

Turisztikai erőforrások: a földrajzi alapoktól a
termékfejlesztésig c. tantárgy
Gyakorlatorientált Tankönyv és Kézikönyv

TÁMOP-4.1.1.F-13/1-2013-0009

Az Eszterházy Károly Főiskola területi
társadalmi, gazdasági

szerepének fejlesztése:

Oktatás – Gyakorlat – Innováció

SZÉCHENYI 2020



Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	2
Bevezető.....	6
A tárgy oktatásának célja	6
Tanulási javaslatok (hogyan használjuk a kézikönyvet?)	6
1. témakör: A turisztikai erőforrások földrajzi alapjai, a turisztikai erőforrás és a termék kapcsolata.....	7
1.1. A témakör oktatásának célja.....	7
1.2. A témakör kifejtése	7
1.3. Esettanulmány: Az Őrség erőforrásainak turisztikai hasznosítása.....	9
1.4. Összefoglalás	10
1.5. Ellenőrző kérdések	10
1.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	11
2. témakör: A turizmus földrajzi terei	12
2.1. A témakör oktatásának célja.....	12
2.2. A témakör kifejtése	12
2.2.1. Turisztikai nagyrégiók, régiók a Földön	13
2.3. Esettanulmány: A Balaton jelene és jövője	15
2.4. Összefoglalás	16
2.5. Ellenőrző kérdések	16
2.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	16
3. témakör: A turizmus által hasznosítható erőforrások fogalma, köre és típusai	26
3.1. A témakör oktatásának célja.....	26
3.2. A témakör kifejtése	26
3.2.1. Közjavak, mint erőforrások a turizmusban	27
3.2.2. Szabad javak, mint erőforrások a turizmusban.....	28
3.3. Esettanulmány: A Kalinyingrádi terület turizmusa.....	28
3.4. Összefoglalás	29
3.5. Ellenőrző kérdések	30
3.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	30
4. témakör: Természeti értékek és erőforrások turisztikai hasznosítása.....	32
4.1. A témakör oktatásának célja.....	32
4.2. A témakör kifejtése	32
4.2.1. Abiotikus elemek.....	34

4.2.2. Biotikus elemek	34
4.3. Esettanulmány: A Plitvicei-tavak Nemzeti Park menedzselése.....	35
4.4. Összefoglalás	36
4.5. Ellenőrző kérdések	36
4.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	36
5. témakör: Társadalmi-kulturális értékek és erőforrások turisztikai hasznosítása.....	38
5.1. A témakör oktatásának célja.....	38
5.2. A témakör kifejtése	38
5.2.1. Humán erőforrás, helyi lakosság.....	38
5.2.2. Kulturális erőforrás.....	39
5.2.3. Infrastrukturális erőforrások.....	40
5.3. Esettanulmány: „Szegénységpárti” avagy „Pro-poor” turizmus	40
5.4. Összefoglalás	41
5.5. Ellenőrző kérdések	42
5.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	42
6. témakör: A turizmus hatásai a természeti környezetre	43
6.1. A témakör oktatásának célja.....	43
6.2. A témakör kifejtése	43
6.2.1. A turizmus hatásainak jellege, csoportjai.....	43
6.2.2. Hatások a természeti környezetre	44
6.3. Esettanulmány: A Tisza-tó környezeti állapota a turizmus fellendülését követően	48
6.4. Összefoglalás	49
6.5. Ellenőrző kérdések	49
6.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	50
7. témakör: A turizmus hatása a mesterséges (épített) környezetekre.....	52
7.1. A témakör oktatásának célja.....	52
7.2. A témakör kifejtése	52
7.3. Esettanulmány: A turizmus hatása a Machu Picchu-ra.....	54
7.4. Összefoglalás	54
7.5. Ellenőrző kérdések	55
7.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	55
8. témakör: A turizmus hatásai a társadalmi-kulturális környezetre	56
8.1. A témakör oktatásának célja.....	56
8.2. A témakör kifejtése	56
8.2.1. Teherbíró-képesség a turizmusban.....	58
8.3. Esettanulmány: A megújuló Városliget	59

8.4. Összefoglalás	61
8.5. Ellenőrző kérdések	61
8.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	61
9. témakör: A fenntartható fejlődés fogalma és jelentősége a turizmusban	63
9.1. A témakör oktatásának célja	63
9.2. A témakör kifejtése	63
9.3. Esettanulmány: Fenntartható turizmus az Abaúj-térségben	65
9.4. Összefoglalás	66
9.5. Ellenőrző kérdések	66
9.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	66
10. témakör: Fenntartható erőforrás-felhasználás a turizmusban	68
10.1. A témakör oktatásának célja	68
10.2. A témakör kifejtése	68
10.2.1. Természeti értékek és erőforrások fenntartható turisztikai hasznosítása	69
10.3. Esettanulmány: Szállodai fenntarthatóság Madridban	70
10.4. Összefoglalás	71
10.5. Ellenőrző kérdések	71
10.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	72
11. témakör: A turizmus XXI. századi várható trendjei	73
11.1. A témakör oktatásának célja	73
11.2. A témakör kifejtése	73
11.3. Esettanulmány: A turizmus 2023-ban	75
11.3.1. 1. forgatókönyv: „Szárnyaló gazdaság, virágzó idegenforgalom”	75
11.3.2. 2. forgatókönyv: „Megosztva és félelemben”	76
11.3.3. 3. forgatókönyv: „Az elitek repülővel, a tömeg vonattal”	76
11.3.4. 4. forgatókönyv: „Radikális szén-dioxid kibocsátás csökkentés”	77
11.4. Összefoglalás	79
11.5. Ellenőrző kérdések	79
11.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	79
12. témakör: A turizmus jövőbeni, extrém terei	82
12.1. A témakör oktatásának célja	82
12.2. A témakör kifejtése	82
12.2.1. A világűr, mint extrém turisztikai desztináció	83
12.3. Esettanulmány: Megtalálható extrémítások a turizmusban	83
12.3.1. „Dark” turizmus, katasztrófaturizmus	83
12.3.2. Furcsa éttermek és szállodák	84

12.4. Összefoglalás	85
12.5. Ellenőrző kérdések	85
12.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom	86
13. Összefoglalás	87
14. Áttekintendő anyagok	88
14.1. Ajánlott szakmai irodalom	88
14.2. Ajánlott honlapok.....	93

Bevezető

A turizmus összetettségére, hatásainak és jellegének inter- illetve transzdiszciplinaritására már tucatnyi bizonyíték, tudományos kutatás és eredmény alapoz; egyre több területen tevékenykedő tudós, oktató foglalkozik vele. A turizmus egyik bázisát maguk a látnivalók képezik, melyeket a közgazdaságtan nyelvezetéből kölcsönözve erőforrásoknak is neveznek. Gazdasági, társadalmi, természeti, környezeti, kulturális, földrajzi erőforrások, mely felsorolást a végtelenségig lehetne folytatni.

Jelen tankönyv egy átfogó, összegző ismeretcsokrot kíván az Olvasói kezébe adni, amely az elmúlt évtizedek kutatásaiba enged bepillantást, összegzi az ismereteket, esettanulmányokkal egészíti ki azokat. Az erőforrások jellege, természete, összetétele és megjelenési formája alapján csoportokat képez közöttük, majd megmutatja, hogy milyen kontextus alakul ki a turizmus és az azt kiszolgáló erőforrások között, és hogy milyen hatással vannak ezek egymásra. Minden tanegység egy kapcsolódó esettanulmánnyal zárul, amelyet hazai és nemzetközi irodalmakból vegyesen válogattak össze a szerzők, a minél szélesebb látókör biztosítása céljából.

A tárgy oktatásának célja

A tantárgy a turisztikai ismeretek alapját jelenti, segít a jövő szakembereinek a rendszer szintű gondolkodás kialakításában, az ismeretek horizontális és vertikális elkülönítésének gyakorlatában és az összefüggések megtalálásában. A fenntarthatóság, mint vezérelv átszővi a tankönyv egészét, két önálló egység is foglalkozik a kérdés elméleti hátterével és gyakorlati tudnivalóival. A tantárgy oktatását követően a hallgatók képesek lesznek rendszerekben gondolkodni, modelleket alkotni és elemezni a turizmus rendszerével és működésével összefüggésben, illetve tudni fogják, hogy mely témakör kíván jóval mélyebb elméleti megalapozást, mely témakör kutatott alaposan és mely témakör kevésbé.

Tanulási javaslatok (hogyan használjuk a kézikönyvet?)

A tankönyv a témaköröket, oktatási egységeket a szemeszter időbeosztásához igazodva tagolja, azonban a téma összetettsége miatt a részletes kutatási eredményeket, a szerteágazó kapcsolódó szakirodalmat ismertetni nem képes. A hallgatók – az ajánlott irodalmak és a hivatkozások segítségével – sokszor egyénileg is a kifejtett téma nyomába kell eredjenek, meg kell vizsgálják a legújabb eredményeket, böngészni a jelen tankönyvben csak megemlített korábbi kutatásokat.

A tankönyv az elméleti tartalmat esetenként képi anyaggal, térképekkel, ábrákkal egészíti ki, melyeket a fejezetek végén talál az Olvasó, de a szövegben folyamatos hivatkozás van rájuk. A fejezetekben konkrétan hivatkozott és felhasznált források a fejezet végén, az előfordulás sorrendjében találhatóak, azonban azok számára, akik bele kívánnak mélyedni a témába a tankönyv legvégén számos egyéb fellelhető forrást is talál, amelyek segíthetnek a különböző tanegységek elmélyítésében.

Eger, 2015. hó nap

1. témakör: A turisztikai erőforrások földrajzi alapjai, a turisztikai erőforrás és a termék kapcsolata

1.1. A témakör oktatásának célja

A turizmus erőforrásainak bemutatása az eddig megírt turisztikai szakirodalomban meglehetősen tág spektrumú. A turizmus komplex jelenség, ezért összetevői, alkotóelemei és azok kapcsolata számos lábon áll. A természeti- társadalmi-kulturális attrakciók meglétét és menedzselését egy sor gazdasági, szociális, politikai és infrastrukturális adottság is befolyásolja, alakítja.

Az 1. témakör célja, hogy ezeknek az összefüggéseknek az alapvető térbeli mivoltát az Olvasók is meglássák, ízelítőt kapjanak a kapcsolatok mélységébe, összetettségébe. A földrajztudomány térben helyezi el a turizmust, míg az attrakciók, és a turizmusban főszerepet játszó tényezők rendszerezése és elhelyezése is jóval egyszerűbb, ha rendszerbe helyezzük azokat.

1.2. A témakör kifejtése

A földrajzi tér a turizmus egyik legfontosabb meghatározója; a kutatók, geográfusok a jelenségek megvizsgálásához, értelmezéséhez és elemzéséhez használják. Komplex, folyamatosan alakuló, formálódó tényező, amit érdemes az idő kontextusában is vizsgálni. [1/1] A turizmus által használt tér némileg eltér a földrajztudomány által leginkább vizsgált terektől, legtöbbször azokra fókuszál, ahová a turisták szívesen járnak, ahol jól érzik magukat. A társadalom révén használatba vett terekkel általában egybeesik, a funkciók (lakó funkció, szociális funkció, rekreációs funkció, stb.) keverednek még ott is, ahol dominánsan jelen vannak az utazók.

A turizmus erőforrásainak definiálása közgazdasági alapokon nyugszik, hiszen az erőforrás kifejezés elsősorban a gazdaságtudományokban játszott szerepet. A közgazdaságtan termelési tényezői (a munka, a tőke és a természeti erőforrások) közül az utóbbiakat emeli át más tudományterületre. Hagyományosan a természeti erőforrások alatt a földrajzi környezet természet elemeinek (így a talaj, az ásványvagyon, a flóra és a fauna) a földfelület egy meghatározott részén egymásra ható összességét értik a tudósok. [1/2] Ezek lehetnek megújuló (flow) és nem megújuló (stock), aminek a kutatása a környezet nagy mértékű romlásának következménye. A természeti erőforrások definíciója: „A természeti erőforrások a természeti környezetnek olyan természetes összetevői, amelyek a termelőerők, a tudomány és a technika adott színvonalán felhasználhatóak a társadalmi szükségletek kielégítésére.” [1/3] A természeti erőforrások felhasználásának a módja nagy mértékben alakult át az elmúlt évtizedekben, túllépett az ágazati kereteken és lassan a dinamikus felhasználásuk került előtérbe. Így lehet az, hogy a termálvíz, az állat- és növényfajok, a bányák, stb. manapság a turizmus színtereivé, attrakcióivá alakultak. Emellett ki kell emelni, hogy a természet erőforrása az elhelyezkedés (tengerpart, tópart), a klíma (kellemes, elviselhető hőmérséklet) de maga a napsütés is, amely a klasszikus tömezturizmus vagy 4S turizmus (sun, sea, sand, sex) alapvető összetevője. [1/4] Mára a természeti erőforrásokat és a turizmust összekapcsoló szoros kapocsként lehet értelmezni a környezet- és természetvédelmet is, amely a fenntartható turizmus megvalósulásához is vezethet ideális esetben (lásd: 9. és 10. témakör). A turizmuskutatók többsége mára a munkaerőt is erőforrásként definiálja, nevében: „humán erőforrás”, ez meg is jelenik. Erőforrás tehát a turizmusban alkalmazott munkaerő, a turizmus kialakításába vagy fejlesztésébe befektetett tőke és a természeti környezet „tálcán kínált” elemei, melyek leginkább az attrakció

részei vagy központi elemei, mint például a termélvíz-készlet hazánkban, a sziklafal, mely otthont ad egy kilátónak vagy a kihalófélben lévő állatfaj, amelyet meg lehet figyelni távcsővel, teleobjektívvel vagy akár üvegfenekű csónakból. [1/1]

A társadalmi és a természeti erőforrásoknak egyaránt vannak funkciói. Ezek a funkcionális különbségek mutatják meg a felhasználás mértékét és a környezet elemeinek az összefüggéseit. Négy típusát különböztetik meg [1/5]:

1. Hordozó funkció: a természeti tér lehetőséget, teret és anyagi alapot nyújt a különböző gazdasági tevékenységek végzésére;
2. Termelési funkció: az élő organizmusok működéséhez szükséges feltételek biztosítása (oxigén, napfény, víz);
3. Szabályozó funkció: védelem az élő szervezetek számára a külső hatások ellen (ózonréteg, hőmérséklet-klíma, biológiai kontroll);
4. Jelzőrendszeri funkciók: a természetből eredeztethető, de a társadalom és a tudomány számára hasznosítható tényezők (tájkép, állatok, geológiai formák).

A gazdaság manapság egyre több és több erőforrást igényel a természettől és a társadalomtól, azonban ez iparáganként eltérő lehet. Még a turizmus különböző típusai között is igen nagy a különbség.

A turizmus használja, felhasználja a természeti erőforrásokat, gyakran eszköze a megővésüknek, fenntartásuknak (anyagi háttér a fajmentésre, nemzeti parkok létrehozása, stb.), de az elemzések, értékelések során soha nem szabad szem elől téveszteni, hogy a turizmus alapvetően gazdasági (profitorientált) tevékenység. A földrajznak, mint tértudománynak az évszázados kutatási technikái, módszertana alkalmas arra, hogy segítségükkel mélyebben megismerhessük a turizmust, mint térbeli jelenséget. Az összefüggések, a dinamizmusok elemzése, a komplex tudományközi eredmények átültetése is könnyebb, ha a tértudomány eszközeit használjuk. *„A földrajzi tér tehát abban az értelemben, hogy a kereslet motivációi számára vonzerőt és desztinációs terméket (úticélokot) testesít meg, jól szemlélteti a terület, a környezet és a turizmus között fennálló szoros összefüggéseket és rendszer-kapcsolatokat.”* [1/6]

A turisztikai terméket legtöbbször azon a helyszínen használják, fogyasztják, ahol az erőforrások megtalálhatóak. Az erőforrásokat és azok elemeit mozdítani, szállítani a legtöbbször lehetetlen, így a fogyasztó (a turista) kényszerül helyváltoztatásra. A turizmusra ezért jóval összetettebb és specifikusabb tényezők hatnak, mint más gazdasági szektor esetében. [1/7] A vonzerők és attrakciók a földrajzi terület sajátosságain alapulnak, sokszínűek, azonban a rájuk épített turisztikai termék a legtöbbször már területileg koncentrált, jóval alacsonyabb számú. A turisztikai térben a létfontosabb szerepet az alábbi négy tényező játssza:

1. a küldő térségek funkcionális jellemvonásai,
2. a turizmus forgalma,
3. a turisztikai desztinációk térbeli morfológiája,
4. marketing és promóció.

A tényezők kiaknázása, a desztináció menedzselése, a forgalom generálása számos tényező függvénye, de a földrajzi térben az általános tapasztalat azt mutatja, hogy a legnagyobb turistaforgalmat az alábbi területek bonyolítják (és itt realizálódik a legtöbb egy főre jutó bevétel is):

- kis méretű tropikus szigetországok,
- szubtrópusi-mediterrán fekvésű, kisebb méretű államok,
- közép-európai/magashegységgel rendelkező kisállamok.

Mellettük jelentős forgalmat bonyolítanak le a „nyugati”, magas jövedelmekkel és életszínvonallal rendelkező országok, amelyek szerepe összetett, hiszen küldő- és fogadó térként is funkcionálnak. Azon országok, ahol zord, hideg éghajlat uralkodik, leginkább kibocsátó országgént vannak definiálva, bár a XXI. század utazási trendjei (11. témakör) alapján elmondható, hogy hamarosan várhatóan megnövekszik a beutazó forgalmuk is.

Turisztikai régióknak nevezzük azokat a térségeket, helyeket, ahol az adott természeti-társadalmi körülményeknek megfelelő turisztikai tevékenységek hosszabb-rövidebb történelmi távlatban kialakultak, és így a földrajzi térben kialakult egy egyedi entitás. A turisztikai régiók optimális esetben tükröződnek az ott élő lakosság és a küldő területek populációjának tudatában, identitásában is. [1/7] Turisztikai magterületnek nevezzük azokat az idegenforgalmi aktivitás szempontjából kiemelkedő térségeket, ahol – a kialakult keresleti és kínálati viszonyoknak köszönhetően – már kiforrott, valódi területi márkaként, „brand”-ként működik az adott – földrajzilag is könnyen lehatárolható – térség. [1/8]

1.3. Esettanulmány: Az Őrség erőforrásainak turisztikai hasznosítása

Az Őrség hazánk különleges vidéke, hármashatáros Ausztriával és Szlovéniával, néprajzilag, gazdaságilag és kultúrtörténetileg is egyedülálló vidék. A fazekasság, a dombos táj, a különleges állat- és növényvilág, újabban a gasztronómia mind erős turisztikai vonzerőt jelentenek. Az Őrség és térsége (Vendvidék, Rába folyó völgye) komolyabban 2002-ben írta fel magát Magyarország turisztikai térképére, amikor hazánk tízedik nemzeti parkja megalakult itt. Bár egy éven át (2007-ben) az igazgatóság összevontan működött a Balaton-Felvidéki Nemzeti Parkkal, később egyértelművé vált, hogy önállóan is képvisel akkora értéket, hogy azóta újra egy különálló, erős attrakciója a hazai turizmusnak. [1/9]

A kínálat alapvetően három turisztikai értékre épül, a *táji vonzerőkre* (egyedülálló, mozaikos tájszerkezet, szerves települések, dimbes-dombos táj), a *természeti vonzerőkre* (lomb- és fenyőerdők, kaszálók, láprétek, források és patakok, változatos állatvilág) és a *kulturális vonzerőkre* (Árpád-kori templomok, fából készült haranglábak, népi építészet, földvárak, hagyományos fazekasság, tökmagutás). A turisztikai termékek közül meghatározóak a falusi turizmus, a kerékpáros turizmus, a gasztroturizmus, a természeti turizmus, a rendezvényturizmus (különösen a kisebb népi-kulturális események), a kulturális turizmus és az ökoturizmus. A Nemzeti Park megalakulása óta az adottságokat és az erőforrásokat folyamatosan alakította csomaggá, tudatosan formálta őket. Szálláshelyek kerültek kialakításra a helyiek aktív bevonásával, Őriszentpéter turisztikai infrastruktúráját megerősítették, létrehoztak egy határon átnyúló programot, az Őrállók Útját, programokat, fesztiválokat szerveztek. 2007-ben az Őrség lett Magyarország legjobban fejlődő vidéki desztinációja, melyet részben egyedi vonzerőinek is köszönhetett, de különösen annak, hogy ezeket a gazdag kínálati elemeket a térség turizmusában érdekelt turisztikai kínálattá, csomaggá tudták alakítani. Az Őrségi Natúr Termék Védjegy minősítés, az Őrségi Natúrpark Egyesület létrehozása, a Természetesen Őrség nevű szakmai program és egy sor egyéb kezdeményezés bizonyította azt az erős akaratot, aminek a gyümölcse beérett. A természeti és kulturális örökségek védelme, a bevételek helyben tartása és a kis lépték mind a fenntarthatóság elveinek a gyakorlati megnyilvánulását bizonyítja a térségben.

A kereslet leginkább fiatalokból, családokból, aktív szeniorokból áll, akiket célzott marketinggel igyekeznek a régióba vonzani, az Őrség ezért azokon a rendezvényeken van aktívan jelen, ahol el tudja őket érni (turisztikai és kulturális kiállítások, vásárok; hagyományos média és elektronikus média). A hagyományos „Őrség arculat” mellett a kiválasztott célcsoportoknak más és más üzenetet közvetít a marketing [1/10]:

- Családok számára: biztonságos, gyermekbarát környezet, szekértúrák, jelzett turistautak;
- Ifjúság: megfelelő árú és minőségű ifjúsági szállások, aktív programok, erdei iskolák;
- Kerékpárosok: megfelelő kerékpáros háttérinfrastruktúra (szerviz, jelzett utak), kerékpáros pihenők és vendéglátóhelyek;
- Szenior korosztály: nyugodt, csendes környezet, szervezett buszos és szekértúrák, gasztronómiai élmények.

A megvalósult turisztikai fejlesztések száma folyamatosan nő, az elmúlt években határon átnyúló programokat, természetvédelmi feladatokat, élőhely-rekonstrukciót, és kulturális értékmegőrzést bonyolítottak le, hajtottak végre a vidéken. Folyamatban van emellett mezőgazdasági fejlesztés, további fajok védelmének a megerősítése és a Nemzeti Park további programjainak a kivitelezése is. [1/11] A 2014-2020-as költségvetési-tervezési időszak kiemelt feladatának tartják, hogy a munkaigényes ágazatokat tovább fejlesszék (feldolgozóipar, kertészet, állattenyésztés), aminek a turisztikai hasznosítása is újabb attrakciók megszületéséhez, a vonzerők körének kiszélesítéséhez vezet. Legkisebb nemzeti parkunk ezután egy tervezett módon üzemelő, tudatosan fejlődő egységként jelenhet meg a nemzetközi és hazai kínálat szerves részeként.

1.4. Összefoglalás

A turizmus alapvetően a földrajzi térben definiálható és értelmezhető. Erőforrásai szorosan kapcsolódnak az adott térség társadalmi-kulturális és környezeti adottságaihoz, melyek között ezernyi kapcsolódási pontot meg lehet nevezni. Az erőforrások gazdasági funkcióin túl a turizmus számos alternatív megközelítést is megengedhet magának a jelenség összetettsége miatt.

Az erőforrások értékelésének és osztályozásának mindezért számos módja létezik, hátterét a tudományos irodalom sokszor nem egységesen kezeli. A turizmus számára minden erőforrás máshogyan jelentkezhetsz, attrakciótól, helyszíntől, desztinációtól függően eltérhet. A vonzerők jellege, a turisztikai élmény mélysége csak rendszerben vizsgálható, amelynek gerincét az erőforrások tudatos megválasztása, egymáshoz illesztése és tudatos, fenntartható hasznosítása is befolyásol.

A turizmus gyors és folyamatos változása gyakran változtatja az erőforrások erősségét, a jelentőségüket is. Így az egyik desztinációban domináns erőforrás (tengerpart) a másikon csak járulékos tényező (tájképi elem) egy jóval vonzóbb kulturális örökség mellett. A vizsgálatokat ezért mindig összetett mivoltukban érdemes megkezdni, a rendszerszemlélet a turizmusban kiemelt szerepet kap.

1.5. Ellenőrző kérdések

1. Hogyan kapcsolódik a földrajzi tér a turizmushoz?
2. Hogyan értelmezi és csoportosítja a szakirodalom az erőforrásokat?
3. Milyen erőforrásokat hasznosít a turizmus?
4. Mely erőforrások rendelkeznek a legnagyobb turisztikai vonzerővel?
5. Milyen típusú erőforrásokkal rendelkezik az Őrség és hogyan hasznosította azokat?

1.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[1/1] Michalkó Gábor: Magyarország modern turizmusföldrajza. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, 2007

[1/2] Magda Róbert (szerk.): A magyarországi természeti erőforrások gazdaságtana és hasznosítása. Mezőgazda Kiadó, Budapest, 2001

[1/3] Rétvári László (szerk.): Kiinduló helyzetkép természeti erőforrásainkról és azok hasznosításáról. MTA FKI. Elmélet-módszer-gyakorlat. 27. Budapest, 1983

[1/4] Dávid Lóránt (szerk.) – Vargáné Dr. Csobán Katalin – Kovács Gyöngyi – Dr. Vasa László: TURIZMUSÖKOLÓGIA Zöldülő turizmus – Fenntartható turizmusfejlesztés. Szaktudás Kiadó Ház Budapest, 2012

[1/5] De Groot, R.S.: Functions of Nature: evaluation of nature in environmental planning, management and decision-making. Wolters Noordhoff BV, Groningen, the Netherlands, 1992

[1/6] Martínez, José Luis: A turizmus területi erőforrásai, kézirat – Gyöngyös-Pécs, 2001

[1/7] Dávid Lóránt (szerk.); Jancsik András; Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 2007

[1/8] Csapó János; Jónás-Berki Mónika: Dél-Dunántúl. Pécsi Tudományegyetem: Magyarország turisztikai régiói. Kempelen Farkas Hallgatói Információs Központ. 2011. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Magyarország_idegenforgalmi_regioi/ch10s04.html

[1/9] https://hu.wikipedia.org/wiki/%C5%90rs%C3%A9gi_Nemzeti_Park

[1/10] Natúrpark Térségfejlesztési Közhasznú Társaság: Magyarország legjobban fejlődő vidéki desztinációja: Őrség, 2007.

<http://eden.itthon.hu/documents/1353621/1359519/OrsegHU.pdf/35348b9b-0c7e-41b0-8bf2-5a7f43312362>

[1/11] <http://www.orseginemzetipark.hu/hu/info/fejleszteseink/folyamatban-levo-projektek/index.html>

2. témakör: A turizmus földrajzi terei

2.1. A témakör oktatásának célja

A turizmus kutatásának egy nagyon érdekes területe a turizmus térbeli folyamatainak megismerése, modellezése. A geográfiai-földrajzi terek összetettsége, interdiszciplinaritása egy fiatal tudományágat, a regionális tudományt hívta életre az 1900-as évek második felében. A turista által tapasztalt térbe komplex módon beletartozik a természeti környezet, a városi térség, az épített értékek és a falusi/rurális tér. Hogy melyiknek mi a szerepe, melyik tud az élmény főszereplőjévé nőni, mit és hogyan kell vagy lehet fejleszteni, ahhoz az egész jelenséget kell vizsgálni. Néha nem lehet meghúzni a határt az országhatárnál, egy folyónál vagy egy hegyláncnál. Néha a desztinációkat, attrakciókat a földrajzi terükkel együtt kell vizsgálni, ami egy összetett személelmódot követel meg.

A 2. témakör a Föld turisztikai tereinek vizsgálatát alapozza meg, bemutatva azt, hogy az egységek, régiók, desztinációk mérete legtöbbször nem jelenti kizárólagosan a vizsgálat alapját.

2.2. A témakör kifejtése

A turizmus területi jegyeinek vizsgálata során fel kell mérni a küldő és a fogadó terek összes jellemzőjét, és ezek egymással fenntartott viszonyait. Ilyen tényező lehet pl. a köztük lévő fizikai távolság, ami mérhető kilométerben, órában és pszichés tényezők alapján is. Fontos vizsgálni az utazás körülményeit, a desztináció jellemzőinek sorát, ami megadhatja a turisztikai tevékenység területi megoszlását. Az összefüggéseket lehet a térbeli tényezők alapján (távolság, földrajzi helyzet) értékelni, lehet környezeti tényezők (természeti, kulturális) tekintetében, de lehet dinamikus módon (gazdasági faktorok bevonása) is elemezni. Aubert (2005) a turisztikai teret és a szabadidős térstruktúrát ábrázolta [2/1], amiben a meghatározó faktorok az eltöltött idő hossza és a földrajzi távolság voltak az elemzés alapvető faktorai. (1. ábra) Látható, hogy a rövid, rekreációs célú utazásoknak és a turisztikai célú utak ugyan eltérő léptékűek és minőségűek, mégis van egy közös metszetük, ami az UNWTO kategorizálása alapján is a turizmus tárgykörébe sorolandó.

A turizmus megjelenésének és fejlődésének nyomon követése során egyértelműen bizonyítható, hogy új gazdasági tér jelenik meg, ami lassan megmutatja a turizmus rendszerének összes elemét. Hamar kimutathatóak ebben a rendszerben azok az elemek, amik megkülönböztetik egymástól a desztinációkat, földrajzi tereket. Martínez (2006) a turisztikai tereket az alábbi növekvő sorrendbe állította. A lista alapján egyre szűkül a turisztikai fogyasztói döntés. A szerző megfogalmazása alapján a területet/desztinációt az utas az imázsa alapján választja ki, azonban a konkrét szolgáltatót a számszerűsíthető teljesítménye alapján. A földrajzi terek csökkenő sorrendje ezek alapján:

- Kontinens,
- Ország,
- Régió,
- Térség,
- Település,
- Resort/Szolgáltató. [2/2]

2.2.1. Turisztikai nagyrégiók, régiók a Földön

A turisztikai régiók általában nagyságrendi sorrendben alakulnak ki, minden szinten kijelölve a megfelelő társadalmi szféra jellemző szereplőit. Néhány évtizede a turisztikai szakirodalom három nagyrégiót ismert, három tenger övezte medencét, amely nagyon erős turisztikai vonzerővel bírt. A három medence: az Európa-Földközi tengeri; az Észak-Amerika-Antillai-medence és a Közép-Amerika-Karibi-medence; valamint a Kelet-Ázsiai- és Csendes-óceáni-medence alkotja a világ „három nagy vakációs tavát”. [2/3] A turisztikai terek kialakulásában minden esetben megfigyelhető az erős belföldi/regionális mobilitás, hiszen amely terület a helyi lakosság számára vonzó, az hamar a távolabb régiók lakosainak is az lesz. A térképen ábrázolva a makrotereket, erős asszimetria jelentkezik, hiszen a harmadik világ szereplői jóval később kapcsolódtak be a világturizmusba. A turizmus II. világháborút követő fejlődése a gazdasági terek fejlődésével párhuzamosan ment végbe, a fizikai és pszichológiai távolság csökkenésével, tehát a „Föld összezugsugorodásával”. A 2. ábrán látható, hogy az UNWTO mely turisztikai nagyrégiókat állapított meg, statisztikáit a mai napig ilyen felosztásban közli. A térkép kiegészítéseképp látható, hogy az ezredforduló modern turizmusa milyen mobilitási zónákat eredményezett. [2/4]

Az utazások számában a mai napig kiemelkedő Európa szerepe, az áramlás iránya még mindig a Földközi-tenger felé mutat, bár már nem annyira egyértelműen, mint néhány évtizeddel ezelőtt. A 3. ábra mutatja meg, hogy 2012-ben a globális turizmus bővülése 4%-os volt, illetve a nemzetközi turistaérkezések döntő többsége még mindig Európába irányul. A 4. grafika számtalan adatot tartalmaz, jól illusztrálja, hogy hová összpontosul a nemzetközi tömegturizmus, mely régióban mekkora a jelentősége a helyi lakossághoz viszonyítva. A térkép kiegészül kis piros csillagokkal, amelyek a tömeges turizmus egyik árnyoldalának, a szexturizmusnak a megjelenési pontjait mutatják.

Az UNWTO beosztásánál kisebb léptékű, de még mindig hatalmas turisztikai tereket bemutató (5. ábra) régióbeosztást készítettek turizmusföldrajz-kutatók, amelynek a tudományos alapját a nemzetközi, a belföldi érkezések, a földrajzi adottságok és a turizmus megjelenési formáinak hasonlósága alapján alakítottak ki.

A 6. ábrán láthatóak a leglátogatottabb országok. A nemzetközi turistaérkezések 2012 óta meghaladják az 1 milliárdot, a szám 2014-ben már elérte a 1,138 milliárdot, ami 4,7% növekedést (51 millióval több turistát) jelentett 2013-hoz képest. [2/5] A leglátogatottabb országok sorrendje:

1. Franciaország,
2. Amerikai Egyesült Államok,
3. Spanyolország,
4. Kína,
5. Olaszország,
6. Törökország,
7. Németország,
8. Egyesült Királyság,
9. Oroszország,
10. Mexikó.

Európa és az EU statisztikái, turistaérkezései újabb összetett kérdéskör, hiszen a Schengeni határok, az új csatlakozók korábbi statisztikáinak hiánya igen megbonyolítja a hosszú távú, visszamenőleg is biztos elemzések kivitelezését, azonban a 7. ábra tanulsága alapján egyértelműen megállapítható, hogy a Mediterráneum turizmusa mellett számos olyan NUTS-2 régió van Európában, ahol kiemelkedően magas a vendégéjszakák (tehát a turisták) száma. Jeleskednek az Alpesi területek és a fővárosok.

A statisztikák szerint a leglátogatottabb városok között évtizedek óta tartja magát London, Párizs, Barcelona és Isztambul [2/7]. A látogatószámok a különféle attrakciók esetében is érdekesek,

hiszen egy nagyon vonzó intézmény, látványosság meghatározhatja az egész város vagy régió turizmusát. Az 1. táblázatban felsorolásszerűen kerül ismertetésre Európa leglátogatottabb attrakcióinak sora. [2/8]

1. táblázat – Európa legnépszerűbb attrakciói

Város/Régió	Attrakció	Éves látogatószám (fő)
Isztambul	Nagy Bazár	15.000.000
Párizs	Notre Dame Katedrális	13.650.000
Franciaország, Marne-völgy	Disneyland Park	10.500.000
Párizs	Sacré Coeur Bazilika	10.500.000
Párizs	Louvre Múzeum	8.500.000
Róma, Vatikán	Szt. Péter Bazilika	7.000.000
Róma	Colosseum	6.900.000
Párizs	Eiffel-torony	6.700.000
Köln	Kölni Dóm	6.000.000
Lourdes	Lourdes-i Miasszonyunk Kápolna	6.000.000
Rotondo (Olaszország)	Santa Maria delle Grazie-templom	6.000.000
Versailles	Versailles-i Kastély	5.900.000
London	British Múzeum	5.850.000
Velence	Szent Márk Bazilika	5-6 millió

Forrás: <http://www.travelandleisure.com/slideshows/europes-most-visited-tourist-attractions/2>

Magyarországon kilenc turisztikai régió található, kínálatuk, karakterük egymástól jól elhatárolható. Még 2000-ben lettek meghatározva, kijelölve, területük némileg eltér a hazánkban használatos statisztikai régióktól. [2/9] A legnagyobb különbség, hogy a Balaton és a Tisza-tó különálló egységként szerepel, esetükben nem a megyei besorolás adja az alapot. A 8. ábrán láthatóak a régió határai és a nevük is, mely besorolást az idegenforgalmi statisztikákban a mai napig használják.

A magyarországi turizmust földrajzi koncentráció jellemzi: az összes vendégéjszaka 69,1%-a a Budapest–Közép-Dunavidék, a Balaton és a Nyugat-Dunántúl régióban realizálódik és erős szezonális jellegű: az összes vendégéjszaka 14,9%-a júliusban, 16,0%-a augusztusban valósul meg. A külföldi vendégéjszakák száma kissé egyenletesebben oszlik el, mint a belföldi vendégéjszakáké. A 9. ábrán látható a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma turisztikai régióként (v = vendég, véj = vendégéjszaka). [2/10] Budapest (1. helyezett a leglátogatottabb városok listáján) után a fürdővárosok (Hévíz: 2., Hajdúszoboszló: 3., Bük: 5., Sárospatak: 7., Zalaegerszeg: 8.) és a Balaton parti települések (Siófok: 4., Balatonfüred: 6.) a legnépszerűbbek a turisták körében.

2.3. Esettanulmány: A Balaton jelene és jövője

A Balaton kiemelt üdülőkörzet, turisztikai régió, hazánk második legerősebb vonzereje. Tudatos fejlesztése létfontosságú Magyarország turizmusa számára, ezért tucatnyi fejlesztési dokumentum is készült az elmúlt időszakban. Települési szintű, desztinációs menedzsment szintű, megyékre vonatkozó és régiós földrajzi lehatárolásúak, illetve eltérő időtávra (általában az EU tervezési időszakaihoz igazodva) készülnek. A korábbi tervezési irányok hasonlóságai, eltérései két különböző stratégia elemzésével kerülnek bemutatásra.

A nemrég lezárult 2007-2013-as időszak Balaton Régió Fejlesztési Stratégiája nevű dokumentumot 2005 decemberében készítették el. [2/11] Ekkor azt a célt tűzték ki, hogy 2013-ra a Balaton a természetesség és a magas életminőség közép-európai mintarégiója lesz. Vonzó életminőségről, stabil környezeti állapotról, modell értékű fenntartható területi rendszerekről készítettek víziót. A „Gyógyító Balaton” régióját szerették volna megvalósítani a klímára, gyógyvízre, természetre alapozva. A társadalom tagjai használják a XXI. század vívmányait, a megtermelt javak a régióban maradnak és nincsenek térségen belüli jövedelmi különbségek. A turizmus fejlesztésének fő irányait az egész éves látnivalók körének a bővítésében illetve a turizmus területi szétterjesztésében, tehát a tótól távolabb eső települések bevonásában látták.

A válság nem volt betervezve, annak közvetlen és közvetett hatásai visszavetette a turizmust világszerte. Hazánkban ezt a turizmus csak 2012-re heverte ki, de a fejlődés – szinte minden területen – megtört. A Balatoni régió településeit a Központi Statisztikai Hivatal part menti (51 db) és háttértelepülésekre (128 db) osztja. A 2014 augusztusában kiadott jelentésében [2/12] ismertette, hogy az egész régióra érvényes az országosan is jelentkező népességcsökkenés, még átlagában is, holott a part menti települések népessége nő, de a háttértelepüléseké drasztikus mértékben csökken. Jellemző az előregedés is a térségre: az országos átlagnál alacsonyabb a gyermekkorúak és magasabb az időskorúak aránya. A part menti településeken a statisztika szerint 4-5-szörösére is nő az ott tartózkodók száma a főszezonban, de a háttértelepüléseknél ez az arány elhanyagolható. Érdekesség, hogy a térségben élők munkaerő-piaci részvétele alacsonyabb az országos átlagnál és a foglalkoztatottak közel fele ingázik nagyobb városokba vagy külföldre. Szomorú, de sajnos a Balaton üdülőkörzet lakossága valamivel kedvezőtlenebb jövedelmi helyzetben van az országos átlaghoz képest, a part menti települések közül mindössze öt haladja meg az országos átlagot. Megnőtt a gyermek nélküli családok száma, csökkent a gyerekek száma, így a demográfiai kép sem túl pozitív. Az idegenforgalommal foglalkozók aránya követi az országos trendeket, a turisztikai vállalkozások száma 2011-ben és 2012-ben is csökkent. Összességében tehát elmondható, hogy az üdülővezet társadalma a számos megvalósult fejlesztés, turisztikai beruházás ellenére sem produkálta a 2005-ben megfogalmazott célokat.

Ismerve a jelenlegi helyzetet, 2014-ben elkészült egy újabb hosszú távú terv, a Balaton Kiemelt Térség Fejlesztési Programja [2/13]. „Balaton, a természetesség és a magas életminőség egységes közép-európai mintarégiója!” A megteremtendő jövőkép alappillérei a következők:

- Természetesség,
- Megújuló képesség,
- Egészség,
- Fenntarthatóság.

A tervek eléggé összecsengenek a 2005-ben megfogalmazottal, hiszen cél, hogy a háttértelepülések fejlődésnek induljanak, javuljanak a helyiek életfeltételei, a térség gazdasága innovatív módon újuljon meg, fenntartható környezet- és tájhasználat érvényesüljön. A dinamizálás, az egész éves munkalehetőségek kiemelt feladatként szerepelnek. A turizmus fejlesztésében a cél a vendégéjszakák további növelése, a tartózkodási idő hosszának emelése, és a szolgáltatásokkal való elégedettség fokozása. Utóbbi új elem, de nagyon fontos, hiszen számos támadás éri a balatoni

turizmus minőségét is. Prioritást élveznek a jövőben az exkluzív jellegű szolgáltatások fejlesztése, a parttól távolabbi településeken a meglévő természeti értékekre, kulturális örökségre építő adottságok fenntartható kihasználásával megvalósuló és az egész éves szolgáltatást nyújtó (pl. rendezvények és konferenciák, egészségturizmus, kerékpározás, természetjárás) fejlesztések.

A stratégia előrevetíti a Nyugat-Európában már élő tendenciát, miszerint az idősebb korosztály hosszabb időre, akár fél évre is második lakásokat fog fenntartani a Balaton mellett, és azt választja ideiglenes lakhelyként. Ehhez szükséges az egészségügyi, szociális, rekreációs, kulturális szolgáltatások további fejlesztése. A marketingkommunikáció a szezonon kívüli időszakokra fog fókuszálni, illetve hangsúlyossá válik az egészségipar a térségben. A fenntartható jövőképbe tartozik a települési képek egységesítése, az illegális építések és tevékenységek elfojtása, a települési együttműködések erősödése is. A stratégia megvalósulására meglehetősen sok idő áll még a szakma rendelkezésére, remélhetőleg 2030-ban csak ki kell pipálni sorban a megvalósult alpontokat.

2.4. Összefoglalás

A turizmus és a regionalitás kérdése az egyik legérdekesebb kutatási alapot jelenti, hiszen minden vizsgálat földrajzi alapját meghatározza. A jelenségek más és más arcukat mutatják, ha települési, régiós vagy országos szinten tekintjük őket. A turisztikai terek méretét lehet gazdasági, földrajzi, társadalmi és számos egyéb oldalról vizsgálni, de mindig érdemes megtalálni a vizsgált jelenséghez megfelelő léptékű és méretű földrajzi teret, hogy hiteles eredményeket kapjon a kutató.

A 2. témakör során több lépték is felsorolásra került, az UNWTO besorolásától kezdve a magyar kiemelt üdülőkörzetig. A desztináció sajátosságait, a fenntarthatóság megvalósításának szükséges méretét mindig a maga földrajzi háttérével együtt érdemes megfigyelni, megtervezni, hogy az sikeres legyen.

2.5. Ellenőrző kérdések

1. Milyen összefüggések vannak a szabadidős terek és a turisztikai terek között?
2. Milyen léptékekről beszélhetünk, ha a turisztikai földrajzi tereket elemezzük?
3. Mi alapján lesz valami turisztikai régió?
4. Mi határozza meg a turisztikai régió elhatárolását Magyarországon és Európában?
5. Mi jellemezte a Balaton turizmusát az elmúlt évtizedekben és mi a jövője?

2.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[2/1] Aubert Antal: Magyarország idegenforgalma, Szakkönyv és atlasz – Cartographia Tankönyvkiadó Kft. 2006., Budapest, 2005

[2/2] Martinez, José Luis: A turizmus területi erőforrásai I. Károly Róbert Főiskola, Gyöngyös, 2006

[2/3] Dávid Lóránt (szerk.); Jancsik András; Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 2007

[2/4] Burton, Rosemary: Travel Geography. Longman Publishing, London, 2000

[2/5]

http://www.turizmusonline.hu/kulfold/cikk/tavaly_is_jelentosen_nott_a_nemzetkozi_turistaerkezes_ek_szama

[2/6] Peeters, Paul; Landré, Martin: The Emerging Global Tourism Geography—An Environmental Sustainability Perspective. NHTV Breda University of Applied Sciences, 2011.
<http://www.mdpi.com/2071-1050/4/1/42/html>

[2/7]

<http://www.travelersdigest.com/6230-ten-most-visited-cities-in-the-world/>;
<http://www.cnn.com/2015/06/03/most-popular-cities-for-tourists-in-2015.html>

[2/8] <http://www.travelandleisure.com/slideshows/europes-most-visited-tourist-attractions/2>

[2/9] Mt. ZRt. – Turizmus Magyarországon 1990-2002.

<http://neta.itthon.hu/download.php?docID=165>

[2/10] Mt. ZRt. – Turizmus Magyarországon 2014 – Előzetes adatokkal.

http://itthon.hu/documents/28123/8118959/StatElo_2014_HU_oldalankent.pdf/dda853ce-c385-4fa3-ac56-1c271ee102ca

[2/11] Balatoni Fejlesztési Tanács: Balaton Régió Fejlesztési Stratégiája 2007-2013. Vital Pro Kft. 2005

[2/12] Központi Statisztikai Hivatal: A Balaton Üdülőkörzet társadalmi helyzetképe. 2014.

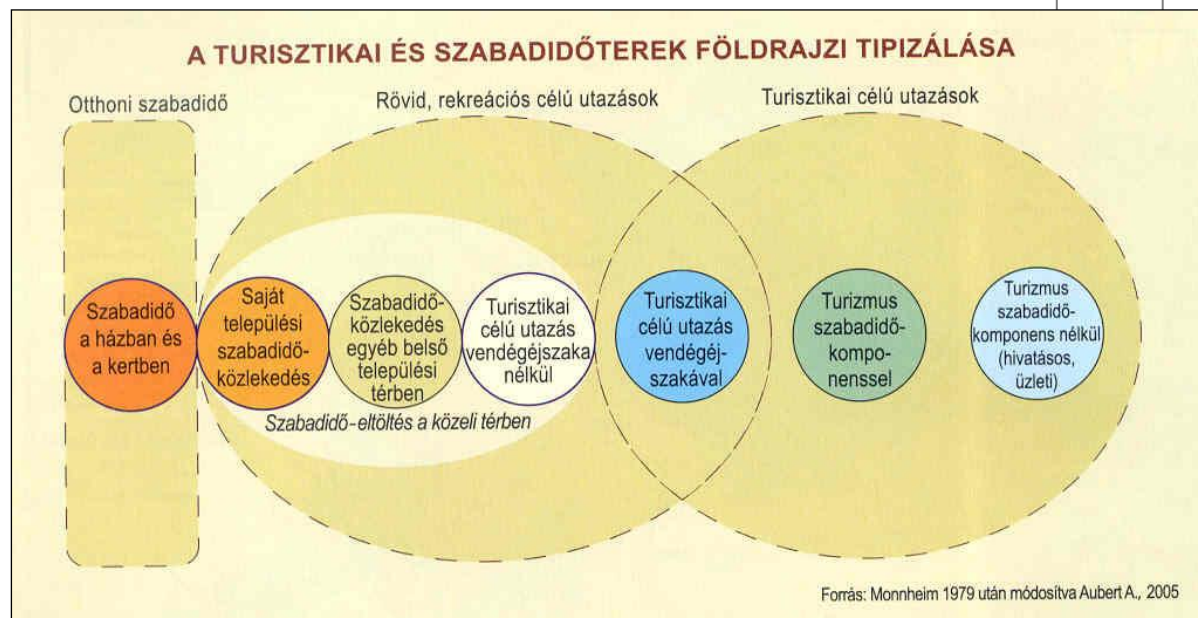
<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/balatontarsadalmi.pdf>

[2/13] Balaton Fejlesztési Tanács: Balaton Kiemelt Térség Fejlesztési Programja. Konceptió 2014-2030. 2014.

http://www.balatonregion.hu/files/bft/download_files/985/Balaton_Koncepcio_2014_10_30.pdf

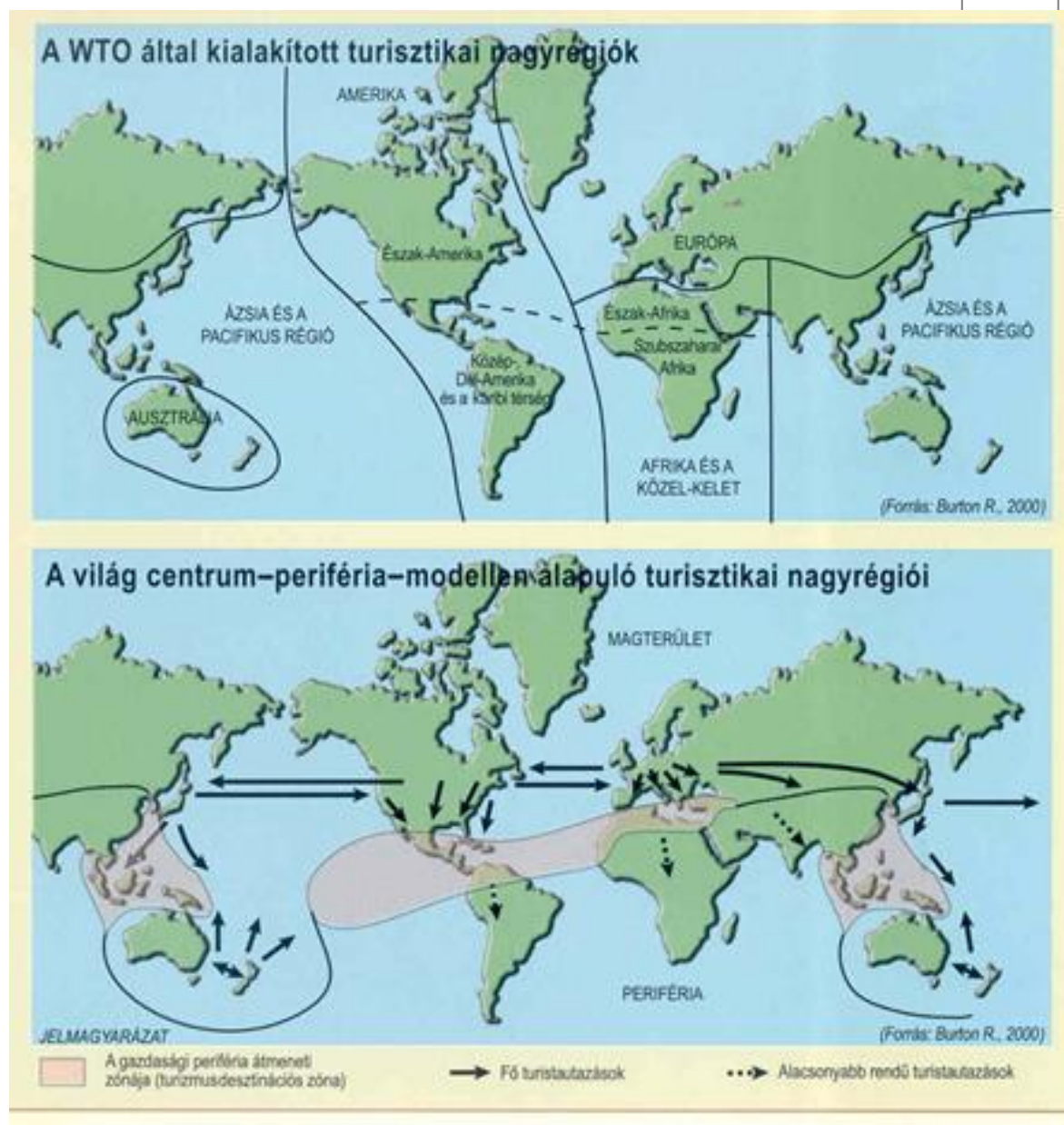
A fejezetben hivatkozott ábrák

1. ábra – A turisztikai és a szabadidős terek földrajzi ábrázolása



Forrás: Aubert, 2005

2. ábra – Turisztikai nagyrégiók



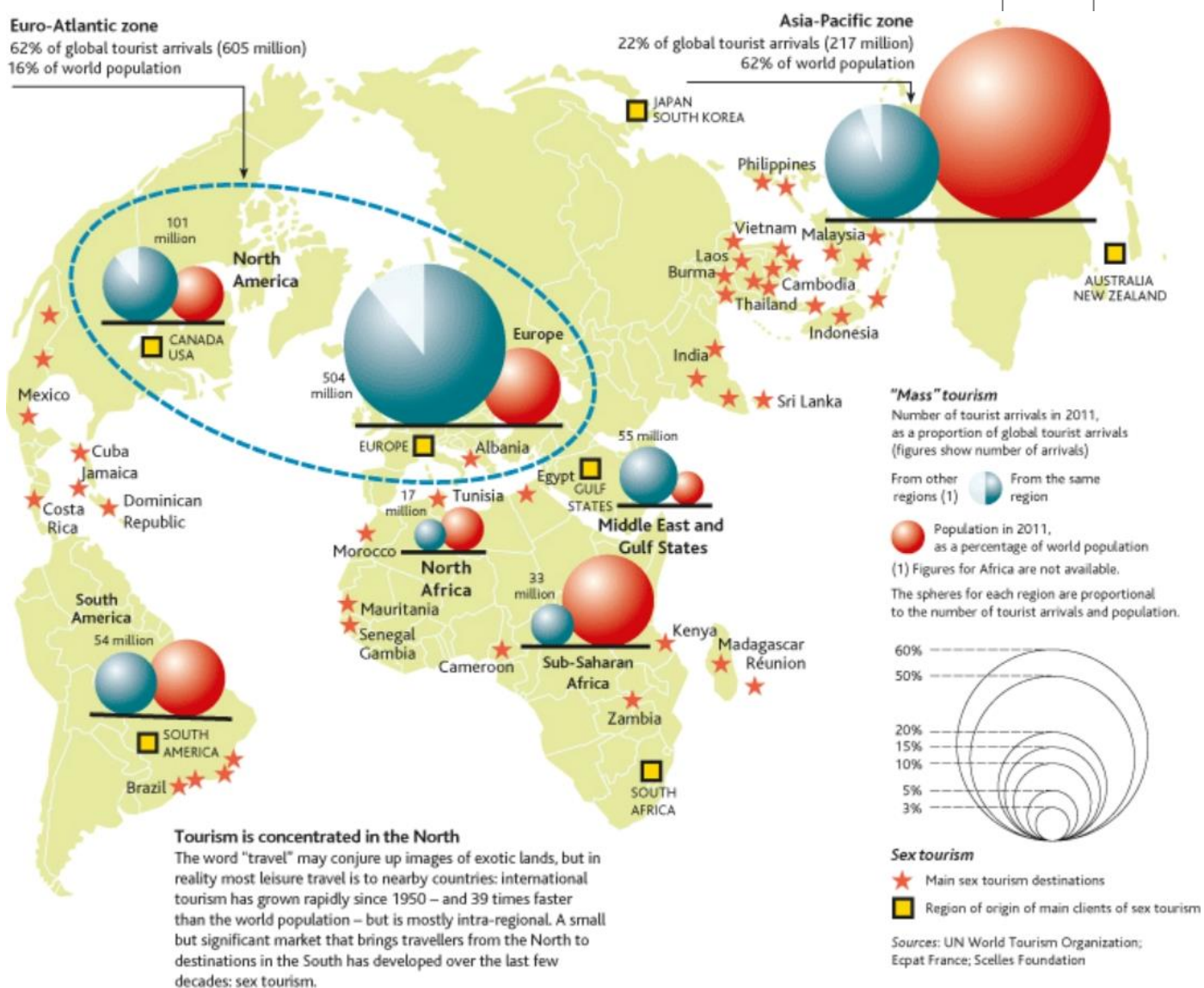
Forrás: Burton, 2000

3. ábra – Nemzetközi turistaérkezések 2012-ben



Forrás: UNWTO (<https://abouttourism.wordpress.com/2013/01/30/international-tourism-trends-2013/>)

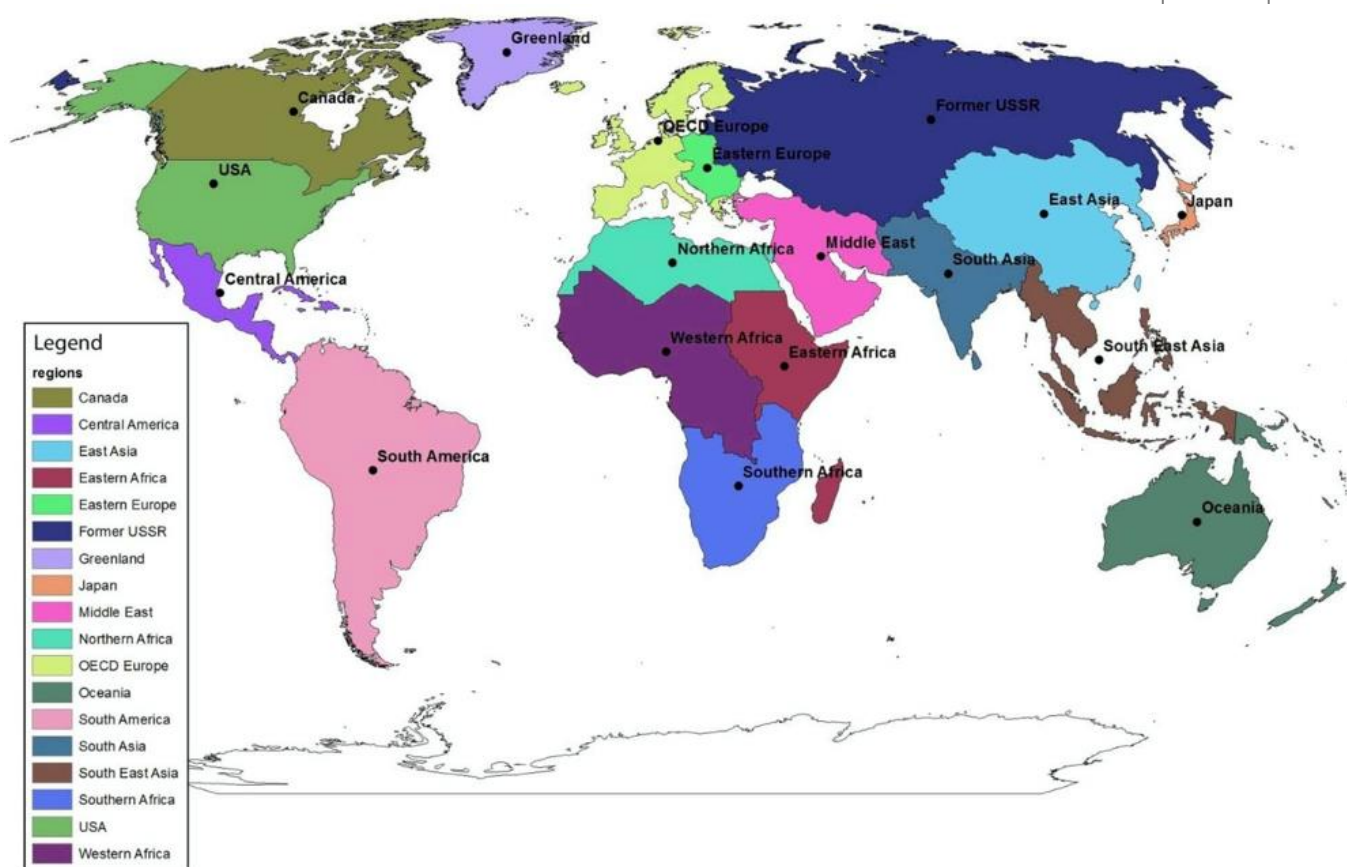
4. ábra – A turizmus mérete a nagyrégiókban



PHILIPPE REKACEWICZ

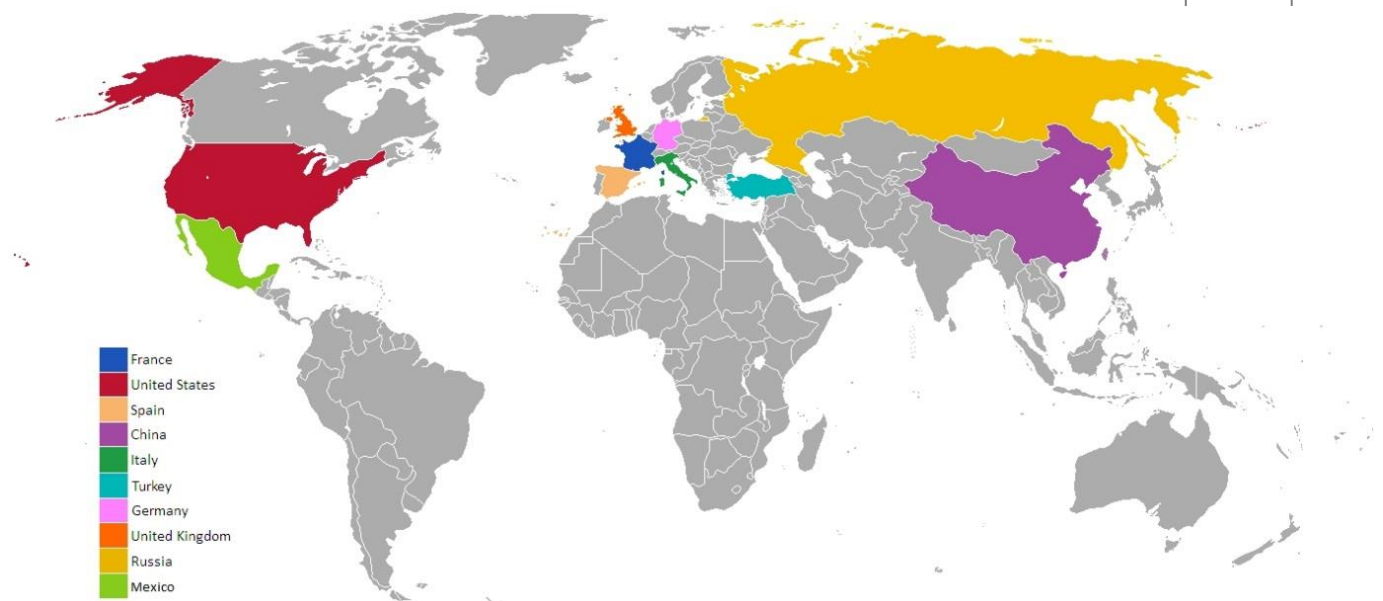
Forrás: <http://mondediplo.com/maps/tourism>

5. ábra – Turisztikai középrégiók



Forrás: Peeters-Landré, 2011

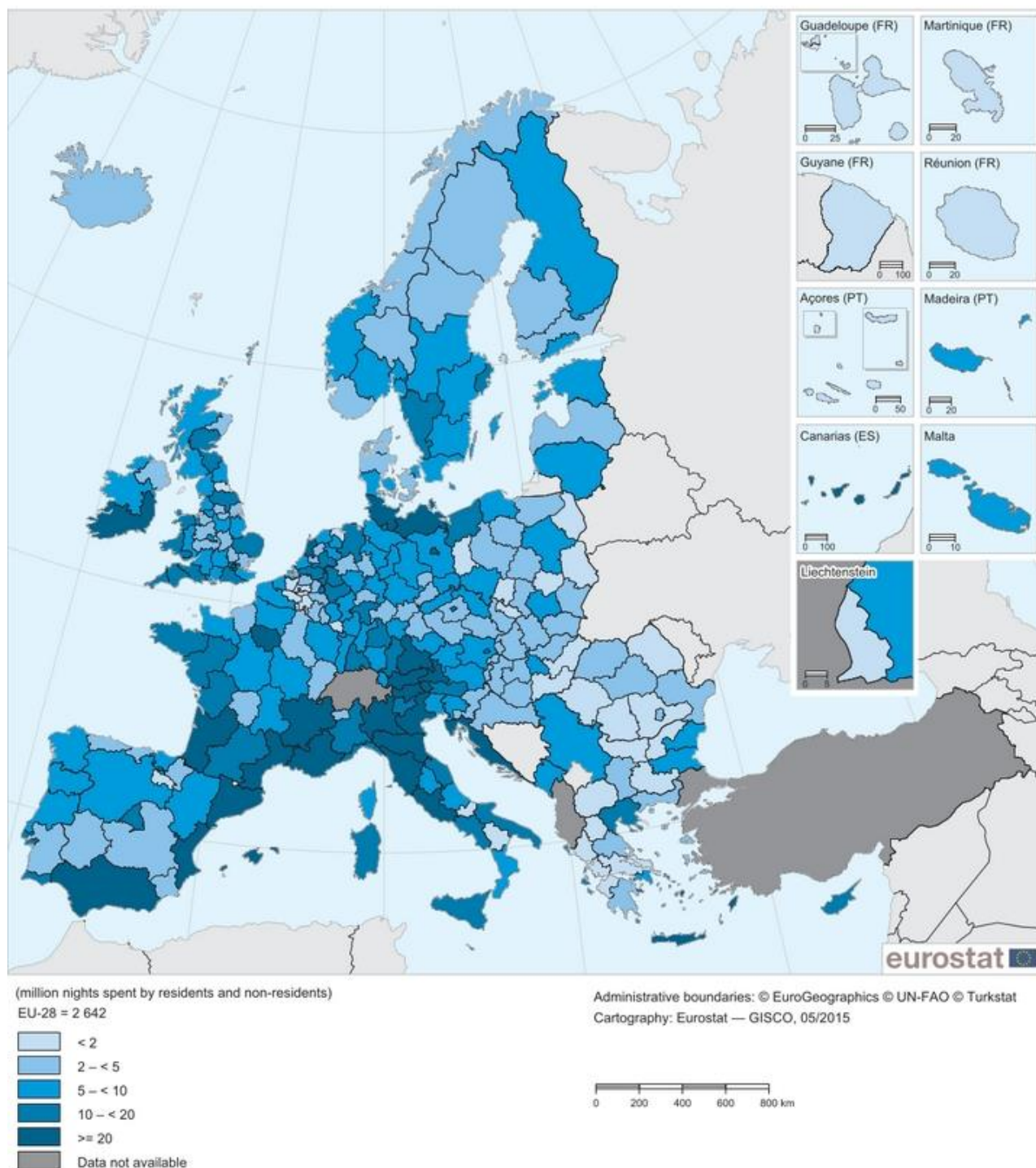
6. ábra – A leglátogatottabb országok



Forrás: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_rankings

7. ábra – Európa régióinak turizmusa

Nights spent in tourist accommodation establishments, by NUTS level 2 region, 2013 (*)
(million nights spent by residents and non-residents)



(*) Tourist accommodation establishments: NACE Rev. 2 Groups 55.1 to 55.3. The United Kingdom, Norway and Montenegro: 2012. EU-28: estimate.
Source: Eurostat (online data code: [tour_occ_nin2](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_at_regional_level&oldid=223957))

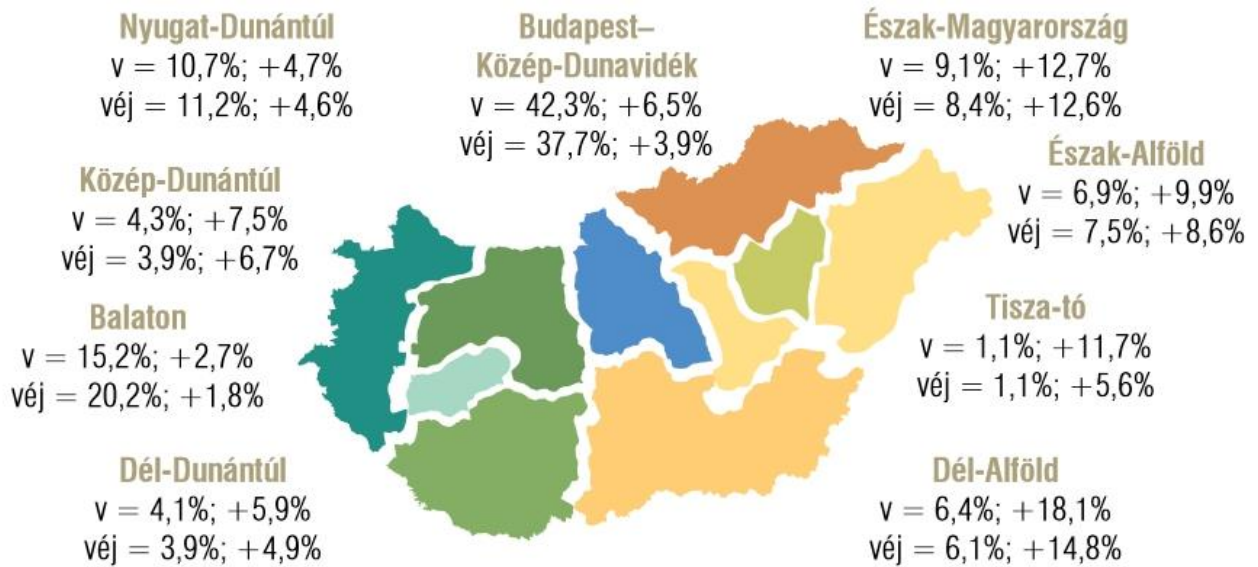
Forrás: EUROSTAT (http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_at_regional_level&oldid=223957)

8. ábra – Magyarország turisztikai régiói



Forrás: Mt ZRt, 2002

9. ábra – A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma turisztikai régióként (2014; 2014/2013)



Forrás: KSH előzetes adatok

3. témakör: A turizmus által hasznosítható erőforrások fogalma, köre és típusai

3.1. A témakör oktatásának célja

A turizmus nem szimplán egy gazdasági ágazat, annál sokkal összetettebb térbeli jelenség, melyben a természet-társadalom-gazdaság hármának az összefüggései figyelhetők meg. Komplexitása csak a folyamatok részletes elemzése során, interdiszciplináris szemléletmóddal érthető meg igazán. A turizmus rendszerének működéséhez szükséges ismerni a gazdasági folyamatokat, a társadalmi összetevő (küldő és fogadó egyaránt) jellemzőit és a környezet turizmusba bevont elemeinek a viselkedését is.

A 3. témakör során bemutatásra kerülnek a turizmusban felhasznált erőforrások, azok definíciói, kategóriái, típusai és az egymáshoz fűződő kapcsolatuk. A témakör általánosságban rendszerezi az erőforrásokat, részletesebb ismertetésükre a következő témakörök (4. témakör és 5. témakör) szolgálnak.

3.2. A témakör kifejtése

A klasszikus termelési tényezők felhasználása a turizmusban is elengedhetetlen; azonban olyan sajátosságokkal is bír, amely más iparágakra nem jellemző. A turisztikai termék végső összetevőinek egy része független a termelőtől, tehát a fogyasztás során alakul, változik, néha teljesen más lesz, mint ahogyan azt az utazásszervező kitalálta. A felhasznált erőforrások kiválasztásában ezek szerint a turistának is beleszólása van, néha a szolgáltató akaratától függetlenül. A turisztikai termék kialakítása során – ellentétben egy klasszikus termékkel – nagy szerepe van a magánjavakon túl a közjavaknak és a szabad javaknak is (lásd 3.2.1. és 3.2.2. alfejezet). A hasznosított erőforrások esetében (paradox módon) értéknövelő tényező a helyettesíthetőség hiánya, az egyediség. [3/1] Érvényes ez egy tájra, városra, múzeumra, speciális kiállításra, érzésre, hangra, fényre.

Az első termelési tényező a Föld, vagyis maga a természet mint erőforrás döntő szerepet játszik a turizmusban. A föld, a természet erőforrásainak jóval szélesebb köre van bevonva a turizmusba, mint más gazdasági ágakba, ahol specializáltan egy-két tényező játssza a legnagyobb szerepet. A turizmusban egyaránt meghatározó fontosságú a klíma (hőmérséklet), a geológiai adottságok (barlangok, gyógyvíz, hegyek, stb.), a felszíni formák, az állat- és növényvilág, a környezet általános állapota és a táj esztétikai jellemzői.

A második termelési tényező: a munka, avagy a humán erőforrás a turizmusban szélesebb értelmezésben jelentkezik, hiszen a jelenléte, a minősége meghatározza a turisztikai termék jellegét és értékét, így nem csak a turisztikai szolgáltatóknál tevékenykedő munkaerőt, hanem a helyi lakosságot is ide szokták sorolni. A desztinációban tapasztalt kulturális-társadalmi jellemzők vonzerőként is szolgálhatnak, magját képezhetik magának a terméknek is. [3/2]

A harmadik termelési tényező, a tőke meghatározása, körvonalazása a legbonyolultabb a turizmus tekintetében, hiszen a használt, felhasznált tőke jellegű javak legtöbbször nem a turizmus érdekében keletkeztek. Az attrakcióként szolgáló építmények (templomok, erődök, várak, stb.), örökségek vagy infrastrukturális létesítmények (utak, vasútállomások, stb.) legtöbbször a helyi

lakosság felhasználására (vagy korábbi használatára) lettek teremtve, de a turizmus mára a legjövödelmezőbb használati módjuk.

A turisztikai szakirodalom a legtöbbször az alábbi kategorizálást használja a turisztikai erőforrásokon belül [3/3]:

- természeti erőforrások,
- kulturális erőforrások,
- humán erőforrások,
- infrastrukturális erőforrások,
- pénzügyi erőforrások.

A pénzügyi erőforrások számviteli értelemben pénzeszköznek számítanak, a turisztikai fejlesztésekhez, pályázatokhoz, menedzsment szervezetekhez kapcsolódóan megszerzésük és felhasználásuk gazdasági cselekmények sora. A felsorolás többi tagja a turisztikai termék alapelemeit képezik, így a továbbiakban részletesen is kifejtésre kerülnek. A termelési tényezők, a turisztikai erőforrások, a szabad- és közjavak közötti kapcsolatrendszer a 10. ábra szemlélteti.

3.2.1. Közjavak, mint erőforrások a turizmusban

A közgazdaságtan szerint a közjavak olyan emberek által létrehozott jóságok, melynek fogyasztása nem akadályoz másokat sem a saját fogyasztásában. A közvilágítás klasszikus példa, sem a turista sem a helyi nem szenved kárt (jól láthatóság tekintetében), ha este többen vannak az utcán. A közjavakat legtöbbször a helyi vagy központi irányítás/kormányzat biztosítja, bár lehatárolásuk és a felhasználók körének pontos meghatározása nehézkes (egészségügy, oktatás). A turizmus számára fontos közjavak természetesen a fogadó térség társadalma számára is fontosak. Megfelelő közbiztonság nélkül például nem alakul ki a turizmus. A közszolgáltatás minősége/mennyisége az idők során a turizmushoz idomul, ha kell, magánszolgáltatók igénybe vételével. Amennyiben ez a turizmus révén többletbevételt produkál, az állami beavatkozás mértéke is megváltozhat. A turizmus számára fontos közjavak/közszolgáltatások az alábbi felsorolásban kerülnek ismertetésre [3/4]:

- Természetvédelem, környezetvédelem és műemlékvédelem: a turisztikai attrakciók nagy része védendő érték. Kivitelezésében időnként állami beavatkozásra is szükség van (látogatószám limitálása, restauráció, természetvédelmi szabályozások, alternatív helyszínek/attrakciók kijelölése).
- Infrastruktúra kialakítása, fejlesztése és fenntartása: a közlekedés, a távközlés és a közművek létesítményei tartoznak ide, amelyek alapját képezik a turizmus megjelenésének. Ezen felül egyre nagyobb igény mutatkozik a sport- rekreációs létesítmények kialakítására is. Az infrastruktúrát nagyobb arányban használják a helyiek, de fejlesztésükre, modernizálásukra legtöbbször a turizmus növekedése az indíték.
- Oktatás és kutatás: a humán tőkének a fejlesztése, ami a desztináció sikerének egyik kulcsa lehet. Az innovációk megjelenése, a megfelelő menedzsment készségek, a gazdasági/gazdálkodási ismeretek, turizmushoz kapcsolódó szakmák ismerete segíthet hosszú távon a legtöbbet a turizmusban.
- Fejlesztésbarát gazdasági környezet kialakítása: a kis- és középvállalkozások innovációi, fejlesztései nagyban függenek az állami intézmények és irányok sajátosságaitól. A turisztikai fejlesztések állami támogatása ráadásul csökkentheti a vállalkozás tőkeszükségletét és a működési költségeit.
- Hatékony desztináció-marketing megvalósítása: legtöbbször az országok turisztikai hivatalának feladata az ország, mint desztináció reklámozása, hirdetése. A szervezetek az állami háttér és a nagy méret miatt jobban érvényesítik a marketinggel kapcsolatos elvárásokat, kevesebb a részrehajlás lehetősége.

3.2.2. Szabad javak, mint erőforrások a turizmusban

Szabad javaknak azon javakat nevezzük, amelyek olyan „mennyiségben” vannak jelen, hogy minden rájuk irányuló igényt képesek kielégíteni. Az ilyen javaknak ezért legtöbbször nincs áruk sem. [3/5] A turisztikai termékfejlesztés alappillérei, melyekkel bőségesen él is a szakma. Igénybevételek esetenként köz- vagy magánjavakba olvasztva történik. Előfordulásuk, bőségük korlátlansága sokszor érzékelésfüggő, így tájanként, desztinációnként nagyon változó lehet megítélésük is. Sajnos a szabad javak köre az emberi felhasználás miatt egyre csökken, ennek fizikai (jéghegyek olvadása) és gazdasági (tópart felparcellázása) okai egyaránt vannak. A turizmus nagy arányban támaszkodik a szabad javak felhasználásra, kategóriák szerint ezeket az alábbi csoportokra lehet osztani [3/6]:

- napfény,
- légkör (hőmérséklet, tisztaság, légmozgás),
- felszíni vizek,
- csapadék,
- földfelszín,
- élővilág.

Vannak olyan szabad javak, amelyek ugyan nem tartoznak a klasszikus közgazdaságtani kategóriába, a turizmusiparban azonban hatalmas szerepük van, és a felhasználás jellegéből adódóan szabadon hasznosíthatóak.

- települések (városok és falvak),
- hagyományok, életmód, élő kultúra,
- gazdálkodás, földhasználat,
- nyelv.

3.3. Esettanulmány: A kalinyingrádi terület turizmusa

Földrajzilag, politikailag és gazdaságilag is nagyon érdekes területe ez Európának, Oroszország exklávéja a kalinyingrádi terület. Az anyaországgal nincsenek fizikai határai, de Lengyelországgal, Litvániával és a Balti-tengerrel igen. A Szovjetunió széthullását követően a gazdaság (amit addig a katonaság és a kikötő hajtott) erős hanyatlásnak indult, a krízis közel 10 évig tartott. Kalinyingrád emiatt a politikai-földrajzi-történelmi háttér miatt nagyon különleges területe a turizmusfejlesztésnek is. Úgy mondhatjuk, ahol a turizmus 25 éve szinte egyáltalán nem létezett, az anyaországból vezetik, de az EU határolja. [3/7] 1996 körül elkezdtek megtalálni a területet a külföldi befektetők, '99-et követően már érezhető volt a gazdaság fellendülése, de turizmusról még nem volt szó.

Turisztikai fejlesztése szempontjából a természeti erőforrások döntő fontosságúak, hiszen Kalinyingrádnak 100 km-nél is hosszabb tengerpartja és két hatalmas északi lagúnája is van. A napsütéses órák száma magas, nyáron a víz hőmérséklete eléri a 20°C-t is. A táj változatos, homokdűnék, erdők, kisebb-nagyobb tavak váltják egymást. A nagyobb folyók is számos rekreációs lehetőséget rejtene, egész évben horgászhatóak. A vegetáció tetszetős, az erdők, virágos mezők szemet gyönyörködtetőek, bár szinte mind ültetett. Található a területen gyógyiszap, ásványvíz, terápiás hatású tengeri klíma, és az ezekre épülő gyógyturizmus is évszázados múlttal rendelkezik.

A történelmi és kulturális erőforrások tekintetében is számos egyediséggel rendelkezik a terület, építészeti emlékek, a katonai múlt relikviái, a porosz korból származó látnivalók a legfontosabbak. A

Kalinyingrádi Kulturális stratégia szerint összesen 1853 db kulturális (régészeti, építészeti, művészeti, történelmi és tájképi) értékelem található itt, ebből 28 db országos jelentőségű. [3/8]

Az erőforrások felhasználásának három pillért jelöltek ki a turizmus fejlesztése érdekében:

- Bemutatni a Kelet-Porosz időszakot a II. világháborúig;
- Bemutatni a Szovjet időszakot 1950-től 1990-ig;
- Bemutatni az Orosz „exklávé” időszakát a '90-es évektől.

Az első a német beutazó közönségre alapoz leginkább, a második tágabb célközönséggel számol, hiszen a birodalom többi tagjában és az oroszokban nosztalgiát ébreszthet, a nyugatiaknak pedig a történelem általuk nem tapasztalt részletei miatt érdekes. A jelenlegi állapotok bemutatását pedig a lehető legszélesebb körben próbálják hirdetni. A 2000-es években sokat fejlődött a turisztikai infrastruktúra, szállodák épültek, megújultak a közutak. A „Königsberg” márkát az internet segítségével is promótták, nemzetközi vásárokat, kiállításokat szerveztek. 2006-ban 356.000 turistát fogadott Kalinyingrád, 2007-ben már 456.000-et. Az oroszok aránya ebből 70% körüli, de egyre csökken. A nemzetközi beutazók közel fele német, a többi jellemzően a balti államokból, Skandináviából és Fehéroroszországból érkezik.

A turisztikai szolgáltatások köre (szállás, közlekedés, utazásszervezés, idegenvezetés, szórakoztatás) megfelelő, erős az állami jelenlét. A környező országokból tapasztalható a bevásárlóturizmus is, amire szintén alapoz a szakma. A turisztikai marketing erős, a „Borostyán országának kincsei”, az „Utazzon az egészségéért a Borostyán országába” vagy a „Königsberg erődjei” szlogenek jól működnek, 2007-ben megnyílt az első hivatalos turisztikai információs iroda is. Nemzeti park létesült, mely még a világörökségi listára is felkerült, a turisztikai vezetés felismerte a természeti vonzerőkben rejlő lehetőséget, így erősítették az „eco” irányt, ösztönözték a természetre és a helyi kultúrára alapuló fenntartható- és ökoturizmust. [3/9]

Az erőforrások tudatos felhasználása, a korábbi negatív turisztikai tapasztalatok elemzése és azok elkerülése, a jó marketing és a tervezett beruházás-ösztönzés a kalinyingrádi példa alapján működőképes, szinte a nulláról képes néhány év alatt olyan turisztikai szolgáltatáscsomagot kialakítani, amely megállja a helyét Európában.

3.4. Összefoglalás

A 3. témakör a turizmusban hasznosított erőforrások körét vizsgálja. Az elemzés alapját a közgazdasági kategorizálás jelenti, hiszen a közjavak, a szabad javak mind olyan évszázados elméletek és csoportosítások alapját jelentik, amelyek jól átültethetőek a turizmusba is. Érdemes megfigyelni, hogy a gazdaságban jelentkező törvényszerűségek milyen mértékben érvényesülnek az utazások piacán, amelyet a legtöbben még mindig hajlamosak egyszerű gazdasági tevékenységként definiálni. Pedig maga a turizmus és az általa felhasznált erőforrások jóval túlmutatnak a közgazdaság határain túl, amit mindig szem előtt kell tartani. Mások a felhasználási módok, mások a bevétel összetevői, de még az externáliák típusa is eltér a hagyományos értelmezéstől.

A klasszikus erőforrások és a turisztikai erőforrások megjelenése a földrajzi térben általában eltér, ráadásul sokszor magával a turisztikai magterületekkel sem egyezik minden esetben. A turisztikai terek a mai világban gyorsan alakulnak át, az eddig kiaknázatlan, kevésbé kedvelt térségek népszerűvé válnak vagy válhatnak a jövőben.

3.5. Ellenőrző kérdések

1. Hogyan kerül kiválasztásra a turizmusban felhasznált erőforrások köre?
2. A termelési tényezők felhasználása a turizmusban a klasszikus közgazdasági törvényszerűségeket követi? Miért?
3. Hogyan hasznosulnak a közjavak a turizmusban?
4. Hogyan hasznosulnak a szabad javak a turizmusban?
5. Miért ideális vizsgálati helyszín a Kalinyingrádi terület, ha a turizmus erőforrás-felhasználása a rendező elv?

3.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[3/1] Jancsik András: A turizmus gazdaságtana – Veszprémi Egyetem Turizmus Tanszék, Veszprém, 2006

[3/2] Bull, Adrian: The Economics of Travel and Tourism – Pitman Publishing, Melbourne, 1994

[3/3] Dávid Lóránt (szerk.); Jancsik András; Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 2007

[3/4] Mak, James: Tourism and the Economy: Understanding the Economics of Tourism. University of Hawaii Press, 2004

[3/5] <https://hu.wikipedia.org/wiki/Javak>

[3/6] Sinclair, M. Thea; Stabler, Mike: The Economics of Tourism – Routledge, London, 1997

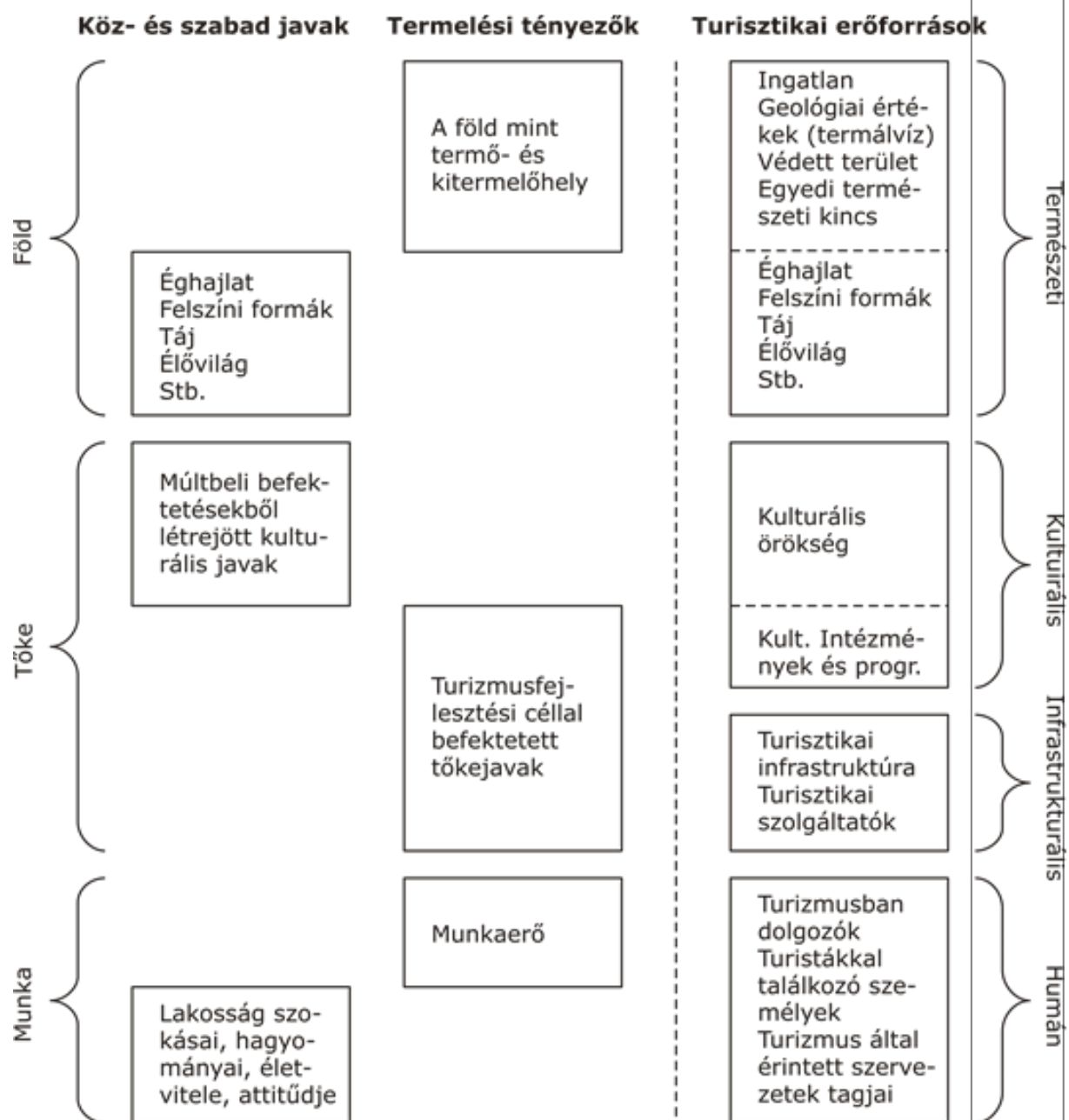
[3/7] Barabás Anett: A Kalinyingrádi terület stratégiai jelentősége, helye, szerepe az orosz biztonságpolitikában és hatása Európa biztonságára. Doktori (PhD) értekezés. Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem, Budapest, 2008.

http://193.224.76.2/downloads/konyvtar/digitgy/phd/2009/barabas_anett.pdf

[3/8] Cultural Policy of Kaliningrad region, 2001.

[3/9] Holloway, J. Christopher; Humphreys, Claire; Davidson, Rob: The Business of Tourism. Eight edition. Pearson Education, 2009

10. ábra – A termelési tényezők és a turisztikai erőforrások összefüggései



Forrás: Jancsik, 2006

4. témakör: Természeti értékek és erőforrások turisztikai hasznosítása

4.1. A témakör oktatásának célja

A turisták által érdeklődésre szert tevő természeti értékek és erőforrások köre igen tág: ide sorolható tulajdonképpen minden, amit nem az ember alkotott (tágabb értelemben még a világűr is). A nehezen megközelíthető, veszélyes helyszínek (legmagasabb hegycsúcsok, aktív vulkánok, sarkvidékek) egyre jelentősebb színterei lesznek a turizmusnak. Amit a kutatók felfedeznek, az hamarosan különlegessége okán oda fogja vonzani az első érdeklődőket, kíváncsiskodókat, fotósokat is.

A 4. témakör a természet erőforrásaival foglalkozik, megmutatja az Olvasónak, hogy milyen tág spektrumról beszélhetünk, hogy mennyiféle módon lehet vizsgálni az erőforrásokat, hogy mit nyújtanak a turizmusnak, hogyan hasznosítja őket a szakma.

4.2. A témakör kifejtése

A természet és a természet nyújtotta erőforrások a turizmus számára felbecsülhetetlen értékek, hiszen az alábbiakat nyújtják, szolgáltatják a turistának [4/1]:

- esztétikai élményt ad (táj szépsége),
- rekreációs, pihenési lehetőséget biztosít (különösen a rohamosan növekvő városi lakosság számára),
- nyugalmat sugároz (a természet csendje, békéje),
- sporttevékenységekhez és aktív kikapcsolódáshoz nyújt keretet,
- egészségmegőrzés (gyógynövények, hagyományos gyógymódok, tiszta levegő),
- tanulási lehetőséget nyújt,
- fizikai önmegvalósítás színtere.

A természetközeli attrakciók és turisztikai infrastruktúra elemei teszik használhatóvá a természet erőforrásait, azonban ezzel mindig sérül maga a természet. A vonzerők, azzal, hogy terelik a forgalmat (parkolók, kiépített útvonalak, stb.) segítenek a károsodás mértékének csökkentésében. Az erőforrások csoportosítása számtalan módon történhet, a szakirodalom leggyakrabban az élettelen (abiotikus) és élő (biotikus) egységeket használják. Előzőbe a földtani értékek, formák tartoznak, a felszíni és felszín alatti vizek és a talajtakaró, utóbbihoz az állat- és növényvilág. A természeti értéktípusokat a geológiát kiemelve a 11. ábra alapján is lehet csoportosítani. [4/2]

A 11. ábrán két olyan kategória is megtalálható, amely nem kizárólagosan természet alkotta, mégis természetvédelmi oltalom alatt áll. A kultúrtörténeti értékek közé azok a művi tájalkotó elemek tartoznak, melyeket az ember társadalmi-gazdasági tevékenysége során hozott létre, és amelyeket a társadalom értékesnek tekint, de szoros kapcsolatban állnak természeti környezetükkel. [4/1] A tájképi értékek kategóriájába tartoznak azok a tájrészletek, amelyek a természeti és művi tájalkotó elemek harmonikus egységének példái. Az erőforrásokat a turizmusban a következő (2. táblázat) földrajzi alkategóriákba lehet sorolni [4/3]:

2. táblázat – Földrajzi alapú természeti erőforrás-besorolás

tengerek	szigetek	folyók	tavak	mocsarak
vízesések	források	hegyek	dombvidékek	barlangok
sivatagok	sztyeppék	szavannák	jégmezők	gleccserek
erdők	vulkánok, gejzírek	őslénytani lelőhelyek	különleges életterek, élőhelyek	egyéb természet alkotta terek, helyszínek

Forrás: Buckley, Pickering, Weaver, 2003

Minden felsorolt elemre számos példát lehetne sorolni a Föld minden szegletéről. Sok érintett erőforrás valamilyen szintű védettséget (világörökségi, nemzeti park, egyéb) is élvez, ami tovább emeli az adott térség, attrakció értékét, kiemeli azt a többi természeti erőforrás közül. A védett értékek funkciója kettős, hiszen a turisztikai hasznosítás mellett fontos, hogy megőrzésre kerüljenek. Az erőforrások egyenlőtlen módon fordulnak elő a Földön, földrajzi előfordulásuk alapján a következő csoportokat különböztetjük meg: [4/4]

- a.) ubiquitások: bárhol megtalálható erőforrás,
- b.) gyakran előforduló erőforrások,
- c.) ritkán előforduló erőforrások,
- d.) unicitás: egyetlen helyen előforduló erőforrás.

Az attrakciók egyedisége, különlegessége határozza meg első sorban a vonzáskörét (emellett egyéb tényezők is közre játszanak, pl. elérhetőség, kiépítettség, politikai környezet, stb.), tehát, hogy a turisták milyen messziről keresik fel. Az attrakció lehet ez alapján univerzális (Pamukkale, Yellowstone Nemzeti Park), regionális (Balaton, Alpok) és helyi (Délegyházi-tavak).

A természet és a turizmus folyamatos függésben van egymással. A turizmus pozitív és negatív hatásai közül általában a természetre gyakorolt káros elváltozásokat szokták hangsúlyozni (részletesebben lásd: 6. témakör), és bár a turizmus tényleg jelentős károkat tud okozni, pozitív hatása is lehet, hozzá is tud járulni a természeti értékek megőrzéséhez. A természeti attrakciók jelentős tudományos értékkel bírnak, mindenképpen szükségesek a természettudományi kutatások elvégzéséhez, de ezen felül az oktatás (kisgyermektől az egyetemistákig) helyszínei is lehetnek. A természetvédelmi szerep általában úgy érvényesül, hogy felhívja a turista figyelmét a ritka faj jelenlétére, ami vonzerőként is szolgálhat, de egy-egy különlegesség megtekintéséért a látogatók jelentős összegeket is hajlandóak fizetni. A természeti erőforrások általában esztétikai jelentőséggel is bírnak (lehet az tisztán természeti, mint egy hegy vagy kultúrtörténeti, mint a megművelt táj) és lehetőséget nyújtanak turisztikai fejlesztésekre. A fejlesztések mérete számos tényezőtől függ, legegyszerűbb és egyben legkörnyezetkímélőbb módja a tanösvények kialakítása. A tanösvény is lehet többféle, megmutathatja a komplett tájat, minden értékével, de fókuszálhat fajokra, társulásokra is. Leggyakoribb fajtája az ún. táblás bemutatás, de létezik füzetes és elektronikus (QR-kóddal vagy videóval támogatott) is. [4/5]

4.2.1. Abiotikus elemek

Az élettelen formák turisztikai értékét annak formája, anyaga és kialakulásának folyamata (sebessége) határozza meg. A geomorfológia tudománya foglalkozik részletesen a különböző felszíni formákkal, de legtöbbjük kialakulása vagy jelenlegi formája miatt esztétikai, turisztikai szempontból is nagyon jelentős. Az anyag általában a színes kövek, kristályok, ásványok formájában, illetve a velük kapcsolatos földtani formák (magaspartok, sziklaszirtek, tengerpartok, barlangok) vonzerejében rejlik. A talajok, színük különleges hangulatot tud előidézni (feketeföldek, vörösföldek), illetve a misztikumot is árasztó vulkánok, vulkáni utóműködések (gejzír, fumarola, mofetta) is jelentős turisztikai érdeklődésre tesznek szert. Alapigazság, hogy az élénk domborzat erősen vonzza az embereket, tehát a turizmusban alapvető kíváncsi. Az azonnali hatáson és látványon túl a kőzettípusok lepusztulási formái, sajátos képződmények (bazaltorgonák, ingókövek, gránit „gyapjúzsákok”) vonzzák a turistákat. [4/6] A vizek (felszíni és felszín alatti) fontossága megkérdőjelezhetetlen, a társadalmak életben maradásának az alapfeltétele, de a legkorábbi utazások ösztönzői is a tavak, tengerek, gyógyvizek. A vizek mozgásfolyamatai (vízesés, óriáshullámok, ár-apály jelenség) és a különböző halmazállapotai (hó, gleccser, jégfal) is élettelen, de jelentős vonzerők. A számtalan egyéb abiotikus látványosság közé még felsorolhatóak lennének a hangok (visszhang, akusztika), az illatok (kénes víz, tenger illata) és a helyszínekkel kapcsolatos mítoszok (Atlantisz, El-Dorado, Boszniai Piramisok).

4.2.2. Biotikus elemek

A globalizáció sajnos nagyon jelentős és gyors (negatív) változást okozott az állat- és növényvilág működésében és összetételében. A fajok kihalási sebességének felgyorsulása, a biodiverzitás csökkenése, a genetika változása, a fajok zavarása és életük beszűkítése az emberi tevékenységnek köszönhető, aminek része a turizmus is. [4/7] A növényzet tucatnyi módon kapcsolódik a turizmushoz, a legnagyobb turisztikai figyelmet az alábbi növényformációk érdemelték is :

- az adott területre jellemző, ott élő növényzet (tájformáló hatás),
- ritka növénytársulások (sziklagyepek, löszpuszta gyepek),
- ritka, endemikus és reliktum fajok (balatonkenesei tátorjános, sár-hegyi árvalányhaj, pilisi len),
- természeti emlékek (pl. nagyon idős fák),
- történelmi-kulturális emlékek (pl. esemény vagy legenda fűződik hozzá, Tiszaigaz: Mátyás király-fája, Kisar: Petőfi-fa),
- vadon termő gyümölcsök: kökény, áfonya, szamóca, bodza, kamilla, csipkebogyó, gomba,
- mesterséges botanikai vonzerők (függőkert, kastélyparkok, sírkertek, arborétumok, fasorok, emlékkertek, virágkiállítások, karneválok).

Az állatvilág ún. színezőelemei (reliktum fajok, csak ott élő, endemikus fajok) tesznek szert a legnagyobb turisztikai érdeklődésre. Ez a fauna mindössze 25-30%-át jelenti általában, bár bizonyos területeken nagyobb arányú (Ausztrália, Galápagos-szigetek). Természetes vagy félig természetes közegben a turizmus jelenléte egyre általánosabb, előfordulását tapasztalni a vadász- és horgászturizmusban, a különböző fajok megfigyelése során (nagyvadak, szarvasbögés, madárles, bálna, delfin, stb.), a nemzeti parkokban, rezervátumokban. Mesterséges körülmények között az állatok megfigyelhetőek múzeumokban, állatkertekben, állatkórházakban, bemutatóközpontokban, parkerdőkben, vásárok során. [4/8]

4.3. Esettanulmány: A Plitvicei-tavak Nemzeti Park menedzselése

A magyar kirándulók és nyaralók egyik legismertebb és legkedveltebb attrakciója a Plitvicei-tavak, mely Horvátország hét nemzeti parkja közül a legnagyobb. A természeti turizmus népszerűvé válása, a 4S turizmustól való elfordulás sokat segített a nemzeti park látogatottságának növekedésében, ami mára évente eléri az 1,1 millió látogatót. [4/9] A természet csodája itt is a legfőbb attrakció, így védelme, épsége kiemelt fontosságú. Nagyon nehéz menedzsment-feladat a táj és a tavak élvezete, bevételek teremtése és a tavak megóvása. A 2000-es évek elején a turizmus gyors növekedése volt tapasztalható, ráadásul a kereslet erősen szezonális (igazodik a tengerparthoz). Szükségessé vált a park teherbíró-képességének a vizsgálata, majd a fenntartható parkmenedzsment kialakítása.

A parkot 1949-ben alapították, így tulajdonképpen évtizedek óta védelem alatt áll, 1979-ben felkerült a világörökségek közé is. A turizmusipar folyamatosan épült ki köré munkát adva több ezer helyi lakosnak (helyi termékek árusítása, szálláshelyek, vendéglátó egységek). A jelzőtáblákat, a turistautakat, ösvényeket a magas látogatószám miatt sűrűn kell cserélni, újítani. A belépőjegy ára alacsonyabb az átlagos európainál, tartalmaz minden szolgáltatást (parkoló, csónak, kisbusz, biztosítás), aminek az emelése megoldás lehetne a látogatószám csökkentésére azonos bevétel mellett. A belépőkből befolyt összeget a park fenntartására fordítják, a marketing a csupán a bevétel 1,5%-át emészt fel. Megoldás lehetne a piac szegmentálása is, hiszen a csoportos, az egyéni és a helyi látogatók nincsenek külön megszólítva vagy kezelve. Utóbbiak száma a zsúfoltság miatt folyamatosan csökken, a park mégsem tesz megtartásuk érdekében semmit. Pedig a belföldi turisták lehetnének a megoldás kulcsa, ha a szezonon kívüli bevételek növelése a cél, ha a park szeretné a szezont megnyújtani. Ez jó hatással lenne a turisztikai szolgáltatókra is, tervezhetőbbé válna a turizmus, a helyiek folyamatos bevételhez juthatnának. [4/10]

Újabb probléma, hogy a látogatók hiányolják az aktív rekreációs lehetőségeket, a park pedig – bár létezik oktatóprogram, madárles – nem is reklámozza azokat megfelelően. Ez azt eredményezi, hogy lerövidül a látogatási idő, pedig megfelelően szervezett, lebonyolított programok hosszabb (több napos) tartózkodást és több bevételt generálhatnak. Ez természetesen érvényes a csoportos látogatókra is, akikben szintén nagy potenciál rejtőzik még.

A fenntartható jövőbeli üzemeltetés érdekében a park stratégiát készített, amibe bevonta a helyi szolgáltatókat is. A legfontosabb célokat az alábbiakban fogalmazták meg:

- Megőrizni a park természeti erőforrásait, hiszen a világörökségi státusz is mutatja, hogy milyen értékes, egyedi kincsről van szó.
- Fogasztói trendvizsgálat és marketingkutató készítése szükséges, hogy megállapítható legyen a pénzügyi fenntarthatóság és a természeti értékek megőrzésének összehangolása.
- A helyi közösség, a park vezetése és a kormányzat közötti szorosabb együttműködés kialakítása.

A fenntartható menedzsment bevezetésével növelhető lenne a természet védelmének szintje, a helyiek által üzemeltetett háttér-infrastruktúra minőségének javítása és pénzügyi stabilitásának megteremtése. A tervbe bevették a helyiek turisztikai és természetvédelmi jellegű oktatását illetve a marketing teljes átalakítását. A természet érdekében szorgalmazzák az újrafelhasználást, a környezetbarát szolgáltatókat. A park mára elérte a terhelhetőségének a maximális szintjét, így a szezonon kívüli időszakokra kell koncentrálnia. A marketing is erre fókuszál. Emellett a motoros eszközök teljes kivonása és a napi látogatószám maximalizálása, illetve a tevékenységek diverzifikálása jelentik a fenntarthatóság útját.

4.4. Összefoglalás

A természet alkotta értékek, erőforrások, élő és élettelen elemek önmagukban és rendszerben vizsgálva is az egyik legjelentősebb tényezők a turizmusban. Az élménynek, a motivációnak, a turizmus iparának folyamatos növekedésének is alapvető eleme a természeti környezet. Az érintetlen táj, a növényzet egysége, az állatvilág változatossága, a robosztus hegyek, a kietlen jégmezők a történelem során mindig is vonzották és elvarázsolták az embert. Az esztétikai élmény meghatározó erőforrása a környezet, amit óvni, védeni szükséges a XXI. sz. modern technológiája, az urbanizáció és maga az ember elől. A turizmus eszköze lehet a csodák bemutatásának, a szemléletformálásnak, annak az alapvető igyekezetnek, hogy az eddig megmaradt természeti környezetet legalább ebben az állapotban kell megőrizni, megóvni a következő generációk számára is.

4.5. Ellenőrző kérdések

1. Mit „szolgáltat” a természet a turisták számára?
2. Hogyan csoportosíthatjuk a természeti értékeket a turizmusban?
3. Mi a turizmus legfőbb paradoxonja a természeti erőforrások tekintetében?
4. Jellemezze a biotikus és az abiotikus elemek felhasználási lehetőségeit!
5. Milyen változások lennének szükségesek ahhoz, hogy a Plitvicei-tavak Nemzeti Park megfelelően működjön, mint természeti attrakció?

4.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[4/1] Dávid Lóránt (szerk.); Jancsik András; Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 2007

[4/2] Kiss G.; Benkhard B.: Kő kövön... marad – KvVM, Budapest, 2006

[4/3] Buckley, Ralf; Pickering, Catherine; Weaver, David Bruce: Nature-based Tourism, Environment, and Land Management. Ecotourism book series, CABI, 2003

[4/4] Lengyel Márton: A turizmus általános elmélete. KIT, Budapest, 2004

[4/5] Kiss G.: Hogyan építsünk tanösvényt? – Földtani Örökségünk Egyesület, Budapest, 1999

[4/6] Szabó József; Dávid Lóránt (szerk.) et al.: Antropogén geomorfológia, egyetemi jegyzet, Debreceni Egyetem, 2006

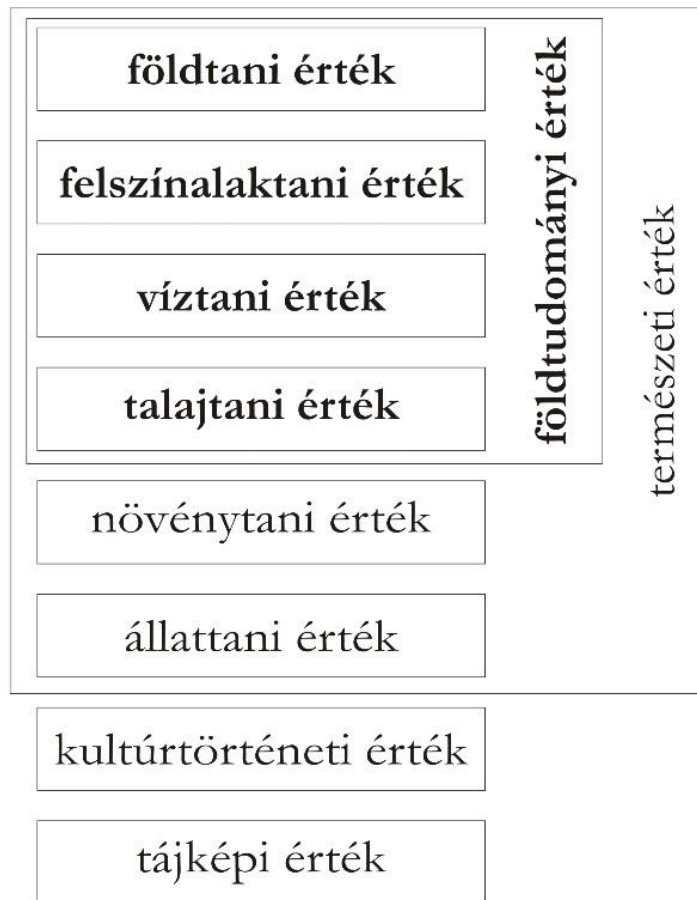
[4/7] Hajnal Klára: Itt és most: Helyi megoldások a globális válságra. Bükkösd: Zöld Völgyért Egyesület, 2010. <http://digitalia.lib.pte.hu/books/hajnal-klara-itt-es-most-zold-volgyert-egyesulet-bukkosd-2010/pdf/02-hajnal-klara-itt-es-most-zold-volgyert-egyesulet-bukkosd-2010.pdf#page=66>

[4/8] Gyuricza László: A turizmus nemzetközi földrajza. Dialóg Campus Kiadó, Pécs, 2008

[4/9] <http://www.seebiz.eu/plitvicka-jezera-s-rekordnim-brojem-posjetitelja/ar-102584/>

[4/10] Tomašević Lišanin, Marija; Palić, Mirko: Sustainable Demand Management in Plitvice Lakes National Park, Croatia. In.: Event Management and Sustainability, CABI International, 2010

11. ábra – A természeti értéktípusok csoportosítása a turizmusban



Forrás: Kiss-Benkhard, 2006

5. témakör: Társadalmi-kulturális értékek és erőforrások turisztikai hasznosítása

5.1. A témakör oktatásának célja

A földrajzi és gazdasági térben előforduló erőforrások (1. témakör) előfordulása és azok kapcsolata nagyon eltérő a világturizmusban. A természeti erőforrások (4. témakör), szerves és szervetlen anyagok azonban önmagukban nem jelentenek feltétlenül turisztikai vonzerőt. Ahhoz szükség van arra a társadalmi közegre is, amely megfelelő technológiai fejlettséggel bír ahhoz, hogy felismerje annak a hasznosságát és igénye is legyen erre. Legtöbbször ez együtt jár a közvetlen gazdasági (profitorientált) hasznosítással, aminek a háttér-infrastruktúrája megteremtheti a turizmus alapvető feltételeit is.

Az 5. témakörben az Olvasó megismerheti a turizmus társadalmi és kulturális erőforrásait, illetve azok felhasználásának, kiaknázásának lehetőségeit és korlátait.

5.2. A témakör kifejtése

5.2.1. Humán erőforrás, helyi lakosság

A közgazdaságtan a három termelési tényező közül a munkát (társadalmi-humán erőforrásokat) szűkebb és tágabb értelemben is használja. Ez első esetben a humán erőforrás méretére (a munkaerő létszáma) korlátozódik, második esetben tartalmazza a humán tőke képzettségét, kompetenciáját, a velük kapcsolatban felmerülő egyéb gazdasági és társadalmi költségeket, tehát kiterjesztve a civilizáltságukat, a társadalmi fejlettséget, az esetleges kreativitás szintjét is. Az a közgazdaságtani alaptétel, hogy a vállalkozásban az értéket a humán erőforrás hozza létre, amelyet az anyagi háttér és a jó menedzsment irányít, befolyásol, az a turizmusban is érvényesül, a legkisebb egységektől (part menti fagylaltozó) a nagy régiós desztinációkig (Alpok Turisztikai Desztináció). [5/1] A társadalmi-humán erőforrások vizsgálatánál mindig figyelni kell annak a tulajdonságait is, melyek az alábbiak:

- Demográfia (korösszetétel, nemek aránya, társadalmi rétegződés);
- Diverzitás (a sokféleség mértéke egy társadalmi egységen belül);
- Képességek (kvalitások, képzettség).

A kutatások azt bizonyítják, hogy a befektetések - így a turisztikai vállalatok is - ott jelennek meg, ahol a munkaerő letelepedési feltételei is adottak.

A fogadó közösség is eleme a turizmus humán erőforrásának. Szaktudásuk, nyelvtudásuk segítheti a turizmust, szokásaik legtöbbször beépíthetők az attrakcióba, de a legfontosabb tulajdonságuk a turistákkal szemben tanúsított viselkedésük, az attitűdjeik. Ha pozitívan állnak a látogatókhoz, segítik őket, az számukra is gazdasági előnyt jelenthet, azonban sokszor más társadalmi folyamat ezzel szemben működik, így az idegengyűlölet, a bezárkózás, az atrocitások is előfordulhatnak egyes desztinációkban.

5.2.2. Kulturális erőforrás

A társadalmi-kulturális erőforrások azonban nem csupán az emberre korlátozódnak, hanem tulajdonképpen mindenre, ami az emberi kéz nyomán született akármikor is a történelem folyamán. Nagy változatosságot mutatnak a kulturális erőforrások, hiszen megítélésük rendkívül szubjektív. A kultúra fogalmának eltérő mivolta és a turisták által érdeklődésre szert tevő tényezők köre legtöbbször nem esik teljesen egybe, folyamatosan bővül a mérete is. A turizmus kulturális erőforrásainak köre az alapján határozható meg, hogy konkrétan mi vonható be a turizmusba és mi nem. Ezek alapján a kulturális erőforrások a turistáknak az alábbiakat nyújthatják [5/2]:

- oktatás, tanulás, ismeretek bővítése,
- műélvezet lehetősége,
- álmok, álmodozás, beleélés egy másik helyzetbe, korba vagy világba,
- általános műveltség szintjének emelése,
- személyiség fejlődése.

A kulturális attrakciók legtöbbször „szellemi” értéket nyújtanak az utazónak, ami nem kifejezetten a magas kultúra elemeit tartalmazza (operaelőadás), hanem a hétköznapi élet tömegtermékeit is az adott desztinációban (helyi popsláger, szleng, gasztronómia, stb.).

A kulturális erőforrások megőrzése jóval összetettebb feladat, mint a természeti, hiszen nem képes önmagától megújulásra, fennmaradása sokszor valamilyen kiemelt funkciójának köszönhető (templomok). Etikai, történelmi és egy sor egyéb kérdést vet fel az is, hogy a turisztikai hasznosítás milyen mértékű beavatkozással járhat egy-egy érték esetén.

A kulturális turizmus ma már egyre bővülő kínálattal szolgál, dinamikusan növekvő és differenciálódó szegmens. Nehezen elkülöníthető, felismerhető, de még nehezebben kihagyható. Bármilyen legyen az utazás fő motivációja (rokonlátogatás, gyógykezelés) a helyi kulturális attrakciókat (legalábbis a leghíresebbeket) a turisták általában felkeresik. A kulturális attrakciók emellett nagyon jól beépíthetők a különböző jellegű csomagutakba, legyen az időseknek, gyerekeknek vagy sportolóknak szervezett út, maximum a tempója, az interpretáció jellege tér el. A bemutatás, interpretáció általában szorosan kötődik a műemlékhez, típusa számtalan formát ölthet (modern, történetmesélő, interaktív, digitális, stb.). [5/3]

A kultúra és a turizmus az alábbi formákban talál egymásra, érvényesül:

1. Élettelen kultúra + turizmus: ember által alkotott épületek, művészeti alkotások vagy akár egy különleges városszerkezet felkeresése, megtekintése.
2. Mindennapi életben kifejeződő kultúra + turizmus: a helyi lakosok megjelenése, gesztusai, szokásai, ételei ugyanúgy az élmény meghatározó – de a legkevésbé befolyásolható – eleme.
3. Megelevenített kultúra + turizmus: fesztiválokon, hagyományőrző eseményeken a helyi zenét, történelmi eseményeket, szokásokat [5/4]

A kulturális- és örökségturizmus szűken értelmezve azokat az attrakciókat számítja a soraiba, amelyeket tudatosan, a turizmus számára hoztak létre (mai formájában), menedzselhetők és menedzselve is vannak. Helyi és külföldi látogatókat egyaránt vonzanak és valamilyen szolgáltatáscsomag kapcsolható hozzájuk. Az attrakciók a legtöbb esetben multifunkciósak, tehát a látogatók fogadására és az eredeti funkcióra és/vagy a fenntartásra egy időben kerül sor. Manapság a kínálat nagyarányú bővülését és emellett a minőség javulását tapasztalja a turisztikai szakma és a látogatók. Nő az igény a helyi kultúrák megismerésére, a gasztronómiára, a híres emberekhez köthető helyek iránt, de a lelombozó, esetenként extrém attrakciók (háborús helyszín, koncentrációs tábor) is egyre nagyobb tömegeket vonzanak.

Probléma lehet a kulturális örökségek turisztikai felhasználása során, ha a szenzációhajhász, populista attrakciók terméket csinálnak a kultúrából, zanzásítják a történelmet, elnagyolják a szokásokat vagy a helyi lakosságot kényszerítik a szokásaik változtatására. Az autentikusság problémája sokszor felmerül az örökségturizmussal kapcsolatban, bár a tevékenység vagy épített örökség értékeit általában nem lehet teljes mértékben hitelesen átadni.

5.2.3. Infrastrukturális erőforrások

A tágabb értelemben vett infrastruktúra (kereskedelmi egységek, áruszállítás, kommunikációs létesítmények, pénzügyi szolgáltatók) szintén fontos elemét képezi a turisztikai kínálatnak. Az általános infrastruktúrát a turizmus is hasznosítja, lehatárolni nehéz feladat, hogy mely ember alkotta erőforrás szolgálja kifejezetten csak a turizmust. Azonban mindig egymást erősítő tényezőkről van szó. Az infrastruktúra meglétének a jelentősége:

- lehetővé teszi a természeti és kulturális erőforrások átalakítását turisztikai erőforrásokká
- segítik a desztináció diverzifikációját, a kínálat térbeli összpontosulását csökkentik
- segítik a turizmus jövedelemtermelő-képességét
- növelik a vendégek elégedettségének a szintjét

A turisztikai infrastrukturális ellátottság elemei lehetnek a közjavak (úthálózat, közbiztonság, közegészségügy, stb.), a rekreációs lehetőségek (sportpálya, kulturális létesítmények, szórakoztató egységek) és a turizmus növekedését elősegítő – általában for-profit – egységek (éttermek, szállodák, szuvenir boltok, turisztikai információs irodák). [5/1]

5.3. Esettanulmány: „Szegénységpárti” avagy „Pro-poor” turizmus

A turizmus átalakulása természetesen az utazók viselkedésére is hatással van, a tömegturizmus szerepét lassan az alternatív formák veszik át, illetve a tudatosság szintjének növekedése a turizmus minden formájánál növekszik. A fenntarthatóság eszméje, az ökoturizmus térhódítása, illetve legújabban az etikus vagy felelős utak megjelenése új turizmusfajta megszületéséhez vezetett, amit a szakirodalom pro-poor turizmusként emleget. A magyar megfelelője még kevéssé ismert, azonban a terminológia már közel egy évtizede jelen van. [5/5] Az alapfilozófia arra irányul, hogy a turizmus segítségével a társadalom szegényebb rétegei jövedelemhez jussanak, tehát a társadalmi faktor kerül előtérbe. A fenntartható turizmus és az ökoturizmus alapjait felhasználva számos tanulmány és program született a pro-poor turizmus megteremtése érdekében. A fejlettebb országokban az figyelm a vidéki lakosságra, a hagyományos mezőgazdálkodó családokra irányult, akik egyre-másra adták fel a hivatásukat. Sajnos a turizmusfejlesztés negatív hatásaként jelentkezik a rurális tér összetételének megváltozása, a helyi közösségek szétesése. [5/6] A munkások ki vannak téve az időjárás viszontagságainak, a termelés bizonytalan, sokan ezért a turizmusban keresnek boldogulást, ami szezonális, de kiszámíthatóbb. Emiatt azonban a turizmus kiszolgálói messziről szerzik be az élelmiszereket. A turizmus akkor tudna pozitív hatást kifejteni, ha az éttermek és a szállodák közvetlenül a gazdáktól vásárolnának, ami helyben maradásra bírná a gazdákat, de a turizmus számára is erős marketingértékkel bír a „helyi termék” felhasználása.

A Wilderness Safaris nevű cég Dél-Afrikában egy meglehetősen nagy méretű turisztikai vállalkozásnak számít, alapelveként vallják a „4C” stratégiát, amely a következőkből áll [5/7]:

1. Commerce: olyan kereskedelem, ahol a fenntarthatóság elvei működnek. Ezzel példát szeretnének mutatni egész Afrikának.

2. Conservation: A saját Környezeti Menedzsment Rendszerük üzemeltetése, amely a lehető leginkább környezettudatosan működő kempingek menedzselését jelenti, illetve a Biodiverzitás Menedzsment programja, amely a vadvilágot és az ökoszisztémát védi a káros hatásoktól.
3. Community: az emberek az üzlet szíve és lelke. A személyzet minden tagja a régióból származik, támogatják a helyi termelőket, a kapcsolatok a „jó szomszédság” elvére alapulnak.
4. Culture: nagyon figyelnek a helyi kulturális elemek védelmére, megpróbálják kiküszöbölni annak bármilyen csorbulását.

A Santa Lucia Heritage Tourism Program egy újabb jó gyakorlat, amely bemutathatja, hogyan működik a szakmában PPT-ként is rövidített „pro-poor tourism” program. Ez a projekt kifejezetten a lakosság jólétét célozta meg, a kormányzat indította, de mikro- és makro szinten egyaránt menedzselik. Saint Lucia apró szigetállam a Kis-Antillák szigetcsoport egy tagja. [5/8] A rohamosan fejlődő idegenforgalmat a '90-es években kezdték tudatosan fejleszteni, hiszen akkor a szállodai szobák 60%-a külföldiek tulajdonában volt, a környezet jelentősen károsodott az ellenőrzés nélküli turizmus miatt, a szállodaipar a sziget összes energiaforrásainak közel 20%-át felemésztette. Az Associate of the International Institute for Sustainable Development (IISD) nevű szervezet kutatási dokumentumai és segítsége nyomán elindult a tudatosan fejlesztett örökségturizmus, limitálták a hatalmas óceánjáró hajók tevékenységeit, ösztönözték a helyi turisztikai vállalkozásokat az innovációkra, visszafogták a marketinget is a hosszú távú fenntarthatóság megteremtése érdekében. A turizmus liberalizálása számos nemzetközi szervezet bevonásával valósulhatott meg, azt egy nagy szabású háttérkutatás előzte meg, ahol listázták a jó gyakorlatokat és a Föld más pontjain eddig tapasztalt hibákat, amiknek egy részét már a sziget is elkövette. A kezdeti lépéseket 1996-ban tették meg, de a közép- és hosszú távú tervek és megvalósítási periódusai egymást követték, így 2000-ben, és 2002-ben is. Az eredmények azt mutatják, hogy az egy napos, óceánjárós tömegturisták száma csökken, a hosszú tartózkodási időt produkáló turisták száma pedig növekszik. A helyi mezőgazdaság – a hanyatlás után – lassan, de kezd újra növekvő értékeket hozni, még hozzá úgy, hogy a turizmusnak is folyamatosan nőnek a bevételei. A farmerek képzéseken vehetnek részt, támogatják a piacra jutásukat, segítséget, információkat kapnak a turizmus működéséről és a bekapcsolódás lehetőségeiről. Növekszik a helyi alkalmazottak száma a szállodaiparban, a nők foglalkoztatási aránya is emelkedik. A környezeti hatások is figyelemre méltóak, hiszen a szilárd hulladék mennyisége 4 év alatt a felére esett vissza a szállodaiparban, a vízfogyasztás pedig 76%-al, ami hatalmas eredmény. Az energia-felhasználásban és a turisztikai tevékenységekkel kapcsolatban (búvázkodás, motoros hajók használata) még van mit javítani, de összességében szép példát mutat a kis sziget a tudatos turizmusfejlesztésben. [5/9]

5.4. Összefoglalás

Az emberiség évezredes történelme alatt létrehozott töméntelen tudás, ismeret ezernyi csodás és értékes emléket hozott létre. Irodalmi művek, építészeti emlékek, vallási tárgyak, kulturális örökségek, hagyományok és szokások milliói várják, hogy az egyre nyitottabb utazók kíváncsiságát felkeltve bemutatásra kerüljenek, gazdagítsák tovább a következő generációkat is.

Megőrzésük – a természeti környezethez hasonlóan – kiemelt fontosságú, némelyek ugyanis törékenyek, illékonyak. A tudatos értékmegőrzés eleme maga a turizmus is, amely egyre nagyobb szerepet játszik a kulturális emlékek jelenében. Az 5. lecke bemutatja, összegzi és csoportosítja azokat az ember alkotta értékeket és jelenkori technológiákat, amelyek a turizmusban szintén kulcsfontosságúak.

5.5. Ellenőrző kérdések

1. Mely tulajdonságok befolyásolhatják a humán erőforrás minőségét?
2. Miért számít erőforrásnak a turizmusban a helyi lakosság?
3. Mit nyújtanak a turistáknak a kulturális erőforrások?
4. Hogyan jelentkezik az infrastruktúra, mint erőforrás?
5. Mi az a pro-poor turizmus?

5.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[5/1] Dávid Lóránt (szerk.); Jancsik András; Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 2007

[5/2] Jansen-Verbeke, Gerda; Priestley, K.; Russo, Antonio P.: Cultural Resources for Tourism: Patterns, Processes and Policies. Nova Science Publishers, 2008

[5/3] Puczkó László; Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei. Geomédia, Budapest, 2000

[5/4] Mathieson, A.; Wall, G.: Tourism: Economic, Physical and Social Impacts – John Wiley & Sons, Inc., New York, 1982

[5/5] <http://www.propoortourism.info/>

[5/6] Hall, C. Michael; Lew, Alan A.: Understanding and Managing Tourism Impacts. An integrated approach. Routledge London and New York, 2009

[5/7] <http://www.wilderness-safaris.com/about/the-4cs>

[5/8] Ashley, Caroline; Roe, Dilys; Goodwin, Harold: Pro-Poor Tourism Startegies: Making Tourism Work For The Poor. A review of experience. Overseas Development Institute, 2001

[5/9] Jules, Sharmon: Sustainable Tourism in St. Lucia. A Sustainability Assessment of Trade and Liberalization in Tourism-services. 2005. http://www.iisd.org/tkn/pdf/tkn_tourism_stlucia.pdf

6. témakör: A turizmus hatásai a természeti környezetre

6.1. A témakör oktatásának célja

A turizmus környezetére mért hatások sokrétűek, ezért általában nem határolhatók el élesen egymástól. Fizikai hatás alatt az alapállapothoz képest bekövetkezett változást (következményt) kell érteni. A csoportosításuk (6. témakör, 7. témakör, 8. témakör) megkönnyíti az elemzést, azonban vannak csoportokon felül álló tényezők, mint például a globális felmelegedés, amit nem lehet ugyan besorolni sehova, de mégis mindenhol jelen van. A turizmussal is szoros kapcsolatban áll, de okozóinak a köre, és az általa bekövetkező események is túlmutatnak a turizmuson. Hasonló, Föld-léptékű probléma az energiaforrások - a modern élet egyik elengedhetetlen, nehezen pótolható elemének - kimerülése. Nyilvánvaló, hogy a globális folyamatok alakítják, átalakítják a turisztikai termék alkotóelemeit, de az egyes tényezők külön-külön (szennyező voltukkal) hozzájárulnak a világméretű problémákhoz. Fontos szempont, hogy bármilyen ökoszisztémáról, területről beszéljünk is, a természet mindig a legelső használatkor károsul a legnagyobb mértékben, eszerint az első turisták okozták a legrámaibb következményeket.

Az Olvasó a 6. témakör elsajátítását követően megismeri a turizmus – legtöbbször – káros hatását, amit a természeti környezetre gyakorol. A geológiai formák torzulása, a talajtakaró károsodása, a növényvilág átalakulása, az állatvilág összetételének, viselkedésének torzulása, súlyosabb esetben a teljes eltűnése írható bizonyos esetekben a turizmus számlájára.

6.2. A témakör kifejtése

6.2.1. A turizmus hatásainak jellege, csoportjai

A rendszerezésnél figyelembe kell venni, hogy egy-egy környezeti elemre mért hatás többféle lehet. Emellett nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a turizmus fejleménye nem azonos a turisták cselekedeteivel. Alapvetően meg lehet különböztetni közvetlen és közvetett fizikai hatásokat, bár jelen esetben a természeti környezet kapcsán ezek jóval árnyaltabban jelentkeznek. Közvetlen a hatás, ha egy rendezvény után tonnaszám marad szemét a helyszínen, de közvetett a hosszú idő alatt elszennyeződő folyó (amiben aktívan szerepet játszik egy-egy üzem, ipari város, vízi szállítás). Nem mindig elhatárolható a turizmus szerepe más iparágakétól, vagy a helyi lakosság mindennapos tevékenységétől. A hatások lehetnek visszafordíthatóak és visszafordíthatatlanok, akár pozitívak, akár negatívak. Rövid távon visszafordítható a szemetalás okozta tájrombolás. Hosszú távon bizonyos növény- illetve állatfajokat vissza lehet telepíteni az élőhelyükre. Az épített emlékek átalakítását, megszüntetését, eredeti állapotának a rekonstrukcióját is gyakran elvben meg lehetne oldani, de sokszor olyan technikai vagy pénzügyi akadály merül fel, ami ellehetetleníti a megóvását. Egy faj kipusztulása visszafordíthatatlan.

A turizmus környezetre gyakorolt hatásait Puczko-Rátz (2002) után a következő csoportosításban lehet a legjobban ismertetni (3. táblázat) [6/1]:

3. táblázat: A turizmus környezetre gyakorolt hatásainak csoportosítása

Hatások a természeti környezetre	Hatások az ember alkotta környezetre	Hatások ökoszisztémákra
• Levegő minősége • Geológiai problémák • Vízhőmérséklet • Természeti erőforrások kimerülése • Növényvilág • Állatvilág	• Épületek és vizuális hatások • Területhasználat megváltozása • Infrastruktúra	• Vízpartok • Szigetek • Hegységek

Forrás: Puczko L. – Rátz T. (2002) alapján

Akarmelyik tényezőt is vizsgáljuk, vitathatatlan, hogy épségük a turizmus tekintetében kiemelten fontos, bármelyik sérülése magára az attrakcióra van negatív hatással, ami továbbgyűrűzik és a régió, a település, a lakosság, az üzleti vállalkozások is elszenvedői lesznek. Ez a turizmus egyik nagy paradoxonja, ezért is nevezik sokszor a turizmust „öngyilkos iparágnak”.

6.2.2. Hatások a természeti környezetre

6.2.2.1. Levegő minősége

A légszennyezés – kémiai elemek és por feldúsulása, az ózonlyuk megnagyobbodása – a modern kor egyik káros mellékhatása. A közlekedésben, a desztinációba való eljutás károsanyag-kibocsátásában a közúti járművek a fő bűnösök, de a repülőgépek (a kerozin égéstermék), a turista- és luxushajók, és a hobbi járművek (motoros szán, jet-ski, motoros sárkányrepülő, homokfutó stb.) is hozzájárulnak a levegő minőségének romlásához. A szállodák, a bárók és éttermek fűtési és légkondicionáló berendezései mellett, hogy légszennyezők, a külső környezet hőmérsékletét is emelik. A légszennyezés alfaja a zaj- és illatszennyezés is, aminek eredete lehet egy part menti disco, bár, hobbieszköz (beer-byke, quad, stb.) illetve utóbbinak egy lángossütő vagy az éttermek, pékségek, amelyek a konyhában keletkezett szagokat az utcára vezetik.

6.2.2.2. Geológiai problémák

A talajra mért hatások súlyossága nagyban függ a terület elhelyezkedésétől, klimatikus és hidrológiai adottságaitól. Leglátványosabb típusa a szemetelés. A talaj eróziója jóval intenzívebb, ha a savas esők által a levegő nehézfém tartalma bemosódik, a szennyvizek is bekerülnek az ökológiai körforgásba, óriási problémát okozva ezzel állat- és növényvilágban, valamint a vízkészletekben is. A turisták és járműveik általi taposás és tömörítés szintén megváltoztatja a talajszerkezetet, ami negatívan hat a felszín életvilágára. Egy gyalogos turista 150-400 g/cm² felszíni nyomást gyakorol a talajra, míg egy autó 1000-1700 g/cm²-t. A gyalogtúra a talaj erózióját 25.000 cm³/m²-rel rontja évente, a négykerekű járművek pedig pont a százszorosát ugyanakkora területen. [6/2]

A hegymászás aprózza a szikla kőzetanyagát, fokozva ezzel a kőomlás esélyét. A barlangok érzékeny ökoszisztémáját is könnyen tönkretetheti néhány figyelmetlen, gyűjtögető turista. Egy centiméter cseppkőoszlop 80-100 év alatt alakul ki. A Bükkben például a „természetjáró” autósok és

motorosok, akik hétfévenként az egész hegységet elárasztják, hatalmas károkat okoznak a szemetelésükkel, a zajszennyezéssel, a talajtömörítéssel és az állatgázolásokkal. [6/3]

6.2.2.3. Vízhőminőség

A vízszennyezés vizsgálható felszíni és felszín alatti vizek, édes- illetve sós vizek, vagy ivóvíz és természetes víz tekintetében is, de megjegyezhető, hogy a turisták és a turizmus által okozott károk egyértelműen és nagymértékben kimutathatók minden csoport esetében. Közhely, hogy legértékesebb kincsünk az édesvíz, de elgondolkodtató, hogy mára a világ folyóinak 60%-a kiszáradt, illetve súlyosan károsodott. Emellett a Föld lakosságának körülbelül 10%-a szenved a közvetlen vízhiánytól, de jóval magasabb az aránya annak a népességnek, akik szűkösen férnek hozzá. [6/4] A Földközi tenger partjánál a tömeges turizmus 2030-ig elérheti a 500 milliós turistaszámot évente. Ez, a nagymérvű szennyezés mellett súlyos vízhiányhoz vezethet a partmenti szállodák és golfpályák fenntartásából adódóan. [6/5] Egy golfpálya évente egy millió m³ vizet használ fel, ami egy 12 ezres lélekszámú kisváros fogyasztásának felel meg. A súlyos vízhiányban szenvedő Cipruson ennek ellenére tucatnyi golfpálya nyílt meg az elmúlt években vagy van tervbe véve az építése. [6/6] Az olajat szállító hajók katasztrófái, a turistahajók által felkavart víz, a növényirtót tartalmazó hajófestékek, a szállodák szennyvizei, a túlzott, felesleges vízfogyasztás a tengeri ökoszisztémák drasztikus változásait, fajok százainak kipusztulását, koszos partokat, halott korallzátonyokat eredményez. [6/7] A balatoni horgászok 1700-at megközelítő (nagyraoszt illegálisan létesített) csónakkikötői, beállói, ösvényei megbontják az egységes nádast, felrúgva ezzel a part ökológiai rendszerét. [6/8] Ha ehhez hozzáadjuk a déli part szennyvizét, a Kis-Balaton szűrőrendszerének tönkretételét, a Zala által a Balatonba juttatott hordalékot, a rengeteg szemetet, a motoros járművekből származó olajat, a turisták, horgászok, vadászok által okozott természetkárosítást, akkor csoda, hogy gyönyörű tavunk egyáltalán létezik még és nem egy nagy, zöld, elalgásodott, bűzlő mocsár van a helyén. [6/9]

6.2.2.4. Természeti erőforrások kimerülése

A közlekedés energiafogyasztása a legjelentősebb, de nem elhanyagolható a szállodák hűtése/fűtése sem. A vendégek ellátása élelmiszerrel, azok előállításához, vagy szállításához felhasznált energia, hozzászámítva a pazarlást szintén jelentős tényező. Az ivóvíz-bázis is csökken, amiről az előzőekben említést tett a jegyzet. Ami szinte teljes mértékben a turizmus számlájára írható, az a gyógy- és termálvizek mennyiségének, minőségének és hőmérsékletének negatív irányú változása. [6/10] A Hévízi-tó, amely 20 ezer éves múltra tekint vissza, megsínylette a bauxitbányászatot, majd az egyre népszerűbb, de környezetvédelmet egy ideig háttérbe szorító gyógyturizmust. A karsztvizet sokáig illegálisan csapolták, sokkal több szálloda reméli a meggazdagodást, mint amennyinek a forgalmát a kis tó elbírja, ráadásul mindezt szabályozás nélkül, a helyi érdekek és nagybefektetői viták árnyékában. A helyzet mára ugyan nagy mértékben javult, de soha nem járhat következmények nélkül a természet károsítása. [6/11]

6.2.2.5. Növényvilág

A talaj problémái visszahatnak a rajta élő növényzet helyzetére, így a geológiai és talajtani problémák érvényesülnek a növénytakaró állapotában is. A szemetelés, gyűjtögetés hatalmas problémát okoz a vegetációban. Magyarországon több mint 3000 növényfaj él, ebből terület nélkül

védett 652 faj (fokozottan védett 63). Az ipari termelés, az urbanizáció és egyéb tényezők rengeteg területet változtattak meg, amelyet az un. tájsebek aránya is jól szemléltet (12. ábra).

A legtöbb növényfaj számára a legkisebb hatású taposás is jelentős károkat okoz. Vizsgálatok szerint ahhoz, hogy a növényzet 50%-a elpusztuljon, 12-szer kell csizmával áthaladni egy szubtrópusi eukaliptusz erdőben, 40 alkalom elegendő egy hegység havasi növényzeténél és ez a szám 1500-ra nő egy legelő esetében. [6/2] A negatív hatás sátorveréskor, tűzrakáskor, gépkocsik jelenlétekor fokozódik, a növények spóráit és szaporító anyagát elhordó, eltaposó turisták közreműködésével az utánpótlásnál is problémák adódhatnak. Ha a növényi kultúrák összetétele megváltozik, az maga után vonja az állatok élőhelyének, majd összetételének a változását is. A tönkrement, ipari célra felhasznált, elpusztult növényzet helyetti új, tájidegen növényfajták telepítése okozhatja az őshonos faj további visszaszorulását és esztétikai problémákat is. Az erdők – különösen a trópusi esőerdők – rohamos kitermelése minden nap aktuális, népszerű téma, de úgy tűnik, nem történik a megfékezésében drasztikus változás. [6/12]

6.2.2.6. Állatvilág

A világon ismert állatfajok száma körülbelül 7.700.000. [6/13] Magyarországon 42.016 állatfajból 965 védett (ebből 137 fokozottan). Bár még sok faj (főleg az ízeltlábúak közül) felfedezésre vár, de bizonyos becslések szerint a Földön naponta 2-3 faj tűnik el örökre. [6/14] A turizmus káros hatásainak megmutatkozása az állatvilágban látványos és felkapott téma a természetvédők, filmesek, regényírók körében, bár az emberi természetből fakad, hogy a mesehősöket, Dumbót az elefántot, Vukot a kis rókát, Bambit az őzikét, valamint a barátságosnak feltüntetett zsiráfokat, delfineket, koalákat és kengurukat hatalmas népszerűség övezi. Sokszor azonban pont ez lesz a vesztük, a turisták hada ugyanis ellehetetleníti az életüket. Jóval kevesebb utazót érdekel az a tény, hogy egyes bogárfajok teljes, helyi pusztulását az erdőn áthaladó járművek okozzák. A puhatestűek száma a folyó- és tópartokon drasztikusan lecsökken, amikor horgászhid van. A telepített növények (tengerparti pálmák, virágoskertek) felborítják az őshonos ízeltlábúak egész rendszerét. A békák, varangyok, gőtéek és szalamandrák száma a hegyekben, a nagytestű gyíkoké a sivatagban csökken le a szennyezések miatt. A tengeri teknősök szaporodásának megzavarása, a tojásrablás szintén a faj létét fenyegeti. [6/2]

A turizmus a legjelentősebb generálója bizonyos állatok fekete kereskedelmének (a mai napig kerülnek ezáltal selyemmajmok a világ minden pontjára, Alaszkában rozmárok, Afrika és Ázsia partjainál ritka kagyló és rákfajokat, a szavannákon elefántokat és orrszarvúkat ölnek halomra, használják fel mészvázukat, agyarukat, fogaikat, különböző ékszerek készítésére. A majomagy, mint gasztronómiai különlegesség még mindig számos nyugati turistákra alapozó desztináció éttermeinek kínálatában szerepel. A bálnák, delfinek, lamantinok, dugongok életmódjának megfigyelése magának az állatnak a viselkedését, szaporodását zavarja, ok nélkül pusztítja az amúgy is veszélyesen kis populációt. [6/7] A madarak költése sokszor ellehetetlenül a turisták magas száma miatt, különösen azon fajok esetében, amelyek a földön fészkelnek. A csónakok, gyalogosok által megzavart madarak sokszor elköltözni kényszerülnek. A Duna-Dráva Nemzeti Parkban sajnos a kiscsér is alulmaradt a kenus turizmussal szemben. Költőhelye azokon a sóderzátványokon volt, amelyek megnyíltak a csónakosok számára. [6/15]

6.2.2.7. Hatások ökoszisztémákra

A rendszerben gondolkodás tudományos eredménye, hogy egyre több tudós és tudományág foglalkozik az ökoszisztémával, mint egységgel. Az értelmezés szerint: „az ökoszisztéma pontosabb

értelmezést kapott; a modern ökológia az ökoszisztémát a társulások anyag- és energiaforgalmát leíró rendszerelméleti modellnek, vagyis egy értelmezést szolgáló eszköznek tartja. Ezért nem célravezető magával a biológiai entitással, pl. egy erdő vagy tó életközösségével azonosítani – ebben az értelmezésben – az erdei vagy tavi ökoszisztémát, hiszen ez utóbbi csak egy speciális szempontból (anyag-, energiaforgalom) és egy speciális eszközzel (rendszermodell) írja le a rendkívül bonyolult, s teljességében ma még biztosan nem ismert természeti jelenségeket.” [6/16]

Rengeteg különféle csoportosítás látott napvilágot: létezik földi- és vízi ökoszisztéma, vagy kisebb léptéket vizsgálva lehet egy településnek, illetve bármilyen kis egységnek is (mint például a Tihanyi Belső-tó) saját, külön vizsgálható ökoszisztémája. A turizmus és hatásai szempontjából az alábbi többé-kevésbé egységesnek tekinthető területeket érdemes tanulmányozni:

- vízpartok,
- szigetek,
- hegységek.

A turizmus negatív hatásai a fenti területeken jelentkezik leggyakrabban, hiszen szintén paradox módon ezek a tömeges turizmus legkedveltebb célpontjai mindezek mellett a legérzékenyebb területek is. Egy szigetről vagy magashegységből a turisták megjelentését követően az állatoknak nincs hova menekülnie. Egy egyedi, endemikus növényfaj kipusztulása esetén nincs honnan pótolni azt.

A tömeges turizmus hatásai a Föld minden pontján máshogy jelentkeznek, teljesen általánosítani nem lehet, de vannak gyakran előforduló jelenségek, amelyek ismerete fontos lehet a károk enyhítése, a turizmus menedzselésének szervezése szempontjából. A 4. táblázatban található, a fent említett három ökoszisztéma, illetve a turizmus rájuk mért hatásai.

4. táblázat – A turizmus hatása az ökoszisztémákra

Környezeti tényezők és problémák	Okozók és befolyásoló körülménye	Vízpart (tavak, folyók, tenger)	Szigetek	Hegyvidék
		Hatások		
A terület belakottságának fokozódása, a növényzet és állatvilág zavarása	(szűkös) méret; nagyszámú (tömeg turista) látogató-turisztikai infrastruktúra kiépítése	állatvilág zavarása; elvándorlás; fajok cserélődése; területek kiszárítása kiirtása; betelepítés; szaporodás zavarása; kiirtás;	állatvilág zavarása élőhely szűkülés és területi koncentráció szaporodás zavarása kiirtás betelepítés zöldfelületek megszüntetése	állatvilág zavarása; élőhely szűkülés és területi koncentráció; szaporodás zavarása zónák megbontása kiirtás betelepítés
Infrastruktúra kiépítése	Nagyszámú (tömegturista) látogató	mezőgazdasági területek beépítése; kikötők és más közlekedési kapcsolatok kialakítása	mezőgazdasági területek elvonása kikötők, repülőterek, okozta beépítettség; partnővekedés; dűnék rombolása	egybefüggő természetközeli területek és a talaj megbontása erózió elősegítése; vándorlási utak zavarása sípálya kiépítése; műhó
Kommunális és veszélyes hulladék gyűjtése és feldolgozása	Méret (szűkös)	lehetőség a méretgazdaságosság előnyeinek kihasználására más területekkel közös lerakok esetén	korlátozott lerakás feldolgozási lehetőségek	morfológiai okokból a gyűjtés és szállítási nehézségei

Szennyvíz-kezelés és hálózat	Urbanizáció	tisztítási módszerek és kapacitások regionális hálózatok tavak lassabb vízforgása	kiépítettség megteremtése; tisztítási módszerek; kapacitások	Kiépítés és gyűjtés nehézségei; elszivárgás hatásai karsztvíz- szennyezés
Ivóvízbázis elérhetősége és mérete	Nagyszámú (tömegturista) látogató	új kutak regionális vízbázisok elérése	ivóvízimport	költséges felszínre hozatal karsztforrások elvezetése
Éves csapadék-mennyiség	Kertek, parkok öntözése	Helyiek víz használatának korlátozása, magas vízárak	helyiek víz használatának korlátozása; magas vízárak vízimport	költséges felszínre hozatal

Forrás: Puczko – Rátz (2002)

A turizmussal kapcsolatos vizsgálatok szempontjából azonban a csoportok számát növelni kell, bevezetendő lehet például (a teljesség igénye nélkül):

- esőerdők,
- sarkvidéki környezetek,
- sivatagok, sztyeppék, szavannák,

valamint a fő kategóriák szétválasztása is szükséges lehet. Például a vízpartok tovább bonthatók az alábbi környezetekre:

- óceánok,
- tengerek,
- édesvízi tavak,
- sós tavak,
- mocsarak,
- hegyi patakok,
- folyók,

amik egyenként is képezhetik a turizmus hatásait vizsgáló kutatások alapját.

6.3. Esettanulmány: A Tisza-tó környezeti állapota a turizmus fellendülését követően

A Tisza-tó jelenleg hazánk legkisebb, de nagyon jelentős turisztikai régiója. A tó történelme rövidke: a víztározó eredetileg nem turisztikai, hanem ipari funkciókat látott el. A mesterségesen létrehozott környezet legtöbb eleme mára a természet- és környezetvédelem kiemelten fontos helyszínévé vált. Az első turistákat a '80-as években a halállomány vonzotta a vízpartra, mára a vonzerők és turisztikai termékek sorát tudja felmutatni. Az érzékeny természeti környezet, állat- és növényvilág azonban a termékek javának a gerincét alkotja, fontosságára, a tudatos tervezés szerepére azonban csak az elmúlt évtizedekben ébredtek rá a döntéshozók. A tó fennállásának közel öt évtizede alatt jelentős ökológiai átalakulás ment végbe (nagyraoszt természetes úton), elterjedtek a nádasok, a sulyom, a hínáros, megjelent számos mozgékony faj (madarak) a területen, de kipusztultak olyan társulások, amelyek az eredeti állapotokhoz (nem folyamatos víztakaró) szoktak. Összességében csökkent a biodiverzitás is, és az egész folyamat sebessége is lelassult. A természeti

értékek megőrzése a Hortobágyi Nemzeti Park nyomására, a Ramsari Egyezmény aláírása nyomán és EU-s nyomás hatására erősödött meg.

A halfajok előfordulását befolyásolta a tó kialakulása is, a mai populációk elhelyezkedése és mennyisége eltérő az 50 éve tapasztalt állapotoktól. A horgászat, mint tevékenység megjelenése okozott ugyan károkat kezdetben, de alacsony számuk miatt ez nem volt jelentős. A partról horgászók száma jelentősebb volt, mint a csónakból horgászóké. A horgászathoz köthető vadkempingezés azonban súlyos károkat okozott kezdetben, ugyanis a szemétszállítás, a keletkező szennyvíz kezelése egyaránt megoldatlan volt, míg a vadkempingezők száma nyaranta hamar több tízezer főre duzzadt. A tó népszerűvé vált, így megjelentek a vízparti üdülést igényelők, illetve az őket kiszolgálni igyekvő létesítmények, strandok, büfék, amik pontszerű, de jelentős terhelést jelentettek. A zaj, az állatok zavarása, a víz- és talajterhelés (bemosódó napolaj, autók, konyhai szennyvíz, stb.) mellett a tónak a '90-es évekig a környező gyárak ipari szennyezését is el kellett viselnie.

A '90-es évek után megjelent a klasszikus értelemben vett tömegturizmus-jelenség a maga összes problémájával. Rohamosan növekedett a telektulajdonosok száma, a nyaralók, a strandon egy-egy melegebb nyári napon akár 20.000 ember is lehetett egy időben. A problémák jelentkezése után elkezdtek visszaszorítani a vadkempingezést, ami azt eredményezte, hogy a csónakos horgászat lett a népszerűbb, csónakkikötők létesültek. A 2000-es évek elejétől szigorodtak a természetvédelmi előírások, megindult a turizmus tudatos tervezése. A régió imázsa átalakult a vízi turizmusból az ökoturizmusba, a vadkempingezést szinte teljesen sikerült visszaszorítani. Sokat segített, hogy madárleseket, csónaktúrákat szerveztek, ami a természeti értékekre fókuszált, de a legnagyobb áttörést a tó turizmusában a Tisza-tavi Ökocentrum megnyitása jelentette. Ez megváltoztatta a látogatók összetételét és sokat segített a szemléletformálásban is. [6/17] A turizmus további szigorú szabályozása, a horgászat és a vadászat kordában tartása, a természetvédelmi zónák területének kiterjesztése, a vízi járművek további korlátozása irányadó törekvések a Tisza-tó hosszú távú fenntarthatósága érdekében a jövőben is.

6.4. Összefoglalás

Az emberi tevékenység, a gazdaság fejlődése és maga a turizmus is szoros kölcsönhatásban van a természeti környezettel. A hatások sokszor negatívak, amelyekre a 6. leckében számos példa is ismertetésre kerül. Létezik azonban a turizmusnak egy pozitív, környezeti értékeket mentő szerepe is, amelynek az erősítése a jövő generáció kiemelt feladata.

Ismerni kell a turizmus okozta káros tevékenységeket és azok tudatában törekedni kell a negatív hatások minimalizálására, a természeti erőforrások megóvására. Ennek a legjobb módja, ha a turizmus összes résztvevője a fenntarthatóság elvei alapján működik és tevékenykedik, mindenki elkötelezetté válik a természet felé. A tudatos tervezés, a társadalom minden rétegének bevonása, oktatása sikerre vezethet hosszú távon, ahhoz azonban teljes szemléletváltás szükséges, illetve a képesség az együttműködésre.

6.5. Ellenőrző kérdések

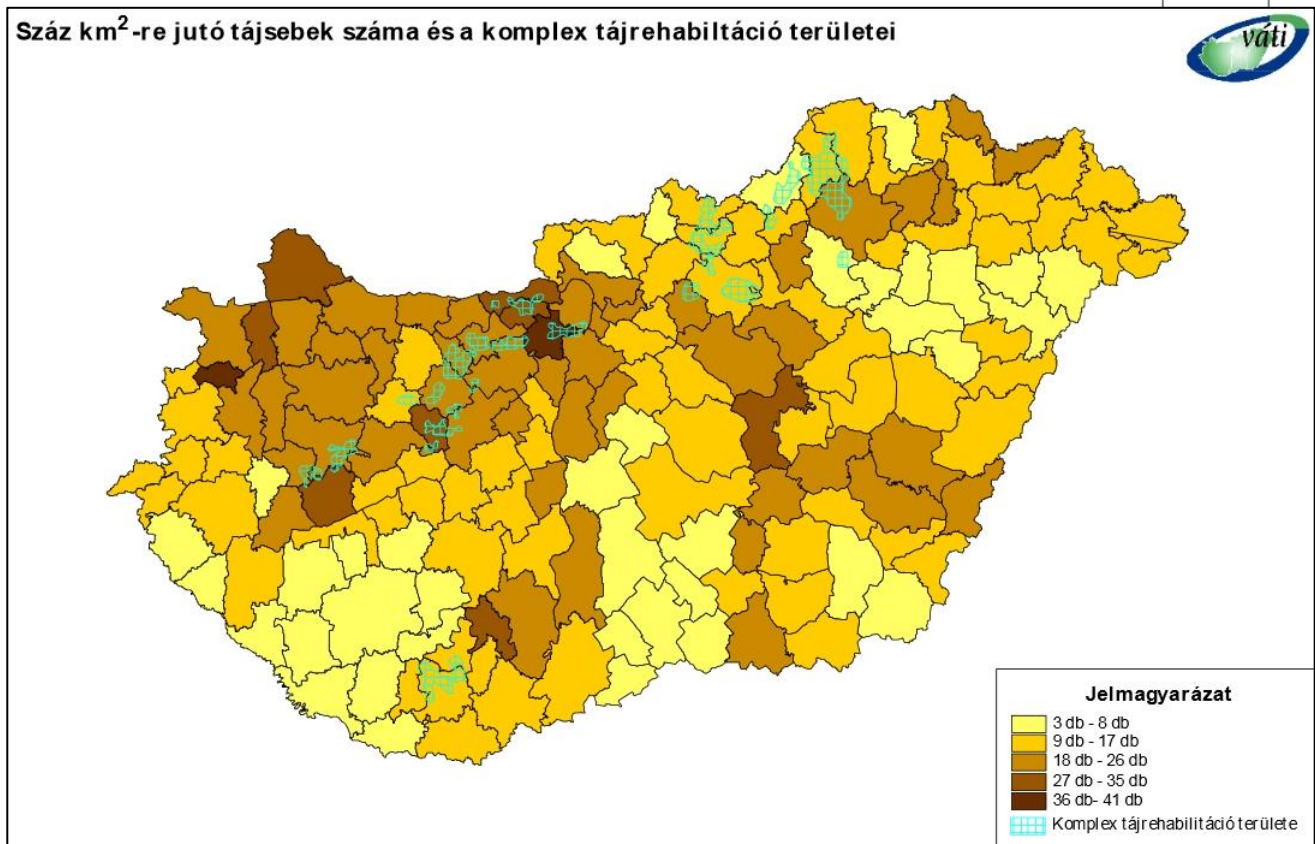
1. Hogyan csoportosíthatjuk a turizmus hatásait?
2. Mely környezetekre gyakorolhat pozitív vagy negatív hatást a turizmus és hogyan?
3. Miért nevezik a turizmust öngyilkos ipárnak?

4. Hogyan hat a turizmus a levegő minőségére, a geológiára, a vízminőségre és az állat- és növényvilágra?
5. Hogyan változott meg a Tisza-tó természeti környezete a turisták megjelenése után?

6.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

- [6/1] Puczkó László, Rátz Tamara: A turizmus hatásai. Aula Kiadó, Budapest. 2002
- [6/2] Weaver, David: The Encyclopedia of Ecotourism. School of Tourism and Hotel Management, Griffith University, Australia, CABI Publishing. 2001
- [6/3] Budai Zoltán: A természeti adottságokon alapuló turisztikai kínálatot veszélyeztető tényezők. In: „Ökoturizmus a Kárpát-Medencében” Konferenciakötet. Magyar Turizmus Rt. és BGF-KVIFK, Idegenforgalmi Intézet, Budapest. 2002
- [6/4] <http://water.org/water-crisis/water-facts/water/>
- [6/5] UNWTO: The Mediterranean – a tourism stronghold: Facts and Figures. http://dtxtq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/01_frederic_pierret_0.pdf
- [6/6] <http://www.tourism-review.com/travel-tourism-magazine-golf-tourism-seriously-impact-the-environment-article1448>
- [6/7] Mastny, Lisa: A nemzetközi turizmus új útra terelése, in: A világ helyzete 2002. A World Watch Institute a fenntartható fejlődésről. Föld Napja Alapítvány, Budapest. 2002
- [6/8] Pomogyi Piroska: A közvetlen emberi beavatkozások szerepe a Balaton parti sáv természeti területei növényzetének változásaiban. Közép-dunántúli Vízügyi Igazgatóság, Székesfehérvár. 2014. http://vpf.vizugy.hu/reg/kdtvizig/doc/PomogyiP_kaposvari_konf_cikk150221_kdtvizig%20honlapra.pdf
- [6/9] <http://www.aquadocinter.hu/themes/Vandorgyules/pages/3szekcio/plosz.htm>
- [6/10] 219/2004. (VII. 21.) Korm. rendelet a felszín alatti vizek védelméről. http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0400219.KOR
- [6/11] Óri István és társai: A Hévízi-tó környezet, természeti és gyógyidegenforgalmi jelentőségének bemutatása. Green Capital Zrt., Budapest, 2008. <http://www.greenflow.hu/wp-content/uploads/2012/03/H%C3%A9v%C3%ADz1.pdf>
- [6/12] Rakonczai János: Globális környezeti problémák. Lazi Könyvkiadó, Budapest, 2003
- [6/13] <http://think.transindex.ro/?p=9367>
- [6/14] Lendvai Petra: Bolyongó világ, Lélegzet. XV. Évf. 09. szám. 2005
- [6/15] <http://www.nimfea.hu/drava/ha/4.htm>
- [6/16] Mátyás Csaba és társai: Erdészeti Ökológia. Soproni Egyetem, 2005. <http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tkt/erdeszeti-okologia/ch02s02.html>
- [6/17] Tisza-tó Fejlesztési Korlátolt Felelősségű Társaság: A Tisza-tó térségfejlesztési stratégiája, 2013. http://www.jnszm.hu/feltolt/File/kozgyules/kozlony/2013/14_np_tisza_to_tersegfejlesztési_strategia_2013.pdf

12. ábra – Tájsebek Magyarországon



Forrás: www.vati.hu (<http://www.vati.hu/static/otk/int/jelentes2005184.pdf>)

7. témakör: A turizmus hatása a mesterséges (épített) környezetekre

7.1. A témakör oktatásának célja

A környezet (legyen épített vagy természeti) képét nagyban befolyásolja az emberi tevékenység. A turisták érdekében rendben tartott parkok, udvarok, kicsinosított házak az egész desztináció vonzerejét növelik, azonban a szemetes utcák, teleplakátozott közterek, lazán értelmezett hulladékkezelés egy természeti környezetben (erdőben, vízparton) és egy urbanizált területen is egyaránt visszatartó, vizuálisan is rongálja a táj hangulatát, összképét. Nemcsak a szó szoros értelmében vett szemét, hanem az óriás hirdetőfelületek, reklámtáblák, sőt egy stílusában oda nem illő építmény is lehet vizuális szennyezés. Erre lehet példa egy modern, üvegből készült bevásárlóközpont bármely történelmi városmagban, egy rosszul megválasztott, rikító kültéri festék vagy egy radar, lokátor esetleg egyéb katonai létesítmény.

A 7. témakör kifejti a turizmus hatásait az épített erőforrásokra, amelyek a legtöbbször a kulturális turizmus bázisát képezik, de természetesen kiemelkedően fontos a szerepük a turizmus más fajtái esetében, illetve az oktatásban, a régészetben, a kutatásokban, a művészettörténetben.

7.2. A témakör kifejtése

A turizmus számára (arányokat, fontossági sorrendet természetesen nehéz felállítani) a természet által létrehozott, őrzött látnivalók és a történelmi-kulturális értékek jelentik a fő vonzerőket. A várak, romok, templomok, csatamezők, stb. több kultúra emlékeit is őrizhetik. Magyarországon több mint 33.000 építmény élvez helyi védeltséget vagy nyilvánítottá védetté a Kulturális Örökségvédelmi Hivatal. [7/1] Különleges védelmet nyújt a „Világörökség” cím elnyerése is, amit az egész világon kiemelt turisztikai figyelem övez. Az építészeti emlékek megőrzésében és fenntartásukban, de elhasználódásukban is jelentős szerepet játszik a turizmus. A szándékos rongáláson, vandalizmuson kívül a túlhasználát is gondot jelent. A megemelkedett forgalom, a közúti és légi közlekedés által okozott rezgések, illetve a légszennyezés következtében lehulló savas eső is erodálja a régi (főleg üledékes kőzetből álló) épületeket. Sok kulturális emlék funkciója is átalakul, turisztikai kiszolgáló egységgé változik, ami gyakran hozzájárul a fenntartásához szükséges anyagi fedezet előteremtéséhez, és nem utolsósorban imázsépítő- vagy marketingfogás. A turizmus kordában tartása, irányított kereteinek megteremtése a beépített területeken is fontos, nemcsak a természetben.

Ahol a turizmus népszerűvé válik, ahová egyre többen utaznak, ott legtöbbször a terület eredeti funkciója megváltozik. Tájékozódás által nyernek helyet a turizmus kiszolgáló egységei (szálláshelyek, kikötők, síliftek, éttermek), ami az erdő- és mezőgazdálkodási területek teljes átalakításával jár. Ugyanezek a területeken előbb-utóbb megjelennek a második lakásnak vagy nyaralónak felépített házak, hobbikertek. Ezek, amellet, hogy lakói számos társadalmi konfliktus okozói, sokszor tájidegenek, nem kellőképpen tervezettek, különálló stílust honosíthatnak meg.

Az infrastruktúra, a kiépített víz- szennyvízhálózat, áramellátás, kommunikációs szolgáltatások és utak alapját képezik a turisztikai szolgáltatásoknak. A két tényező egymást ösztönzi: ha van turizmus, ott fejlesztik az infrastruktúrát; ahol megvan az alapvető infrastruktúra, oda könnyebb és jóval gazdaságosabb idegenforgalmat szervezni. Az infrastruktúra általában pozitív hatással bír a helyi

társadalomra, gazdaságilag lehet kedvező és kedvezőtlen egyaránt, de a természetben sok kárt okoz, a talajban, tájképben, állat- és növényfajokban egyformán. [7/2]

A turizmus fizikai hatásainak vizsgálata legtöbbször nem vizsgálható csak a turizmus szemszögéből; azt gazdasági, környezetvédelmi, társadalmi és egyéb oldalról is elemezni szükséges. A hatásokat leggyakrabban a fogadóterületre vonatkoztatva értelmezik a kutatók, bár néha a küldő terület is jelentős átalakulásokat produkál (pl. reptér építése a küldő desztinációban). A műemlék épületek megrongálódásán túl azonban számos egyéb fizikai hatás is érheti a turizmus által az adott régiót. Ezek a hatások a leggyakrabban értelmezhetőek pozitívnak és negatívnak egyaránt, illetve ugyanaz a változás különböző következményekkel járhat különböző társadalmi csoportok számára is. A közúthálózat fejlesztése pozitív az elérhetőség tekintetében, a helyiek is aktívabban bekapcsolódhatnak a gazdaság más ágaiba is, de a megnövekedett turistaforgalom társadalmi gondokat okoz, maga az út pedig kettévághat populációkat, zajszenyezéssel járhat. [7/3]

Az UNESCO Világörökségi Egyezményét 1972-ben írták alá, általa kiemelt feladattá vált a Föld természeti és kulturális örökségeinek megőrzése. Mára 191 állam csatlakozott a kezdeményezéshez, a lista 1630 védendő örökséget tartalmaz. 48 helyszín ezek közül különösen veszélyeztetett, megőrzését természeti vagy egyéb katasztrófák, háborúk, vagy privát kezdeményezések komolyan fenyegetik és amelyek megóvásához átfogó intézkedések szükségesek. Ezt a listát is időről időre újraértékelik, így egyes örökségek megerősítése után a világörökségi listára kerülnek, máshol azonban a megőrzés sikertelensége után a helyszín többé nem tartozik a világörökségek közé. A legtöbb veszélyeztetett örökség kulturális, a kisebb részük természeti (nemzeti parkok, rezervátumok). A veszélyeztetett épületek, kulturális örökségek listájára folyamatosan kerülnek fel újabb és újabb tagok, van, amit még a sürgősségi mentőakciók ellenére sem sikerül megóvni. [7/4]

Magyarország világörökségei az alábbiak:

- Budapest - a Duna-partok, a Budai Várnegyed és az Andrássy út (Kulturális) (1987 + 2002),
- Hollókő ófalú és környezete (Kulturális) (1987),
- Az Aggteleki-karszt és a Szlovák-karszt barlangjai (Természeti) (1995),
- Az Ezeréves Pannonhalmi Bencés Főapátság és természeti környezete (Kulturális) (1996),
- Hortobágyi Nemzeti Park - a Puszta (Kulturális-kultúrtáj) (1999),
- Pécs (Sopiana) ókeresztény temetője (Kulturális) (2000),
- Fertő / Neusiedlersee kultúrtáj (Kulturális-kultúrtáj) (2001),
- Tokaj-hegyaljai történelmi borvidék kultúrtáj (Kulturális-kultúrtáj) (2002),
- Matyó népművészet (Szellemi) (2012),
- Solymászat (Szellemi) (2012) (másik 12 országgal együtt),
- Táncház „módszer” (Szellemi) (2011),
- Mohácsi Busójárás (Szellemi) (2009).

Napjainkban, amikor a világturizmus formái átalakulnak, a turisták egyre kevésbé tartják vonzónak a 4S-típusú (tipikus tömegturizmus zsúfolt strandokon) utazásokat, keresik a természeti és kulturális értékeket. Az épített örökségek, várak, templomok, történelmi emlékhelyek, vallási központok, stb. mindig is kiváltottak turisztikai érdeklődést, az utóbbi évtizedben azonban hatalmas népszerűségnek örvendenek. Az örökségturizmus önállóan is nagyon erős szegmens, a legtöbb turisztikai termék alapja, de önállóan nem nyújt elég utazási motivációt. Legújabbán összemosódás tapasztalható az ökoturizmus, a falusi turizmus és az örökségturizmus frontján, kiegészülve a bor- és gasztronómiai turizmussal. Természetesen erősen függ a desztinációtól is, de a turista egyszerre szeretné megismerni az épített emlékeket, örökségeket, a természeti kincseket és a helyi közösség népszokásait, ünnepeit, hagyományait és ételeit. [7/5]

7.3. Esettanulmány: A turizmus hatása a Machu Picchu-ra

Peru leghíresebb látnivalója a közel 2500 méter magasan fekvő Machu Picchu. Természeti-kulturális örökség, amelynek közel 200 épületmaradványa az ősi inka kultúráról árulkodik. A világ modern csodái egyikének épségét azonban fenyegeti a túlméretezett turizmus. Bár az UNESCO és a perui kormány limitálta a napi turistaszámot először 2001-ben 917 főre, majd ez a szám folyamatosan emelkedett, így lehetett 2008-tól már 2500 fő, de még ezt is bőven túllépték, tavaly 1,1 millióan jártak az elég nehezen megközelíthető emlékhelyen.

Megelégelte ezt az örökség vezetősége és megalkották a Machu Picchu Master Plan 2015-2019 nevű tervdokumentumot, amely nagyban szigorítja a turisták tevékenységét, szabályozza az áramlásukat, megpróbálva ezzel a turisták által okozott negatív hatásokat csökkenteni. A társadalmi problémák (közösségen belüli ellentétek a turizmus miatt, a bűnözés növekedése) mellett környezeti is éri bőségesen az örökséget. A turisták bakancsaikkal erodálják a talajt, fákat vágnak ki az odavezető út, az „Inca Trail” mentén, amiből tábortüzeket raknak, ez erdőtüzhöz vezet. Az Inca Trail-t 1984-ban 6.000 turista mászta meg, ez a szám 2000-re 82.000-re nőtt, ami szeméthegeket eredményez az út mentén és a kempingek környékén. A turistaszám rohamos növekedése és a szállások gyors építése oda vezetett, hogy a keletkező szennyvíz az Urubama folyóba ömlik. [7/7]

A terv szerint a négyéves periódusban új utakat építenek ki, szigorú kamerás megfigyelőrendszert, a túrákat csak vezetett formában lehet a romvároson belül megtenni és a benn eltöltött időt is lecsökkentenék. Az emléket a terv szerint csak az újonnan megépülő látogatóközponton át lehet majd megközelíteni, ahol 100 fős csoportokat indítanak el vezetővel 10 percenként. Érdekesség, hogy ennek az eredménye matematikailag akár napi 6.000 turista is lehet, ami éves szinten megduplázná a számukat ahelyett, hogy csökkentené.

A szakértők azért aggódnak, hogy így csorbulni fog a látogatás élménye, az új fejlesztésekkel soha nem lesz már ugyanaz a Machu Picchu. A peruiaknak azonban lépnie kellett, hiszen a turisták látogatásának tudatos tervezése nélkül a mindenre felmászó, mindent begyűjtő és szemetelő látogatók néhány év alatt teljesen tönkretették volna a romvárost. A turisták áramlásának irányításában látják a megoldás kulcsát, ezért építenek egy új kijáratot, mosdókat a bemutatóközponthoz és információs bódét is.

Az UNESCO is égetőnek tarja a problémát, az aggályai leginkább a szemetelés (és a nem megoldott elszállítás) és a romváros veszély esetén életbe lépő kiürítési terve miatt aggódik. Utóbbi jogosságát egy 2010-es özönvíz támasztja alá, amikor 3.500 turista rekedt a romvárosban. A Machu Picchu Master Plan szerint a változások bevezetése után az összes turizmussal kapcsolatos negatív hatás 20 éven belül megszűnik.

7.4. Összefoglalás

A turizmus megjelenése, később tömegessé válása igen nagy károkat okozhat a mesterséges környezet számára, ahogyan erre a 7. témakör is rávilágít. A több évszázados, veszélyben lévő kulturális értékek, de a modern kor vívmányai is egyaránt védendők, melyet a turizmus szervezetei, háttérszereplői és résztvevői mára ösztönöznek és legtöbbször támogat is. A hosszú távú fenntarthatóság megvalósulásához a természeti környezet és a társadalmi emlékek megóvása egyaránt hozzá tartozik.

7.5. Ellenőrző kérdések

1. Mely épített környezet játszik kulcsszerepet a turizmusban?
2. Hogyan és miért alakul át az örökség funkciója a turizmus miatt?
3. Hogyan védi az UNESCO az épített örökségeket?
4. Hogyan kapcsolódik az örökségturizmus a turizmus többi ágához?
5. Miért szükséges drasztikus változásokat bevezetni a Machu Picchu-nál?

7.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[7/1] <http://www.muemlekem.hu/muemlek>

[7/2] Puczkó László, Rátz Tamara: A turizmus hatásai. Aula Kiadó, Budapest. 2002

[7/3] Dávid Lóránt (szerk.); Jancsik András; Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 2007

[7/4] <http://whc.unesco.org/en/about/>

[7/5] Magyar Turizmus ZRt.: Örökség turizmus. Szakmai segédlet turisztikai partnereinknek. http://itthon.hu/documents/28123/7654442/%C3%B6r%C3%B6ks%C3%A9g_turizmus_.pdf/eefc0e2b-18bd-4539-9333-f44668f69bc5

[7/6] <http://whc.unesco.org/en/list/274>

[7/7] <http://geographyfieldwork.com/MachuTourismImpact.htm>

[7/8] <http://www.peruviantimes.com/22/the-master-plan-machu-picchu-reconceptualized/24058/>

8. témakör: A turizmus hatásai a társadalmi-kulturális környezetre

8.1. A témakör oktatásának célja

A turizmus egyértelmű hatással van a fogadóterület lakosságára, a szokásaikra, az életminőségük javulása révén a kulturális érdeklődésük, lehetőségeik is megváltoznak. Ezek mellett azonban a turista is változik, az ő szemléletmódja, idegenekkel való kapcsolata, empátiája is formálódik. A társadalmi kulturális hatások tehát a turizmus küldő és fogadó oldalán is megmutatják magukat. A folyamatos kölcsönhatás lehet pozitív, de lehet negatív is.

A 8. témakör során ismertetésre kerülnek a turizmus társadalmi-kulturális hatásai, melyből kiderül, hogy milyen sokrétű, összetett viszonyrendszer áll fenn a látogatók és a helyi lakosság között. A témakör végén az Olvasó megismerheti a teherbíró-képesség mérésének fontosságát és területeit a turizmusban.

8.2. A témakör kifejtése

A turizmus társadalmi-kulturális hatása – bár kölcsönösen érintett benne a turista és a helyi lakosság is – a kutatásokban döntően a fogadó desztináció lakosságának életminőségbeli változásaira, kulturális jellemzőinek átalakulására fókuszál. A turizmus hatásai közül a társadalmi tényező a legdinamikusabb, a változások általában visszafordíthatóak, a helyiek turistákhoz fűződő viszonya folyamatosan – akár tudatosan is – alakítható, változtatható. A társadalmi-kulturális hatások Puczkó-Rázt (2005) alapján a 5. táblázatban kerülnek ismertetésre. [8/1]

5. táblázat – A turizmus társadalmi-kulturális hatásai

Kedvező	Kedvezőtlen
Népességre gyakorolt hatások	
Népesség növekedése (betelepülés ösztönzése, a lakosság megtartása)	Népesség növekedése (etnikai konfliktusok, nemek egyensúlyának felbomlása, nagyrészt szakképzetlen munkaerő)
A betelepülés következtében a kor, nem, faj, etnikum szerinti megoszlás megváltozása	
Szezonális munkaerő beáramlása (ha hiányzó munkaerőt pótol)	Szezonális munkaerő beáramlása (ha olcsóbban a helyi munkaerőt helyettesíti, munkanélküliség növekedéséhez vezetve)
Időszakos lakosok, üdülőtulajdonosok jelenléte (élénkítő hatás, ha bekapcsolódnak a közösség életébe)	Időszakos lakosok, üdülőtulajdonosok jelenléte (ha nem vállalnak részt a terhekből)
Lakosság urbanizációja (javuló életminőség)	Lakosság urbanizációja (hagyományos közösség felbomlása)
Munkaerőpiac átalakulása	
Munkahelyteremtés	Szezonális munkahelyek növekedése

• Munkahelykínálat választékának szélesítése	• Szakképzetlen, rosszul fizetett munkahelyek létrejötte
• Turisztikai szakképzettség, nyelvtudás, kommunikációs képesség felértékelődése	• Munkaerőhiány a hagyományos gazdasági szektorokban
• A turizmus mint kiegészítő gazdasági tevékenység, diverzifikáló tényező	• Fokozott gazdasági egyenlőtlenségek a közösségen belül
• Elmaradott régiók felélesztése, lakosság életminőségének javítása	
Közösség életminősége jellemzőinek, szerkezetének átalakulása	
• Szolgáltatási szektor súlya nő	• Külső befektetők, vállalkozók arányának növekedése (kevésbé elkötelezettek a közösség érdekei iránt hosszú távon)
• Társadalmi, kulturális élet felélénkülése	• Üdülőtulajdonosokkal való ellentét
• Infrastruktúrabővülés	• Ingatlanárak emelkedése
• Földtulajdon, ingatlan értékének növekedése	• Ingatlanhoz, földtulajdonhoz jutás megnehezedése az emelkedő árak következtében
• Bővülő vásárlási lehetőségek	• Áruk, szolgáltatások árának emelkedés
• Desztináció imázsának javulása	• Kulturális identitás elvesztése
• A közösség büszkeségének növekedése lakóhelyükkel kapcsolatban	• Erkölcsi normák gyengülése, értékrendszerek átalakulása
• Előítéletek csökkenése, tolerancia növekedése	• Vallási konfliktusok (az időszakos foglalkoztatottakkal, a turistákkal)
	• Zsúfoltság
	• Közlekedési problémák
• Társadalmi osztályrendszer átalakulása (a turizmusban hasznosítható erőforrások tulajdonosainak felemelkedése)	• Társadalmi osztályrendszer átalakulása (hagyományos gazdasági tevékenységet végzők visszaszorulása)
Hatások egyéni és családi szinten	
• Társadalmi mobilitás növekedése (elsősorban a nők és a fiatalok körében)	• Társadalmi hálózatok felbomlása
• Szabadidő-eltöltés lehetőségeinek bővülése	• A turizmusba bekapcsolódók életritmusának felborulása
• Életszínvonal-emelkedés	• Veszélyérzet növekedése (az idegenek jelenléte, a növekvő bűnözés miatt)
• Nyelvtanulás, tanulás – a turizmusoz szükséges képességek felértékelődése	• Idegenellenesség kialakulása
• (Kiegészítő) jövedelem a turizmusból	• Vendégszeretetet kommercializálódása
• Munkához való hozzáállás javulása, udvariasság, jó modor	• Deviáns viselkedési formák kialakulása, erősödése
	• Helyi nyelv visszaszorulása (hétköznapi nyelvhasználatban, vizuális kommunikációban)
	• Szexuális szabadosság növekedése
• Demonstrációs hatás (ha a turisták	• Demonstrációs hatás (ha a turisták

életmódjának utánzásra való vágy munkavállalásra, tanulásra ösztönöz)	életmódjának utánzásra való vágy a turisták kizsákmányolására vagy illegális tevékenységre ösztönöz)
Családszerkezet megváltozása (generációk együttműködése, közös vállalkozások)	Családszerkezet megváltozása (családi kohézió meggyengülése, egyéni érdekek előtérbe kerülése)
Fogyasztási szokások átalakulása	Fogyasztási szokások átalakulása
Lakásviszonyok megváltozása (urbanizáció, lakások javuló felszereltsége)	Lakásviszonyok megváltozása (helyi lakosok kiszorulása a lakáspiacról, saját lakás turisztikai hasznosítása)
Kulturális és természeti erőforrásokra gyakorolt hatások	
Kiemelkedő szépségű, ritka természeti erőforrások védelme	Helyi szokások, hagyományok eltűnése
Helyi művészetek, kézművesség, kulturális események újjászűletése	Kultúra kommercializálódása
Helyi építészeti stílusok újjáéledése	Szemetelés, szennyezés

Forrás: Puczkó-Rátz (2005)

A táblázat alapján elmondható, hogy a turizmus társadalmi-kulturális hatásainak kialakulását számos külső és belső tényező befolyásolja, időben dinamikusan változtatja. A hatások közötti összefüggések erőssége is igen változó, sokszor a dominóelv alapján változtatják egymást is. [8/2] A lakosság attitűdjéről, a turizmus megjelenésének hatásairól többen is alkottak elméleteket. Az egyik első kutató Doxey volt, aki 1975-ben alkotta meg az „irridex” modellt. Ebben kimutatja, hogy a turisták számának folyamatos növekedése növekvő feszültséget gerjeszt a fogadó lakosság körében, így az attitűdjük is egyre negatívabbá válik. [8/3] A tolerancia határát sokszor nehéz meghatározni, nagyban függ a turisták jellegétől, a fogadó csoport tulajdonságaitól és a turizmus gazdasági eredményeitől. A szezonális forgalom esetében többször jelentkezik az attitűdök rövid időn belüli megváltozása, a kezdeti öröm utáni közömbösség, esetleges negatív érzések kialakulása. Minél nagyobb a fejlettségbeli különbség a turisták és a helyiek között annál valószínűbb, hogy jelentkezik az ún. „demonstrációs hatás”. A helyiek elkezdik utánozni a turisták fogyasztási szokásait, életvitelét, ami miatt a helyi kultúra nagy mértékben csorbul. Ez sokszor a közösségen belül is feszültségeket kelt, hiszen a lazább, szabadabb életvitel átvételét nem mindenki látja szívesen. A demonstrációs hatás sokszor multiplikálódik, megnőhet a nők és a fiatalok szerepe, megváltozhat a családszerkezet, de esetenként a közösség összetartó ereje is csorbul, szétesik. [8/4]

8.2.1. Teherbíró-képesség a turizmusban

A turizmus térhódításával megkezdődtek az 1960-as években az ágazattal kapcsolatos kutatások is. A teherbírási kérdése kezdetektől fogva arra irányult, hogy létezett-e valamilyen módszer, amivel vizsgálat alá lehet vonni a turisztikai desztinációkat és segítségével kideríteni, hogy a terület használata során mennyiben változik, romlik az attrakció, az infrastruktúra, a környezet minősége. 1982-ben Mathieson és Wall a teherbíró képességet így fogalmazta meg: *„Egy turisztikai célterület teherbíró képessége azt a képzeletbeli látogató mennyiséget jelenti, mely még elfogadható mind a helyi lakosság, mind a turisták számára, amely nem jár elviselhetetlen következményekkel a természeti, társadalmi és a gazdasági környezetre, valamint hosszú távon is fenntartható.”* [8/5]

A kutatók a teherbíró képességet csoportokra is bontották, többféle megközelítésből vizsgálták. A rengeteg szemléletmód tükrözi a vizsgálatok sokféleségét, a szubjektív lehetőségét és a kutatási téma komplexitását egyaránt. A teherbírási alapvető fajtái a turizmusban:

- *Fizikai teherbíró képesség:* az a turistaszám, amelyet a terület képes befogadni. Mérészámak lehetnek közöttük a desztináció ágyszám, parkoló helyek, területigény a strandon.
- *Ökológiai = fizikai = biológiai = környezeti teherbíró képesség:* az a maximális látogatószám, amely még nem okoz visszafordíthatatlan problémákat a természeti és az épített környezetben.
- *Gazdasági teherbíró képesség:* jelzi, hogy hol van a turizmus fejlődésének az a pontja, ahonnan a gazdasági hátrányok meghaladják az előnyöket, amik jelentkezhetnek közvetett formában is.
- *Társadalmi teherbíró képesség:* a turistáknak az a száma, amit a helyi lakosság még ellenszenv és viselkedésszerű változás nélkül el tud fogadni.
- *Pszichológiai = észlelési teherbíró képesség:* a zsúfoltság azon mértéke, ami még nem csökkenti az adott hely vonzerejét. Egyénenként – turista és helyi lakos – és területenként is változó, nagyon széles skálán mozog. [8/6]

Egyértelmű, hogy nem szabad hagyni az idegenforgalmat a telítettségi határon, az optimális kapacitáson túl fejlődni. Ehhez meg kellene tudni határozni számszerűen egy határt, keresni kell egy „varázsszámot”. De kivitelezhető egy ilyen összetett kérdés kapcsán egy ilyen mérvű egyszerűsítés? Lehet, hogy nem azt kell keresni, hogy hány embert bír el az adott célpont, hanem, hogy melyek az adott desztináció kívánatos és fenntartható gazdasági, társadalmi és környezeti körülményei.

Már a hatvanas években felismerték azt, hogy a szabadidős igénybevétel hatása eleinte lassú ütemben nő, majd egy küszöb elérését követően gyors romlásnak indul. Ez a küszöb a terület turisztikai teherbíró képessége. Ez újabb kérdést vet fel. Ha egy területtel más a cél, akkor más kihasználtságnál jelentkezik a telítettségi pont, eszerint azonban egy területnek több teherbírási küszöbe is van, attól függően, hogy milyen tevékenységekre használják. [8/7] Az egyre több feltáró kutatás rávilágított egy fordított arányosságra, miszerint egészen kis használat is a hatások aránytalanul nagy növekedését eredményezi, de ez később megfordul, és a nagyobb mértékű használat is csak egyre kisebb hatásokat eredményez. Ez alátámasztja azt a korábbi állítást, hogy bizonyos területeken a legelső turisták okozzák a legnagyobb pusztítást.

Egy desztináció teherbíró képessége mindig egyedi, több tényezőtől függ. Ezek közül a legmeghatározóbbak:

- a területre érkező turisták jellemzői (életkor, nem, jövedelem, motivációk, attitűdök, elvárások, faji és etnikai összetétel, viselkedés, tartózkodási idő),
- a desztináció fizikai adottságai (domborzat, vízrajz, növényzet, állatvilág, napsütés, hőmérséklet, csapadék, klíma),
- a területre jellemző gazdaságszerkezet (fejlettség szintje, társadalmi különbségek nagysága, gazdasági ágak dominanciája, a turizmus szerepe),
- a desztináció lakosságának jellemzői (demográfiai megoszlás, kultúra, társadalmi kohézió, vallás, erkölcsi normák, turistákkal szembeni attitűdök, hagyományok),
- politikai környezet.

8.3. Esettanulmány: A megújuló Városliget

Budapest turizmus szempontjából hazánk legfontosabb attrakciója, első számú vonzereje. A Városliget (és az ott található számos turisztikai látványosság) kötelező eleme a városnézéseknek, de kedvelt tere a kikapcsolódni vágyó helyieknek is. Bécs, Berlin vagy München példáját alapul véve a

Kormány és a városvezetés egy „múzeumi negyed” kialakítását irányozta elő, ahol a műtárgyak, festmények, fotók bemutatásra alkalmas, igényes épületek egy helyen találhatóak. A 2015-ben induló projekt terv szerint 2018-ra kerül átadásra. [8/8] A fejlesztés a terv szerint kiterjed az öt új múzeumi épület megépítésére, a Szépművészeti Múzeum, a Vidámpark, az Állatkert és a Nagycirkusz rekonstrukciós munkálataira, a Közlekedési Múzeum bővítésére, játszóterek és sportpályák építésére valamint a zöldterületek frissítésére, megújítására. A beruházás megvalósítása előtt természetesen számos hatásvizsgálatot kell elkészíteni, ezek között az egyik behatóan foglalkozik az adott projekt Budapest városára és a lakosságra gyakorolt hatásával. [8/9] A turisztikai óriásberuházások igen nagy hatással lehetnek a helyi lakosságra, ami természetesen egy világváros esetében egészen más kontextusban jelentkezik, mint egy kis település esetében. Alábbiakban a dokumentumok alapján pontokba szedve kerül ismertetésre a Városliget-rekonstrukció néhány társadalmi-kulturális hatása [8/10]:

- A modern múzeumok jelenléte pozitív hatással van a gazdaság teljesítményére, a kulturális felkészültségre. Növelik a helyi kulturális értékeket, az oktatásban fontos szerepet töltenek be, növekszik a város (és ezáltal az ország is) vonzereje.
- A modern múzeumok támogatják a kreatív iparágakat, vonzzák a képzett munkaerőt, jelentős bevételforrások.
- Nőnek a multiplikatív bevételek is (szállás, kereskedelem, transzfer, stb.).
- A társadalom kultúrafogyasztása manapság egyre inkább a médiára összpontosít, amin az új múzeumok jelenléte segíthet.
- Javul a beruházások miatt a tömegközlekedés színvonala, aminek az előnyeit a helyi lakosság is élvezheti.
- A múzeumok körüli terek alkalmasak lesznek különböző rendezvények, fesztiválok lebonyolítására, ami a bevételek mellett kötődést is eredményez a helyiekben, erősíti a „vendéglátó” identitásukat, elfogadóbbá válnak a turistákkal szemben.
- A beruházás finanszírozása a Kormány és az önkormányzat mellett a helyi nagyvállalatok felelőssége is, ami beleillik a XXI. Századi modellekbe. A vállalatok CSR programjai közelebb hozzák a lakosokat (alkalmazottakat), a vállalatokat, a turistákat és a környezetet is. Ha ügyesen szervezik meg és kivitelezik, az javítja a lakosság életkörülményeit.
- A modern múzeumok és kiállítóterek alapkövetelménye az interaktivitás, a lehető legtöbb korosztály bevonása. Ez azt jelenti, hogy bővül a gyermekes családok kikapcsolódási lehetősége, amely a helyi családok javát szolgálja.
- A helyi művészek számára nagy lehetőséget nyújtanak a bemutatkozásra, alkotásra az ilyen jellegű kulturális beruházások.
- Az előzetes számítások alapján a Városligeti múzeum negyed látogatóinak egyharmada lesz budapesti, további 42%-a a főváros 3 órás vonzáskörzetéből származó látogató.
- Gazdasági hatásokat közvetlenül és közvetetten is generál majd a fejlesztés. Előbbi a bevételek, adóforintok tekintetében jelentkezik, utóbbi a vidéki beszállítóktól kezdve a közlekedési társaságokon át a munkahelyteremtésig érezteti a hatását.
- Már az építési fázis éveiben számítani lehet a pozitív gazdasági következményekre, a növekvő GDP-re.
- A létesítmény hosszú távon hozzájárulhat Budapest imázsának erősítéséhez, lehetőséget teremt a hazai üzleti lehetőségek promóciójára és segítheti a KKV szektor fejlődését.

8.4. Összefoglalás

A turizmus megjelenése, esetleges tömegessé válása sokszor súlyos következménnyel jár a helyiek életére vonatkozóan. A gazdaság működése, a bevételek növekedése sem képes a legtöbbször árnyalni a társadalom problémáinak fokozódását, a deviancia megjelenését, a kultúrák eltűnését vagy átalakulását.

Mindezek mellett egyre népszerűbbé válnak az autentikus látványosságok, a humán-központú attrakciók, melyek hozzájárulnak a hagyományos mesterségek felélesztéséhez, a régi tradíciók felfrissítéséhez vagy a társadalom szegény rétegeinek a jövedelemszerzéséhez. Az eddigi rossz tapasztalatok segíthetnek a turizmus tudatos fejlesztésében kiküszöbölni a hibákat, elkerülni a társadalmi buktatókat.

8.5. Ellenőrző kérdések

1. Milyen pozitív hatása lehet a turizmusnak a társadalomra?
2. Milyen negatív hatása lehet a turizmusnak a társadalomra?
3. Mi az a demonstrációs hatás?
4. Hogyan mérik és csoportosítják a teherbíró-képességet a turizmusban?
5. Milyen hatással lesz Budapest lakóira a megújuló Városliget?

8.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[8/1] Puczkó László; Rátz Tamara: A turizmus hatásai, 4. javított kiadás. Aula Kiadó, Budapest, 2005

[8/2] Dávid Lóránt (szerk.); Jancsik András; Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 2007

[8/3] Vargáné Csobán Katalin: Lakossági attitűdvizsgálatok a turizmusfejlesztésről. Agrártudományi Közlemények, 2007/26, Különszám, 2007. http://www.date.hu/acta-agraria/2008-26/Tarsadalom_PDF/Varg%E1n%E9CsK.pdf

[8/4] Pearce, J.A.: Host Community Acceptance of Foreign Tourists; Annals of Tourism Research 7(2):224-233, 1980

[8/5] Puczkó László: Turizmus és környezet. Turizmus vagy környezet? Ph.D. értekezés, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest. 1999. http://phd.lib.uni-corvinus.hu/204/1/puczko_laszlo.pdf

[8/6] Dávid Lóránt (szerk.) – Vargáné Dr. Csobán Katalin – Kovács Gyöngyi – Dr. Vasa László: TURIZMUSÖKOLÓGIA Zöldülő turizmus – Fenntartható turizmusfejlesztés. Szaktudás Kiadó Ház Budapest, 2012

[8/7] McCool, Stephen F. et. al.: Az idegenforgalom teherbírása: csábító fantázia vagy hasznos realitás? (Fordította: Káldos Zsolt) Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból, BGF KVIK, Budapest, 2002/3. 2001

[8/8] <http://www.ligetbudapest.org/>

[8/9] KPMG Tanácsadó Kft.: A Liget Budapest Projekt mint kulturális és turisztikai beruházás hatása a nemzetgazdaságra. Vezetői összefoglaló, 2014.

http://www.ligetbudapest.org/media/doc/29_lbp-projekt-kult.pdf

[8/10] http://www.ligetbudapest.org/media/doc/36_varosrendezesi-hatastanulmany.pdf

9. témakör: A fenntartható fejlődés fogalma és jelentősége a turizmusban

9.1. A témakör oktatásának célja

A fenntartható fejlődés eszméjének megjelenését követően hamarosan beépültek a turizmus szakmába is a fenntarthatóság elméleti és gyakorlati vetületei. Vajon a fenntartható turizmus a tömegturizmus ellentéte? Azonos az ökoturizmussal? Működő forma vagy csak jól hangzó kampányelnevezés?

A 9. témakör napjaink egyik leginkább kutatott témáját, a fenntarthatóságot járja körbe, definiálja a fenntartható turizmust, megmutatja, hogy miért bonyolultabb a téma körülhatárolása, mint más turizmustípusok esetében.

9.2. A témakör kifejtése

A '80-as években egy maroknyi kutató megpróbált válaszokat keresni a globális világproblémákkal kapcsolatban, forgatókönyvet készíteni a jövőről, ha az emberiség így folytatja a tevékenységeit, illetve megkongatni a vészharangot. A mai napig az ő, az ENSZ Környezet és Fejlesztés Világbizottsága (Brundtland Bizottság) definíciójuk a legismertebb, miszerint: „A fenntartható fejlődés a fejlődésnek egy olyan formája, amely a jelen igényeinek kielégítése mellett nem fosztja meg a jövő generációit saját szükségleteik kielégítésének lehetőségétől”. [9/1] Szorgalmazták az emberi fogyasztás korlátozását, szükségesnek tartják, hogy az erőforrásokkal úgy gazdálkodjon az emberiség, hogy abból jusson a később megszülető generációknak is. A probléma nagyon komplex jellegű, kezelése a három alrendszer (gazdaság, környezet, társadalom) együttes, tudatos irányításán alapul.

A turizmuskutatók hamar válaszoltak is a fenntarthatóság turisztikai kihívásaira, megalkották a turizmusra vonatkozó irányelveket. Ezek célja, hogy megvalósuljon a természeti környezet és a társadalmi-gazdasági fejlesztés közötti összhang. A turizmus fenntartható fejlesztésének jellemzői:

1. az adott desztináció természeti környezetének teherbíró-képességét szem előtt tartva lehetővé teszi a természeti erőforrások megújulását,
2. felismeri, hogy a helyi közösségek, azok életmódja és szokásai a turisztikai termék rendkívül fontos összetevőjét jelentik. Ennek következtében
3. elfogadja, hogy a helyi lakosság arányosan részesedjen a turizmus pozitív gazdasági hatásaiból, és
4. tiszteletben tartja a fogadó területek lakosságának érdekeit és kívánságait a turizmus fejlődésére vonatkozóan.
5. A fenntarthatóság fogalma ezen túl azt is magában foglalja, hogy maga a turizmus-szektor fenntartható a célterületen, azaz fejlődése olyan ütemű, hogy az adott desztináció képes legyen kedvezőtlen társadalmi és fizikai változások nélkül befogadni, valamint
6. a turizmus nem szorítja ki a korlátozottan rendelkezésre álló erőforrásokért vele versenyben lévő többi gazdasági tevékenységet [9/2]

A fenntarthatóság értelmezése a turizmusban nem egységes, gyakran több turizmustípust hoznak vele közvetlen kapcsolatba. A „szelíd turizmus”, a „zöld turizmus”, az „alternatív turizmus”, az „ökoturizmus” és legújabban a „felelős (esetenként felelősségteljes- vagy etikus-) turizmus” mind előfordul a szakirodalomban a fenntartható turizmus szinonimájaként.

A világ vezető turisztikai szervezetei (az UNWTO, a World Travel and Tourism Council – WTTC és az Earth Council) 1995-re elkészítette az „Agenda 21 az utazásról és a turizmusról – a környezetvédelmileg fenntartható fejlesztés felé” című jelentést, amiben tisztázták a fenntarthatóság alapkérdéseit és emellett gyakorlati tanácsokat, szervezési feltételeket is ismertettek. A turizmus összes szereplőjének (kormányok, szakmai szervezetek, civil szféra, gazdálkodó egységek, utazók, helyi lakosok) megfogalmaztak feladatokat, tanácsokat. A cél, hogy a turizmus mindenki közreműködésével fenntartható módon működjön. [9/3] Az ezt követő években a világszervezetek feladatainak zöme a fenntarthatóság köré épült fel, az intézkedéseket, terveket már tudatosan e szerint kiviteleztek. Hangsúlyozzák, hogy a fenntartható turizmusfejlesztési elvek és gyakorlati javaslatok a turizmus minden típusára, minden desztinációban alkalmazhatók nem csupán bizonyos turizmustípusok esetében. A környezeti-, társadalmi-, gazdasági aspektusok egyensúlyának megteremtése, a folyamatosság, az összes szereplő bevonása a sarokpontjai a hosszú távon fenntartható turizmusipar létrejöttének.

A turizmus fenntartható fejlődésének döntő kritériumai az alábbiak (amelyeket a szerző még 1990-ben fogalmazott meg, de a mai napig egytől-egyig érvényesek):

- a turizmusnak eleget kell tennie bizonyos etikai követelményeknek, melyek magukban foglalják a fogadó terület kultúrájának és környezetének tiszteletét, a gazdaság támogatását, a hagyományos életstílus és viselkedésmódok érintetlenül hagyását, valamint a helyi vezetés és a politikai berendezkedés elismerését,
- a fenntartható turizmusfejlesztés csak a helyi lakosság bevonásával és egyetértésével képzelhető el, a helyi irányítás szerepének meg kell maradnia,
- a turizmusfejlesztés központi gondolata az egyenlőség, azaz a költségek és a hasznok igazságos elosztása a turizmus érintettjei között a jelenben és a jövőben egyaránt, valamint,
- meg kell találni az egyensúlyt a fejlesztés azon mértéke és típusa között, amely gazdasági és egyéb hasznot hajt, és amely feléli a rendelkezésre álló erőforrásokat. [9/4]

2000-ben némileg módosítottak a feltételrendszeren, de az alapvető követelmény, hogy minden erőforrás, szereplő és körülmény javuljon, vagy legalábbis ne romoljon az idő és a használat során. Ezek alapján a fogadó desztináció, település vagy régió számára a turizmus gazdasági hasznot hozzon, munkalehetőséget adjon a lakosságnak, de ne szorítsa ki a hagyományos gazdasági tevékenységeket. A turizmus menedzselésének, a döntéshozásnak helyben kell maradnia és figyelembe kell vennie a helyi kultúra megőrzését és a természeti környezet épségét. A turistáknak az utazás valódi, értékes élményt kell nyújtson, az új információknak hitelesnek kell lennie. A fenntarthatóan működő desztinációba a turisták visszatérnek, elégedettséjük a legértékesebb marketing. A turizmusban részt vevő szolgáltatók (utazásszervezők, szállodák, közlekedési társaságok, éttermek, stb.) fenntartható működése a jól strukturált társadalmi- és környezeti felelősségvállaláson alapszik, a gazdasági hasznot a régiónak termeli. A fenntartható turizmusfejlesztés alapelvei ezek alapján:

- a turizmusnak valódi előnyöket kell létrehoznia a társadalom számára,
- a környezetet úgy kell kezelnie, mint természeti tőkét,
- meggyőző tudományos eredmények híján a legnagyobb elővigyázatossággal kell működnie,
- az erőforrásokat úgy kell felhasználnia, hogy a környezet minősége ne romoljon,
- valamint a turizmusból eredő környezeti károkat helyre kell hozni. [9/5]

A fenntarthatóság eszméje létező rendező elv a turizmusban, bár egységes definíció nem él a tudományos kutatásokban. Mivel minden desztináció más és más, az állapota, az attrakciók jellege, a fogadó közösség, stb. így a fenntarthatóság alkalmazása sem lehet egységes, nem létezik jól bevált recept a megvalósítására. A szakmai szervezetek – hangsúlyozva a regionalitást – kiemelik, hogy a fenntarthatóság akkor valósul meg a turizmusban, ha a mindenkori döntéshozók hosszú távra terveznek, jól átgondolt stratégiákat alkotnak meg, hatékonyan és következetesen használják fel az erőforrásokat, bevonják a helyi résztvevőket (civiliek, lakosok, gazdálkodó szervezetek, önkormányzatok, stb.) és megőrzik a természeti környezet állapotát, sőt, ha lehetőség nyílik rá, akkor javítanak rajta. [9/6]

9.3. Esettanulmány: Fenntartható turizmus az Abaúj-térségben

Az Abaúj-térség (Zempléni-hegység, Cserehát és Hernád-völgye) gazdaságilag elmaradott, hanyatló térség demográfiai és egyéb társadalmi problémákkal, és emellett csodálatos és változatos természeti környezettel, tucatnyi kiaknázandó turisztikai lehetőséggel. A fejlesztés iránya egyértelműen a hosszú távú fenntartható fejlődés volt, melyet a tervdokumentumokban is hangsúlyoznak. [9/7] A turisztikai vonzerők jellege is segíti a fenntarthatóságot, hiszen itt az ökoturizmus, a vízi és vízparti aktív turizmus, a falusi turizmus, a kerékpáros turizmus, a természetjáró turizmus, a gasztroturizmus és az örökségturizmus fejleszthető leginkább. A zempléni-hegység és a Hernád völgye a két turisztikai magterület, a többi attrakcióelem szétszórva helyezkedik el. A célpiac leginkább a belföldi turizmus, de a gyenge infrastruktúra, a szolgáltatások színvonalának nem megfelelő szintje, a szakemberhiány, a turisztikai fejlesztések hiánya mind hátráltatja a régiót.

A zöld turizmus kiemelt támogatása, a tudatos tervezésre való igény azonban segíthet, különösen a vízi és az aktív turizmus beindításában. A környezeti nevelésre nagy hangsúlyt fektetnek, az egészségtudatosság előretörése (helyi termékek, bio termékek) is beilleszthető a fenntartható turizmusfejlesztésbe. A kereslet folyamatos változása, a tudatosságának az erősödése, igénye a tiszta környezetre és az élményfogyasztás egy olyan turisztikai tervet igényel, amellyel a felmerülő szükségletek kielégíthetőek.

A Hernád vízi turizmusa fenntartható fejlesztésének alapja a megfelelő látogatószám meghatározása, amely még nem terheli a folyó élővilágát, de ellátja a gazdasági szerepét. Fontos, hogy ez a látogatószám időben arányosan legyen elosztva, ne egy-két hónapra összpontosuljon, hanem fél éves időszakra folyamatosan. A környezetet még nem terheli, ha 2000-2500 fő érkezik évente, de szükséges a folyamatos mérés, a környezeti hatások elemzése. A fenntarthatóság úgy biztosított, ha a turizmus összes szereplője bevonásra kerül, tehát, ha szoros együttműködés van a szervezetek, a lakosok és a hivatalos szervek között. A minőségi, magas szintű turizmus megteremtése érdekében a helyiek képzése is kiemelt feladat, turisztikai, vendéglátó ismereteket és idegen nyelveket kell elsajátítaniuk. 2009-ben a megfelelő szálláshelyek kialakítása, az úthálózat fejlesztése, az egységes arculat kialakítása volt a prioritás.

Azóta az Abaúj Leader Egyesület információi alapján [9/8] a kistermelők aktivitását sikerült növelni, turisztikai tanfolyamokat bonyolítottak le a térségben és számos szakember kezdheti immár képzetten a tevékenységét. Az Észak-magyarországi turisztikai régió erősödése, a környékbeli nagyszabású fejlesztések kisebb hatással voltak az Abaúj-térségre, de a szakma kiemeli, hogy a látogatószám nagymértékű növekedése drasztikus hatással lenne a térség legnagyobb kincsére, a természeti környezetre. A megyében más területekkel összefogásban erősítették a természeti-turizmus imázst, de a borturizmusban és a kastélyturizmusban is számos előrelépés történt.

A fenntartható fejlődés a turisztikai fejlesztéseken át megindult a térségben, a régió számos nyertes turisztikai pályázatot mutathat fel (legtöbb a megyét vagy a határ mindkét oldalát is érinti),

megindult a szakmai oktatás, a TDM szervezetek megkezdték a működésüket (szintén zászlójukra tűzve a fenntarthatóság elveit), fejlesztették a vonzerőket és a háttérinfrastruktúrát is. A fejlesztésekben a kis lépték, a minél kisebb környezetterhelés prioritást élvezett, a természeti- és kulturális vonzerők olyan jellegű bemutatása a cél, amely a helyi lakosság, a turizmus és a természeti környezet számára egyaránt pozitív. [9/9]

9.4. Összefoglalás

A fenntarthatóság egy olyan három lábon álló – így sajnos labilisnak is mondható – rendszer, amely csak akkor tud életképes lenni, ha minden eleme kellően erős, és egyformán érvényesül. A gazdaság ésszerű növekedése, a természeti környezet épsége és a társadalmak egészséges fennmaradása a fenntarthatóság pillérei, amely a turizmusban ugyanúgy érvényesítendő. A turizmus negatív hatásainak megszüntetése, a jövőbe vetett hit, a fokozatosság és mértékletesség elvének teljesülése vezethet egy olyan kívánatos jövő felé, ahol unokáink kellemesen érezhetik magukat, tanulva az előző generációk hibáiból, immáron tudatosan tervezhetik az ő unokáik jövőjét.

Jelenleg a tudás és a technológia adott, de a világgazdaság, a politika és egyéb tényezők sokszor a fenntarthatóság megvalósulása ellen dolgoznak. Ugyanez érvényes a turizmusra is, bár pozitív elmozdulás minden területen érzékelhető. A téma fontosságát jelzik a közelmúlt kutatási eredményei, az eddig dokumentált sikertörténetek, illetve a jövőre vonatkozó fejlesztési irányok szinte mindegyike.

9.5. Ellenőrző kérdések

1. Milyen történelmi fejlődésen ment át a fenntarthatóság eszméje?
2. Mi jellemzi a turizmus fenntartható fejlesztését?
3. Miért szükséges fenntartható módon fejleszteni a turizmust?
4. Milyen következményekkel jár egy desztináció nem tervezett/organikus fejlődése?
5. Hogyan valósult meg a fenntartható turizmusfejlesztés az Abaúj-térségben?

9.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[9/1] Gyulai Iván: A fenntartható fejlődés. Ökológiai Intézet a fenntartható fejlődésért Alapítvány. Misropress Nyomda, Miskolc, 2012.
http://www.mtvsh.hu/dynamic/fenntart/a_fenntarthato_fejlodes.pdf

[9/2] Knowles, T.; Diamantis, D.; El-Mourhabi J. B.: The Globalization of Tourism and Hospitality: A Strategic Perspective – Continuum, London and New York, 2001

[9/3] World Tourism Organisation: A fenntartható turizmus fejlesztése, irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek. Geomédia Kiadó, Budapest. 1998

[9/4] Cronin L.: A Strategy for Tourism and Sustainable Development. World Leisure and Recreation Journal. Fall, 1990

[9/5] Batta, R. N.: Tourism and the Environment: A Quest for Sustainability. In-dus Publisher Company, New Delhi. 2000

[9/6] Dávid Lóránt (szerk.) – Vargáné Dr. Csobán Katalin – Kovács Gyöngyi – Dr. Vasa László: TURIZMUSÖKOLÓGIA Zöldülő turizmus – Fenntartható turizmusfejlesztés. Szaktudás Kiadó Ház Budapest, 2012

[9/7] N.n.: A fenntartható turizmus, mint térségi kiemelkedési lehetőség az Abaúji-térségben. 2009. <http://www.abaujleader.hu/>

[9/8] <http://www.abaujleader.hu/hirek/>

[9/9] http://www.baz.hu/content/cont_510904de8203c2.49102793/1409_02c_operativ_prg.pdf

10. témakör: Fenntartható erőforrás-felhasználás a turizmusban

10.1. A témakör oktatásának célja

Jóval a fenntartható turizmus eszméjének megjelenése előtt Rosenov és Pulsipher 1979-ben már publikált egy „új turizmusról”. Ebben a turisták megőrzik a városokat, nem terhelik a meglátogatott régiót, gyarapodik a környezeti és történelmi emlékek száma és a turisták nevelése, oktatása folyik, ahol etikus viselkedést sajátítanak el. [10/1] Mára a fenntartható turizmusfejlesztés a turisztikai szakma egyik alapvető követelménye, bár bizonyos régiókban – a jó gyakorlatok ellenére – alig alkalmazzák.

A 10. témakör a turizmusban értékes erőforrások fenntartható felhasználásáról nyújt összegzést. Elsajátítása kulcsfontosságú minden turisztikai szakembernek, hiszen már a tervezés első lépése során is figyelembe kell venni, hogy azokat a turizmusban fontos erőforrásokat olyan módon hasznosítsa a szakma, hogy maradjon belőle a jövőben is, unokáink is láthassák.

10.2. A témakör kifejtése

A 9. témakör megmutatta, hogy a fenntarthatóság vizsgálata a turizmusban összetett feladat. A szemlélet az évtizedek során erőteljes változásokon ment át, hiszen megjelenésekor még a tömegturizmus ellentételezésekként tekintettek rá. Később – a '90-es években – a folytonosság elve dominált a fenntarthatósági tanulmányok sorában, ami a turizmus méreteinek limitálásán alapult. A menedzsment fő feladatákként az lett meghatározva, hogy ne engedje a kis léptékű, fenntarthatóan működő turizmust tömegessé alakulni. Ez azonban struccpolitikának bizonyult, hiszen pontosan a legkárosabb hatásokat okozó tömegturizmussal kell sürgősen tenni valamit. A 2000-es években így a fenntarthatóság iránya megváltozott, a középpontba helyezték a turizmus egészét, a tömeges utazásokat. A fenntartható turizmus az elérendő cél lett, nem pedig valamely turizmus egyik altípusa. Az elmúlt másfél évtizedben ennek eredményeként tucatnyi környezeti- és társadalmi hatásvizsgálat született, ökológiai szemléletű stratégiai és operatív tervek, etikai kódexek, vállalati felelősségvállalási programok láttak napvilágot. [10/2]

A fenntarthatóságra törekvés eredményeinek mérésével is meggyűlt a baja a kutatóknak, hiszen valamilyen módszerrel pontosan ki kellene mutatni, hogy honnan hová fejlődött a turizmus adott helyszíneken. Sokan próbáltak értékelési módszereket alkotni, de mindmáig egyetlen egyetemesen elfogadott értékelési séma sem született. A szakma ezért kidolgoztatta az értékelések alapját képező elveket, melyek a szakirodalomban „Bellagio Alapelvek” néven szerepelnek és máig érvényesek.

1. Irányadó jövőkép és célok: a fő cél a minden esetben a fenntarthatóság megteremtése;
2. Holisztikus perspektíva: a rendszerszemléletnek kell érvényesülnie úgy, hogy az alrendszer (ökológiai, társadalmi, gazdasági) változásai is monitorozhatóak legyenek, hatásait egyenként is ki lehessen mutatni;
3. Alapvető elemek: a generációk közötti különbségek, az egyenlőtlenségek, az erőforrás-felhasználás, a fogyasztói szokások, az emberi jogok, a szegénység kérdése meg kell jelenjenek;

4. Megfelelő terjedelem: az értékelésnek kellően hosszú időintervallumot és nagy földrajzi távolságot kell áttekintenie ahhoz, hogy a hosszú távú és a térben távolabb eső hatásokat is figyelembe vegye;
5. Gyakorlat-központúság: az alkalmazott modellek, indikátorok és értékelési kritériumok érthetőek legyenek, standardizálható módon készüljenek az összehasonlíthatóság miatt illetve legyenek kitűzött cél-, referencia- vagy határértékek;
6. Nyitottság: a módszereket és adatokat mindenki számára hozzáférhetővé kell tenni;
7. Hatékony kommunikáció: az értékelésnek első sorban a nyilvánosságot és a döntéshozókat kell szolgálnia de törekednie kell az egyszerű szerkezetre és a közérthetőségre;
8. Széleskörű részvétel: a társadalom érintett rétegeit be kell vonni az értékelésbe, hagyni, hogy képviseljék a saját érdekeiket;
9. Folyamatos értékelés: a trendek meghatározásához ismételt mérések szükségesek, a folyamatos felülvizsgálatot követően módosíthatóak a módszerek, a modellek és az indikátorok;
10. Intézményi kapacitás: biztosítani kell az intézményi háttérrel – helyi szinten is – az adatgyűjtésre és kezelésre, valamint a dokumentációra. [10/3]

10.2.1. Természeti értékek és erőforrások fenntartható turisztikai hasznosítása

A turizmus környezeti hatásainak vizsgálata nagyon fontos, az antropogén hatások folyamatos ellenőrzése biztosíthatja a természet számára az eredeti (vagy kívánatos) állapot megőrzését. A turizmus és az egyéb rekreációs tevékenységek hatása bár jelentős lehet, a legtöbb esetben mégis eltörpül az egyéb iparágak által okozott károkhoz képest. A negatív környezeti hatások mérése mindezért nehéz feladat, hiszen esetenként a turizmus hatásait nehéz elkülöníteni más iparágakétól, gyakran hiányzik a pontos tudományos eredmény a környezet eredeti állapotáról, a hosszú távú hatások és a multiplikatív tevékenységek mérése is problémás, valamint a következmények nem mindig az adott földrajzi térben jelentkeznek.

Az ökoturizmus, mint turizmustípus az egyik leginkább alkalmas a természeti környezet megővására, hiszen az IUCN Ökoturizmus Programjának megfogalmazása szerint *„az ökoturizmus a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából, úgy, hogy kíméli azokat a látogatás káros hatásainak mérséklésével, valamint a helyi népesség társadalmi, gazdasági előnyökhöz juttatásával”*. [10/4]

Az ökoturizmusban, természeti turizmusban a legjellemzőbb kínálati elemek az alábbiak:

- Látogatóközpontok,
- Bemutatóhelyek,
- Tanösvények, túraútvonalak,
- Kilátók, megfigyelők,
- Kerékpáros utak, kerékpáros turizmusra szakosodott szolgáltatók,
- Lovastúra-útvonalak, lovasturizmusra szakosodott szolgáltatók,
- Falusi szálláshelyek, panziók, falusi turisztikai szolgáltatók,
- Erdei iskolák.

Az ökoturizmus egyik legfontosabb szereplője a nemzeti parkok, melyeknek a szerepe a természeti turizmusban folyamatosan erősödik. Turisztikai szakértők, túravezetők, oktató programok, informatív kiállítások, gyermekfoglalkozások bizonyítják a fontosságát és a megnövekedett igényt is egyben. A természeti erőforrások (állat- és növényvilág, geológiai formák, társulások, populációk, védett fajok, stb.) megőrzésének, konzerválásának a legjobb helyszínei. Irányított és tervezett

körülmények között, bevételeket generálva hasznosítják a rendelkezésre álló környezeti elemeket, népszerűségük folyamatosan növekszik. [10/5] Turizmusorientált és szervezett forma még a Natúrpark is, amely alulról jövő, helyi kezdeményezés, így a lakosság és a civil szervezetek összefogásán alapul. Célja, hogy bemutassa a népi és helyi kulturális értékeket, hagyományokat, elősegítse a természet és a táj megőrzését és mindezzel munkahelyeket teremtsen és javítsa a helyiek életminőségét. Ma Magyarországon a miniszteri hozzájárulással működő natúrparkok az alábbiak [10/6]:

- Véteszi Natúrpark,
- Írottka Natúrpark,
- Sokoró-Pannontáj Natúrpark,
- Cserhát Natúrpark,
- Szatmár-Beregi Natúrpark,
- Hét Patak Gyöngye Natúrpark,
- Gerecse Natúrpark,
- Körösök Völgye Natúrpark.

Napjainkban számos egyéb tervezett és szervezett formája létezik az erőforrások fenntartható felhasználásának, amik jó példaként szolgálnak a természeti területek számára, a hagyományos népi kultúra megőrzésére. Az Ökológiai Intézet a Fenntartható Fejlődésért Alapítvány Gömörszőlőszőlő fenntartható falut hozott létre oktató-nevelő és bemutató jelleggel, ami ma is az ökoturizmus egyik szépen működő „kísérleti” helyszíne. Gyűrűfű, Visnyeséplak, Óballa, Galgahévíz és egy sor kisebb település is az újtukra lépett, ökofalvak szervezésével próbálják az elnéptelenedéstől megóvni a falvakat, munkahelyeket teremteni, fenntarthatóan élni. A gasztroturizmusban és a népi hagyományok őrzésében a Pannon Helyi Termék Klaszter tud példával szolgálni, de a Kormány is sokat segíthet a „Helyi termék éve – 2015” program meghirdetésével. A régiós ízek marketingelése, a mezőgazdaság és a kis termelők segítése hasznos a társadalomnak, a fenntartható erőforrás-felhasználásnak és a turizmusnak is.

10.3. Esettanulmány: Szállodai fenntarthatóság Madridban

A fenntarthatóság turizmusba épülése nem új jelenség, évtizedek óta próbál a szakma egy globális szemléletváltozást elérni a turizmus összes szereplőjétől. A gyakorlatok alkalmazói, a „zöldülés” útjára lépő szolgáltatók azonban sokszor hátrányban érezhetik magukat a társadalmi felelősség megvalósítására áldozott pénz vagy a környezetbarát technológia ára miatt. Vajon manapság a versenyképesség rovására megy ez a turizmus szektorban? Vagy pont fordítva?

A fenntartható vállalatvezetés és menedzsment gyakorlatok leginkább a környezeti (corporate environmental responsibility – ENV) és a társadalmi (corporate social responsibility – CSR) felelősségre fókuszálnak. A spanyol gazdaság egyik húzóága, a gazdasági válságból való kilábalás egyik alapköve a turizmus. Miután a versenyhelyzet erősödik, a fogyasztói elvárások is változnak a spanyol turizmusiparnak is követnie kell a világ trendjeit, ami jelenleg is a fenntarthatóság irányába visz. A szállodaipar és a vendéglátás a turizmus egyik alapvető infrastruktúrája, mindezek mellett bizonyítottan nagy energiafelhasználó és szennyező is. A szakirodalmak bizonyossága szerint a CSR és az ENV bevezetése, alkalmazása nincsen egyértelmű összefüggésben a vállalat termelékenységére, vannak esetek, ahol nő a bevétel, és van, ahol csökken. A vendégek elégedettsége, az alkalmazottak lojalitása és a helyiek kötődése azonban erősödik, illetve a környezet állapota is javul.

2012-ben kutatók megvizsgálták fenntarthatósági szempontból 370 szállodát és 176 éttermet Madridban és a környékén. [10/7] Az eredmények azt mutatták, hogy jelentős különbség mutatkozik a felelős menedzsment szintjében az éttermek és a szállodák között. A szállodákban az alkalmazott

ENV és CSR között volt korreláció, tehát egyik megléte feltételezte a másikat is, azonban ez az éttermeknél nem érvényesült. Ez azt jelenti, hogy az éttermek zöldülése leginkább a saját bevételeik növelése érdekében történik, és nem pedig a lakosság vagy a környezet épsége érdekében. A szállodák esetében az ENV bevezetése után egyértelműen növekedett az egység versenyképessége, azonban az éttermeknél szintén nem volt ez jellemző. A CSR stratégia alkalmazása során már mindkét egység-típus esetében nőtt a versenyképesség. Ez a társadalmi faktor erős szerepét bizonyítja, hiszen még az éttermekhez kapcsolódóan is erős márkahűség kapcsolódhat, ha azt megfelelően menedzselik, ez hatással van a bevételekre és a hosszú távú működésre. Az alkalmazottak lojalitása, elégedettsége jelentősen nőtt mind a szállodák mind az éttermek esetében. A cégek mérete is meghatározza a fenntarthatósági politikájukat: minél kisebb az egység, annál kevésbé alkalmaz bármilyen környezeti vagy társadalmi gyakorlatot.

Egy korábbi kutatás rámutat arra, hogy az Amerikai Egyesült Államok lakossága hajlandó többet fizetni az olyan szállodai szolgáltatásért, amely fenntartható üzemeltetést feltételez. [10/8] Ezt a CSR politika megléte és nyilvánosságra hozatala bizonyítja első sorban, de a sajtómegjelenések, a PR is nagyon fontos faktor. Érdekesség, hogy a vendégek nagyobb érdeklődést mutatnak a természet érdekében tett akciók iránt, mint a társadalmi aktivitások esetében. A fejlődő országok lakosai, utazói azonban még nem érdeklődnek megfelelő szinten a környezeti stratégiák iránt; ezt bizonyítja, hogy ők nem is hajlandóak több pénzt áldozni az utazásaik során a fenntartható módon működő egységekre.

10.4. Összefoglalás

A gazdasági javak, a természeti tényezők és az emberi erőforrások felhasználásának módja nagyban meghatározza annak élettartamát, a gazdaságosságot, az erőforrás kimerülésének idejét és mértékét. A turizmusban felhasznált minden jellegű erőforrás fennmaradásának kulcsa a tudatos tervezés, a hosszú időtávban való gondolkodás képessége, az összefogás.

A turisztikai vállalatok CSR és ENV stratégiái, az etikai kódexek megjelenése a szakmában, az etikus utazók és számos egyéb kezdeményezés rámutat arra, hogy a turizmus felismerte a szerepét a fenntarthatóság megvalósításában és ezt – a lehetőségekhez mérten – el is kezdte kivitelezni. A követendő példák ismertetése, a köztudatba építése, az utazók és a gazdasági szereplők tudatos formálása jelentős hatással lehet a siker elérésében.

10.5. Ellenőrző kérdések

1. Az alternatív turizmus vagy a fenntartható tömegturizmus a megoldás az iparág problémáira?
2. Mik azok a Bellagio Alapelvek?
3. Milyen hatások multiplikálódnak a turizmusban?
4. Miért fenntarthatóbb az ökoturizmus a többi turizmustípusnál?
5. Mi az a CSR és az ENV, és hogyan érvényesülnek a turizmusban?

10.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[10/1] Rosenov, J.E.; Pulsipher, G.L.: Tourism: The Good, the Bad and the Ugly. Lincoln, Nebraska, Century Three Press. 1979

[10/2] Dávid Lóránt (szerk.) – Vargáné Dr. Csobán Katalin – Kovács Gyöngyi – Dr. Vasa László: TURIZMUSÖKOLÓGIA Zöldülő turizmus – Fenntartható turizmusfejlesztés. Szaktudás Kiadó Ház Budapest, 2012

[10/3] Hardi, P.; Zdan, T.: Assessing sustainable development, Principles in practice. IISD, Canada, 1997. <http://www.iisd.org/pdf/bellagio.pdf>

[10/4] Országos Ökoturizmus Fejlesztési Stratégia. Készítette: Pannon Egyetem Turizmus Tanszék, Aquaprofit ZRt, 2008.

http://www.termeszetvedelem.hu/user/downloads/okoturizmus/okoturizmus_strategia_X.pdf

[10/5] <http://magyarnemzetiparkok.hu/>

[10/6] http://www.termeszetvedelem.hu/?pg=sub_788

[10/7] Bagur-Femenías, Llorenç; Martí, Jordi; Rocafort; Alfredo: Impact of sustainable management policies on tourism companies' performance: the case of the metropolitan region of Madrid, Current Issues in Tourism, 18:4, 2015

[10/8] Ho Kang, Kyung; Stein, Laura; Yoonjoung Heo, Cindy; Lee, Seoki: Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. International Journal of Hospitality Management 31, 2012

11. témakör: A turizmus XXI. századi várható trendjei

11.1. A témakör oktatásának célja

A jövőkutatás, a különböző forgatókönyvek és trendek vizualizálása jelentős szegletét teszik ki a tudományoknak is. A trendek segíthetnek a marketingstratégiák kialakításában, az iparágak átalakításának előkészítésében. A turizmus gyors fejlődése sokszor felülírta a korábbi elképzeléseket, illetve érzékenységből adódóan néha a trendeknek teljesen ellentmondó módon alakult.

A 11. témakör körüljárja a turisztikai trendkészítés elméleti hátterét, illetve feltérképezi, hogy a szakértők mit jósolnak a következő évtizedekre. Az esettanulmány egy nagyon érdekes turisztikai jövőkép-sorozatot mutat be, amely a fenntarthatóság megvalósulásának a formáit is vizsgálja, miközben a változó világ lehetséges megváltozott jövőbeli turisztikai tereit ismerteti.

11.2. A témakör kifejtése

A jövő turizmusának elemzése komoly tudomány. Minden dokumentum elkészítésénél ügyelnek a tudósok, hogy a forgatókönyvek megalkotása során a múltbéli tapasztalatokra alapozzanak, de ismertessék az elvárásokat is. A turizmusban az összes érintett tudományterület elemzéseit be kell vonni, hiszen a természettudományok (pl. klímaváltozás hatása a turizmusra), a mérnöki tudományok (technika fejlődése és annak a hatásai, közlekedés modernizálása), a pszichológia (fogyasztói szokások alakulása, utazással kapcsolatos elvárások változásai), a gazdaság (marketingtrendek), a politika (törvények változása) és egy sor egyéb tényező mind hatással van a turizmus jövőjére. A turisztikai trendek természetesen nem egységesek: elkészítőitől és a befolyásoló tényezőktől függenek. A szakmában számos dokumentum fókuszál a turizmus piacának egy-egy területére (fiatalok utazásának változásai, szállodaipari trendek, közlekedésben beállt változások hatásai, stb.) és ezek időnként egymásnak ellent is mondanak.

A 2000-es évek elején az Európai Utazási Bizottság egy átfogó dokumentumban ismertette a turizmus európai trendjeit. [11/1] A jövő turizmusát több aspektusból vizsgálja, így a demográfiai változások (magasabb életkor, aktívabb senior utazók, kisebb családméret) a kényelmesebb utazás igényének növekedését vetítik előre. Az egészségtudatosság, mint életforma változtatja a turisztikai termékek jellegét (kevesebb 4S utazás, wellness előtérbe kerülése, aktív kikapcsolódás, sportok), és az információ, a gyakoribb utazások (és így tapasztaltabb utasok) egy jóval tudatosabb, igényeiket jobban megfogalmazó, jól informált utazóréteget teremtenek. A személyre szabott szolgáltatások elszaporodása, az ár/érték arány felértékelődése, a biztonságos online szolgáltatások terjedése, illetve egy sor trend kerül felsorolásra, amelyek (az elmúlt 15 év tapasztalatából megállapíthatóan) egytől-egyig alátámasztást nyernek. Külön fejezetet szentelnek a fenntarthatóságra, mint trendre, a dokumentum szerint a környezet iránt érzett felelősség nagyban megerősödik, a helyiek szerepe megnő. A jelenség következményei az alábbiak:

1. Nő a desztinációk regionális jellegének jelentősége;
2. Koherensebb és következetesebb tervezéssel kell a desztináció-menedzsmentre vonatkozó politikán javítani;
3. A desztinációk kedveltségének foka egyre szorosabban kötődik majd ahhoz, hogy a helyi lakosság mennyire fogadja szívesen a turisták számának növekedését;

4. A túlzottan beépített régiók vonzereje egyre erőteljesebben csökken (különösen ott, ahol ez nincs összhangban a természeti környezettel);
5. Az ökoturizmust nem lehet egyenlővé tenni a fenntartható turizmussal.

Magyarország turizmusának kiemelt terméke az egészségturizmus, amit nagyon erősen érintenek a fenti trendek is, hiszen a kínálatunk tulajdonképpen elémeget a keresletnek, nagyrészt adottak a feltételek a jövő turistái számára. Ez Magyarországnak – ha jól tervezi a turizmust és nem történik nagyobb probléma – jelentős bevételt hozhat az elkövetkező években. Sok fórumon és szakmai találkozón ezt már a hazai turisztikai vezetés fel is ismerte, hiszen tervek, képzések, stratégiák tükrözték az elmúlt években napvilágot az egészségturizmus témájában. Az állami egészségügyi ellátás romlása életre hívja a magánrendelőket, ami a helyi lakosság mellett a turistákra is alapozhat. A wellness termékek széles skálájának a megjelenése diverzifikálta a piacot, ami több potenciális szegmenst is jelent az egészségturizmusban. A demográfiai változások szintén kedveznek a folyamatnak, mindemellett a technika, a közlekedési feltételek javulása is. Ha hazánk tovább javítja a portfólióját és sokkal intenzívebb marketinget alkalmaz, ha jobban kihasználja a földrajzi fekvésből származó előnyöket, ha a természeti erőforrásokhoz több hozzáadott értéket alakít ki, illetve ha tud gyorsan reagálni a piaci kihívásokra (a gyógyvíz értékének leértékelődése, medikális szolgáltatások iránti igény növekedése), akkor a turizmus húzóágazatává válhat. A szemléletmód megváltozása mindezek mellett természetesen ugyanúgy szükséges, a vendégközpontúság, a fenntarthatóság, a minőségi szolgáltatások alapvető elvárások lesznek ezentúl is. [11/2]

A KPMG üzleti tanácsadó cég 2012-es üzleti trendjei nem specializáltak a turizmusra vonatkozóan, de érdekes lehet a turisztikai szakmának is, hiszen minden pontja érinti az utazások piacát is. [11/3] Kiemeli, hogy a gazdasági növekedés és a fogyasztás átalakulása áthelyezi a hangsúlyt a természeti erőforrásokra és az infrastruktúrára. Az üzleti életet meghatározó 10 trend az alábbi:

1. Klímaváltozás, ami a legfontosabb és közvetlenül befolyásolja az összes többi trendet is,
2. Energia- és olajfogyasztás folyamatos növekedése,
3. Nyersanyagok hiánya, gyors ütemű iparosodás,
4. Krónikus vízhiány, az édesvíz árából és birtoklásából fakadó problémák,
5. Népességnövekedés,
6. Az OECD országok népességének a jóléte folyamatosan növekszik,
7. Gyors városiasodás,
8. Élelmiszerek mennyisége, élelmiszerbiztonság kérdésének középpontba kerülése,
9. Ökoszisztémák további pusztulása, a biológiai sokféleség hanyatlása,
10. Erdőirtás, fakitermelés.

A lista célja, hogy ráébressze a világ legnagyobb vállalatait arra, hogy mekkora felelősség van a vállalkozásukon, hiszen működésük és tevékenységük sokszor nem segíti a pozitív változásokat, a fenntarthatóság megteremtését. A világ vezető turisztikai vállalatai (az Accor, az AirTran Holdings, a Club Med, a Disney Parks and Resorts, a Four Seasons Group, stb.) tőkéjükkel fogva a legnagyobb hatást tudják gyakorolni a szakmára. A felsorolt egységek – és a nagyvállalatok többsége – már rendelkezik professzionális CSR programmal, aktívan jelen van a társadalmi és környezeti akciókban, igyekszik vagy törekszik csökkenteni a működés káros hatásait.

A World Travel & Tourism Council 2015-ben kiadott, turizmusra vonatkozó trendriportjában kiemeli, hogy Kína szerepe mind a kereslet mind a kínálat szempontjából kiemelkedő lesz. A különböző aspektusokat figyelembe vevő jelentés 2024-ig a turizmus nagy mértékű növekedését mutatja, ami 5,5 millió turisztikai munkahelyet és 2024-re 270 milliárd USD bevételt fog eredményezni. A turizmus bővülését évente 2 és 4% közé jósolja, a legnagyobb veszteségek Thaiföld, Oroszország, Lengyelország, Tajvan, Olaszország és Törökország lesznek, míg a legnagyobb bevételekre Kína, az USA, Franciaország és Olaszország számíthat. [11/4]

11.3. Esettanulmány: A turizmus 2023-ban

2009-ben brit tudósok, a turizmus szakma vezető kutatói és a legnagyobb utazásszervező cégek és utazási irodák vezetői kidolgoztak négy forgatókönyvet a jövőre vonatkozóan. Száz ember közel 18 hónapon át dolgozott vele, és első sorban ugyan a brit turisztikai szakmának készült, mégis érdekes következtetéseket vonhat le belőle a világ turizmusa. Az azóta eltelt 6 év talán meg is mutatja, hogy milyen irányba mozdult el a scénáriók közül a szakma. [11/5]

Négy forgatókönyvet alakítottak ki, amelyek mindegyike szoros összefüggésbe hozható a fenntarthatósággal. A kiindulási pont az volt, hogy károsanyag-kibocsátás problémáját sürgősen meg kell oldani, a fenntarthatóságot a turizmusban minden erővel ösztönözni kellene. Tényként kezelték a vízhiányt, a globális felmelegedést, a turistaszám növekedését, a nyersanyagárak növekedését, az európai társadalmak elöregedését, de a politikai instabilitás, a felmelegedésre adott társadalmi válaszok, Kína és India szerepe, a válságból való kilábalás és a technológia fejlődésének üteme kérdéses változóként jelentek meg. [11/6]

11.3.1. 1. forgatókönyv: „Szárnyaló gazdaság, virágzó idegenforgalom”

Az 1. forgatókönyv a válság gyors lezárására, környezetbarát technológiák rohamos fejlődésére alapoz, a turizmus fejlődését, több és távolabbi utazást jósol. Az egész világ turisztikai desztinációvá válik, nem lesz több felfedezetlen terület. A turistákkal eddig is telített térségek elviselhetetlenül zsúfolttá válnak, Kína, India és Brazília lakossága is útnak indul leginkább a fejlett országok felé. A világ gazdasága stabil, ami pénzügyi szempontból jó az idegenforgalomnak és élénkül az üzleti turizmus is. A brit (és európai) utazók idősek, de egészségesek, szívesen utaznak Törökországba, Jemenbe, Ománba, Kanadába, de a plasztikai sebészetre épülő turizmus is virágzik Costa Ricán vagy akár Indiában. Az előrejelzés az olaj- és energiaárakkal kapcsolatban aggályokat, konfliktusokat ígér, ennek következménye a turizmus ipar egyre kevésbé jövedelmezőbb. Luxus óceánjárók megjelenését ígéri, melyeken mozgó kórházak, egyetemek működnek és közel 10.000 embert szállítanak. A természetvédelmi területek súlyos minőségrombolását jósolja, aszfaltozott utat a Mount Evesrestre és belépőjegyes rendszert Londonba, Párizsba vagy New Yorkba. A szálláshelyek kínálatában megjelennek a luxuskempingek, az összeszerelhető mobil-hotelek vagy a vízen lebegő létesítmények. Az 1. forgatókönyv szerint a legnépszerűbb úti célok az alábbiak lesznek:

1. Burmai Demokratikus Köztársaság,
2. Jemen,
3. Botswana,
4. Szomália,
5. Argentína,
6. Brazília,
7. Antarktisz,
8. Úr közeli utazások,
9. Pápua Új-Guinea,
10. Kazahsztán.

11.3.2. 2. forgatókönyv: „Megosztva és félelemben”

Az elsőnél jóval sötétebb jóslatok a klímaváltozás miatt kialakuló szociálisan instabil és félelmetes világot ígérnek, ahol kevesen utaznak, így a turizmus az alacsony számú desztinációkba összpontosul. A mediterrán térség forró és elviselhetetlen, a vízért harcok folynak, a világ klikkesedik, nincsen globális összefogás, a vízumigénylés bonyolult és hosszadalmas. A Távol-Kelet a bürokrácia miatt megközelíthetetlen, Észak-Afrikába nem akar utazni senki a vízhiány miatt, Dél-Európában a hőség, más országokban az élelmiszerhiány, az éhezés okoz gondokat. Közép-Ázsia és Dél-Ázsia turizmusa is szinte a nullára csökken, de az eddig turizmusból élő országokba, mint Maldív-szigetek, Dominikai Köztársaság sem megy senki a fakitermelés, a bandaháborúk és a terrorizmus miatt. A maradék desztináció túlszűfoltta válik, a helyiek ellenzik a turizmust. A britek otthon vagy Skandináviában nyaralnak, az üzleti utak száma folyamatosan csökken, ami légi járatok megszűnéséhez vezet. A turisztikai szakma erősíti a törzsutasprogramjait, komplex, személyre szabott ajánlatokat dolgoz ki, katonákat alkalmaz idegenvezetőnek a biztonság miatt. Sokan keresik fel az „utolsó pillanatos” attrakciókat (klímaváltozás miatt megszűnő szigetek, korallzátonyok, gleccserek), a klasszikus épített látványosságokért óriási összegeket kell fizetni, a maradék természetiért pedig évtizedes várólisták alakulnak ki. A 2. forgatókönyv szerint a legnépszerűbb úti célok az alábbiak lesznek:

1. Norvégia,
2. Írország,
3. Lettország,
4. Nagy-Britannia,
5. Grönland Világvége Park,
6. Kanada,
7. Dánia,
8. Franciaország,
9. Svédország,
10. Észk Katonai bázis.

11.3.3. 3. forgatókönyv: „Az elitek repülővel, a tömeg vonattal”

Az energia- és olajár miatt a 3. forgatókönyv szerint csak az elit utazik repülővel, az utazások zömét a vasút bonyolítja. Az új technológiák nem tudják tartani az ütemet a kereslettel, az élelmiszerárak magasak, így kevesebb pénz jut utazásra. A családok évekig gyűjtögetnek, sokszor hitelt vesznek fel, hogy külföldre utazhassanak, ünnepek számít egy repülés. A vasút azonban elérhető, modern, all-inclusive csomagokat nyújt. Megjelenek az extra-fapados járatok, melyek személyzet nélkül repülnek, álló utasokat szállítanak, akik a súlyuk után fizetnek. A bankok utazási hitelt nyújtanak, a bevásárlóközpontos utazási hűségpontokat adnak, konszolidálódik a kínálat. A hajdani tömegturisztikai központok összeomlanak, virágzanak a szárazföldiek, melyek könnyen megközelíthetőek. A desztinációk nem divatból, hanem a lehető legköltséghatékonyabb ár kialakítása miatt alakítanak ki energiatakarékos szállásokat, árulnak helyi élelmiszert. Kevés nagy utaztató vállalkozás uralja a piacot. A 3. forgatókönyv szerint a legnépszerűbb úti célok az alábbiak lesznek:

1. Montenegró,
2. Franciaország,
3. Litvánia,
4. Portugália,
5. Németország,
6. Közép-európai tavak,

7. Vitorlás-vasút csomag Görögországba,
8. Marokkó,
9. Trópusi sziget élményutazás (Jersey),
10. Ukrajna.

11.3.4. 4. forgatókönyv: „Radikális szén-dioxid kibocsátás csökkentés”

A 4. forgatókönyv a legfenntarthatóbb mind közül. E szerint a lakosság a szén-dioxid kvóták miatt nagyon érzékennyé válik a környezetvédelmi problémákra, az emberek tanultabbak és jól informáltak. Az üzletek, a politika, a média és a társadalom is etikussá vált, a fiatalok viselkedését meghatározza a klímaváltozás miatt kialakult félelem, így megvetik az előző generációkat akik felelőtlenül repkedtek a világban. A jövedelmek csökkennek, a külföldi utak drágábbá válnak, az utazás iránti igény is csökken, a társadalom tagjai és csoportjai izolálódnak. A legnagyobbat maga az utazási motiváció változik, már nem az a lényeg hogy hová megy valaki, hanem mit csinál ott. Az etikus utazás válik elfogadottá, ahol a turisták segítik a helyi lakosságot, részt vesznek a természetvédelmi feladatokban, önkénteskednek, ahol szükséges, sokan évekre is elutaznak a magas üzemanyagár miatt. Az idősek is hasznosan, tanulással töltik az utazásra fordított időt, az ismereteket otthon kamatoztatják, továbbadják. A belföldi utazás egyre népszerűbbé válik, a nagyobb tour-operátorok egyre több vonatos és belföldi utat szerveznek, de a nemzetközi társadalmi szervezetek és a segítségnyújtók is beszállnak az utazásszervezésbe. A fenntartható desztinációké a jövő a 4. szcenárióban, a tudatos tervezés és a folyamatos ellenőrzés érezhető. A 4. forgatókönyv szerint a legnépszerűbb úti célok az alábbiak lesznek:

1. Cornwall,
2. Ukrajna,
3. Svédország,
4. Mozambik speciális önkéntes-zóna,
5. Litvánia,
6. Észak-Umbria,
7. Cork,
8. Franciaország,
9. Lassú Csónak Közösség (Guyana),
10. Liverpool.

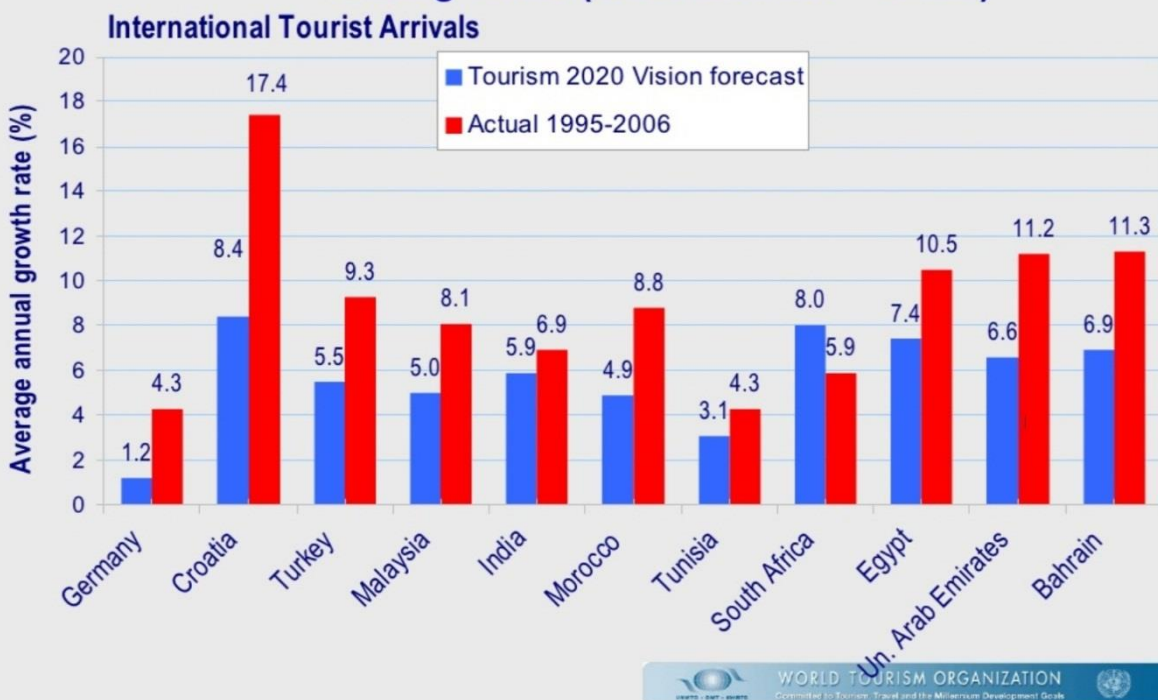
A turizmus jövőjét természetesen a világszervezetek is figyelemmel kísérik, így a forgatókönyvek zárásaképpen bemutatásra kerül az UNWTO 2010-ben publikált, de 2006-os adatokra támaszkodó grafikája (13. ábra), ami a nemzetközi turistaérkezéseket mutatja 2020-ban országokra bontva, az első grafikonon a jelenlegi vezető országokkal, a másodikon pedig a feltörekvő desztinációk tekintetében. [11/7] Érdekesség, hogy a Balti-államok megerősödését a szervezet is megjósolja.

13. ábra – Vezető turisztikai desztinációk 2020-ban

Actual trend vs. *Tourism 2020 Vision* forecast World's Top destinations 2020



Actual trend vs. *Tourism 2020 Vision* forecast Rising stars (destinations > 5 mn)



Forrás: UNWTO (<http://www.slideshare.net/Nostrad/seminar-on-tourism-marketing-trends-challenges-and-opportunities>)

11.4. Összefoglalás

A jövőkutatás, a trendalkotás komoly tudomány, bár a talaj – különösen a turizmust illetően – meglehetősen ingoványos. Egy felrobbant bomba, egy cunami is vissza tudja vetni az adott ország vagy régió turizmusát akár évekre is. 2009-ben még nem láthatták a trendkészítők, hogy Ukrajnában forradalom lesz 2014-ben, ami átrendezi a Kelet-Európai térség küldő- és fogadó turizmusát. Az „Arab Tavasz” eseménysorozata Észak-Afrika és a Közel-Kelet turizmusára volt katasztrofális hatással, az Iszlám Állam nevű szervezet radikális akciói az egész arab világban éreztetik hatásukat. Utóbbinak eddig még nem látni a hosszú távú következményeit, de nagy esély van rá, hogy a feszült nemzetközi hangulat, a terrorakciók rossz hatással lesznek a világturizmusra.

A kutatások, az előrejelzések tucatjai között léteznek ugyan közös pontok, természetesen minél rövidebb időtávra szól a jóslat, annál pontosabb és biztosabban lehet rá alapozni. A fenntarthatóság sürgetése, a béke megteremtése, a globális problémák megoldása mind nagy segítség lenne a turizmus szempontjából, de ez a mai politikai, vallási és társadalmi viszonyokat elnézve teljességgel fikció. A turizmus szakma csak reménykedhet benne, hogy a Föld gazdasági-társadalmi-környezeti problémái nem erősödnek; biztonságos és élhető világot fedezhetnek fel a következő generációk tagjai is.

11.5. Ellenőrző kérdések

1. Miért szükséges a jövő turisztikai trendjeit kutatni?
2. Milyen demográfiai változások befolyásolhatják a turizmust?
3. Mik a turizmusnak, mint üzletnek a jellemző trendjei?
4. Hogyan alakul a turizmus 2030-ban a kutatók szerint?
5. Melyik forráskönyv a legfenntarthatóbb és miért?

11.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[11/1] Mester Tünde (szerk.): Turisztikai trendek Európában. Turizmus Bulletin, Budapest, 2003.
http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/bulletin200304/trendek.pdf

[11/2] Hustiné dr. Béres Klára: Fürdők és az egészségturizmus közgazdaságtana. Elektronikus jegyzet, Széchenyi István Egyetem. 2011.

http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/2010-0019_Furdok_es_az_egeszsegturizmus_kozgazdasagtana/ch10.html

[11/3] http://www.elelmiszer.hu/greennovacio/cikk/fenntarthato_uzlet_a_jovo_10_trendje

[11/4] World Travel & Tourism Council: Global Talent Trends and Issues for the Travel & Tourism Sector, Final Report - January 2015.

<http://www.wttc.org/-/media/382bb1e90c374262bc951226a6618201.ashx>

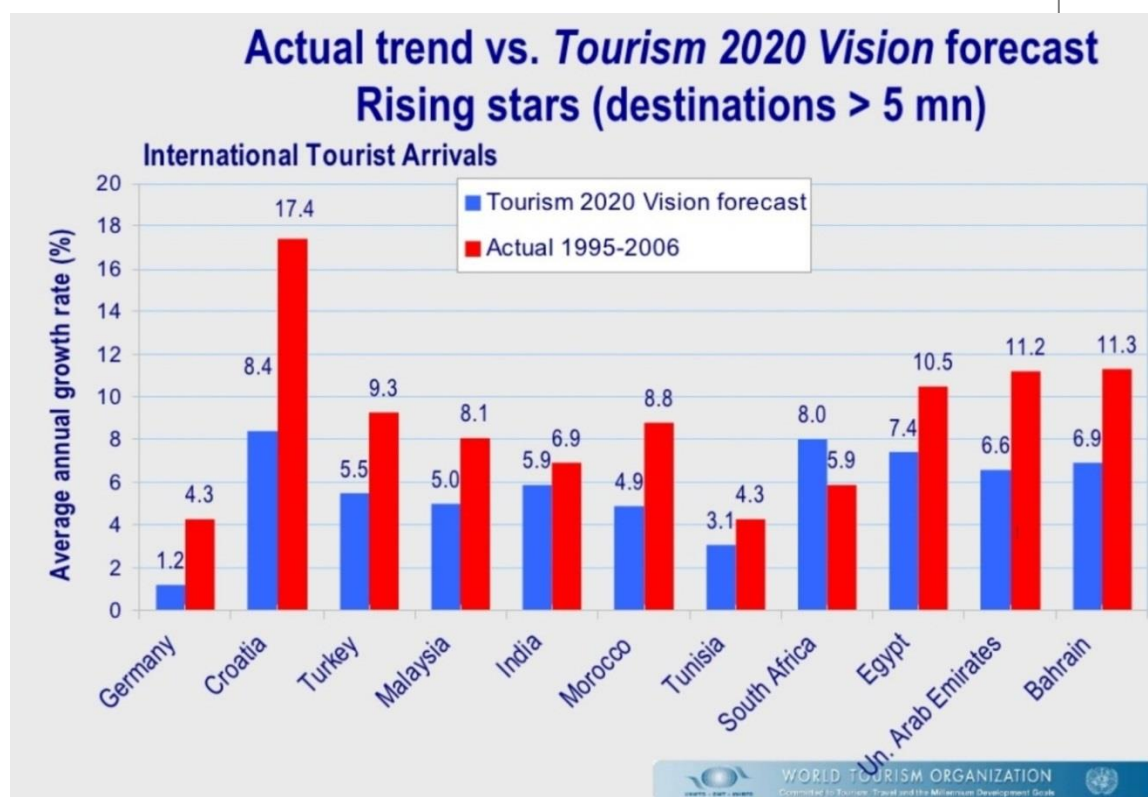
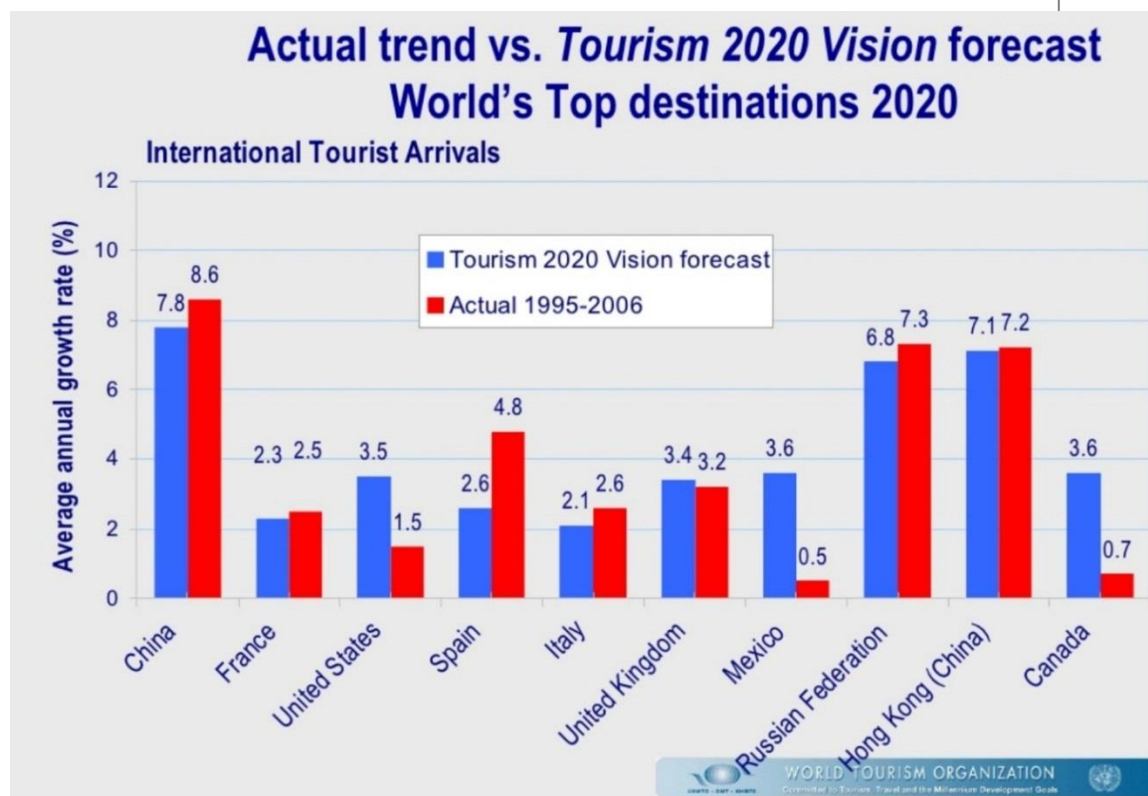
[11/5] Forum for the Future: Tourism 2023. London, 2009.
<https://www.forumforthefuture.org/sites/default/files/project/downloads/tourism2023fullreportwebversion.pdf>

[11/6] Pécsék Brigitta: Milyen lesz a turizmus 2023-ban? TurizmusTrend, 2009/11.

[11/7] <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

A fejezetben hivatkozott ábrák

13. ábra – Vezető turisztikai desztinációk 2020-ban



Forrás: UNWTO (<http://www.slideshare.net/Nostrad/seminar-on-tourism-marketing-trends-challenges-and-opportunities>)

12. témakör: A turizmus jövőbeni, extrém terei

12.1. A témakör oktatásának célja

A turizmus és a tér kapcsolatának szoros összefüggései és törvényszerűségei folyamatosan alakulnak, formálódnak az idők során. A technikai fejlődés, a trendek, a társadalmi folyamatok mindig befolyásolják a fejlődés irányát, azonban a folyamatok elemzésének törvényszerűségei azt mutatják, hogy elég jól megjósolhatóak bizonyos jövőbeni turisztikai irányok.

A 12. témakör több mint vízió, hiszen a jövőbeli trendek már a XXI. század elején körvonalazódnak. Számos eseménytől függ, hogy végül mi fogja alakítani a turizmust az elkövetkezendő évtizedekben, így az esélyestől az extrémig megismerheti az Olvasó, hogy még milyen potenciál rejlik az utazások piacán, milyen térségeket hódítanak meg a modern kor felfedezői.

12.2. A témakör kifejtése

A generációk folyamatosan követik egymást, a fiatalok mindig gyorsabbak, aktívabbak, nyughatatlanabbak, mint az idősek. Ez így volt a történelem folyamán végig, azonban a változások mértéke és sebessége soha nem volt ennyire gyors és hatalmas. A társadalom ilyen mértékű változása természetesen sok tényezőre visszavezethető (gazdaság fejlődése, internet térhódítása, információs eszközök, demográfiai robbanás, stb.), mindenesetre az embert és a környezetében élőket kell nagyon alaposan vizsgálni ahhoz, hogy ki lehessen találni, milyen lesz a közeljövő turizmusa. A szükségletek és az igények jellegének változása lesz ugyanis az iparág meghatározó tényezője, a következő generációk fogyasztási szokásai és életstílusa fogja meghatározni. Jellemző, hogy a fiatalok (Y és Z generáció) nagyon fontosnak tartják a személyes szabadságukat, az életük minden eseményét megosztják a társadalommal, gyors ritmusban élnek, nem félnek a változástól és nem az érzelmek emberei, kevésbé lojális, inkább praktikus fogyasztók, bátrak és kevésbé szabálykövetők. [12/1] Az utazási piacra vetítve mindez azt jelenti, hogy az utazások élményközpontúak lesznek, aktívabbak, mint valaha, „kirakatba” tehetőek, tehát a közösségi platformon megoszthatóak. A generációk tagjai egyre korábban indulnak el felfedezni a világot, tehát egyre fiatalabban válnak utazókká, turistákká. Első önálló élményeik jellemzően fesztiválokhoz kötődnek, ami a társadalmi esemény mivolta révén az utazás, kapcsolódás pozitív élményét neveli a tinédzserekbe.

A fiatal generáció ma az utazási piac kb. 20%-át teszi ki (ha a fiatalokat a 30 éves korig vizsgáljuk, akkor közel 30%), ami ma még olyan sztereotípiákkal párosul, mint „ez egy alacsony fizetőképességű csoport, költési hajlandóságuk kicsi”, „igénytelenek a szolgáltatás színvonala tekintetében, a komolytalan attrakciókat, bulikat keresik kizárólag”, de ez nagy hiba a szakma részéről, hiszen a mai fiatalok már nem hátizsákos utasok, hanem tudatos fogyasztók. [12/2] A fiatal utazók csoportosítása során különböző szegmenseket alkottak a kutatók, melyek az alábbiak:

- „Élmény és szórakozás” – társas együttlét, fesztiválok, bulik;
- „Aktivitás és kaland” – teljesítményorientált utazás, sportok, kalandok, önmegvalósítás, különleges élmények;
- „Felfedezés” – kulturális és természeti attrakciók megismerése, tanulás, megtapasztalás, esztétikai élmények;

- „Elmélyülés” – hosszabb ideig tart, külföldi tanulmányút, munkavállalás, önkéntesség, spirituális elvonulás, amelyek során turistaként alaposan megismerik a meglátogatott környezetet.

A fenti fogyasztói csoportok megmutatják a jövőbeni turizmus tereit is, amelyek – mint a felsorolásból is látszik – nem első sorban a korábbi tömegturizmus térszínei, de nem is határoznak meg különböző helyeket, régiókat, környezeteket, mindössze a tevékenységet, mint meghatározó elemet. Az egészségtudatosság elterjedése, a sportok népszerűvé válása és fajtáinak egyre erősebb integrálódása az utazásokba előre vetíti, hogy az aktív turizmus minden ága, a természetközeli, kevésbé zsúfolt térszínek fognak előtérbe kerülni. Ez a fenntarthatóság szempontjából kiemelt figyelmet kell majd érdemljen, hiszen egy urbánus térben adott esetben több százezer turista sem okoz akkora kárt, mint néhány száz fő az érintetlen természeti környezetben.

12.2.1. A világűr, mint extrém turisztikai desztináció

Az űrutazás mindig is érdekelte a Föld kutatóit, íróit, fizikusait, de évszázadokig csak álom volt. A hidegháborút követően azonban felgyorsultak az események, az első űrhajók, a Holdra szállás, az UFO-kutatás, a számtalan sci-fi mozi, amin a „Nyugat” gyermekei évtizedek óta nevelkednek, szinte egyértelművé tették, hogy lassan a hétköznapi ember is meg szeretné nézni az űrt, turistaként elhagyni a Föld légterét. Az űrturizmus meglehetősen kevés embernek adatik meg, így az érdeklődő tömegek számára évtizedek óta megmaradnak a planetáriumok, a csillagvizsgálók, illetve az földi űrközpontok meglátogatása. A NASA-nak látogatóközpontjai vannak szerte Amerikában, a Kazahsztáni Bajkonurban komplex, öt napos földi űrtúrát lehet tenni, megismerve a legendás helyeket, technológiákat és embereket. [12/3]

Az igazi űrturista azonban kilép a csillagok közé. 2004-ben kísérleti jelleggel űrgrázt hajtottak végre, ami akkor olyan gyors fejlődést vetített a közeljövőbe, hogy az akkori szemtanúk azt tippelték volna, hogy 2014-re ez egy bevált, elérhető árú attrakció lesz. Bár tucatnyi magáncég, vállalkozás foglalkozik magánűrhajó-fejlesztéssel, űrrel kapcsolatos (potenciális) kereskedelmi tevékenységgel, az űrturizmus a vártnál mégis jóval lassabban bontakozik ki. [12/4] A főszereplők a szolgáltatók tekintetében természetesen az amerikaiak és az oroszok, bár Kína felől is felröppentek már különböző hírek az űrturizmus kapcsán. Amerika jelenleg erősen támaszkodik az orosz segítségre, évekre bérli a jogot a Szovjuz űrállomás megtekintésével kapcsolatban. Az első hivatalos űrturista Dennis Tito, egy amerikai üzletember volt 2001-ben, őt az azóta eltelt másfél évtizedben maroknyi ember követte a sztratoszférán túlra. Az utazás ára 20 millió USD-nél kezdődik, minden költséggel elérheti a 100 millió USD-t is. [12/5] A legnagyobb szolgáltató ma a Space Adventures Ltd., amely a honlapján is hirdet különféle utakat (<http://www.spaceadventures.com/experiences/>). Az űrturizmus jövőjét, környezeti hatásait és az emberi szervezetre gyakorolt hatását egyaránt tudósok sora vizsgálja, számos feltételezés született róla. Sokan mutatnak igényt az űrsétákra, a Holdon tett néhány lépésre, az űrben lévő szállodai elhelyezésre, ezek azonban még váratnak magukra.

12.3. Esettanulmány: Megtalálható extrémítások a turizmusban

12.3.1. „Dark” turizmus, katasztrófaturizmus

A „Dark” vagy „Sötét” turizmusnak mára jelentős szakirodalmi háttere van. Az emberek egyre fokozottabb érdeklődést mutatnak olyan helyszínek irányát, ahol sokan haltak meg, tragédiák,

borzalmak történtek. Ez elég erős utazási motiváció, ráadásul a háborús áldozatokkal kapcsolatos helyek földrajzilag és tematikailag jól lehatárolható turisztikai attrakciónak felelnek meg. Az Amerikai Polgárháború egyik legvéresebb helyszínét, a Gettysburg-i csatamezőt évente kétmillió turista keresi fel, bár kutatók szerint nem minden helyszín válik szakrális emlékhellyé a háborús helyszínek közül sem. [12/6] Az emlékhelyek, a temetők, háborús örökségek egyedi vonzereje az autentikusság, a helyszín egyedülálló élményt képes nyújtani. A sötét turizmus helyszínei lehetnek [12/7]:

- A halál nyilvános bemutatása (középkori lefejezések, nyilvános akasztások),
- Tragédiák helyszínei (Mohácsi csata Emlékhely, Hiroshima),
- Tömeggyilkosságok, tömeges halál helyszínei (Pompeii romjai, Auschwitz-i koncentrációs tábor),
- Híres emberek halálának helyszíne (a Kennedy-gyilkosság helyszíne),
- Emlékhelyek, emlékoszlopok, katonai műemlékek (csontkápolna Kutna-Horában),
- Háborúkkal kapcsolatos megfogható emlékek (fegyverkiállítások, háborús relikviák),
- Gyilkosságokkal kapcsolatos emlékek, kiállítások (Keszthelyi Kínzó Múzeum, Horrorárium),
- Börtönök (Alcatraz, Sátoraljaújhelyi Börtönmúzeum),
- Rabszolgaság helyszínei (Rabszolga-tematikus út, Ghána-Cape Coast Sastle),
- A halál vallási megjelenése (Krisztus Passiók).

Csernobilba az atomkatasztrófa helyszínére évente közel tízezer turista utazik (tudatában annak, hogy a sugárzás még mindig magas), a Pripjaty nevű szellemváros meglátogatása egyre nagyobb turizmusipart épít ki a környéken. Megrázó élmény Kambodzsában a Tuol Sleng Múzeum, ahol több tízezer embert hallgatott ki a Vörös Khmer rezsim, koponyájukat egymás hegyén-hátán találni meg. Auschwitz-ban a II. világháborúban – becslések szerint – másfél millió embert öltek meg, ma a tábort évente látogatja meg közel ugyanennyi turista. A Párizsi Père Lachaise temetőt – ahol Édith Piaf, Oscar Wilde, Frédéric Chopin, Jean de La Fontaine és Jim Morrison nyugszik – évente több százezer turista keresi fel. [12/8]

A katasztrófaturizmust is többféleképpen értelmezi a turisztikai szakma, néhol összemosódás fedezhető fel a dark turizmussal is. Az aktuális politikai, háborús történések, természeti katasztrófák és balesetek helyszíneit is többen élőben szeretik látni a televízió képernyője helyett. Az emberi kíváncsiság, a borzongás élményének keresése sokakat visz Irakba, Pakisztánba a háborús területekre, de 2004-ben Thaiföldön a cunamit követő pusztítást is rengetegen nézték meg a helyszínen. Árvíz esetén a Duna part is megtelik a bárméskodók hadával, akik fényképeket készítenek a vízből kiálló közlekedési táblákról, elöntött házakról.

12.3.2. Furcsa éttermek és szállodák

A turizmus két alapvető kiszolgáló egysége, a szálloda és az étterem manapság ugyanúgy látványosságként, külön attrakcióként szolgál. Dubai vitorla-szállodája 30.000 Forintnyi összeget kér el azoktól a látogatóktól, akik az auláját (ahova az Eiffel-torony is beférne) szeretnék megnézni. Léteznek tematikus szállodák, amelyek a legkülönbélebb téma köré épülnek fel. Az egyik legismertebbek a jég-hotellek, amelyeknek minden tere jégből épült, de készítettek már szállodát a tengerparton talált szemétből is. Lehet megszállni börtönben, világítótoronyban, egy tank belsejében vagy egy koporsóban is. [12/9] A szállások fantáziájának semmi sem szab határt, a legnagyobb luxustól a legpuritánabb körülmények között tapasztalhatnak meg az utazók extrém élményeket, szellemjárást, megrendezett gyilkosságokat vagy állatvonulást.

A vendéglátóegységek képzelőerejével sincsen probléma a XXI. század elején. A kulináris élvezetek, az ételek megjelenése vagy tálalása olyan mértékben differenciálódott, hogy a megszállott gasztroturista akár folyamatosan utazhat a különleges ízek kedvéért. A luxuséttermek, Michelin-

csillagos egységek felkeresése a turizmus egy speciális ága, az ún. Foody-k járják a világot egy nap 4-5 igen borsos árú éttermet is felkeresve. Leghíresebb közülük Andy Hayler, az egyetlen ember a Földön, aki az összes 3-csillagos étteremben járt és evett. [12/10] Meghökkenítő tematikus éttermek ugyanúgy szép számmal fordulnak elő, mint a szállodák esetében. A megszokott tematika mellett (olaszos, thai, tészta, hal, marhahús, stb.) megjelentek azok az éttermek, amik a szokatlannal hódítanak. Japánban a kannibál étteremben különböző ételekből összeállított emberi testet szolgálnak fel egy műtőasztalon, ami kinézetre élethű, ha a vendég felvágja, akkor úgy tűnik, hogy vérzik, a belső szervek is az eredetihez hasonlítanak. Taiwanban a WC étterem arat nagy sikereket, ahol a berendezés is a legkisebb helyiséget idézi, de az ételek külseje is a témához kapcsolódik. Pekingben egy étterem a teljes sötétséget kínálja, a pincérek éjjellátó szemüvegekkel közlekednek, a vendég pedig kénytelen az ízérzékre hagyatkozni. Létezik számos börtönétterem és víz alatti vendéglátóhely a világon, számuk folyamatosan nő. Kedvelt téma az extrém kategóriában a sírhelyek, koporsók látványa, de működik étterem, amelynek a központi témája Hitler, Barbie, Hello Kitty, Jézus Krisztus, traktorok, ufók vagy éppen robotok. [12/11]

12.4. Összefoglalás

Néhány száz éve őrülnék tartották, aki körül szerette volna utazni a Földet hajóval; néhány évtizede lehetetlennek gondolták az emberek a Holdra szállást; ma azt gondoljuk, hogy a Mariana-árok bevehetetlen. A tudomány és a technika azonban legtöbbször rácsfol az emberek hitetlenségére és a gazdasági tevékenységek rohamos fejlődése mellett a szabadidős tevékenységek is gyors evolúciót produkálnak. Mára már nem számít extrém időtöltésnek, ha az ember üvegfenekű hajóról nézi a bálnákat, gumikötéllel a lábán leugrik egy több száz méter magas hídról vagy akár elugrik Afrikába majom agyvelőt lakmározni. Hamarosan nem lesz különös, ha valaki üveggömbben az űrben fog lebegni, szupersebességű járművön egy óra alatt megkerüli a Földet vagy saját kézzel szuvenírt készíti a Mars vörös talajából. A jövő turisztikai terei kibővülnek, mint ahogyan a Föld terei lassan összeszűkülnek.

A turisztikai erőforrások köre szintúgy kitágul, a közeljövőben olyan tényezők is bevonásra kerülhetnek, amire eddig a XX. század utazója nem is gondolt. A tendenciák, divatok változása, a technológia fejlődése, a motivációk változása és az élmény-faktor kibővülése mindezeket vetítik előre a turizmusban, azonban az utazónak és a szakmának most kell nagyon észnél lennie, hogy mindezt higgadtan, józan ésszel kezelni tudja, kontroll alatt tudja tartani, fenntartható módon tudja kivitelezni. Hogy unokáink is láthassák...

12.5. Ellenőrző kérdések

1. Mi a kapcsolat a turizmusipar változása és a társadalmi folyamatok alakulása között?
2. Mi jellemzi a jövő turistáit?
3. Hogyan érvényesül a világűr, mint erőforrás a turizmusban?
4. Mi az a dark turizmus?
5. Milyen extrém erőforrások jelentkeznek a XXI. század turizmusában?

12.6. A témakörhöz felhasznált szakirodalom

[12/1] Pál Eszter: A „Z” generációról – Irodalmi áttekintés. Pécsi Tudományegyetem, 2013.
<http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok>

[12/2] Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék: Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája. Veszprém, 2010.

http://2010-2014.kormany.hu/download/8/7c/20000/Ifjusagi_strategia_2010_05_17.pdf#!DocumentBrowse

[12/3] <http://www.nasa.gov/centers/goddard/visitor/home/index.html> és
<http://www.flymigsokol.com/baikonur>

[12/4] http://www.urvilag.hu/urturistak_es_maganurhajok/20140627_tiz_eve_varjuk_hogy_a_jovo_elkezd_odjon

[12/5] https://en.wikipedia.org/wiki/Space_tourism

[12/6] Irimiás Anna: A katonai emlékhelyek turisztikai potenciáljának vizsgálata Észak-Olaszországban. Földrajzi Közlemények, 2013. 137.2.

[12/7] Stone, Ph.: Dark tourism and significant other death. Towards a Model of Mortality Mediation. In.: Annals of Tourism Research 39. 3. 2012

[12/8] <http://kulfoldremennek.hu/utazas/1-feketeturizmus>

[12/9] http://hvg.hu/cimke/extr%C3%A9m_hotel

[12/10] <http://www.andyhayler.com/>

[12/11] <http://listverse.com/2009/07/24/top-10-bizarre-restaurants/>

13. Összefoglalás

A turizmusban felhasznált erőforrások köre és jellege szerteágazó, változatos képet mutat. Évtizedek óta jól kutatott terület, amelyet a különböző tudományterületet képviselő tudósok számtalan módon értelmeztek, csoportosítottak, elemeztek. A legfontosabb rendező elv maga a földrajzi tér, amelyben a turizmus rendszerét vizsgálni szükséges. A környezetének a többi elemét (gazdaság, politika, technológia, természeti környezet, stb.) és azok összefüggéseit mind rendszerben kell vizsgálni ahhoz, hogy a turizmus összes hatását elemezni lehessen.

A tankönyv felépítését tekintve az erőforrások fogalmát tisztázza az első tanegységekben, elhelyezi azokat a földrajzi és gazdasági térben. A turizmus által használt erőforrások körét és típusait részletesen ismerteti, azokat rendszerbe helyezi. A közgazdasági alapokon nyugvó, de turizmusra formált metódus első ízben a természeti, majd az ember alkotta és a társadalmi-kulturális erőforrásokat helyezi el rendszerben és jellemzi őket.

Az erőforrások fajtáinak tisztázása után a felhasználás során bekövetkezett változásokat, a turizmus különböző pozitív és negatív hatásait elemzi a tankönyv. A turisztikai ismeretek gerincét képezi annak az ismerete, hogy a szakma, az utazók mit okozhatnak a közvetlen környezetük számára, milyen károkkal kell számolni a társadalmi vagy természeti környezet esetén. A problémák kiküszöbölésére feloldást, megoldást jelenthet a fenntarthatóság elmélete, amely a turizmusban is irányelv lehetne a közeljövőben. A tudatos és fenntartható tervezés minimalizálhatja a negatív hatásokat, erősítheti a pozitívokat; ezekre számos példát és esettanulmányt is kínál a tankönyv.

A téma lezárásaképpen a jövő kerül a fókuszba, ugyanis az utolsó két fejezet a turizmus lehetséges jövőbeli tereivel, szolgáltatásaival foglalkozik, elemzi a már feltűnő extrém jelenségeket és a tudományos alapokon nyugvó irányvonalakat egyaránt.

„...Az út mellett két felől gyöngyvirágok csengettyűi adnak jelt a prücsök hangversenyére, mik a fészkén ülő zöldikét altatják; nagy terjű körökben, miket sötétebb fű képez a gyepek között, pufók csipkegombák csoportjai kínálkozik dagadó pamlagul a röpke nappali pávaszemnek; s a virághullató bokorban rigófütty, fülemüleábránd hangversenyez.

Itt nem jár a teljes című közönség; mert ha járna, nem volna itt se a gyöngyvirág, se gomba, se madárfészek, se nappali pávaszempillangó, azt mind letépnék, megennék, kalitkába tennék, gombostűre szúrnák...”

Jókai Mór (1992): A szerelem bolondjai I-II. Unikornis Kiadó, Budapest

14. Áttekintendő anyagok

14.1. Ajánlott szakmai irodalom

Aderhold, P., Laßberg, D. v., Stäbler, and Vielhaber, A., Tourismus in Entwicklungsländern. Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung, Studienkreis Tourismus: Ammerland. 2000

Aima, A., Manhas, P. S., Bhasin, J.: Innovate tourism and sustainable development. Issues and Challenges. Kanishka Publishers, Distributors, New Delhi, 2012.

Aubert Antal: Magyarország idegenforgalma, Szakkönyv és atlasz – Cartographia Tankönyvkiadó Kft. 2006., Budapest, 2005

Balatoni Fejlesztési Tanács: Balaton Régió Fejlesztési Stratégiája 2007-2013. Vital Pro Kft. 2005

Batta, R. N.: Tourism and the Environment: A Quest for Sustainability. In-dus Publisher Company, New Delhi. 2000

Beaver, Allan: A dictionary of travel and tourism terminology. Wallingford, UK ; Cambridge, MA : CABI Publ., 2005

Becker, Elizabeth: Overbooked: The Exploding Business of Travel and Tourism. Simon & Schuster Kiadó; First Edition, 2013

Benckendorff, Pierre; Lund-Durlacher, Dagmar: International Cases in Sustainable Travel & Tourism. Goodfellow Publishers Kiadó, 2013

Biederman, Paul S. et. al.: Travel and tourism: an industry primer. Upper Saddle River, N.J. : Pearson/Prentice Hall, 2008

Bodnár László: A turizmus földrajzi alapjai. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2000

Boniface, Brian G.; Cooper, Chris: Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism. Elsevier LTD, Oxford, 2004

Bricker, Kelly; Black, Rosemary; Cottrell, Stuart: Sustainable Tourism & The Millennium Development Goals: Effecting Positive Change. Jones & Bartlett Learning Kiadó; 1 edition, 2012

Bryant, Dirk; Burke, Lauretta; McManus, John; Spalding, Mark: Reefs at Risk. A Map-Based Indicator of Threats to the World's Coral Reefs. World Resources Institute. 1998

Buckley, Ralf; Pickering, Catherine; Weaver, David Bruce: Nature-based Tourism, Environment, and Land Management. Ecotourism book series, CABI, 2003

Bull, Adrian: The Economics of Travel and Tourism – Pitman Publishing, Melbourne, 1994

Burton, Rosemary: Travel Geography. Longman Publishing, London, 2000

Cochrane, Janet: Asian Tourism. Growth and Change. Elsevier Kiadó, 2007

Cronin, L.: A Strategy for Tourism and Sustainable Development. World Leisure and Recreation Journal. Fall, 1990

Csapó János; Jónás-Berki Mónika: Dél-Dunántúl. Pécsi Tudományegyetem: Magyarország turisztikai régiói. Kempelen Farkas Hallgatói Információs Központ. 2011.
http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Magyarorszag_idegenforgalmi_regioi/ch10s04.html

Daher, Rami: Tourism In The Middle East: Continuity, Change, And Transformation (Tourism and Cultural Change). Multilingual Matters Kiadó, 2006

Dávid L., Bujdosó Z., Patkós Cs.: A turizmus hatásai és jelentősége a terület-fejlesztésben, In: A terület és településfejlesztés alapjai, szerk. Süli-Zakar István, egyetemi tankönyv, Dialóg Campus Tankönyvek, Budapest-Pécs, 2003

Dávid Lóránt (szerk.), Vargáné Dr. Csobán Katalin, Kovács Gyöngyi, Dr. Vasa László: TURIZMUSÖKOLÓGIA Zöldülő turizmus – Fenntartható turizmusfejlesztés. Szaktudás Kiadó Ház Budapest, 2012

Dávid Lóránt (szerk.); Jancsik András; Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt., Budapest, 2007

De Groot, R.S.: Functions of Nature: evaluation of nature in environmental planning, management and decision-making. Wolters Noordhoff BV, Groningen, the Netherlands, 1992

Duhay Gábor (szerk.): Ökoturizmus a védett természeti területeken. Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium, Budapest. 2006

Duncan, Dayton; Burns, Ken: The National Parks: America's Best Idea. Alfred A. Knopf Publ., 2009

Fennell, David A.: Ecotourism: An Introduction (2nd edn). London: Routledge. 2003

Fennell, David A.: Ecotourism. Routledge Kiadó; 4 edition, 2014

Fodor I.: Környezetvédelem és regionalitás Magyarországon – Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, 2001

Forum for the Future: Tourism 2023. London, 2009.
<https://www.forumforthefuture.org/sites/default/files/project/downloads/tourism2023fullreportwebversion.pdf>

Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B.: Tourism: Principles, Practices, Philosophies, Ninth Edition – John Wiley and Sons, New York, 2003

Goeldner, Charles R.; Ritchie, J. R. Brent: Tourism: Principles, Practices, Philosophies. Wiley Publ.; 12 edition, 2011

Gyulai Iván: A fenntartható fejlődés. Ökológiai Intézet a fenntartható fejlődésért Alapítvány. Misropress Nyomda, Miskolc, 2012.
http://www.mtvsh.hu/dynamic/fenntart/a_fenntarthato_fejlodes.pdf

Gyuricza László: A turizmus nemzetközi földrajza. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs, 2008

Hajnal Klára, Hársas Péter: A felelős turizmus elméleti kérdései és gyakorlati példája. A kulturális fogyasztás új mintája: élmény és etika. Pécsi Tudományegyetem, é.n.
<http://balkancenter.ttk.pte.hu/index.php?d=tarsadalom/letoltes/Kodolanyi.htm>

Hajnal Klára: Itt és most: Helyi megoldások a globális válságra. Bükkösd: Zöld Völgyért Egyesület, 2010. <http://digitalia.lib.pte.hu/books/hajnal-klara-itt-es-most-zold-volgyert-egyesulet-bukkosd-2010/pdf/02-hajnal-klara-itt-es-most-zold-volgyert-egyesulet-bukkosd-2010.pdf#page=66>

Hall, C. M.; Page, S.: The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space – Routledge, London, 1999

Hall, C. Michael; Lew, Alan A.: Understanding and Managing Tourism Impacts. An integrated approach. Routledge London and New York, 2009

Hall, C.M & J Saarinen (Eds): Tourism and Change in the Polar Regions: Climate, Environment and experiences. London, Routledge. 2010

Holden, A.: Environment and Tourism, Routledge Introduction to Environment Series – Routledge, London and New York, 2000

Holloway, J. Christopher; Humphreys, Claire; Davidson, Rob: The Business of Tourism. Eight edition. Pearson Education, 2009

Honey, Martha: Ecotourism and Sustainable Development, Second Edition: Who Owns Paradise? Island Press Kiadó, 2008

Horn Gergely: A turizmus hatása az ökológiai és társadalmi sokféleségre; Kovász, V.é. 3.-4.sz., 2001

Hudman, Lloyd E.; Jackson, Richard H.: Geography of travel & tourism. Delmar Publ., Albany, 1999

Hughes, Michael; Weaver, David; Pforr, Christof: The Practice of Sustainable Tourism: Resolving the Paradox (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility). Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility Series, Routledge Kiadó, 2015

Hustiné dr. Béres Klára: Fürdők és az egészségturizmus közgazdaságtana. Elektronikus jegyzet, Széchenyi István Egyetem. 2011. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/2010-0019_Furdok_es_az_egeszsegturizmus_kozgazdasagтана/ch10.html

Inskeep, E.: A fenntartható turizmus fejlesztése – Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek – Geomédia szakkönyvek, Piac és elemzés, Budapest, 2000

Irimiás Anna: A katonai emlékhelyek turisztikai potenciáljának vizsgálata Észak-Olaszországban. Földrajzi Közlemények, 2013. 137.2.

Iványi Anna, Sallai R. Benedek: Ökoturizmus. A turizmusfejlesztés lehetőségei és kockázatai, a kockázatok megelőzésének módszertana esettanulmányok alapján. Nimfea Természetvédelmi Egyesület, Budapest. 2006

Jafari, J. (ed.): Encyclopedia of Tourism – Routledge, London, 2000

Jancsik András: A turizmus gazdaságtana – Veszprémi Egyetem Turizmus Tanszék, Veszprém, 2006

Jansen-Verbeke, Gerda; Priestley, K.; Russo, Antonio P.: Cultural Resources for Tourism: Patterns, Processes and Policies. Nova Science Publishers, 2008

Kelemen Zoltán: Ökoturizmus. Természet Kultúra Harmónia. Magosfa Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Alapítvány, Vác. 2006

Kent, Geoffrey: Safari: A Memoir of a Worldwide Travel Pioneer. Harper Publ.: 2015

Kerényi A.: Általános környezetvédelem – Mozaik Oktatási Kiadó, Budapest, 1998

Kiss G.; Benkhard B.: Kő kövön... marad – KvVM, Budapest, 2006

Knowles, T.; Diamantis, D.; El-Mourhabi J. B.: The Globalization of Tourism and Hospitality: A Strategic Perspective – Continuum, London and New York, 2001

Kotler, Philip T.; Bowen, John T.; Makens, James: Marketing for Hospitality and Tourism (6th Edition). Prentice Hall Publ., 2013

Labensky, Sarah R.; Martel, Priscilla A.; Hause, Alan M.: On Cooking: A Textbook of Culinary Fundamentals, 5th Edition, Pearson Publ., 2014

Lanier, Pamela: Sustainable Tourism: A Small Business Handbook for Success. CreateSpace Independent Publishing Platform; 2013

László Péter: Ökoturizmus – Bioturizmus. Főiskolai jegyzet, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. 2001

Lengyel Márton: A turizmus általános elmélete. KIT, Budapest, 2004

Lengyel Márton: TDM Működési Kézikönyv. Heller Farkas Főiskola, Budapest, 2008

Lew, Alan; Hall, Colin Michael; Timothy, Dallen: World Regional Geography: Human Mobilities, Tourism Destinations, Sustainable Environments. Kendall Hunt Publishing Kiadó, 2011

Lindberg, Kreg: Ecotourism: A Guide for Planners and Managers (Volume 1). Publisher: Ecotourism Society, 1993

Lindberg, Kreg; Furze, Brian; Staff, Marilyn; Black, Rosemary: Ecotourism and other services derived from forests in the Asia-Pacific region: outlook to 2010. Asia-Pacific Forestry Sector Working Paper Series. 1997. <http://ftp.fao.org/docrep/fao/W7714E/W7714E00.pdf>

Lingauer János: Az ökoturizmus fejlesztése Magyarország nemzeti parkjaiban In: „Ökoturizmus a Kárpát-Medencében” Konferenciakötet. Magyar Turizmus Rt. és BGF-KVIFK, Idegenforgalmi Intézet, Budapest. 2002

Lovelock, Brent; Lovelock, Kirsten: The Ethics of Tourism: Critical and Applied Perspectives. Routledge Kiadó; 1 edition, 2013

M. Guyette, Susan: Sustainable Cultural Tourism: Small-Scale Solutions (Resilient Communities). BearPath Press Kiadó, 2013

Magda Róbert (szerk.): A magyarországi természeti erőforrások gazdaságtana és hasznosítása. Mezőgazda Kiadó, Budapest, 2001

Mak, James: Tourism and the Economy: Understanding the Economics of Tourism. University of Hawaii Press, 2004

Mancini, Marc: Access: introduction to travel and tourism. Clifton Park, NY : Thomson/Delmar Learning, 2005

Martínez, José Luis: A turizmus területi erőforrásai, kézirat – Gyöngyös-Pécs, 2001

Mastny, Lisa: A nemzetközi turizmus új útra terelése, in: A világ helyzete 2002. A World Watch Institute a fenntartható fejlődésről. Föld Napja Alapítvány, Budapest. 2002

Mathieson, A.; Wall, G.: Tourism: Economic, Physical and Social Impacts – John Wiley & Sons, Inc., New York, 1982

Mehta, Hitesh: Authentic Ecolodges. Harper Design Kiadó, 2010

Meyer, Danny: Setting the Table: The Transforming Power of Hospitality in Business. Harper Perennial; Reprint edition, 2008

Michalkó Gábor : Turizmusföldrajz és humánökológia – fejezetek a természet, a társadalom és az ember turizmushoz fűződő viszonyáról, Kodolányi János Főiskola – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest-Székesfehérvár. 2005

Michalkó Gábor: A turizmuselmélet alapjai – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, 2004

Michalkó Gábor: Magyarország modern turizmusföldrajza. Dialóg Campus. Budapest-Pécs, 2007

Michalkó Gábor: Turizmológia: elméleti alapok, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012

Molz, Jennie Germann: Travel connections: tourism, technology, and togetherness in a mobile world. London ; New York : Routledge, 2012

Moore, Danielle P.; Doherty, Allison G.: United States travel and tourism industry. New York : Nova Science, 2011

Moufakkir, O., Reisinger, Y.: The host gaze in global tourism. CAB International Kiadó, London, 2013

Newsome, D., Moore, S.A. and Dowling, R.K.: Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management. Channel View Publications, Clevedon. 2002

Patterson, Carol: Sustainable Tourism With Web Resource: Business Development, Operations, and Management. Human Kinetics Kiadó, 2015

Patterson, Carol; Owens, Delia; Owens, Mark: The Business of Ecotourism. Trafford Publishing, 3rd edition, 2007

Pearce, D.: Tourist Development. Longman Scientific and Technical, Essex, 1989

Peeters, Paul; Landré, Martin: The Emerging Global Tourism Geography—An Environmental Sustainability Perspective. NHTV Breda University of Applied Sciences, 2011.
<http://www.mdpi.com/2071-1050/4/1/42/htm>

Probáld Ferenc: Amerika regionális földrajza. Trefort Kiadó, Budapest, 2005

Puczkó László, Rátz Tamara: A turizmus hatásai. Aula Kiadó, Budapest. 2002

Puczkó László; Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig – A látogatómenedzsment módszerei. Geomédia, Budapest, 2000

Rakonczi János: Globális környezeti problémák. Lazi Könyvkiadó, Budapest, 2003

Rétvári László (szerk.): Kiinduló helyzetkép természeti erőforrásainkról és azok hasznosításáról. MTA FKI. Elmélet-módszer-gyakorlat. 27. Budapest, 1983

Roff Smith, Martin: Ausztrália - National Geographic Traveler. Geographia Kiadó, Budapest, 2009

Rosenov, J.E.; Pulsipher, G.L.: Tourism: The Good, the Bad and the Ugly. Lincoln, Nebraska, Century Three Press. 1979

Saarinén, J., C. Rogerson & H. Manwa (Eds): Tourism, Development and Millennium Development Goals. London, Routledge. 2013

Saarinén, J.: 'Tourism into the wild': The limits of tourism in wilderness. In.: A. Holden & D. Fennell (Eds.), The Routledge handbook of tourism and the environment (pp. 145–154). London: Routledge. 2013

Schlosser, Eric: Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal. Mariner Books; Reprint edition, 2012

Sharpley, Richard: Travel and Tourism. SAGE, 2006

Swarbrooke, J.: Sustainable Tourism Management; Oxon, CAB International, 1999

Szabó József; Dávid Lóránt (szerk.) et al.: Antropogén geomorfológia, egyetemi jegyzet, Debreceni Egyetem, 2006

Tasnádi J.: A turizmus rendszere. Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola, Szolnok, 1998

Vargáné Csobán Katalin: Lakossági attitűdvizsgálatok a turizmusfejlesztésről. Agrártudományi Közlemények, 2007/26, Különszám, 2007. http://www.date.hu/acta-agraria/2008-26/Tarsadalom_PDF/Varg%E1n%E9CsK.pdf

Verécsi Gábor: Az ökoturizmus nemzetközi éve 2002. és a Világ Ökoturisztikai Csúcs főbb eredményei. In: „Ökoturizmus a Kárpát-medencében” Konferenciakötet. Magyar Turizmus Rt. és BGF-KVIFK, Idegenforgalmi Intézet, Budapest. 2002

Wackernagel, M.; Rees, W. E.: Ökológiai lábnyomunk, Föld Napja Alapítvány, 2001

Walker, John R.: Introduction to Hospitality. Prentice Hall Publ., 2012

Wall, G.: Sustainable Tourism – Unsustainable Development; in: Wahab, S., Pigram, J. (Eds): Tourism Development and Growth. The challenge of Sustainability; Routledge, London, 1997

Weaver, David: Sustainable Tourism. Elsevier Kiadó; 1 edition, 2005

Weaver, David: The Encyclopedia of Ecotourism. School of Tourism and Hotel Management, Griffith University, Australia, CABI Publishing. 2001

World Tourism Organisation: A fenntartható turizmus fejlesztése. Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000

World Travel & Tourism Council: Global Talent Trends and Issues for the Travel & Tourism Sector, Final Report - January 2015.

Current Issues in Tourism magazin

Journal of Ecotourism magazin

Journal of Sustainable Tourism magazin

Journal of Travel Research magazin

National Geographic Magazin

Turizmus Bulletin Magazin

14.2. Ajánlott honlapok

UNWTO kiadványai, riportjai, éves jelentései – <http://www2.unwto.org/annual-reports>

National Geographic Magyarország cikkei, kiadványai - <http://www.ng.hu/Fooldal>

Greenfo - Környezet- és természetvédelmi Információs portál - <http://www.greenfo.hu/>

World Travel & Tourism Council - <http://www.wttc.org/>

UNEP dokumentumok - <http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?>

The International Ecotourism Society - <http://www.ecotourism.org/>

UNESCO Világörökségek - <http://whc.unesco.org/en/sustainabletourism/>

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

<http://www.responsibletravel.com/copy/responsible-tourism>

<http://www.haroldgoodwin.info/>

<http://naturalwalks.com/en/>

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

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

<http://greendestinations.info/top100/>

<http://sustainabletravel.org/our-work/solutions-for-destinations/>