

Az örökségturizmus helyzete a Dél-Dunántúlon.

(Egy kérdőíves szakértői felmérés alapján)

Dr. Gonda Tibor – Dr. Csapó János

Bevezetés

A Dél-Dunántúl turisztikai régió egyik meghatározó turisztikai terméke a kulturális turizmus. Ezen belül jelentős súllyal rendelkezik az örökségturizmus. A már meglévő világörökségi címek (Pécs római kori emlékei és a Busójárás) mellé esély van arra, hogy Limes a dél – dunántúli szakasza is a cím büszke tulajdonosa legyen. A régióban jelentős ismertségű és vonzerővel bíró várak, kastélyok, egyházi és világi műemlékek, régészeti leletek, történelmi emlékhelyek találhatóak. Ezeket az értékeket számba véve a szakember számára rögtön szembetűnik, hogy az örökségturizmus jelenlegi súlyát jóval felülmúlja az a potenciál, melyet a meglévő vonzerőkre és vonzerőkké fejleszthető örökségi értékekre alapozva tudatos fejlesztő munkával el lehet érni. A Dél –Dunántúli Örökségturisztikai Klaszter a kérdéskör vizsgálatára 2 részből álló kutatást állított be a munkatervében. Az első kutatás során (melynek eredménye ezen anyagban ismerhető meg) a turizmus szektor gyakorló és oktató szakembereit, az örökség menedzsmentben és a kulturális életben ismert és elismert „vélemény vezér „ személyeit sikerült elérni. (60 főt) a második kutatás már az attrakciók és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatások iránt érdeklődő vendégek körében fog megvalósulni.

Az örökségi adottságok önmagukban is jelentős idegenforgalmi vonzerőt jelentenek, nem szabad azonban elfelejteni, hogy igazán a természetföldrajzi és gazdaságföldrajzi adottságokkal szoros összefüggésben fejt ki kedvező hatásait. A történelmi és művészettörténelmi adottságok körébe sorolhatók a történelmi eseményekkel kapcsolatos emlékhelyek, ill. a kultúrtörténelmi, iparművészeti, vallástörténelmi emlékek és emlék helyek, nagy fontosságú műemlékek és műemlék együttesek, továbbá a könyvtárak, múzeumok, tudományos gyűjtemények stb. Az elmúlt évtizedek turizmusának a tapasztalata szerint a kiemelkedő történelmi és művészettörténelmi emlékeket, azok együtteseit birtokló országok a tömeges turizmus érdeklődésének központjába kerültek. Nem véletlen tehát , hogy ezek személyes felkeresése, megismerése a meghatározó turisztikai motivációk között szerepel. Ezért olyan vonzó az ilyen adottságú országok látogatása, és az értékeikkel való megismerkedés. Napjainkban is fokozódik az érdeklődés a különböző eltűnt népek és

kultúrák történelmi és művészettörténelmi emlékeivel kapcsolatosan is. A történelmi és művészettörténelmi adottságok idegenforgalmi vonzereje azonban nem egyenértékű a szóban forgó adottságok tudományos jelentőségével. Ezeknek az idegenforgalmi hatását az emberiség történelmében és művészeti alkotótevékenységében betöltött szerepük mellett, optimális területi megjelenésük, érdekességük, látványosságuk és az egyéb idegenforgalmi adottságok (pl. jó közlekedés, az adott terület magas színvonalú szolgáltatások, marketing, jó idegenvezetés stb.) határozzák meg. ha ezek a hatások kedvezőek, akkor a történelmi művészettörténelmi emlékek együttese önálló idegenforgalmi úticélként, jelentős vonzerővel rendelkező attrakcióként is jelentkezhettek még a tömegturizmus viszonylatában is. Az iskolázottság emelkedésével, a turizmus bővülésével egyre gyakoribb az igény az ismeretszerző, a régmúlt hagyományait kereső, művészeti, történelmi emlékeket megtekintő utazásokon való részvételre. A turizmus ezért jó lehetőséget teremt más népek történelmének, művészetének, kultúrájának megismerésére, a tudás, az ismeretanyag gazdagítására és az örökség helyszínek megőrzésére, és gazdaságilag is fenntartható hasznosítására. Az örökség turizmus regionális szerepének növeléséhez folyamatos fejlesztések szükségesek. Ezen fejlesztési tevékenység iniciálója, koordinátora, „motorja” lehet 2013 januárjától aktívan működő Dél – Dunántúli Örökségturisztikai Klaszter. A szakmailag átgondolt és megalapozott, a jövőben fenntartható turisztikai attrakció fejlesztési projektek generálásának még mindig időszerűsége van, hiszen a 2014 – 2020 közötti finanszírozási periódusban is nyerhetőek rá pályázati források. A jelenleg is érvényes Országos Területfejlesztési Konceptió a kulturális örökség kapcsán konkrét célokat, feladatokat fogalmaz meg, kiemelten érintve az örökségi értékeket. Ezek szerint: „A kulturális örökség a települési, a térségi, a nemzeti és az európai identitás egyik sarokköve, az egyik legfontosabb közösségi-kulturális, környezeti és gazdasági jelentőséggel bíró térségi erőforrás, ezért a területfejlesztésnek azt integrált, összetett módon kell kezelnie. Területfejlesztési szempontból egyaránt fontos a védelme, annak érdekében, hogy hosszú távon is erőforrás maradjon, valamint a fenntartható fejlesztése, azaz, hogy fejlesztési projektek épülhessenek a benne rejlő erőforrások kiaknázására és örökségi értékeinek kiteljesítésére, illetve a további örökségértékek generálására. A kulturális örökség megőrzése, értékeinek kiteljesítése és a társadalmi identitás térségi erősítése a fenntarthatóság fontos tényezői, hiszen a jövő generációja számára őrzik meg a múlt és a jelenkor értékeit, ezzel biztosítva a tudás és a hagyományok térségi jellegzetességeinek fennmaradását.”¹

¹ Országos Területfejlesztési Konceptió 97/2005

A kérdések szakmai kiértékelése

A felmérés folyamán megkapott válaszokat a feltett kérdések sorrendjében elemezzük.

1. Régióink örökségturisztikai adottságait az alábbi három kategóriába soroljuk.

Kérem, nevezze meg az Ön által ismert példákat!

Rövid szöveges értékelés: A megkérdezett szakemberek véleménye szerint a régiókban szép számmal találhatóak országos vagy regionális turisztikai vonzerőt jelentő örökség helyszínek. Az elemzés alapján a legalább 10 említést kapott helyszínek száma 9. Az említések során mindkét kategóriát figyelembe vettük. A részletes említési számok a lenti összefoglaló táblázatban olvashatóak. A TOP 9 helyszín sorrendje és a 2 kategóriában kapott említési száma a következő:

- Cella Septichora (világörökségi helyszín) 46 említés
- ZsÖK 38 említés
- Pécs(történelmi városközpont) 25 említés
- Mohács Busójárás 25 említés
- Siklói vár 22 említés
- Székesegyház 20 említés
- Pécs török kori emlékei 17 említés
- Mohácsi csata emlékhelye 16 említés
- Szigetvár 10 említés

Jelentős vonzerővel (országos, esetleg nemzetközi) bíró turisztikai attrakciók

Név	Megnevezések száma
Cella Septichora-ókeresztény temető	35
Ókeresztény Mauzóleum	5
Zsolnay Kulturális Negyed	24
-Zsolnay örökség	2
-Zsolnay Mauzóleum	2
-Zsolnay Múzeum	1
Pécs (pl. történelmi belváros)	25
Busójárás Mohács	24
Pécsi Székesegyház	20
Dzsámi Pécs (feltételezhetően itt többen a Gházi Khászim pasa dzsámira gondolnak)	6
Jakováli Hasszán pasa dzsámija	2
Gházi Khászim pasa dzsámija	3
török kori emlékek	6
Siklós / siklósi vár	14
Mohácsi Történelmi Emlékhely	12
Duna-Dráva Nemzeti Park	5
Mohács	1

Megemlítésre kerültek még:

- | | |
|---|---|
| -Csontváry Múzeum | -pécsváradi vár |
| -Vasarely Múzeum | -szigetvári vár |
| -Máriagyúdi Kegyhely | -Palkonya, mint UNESCO védett pincefalu |
| -grábóci szerb ortodox kolostor és templom | -decsi tájház |
| -Andocs Nagyboldogasszony Templom - búcsújáróhely | -Babamúzeum Decs |
| -Drávaiványi – festett fakazettás templom | -Decsi lakodalmas |
| -Mánfai Római Katolikus Templom | -Zselici Csillagoségbolt – park |
| -Zsinagóga Pécs | -Abaligeti - barlang |
| -Malkocs bej dzsámi | -Mecsek |
| | -Orfű |

Regionális vonzerővel rendelkező turisztikai attrakció

Név	Megnevezések száma
Zsolnay Kulturális Negyed	9
Siklói vár	8
Szigetvári vár	7
Cella Septichora – ókeresztény temető	6
Mecseknádasd-Óbánya-Ófalu sváb építészeti elemei és hagyományai	6
Pécsváradi Vár	4
Orfői Faluház és Kemencésudvar	4
Mohácsi Történelmi emlékhely	4
Máriagyüdi Kegyhely	4
Rétesfesztivál - Mesztegnyő	3

Megemlítésre kerültek még:

- Grábóc – szerb ortodox kolostor és templom
- Mánfai Római Katolikus Templom
- Jakováli Has Gházi Khászim pasa dzsámija
- pécsi Zsinagóga
- Jakováli Hasszán pasa dzsámija
- Somogyvámos Krisna – völgy
- Ozora: várkastély
- sárközi tájház
- nagyváradi képfestő műhely
- Ibafa: Pipamúzeum
- pécsi Múzeum utca - kiállítások
- Szenna – Skanzen
- Palkonya – nyitott pincék
- Míves Tojásmúzeum – Zengővárkony
- Mesztegnyői rétesfesztivál
- Sárköz néphagyományai
- Busójárás
- Magyarlukafa: Vendel – napi búcsú
- Böszénfa
- Mecsek Tájvédelmi Körzet
- orfői Vízfőforrás
- Nepomuki Szent János ünnepség, Mohács
- Nagyszakácsi Királyi Főzőverseny
- Harkányi Gyógyfürdő
- Duna – Dráva Nemzeti Park
- orfői vízimalom
- Tettye, Mésztufa – barlang
- Abaligeti - barlang
- Három folyó túraútvonal a Dráva mentén

Fejlesztendő örökségturisztikai lehetőség

Az igen sokszínű kép alakult ki a fejlesztendő örökségturisztikai helyszínek felmérése során. A helyszínek zöme csak egy-egy említést kapott. Ez alól kivételt képez a Limes és a szigetvári török emlékek témakörök, nyilvánvalóan azért mert szakmai körökben ezen helyszínek kiemelt témái az aktuális diskurzusnak. Mindkét fejlesztési irány azért is szerencsés lenne, mert a túlzott Pécs központúságot oldaná.

Név	Megnevezések száma
Limes itteni szakasza	9
Szulejmán szultán temetkezési helye (Szigetvár – Turbék)	5

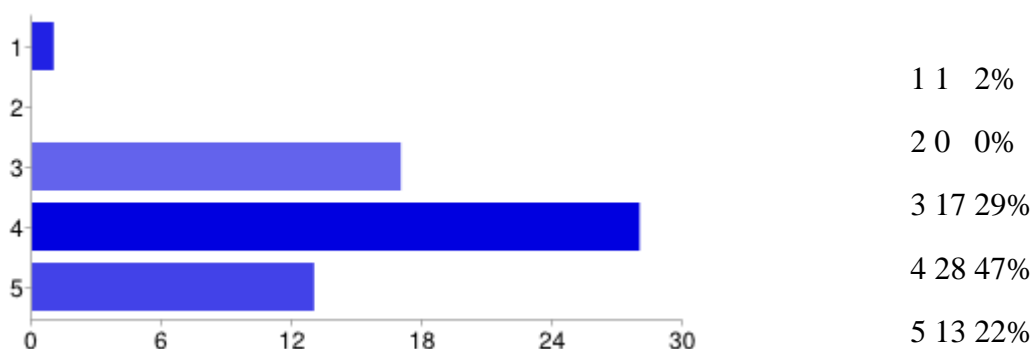
- Pécsi Egyetem 1367 és az e köré
- szerveződő emlékek
- TV – torony
- Mecsek túraútvonalainak állomásai
- A Duna kulturális és természeti öröksége
- Mecsek Zöldút (természeti-, épített-, kulturális-, és gasztronómiai értékekkel)
- Műemlék épületek közösségi hasznosítása, kulturális útvonalakba integrálása
- pécsi török- és római kori emlékek jobb hasznosítása
- Patikamúzeum, Pécs
- Török – Magyar Barátságpark, Szigetvár
- szigetvári vár
- Pécs-Mecseki Borút
- Tolnai Borút
- Baranya megye bányászatának emlékei
- Máré vára
- Zengővárkony
- Mecseknádasd – Óbánya – Ófalu
- Kisújbanya
- iregszemcsei vár
- simontornyai vár
- Apponyi Kastély
- Neolitikus körárok
- a régió romos várainak, templomainak, -haranglábainak helyreállítása látogathatóvá tétele (Réka-vár, Kanta – vár, Koroszmó)
- falusi turizmussal foglalkozó kistelepülések fejlesztése
- ifjúsági- és diákturizmus adottságainak fejlesztése
- Ormánság és népművészete
- szennai skanzen
- a régió gasztronómiai örökségei és a -nemzetiségek tárgyi – szellemi örökségeinek bemutatása
- Máriagyúdi Kegyhely és vonzaskör

2. Ön szerint mire vágyik a régiókba érkező turista?

Kérem, értékelje az alábbi szempontokat 1-5-ig tartó skálán! (Jelölje 1- es számmal az egyáltalán nem fontos, 5-ös számmal a nagyon fontos szempontot)

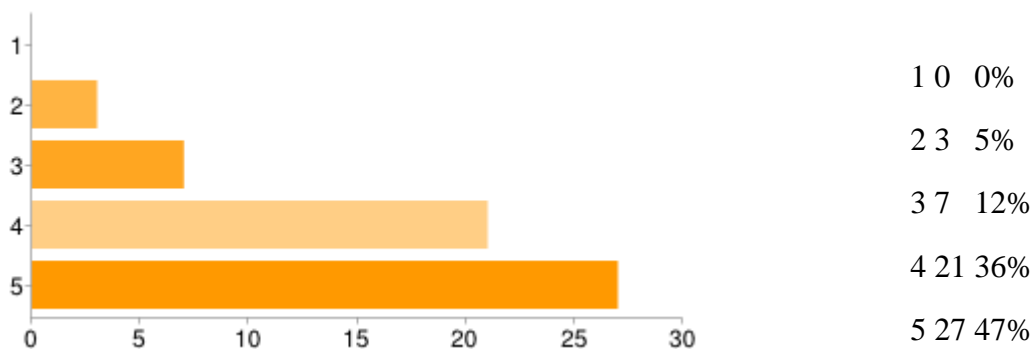
Ennél a kérdéscsoportnál természetesen arra voltunk kíváncsiak, hogy a szakértők szerint mely tényezők adják a térségbe látogatásnak a fő motivációját a turisták körében.

Műemlékek, örökségemlékek megtekintése



A 2-es kérdés első alpontjára adott válaszok alapján a szakértők 69%-a szerint a Dél-Dunántúli Régióba érkező turista látogatásának egyik fő motívuma a műemlékek, örökségemlékek megtekintése, ami véleményünk szerint nem igazán magas érték. A válaszadók mintegy 1/5-e szerint ez az egyik abszolút vonzerő, hiszen a legmagasabb osztályzattal értékelték a feltett állítást. Viszonylag magas, mintegy 1/3-os aránnyal bír azoknak a csoportja, akik csak közepes mértékben tartják fontosnak a régió műemlékeinek és örökségeinek meglátogatását a turista motiváció tekintetében.

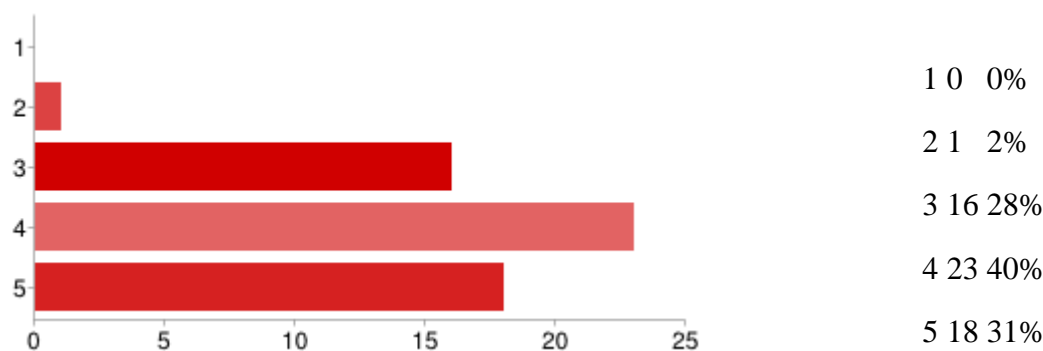
Pezsgő kulturális események (pl. színházi előadások, koncertek, fesztiválok)



A pezsgő kulturális eseményekre történő rákérdezésnél az azt kiemelten fontosnak tartók száma az előző kérdéskörnél jóval magasabb, az összes megkérdezett 83%-a. A kulturális események fontosságát mutatja az az információ is, hogy az azzal egyet nem értők, vagy a súlyát nem igazán értékelők aránya az előző kérdésnél jóval alacsonyabb, mindössze 17%, amelyen belül 1-es értéket senki nem adott meg.

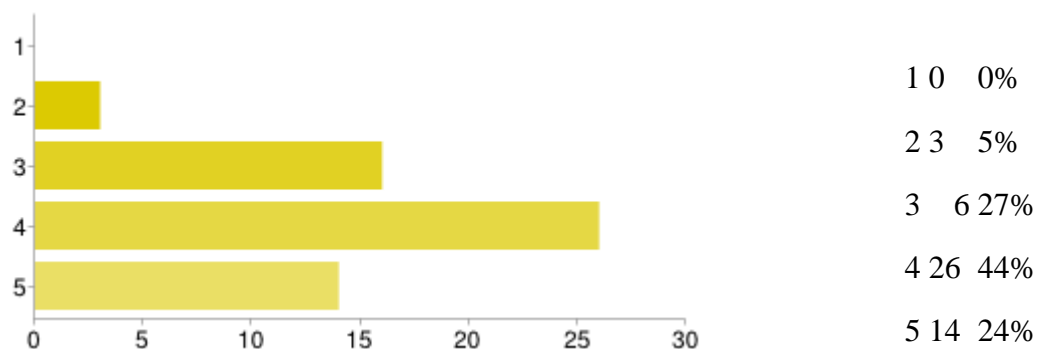
Ezek szerint az egyik fő meghatározó vonzerőre kérdeztünk tehát rá a kulturális események kapcsán, ami úgy érezzük a későbbi turizmusfejlesztés tekintetében is igen fontos információval bír.

Összművészeti fesztiválok örökséghelyszíneken (pl. fesztiválok keretén belül múzeumlátogatás, tárlatvezetés múzeumban, egyéb gasztronómiai-hagyományőrző fesztiválok)



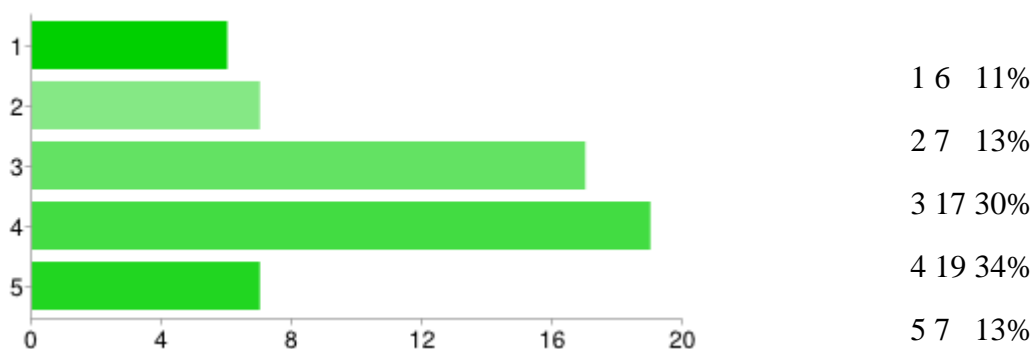
Az előző területnél már szűkebb összművészeti fesztiválok tekintetében már mintegy 1/3-os az aránya (28%), az azt csak közepesen fontosnak tartóknak, mindenesetre a 4-es értékek többségével azért a válaszadók 71%-a szerint ezek a vonzerők is még mindig fontosabbak, mint például az épített örökség és emlékművek meglátogatása.

Családi programok az örökséghelyszíneken



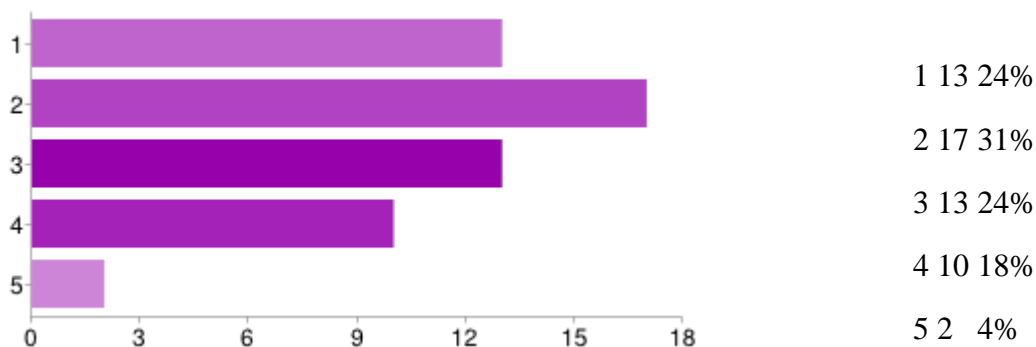
Ennél a kérdéskörnél már ismét kisebb egyetértő értékeket kapunk, amennyiben a válaszadók 68%-a tartja ezt fontosnak az idelátogató turisták szemszögéből, azon belül is a 4-es értékek többletével. Mindemellett ennél a tényezőnél is mintegy 1/3-os az azt csak közepesen fontosnak értékelők aránya.

A kulturális cél inkább csak kiegészítő motiváció a turisztikai program során



A fenti állításunkra adott válaszok az eddigi leghomogénebb megoszlást mutatták a közepesen és a kicsit a felett értékelők többségével, ami azt mutatja, hogy a szakembereknek is nehéz eldönteniük a kulturális motiváció pontos szerepét az utazási döntés folyamán. Ez viszont az előző kérdésekre adott válaszok ismeretében ellentmondásnak tűnik, hiszen az előzőekben jóval pozitívabb értékeléseket kaptunk a kulturális és örökségturizmus motivációinak firtatása kapcsán.

Nem fontos számukra az örökségek felkeresése, egyéb utazási cél miatt érkeznek

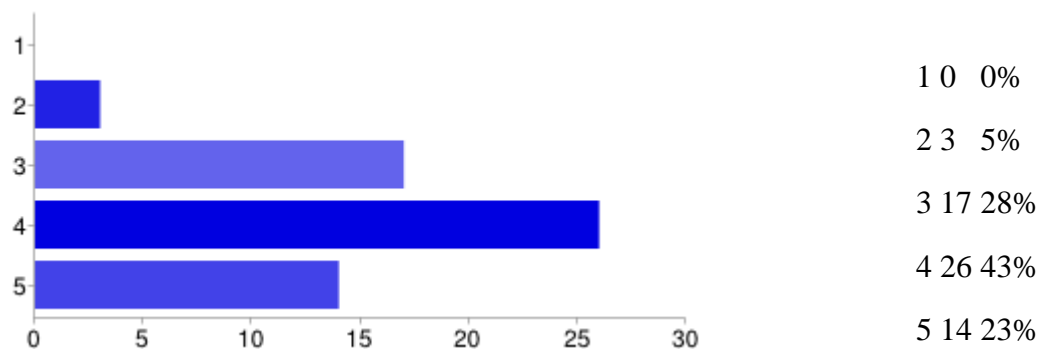


Nagyon érdekes, és elgondolkodtató, hogy ezzel az állítással volt olyan szakértő, aki teljes mértékben egyetértett (2 fő=4%), és majdnem 1/5-ük szinte teljes mértékben egyetértett. Az abszolút többség azonban elutasította (tehát az örökségek felkeresése fontos célja lehet a turistáknak), igaz csak 55%-os aránnyal és azt is meg kell jegyezzük, hogy ennél a kérdésénél is a válaszok megoszlása eléggé egyenletes.

3. Ön szerint a régióink örökségturisztikai adottságaira mennyire jellemzőek az alábbi megállapítások?

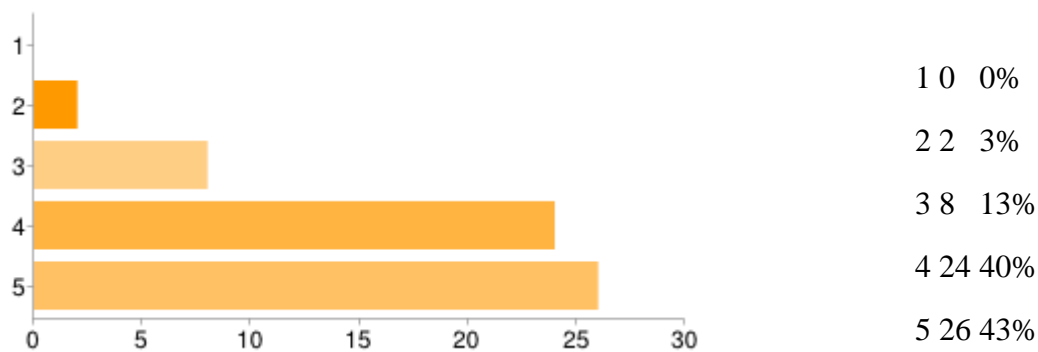
Kérem értékelje az alábbi szempontokat 1-5-ig tartó skálán! (1- es számmal jelölje az egyáltalán nem jellemző, 5-ös számmal a leginkább jellemző szempontokat)

Régióink meghatározó turisztikai vonzereje



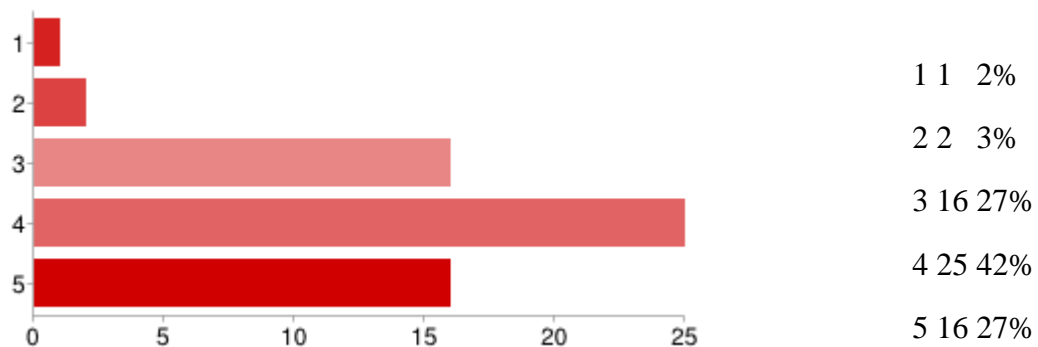
Ugyan a válaszadók 66%-a szerint az örökségturizmus valóban régióink meghatározó turisztikai vonzereje, azonban az állítással teljesen egyetértők aránya (23%) jóval alacsonyabb volt a nem teljes mértékben egyetértők arányánál (4-es értékek, 43%), és a kevésbé dönteni képes csoport is jelentős arányban képviseltette magát, összesen 28%-kal. Ezek szerint a válaszok szerint ugyan az állítást teljesen mértékben elvetők aránya 0%, mégis az azt meghatározó turisztikai arculatunkká avanszálók száma lehetne meggyőzőbb is.

Hatalmas lehetőség, amely sikeres turisztikai fejlesztések esetén nagyban erősítheti a régióink vonzerejét



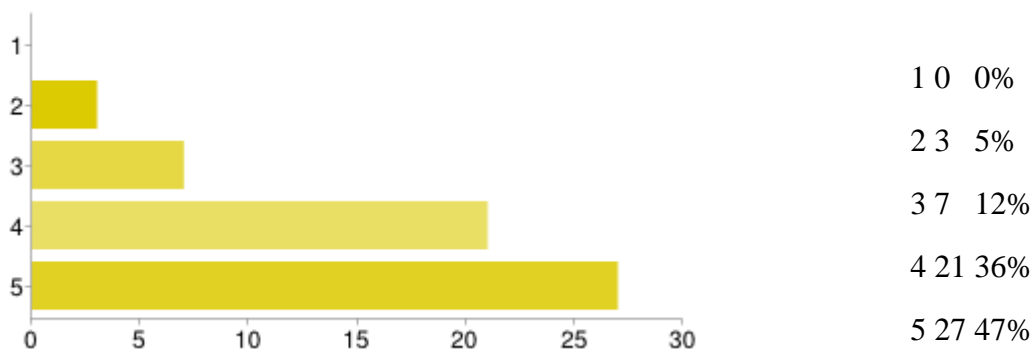
Az előzőekre némileg rációfolva a válaszadók 83%-a szerint (melyen belül a megmagasabb értéket adók száma volt a legmagasabb) viszont az örökségturisztikai adottságaink tényleg hatalmas lehetőséget teremthetnek a régió turisztikai fejlesztései kapcsán. Itt a válaszadók valószínűleg a Világörökség várományos Limes-re is gondolhattak, melynek világörökséggé nyilvánítása természetesen – a térség általános ismertségének erősítésén és egyben látogatottságán túl – újabb pályázati források megjelenését is maga után vonzaná.

Jó lehetőség a szezonális csökkenésére, általa a turisztikai szezon meghosszabbítható



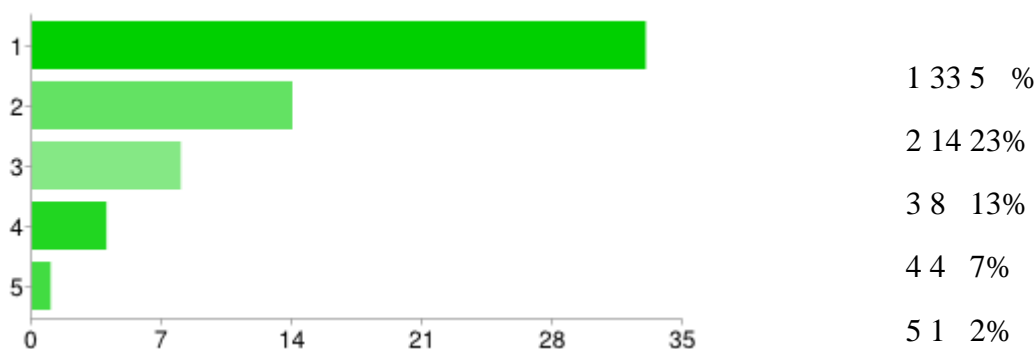
Mint az a megadott adatokból látszik ezzel a feltevéssel volt olyan válaszadó, aki egyáltalán nem értett egyet, és érdekes azt is látnunk, hogy a szezonális-csökkenő hatást kevésbé és teljes mértékben elfogadók aránya megegyezett, 27% volt. A legtöbbben ugyan egyetértnek az állítással, tehát elfogadják a szezonális csökkenésének jelenségét, azonban nem teljes mértékben, csak 4-es osztályzattal értékelve (42%).

Jó lehetőség a kultúra és a helyi hagyományok erősítésére



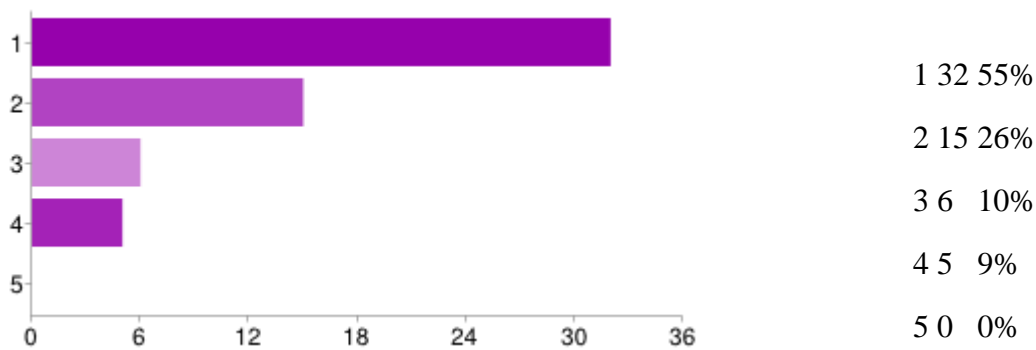
Ennél az állításnál már jóval egyértelműbb volt azon szakemberek aránya (83%), akik szerint régióink örökségturisztikai adottságai jó lehetőséget adnak a kultúra és a helyi hagyományok erősítésére. A „pesszimisták” aránya lényegében megegyezik az átlagosnak számító 17%-kal, a teljes mértékben elutasítók száma itt is 0.

Semleges, nem jelent különösebb vonzerőt



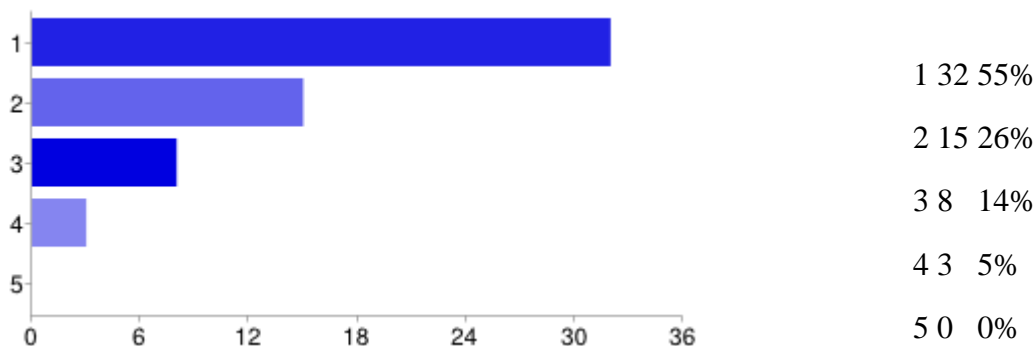
Ennél a kérdésnél ez negatív tartalmú állítást szeretünk volna véleményeztetni a szakértőkkel. A megadott vélemények alapján ugyan 1 válaszadó szerint valóban nem jelentenek semmilyen vonzerőt régióink örökségturisztikai adottságai, viszont a döntő többség (78%) egyáltalán nem értett egyet az állítással, így is igazolva számunkra régióink örökségturisztikai adottságainak turizmusban betöltött fontos szerepét.

Az örökségturisztikai szolgáltatások nem hordoznak különösebb potenciált



A szintén megfordított, tagadó mondatunkra, miszerint az örökségturisztikai szolgáltatások nem hordoznak különösebb potenciált a régióban, immáron nem kaptunk egyetértő választ, ami annak is köszönhető, hogy ez az állítás egy erősebb negatív tartalommal bírt, mint az előző, ahol „csak” semlegesnek tituláltuk a potenciált. A válaszadók nagy többsége, 81%, teljesen (55%), vagy igen nagy mértékben (16%) utasították el az állítást, ezzel is igazolva, hogy az örökségturisztikai szolgáltatások fontos szereppel bírnak a régió turisztikai kínálatában.

Az örökségturisztikai szolgáltatásokban nincs különösebb perspektíva, a szükséges fejlesztések már megtörténtek, nincsenek betöltetlen piaci rések

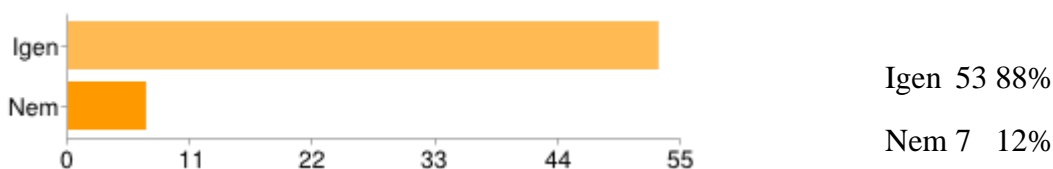


A 3. kérdéscsoport utolsó, szintén tagadó állításánál a megadott válaszok lényegében az előző kérdésnek megfelelő arányokat adták, így a többség véleménye szerint (80%) igenis van perspektívája az örökségturisztikai szolgáltatásoknak, és még van mit fejleszteni e-téren, illetve találhatunk még betöltetlen piaci réseket a szolgáltatások fejlesztésében. Az állítást senki nem fogadta el teljes mértékben, és a nagyban egyetértők aránya is csak 5% volt.

Itt szeretnénk megjegyezni, hogy véleményünk szerint – ha persze lehetne tudni a válaszadók kilétét – érdemes lenne tudni, hogy néhány szakértő válaszadó pontosan miért nem ért egyet a „mainstreammel” (nem csak ennél a kérdésnél, hanem az egész kérdőívet lefedő témakörökben), mik azok az okok, amelyek homlokegyenest különböző válaszokra sarkallják őket. Az is érdekes lenne persze, hogy ugyanaz a szakértőgárda adja-e az eltérő véleményeket, vagy minden válaszadó csak bizonyos esetekben ment szembe a megszokott felfogással. Ez az információ tehát arra lenne alkalmas, hogy esetlegesen új perspektívából értékeljük az adott esetben hagyományos termékfejlesztési, szolgáltatásfejlesztési stratégiákat.

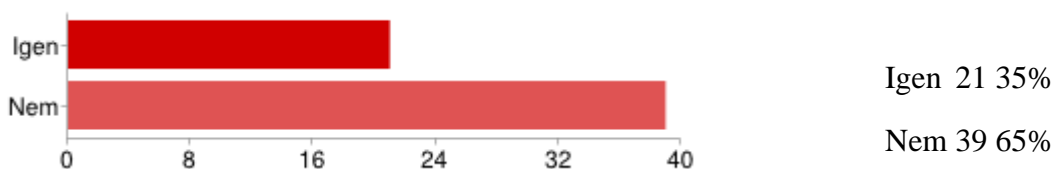
4. A mi megközelítésmódunkban az örökségturizmus a kulturális turizmus része. Egyetért-e Ön az alábbiakkal?

Az örökségturizmus a kulturális turizmus része



A megkérdezett szakértők döntő többsége (88%) egyetértett az állítással, tehát a legtöbben – néhány, jellemzően nyugati, az angolszász világból származó kutató elképzelésével ellentétben – az örökségturizmust a kulturális turizmus szerves részeként kezelik, így az előbbi adja tehát a kisebbik halmazt. Ez egyébként tükrözi a hazai turisztikai szakma és egyben oktatási centrumok álláspontját is.

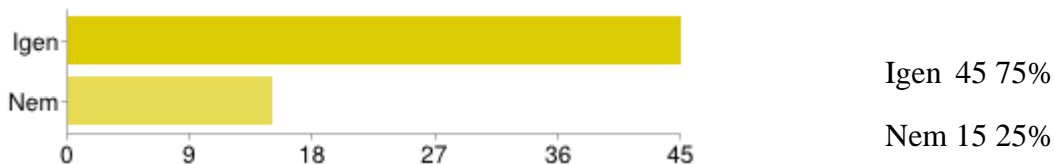
Mivel speciális célcsoportot lehet vele megcélozni, érdemes a kulturális turizmustól elkülöníteni, külön turisztikai termékként kezelni



Különösen az előző kérdésre adott válaszok ismeretében érdekes, vagy furcsa, hogy a fenti állítással mintegy 35% értett egyet, így szerintük az örökségturizmus a kulturális turizmustól eltérő, önálló turisztikai termékként kezelendő.

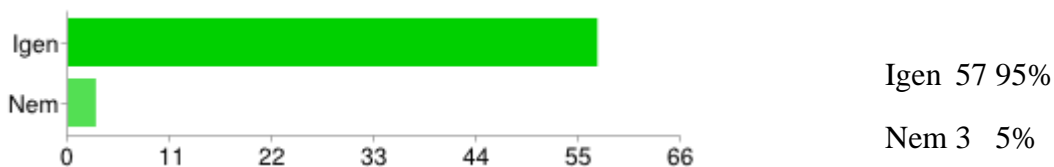
Itt tehát véleményünk szerint a válaszadók jelentős része nem volt következetes a korábbi elképzeléseivel, ami egyrészt arra utalhat, hogy nem fordítottak kellő figyelmet a kérdőív kitöltésére, vagy – ami számunkra jóval pozitívabb tartalommal bírna – továbbra is fennáll a turisztikai szakmában az a vita, vagy kérdéskör, hogy az örökségturizmust hova kell, lehet sorolni, vagy pontosan mi tartozik a kulturális turizmus fogalmához.

A vallási turizmus is az örökségturizmus része



A válaszadók nagy többsége (75%) szerint a vallási turizmus azt örökségturizmus részét képezi, bár véleményünk szerint a nemleges válaszok aránya (25%) elég magas lett, tehát érdemes itt is meggondolni, vagy a későbbiekben konkrétan lekutatni, hogy milyen okok miatt nem sorolják be a turisztikai szakértők a vallási turizmust az örökségturizmusához.

Egyes örökség helyszínek céljai lehetnek a vallási turizmusnak



Ennél az állításnál a kérdőív egyik legegységesebb válaszait kaptuk, amennyiben a megkérdezett sokaság (60 fő) 95%-a szerint egyes örökség helyszínek céljai lehetnek a vallási turizmusnak.

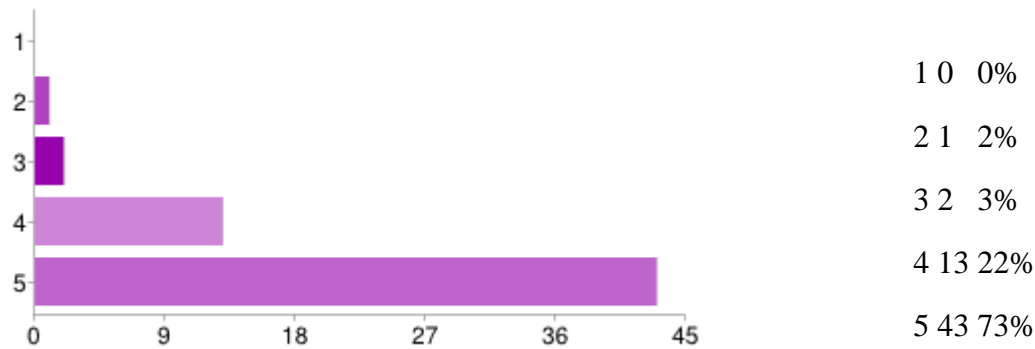
Persze többek közt itt is felmerül a kérdés, hogy ha az előző állításnál a válaszadók 25%-a szerint a vallási turizmus nem az örökségturizmus része, akkor hogyhogy csak 5%-uk nem ért egyet a fenti állítással, miért nem gondolják pontosan 25%-nyian, hogy az egyes örökség helyszínek céljai lehetnek a vallási turizmusnak.

Itt tehát a válaszadásban ismét ellentmondást véltünk felfedezni.

5. Kérem, értékelje az örökségturizmus marketingje során használt marketingeszközök alkalmazásának fontosságát!

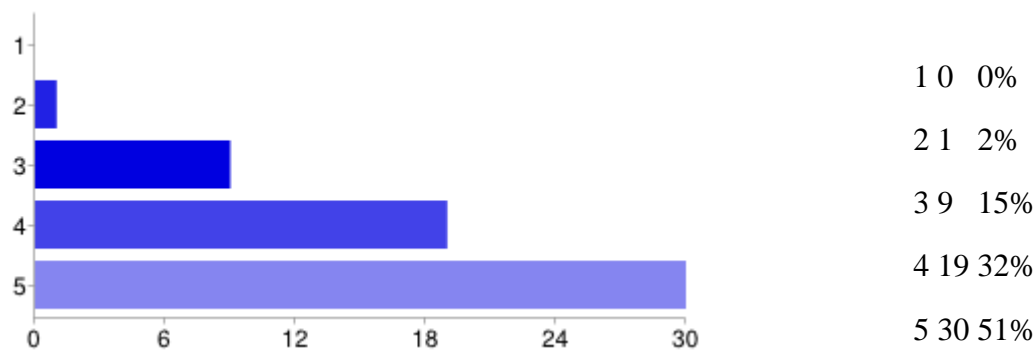
(Jelölje 1-es számmal az egyáltalán nem fontos eszközöket, 5-ös számmal a kiemelten fontos marketingeszközöket)

Online marketing



Az online marketing szerepét a válaszadók döntő többsége igen fontosnak tartotta, hiszen az azt (szinte) teljes mértékben elfogadók aránya 95% volt. Teljese elutasítás nem volt, nem fontosnak csak 5% gondolta.

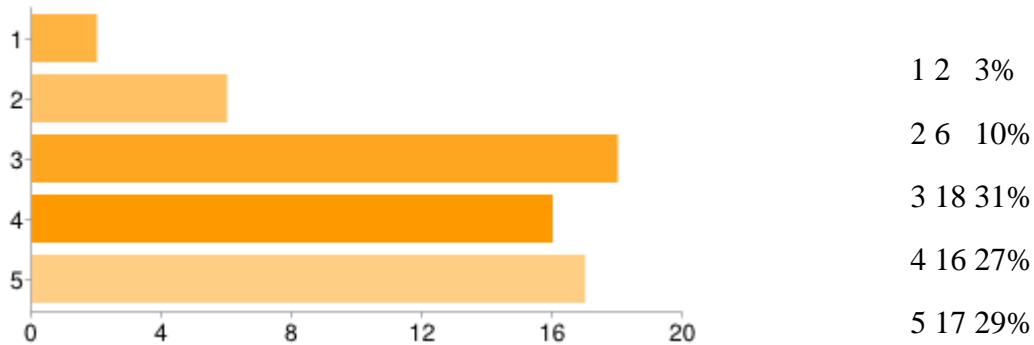
Social media



Az online marketinghez hasonló értékeket kapunk a social media esetében is, itt viszont az azt teljes mértékben támogatók aránya azért egy léptékkal alacsonyabb 83%, illetve a „bizonytalanok” aránya (3-as érték) is elég magas lett 15%-os értékkel.

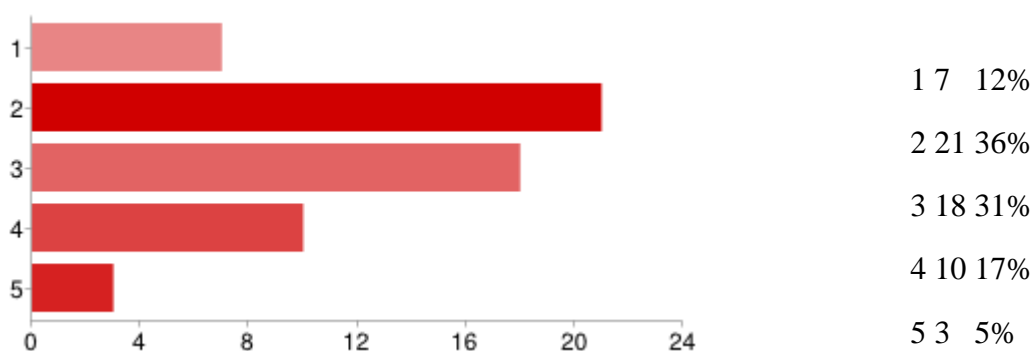
Úgy tűnik, hogy a legújabb marketing technikák és eszközök közül a szakemberek már „megbarátkoztak” a web hagyományosabb szerepével, a közösségi média viszont még újnak számít az ő körükben is.

Szép, reprezentatív prospektus



A marketingeszközök egyik leghagyományosabb formája, a prospektusok már messze nem kaptak olyan fontos szerepet az értékelésben, mint az előzőek, hiszen az azt teljes mértékben elfogadók aránya csak 29% és lényegében további 1/3-1/3 arányban kapott 4, illetve 3 pontot, azaz az esztétikus prospektusok szerepét sokkal inkább közömbösebben, vagy kevésbé fontosnak értékelték a válaszadó szakértők.

Újsághirdetés

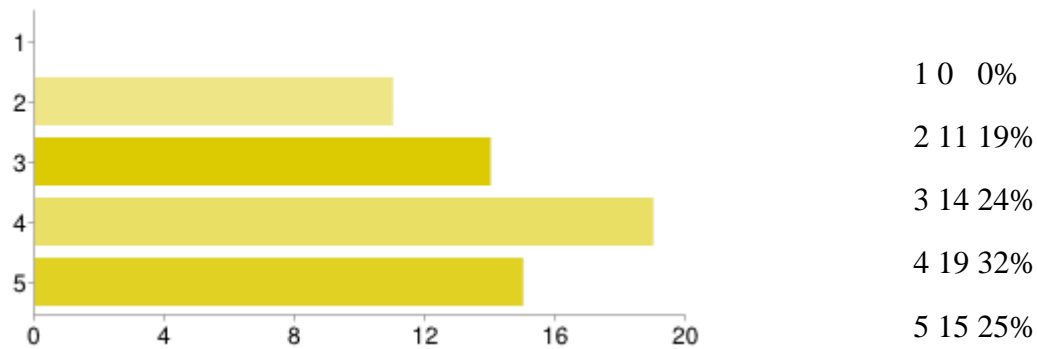


Az újsághirdetések marketingeszközként való megjelenése kapta az egyik legnegatívabb értékelést, hiszen azt nagyon fontos eszköznek csak 5% gondolta, a legmagasabb arányban

pedig a 2-es számmal értékelők csoportja emelkedik ki 36%-kal, és a teljesen elutasítók aránya is viszonylag magas, 7%.

A válaszok alapján úgy tűnik, hogy az újsághirdetés, mint marketingeszköz modern világunkban már idejétmúltnak és nem kellően hatékonynak hat.

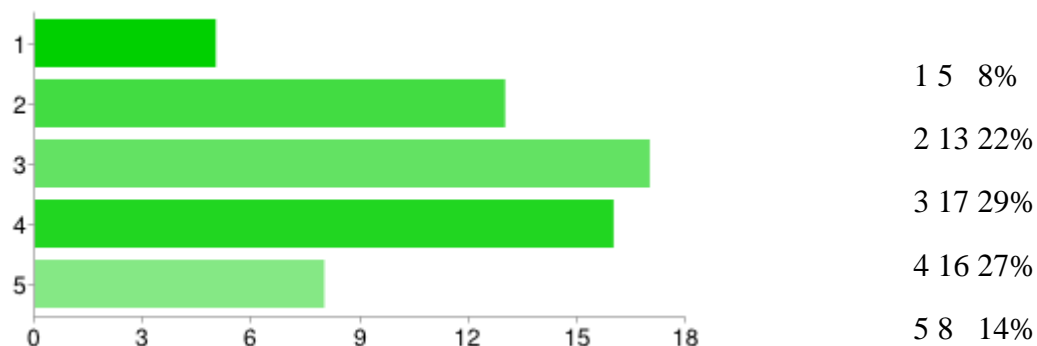
TV hirdetés



A lehetséges marketingeszközök szerepének tárgyalása kapcsán a TV hirdetések sem kaptak igazán jó értékelést (igaz, hogy a kérdés nem tisztázza, hogy regionális, vagy országos jelentőségű TV-ről van-e szó).

A megadott válaszok szinte kiegyenlítetten fogadják el kiemelten fontosnak (5-ös érték, 25%), nagyon fontosnak (4-es érték, 32%) és így tovább (3-as érték, 24%, 2-es érték 19%). A televízió marketinglehetőségeinek szerepét mindenki értékelte valamilyen szinten, teljes elutasítottsága nem volt.

Hírlevél

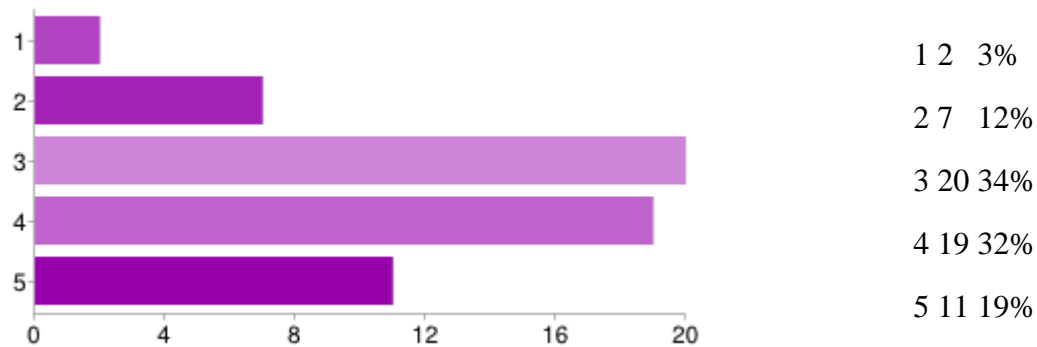


A hírlevél szerepe a marketingben a válaszadók szerint szintén nem kiemelkedő annyira, mint a modernebb, webhez köthető szolgáltatások. Itt már teljes elutasítást is találunk, 8%

egyáltalán nem tartotta fontos marketingeszköznek, a legtöbben pedig csak kevésbé fontos kategóriába sorolták (3-as érték 29%).

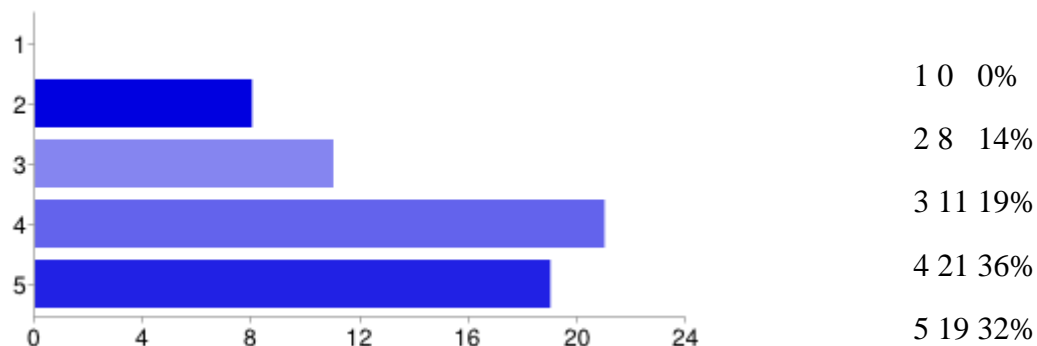
Számunkra ez az eredmény azért furcsa, mert többször tapasztaltuk már ennek a marketingeszköznek a hatékonyságát, persze csak professzionális és jól célzott kivitelezés mellett.

Óriásplakát



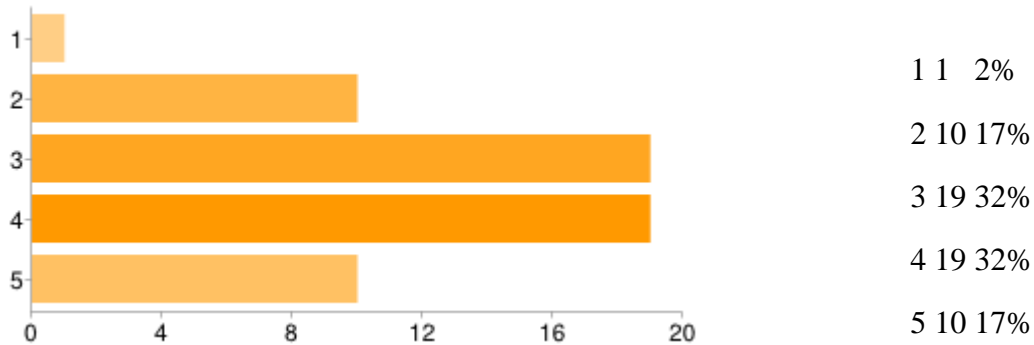
Az óriásplakátok marketingben betöltött szerepe többé-kevésbé megegyezik a hírlevélre adott válaszokéival, így a szakemberek többsége szerint igazán fontos szerepe nincs a marketingben (3-as válaszok, 34%). A válaszadók 3%-a teljesen elveti az óriásplakátok marketing szerepét, és csak 19% szerint igazán fontos a szerepük a termékmarketingben.

Interaktív nyílt napok



Az interaktív nyílt napok marketingben betöltött szerepe ismét jóval pozitívabb értékeléseket kapott amennyiben senki sem érezte teljesen haszontalannak és a válaszadók 68%-a szerint fontos, vagy nagyon fontos szerepe van a marketingeszközök közül.

Rádióműsor



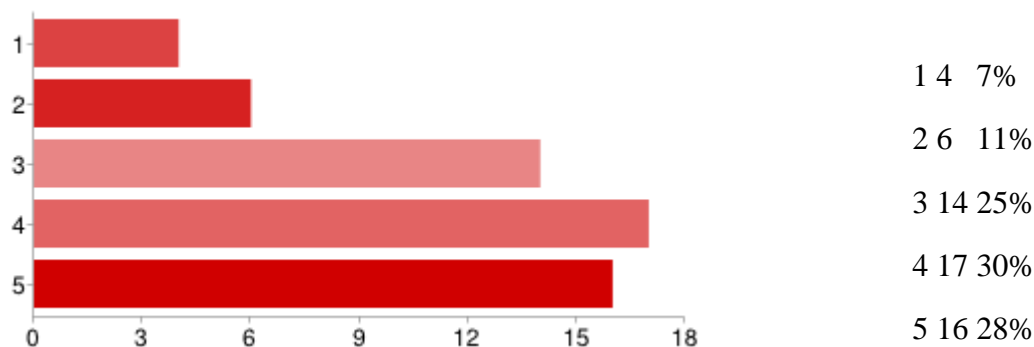
Az utolsó marketingeszköz, a rádió megítélése szinte teljesen megegyezik az óriásplakátéval, tehát volt olyan válaszadó, aki semmilyen jelentőséget nem tulajdonított neki és a 3-as értékeket adók száma is mintegy 1/3-os arányt mutat, 32%-kal. A rádióműsört fontosnak, vagy nagyon fontosnak tartók aránya összesen sem érte el az 50%-ot.

Itt is meg szeretnénk jegyezni, hogy a válaszadók nem tudták, hogy helyi, regionális, vagy országos jelentőségű rádióról van-e szó, egészen egyszerűen csak ezt a marketingeszközt kellett értékelniük annak hatékonysága tekintetében.

6. Ön szerint a regionális örökségturisztikai vonzerők turisztikai marketingjében jelenleg milyen tényleges szerepük van az alábbi szervezeteknek?

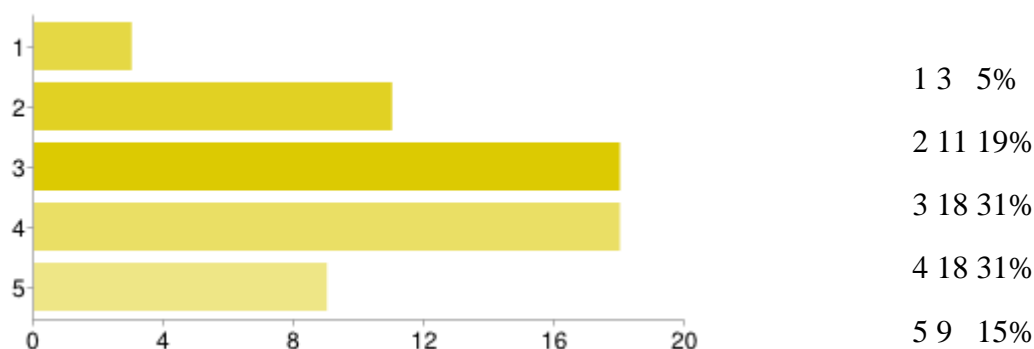
(1: semmilyen, 2: elenyésző, 3: érezhető, 4: fontos, 5: meghatározó)

M.T. Zrt. Regionális Marketing Igazgatóság



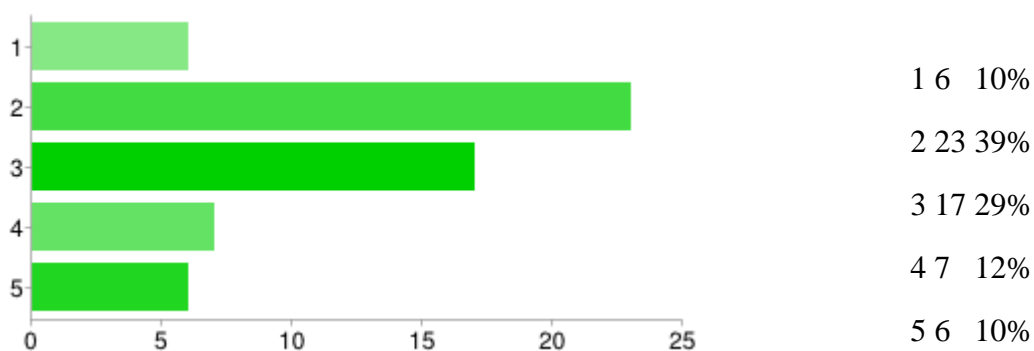
Ennél a kérdésnél igen meglepő volt, és egyben elgondolkodtató is, hogy az M.T. Zrt. Regionális Marketing Igazgatóságának marketingmunkáját a válaszadók összesen mintegy 18%-a teljesen, vagy csaknem teljesen értéktelennek tartotta és a se nem fontos, se nem haszontalan (3-as értékek) kategória is elég magas volt 25%-kal. A szervezet regionális örökségturisztikai marketingtevékenységével csak a válaszadók 58%-a volt teljesen, vagy csaknem teljesen elégedett.

Települési önkormányzat



A válaszadók a települési önkormányzatok szerepét a regionális örökségturisztikai vonzerők turisztikai marketingjében elég vegyesen osztályozták, hiszen 5% azt teljesen értékelhetetlennek tartotta és elég magas volt az elenyésző értékek száma is 19%-kal. A magas közepes értékek (érezhető) mellett (31%), csak 46% tartotta azt fontosnak, vagy meghatározónak.

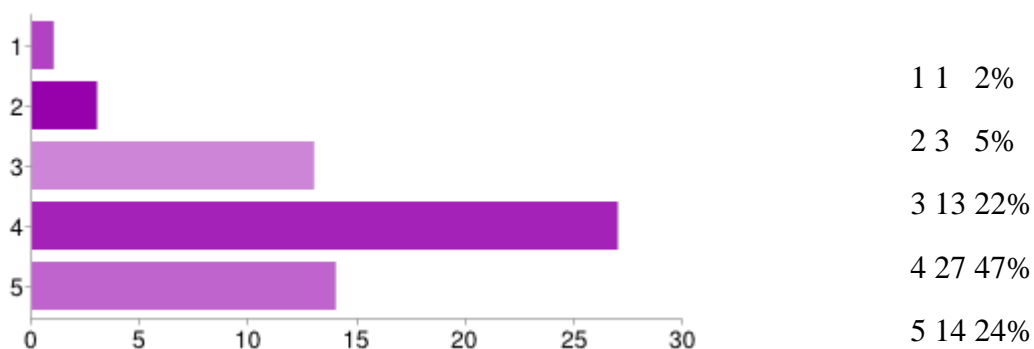
Megyei önkormányzatok



Annak ellenére, hogy a települési önkormányzatok mellett a megyei önkormányzatok deklarált feladata az adott megye turizmusmarketingjének az irányítása, levezetése és koordinálása, a megadott értékek ezt egyáltalán nem tükrözték hiszen összesen 49%-a a turisztikai szakembereknek semmilyennek, vagy elenyészőnek értékelte a marketingtevékenységet és egy erős köztes válaszadó csoport (29%) mindössze 22% tartotta azt fontosnak, vagy meghatározónak.

Úgy érezzük, a későbbiekben a települési és a megyei önkormányzatoknál ezt a szakértők által megfogalmazott kritikát mindenképpen figyelembe kell venni a későbbi turisztikai marketingtevékenység irányítása kapcsán.

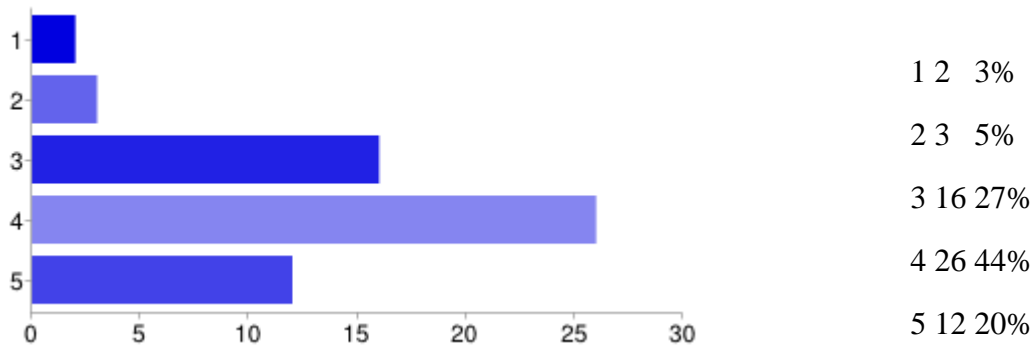
TDM-ek



A TDM, mint relatíve új és modern szervezetrendszer megítélése a marketing tevékenység terén mindenképpen pozitív, hiszen nagyon alacsony az elutasítók aránya (összesen 7%) és az előzőekhez képest mindenképpen kiemelkedő az azt fontosnak, vagy meghatározónak tartók száma összesen 71%-kal.

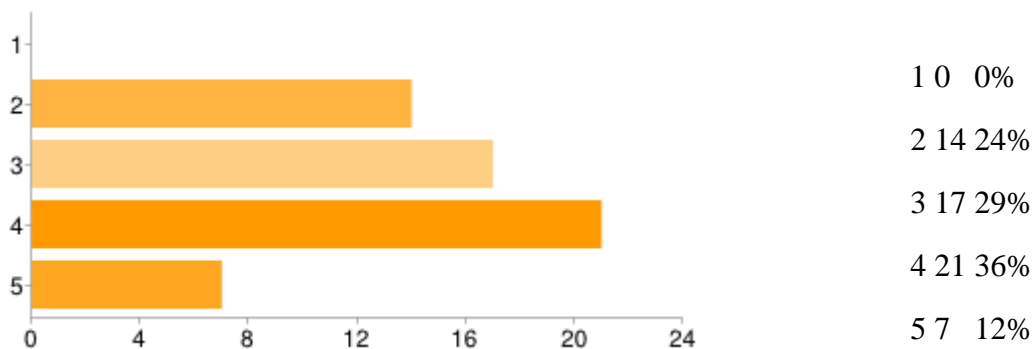
Ha ez előzőekben negatív, itt a válaszokból úgy tűnik, pozitív kritikák „zsebelhet be” a régió TDM hálózata legalábbis az alkalmazott marketingtevékenység kapcsán.

Turisztikai klaszterek



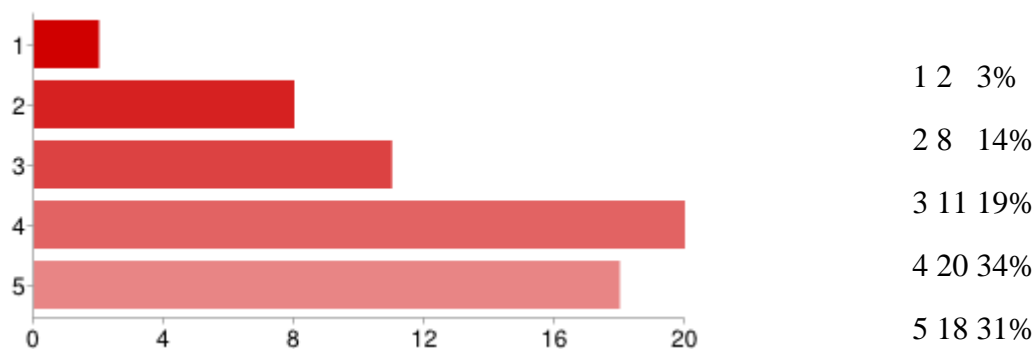
A turisztikai klaszterek szintén pozitív értékelést kaptak, szinte a TDM-ekkel megegyező véleményekkel. Az elutasítottság mértéke nagyon alacsony, igaz a fontos, vagy meghatározó szerep itt kissé alacsonyabb, összesen 64%.

Civil szervezetek



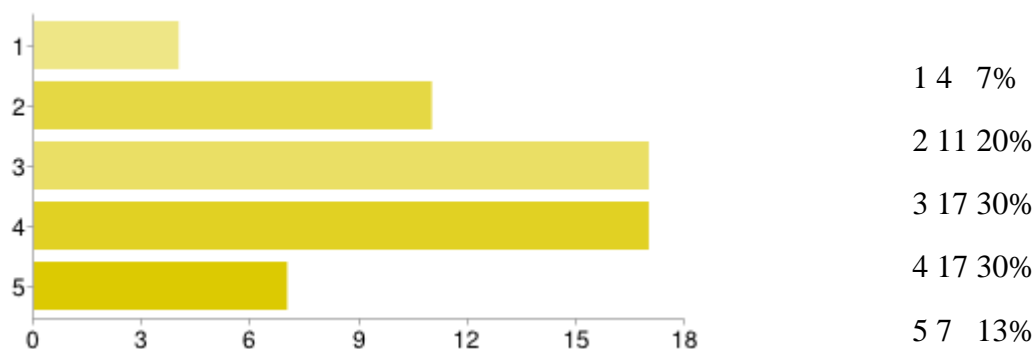
A civil szervezetek szerepét a regionális örökségturisztikai vonzerők turisztikai marketingjében nem utasította el senki, bár viszonylag visszafogottan értékelték fontosnak, vagy meghatározónak is (48%), és elég magas lett az azt csak elenyészőnek (24%), vagy csak érezhetőnek értékelők aránya (29%).

Fenntartó intézmények



A fenntartó intézmények marketingben betöltött szerepét összesen 65% tartotta fontosnak, vagy meghatározónak, amit mi alacsony értékűként értékelünk annál is inkább, mert a teljesen, vagy meghatározóan elutasítók csoportja 17%-ot tett ki és viszonylag magas volt (19%) a tevékenységet csak érezhetőnek értékelők aránya.

Megyei múzeumok



A megyei múzeumok regionális marketingben betöltött szerepét, nem meglepő módon, csak 43% tartotta fontosnak, vagy meghatározónak, az érezhető és az alacsony, vagy semmilyen szerepet adó válaszok száma pedig magas volt, összesen 57%. Úgy érezzük a megyei múzeumoknál ezek az értékek egyáltalán nem rosszak, hiszen nekik nem akkora mértékben deklarált céljuk a regionális örökségturisztikai vonzerők turisztikai marketingtevékenysége, mint egyes fent elemzett intézményeknél.

7. Ön szerint a regionális örökségturisztikai vonzerők turisztikai marketingjében milyen szerepe lenne kívánatos az alábbi szervezeteknek?

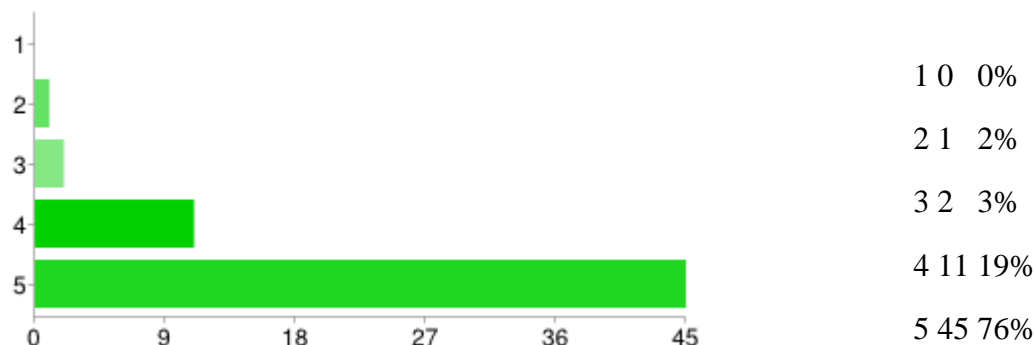
(1: semmilyen, 2: elenyésző, 3: érezhető, 4: fontos, 5: meghatározó)

A 7. kérdésre adott válaszokat jelen elemzésben nem intézményenként, hanem egyszerre értékeljük, hiszen egyértelműen leszűrhető a megadott válaszokból, hogy a turisztikai szakemberek nem elégedettek a felsorolt intézményeknek a regionális örökségturisztikai vonzerők turisztikai marketingjében betöltött szerepével.

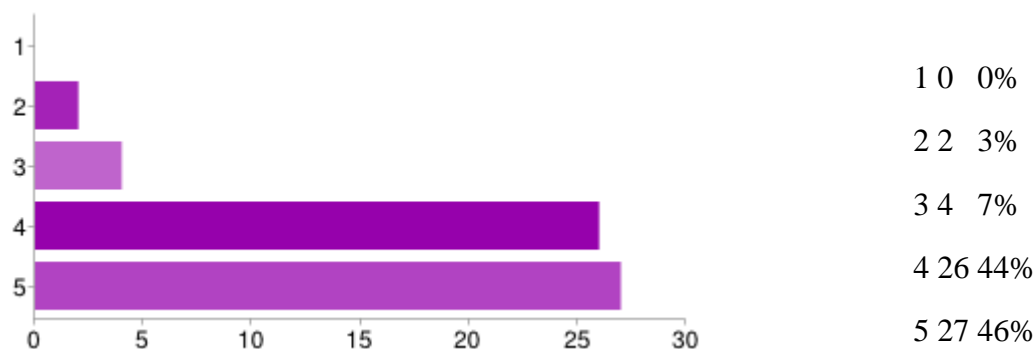
Különösen hangsúlyosan jelenik meg ez a hiányérzet az M.T. Zrt. Regionális Marketing Igazgatóságánál, a települési önkormányzatoknál, a fenntartó intézményeknél, illetve érdekes módon a TDM-eknél és a turisztikai klasztereknél is, bár ez utóbbiaknál az előző (6.) kérdésre adott válaszokban a marketingtevékenységet igen pozitívan értékelték.

A turisztikai szakemberek úgy tűnik tehát, hogy tovább erősítenék a TDM-ek és a turisztikai klaszterek marketingtevékenységét, illetve mindenképp kívánatosnak tartanak a 6. kérdésnél kritikával illetett intézmények jóval nagyobb szerepét a regionális marketingtevékenységben.

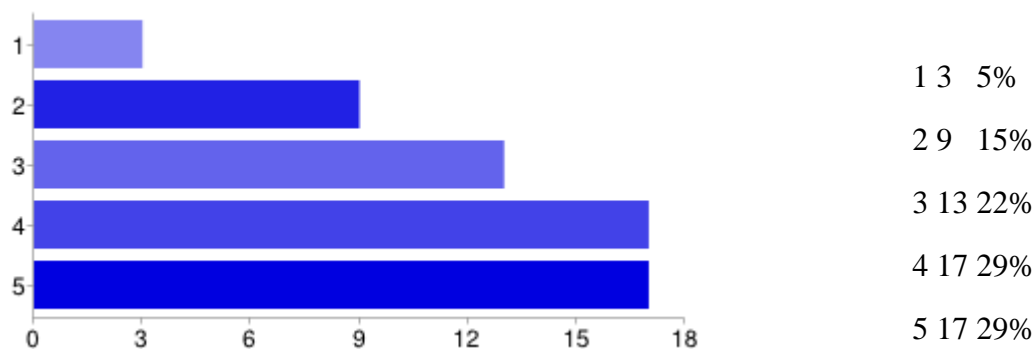
M.T. Zrt. Regionális Marketing Igazgatóság



Települési önkormányzatok

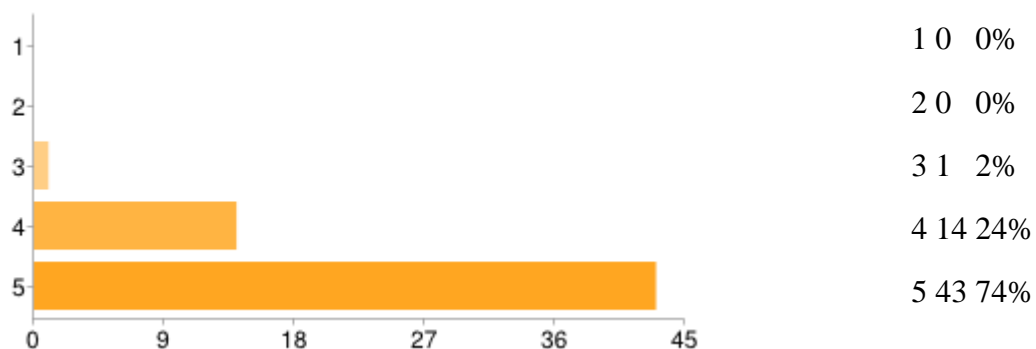


Megyei önkormányzatok

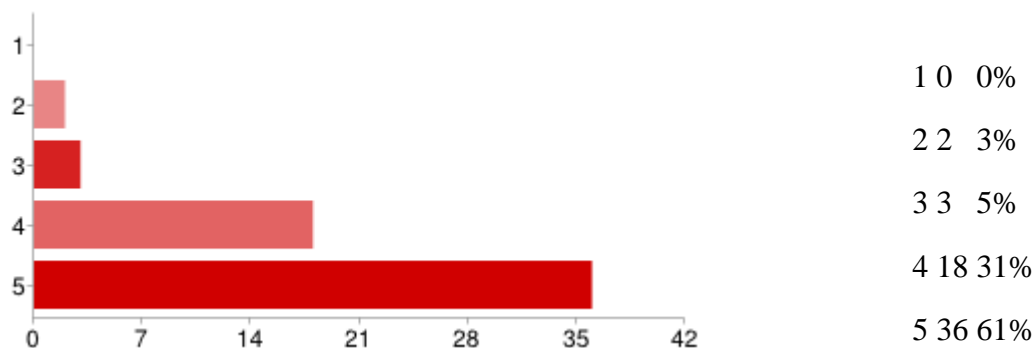


A megyei önkormányzatoknál kissé jobban megoszlik az a kritikus véleményformálás, miszerint a regionális marketingben folytatott tevékenységét erősíteni kell(ene), mert bár 58% ezt mindenképpen támogatná, összesen egy jelentős csoport szerint (42%) semmilyen, vagy esetleg érezhető tevékenységgel kellene csak bírnia.

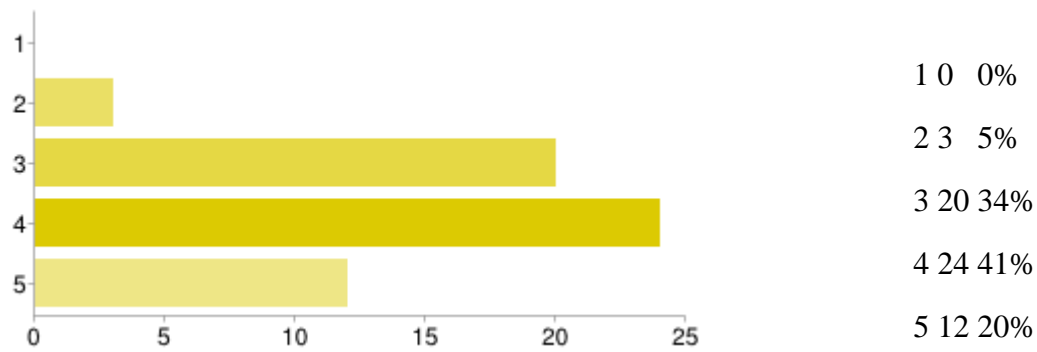
TDM-ek



Turisztikai klaszterek

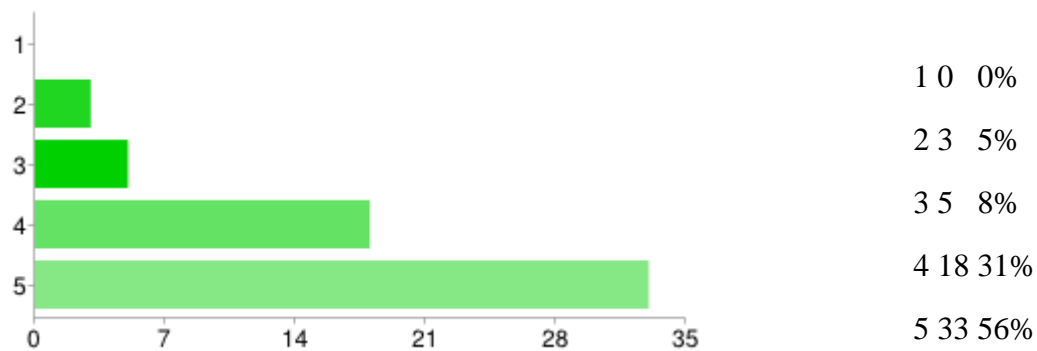


Civil szervezetek

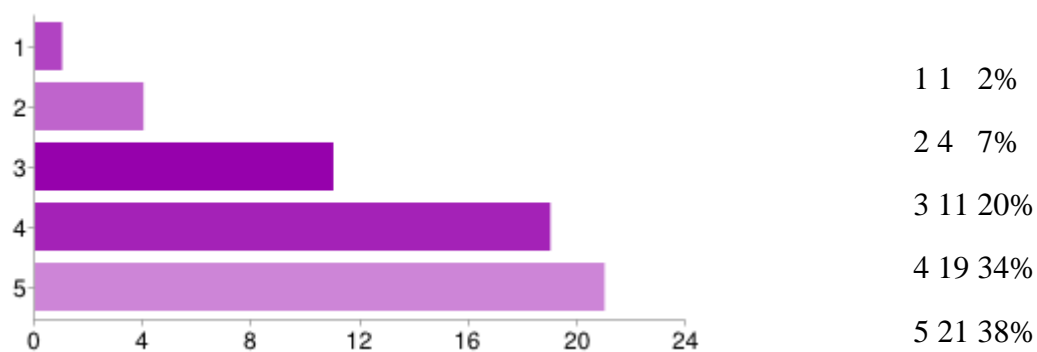


A civil szervezeteknél érezhető, hogy erősebb tevékenységi kört szeretnének a turisztikai szakemberek, de semmiképp sem olyan meggyőző ez az értékelés, mint pl. a TDM-ek, vagy a turisztikai klaszterek esetében.

Fenntartó intézmények

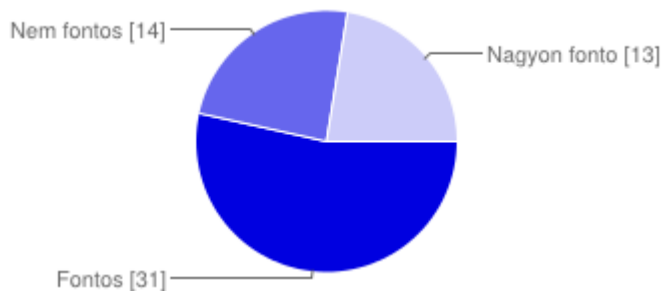


Megyei múzeumok



A megadott válaszok alapján a megyei múzeumoknál is érezhetjük, hogy a szakértők szerint a az örökségturisztikai vonzerők regionális marketingje kapcsán betöltött szerepüket érdemes lenne tovább erősíteni.

8. Mennyire tartaná Ön fontosnak, hogy az épített, régészeti örökségek belépőjegyei online úton is megrendelhetők legyenek?



Fontos	31	53%
Nem fontos	14	24%
Nagyon fontos	13	22%

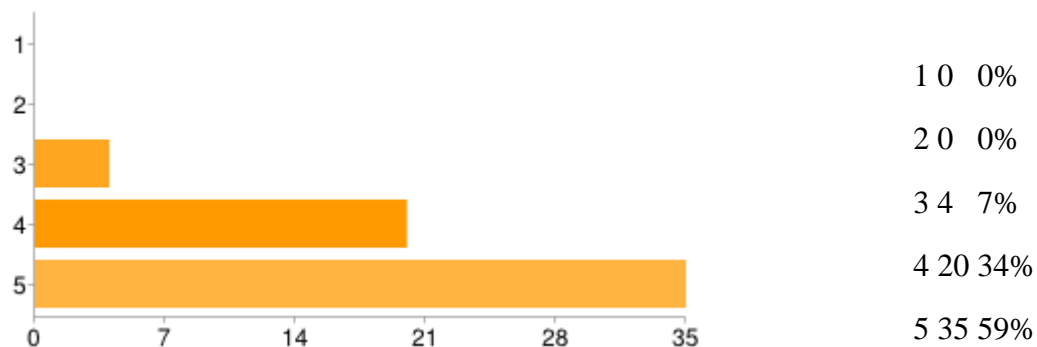
A modern turizmusfejlesztés elengedhetetlen az újabb és újabb eszközök, technikai újítások bevezetése nélkül. A 8-as kérdés az online jegyvétel lehetőségének fontosságát vetette fel a turisztikai szakembereknek, akik közül csak 24% nem tartotta azt fontosnak, összesen 75% fontosnak, vagy nagyon fontosnak értékelte azt.

Persze kérdés, hogy az itt „nem fontossal” szavazók mire értették a válaszokat, nevezetesen, hogy nem fontos bevezetni az online jegyértékesítést, vagy ha bevezetik, akkor annak nem lesz fontos szerepe a forgalomban. Véleményünk szerint mindenesetre jelen kérdéskörnél nem csak az számít, hogy mekkora forgalmat bonyolítana le egy kiépített online rendszer, hanem magának a rendszernek a jelenléte is azt sugallná a turisták számára, hogy itt egy jól felkészült, modern desztinációról van szó, ezáltal a turista imázskepe mindenképp pozitív irányban változik a meglátogató terület megítélése kapcsán.

9. Kérem, értékelje az 1-5- ig tartó skálán, hogy Ön szerint mennyire fontosak a kulturális örökségek marketing stratégiájában a következő célok?

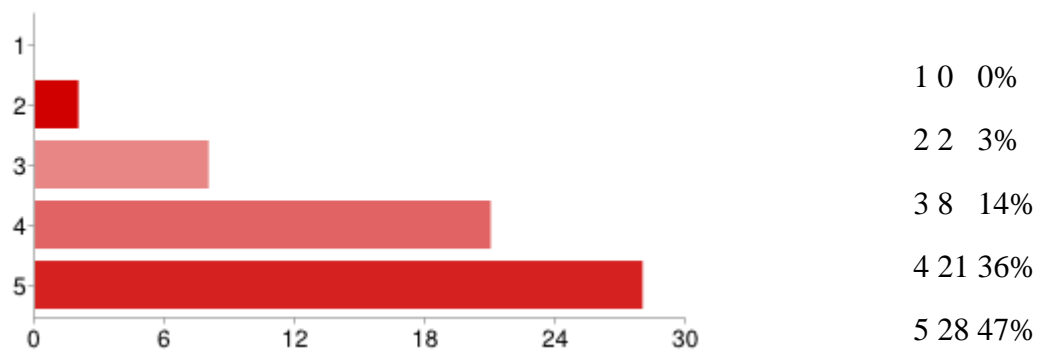
(Jelölje 1- es számmal az egyáltalán nem fontos célokat, 5-ös számmal a kiemelkedően fontos célokat)

Megismertetni, közelebb vinni az európai polgárokat kulturális örökségükhöz



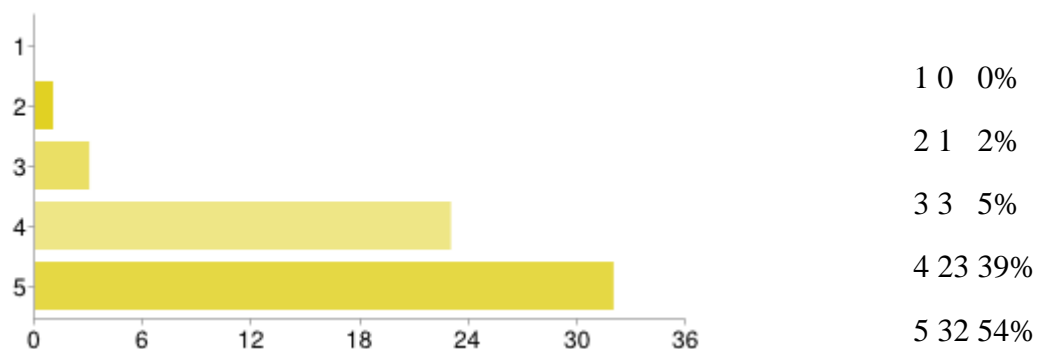
Az állítással a turisztikai szakértők lényegében teljes mértékben egyetértenek, hiszen a válaszadók 93%-a a két legmagasabb értéket adta meg, illetve 1-es és 2-es értékeléssel nem is született válasz, a közepes értékeket adók aránya pedig rendkívül alacsony, mindössze 7%. A kulturális örökség megismertetésének tehát igen hangsúlyos szerepet kell játszania a kulturális örökségekkel kapcsolatos marketing stratégia megalkotásában.

Lehetővé tenni számukra, hogy jobban megismerjék és megértsék egymást a nyelvi és kulturális különbségek ellenére



Az egymás jobb megértésére utaló kérdésünk esetében már kisebb mértékben értettek teljesen, vagy nagymértékben egyet a válaszadók, bár a megadott összesen 83% természetesen szintén egy komoly elfogadottságot jelez számunkra, így ez a tétel is kihagyhatatlan egy esetleges kulturális örökségekkel kapcsolatos marketing stratégia megalkotásában.

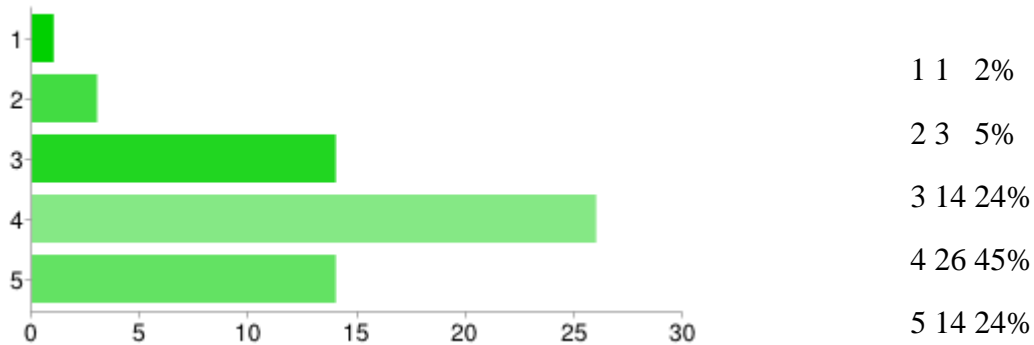
Más közösségek kulturális értékeinek, műemlékeinek megismertetése, felfedezése



Az előző két kérdéshez hasonlóan a kulturális turizmus egyik fontos tényezőjét, a más közösségek kulturális értékeinek, műemlékeinek megismertetését, felfedezését is teljes mértékben elfogadták a válaszadók, amennyiben 93%-uk nagymértékben, vagy teljesen

egyértérett azzal, hogy a kulturális örökségek marketingstratégiájában ennek a felfogásnak szerepelnie kell.

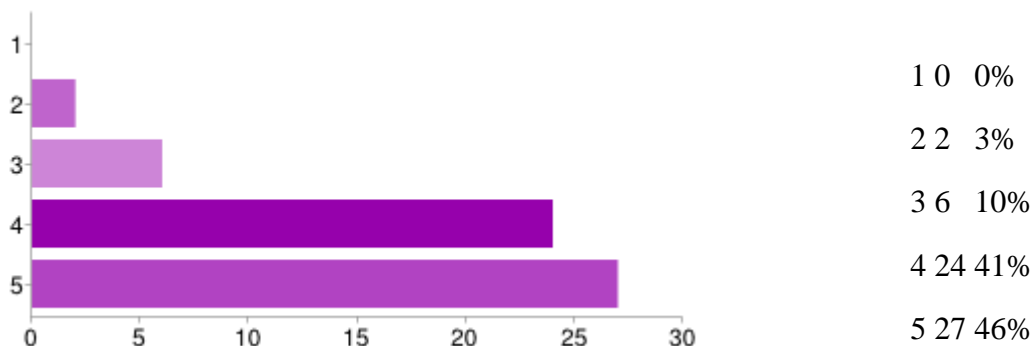
Tudatoságnövelő tevékenység: sikere növeli azoknak a magán-és közintézeteknek az elismertségét, presztízsét, amelyek az örökség védelmével és bemutatásával foglalkoznak



Ennél az állításunknál már feltűnően jobban megoszlottak a vélemények, eleve a 4-es értékek emelkednek ki a legjobban (45%-kal), találunk teljes elutasítást is és a teljes mértékben elfogadók aránya alacsony, mindössze 24%.

A szakértői válaszadók szerint tehát egy, a kulturális örökségekkel kapcsolatos marketing stratégia megalkotásakor nem feltétlenül kell kihangsúlyozni, hogy a marketingtevékenység sikere növeli azoknak a magán-és közintézeteknek az elismertségét, presztízsét, amelyek az örökség védelmével és bemutatásával foglalkoznak, mivel ez az állítás nem biztos, hogy teljes mértékben igazolható.

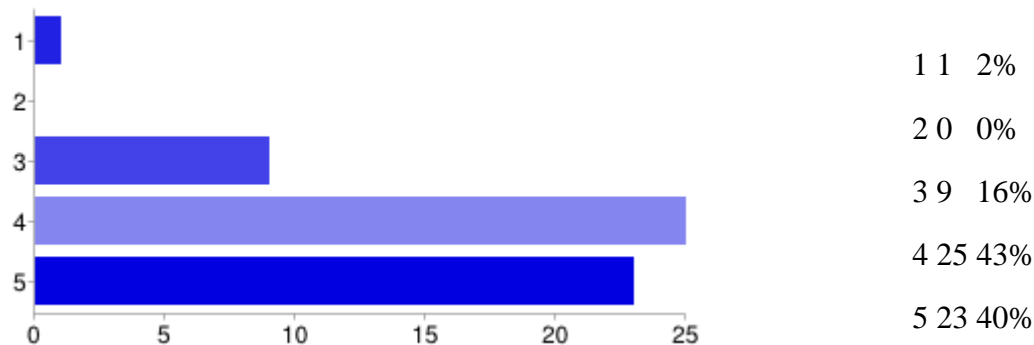
Tudatoságnövelő tevékenység: a látogatók szemléletének megváltoztatása, mely a környezetvédelmi és örökségvédelmi tudatosság erősítéséhez vezethet



A válaszadók szerint a látogatók szemléletének pozitív irányban történő megváltoztatása a környezetvédelmi és örökségvédelmi tudatosság erősítésének irányában, ismét csak

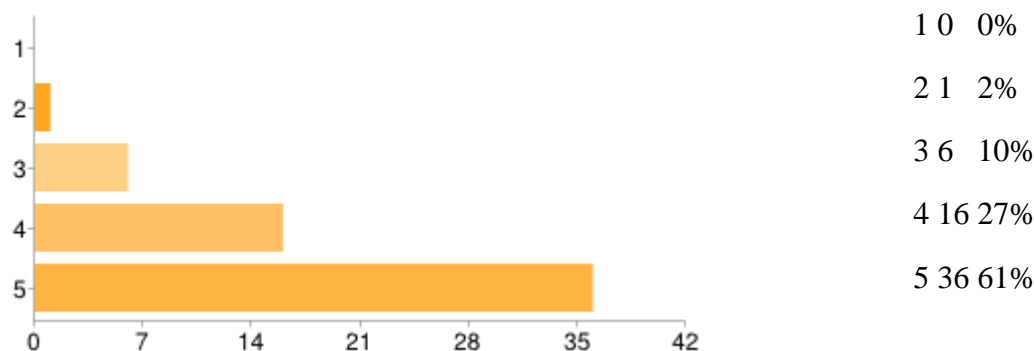
összhangban a kulturális turizmus főbb célkitűzéseivel, fontos szerepet kell játszson, hiszen a válaszadók 87%-a egyetértett ezzel az állítással és csak elenyésző hányaduk vetette el azt.

A kulturális értelemben vett másság elfogadtatása, és így nyitottabb viselkedés előmozdítása



Szintén kiemelkedően fontosnak vélik a szakértői válaszadók, hogy egy kulturális örökség marketingstratégiában a kulturális értelemben vett másság elfogadtatása, és így nyitottabb viselkedés előmozdítása mindenképpen meg legyen jelenítve, hiszen összesen 83%-uk tartotta azt fontosnak, vagy kiemelkedően fontosnak. Az elutasítók aránya ennél a kérdésnél elenyésző.

A lakóhelyhez, országhoz való kötődés, az azonosságtudat erősítése kulcsszerep az identitás-keresésben és a kollektív tudat erősítésében.



A 9. kérdéscsoport utolsó tételére adott válaszok 88%-os kiemelkedő arányban nagymértékben támogatják, hogy a lakóhelyhez, országhoz való kötődés, az azonosságtudat erősítése kulcsszerep az identitás-keresésben és a kollektív tudat erősítésében jelenjen meg egy kulturális örökség marketingstratégiában. Az elutasítók aránya itt is nagyon alacsony volt.

10. Kérem, sorolja fel a vallási turizmus számára meghatározó dél-dunántúli helyszíneket!

(Azokat is, amelyek a vallásturisztika irányába fejleszthetőek)

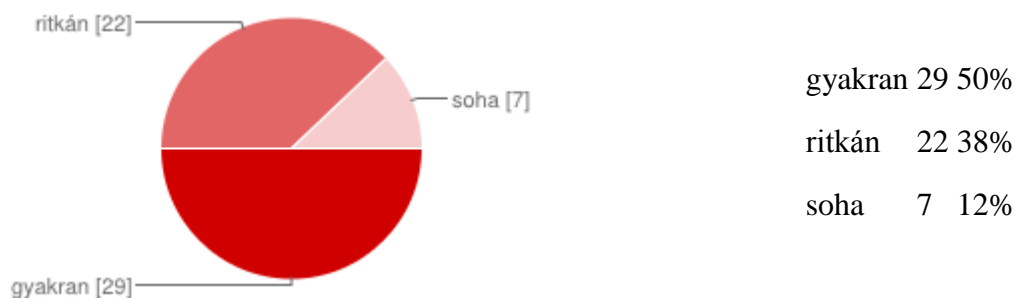
Az örökségturisztikai vizsgálat során külön rákérdeztünk a vallási turizmus szempontjából fontos régió belüli helyszínekre. Ezek csak részben vannak átfedésben a korábbi kérdésben vizsgált örökségturisztikai helyszínekkel. Ami szembetűnő pozitívum az, hogy a területi koncentráció nem olyan erős. A vallási turizmus számára meghatározó dél-dunántúli helyszíneket táblázatba foglaltuk és egy szófelhő segítségével is illusztráltuk.

Név	Megnevezések száma
Máriagyűdi Kegyhely	49
Pécs	23
Pécsi Székesegyház	18
Krisna – völgy, Somogyvámos	12
Andocs	10
Grábóc	9
Cella Septichota – ókeresztény temető	9
Zsinagóga, Pécs	8
Szent Márton út	6
Gházi Khászim pasa dzsámija	
Ormánság festett kazettás templomai (Adorjás, Drávaiványi, Kóros, Kovácshida)	4
Jakováli Hasszán pasa dzsámija	3
Mánfa	3
Mohácsi Történelmi Emlékhely	2
Mária út itteni szakasza	2
Püspökszentlászló	2
Siklós	2
Máriakéménd	2



- Mecsekben található Árpád koritemplomok (pl.Mecseknádasd)
- Jakab – hegy
- kaposvári bencés apátság
- somogyvári Szent Egyed Monostor
- Magyar Camino itteni szakasza
- Magyaregregy
- Óbánya
- Cserkút
- Ali pasa dzsámija, Szigetvár
- Szulejmán szultán dzsámija, Szigetvár
- Malkocs bej dzsámi
- szigetvári és pécsi török emlékhelyek

11. Épített örökségeinket elérhetővé kell tenni a látogatók számára. Ön szerint napjainkban a megőrzés és a turizmus célkitűzései milyen gyakran kerülnek egymással ellentmondásba?



A szakértői vélemények 50%-a szerint – a fenntarthatóság és az eltartó képesség (carrying capacity) fogalmait értékelve az örökségturizmusra vonatkoztatva – napjainkban a megőrzés és a turizmus célkitűzései gyakran kerülnek egymással ellentmondásba. A válaszadók 12%-a szerint soha, továbbá 38% értelmezésében csak ritkán. A megadott válaszok mindenesetre azt sugallják számunkra, hogy megosztott a szakértői plénum a kérdéssel kapcsolatban, hiszen a válaszok elég nagy szórást mutattak a negatív és pozitív megítélés közötti tartományban.

Amennyiben gyakran vagy ritkán, kérem, írja le milyen, ellentmondásokra gondol?

A válaszolók kellő komolysággal viszonyultak a kérdéskörhöz és számos hasznos észrevételt tettek, illetve lényegi problémát vetettek fel. Ezek között viszonylag kevés az átfedés, így a teljes kép érdekében valamennyi választ átszerkesztés nélkül bemutatjuk az alábbiakban:

- A turizmus fejlesztések rövid időtávon, versenyhelyzetben kell hogy megvalósuljanak, mely sok esetben ütközik a védettség alatt álló épületek, terek, településrészek átalakíthatóságával, felújításával.
- Csakis az emberi károkozásra, melyet a turista tehet ezekben az emlékekben.
- Hatósági engedélyek és a felújítások közötti feszültségek! Ásatások és MF-ek közötti hosszú egyeztetések. műemlék épületek, épített örökségek védelme akadályozza, megdrágítja egy-egy örökség fenntartását üzemeltetését (a tulajdonos nem motivált a műemlékké nyilvánításban)
- Elsősorban gondolok az esetleges át vagy hozzáépítésekben felmerülő ellentmondásokra.
- Konkrét példaként a pécsi székesegyház tudom mondani, ahová ha imádkozni szeretnél nem lehet csak úgy bemenni, hiszen belépődíjat szednek. Eredeti funkció, megőrzés-kontra-turizmus.
- Kinyissunk-e egy templomot, hogy bármikor látogatható legyen, vagy inkább zárjuk be, és csak bejelentkezésre nyissuk ki.
- Bizonyított tény, hogy a műemlékvédelmi épületek, kizárólag hasznosítás esetén tudják megőrizni jó állapotukat, a karbantartás, felfűtés, stb. következtében. Ennek ellenére pld. a külső karbantartási munkák csak különleges engedélyekkel végezhetők. Eredeti belső kialakítás megtartása fontos, de nem mindig indokolt, ha a felhasználási funkciót gátolja. (Pld: Zsolnay Étterem lépcsőháza) Ezzel szemben, ez is tilos. Pedig a hasznosítás lenne a cél!
- A természeti kincseket a látogatottság növelése veszélyezteteti építészeti területeket is biztosítani kell, ami nem egyezik a turizmus érdekeivel
- A megőréssel ellentétben a turizmus egy gazdasági ágazat, ahol az elsődleges szempont (persze, a fenntarthatóság mellett) a bevételek maximalizálása.
- A műemlékesek még mindig a változtatás nélküli megőrzést (konzerválást támogatják) A turizmus szükségessé teszi a változtatást az átalakítást.
- Az épületek külső felújításai külön engedélyhez kötöttek például, ha nem látogatható egy templom állagmegőrzésre hivatkozva
- A turizmus fejlesztése a látványra, az élményre koncentrálnak, a megőrzés pedig sokszor a változatlan formában történő állapotfenntartásra.
- A változatlan megőrzés és a napi igénybevétel ellentmondására. Sok esetben a kulturális örökségek fizikai állapotát veszélyeztetik a látogatók (vesd össze: ökoturizmus)
- Miért kell épített örökségeinket elérhetővé tenni a látogatók számára? Amennyiben egy magánszemély birtokol egy fontos műemléket, örökség épületet, nem szabad kötelezni őt a megnyitásra. Döntse el ezt ő (lásd. pl. a Zemplénben a Nagy-Milicen található Károlyi kastélyt, amely most zárt terület. Korábban SZOT üdülő volt, látogatható volt.
- Csak egy példa: Koromszó... - kiássák, betemetik, kiássák, betemetik... évtizedek óta!
- Általában a látogatók számának növekedésével együtt egyre nehezebb a műemlékek eredeti állapotának megőrzése.
- a látogatók száma, környezettudatossága fontos, mert ronthatják a múzeumok, vonzerők minőségét
- Műemlék védők konzerválni akarnak, idegenkednek az új funkciótól. –

- Túl sok vendég kárt tehet a megőrizendő értékekben. Sokan nem szeretik a tömeget.
- Több értékes épület a turisták számára nem, vagy csak korlátozottan látogatható. a "fejlett" nyugaton az épített örökség az élet mindennapos része - a használják azokat. pl.: éttermek, templomok kulturális események helyszínei...stb.
- A tömeges látogatás kontra állagmegóvás. a sokat látogatott helyek karbantartása, felújítása nem minden esetben megoldott (pl.nem nagyvárosokban vagy azok közelében található helyszínek esetében)
- Az örökség-helyszínek a turistaforgalom miatt sérülhetnek, kár keletkezhet bennük.
- A tulajdonviszonyok befolyásolhatják talán legjobban a konfliktusokat.
- A fizikai teherbíróképesség nem teszi lehetővé nagyobb számú turista kiszolgálását.
- Az eredeti, például szakrális funkció nem biztos, hogy összeegyeztethető a látogatással.
- Forrás-felhasználás: más a megőrzés, és más a hasznosítás költsége. Utóbbi megtérülési időszaka túl hosszú, nincs erre tőke. Ergo: megőrzün, mert sok esetben törvényi kötelezettség, de nem fejlesztünk, mert arra már nincs anyagi lehetőség.
- kulturális v. természeti érték megóvása és a látogatók által okozott károk magas üzemeltetési/megőrzési költségek és a bevételek elmaradása
- Bizonyos esetekben turistabarátabb megoldást kellene választani.
- A sznob turisták kényelmi igényeihez igazodva a befektetők megváltoztatják az turisztikai termék eredetiségét.
- Nincs pénz a bemutatathatóságra.
- Tulajdoni viszonyok, szigorú műemlékvédelmi előírások, magas fenntartási költségek. állagmegóvást végeznek, de nem építik fel a turisztikai koncepciót rá (forráshiány)
- műemlékvédők idegenkednek az újításoktól, a szakrális funkció nem mindig összeegyeztethető a turisztikai célú látogatással más érdekek a bemutatásban (értékvédelem <-> tömeges bemutatás)

12. Ön mennyire tartja fontosnak, hogy a látogatók a bemutatott örökségek kapcsán az örökségvédelem elveiről, konkrét lépéseiről, folyamatairól különböző dokumentáció révén is tájékozódhassanak (képek, makettek, információs táblák, videó installáció, stb.)?



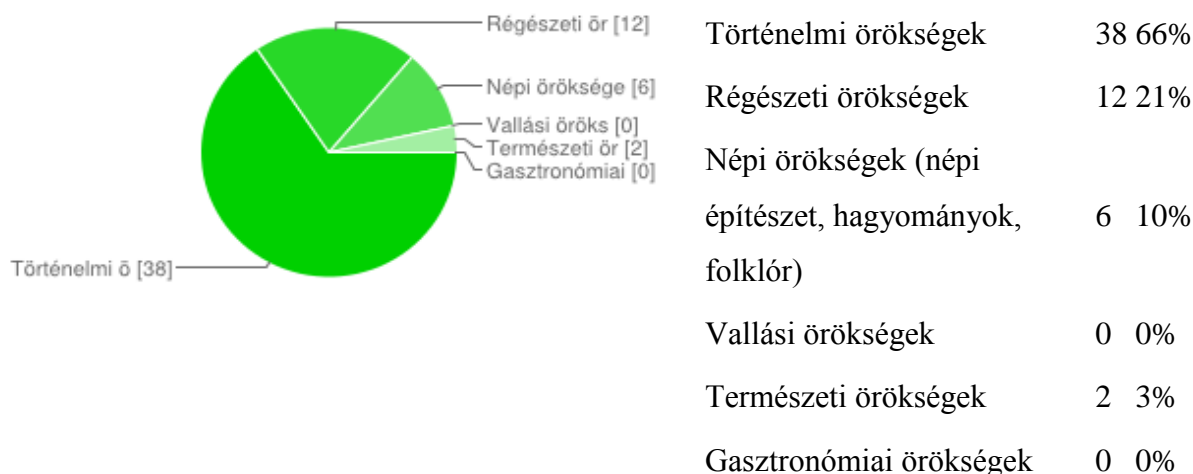
Erre a kérdésre már jóval egyértelműbb válaszokat kaptunk, hiszen a válaszadók 83%-a fontosnak, vagy nagyon fontosnak tartja, hogy a látogatók a bemutatott örökségek kapcsán az örökségvédelem elveiről, konkrét lépéseiről, folyamatairól különböző dokumentáció révén is tájékozódhassanak és csak a válaszadók 17%-a szerint ez a kritérium egyáltalán nem fontos.

Ha igen, milyen formában képzei el a tájékoztatást?

A kérdésre adott válaszokat az alábbi 13 csoportba tudtuk csoportosítani:

Videó installációk	14
Információs táblák	12
Makettek	9
Oktatásba való integrálás	6
Ismertető weboldalak	5
Mobil applikációk	4
Információs, anyagok, tájékoztató füzetek	4
Képek	4
Idegenvezetés	3
QR kód	2
Interaktív kijelzők	2
Hologram reklám	1
Rehabilitált épületek felújítási folyamatainak bemutatása	1

13. Ön szerint mi jut eszébe először egy turistának az örökségturizmus kifejezés hallatán?



A kérdőíves felmérés véleményünk szerint egy újabb érdekes és értékes kérdése arra keresett választ, hogy a szakértők szerint mi jut eszébe először egy turistának az örökségturizmus kifejezés hallatán.

A megadott válaszok alapján egyértelmű, hogy a 6 kategória közül a történelmi örökségek fognak először a turisták eszébe jutni (66%). Viszonylag magas arányban, de az előzőtől messze lemaradva lettek megjelölve a régészeti örökségek (21%) és a népi örökségek (10%).

Annak ellenére, hogy az első gondolataikat kellett „leképezni” a turistáknak, mégis számunkra igen meglepő, hogy a szakértők szerint a természeti örökségek, a vallási örökségek és a gasztronómiai örökségek egyáltalán nem fognak eszébe jutni egy megkérdezett turistának, ha meghallja az örökségturizmus kifejezést.

Ennél a kérdésnél érdekes lehetne annak is a vizsgálata, hogy a szakértői válaszok valóban a turisták esetleges elképzeléseit tükrözte-e, vagy esetleg a saját felfogás is megjelent a válaszokban.

14. Kérem, értékelje, hogy az alábbi kategóriáknak mekkora a turisztikai vonzereje régióinkban?

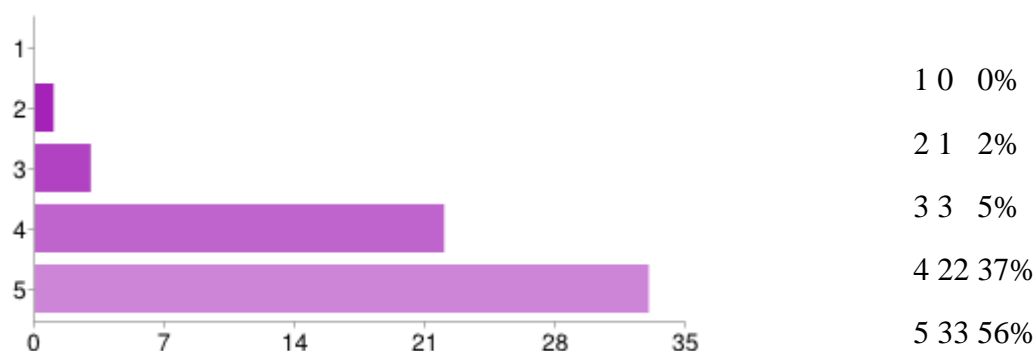
(Jelölje 1- es számmal, ha egyáltalán nincs, 5-ös számmal, ha igen erős vonzerővel bír)

A 14. kérdéscsoportra megadott válaszok egyértelműen tükrözik az előző kérdésre adott válaszokat, tehát a 13. kérdéscsoport válaszai egyben egybecsengenek a szakértői véleményekkel is.

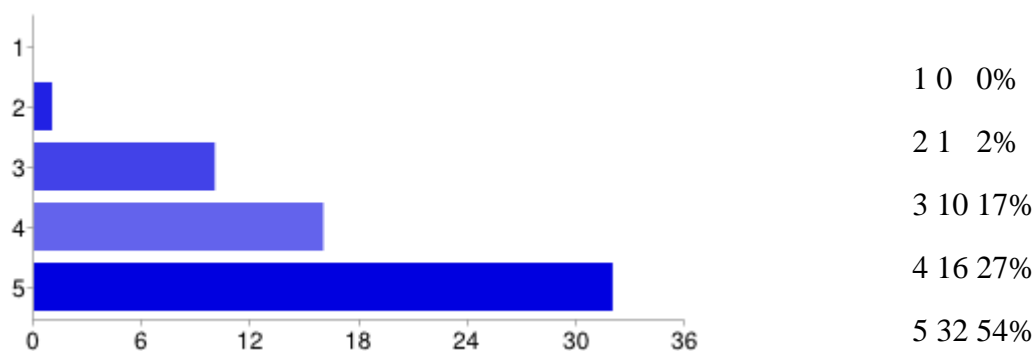
A megadott válaszok alapján a legnagyobb turistacsalogató, vagy vonzó értéke a Dél-Dunántúli Régióban a történelmi örökségeknek, a régészeti örökségeknek és az építészeti örökségeknek van, sorrendben 93%-os, 82%-os és 83%-os 4-es, vagy 5-ös (igen erős vonzerő) értékeléssel.

Mint azt az előző támogatottsági értékeknél látjuk, a szakértők szerint mesze a legnagyobb turistacsalogató vonzerővel a történelmi örökségek bírnak.

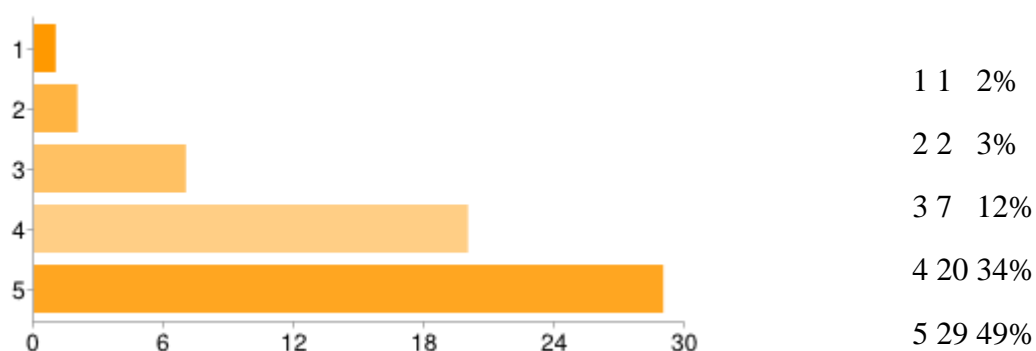
Történelmi örökség



Régészeti örökség

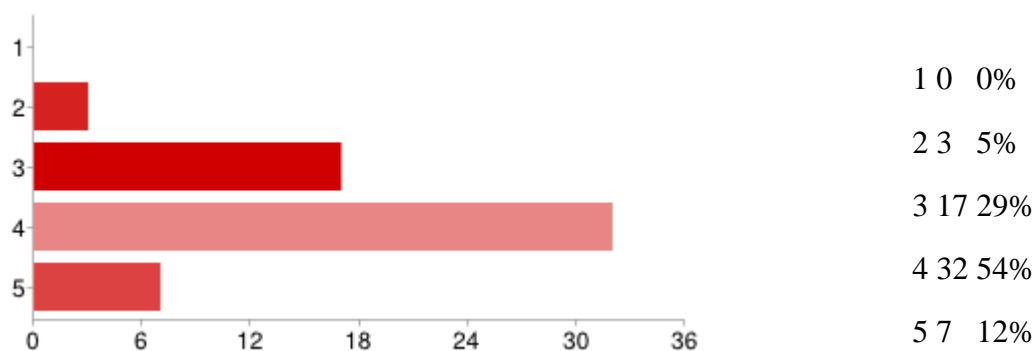


Építészeti örökség

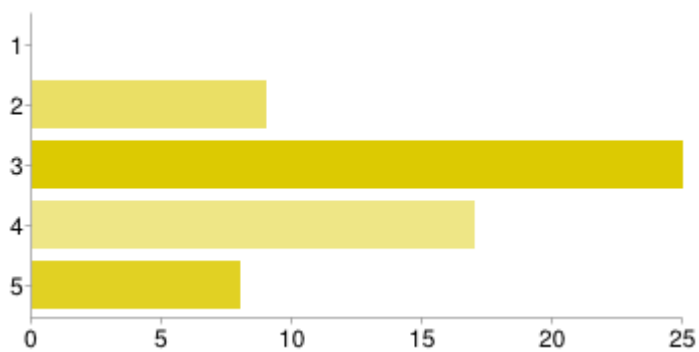


A vallási-, a népi-, a természeti- és a gasztronómiai örökségeknél már jóval alacsonyabb pozitív értékeléseket és sokkal jobban megoszló válaszokat találunk amennyiben a magas vonzerőként értékelő aránya sorrendben csak 66%, 43%, 63% és 65% volt. A válaszadó szerint tehát a legalacsonyabb vonzerővel messze lemaradva a többi örökségtípustól a népi örökség bír, ami, csak ha a mohácsi Busójárást nézzük már nagyon ellentmondó és elgondolkodtató válasznak tűnik számunkra.

Vallási örökség

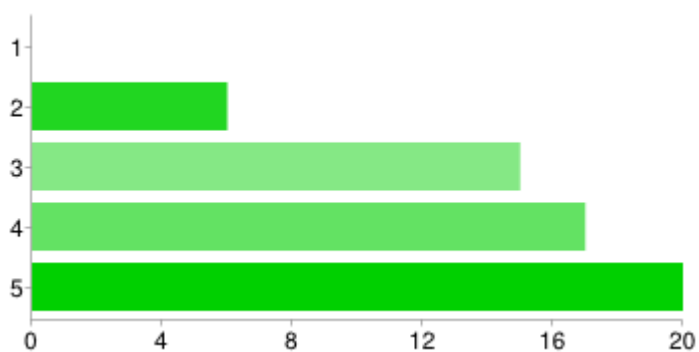


Népi örökség



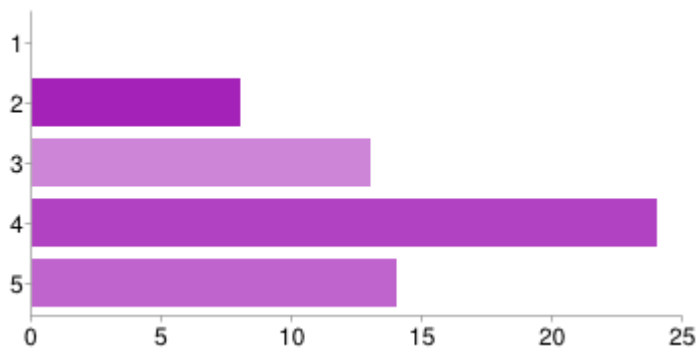
1	0	0%
2	9	15%
3	25	42%
4	17	29%
5	8	14%

Természeti örökség



1	0	0%
2	6	10%
3	15	26%
4	17	29%
5	20	34%

Gasztronómiai örökség



1	0	0%
2	8	14%
3	13	22%
4	24	41%
5	14	24%

15. Ön szerint milyen innovatív termék vagy szolgáltatás segíthetné a déldunántúli örökségek népszerűsítését?

A válaszadók az interaktivitást és az online alkalmazásokat helyezték az előtérbe. A mobil applikációval, és a honlap fejlesztéssel relatíve sokan foglalkoztak. Ezen kívül a komplexitás volt az a kulcs kifejezés, amely kiugróan sokszor megjelent a válaszokban. A javaslatok szerint más turisztikai termékekkel együtt kell komplex programcsomagokat összeállítani (öko, bor , falusi stb.) A családi igényekre történő korszerű reagálás is jelentős számban megjelenik a válaszok között.

Beérkezett javaslatok felsorolása változatlan formában.(csak ott történt összevonás ahol egyértelmű átfedés volt a javaslatok között):

Okostelefon idegenvezetés – mobil applikáció alkalmazás, (Összesen 8 említés.)

Nyeremény játék, családi vetélkedők. internetes játékok(5 említés) Jó honlap, aktuális információkkal, egymás bemutatásával, programokkal, (6 említés)

Több minőségi ismertető kiadvány az egyes örökségekről külön-külön, hogy aki egyszer ellátogat oda, tudjon valamit hazavinni, és az valóban emlék és kedvcsináló lehetőség legyen másoknak.

Interaktív kiállítások kellenének, hogy az egyes emlékek megtekintése a fiatalabb generáció számára is élmény legyen, és nem csak Pécsen van szükség ilyen fejlesztésekre, hanem "vidéken" is!

Jobb együttműködés kellene a múzeumi felügyelettel, hogy amennyiben adódik egy pályázati lehetőség fejlesztésre,

segítse a Turizmus Zrt. is a múzeumok megújulását.

Pozitív városkép kialakítása, negatív hírek csökkentése,

Jobb, előremutató marketing, PR tevékenységek megsokszorozása.

Jobban kiemelni a régi római és török emlékeket(pl, római kori témapark a vidámpark helyén, török fürdők építése)

A mediterrán város feelingjét jobban kihasználni. Malomvölgyi- tavat, a családok hétvégi kikapcsolódásának helyszínét rendbetenni és népszerű programokat odavinni.

Jó pozicionálás, szimbólumok alkotása és pozitív imázs kialakítása.

Szerintem a turisztikában érdekelt szervezetek koncentrációja és egy markánsabb megjelenés a külvilág felé.

Érdemes lenne átgondolni, hogy egyáltalán van-e értelme használni az "örökségturizmus" kifejezést? Részemről az "örökségturizmus" kifejezést az ún. "family-tree" típusú programok vonatkozásában használnám. Más esetekben maradnék a szegmensek hagyományos elnevezéseinél.

nemzetközi rendezvényeken való népszerűsítés (akár klaszter által) információs pultok,
GPS rendszerben feltüntetni a látnivalókat és információközlés róla

Megfelelő színvonalú ajándék tárgyak

Megfelelő színvonalú prospektusok –

a termékek összekapcsolása és csomagban való hirdetése, eladása.

Országos médiában való hirdetés.

online informatikai eszközök széles t alkalmazása, , hatékony online marketing (4 említés)
webfelületek, filmek - weboldalakon, Rövidfilmek az interneten, közösségi oldalakon.

Külföldi diákok megismertetése örökségeinkkel, hogy hazájukban is népszerűsíthessék.

Limes fejlesztés Örökség turisztikai tematikus utak Örökség értékekre alapuló tematikus utak.
bemutató kisfilmek weboldalakon,

komplex családi programok,

Egységes rendszerbe foglalt, programszerű megjelenés külföldi látogatók irányába.

Új termék, attrakció nem szükséges a régióba, mert itt minden van, s így sem tudunk vele mit kezdeni.

az örökségek közelében kikapcsolódási lehetőség családoknak is (pl.játszóház, kávézó),

a múzeumok biztosítani kellene a gyermekmegőrzés lehetőségét, hogy a családok is be tudjanak térni a nyaralás során egy - egy kiállításra

Örökségfesztivál programok szervezése - minden évszakhoz kötődően

jó pénzért megmondom :-)

jeles napokhoz köthető programok

Örökség kategóriánként összegyűjtött ajánlat

Turizmus ZRT-n belül örökségvédelmi részleg.

Új komplex turisztikai attrakció fejlesztések.pl. Limesz Közös fejlesztések, az épített örökségek - hagyományok és innovatív fejlesztések együttes és összehangolt bemutatása.

hagyományos ipar és innovatív cégek bemutatása. pl.: zsolnay, orgonaépítők.....stb.

Összefogó turisztikai ajánlat csomagok (útvonalak-kultúr pontok- szállás-ellátás), akár ötvözve a csomagot borturisztikai/ wellness ajánlatokkal.

Összetett ajánlatok.

Unikálisan Pécsre vonatkozó szuvenírek (nem kesztyű és porcelán kizárólag), melyek olcsók és mutatósak és a belvárosban elérhetők. - Így be lehetne vonni más klasztert is a fejlesztésbe (kreatív iparit pld).

turisztikai klaszterek által kidolgozandó programok,

nemzetközi rendezvények helyszínéként szereplés (rendezvény turizmus) erősítése,

a kreatív ipari szereplők sokkal hangsúlyozottabb bevonása ebbe a munkába
több online felület aktuális információkkal,

A közösségi marketing valamennyi eszköztára.

Családi programcsomagok sok interaktivitással,
kincsvadászattal,

"Trendi" ajánlatok - egészséges étkezéssel, társasjátékokkal, személyes és közösségi
élménnyel, tevékeny programokkal.

Bővebb keresztmetszetben foglalkozzunk az örökségturizmussal. Kapcsoljuk össze a
felsorolt területeket! Pl. a természeti, vagy gasztronómiai örökség bekapcsolása kis
ráfördítással nagy eredménnyel járhat.

online elérhető honlap, ahol minden, a régióban fellelhető ilyen örökség megtalálható,
képekkel, szöveggel online jegyvásárlás,

élményeket nyújtó szolgáltatások kialakítása az örökséghez kapcsolódóan (pl. témapark,
fesztiválok, játékok, programok stb.)

Komplex szolgáltatások kínálása,

a szolgáltatók által közösen létrehozott szolgáltatói csomagok kínálása (pl. wellness-bor-
kultúra)

A turizmus más ágaival összefogott komplex programcsomagok,

ami nem innovatív de fontos lenne egy-egy jelentősebb vonzerő környezetének, értékeinek
bemutatása, megismertetése érdekében –

Egy mobil applikáció, vagy weblap, ami a turista adott helyzetéhez viszonyítva ötleteket,
lehetőségeket mutat a legközelebbi látnivalók eléréséhez (megközelíthetőség, látnivaló
leírása, időtartam, szolgáltatók stb.)

audio guide,

A PTE egyetemi hallgatói a tanulmányaik alatt 1x, a pécsi lakosok pedig 5 évente 1x
ingyenesen részt vehessenek az örökség védelmi helyszínek tárlatvezetéseiben, az ingyenes
nyílt napokon felül!

Stifolderosztogatás számos turisztikai helyszínen :-)