a TDM szervezetek fejlesztésére szánt pályázati támogatásait a turisztikai klaszterekre is (SZABÓ G. 2010). A támogatás stratégiai célja az, hogy elősegítse a régió termék alapú turisztikai együttműködéseit, az információáramlást és versenyképes turisztikai szolgáltatások nyújtását. Ezzel elsőként itt jöttek létre az országban turisztikai klaszterek a falusi-, a bor-, az öko-, a vár- és kastély-, a rendezvény- és a gyógyturizmusra épülően. Ez mutatja a kezdeményező-készséget a régió turizmusának szervezeti rendszerében, az alulról jövő kezdeményezések megvalósulását pedig segítette a pályázati rendszer. A Dél-Dunántúl turisztikai klaszterei mind a költségcsökkentést, mind az innovációt előtérbe állítják. A klaszterek, amennyiben képesek betölteni szerepüket, valós gazdasági együttműködést tudnak generálni az adott turisztikai termék regionális szereplői között. Ez egy fontos, stratégiai kérdés az idegenforgalmi régió versenyképességének növelésében, hiszen a Dél-Dunántúl kulturális és természeti adottságai kedvezőek, ám azok nincsenek kellően kihasználva. A tematikailag és földrajzilag különálló vonzerők komplex turisztikai terméké formálása és sikeres promóciója nem valósul meg eléggé hatékonyan. Ennek oka a szereplők közti együttműködés, a megfelelő koordináció és marketingmunka hiánya (Dél-Dunántúli Régió Turizmus Stratégiai Fejlesztési Programja 2006). Többek között ezekre a problémákra is jelenthetnek megoldást a turisztikai klaszterek.

A klaszterek olyan turisztikai termékekre épülően jöttek létre, amelyek a régió erősségét jelentik, így fejlesztésük és kiemelt promotálásuk a régió turisztikai teljesítményének javulása érdekében regionális szintű stratégiai feladat.

Napjainkban az egészségtudatosság fokozódásával nagyfokú kereslet mutatkozik az egészség- és gyógyturisztikai szolgáltatások, a minőségi wellness szállodák iránt. A Dél-Dunántúl gazdag, egyedülálló termálturisztikai adottságai, kiemelten a harkányi víz kvalitásai jelentik e kínálati szegmens alapját, ám az elmúlt években a régió ismert gyógyfürdőinek forgalma jelentősen visszaesett. Emögött többek között a versenytársakéhoz képest megkésett fejlesztés és a délszláv válság hatása áll. A gyógy célú nyaralások támogatásainak a külföldi és a hazai piacon való megszűnése is a vendégek elpártolását eredményezte (AUBERT A. - SZABÓ G. 2007). A gyógyfürdővel rendelkező desztinációk vendégéjszaka számának visszaesése, különösen Harkányt tekintve, jelentősen kihat a régió versenyképességére. Ez azért is különösen problémás napjainkban, mert az országos turisztikai marketing egyik legjobban támogatott terméke a gyógy- és termálturizmus (MT ZRT. 2010). Ezt a stratégiai terméket fogja össze a Dél-Dunántúli Gyógy- és Termálturisztikai Klaszter.



7. ábra: A VisitPécs! alkalmazás főmenüje.

Forrás: VisitPécs alkalmazás 2015.

A Dél-Dunántúli idegenforgalmi régió egyik versenylőnyre a magán szálláshelyek erős vendégforgalma. Emögött az 1990-es évektől újraéledő falusi turizmus áll, melynek fő területei a régióban a Mecsek, a Zselic és a Duna menti sváb falvak (SZABÓ G. 2000). A falusi turizmus fejlesztésében érdekelt szervezeteket és vállalkozásokat gyűjti össze a Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter.

Az elmúlt években számos új, innovatív turisztikai termék jelent meg a régióban, amelyek köré most klaszterek szerveződtek. Itt jött létre az ország első borútja, mintát adva a hazai borturizmus fejlesztéséhez (SZABÓ G. 2002), míg most a Dél-Dunántúli Borturisztikai Klaszter innovatív kezdeményezése mutathat példát.

Az ökoturizmus, aminek bázisát a Dél-Dunántúl védett területei és különleges természeti értékei jelentik, kiemelt szerepet kapott az utóbbi években a regionális fejlesztésekben, 2010-ben az országban először a Dél-Dunántúlon jött létre a környezetbarát vendégfogadók hálózata (SZABÓ G. - SPIEGLER P. 2008; SZABÓ G. - ENDRÉDI M. 2010). Az ökoturisztikai trendekre, termékekre épül a Dél-Dunántúli Ökoturisztikai Klaszter (RAFFAY Z. 2014). A klaszteren belüli együttműködést megelőzte a környezeti nevelésben és az ökoturizmus fejlesztésében élen járó civil szervezetek és progresszív vállalkozások között létrejött informális, majd formális együttműködés, mely eredményeként már 2008-ben létrejött a Gyeregyalog.hu Egyesület. Ez a szervezet vállalta fel a klaszter gesztorszervezeti feladatait. 2010-ben nyitott a bikali **Reneszánsz Élménybirtok** az ország első tematikus élményparkjaként, ami a már 2007-ben megalakult Dél-dunántúli Vár- és Kastélyturisztikai Klaszter egyik legattraktívabb, kiemelendő tagja. Kezdeményezésük, a **Hőspróba** (az ökoturisztikai szektor már említett hunyoros minősítési rendszere mellett), kiváló példája a *marketing innovációknak*. Ennek kapcsán a látogatók felkereshetik a régió várait és kastélyait és mindegyik helyszínen, az adott helyszín történelmi alakjainak helyzetébe képzelve magukat (pl. Mátyás király bolondjának a bikali reneszánsz élménybirtokon, Lackfi Istvánnak Simontornyán, vagy az elátkozott lánynak Máré várában), játékos feladatokat teljesíthetnek, hogy igazi hőssé válhassanak. Mindeközben a turisták megismerhetik az egyes attrakciók történelmi hátterét és az üzemeltetők egyúttal közös reklámkampányt is folytatnak, vélhetően kölcsönösen növelve látogatóik számát. A régióban, az országos tendenciáknak megfelelően, az elmúlt években a szezonaritást enyhítő rendezvény- és fesztiválturizmus előtérbe kerülésével megsokasodtak a kulturális programok, ezeket fogta össze a Dél-dunántúli Rendezvény és Fesztivál Turisztikai Klaszter.

Habár a létrejött új turisztikai termékek nem koncentrálnak olyan módon a vendégforgalmat, hogy az a régió versenyképességét mutató statisztikában megjelenjen - például a rendezvény- és a borturizmus, vagy a várak, kastélyok és gyógyfürdők forgalma nem mutatható ki a regisztrált vendégéjszakák számával (AUBERT A. - SZABÓ G. 2007) -, azonban innovativitásuk és magas presztízs értékük miatt kiemelkedő a marketing szerepük, ezért az ezekre a termékekre épülő klaszterek összefogott, stratégiai marketingje hozzájárulhat a régió versenypozícióját meghatározó mutatók növekedéséhez is. Az ismeretek áramlása ösztönzi az innovációt, ez nyilvánvalóan kiemelten fontos mindhárom klaszternél. A fentebb tárgyaltak ismeretében a klaszterek, illetve tagjaik többek között a következő innovációs célokat fogalmazták meg:

- innovatív technológiák bevonása a bemutatás és a megismertetés eszközeként;
- innovatív, magas hozzáadott értékű tevékenységek erősítése;
- kreatív iparágak (grafika, design, informatikai tervezés) összekapcsolása a hagyományos kulturális örökség szektorral;
- az online marketing innovatív alkalmazása a klaszter által szervezett közösségi marketing tevékenység során stb.

A Dél-Dunántúl turisztikai klaszterei a régió kulcstermékeire és az azokhoz kötődő innovatív fejlesztésekre épülnek. A tendenciák azt mutatják, hogy a piaci kihívásokra reagálva szükséges az új, hatékony innovációs teljesítmény felmutatása, valamint annak kellő intenzitású kommunikációja és értékesítése.

7. Összegzés

Az innováció értelmezése folyamatosan változott, kiszélesedett. Ma már egyértelmű, hogy a szolgáltató szektorban, így a turizmusban is létjogosultságot nyert. A fentiekben próbáltuk összegyűjteni és csoportosítani a turizmusban megfigyelhető innovációkat a teljesség igénye nélkül. Remélve azonban, hogy a szemléletmód, a legfrissebb példák és a korábbi innovációs lépcsőfokok felvillantása segíti áttekinteni nagy vonalakban ezt az igen kiterjedt témakört és rávilágít a potenciális lehetőségekre, legújabb trendekre. Reméljük, hogy a tanulmány az alkalmazási lehetőségeket és jó gyakorlatokat bemutatva kellő inspirációt is biztosít a jövő turisztikai szakemberei számára, hogy a továbbiakban még több egyedi ötlet, turistákat vonzó megoldás valósulhasson meg a Dél-Dunántúlon.

Irodalom

- ARUNDEL, A. - KANERVA, M. - VAN CRUYSEN, A. - HOLLANDERS, H. 2007: Innovation Statistics for the European Service Sector. UNU-MERIT, pp. 1-43.
- AUBERT A. - SZABÓ G. 2007: Turizmuskutató és tervezés egy határmenti régióban: Dél-Dunántúl. In: SZÓ-NOKY NÉ ANCSIN G. (szerk.): Határok és Eurorégiók. Nemzetközi Földrajzi Tudományos Konferencia, SZTE, Szeged, pp. 475-481.
- AUBERT A. - CSAPÓ J. - JÓNÁS-BERKI M. - PÁLFI A. 2015: A turizmus térszerveződési típusai Magyarországon - Térszervező modellek a turizmusban. In: TÉSITS RÓBERT - ALPEK B. LEVENTE (szerk.): A mi geográfiánk: Tóth József emlékezete, Publikon Kiadó, Pécs, pp. 271-281.
- CAMISÓN, C. - MONFORT-MIR, V.M. 2012: Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives. *Tourism Management* 33., pp. 776-789.
- EUROPEAN SERVICE INNOVATION CENTRE 2015: European service innovation scoreboard - Dél-Dunántúl (HU23), European Commission Enterprise and Industry Directorate-General, 6 p.
- GAVALAS, D. - KONSTANTOPOULOS, C. - MASTAKAS, K. - PANTZIOU, G. 2014: Mobile recommender systems in tourism. *Journal of Network and Computer Applications* 39., pp. 319-333.
- GILBERT D.C. 1996: Relationship marketing and airline loyalty schemes. *Tourism Management* vol. 17.no. 8, pp. 575-582.
- GONDA T. 2013: Clusters Meet Culture Handbook - Investigation about virtuous combinations between Culture and Production. - Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara, Pécs.
- GONDA T. 2014: A turisztikai klaszterfejlesztés régiós tapasztalatai a Dél-Dunántúlon. *Modern Geográfia* 3. pp. 1-16
- GONDA T. - RAFFAY Z. 2015: Theme routes in tourism and spatial development. *Transylvanian Journal of Tourism and Territorial Development* Vol. 1. No. 1. pp. 19-26.
- GONDA T. - RAFFAY Z. 2015: A tematikus utak szerepe a turizmus - és vidékfejlesztésben. *A falu* 30. évf.1. sz.) pp. 49-58.
- GONDA T. - OROSZI V. GY. - RAFFAY Z. 2015: Az ökoturizmus innovatív fejlesztési lehetőségei a Dél-Dunántúlon. In: DARABOS F. - IVANCSÓNÉ HORVÁTH Zs. (szerk.): Turizmus határok nélkül: VII. Nemzetközi Turizmus Konferencia. Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó, Sopron, pp. 122-143.
- GROTTE, J. 2010: Internet használat a magyarországi szabadidős utazások megszervezése során. Doktori értekezés SZIE, Győr pp. 94-99.
- HJALAGER A-M. 2010: A review of innovation research in tourism. *Tourism Management* 31., pp. 1-12.

- HOLLANDERS, H. 2015: 2015 European Service Innovation Scoreboard (ESIS) - Key findings. European Service Innovation Centre Report pp. 1-22.
- HSIAO, T.-Y. - CHUANG, C.-M. - KUO, N.-W. - YU, S.M.-F. 2014: Establishing attributes of an environmental management system for green hotel evaluation. *International Journal of Hospitality Management* 36, pp. 197-208.
- HYUN, M.Y. - LEE, S. - HU, C. 2009: Mobile-mediated virtual experience in tourism: Concept, typology and applications. *Journal of Vacation Marketing* Vol. 15, No, 2, pp. 149-164.
- KENNEDY-EDEN, H. - GRETZEL, U. 2012: A taxonomy of mobile applications in tourism. *E-review of Tourism Research*, vol. 10, no.2, pp. 47-50.
- KENTERIS, M. - GAVALAS, D. - ECONOMOU, D. 2009: An innovative mobile electronic tourist guide application. *Personal And Ubiquitous Computing* 13, pp. 103-118.
- Novelli M. - Schmitz B. - Spencer T. (2006): Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management* 27, pp. 1141-1152.
- OECD - EUROSTAT 2005: Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data (3rded.). OECD Publishing, Paris, p. 163
- PUCZKÓ L. - RÁTZ T. 2011: Az attrakciótól az élményig: a látogatómenedzsment módszerei. Akadémiai Kiadó, Budapest, pp. 203-212.
- RAFFAY Z. 2014: Az ökoturizmus és a vallási turizmus lehetséges kapcsolódási pontjai. *NFA Füzetek*, 3. évf. 1. sz. pp. 52-60.
- STRANNEGARD, L. - STRANNEGARD, M. 2012: Works of art: aesthetic ambitions in design hotels. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 4, pp. 1995-2012.
- SZABÓ G. - ENDRÉDI M. 2010: Környezetbarát vendégfogadók. Ökoporták a Dél-Dunántúlon. Molnár Nyomda és Kiadó Kft., Pécs.
- SZABÓ G. - SPIEGLER P. 2008: A tájkímélő szelíd turizmus lehetőségei a Dél-Dunántúlon. In: CSORBA P. - FAZEKAS I. (szerk). *Tájkutatás-tájkökológia*. Meridián Alapítvány, Debrecen. pp. 479-486.
- SZABÓ G. 2000: A vidéki turizmus fejlesztési lehetőségei és módszerei geográfiai megközelítésben hazai példák alapján (kézirat). PhD disszertáció, PTE Természettudományi Kar Földrajzi Intézet, Pécs, 221 p.
- SZABÓ G. 2002: A borút, mint tematikus turisztikai termék Magyarországon. In: ERDŐSI M. (szerk.): *Borturizmus és a tájegységi hagyományos terméke gazdaságfejlesztő hatása*. Olasz Köztársaság Magyarországi Nagykövetsége - Hegyközségek Nemzeti Tanácsa, Budapest, pp. 16-27.
- SZABÓ G. 2010: Területi márkák és/vagy termékmárkák a Dél-Dunántúli turizmusában. In: HANUSZ Á. (szerk.) *A helyi és térségi TDM szervezetek helye és szerepe a vidék turizmusirányításában*, Nyíregyháza pp. 117-130.
- VON ROHRSCHEIDT, A. M. 2012: Coordination of tourist thematic routes - analysis of selected Polish and European systems. *Turystyka Kulturowa* 1., pp. 97-121.
- ZELENKA J. 2009: Information and communication technologies in tourism - influence, dynamics, trends. *E+M Ökonómia A Management* no.1, pp. 123-132.

Internetes források

http://corporate.designhotels.com/about_design_hotels/history (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)

<http://culture-routes.net/> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)

<http://destinet.eu/who-who/market-solutions/certificates/fo1442810> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)

- <http://ec.europa.eu/ecat/services> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- http://index.hu/kultur/életmod/2014/01/21/magyarok_terjesztik_a_szabadulos_jatekot_a_vilagban/ (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/certification-gov-recomm.pdf> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://turizmus.com/innovacio/eletet-menthet-a-mobilalkalmazas-1130214> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://turizmus.com/innovacio/exportaljak-a-vilaghiru-szucsoui-kerteket-1130410> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://turizmus.com/innovacio/fogyasztovedelmi-mobilalkalmazassal-segitik-a-kulfoldre-utazokat-1130125> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://turizmus.com/innovacio/hazaviheto-muzeum-1129663> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://turizmus.com/innovacio/innovacios-dijat-nyert-a-lufthansa-elektronikus-poggyaszcimkeje-1131299> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://turizmus.com/utaztatas/szemelyre-szabott-turaival-kerult-a-legjobbak-koze-szoke-zsuzsanna-idegenvezeto-1132091> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://turizmus.com/utaztatas/uj-mobilalkalmazas-zagrab-idegenforgalmi-kozossegenel-1127132> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://www.gemenczrt.hu/index.php?apps=news&news=362> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://www.haldorado.hu/jatek/> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- http://www.nytimes.com/2010/01/02/business/global/02capsule.html?_r=0 (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://zeroproject.org/practice/communicating-art-in-the-western-balkans/> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <https://hu-hu.facebook.com/notes/aquaworld-budapest/indul-a-nagy-augusztusi-aquaworld-selfie-verseny/714400015264098> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- https://www.hellomiskolc.hu/portal_page.php?pageID=169 (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <https://www.hotelstadthalle.at/wp-content/uploads/2015/02/CSRReport2014English.pdf> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://www.minimundus.at/ueber-uns/geschichte.html> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://www.minimagyarorszag.hu/europai-unios-palyazatok> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/megujult_turisztikai_kinalat_a_bakonyaljan (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://elmenybirtok.hu> (Letöltés időpontja: 2015.10.12.)
- <http://www.kovacszenaja.hu/hirek/atadasra-kerult-disznoyó-hotel> (Letöltés időpontja: 2016.01.26.)
- <http://www.ertekespecs.hu/> (Letöltés időpontja: 2016.01.26.)
- <http://www.hosproba.hu/hu/hosproba> (Letöltés időpontja: 2016.01.26.)

Fejlesztési lehetőségek a borúti hálózat működtetésében és a borúti szolgáltatások minősítésében

Bevezetés

Hazánk borturizmusában a borrhégek alkotják a legnagyobb összefüggő egységeket. A borrhégekben belül 22 borvidéket találunk. Ezek a borvidékek jellemzően sajátos és egyedi adottságokkal (fajtaválasztékkal, éghajlati, domborzati, talajtani jellemzőkkel) és hagyományokkal bírnak. A borturizmus szempontjából kiemelkedő településeket borutak kötik össze egymással (MÁTÉ A. - SZABÓ G. 2012). Itt olyan tematikus utakról beszélhetünk, melyek lényege, hogy az egyes vidéki régiók turisztikai attrakcióit fűzik fel földrajzilag is meghatározható kínálatként. Ezek a kínálatok valamilyen téma köré szerveződve útvonalként kötik össze a terület fő vonzóit (AUBERT A. et al 2015). Turizmusfejlesztési szempontból a tematikus utak számos olyan tulajdonságát figyelhetjük meg, amelyek megkülönböztetett szerepet biztosítanak ennek a terméktípusnak:

- Fontos szempont, hogy a tematikus utak kialakítása viszonylag kis befektetéssel elérhető.
- A turisztikai keresletet időben és térben diverzifikálják.
- Egyes helyi erőforrások turisztikai hasznosítása is elérhető lehet a tematikus utak kialakításával.
- Új keresleti réteget nyerhetnek meg a turizmus adott típusa - például a kulturális turizmus, az örökségturizmus vagy a borturizmus - számára (RÁTZ T. - PUCZKÓ L. 2002).

Ezek alapján elmondható, hogy a borutak olyan speciális tematikus utak, amelyek a borturizmust lokális szinten hivatottak szervezetteren menedzselni (SZABÓ G. - SARKADI E. 2006).

1. A borúti hálózat kialakulása hazánkban

A borúti hálózat kialakulásának kezdeti lépései hazánkban a kilencvenes évek közepére tehetőek. 1994-ben létrejött a Villány-Siklói Borút, hazánk első és egyben egyetlen klasszikus borútja (SARKADI E. - SZABÓ G. 1997, SZABÓ G. 2000). Összhangban állt a borút létrehozása azzal az uniós nézetrel, miszerint a kelet-európai országok borvidégeinek fejlesztése a borturisztikai szolgáltatások fellendítésével érhető el hatékonyan. A Baranya Megyei Közgyűlés támogatásával Tolna és Baranya megyéből 1-1 fő delegált képviselő szakértő számára a projekt kidolgozását megelőzően lehetőség nyílt egy AREV (Európai Bortermelő Régiók Gyűlése) által szervezett borúti menedzser képzésen való részvételre. A képzés francia, spanyol, portugál, olasz kooperációban zajlott Franciaországban. A borút lényegi megalakulását az első nagy PHARE pályázat tette lehetővé, amely egyben a borút továbbfejlesztéséhez is hozzájárulhatott. Ehhez tartozott hozzá a minősítési rendszer kidolgozása is, de emellett része volt a projektnek az információs rendszer, valamint egy teljes idegenforgalmi koncepció kidolgozása is. A pályázati projekt megvalósítására 1996-ban kerülhetett sor. Túlnyomórészt az elzászi borút példájára történt meg a borúti struktúra és a minősítési rendszer kidolgozása is (SZABÓ G. 1997). Az első minősítések 1997 telén kezdődtek meg. A PHARE program keretén belül a Siklós és Vidéke Takarékszövetkezet egy kedvező hitelkonstrukciót kínált a villány-siklói gazdáknak, amit a szolgáltatásaik fejlesztésére vehettek igénybe, abból a célból, hogy minősítve lehessenek. Első körben máriagyúdi, villánykövesdi, villányi és palkonyai borospincéket minősítettek, majd idővel bővült a tagság és egyre több településről kapcsolódtak be potenciális szolgáltatók a borútba. A Villány-Siklói Borút kialakítása, fejlesztései, ezen belül a minősítési eljárás kidolgozása mintaprojektnek számított az

országban. Ekkor még nem volt prognosztizálható, hogy több borút is létre fog jönni hazánkban. Vélhetően a borúti hálózat kialakulása a Villányban látott jó példa motivációs hatására történhetett meg. Természetesen a villányi borászok és borok kiemelkedő sikere nagymértékben hozzájárult ehhez a történethez. Az első sikeres PHARE pályázatot követte a második (1998-2000). Ekkor vetődött fel a hálózat kiépítésének gondolata, elsőként a Dunántúlon. Így lépett be a programba Bóly-Mohács, Szekszárd, Tolna, Zala és a Dél-Balaton is. Ezekben a területeken is borutak alakultak (ekkor még a Dél-Balaton területileg a Pannon borrégióhoz kötötték) (SZABÓ G. 2012).

Mivel a borturizmusban globálisan is lehetőséget láttak, a borutak kialakulása kezdetét vette az ország más borvidékein is. 2005-re már 32 borút regisztráltatta magát a megalakult Magyar Borutak Országos Szövetsége tagjaként (MABOSZ 2012).

A létrejött országos szövetség célja a borutak összefogása, és országos marketingtevékenység ellátása volt. A dél-dunántúli szakemberek nyitottak voltak a borutak elvárt működéséhez nélkülözhetetlen minősítési rendszer átültetésére más borutakra is. Ez megtörtént a Pécs-Mecseki, a Badacsonyi és a Tokaji Borút esetében is. Más szervezeteknél a meglévő rendszer figyelembevételével saját elképzelés szerint történt meg a minősítési rendszerek kidolgozása.

2. Borutak típusai

A nyugati példák alapján és a hazai adottságok figyelembevételével a borutak 3 típusa alakulhatott ki hazánkban (Szabó G. 2006):

A nyitott borút: Az elnevezés alatt egy olyan hálózatot értünk, ahol viszonylag kis számban vannak jelen borturisztikai szolgáltatók a lehatárolt idegenforgalmi régióban létrejött tematikus úton. Ezek az egységek, azaz a borúti állomások viszonylag távol helyezkednek el egymástól, így az út nem járható be összefüggő egységként. Nincsenek jelentős, borkultúrához kapcsolódó rendezvények, kevésbé ismert borokkal és vendéglátással rendelkeznek, általában a versenyképességet biztosító technológia számottevően nem áll rendelkezésre. Hiányzik egy meghatározó turisztikai vonzerő, ami állandó keresletet biztosíthatna a közelben.

A tematikus borút: Összességében egy sűrűbb szolgáltatói lánc a borút által lefedett településeken, ám egyelőre egymástól viszonylag távol. Jellemző, hogy a borút által érintett desztináció vagy desztinációk önmagukban is generálnak idegenforgalmat, így a bor-gasztronómiai és „bor-kulturális” szolgáltatások harmonikus kiegészítője a helyi attrakciók köre és fordítva. Számos esetben a borturizmus kínálatának ideális kiegészítőjeként jelennek meg az ökoturizmus szolgáltatásai, amely vonzó perspektíva a tudatos fogyasztók számára (RAFFAY Z. 2007). A tematikus borutak szempontjából fontosak a helyi vonzerők, turisztikai kínálatok számbavétele, hiszen ezek azok a tényezők, amelyek a vendégeket a térségbe csábítják és nem a bor. A borra alapozva olyan komplex gasztronómiai kínálat megjelenítése is cél, amelyben a helyi termékek kiemelt szerepet kapnak (GONDA T. 2012, 2014A).

A klasszikus borút: Itt már egy jól kiépített turisztikai hálózat jelenik meg. Nagy hírnévvel és látogatottsággal rendelkező utak, egymást kiegészítő térségek. Jellemző, hogy egymáshoz közel elhelyezkedő jelentős számú neves bortermelő és szolgáltató működik a területen. A turizmus forgalomorientált, a közeli nagyvárosok forgalma is meghatározó. Ezeket a borutakat nevezi szakirodalom klasszikus borkörutaknak.

3. Borutak felé támasztott elvárások

A borutakat illetően léteznek bizonyos szakmai elvárások egyrészt az [AREV oldaláról](#), másrészt hazánkban mondhatni „közmegegyezés” alapján. Irányadó jogszabály, törvényi rendelkezés híján a borutak/borúti

Fejlesztési lehetőségek a borúti hálózat működtetésében és a borúti szolgáltatások minőségében

egyesületek meglehetősen szabad felfogásban működtethetők. A borutak felé támasztott elvárások és általános jellemzők:

- A borút egy jó összekötő kapocs, lehetőséget teremt a falusi életmód és a városi turisták találkozására, az emberi kapcsolatok kiépítésére a vendéglátó és vendégei között. A borút egy igen szerteágazó, sokrétű turisztikai kínálat, melynek fő elemei a szőlő- és borkultúra, gasztronómia, a helyi ízek, hagyományok, a vidéki életmód. A kiegészítő kínálatok része: a falusi turizmus szolgáltatásai, természetjárás, aktív turizmus, vallási turizmus, kulturális, művészeti programok, rendezvények, helyi ünnepek, stb. (MÁTÉ A. - SZABÓ G. 2011).
- Borút kizárólag a borvidékeken belül létesülhet. Az egyes szolgáltatók kínálatukat helyi összefogással programmá szervezik. Ez a szerveződés a résztvevők számára alternatív és kiegészítő jövedelmet hoz, munkahelyet biztosít a környék lakói számára, és nem utolsósorban javítja a településképet.
- Az a borút működtethető, amelynek van centruma, ezek a centrumok pedig jelentős számú turisztikai szolgáltatóval rendelkeznek, ez alakítja ki a turisztikai image-t. A turizmus aktív működését, ezzel együtt a kínált áruk (borok) piacra jutását és ismertségét egy közösségi marketing/közösségi bormarketing kell, hogy segítse.

Nagyon fontos, hogy a borúti szolgáltatók minősített szolgáltatók legyenek, így a minősítési rendszer kidolgozásával és a kritériumok betartásával egy garantált minőségű szolgáltatási hálózat jöhet létre. A minősített szolgáltatók a borút emblémájával megjelölt védjegytáblával jelzik, hogy a borút szakmai bizottsága által minősítve lettek, kínálatuk garantáltan minőségi. A rendszer előnye keresleti oldalról elsősorban a fogyasztóknak nyújtott információ, eligazodás a borvidéki szolgáltatások tengerében.

4. Borúti minősítési rendszerek típusai, jellemzőik

4.1. Borúti szolgáltatások minősítési rendszere

A már említett PHARE program keretén belül eredetileg a Villány-Siklói Borútra került kidolgozásra ez a rendszer. A minősítési kritériumok a Borúti Kartában részletezett szakmaiság, tájékoztatás, környezeti kultúra és partnerség elveit alapul véve kerültek kidolgozásra. A szakmai értékelés során a nyitva tartás, vendégfogadás, felszereltség, információátadás, borkóstolás és borértékesítés megfelelő szempontjainak vizsgálata történik meg egységesen, a szolgáltatás jellegétől függetlenül.

A borúti vállalkozások minősítése a Borút Egyesület irányításával történik. Ha valamely szolgáltató - borozó, borbolt, borértékesítő, szálláshely, étterem, vendéglő, egyéb borúti szolgáltató - a borút minősített tagjává szeretne válni, első lépésben minősítési kérelmet kell benyújtania írásban. A minősítés lebonyolítását egy szakmai bizottság végzi. A maximálisan elérhető pontszám: 45. 24 pontig a szolgáltató nem minősíthető, nem felelt meg a minimum követelményeknek. 25-35 pont között a szolgáltatót csak ideiglenesen minősítik, 36 pont felett pedig véglegesen, a borút minősített tagjává lesz. A minősített szolgáltató minőségi bizonyítványt kap a borút egyesülettől, ezzel együtt egy megállapodás jön létre a borúttal, melyben a szolgáltató aláírja, hogy elfogadja és betartja az egyesületi minősített tagokra vonatkozó előírásokat, ha ez nem történne meg, tudomásul veszi, hogy bizonyítványa visszavonható. A borút cserébe védjegytáblát ad a szolgáltatónak, megjelenési lehetőséget biztosít számára az egyesületi rendezvényeken, illetve marketing akcióiban és kiadványaiban megjelenteti. A minősítés elvégzése és az ezt követő kontrollálás az egyesület részéről nagyon fontos feladat, az egyesület jogosult évközben váratlan, ellenőrző látogatásokat tenni, mely során ellenőrzik a karta betartását, valamint az esetleges reklamációk jogosságát (SARKADI E. - SZABÓ G. - URBÁN A. 2000).

4.2. VinTour - Európai Borutak Egységes Minősítési Rendszere

A VinTour egy magyar kezdeményezésű és fejlesztésű INTERREG III/C-s projekt, melyet a Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség dolgozott ki. A programba a Pannon borrhéi borútjai kerültek bevonásra, így a Villány-Siklói Borút, a Mohács-Bóly Térségi Fehérborút, a Tolnai Borút és a Szekszárdi Borút. Megbízható, azonos szolgáltatási minőséget biztosító borutak európai hálózatának megteremtése volt a cél. Először a partner régiók borútjai minősítési rendszereinek összehasonlító elemzése történt meg, közösen kidolgozott, koherens indikátorok és módszerek alapján, külső szakértők bevonásával. Az elemzés alapján tanulmány készült egy közös minősítési rendszer bevezetésének lehetőségéről, módszereiről. A partner régiók borút szervezeteinek véleményezését követően meghatározásra kerültek a szolgáltatások minősítésének kritérium rendszerei, mely a borutak által közösen jóváhagyott Borúti Kartát alkotnak. Minősítési védjegy került megtervezésre és legyártásra.

A VinTourban olasz és spanyol partnerek működtek együtt a pályázat kidolgozása és megvalósítása során. Hosszú idő eredménye a rendszer jelenlegi, végleges formája. A korábbi minősítéssel ellentétben itt minden szolgáltatásra egyedileg lettek meghatározva kritériumok. Vannak bizonyos általános, mindenkire vonatkozó minősítési követelmények, amiket a bizottság a minősítés során vizsgál, és vannak a szolgáltatás-specifikus kritériumok. Az általános minősítési követelmények között szerepelnek egyrészt azok az alapvető elvárások, hogy a szolgáltatás jellegétől függően rendelkezzen a szolgáltató a jogszabályban meghatározott engedélyekkel. Ezen túl az alapkövetelmények az alábbiakra terjednek ki: elhelyezkedés, közlekedés, infrastruktúra, tájékoztatás, környezetkultúra, szakmaiság, kiegészítő szolgáltatások. A szolgáltatás-specifikus minősítés alapja minden esetben a szakmaiság és a kiegészítő szolgáltatások mennyisége és minősége. A rendszer bevezetések és elterjesztések a projekt keretén belül szintén kiképeztek minősítőket, és a szolgáltatóknak is tartottak képzést arra vonatkozóan, hogy lássák, milyen szinten állnak az Európai Borutak Minősítési Rendszere alapján. Kerámiatáblák is készültek, ami a VinTour védjegyével van ellátva. A minősítés megkülönböztet a megszerezhető pontok alapján 1-2-3 szőlőfürtös szolgáltatót. A rendszer elindulásával sokan kérték a minősítésüket, ám hosszútávon az Európai Borutak Minősítési Rendszerét a Villány-Siklói Borút vette át és alkalmazza napi gyakorlatában. A Szekszárdi Borúton a szolgáltatók kevesebb, mint a fele lett átminősítve, ugyancsak az akkori Mohács-Bóly Térségi Fehérborúton és a Tolnai Borúton is (SZEKSZÁRDI BORVIDÉK BORÚT EGYESÜLET 2012). A Pécs-Mecseki Borút Közhasznú Egyesület a rendszer kidolgozásában sem vett részt, és azóta sem vette át a VinTourt.

Alapvetően a fent bemutatott két rendszer, illetve helyi szinten módosított változatai vannak jelen hazánk borúti minősítési gyakorlatában. Míg a PHARE pályázat során kidolgozott szisztéma hiányosságának a szolgáltatás specifikus kritériumok megléte, a VinTour kapcsán talán a rendszer bonyolultsága nevezhető meg. Ideális lenne e két rendszer minősítési tapasztalatainak figyelembevételével egy országosan is alkalmazható klasszifikációs rendszert kidolgozni, ami egységesen minden borúton alkalmazható lenne. Mindezekelőtt alaposabban össze kell gyűjteni azokat az tényezőket, amelyek a gyakorlatban alkalmazott borúti minősítési rendszerek hiányosságai és gyengeségei. Ezek ismeretében át kell tekinteni az egyes szolgáltatói kategóriák alapvető működési feltételeihez meghatározott kereteket és megvizsgálni, hogy borturisztikai szempontból mit tekintünk hozzáadott értéknek. Fontos, hogy ne alapjaiban minősítsük újra a meglévő szolgáltatásokat, hiszen ezt a szolgáltatás jellegének függvényében más hivatal vagy minősítő szerv megteszi. A borúti minősítés feladata a szolgáltatás borturizmusban betöltött szerepének értékelése, és annak meghatározása, hogy megfelel-e a szolgáltatás a védjegy által garantált minőségi követelményeknek.

5. Bonyodalmak a borúti hálózat működésében

A kilencvenes évek végén, kétezres évek elején szinte minden borvidéken megkezdték működésüket a borutak. Így mondhatni egy országos hálózat alakult ki, azonban a jelenség borturizmusra gyakorolt hatása

globálisan nem értelmezhető. Ez inkább az egyes borúti egyesületek lokális aktivitásán érhető tetten térségi szinten. Az egyesületek tevékenységének hatása eltérő mértékű, van ahol szinte említésre sem méltó, másutt pedig egy teljes régiót átfogó borturisztikai klaszter létrehozására és működtetésére is volt kellő erőforrás és lelkesedés (GONDA T. 2014B). A borutak részvétele az országos szövetség munkájában meglehetősen passzívnak mutatkozott, és az egyes borryégiókon belül is csupán elvétve voltak megfigyelhető spontán együttműködések. Igaz ez a jelen gyakorlatára is. 2014-ben a Magyar Borutak Országos Szövetsége megszüntette tevékenységét és elindította a szervezet felszámolását is.

Bár az egyes borutak és a szövetség között a kapcsolat - egy-két kivételtől - eltekintve inkább csak formálisan létezett, mégis lehangoló körülmény a központi koordináció hiánya. Az egyes borutak működési modellje is meglehetősen eltérő, és mint láthattuk, a minősítési rendszerek alkalmazásában sincs egység. Mivel a borutak működési feltételei csupán irányadó ajánlások ötvözete, így megfelelő szabályozás és kontroll nélkül „a borút” fogalom hitelét veszti, és bármely szervezet szabadon használhatja az elnevezést. Ez persze nem azt jelenti, hogy lokálisan nincsenek jól működő borút egyesületek! Vannak szervezetek Villányon kívül is, akik példaértékű és aktív fejlesztési tevékenységet folytatnak, ám a szabályozás ettől függetlenül szükségszerű lenne. A heterogén minősítési gyakorlat hozadéka egyúttal egy megkérdőjelezhető minőségű szolgáltatói lánc (CSIZMADIA L. ET AL. 2012).

6. A borúti hálózat új alapokra helyezésének lehetséges megoldásai

A borúti hálózat új alapokra helyezésének indokolt elgondolása operatív lépések sorozatának hosszas művelete. Kezdetben egy szakmai munkacsoporttal a meglévő borutak állapotfelmérése nélkülözhetetlen tevékenység. Ezen a ponton dőlhet el, hogy racionális elképzelés-e a garantáltan minőségi országos szolgáltatói lánc kialakítása, avagy sem. Látni kell, kik azok a szervezetek, akiknek folyamatos a működésük, milyen a tagságuk összetétele, milyen minősítési rendszereket alkalmaznak, milyen tevékenységeket folytatnak, és hogyan viszonyulnak a borúti hálózat új alapokra helyezéséhez, milyen az együttműködési hajlandóságuk. Az állapotfelmérés eredményeként kidolgozható egy valós országos borúti adatbázis, ami a további teendők alapja lehet.

Fontos, hogy a kialakult munkacsoport egy országos szervezet létrehozását sürgesse, hiszen a feladatok ellátása csak egy működő gazdasági szervezettel valósítható meg. Indokolt a kapcsolatfelvétel hivatalos úton az érintett minisztériummal (Nemzetgazdasági Minisztérium), hogy megtörténhessen a közös érdekek feltárása, valamint a nemzeti védjegy bevezethetőségének, lehetséges módjainak áttekintése. A nemzeti védjegy jó gyakorlata megfigyelhető a falusi- és agroturizmus szolgáltatásainak minősítése kapcsán. A védjegy garanciát nyújthat a szakmai elvárásoknak megfelelő színvonalú szolgáltatás minőségére, és megszerzése jelentős piaci előnyökkel is járhat.

Ezzel párhuzamosan a borturisztikai szolgáltatások és borutak definíciójának tisztázása szükséges. A szolgáltatási kategóriák és a borturizmusban használt meghatározások pontosítását követően történhet meg az új védjegy szolgáltatás-specifikus kritérium-, és minősítési szempontrendszerének kidolgozása. Az első feladat a karta és a minősítési alapelvek kidolgozása, ezt követően kerülhet sor a többi minősítési dokumentum és arculat - védjegy, minősítési szempontrendszer - kidolgozására. A kidolgozott minősítési-/védjegyrendszert ismerő szakemberek képzése szükséges, akik egy minősítő képzés elvégzését követően alkalmassá válnak a borúti szolgáltatások minősítésének elvégzésére.

Minden borryégióban szükséges a meglévő borutak összehívása és tájékoztatása az új elvárásokról. Emellett mind a borutakkal, mind a potenciális minősített szolgáltatókkal szükséges megismertetni a védjegyhasználat szükségességét és pozitív hozadékait. Miután a borturizmusban érintett szervezetek és vállalkozások megismerték a rendszer működését és azonosultak az új követelményekkel, érdemes a minőségi borturizmus jegyében egy országos kampányt kidolgozni a fogyasztók megnyerésére.

Fejlesztési lehetőségek a borúti hálózat működtetésében és a borúti szolgáltatások minőségében

A borutak elaprózott feladatai mellett ritkán van idő a minőségellenőrző látogatások megtételére, egyben a rendszerek hiányosságainak feltérképezésére. Nagyon fontos, hogy az első minősítések során szó essen az alkalmazhatóság esetleges gyakorlati nehézségeiről, ha a minősítők tapasztalnak ilyet, és a rendszer kezelje rugalmasan a módosítási javaslatok előterjesztését.

Összegzés

Hazánk adottságai borturisztikai szempontból kiválóak, ám az infrastrukturális és szervezeti keretei mindenképpen fejlesztésre szorulnak. A fejlesztés alapja a borúti szolgáltatások minősítési rendszerének továbbfejlesztésével egy országos védjegyrendszer kidolgozása lehet. A védjegy egyaránt szolgálja a kínálati oldal minőségi fejlesztési folyamatának az erősítését, és segíti a potenciális borturisták eligazodását. Ha a borutak felismerik az együttműködés és fejlesztés szükségességét, akkor egészen biztos, hogy a komoly potenciált magában hordozó borturizmusunk meghatározó és látványos eredményeket érhet el a jövőben.

Irodalom

- AUBERT A. - JÓNÁS-BERKI M. - CSAPÓ J. - PÁLFI A. 2015: A turizmus térszerveződési típusai Magyarországon - Térszervező modellek a turizmusban. In: TÉSITS R. - ALPEK B. L. (szerk.): A mi geográfiánk: Tóth József emlékezete. Publikon Kiadó, Pécs. pp. 271-281.
- CSIZMADIA L. - ERDŐSI M. - SZABÓ G. 2012: Borturizmus-marketing: Gyakorlati ismeretek. Magyar Borutak Kft, Budapest.
- GONDA T. 2012: A helyi termék reneszánsza. In: AUBERT A. - GYURICZA L. - HUSZTI Zs. (szerk.): A kultúra turizmusa, a turizmus kultúrája. Idresearch Kft. - Publikon Kiadó, Pécs. pp. 233-245.
- GONDA T. 2014A: A helyi termékek turisztikai hasznosítása. A Falu 29. évf. 1. sz. pp.17-23.
- GONDA T. 2014B: A turisztikai klaszterfejlesztés régiós tapasztalatai a Dél-Dunántúlon. Modern Geográfia 3. pp. 1-16.
- MÁTÉ A. - SZABÓ G. 2011: Wine and gastronomy tourism. In: MICHALKÓ G. (szerk.): Design and development of touristic products. PTE TTK Földrajzi Intézet; PTE IGYK Gazdaságtudományi és Turisztikai Intézet, Pécs. pp. 190-247.
- MÁTÉ A. - SZABÓ G. 2012: A borturizmus Magyarországon. In: AUBERT A. (szerk.): Magyarország Idegenforgalma: Szakkönyv és atlasz. Budapest, Cartographia Kft. pp. 42-45.
- RAFFAY Z. 2007: Ökoturisztikai kezdeményezések a Dél-Dunántúlon. In: KOVÁCS T. (szerk.): A vidéki Magyarország az EU-csatlakozás után: VII. Falukonferencia. Pécs, MTA Regionális Kutatások Központja. pp. 301-312.
- RÁTZ T. - PUCZKÓ L. 2002: [Goethe, Humbert és Odüsszeusz nyomában, avagy kulturális utak a turizmusban](#). Turizmus Bulletin, 2. évf. 3. sz. o.n.
- SARKADI E. - SZABÓ G. - URBÁN A. 2000: Borturizmus szervezők kézikönyve. Baranya Megyei Falusi Turizmus Szövetség, Pécs.
- SARKADI E. - SZABÓ G. 1997: Területfejlesztés és turizmus egy történelmi borvidéken: a Villány - Siklói Borút. Falu Város Régió 1-2., pp. 50-54.
- SZABÓ, G. - SARKADI, E 2006: Weinstrassen als ein spezielles touristisches Produkt: Konzeption, Erfahrungen und Beispiele in Ungarn. In: AUBERT, A. - TÓTH, J. (ed.): Stadt und Region Pécs: Beiträge zur angewandten Stadt- und Wirtschaftsgeographie. Bayreuth, pp. 127-147.

Fejlesztési lehetőségek a borúti hálózat működtetésében és a borúti szolgáltatások minőségében

- SZABÓ G. 2000: A Villány-Siklói Borút, mint tematikus út. In: PUCZKÓ L. - RÁTZ T. (szerk.): Az attrakciótól az élményig: A látogatómenedzsment módszerei. Geomédia, Budapest, pp. 104-121.
- SZABÓ G. 2006: A borturizmus Magyarországon. In: AUBERT A. - HEGEDŰS V. - BERKI M. - KOPÁRI L. - CSAPÓ J. (szerk.): Magyarország Idegenforgalma Szakkönyv és Atlasz. Cartographia Kiadó, Budapest.
- SZABÓ G. 2012: A vidéki turizmus evolúciója: a falusi turizmus és a borutak. In: SZALÓK Cs. - REMENYIK B. - ZIMÁNYI K. (szerk.): Múlt a jövőben - Tradíció és megújulás a turizmusban és a vendéglátásban: tudományos kötet Dr. Csizmadia László 75. születésnapja alkalmából. BGF Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar. Budapest, pp. 156-176.
- SZABÓ G. 1997: A Villány-Siklói Borút minősítési rendszere. A Falu 12. évf. 2. sz. pp. 53-62.

Internetes források

AREV: <http://www.arev.org/it/presentazione/obiettivi>

MABOSZ 2012: www.magyarborutak.hu

Szekszárdi Borvidék Borút Egyesület 2012: Európai Borutak Minősítési Rendszere. <http://www.szekszardiborut.hu/>

Társadalmi kirekesztettségi megnyilvánulások, szegregátumok elemzése pápai példán keresztül

Célkitűzés, bevezetés

A publikáció célja, hogy általános képet adjon mind társadalmi, mind gazdasági szempontból a pápai Rigó-lakótelepen élőkéről, az itt jelenlevő problémákról, nehézségekről, az integráció és a felemelkedés lehetséges módjairól, a városvezetés ez irányú tevékenységeiről.

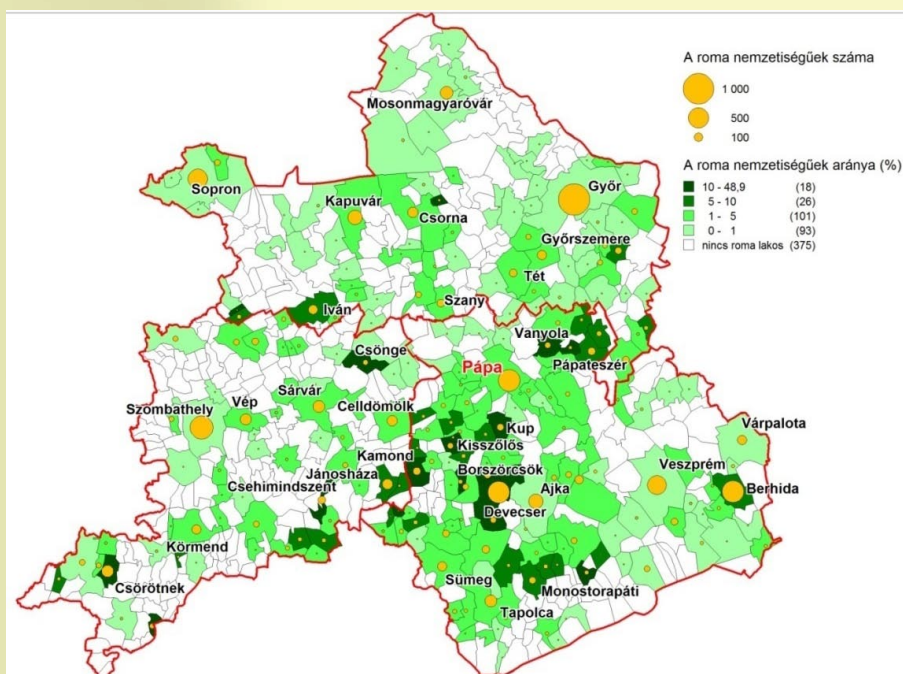
A Rigó-lakótelep egy szegregátumként definiált terület egy dunántúli városban, Pápan. Az itt élők olyan hátrányos helyzetű társadalmi réteghez tartoznak, ahonnan társadalmi integrációjuk előmozdítása nehézkes és a gazdasági életben való részvételük inaktív.

Kitekintésként és „jó példák” megismeréseként megvizsgálunk olyan programokat, fejlesztési lehetőségeket, amelyek hazánkban kialakításukban, megvalósításukban segítséget nyújthatnak a pápai (és egyéb) szegregátum problémájának kezelésében. Fő kérdésünk tehát, hogy létezik-e teljes érvényű megoldási lehetőség, van-e egyáltalán út a társadalmi perifériából a többségi társadalomba?

Tágabb célunk, hogy a pápai szegregátumot mélyebben megvizsgálva lehetséges megoldási javaslatokat tegyünk, melyek részben, vagy egészben enyhíthetik a magyarországi társadalmi kirekesztettség ilyen jellegű megnyilvánulásait.

Eszközök és módszerek

A Közép-dunántúli régióra vonatkozóan azokat a településeket vizsgáltuk meg, melyek nem megyeszékhelyek, de lakónépességüket tekintve Pápaéhoz hasonló adottságúak. 2011-ben Pápa lakónépessége 31 845 fő volt. Ennek alapján kijelöltünk egy intervallumot (20 000 fő és 35 000 fő), amely feltételeknek megfelelnek az adott városok. Ennek eredményeként összesen öt városi jogállású települést vizsgáltunk (Pápa, Ajka, Várpalota, Esztergom, Tata), melyek közül mindegyik egyébként járási központ is. A népességi adatok figyelembevételével arányszámot számoltunk, melyekből a romák arányára következtettünk. A vizsgálat eredményeként megállapíthatjuk, hogy a fenti feltételeknek megfelelő városok közül a romák arányát tekintve első helyen Esztergom áll, míg a másodikon Pápa, harmadikon pedig Ajka. A nemzetiségi, etnikai kérdés különös jelentőséggel bír a téma megismerésében, amit látni fogunk a későbbiekben is. Primer kutatásunk keretében terepbejárásra került sor, amit kérdőíves felmérés egészített ki.



1. ábra: Romák a Nyugat-Dunántúl egyes településein, 2011.

Forrás: a szerző szerkesztése a népszámlás adatai alapján.

Összesen 70 db kérdőív került kitöltésre, a véleményt adók 15-44 évesek voltak, jelentős számban középiskolások, 52%-uk volt nő és 48%-uk férfi. A kérdőívben szereplő kérdések leginkább arra vonatkoztak, hogy mi a Pápán és annak környékén lakók megítélése a kirekesztettségéről, mennyire tájékozottak a hátrányos helyzetű csoportok társadalmi helyzetével kapcsolatban.

A kutatás fontos részét képezte a különböző településfejlesztési dokumentumok áttekintése, amelyek segítettek a helyzetfeltárást. Mivel a munka egyik alapvető kérdése az volt, hogy milyen egyéb megoldási lehetőségek valósultak meg hasonló problémájú területeken, néhány „jó példát” is megismertünk, a már részben, vagy egészében működő konkrétan pápai módszerek mellett. Ehhez nagy segítséget nyújtottak a különböző 2006-2013-as illetve 2014-2020-as Operatív Programok prioritásainak és **pályázati kiírásainak** megismerése.

Kirekesztettség, underclass, szegregátum

„... A népesség valamely csoportját a társadalomból kirekesztettnek tekintjük abban az esetben, ha lakóhelyileg szegregáltan él, ha más csoportokkal való összeházasodásának lehetőségei korlátozottak, ha baráti kapcsolatait leginkább a saját csoportján belül alakítja ki; ha tehát térbeni és társadalmi távolság van a szóban forgó csoport és a társadalom többsége között...” (LADÁNYI J. - SZELÉNYI I. 2004, p.85).

Tisztáznunk kell az „underclass” fogalmát is, melyet Wilson (WILSON, W. J. 1987) használt először, a chicagói fekete gettó vizsgálatánál. „A társadalom egészétől élesen elkülönülő, diszkriminációtól sújtott réteget” jelöl, amelynek „nincs esélye arra, hogy bekapcsolódjon a munkamegosztás kialakulófélben levő új rendszerébe, hogy normális munkája, jövedelme, lakása, társadalombiztosítása legyen, hogy gyerekeit megfelelően tudja iskoláztatni stb. (LADÁNYI J. - SZELÉNYI I. 2001, p.92)

Stewart munkájában (2015) jól nyomon követhetőek az „underclass” fogalmából fakadó egyes nézeteltérések, az ehhez a fogalomhoz kapcsolt - sokszor túlságosan szélsőséges - érdektársítások. Stewart az ehhez a csoporthoz tartozókat „érinthetetleneknek”, „méltatlan szegényeknek”, „reményteleneknek” nevezi (STEWART, M. 2015), amely jelzők egyébként utalnak is a „szegénység kultúrájának” nevezett viselkedésbeli, jellembeli, némileg káoszra és szervezetlenségre utaló magatartásformára. A „szegénység kultúrája” (LEWIS, O. 1966) tulajdonképpen a hátrányos helyzetű csoportokra jellemző „tünetek”, olyan általánossá váló sémák, amelyek megfigyelhetőek az elszegényedő, társadalmilag alacsonyabb szinten levők életmódja kapcsán (LADÁNYI J. - SZELÉNYI I. 2004).

Magyarországon a kirekesztettséggel, annak megnyilvánulásaival kapcsolatban talán legismertebb kutatók Ladányi János és Szelényi Iván. Lényeges megállapításuk, hogy a társadalmi kirekesztettség, perifériára kerülés összességében nem csak a többségi társadalom által „bűnbaknak” kijelölt, nevezett csoportjának száműzetését jelentheti, hanem részben egy „önként vállalt” elszigeteltséget is (LADÁNYI J. - SZELÉNYI I. 2004 p.95). Ehhez kapcsolódik az a fajta megállapítás is, hogy a marginalizálódott társadalmi rétegek önmagukat újratermelő, tovagyrúzó, zárt rendszerként működnek (NAGY E. ET AL. 2015). A fenti értelmezésnek megfelelően tekinthetjük a szegregátumot a kirekesztettség egy formájának is.

Ferge Zsuzsa (2002) az angol „social exclusion” fogalom magyar megfelelőjét keresve jól példázza ezen társadalmi helyzet összetettségét. Értelmezésében a kirekesztődés/kirekesztettség/kirekesztés egyszerre folyamat, állapot és cselekvés, amely tulajdonképpen jól is példázza, hogy egy összetett, töbttényezős helyzetről kell beszélnünk.

A szegregációs index mint statisztikai módszer egy kiválasztott népességcsoportot a helyi társadalom teljes egészéhez viszonyít, amelyhez kellőképpen kapcsolódik a többszörös deprivációs index (BOROS L. 2008), amely különböző szempontok alapján osztályokba történő sorolás mentén vizsgálódik. Így érinti a jövedelmi helyzetet, foglalkoztatottságot, az egészségügyi és fogyatékkal kapcsolatos felmérési eredményeket, képzettséget és iskolázottságot, a földrajzi elérhetőséget, a szociális környezetet, valamint a lakáshelyzetet, biztonságot (BOROS L. 2007).

A Rigó lakótelep

A Rigó lakótelep Pápa város északkeleti részén helyezkedik el, a település egy periférikus területén, az egykori szeméttelép közvetlen szomszédságában. A Téglagyári úti szeméttelép alapjában meghatározta az itt élők környezetét, hatott egészségi állapotukra, és jelentősen befolyásolta a település ezen részének képét. 2013-ban azonban a szeméttelép rekultiváció alá került, ami némileg segítheti az itt élők jobb életkörülményeinek biztosítását. A Rigó lakótelep összesen 66 lakásból áll, melyek jelentős része önkormányzati tulajdonú bérlemény, kisebb részben saját tulajdonú ingatlan. A belső szerkezetet jól követi a házak, lakások elhelyezkedése is.

Az itt élőről elmondható, hogy a többségi társadalomra jellemző előregedés helyett más jellegű társadalmi-gazdasági problémák nehezítik az itt élők felemelkedését és integrációját. Ilyenek az aluliskolázottság, munkanélküliség, rossz egészségügyi állapot, mentális és fizikai betegségek, stb. A társadalmi kapcsolatok részeseivé válás fontos alapkövei sokszor nehezen alakulnak ki, részben az eltérő kultúra, mentalitás, tanult és öröklött szokások miatt.

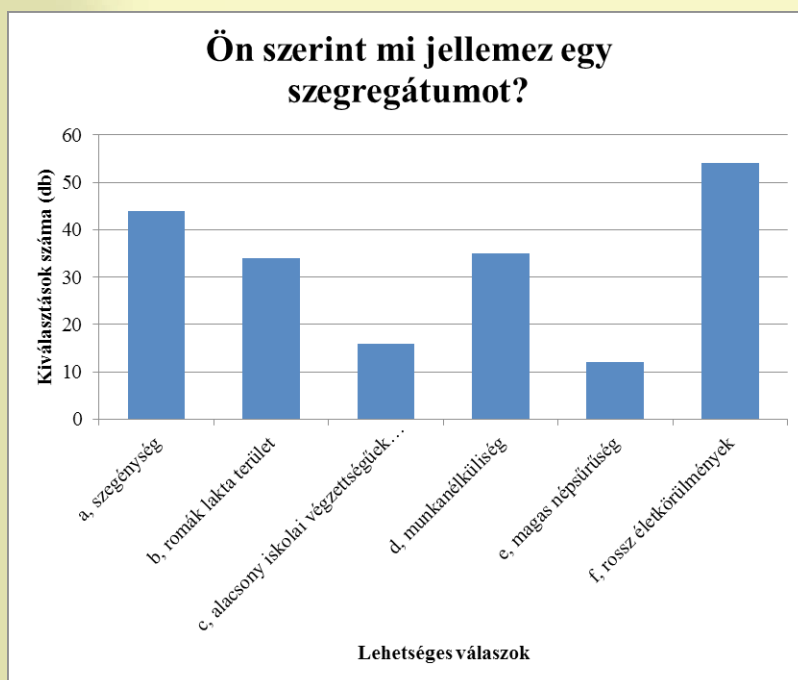
A Rigó-telepi gyerekek közül 69 halmozottan hátrányos helyzetű, sokan közülük be sem fejezik a középiskolát, vagy akár már az általános iskolában is olyan lemaradásokat halmoz fel, amik nehezítik a további tanulmányaik befejezését. Sok esetben szembesülhetünk a fentiekben bemutatott „szegénység kultúrájának” megjelenési formáival. A pápai szegregátum létrejöttének oka, hogy a már egyébként is periférikus helyzetű területre a város nyugati részén elhelyezkedő egykori roma-telepet felbontva sokakat ide telepítettek le.

Szegregátum a köztudatban

Tekintve, hogy az integrációhoz a többségi társadalom elfogadása, befogadása is szükséges - mennyire hajlandóak együttműködni, kiket és milyen szintig tudnak elfogadni, tudnak-e fizikai és szellemi határaikon tágitani -, fontos volt, hogy a véleményeket megismerjük. A tapasztalatok azt mutatták, hogy mind a pápai, mind az általánosságban feltett kérdések esetében jelentős volt az elzárkózás, a befogadásra vonatkozó tartózkodás.

Legmagasabb arányban a megkérdezettek kirekesztettnek a kisebbségeket, etnikumokat, másodsorban a fogyatékosokat, illetve a hátrányos helyzetűeket tekintették. A megkérdezettek jelentős számban a társadalmi kirekesztettséget valamilyen nemzetiségi, etnikai vonatkozásban értelmezik. Felmérésünk szerint legtöbbször úgy gondolták, hogy a szegregátumban rossz életkörülmények uralkodnak, nagy a szegénység, továbbá túlnyomóan romák lakta területről van szó. Végeredményben a válaszok némileg idomulnak azokhoz a definíciókhoz, amelyeket eddig megismertünk a szegregátumokhoz kapcsolódóan.

A válaszadók 97%-a igennel felelt arra a kérdésre, hogy létezik-e Magyarországon szegregátum, így kétségek nélkül elmondhatjuk, hogy létezik a köztudatban ez a fajta felismerés és tájékozottság. Némileg árnyal-



2. ábra: Ön szerint mi jellemez egy szegregátumot? - kérdésre adott válaszok megoszlása.

Forrás: a szerző szerkesztése.

Társadalmi kirekesztettség megnyilvánulásai, szegregátumok elemzése pápai példán keresztül

tabb a kép azonban annak kapcsán, hogy létezik-e Pápán szegregátum. A válaszadók mindösszesen 77%-a válaszolt igennel a kérdésre. Ezzel összefüggésben még érdekesebb volt a mentális térképek áttekintése. A 70 fő kitöltő közül csupán egy tudta teljes pontossággal körülvonni a jelenleg szegregátumként definiált és kezelt területet Pápán.



Jelmagyarázat

- a szegregátum tényleges helye
- a szegregátum feltételezett helyei
- honvédségi terület
- főbb utak
- vasútvonalak
- beépített terület

3. ábra: A kérdőívek eredményeként feltételezett szegregátumi helyek és a lakótelep tényleges helyzete.
Forrás: a szerző szerkesztése.

ezeket a területeket. Ezzel azonban tovább erősödik azok száma, akik hátrányos helyzetűek az adott területen, a pozitív példa hiányában a fejlettségi különbségek továbbra is fennmaradhatnak, sőt el is mélyülhetnek.

Mivel az iskolai végzettség meghatározza a munkalehetőségeket is (ALPEK B. L.-TÉSITS R. 2013), ezért fontos, hogy bővítsék tudásukat. Az itt élők közel 85%-a alacsony iskolázottságú, legfeljebb a nyolc általános iskolai osztályt fejezte be. 2012-ben az aktív korúak közül mindösszesen 8 fő volt foglalkoztatott, ami az egyik legnagyobb problémaforrás. A 244 főből 131 volt segélyezett, ami jóval

Nem teljesen térnek el a térképen jelölt helyszínek a valóságtól, ugyanis jelentős számban érintették a Hódoska majort, ami valójában kisebb szegregátumként jelentkezett. Pápa Integrált Városfejlesztési Stratégiája (VÁROSFEJLESZTÉSI KÉZIKÖNYV, 2009.) ezt a területet cigány családok nagy arányú jelenlétével jellemzi, elmaradott, ahol az alapvető higiénés adottságok kedvezőtlenek. Ez az alig pár házból álló periféria Pápa egyik külterülete, a Gyimóti út mentén helyezkedik el. Megfigyelt az a folyamat, amely során a viszonylag leromlottabb, periférikus területekre egyre magasabb számban beköltöző alacsonyabb életszínvonalú népesség beáramlásával párhuzamosan a tehetősebb réteg kiköltözése, elvándorlása jelentkezik (HENDERSON, W. L. - LEDEBUR, L.C. 1972). A kérdőív kitöltők közel fele úgy vélekedett, hogy mindenképpen megpróbálna elköltözni a kirekesztettséggel jellemzett terület környékéről, másodsorban, ha nem is költözne el, de megpróbálna más megoldási lehetőségeket találni javítani életkörülményein. A 70 kitöltő közül mindösszesen 17% vélekedett úgy, hogy nem zavarná a lakóterületének elhelyezkedése.

Tehát az előzetes feltevéseinknek megfelelően azok, akik a mobilitásra hajlandóak, illetve megválaszthatják lakóhelyüket, jó eséllyel elkerülik



4. ábra: A szegregátum egy részlete.
Forrás: a szerző felvétele, 2015. április 5.

több, mint az itt élők fele. 131 fő inaktívként volt bejegyezve, akik valószínűleg személyükben megegyeznek azokkal, akik segélyezésben részesülnek (HEP 2013).

Kérdőívünkben szerepelt egy olyan jellegű felvetés is, hogy miként próbálná meg a kitöltő kezelni a szegregátumok problémáját. A többszörös választási lehetőségek közül összesen 43% érintette a munkalehetőségek bővítését, 19% a pályázatokból származó új beruházásokkal, fejlesztésekkel, 17% pedig az alapítványi támogatással, önkéntesekkel való együttműködésben látta a megoldást. Mindösszesen 9-9 válasz érintette a segélyként való támogatást és a lakótelep teljes felszámolását, az ott élők elköltöztetésével.

A szociális alapszolgáltatásokat részben önkormányzati intézmények, részben - kiszervezett keretek között - civil szervezetek biztosítják. A szegregált telepen a gyermekjóléti szolgálat szakemberei teljesítik feladataikat, gyakran látogatják az itt élő családokat (PÁPA IVS 2008). Kiemelkedően magas a rendszeres gyermekvédelmi kedvezmény illetve a rendkívüli gyermektámogatások és a gyermekek után járó szolgáltatások száma. Az aktív korúak legfőbb megélhetési forrásai az anyasághoz kötődő támogatások (GYES, GYED, GYET), társadalombiztosítási ellátások, segélyek, nyugdíjszerű ellátások, alkalmi munkából származó jövedelmek (HEP 2013).

A lakótelep gyalogosan, tömegközlekedéssel és személygépkocsival egyaránt könnyen megközelíthető, jó minőségű közút és kiépített járda vezet a településrészig, azonban a telepen belül nincs kiépített közút (HEP, 2013). A telep tulajdonképpen két részből áll, egy 18 lakásos, egyenként 48 m² alapterületű, komfortos, gázfűtéses sorházból, illetve a saját tulajdonú épületekből. A lakások belső felépítését tekintve elmondhatjuk, hogy közel 50 %-ukban építették ki a mellékhelyiséget (PÁPA IVS 2008.), bár a legtöbb lakásban az ivóvíz biztosított, de a szennyvízelvezetés sok esetben nem megoldott. Minden lakásban be van vezetve azonban a villany, ami pozitívum, viszont a felhalmozódott tartozások, ki nem fizetett számlák miatt sok lakásban szüneteltetik a szolgáltatásokat (PÁPA IVS 2008.). Bár a szemétszállítás a szegregátum területére is kiterjed, mégis az egész telepen található szeméthalmokat, amik részben „örzik” a szemételep hulladékait, részben pedig a lomizásból megmaradt, nem hasznosítható anyagok.

Előrelépési lehetőségek. Néhány pozitív példa más településekről

Az elmúlt években egyre nagyobb figyelem szentelődött a pályázatokra, beruházásokra, projektekre. Bár a hosszú távú eredmények még kevésbé mérhetőek az idő rövidsége miatt, de a továbbiakban olyan elemeket ismertetünk, amelyek továbbgondolásra, esetleges további fejlesztések megalapozására alkalmasak lehetnek, a fentiekben leírt komplex problémák lehetséges megoldásai között szerepelhetnek.

Szendrőlád - Gombafarm

2011-ben kezdődött meg a szendrőládi gombafarm kialakítása, ami részben EU-s forrásokra alapozott. A projektet a Bhim Rao Egyesület valósította meg, amelynek egyébként alapvető célja a roma lakosság életmódjának való változtatás és összességében a cigányok segítése. A megvalósított beruházás azért is jó példa, mert nem csak 10 új munkahelyet adott helyi szinten, hanem OKJ képzés keretében lehetőséget adott az itt élőknek a tanulásra, szakmai alapok elsajátítására is, aminek eredményeként a továbbiakban az érintettek akár saját termelésbe is kezdhetnek, ha nem is forgalmazásra ösztönözve őket, de a saját célú felhasználás, az élelmiszer saját biztosítása is eredményezhető hosszú távon.

Bagázs Közhasznú Egyesület

A Bagázs a közös társadalmi szerepvállalásban látja a megoldásokat, ebben nagy szerepe van az önkéntes munkának, a közös programok, szabadidős tevékenységek, stb. szervezésének, de a tanulásban hátrányos helyzetben lévő gyerekek korrepetálása is feladatuk. Mivel a társadalmi problémák hasonlóak minden egyes

szegregátumban, a Bagázs munkája jó példa lehet arra vonatkozóan, hogy a közösség élménye, az aktívan, eredményesen eltöltött idő hogyan formálja a gyerekek és felnőttek mentalitását. Önmagában véve kevés azonban, ha a helyiek továbbra sem tudnak munkát találni és nem alakul ki egy általános szemlélet a munka pozitív lehetőségeire vonatkozóan.

Oroszlány - „Az oroszlányi Nyíres és Német dűlők szegregátumának humán erőforrás fejlesztése és infrastrukturális fejlesztésének előkészítése”

Komplex projektek a TÁMOP 5.3.6-11/1 Komplex telep-program részeként is megvalósultak, illetve jelenleg megvalósulás alatt állnak. Mivel alapvetően általános problémákra reagálnak, hasonló megoldási lehetőségeket kínálnak a szegregátumi célterületek lakói számára. Oroszlány népességének közel 2,5 %-a roma. A projekt ugyanazon konstrukció keretében valósult meg, mint a jelenleg zajló pápai, azzal a különbséggel, hogy ez az első körös kiválasztás során nyerte el a támogatást, amelyet 2015. február 20-án zártak le.

„Komplex humán szolgáltatások fejlesztése Pápa város szegregátumi településrészén”



5. ábra: A projekt keretében kialakított közösségi ház (balra) és mellette egy önkormányzati bérlakás.

Forrás: a szerző felvétele, 2015. április 5.

Pápa Város Önkormányzata 2013. december 13-án részesült támogatói döntésben a TÁMOP 5.3.6-11/1 Komplex telep-program (komplex humán szolgáltatás hozzáférés biztosítása) konstrukció keretében. Főbb tevékenységek: folyamatos szociális munkás jelenlét biztosításával a kölcsönös bizalomépítés, napi kapcsolatteremtés, a problémák egyénre/családra szabott feltérképezése, a helyi humán szolgáltatások elérhetőségének fejlesztése, koordinációjuk javítása, szolgáltatásokhoz való hozzáférés javítása a Csillagház-Cserhaj szolgáltatóház (Cserhaj szó: roma kifejezés, jelentése: csillag) kialakítása, szociális, gyermekjóléti szolgáltatások és közösségfejlesztés, oktatási, nevelési szolgáltatások biztosítása, egészségügyi szolgáltatások elérésének javítása, foglalkoztatás elősegítése.

Összefoglalás

A pápai szegregátum megjelenésének oka, hogy az egyébként is a város vérkeringéséből némileg izolált észak-keleti területre a már ott élő hátrányos helyzetű lakók mellé további önkormányzati bérlakást építettek, amelyekbe ugyancsak alapvetően hátrányos helyzetben lévő, főleg roma családok költöztek. Mindezek eredményeként az addigi perifériális helyzet tovább erősödött, annak elsősorban negatív hatásaival. A Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján definiált, statisztikailag a szegregátum „kritikus tömegét” meghaladó mutatókkal jellemezhető terület. A Rigó lakótelepen olyan hátrányos helyzetű, elsősorban roma származású lakók élnek, akik alacsony iskolázottsággal rendelkeznek, magas arányban munkanélküliek, többségében alacsony komfortfokozatú lakásokban laknak, amelyekben sok esetben nincs kiépített szennyvízelvezető rendszer.

A pécsi szegregátum általános problémái részben megoldódni látszódnak a TÁMOP projekt egyes intézkedéseinek köszönhetően, azonban nem mondhatjuk, hogy az alapvető probléma teljesen megoldódik. Előremutatónak találjuk a képzéseket a munkaerőpiaci bevonás tekintetében. Fontos a gyermekek támogatása mind oktatási, mind egészségügyi szempontból. Hasonlóan a Bagázs munkájához, további magánszemélyek bevonása, önkéntes szolgálat szükséges ahhoz is, hogy ne csak ideiglenes eredmények alakuljanak ki, hanem hosszú távú integráció is megvalósulhasson. Emellett az itt élők minél aktívabb részvétele, integrációra való törekvése szükséges, fontos továbbá az is, hogy a munkaadók egyenlő módon kezeljék a hátrányos helyzetűeket is.

Irodalom

1997. évi XXXI. törvény a gyermekek védelméről és a gyámügyi igazgatásról
- A. GERGELY A. 1997: *Kisebbség, etnikum, regionalizmus*. MTA Politikatudományi Intézet, Budapest
- ALBERT J. 2001: Helyi társadalmi konfliktusok a nyolcvanas és kilencvenes években. Veszprémi Egyetemi Kiadó, Veszprém pp. 13-59.
- ALPEK B. L. - TÉSITS R. 2013: A képzettség, mint területi differenciáló faktor a leghátrányosabb helyzetű álláskeresők körében. Szakképzési szemle, 28. évf.1. sz. pp.2 1-33.
- BARANYI B. - G. FEKETE É. - KONCZ G. 2001: *A roma szegregáció területi szempontjai a halmozottan hátrányos helyzetű Encsi és a Sellyei-Siklósi kistérségekben*. Kutatási jelentés, MTA TK.
- BOROS L. 2008: *A városi depriváció térbelisége - Konfliktuselméleti megközelítés szegedi esettanulmányokkal*. PhD-értekezés, SZTE Szeged.
- CSAPÓ T. - LENNER T. 2004: Pécs történeti földrajza és településmorfológiája. In: BARTON G. - DORMÁNY G. (szerk.): *A magyar földrajz kurrens eredményei: II. Magyar Földrajzi Konferencia*. SZTE TTK Természeti Földrajzi és Geoinformatikai Tanszék, pp. 271-281.
- EGEDY T. 2001: *Szegregáció és társadalmi kirekesztés a nagyvárosi lakótelepeken*. Tér és Társadalom 15. évf. 1.sz. pp. 91-110.
- FEHÉR K. - VIRÁG T. 2014: *Élet egy kisváros peremén*. Tér és Társadalom 28. évf. 3. Sz. pp. 50-65.
- FERGE Zs. 2002: *Az EU és a kirekesztés*. Esély, 6. pp. 3-13.
- HABLICSEK L. 2007: Kísérleti számítások a roma lakosság területi jellemzőinek alakulására és 2021-ig történő előrebecslésére. Demográfia, 50. évf. 1. szám, pp. 7-54.
- HAVAS G.- LISZKÓ I. 2005: Szegregáció a roma tanulók általános iskolai oktatásában. Felsőoktatási kutatóintézet, Budapest.
- JÁSZ K. 2004: A társadalmi kirekesztettség: a perifériára szorult társadalmi csoportok az átmenet időszakában. Tér és Társadalom, 18. évf. 3 sz. pp. 43-56.
- KADÉT E.- VARRÓ G. 2010: A roma lakosság hozzáférése az Unió fejlesztési forrásokhoz Szabolcs-Szatmár-Bereg és Borsod-Abaúj-Zemplén megyében. TASZ Romaprogram „Szólj bele!” projekt, Budapest.
- KOVÁCS Z. - SZIRMAI V. 2006: Városrehabilitációs beavatkozások és a térségi társadalmi kirekesztés: A társadalmilag fenntartható városfejlődés budapesti lehetőségei. Tér és Társadalom 20. évf. 1. sz. pp. 1-20.
- LADÁNYI J. - SZELÉNYI I. 1997: Ki a cigány? Kritika: társadalomelméleti és kulturális lap, 26. évf. 12. sz. pp. 3-6.
- LADÁNYI J.- SZELÉNYI I. 2004: A kirekesztettség változó formái - Közép- és délkelet-európai romák történeti és összehasonlító szociológiai vizsgálata. Napvilág Kiadó, Budapest.

- LÁSZLÓ M - PIRISI G 2005: A civil szervezetek szerepe a terület- és településfejlesztésben. In: PAP N. (szerk.): Terület- és településfejlesztés Tolna megyében. Babits Kiadó, Szekszárd, pp. 69-90.
- LAWRENCE, M. 1986: Beyond Entitlement: The Social Obligations of Citizenship. The Free Press, New York.
- LEWIS, O. 1966: La Vida; A Puerto Rican Family in the Culture of Poverty. Random House, San Juan - New York.
- MAGYAR SZEGÉNYSÉGELLENES HÁLÓZAT 2014: [A közfoglalkoztatási csapda](#).
- NAGY E. - TIMÁR J. - NAGY G. - VELKEY G. 2015: [A társadalmi-térbeli marginalizáció folyamatai a leszakadó vidéki térségekben](#). Tér és Társadalom, 29. évf. 1. sz pp. 35-56.
- NÉMETH Zs. 2011: [Az urbanizáció és a térbeli társadalomszerkezet változása Magyarországon 1990 és 2001 között](#). Központi Statisztikai Hivatal Népeségtudományi Kutatóintézet, Budapest.
- NEMES NAGY J. (szerk.) 2011: [Regionális elemzési módszerek](#). Regionális Tudományi Tanulmányok, 11.
- ÓRY M. 2005: [Hátrányos helyzetű csoportok helyzete a munkaerőpiacon](#). Nemzeti Felnőttképzési Intézet, Budapest.
- Pápa Város Önkormányzata 2008: Pápa integrált városfejlesztési stratégiája. Pro Régió Településfejlesztési Konzorcium, Budapest.
- Pápa Város Önkormányzata 2013: [Helyi Esélyegyenlőségi Program \(HEP\) 2013-2018](#).
- PIRISI G. 2009: Differenciálódó kisvárosaink. Földrajzi Közlemények. 133. 3. pp. 313-325.
- RÁCZ A. 2012: [Szegregáció a fejekben. A statisztikai és a mentális társadalmi - és térbeli elkülönülés vizsgálata Szegeden](#). PhD-értekezés, Budapest.
- S. STEWART M. 2000: [Depriváció, romák és „underclass”](#). Beszélő Online. 6. évf. 7-8. sz. o.n.
- TAMÁS E. - RÉVÉSZ T. 1977: Búcsú a cigányteleptől. Kossuth Könyvkiadó, Budapest.
- Városfejlesztési Kézikönyv - Második, javított kiadás 2009. Nemzeti Fejlesztési és Gazdasági Minisztérium Területfejlesztésért és Építésügyért Felelős Szakállamtitkárság.
- VIRÁG T. 2006: A gettósodó térség. Szociológiai Szemle 16. évf. 1. sz. pp. 60-76.
- VIRÁG T. 2010: Kirekesztve, Falusi gettók az ország peremén. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- WILSON, W. J. 1987: The Truly Disadvantaged: The Inner City, the Underclass, and Public Policy. University of Chicago Press, Chicago
- HENDERSON, W. L. - LEDEBUR, L. C. 1972: Urban Economics: Processes and Problems. John Wiley & Sons.

További internetes források

- <http://terkepter.palyazat.gov.hu/>, 2015. április 21.
- <http://www.bagazs.org/>, 2015. április 12.
- <http://www.bagazs.org/a-bagazs/bemutatkozas/>, 2015. április 12.
- <http://www.ballaiskola-papa.gportal.hu/>, 2015. március 12.
- <https://bhimrao.hu/>, 2015. április 20.
- www.ksh.hu, 2015. január 12, 2015. április 10, 2015. március 12., 2015. április 12., 2015. április 15., 2015. április 20., 2015. április 21.
- www.palyazat.gov.hu, 2015. február 12., 2015. április 12.

Szerzőink

Gonda Tibor, PhD

Okleveles közgazdász, adjunktus, a PTE KPV Élelmiszergazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet mb. igazgatója. PhD-fokozatát a PTE Földtudományok Doktori Iskolájában szerezte, széleskörű gyakorlati tapasztalatszerzés után került főállású oktatóként az akadémiai szférába. A turizmuson belül elsősorban a helyi értékek és az ezen alapuló termékek kérdéskörét, a turisztikai innovációkat kutatja.

Oroszi Viktor, PhD

Geográfus, okleveles környezetkutató, a PTE KPV Élelmiszergazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet adjunktusa. Eredetileg a hazai folyók hullámterei fejlődési folyamataival foglalkozott, az utóbbi időben több turizmus-témájú publikációja is megjelent.

Kovács Boglárka Dóra, MA

Okleveles turizmus menedzser, a Pécs-Mecseki Borút Közhasznú Egyesület borút-menedzsere.

Krizl Edit, MA

Okleveles közgazdász, diplomáját a Budapesti Corvinus Egyetemen szerezte, jelenleg a PTE KPV Élelmiszergazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet tanársegédje, valamint a Brill Pálinkaház marketing menedzsere.

Jakab Zsuzsanna, MSc

Okleveles geográfus, a PTE TTK korábbi hallgatója. Jelenleg a Mosonmagyaróvári Polgármesteri Hivatal projekt-koordinátora. A lapban közölt tanulmány alapját a mesterszakos diplommunkájához végzett kutatás jelenti.