

A marketing szerepe az ökológiai turizmus fejlesztésében Vajdaságban

Absztrakt: A turizmus napjaink gyors ütemű fejlődésének köszönhetően a XXI. század egyik vezető iparágává nőtte ki magát. A világ összesített GDP-jéhez 11%-al járul hozzá, a munkahelyek több 10%-át adja és a szolgáltatások exportjának egy ötödét nyújtja. Ugyanakkor a gazdasági hatásokon túl igen fontosak a turizmus társadalmi és természeti környezetre gyakorolt hatásai is, amelyek egyre inkább a figyelem középpontjába kerülnek világszerte, így országunkban is. A negatív hatások csökkentésének és a pozitív hatások erősítésének feltétele a turizmus tudatos (fenntartható) fejlesztése. A fenntartható turizmus elsősorban magába kell, hogy foglalja a természeti, a kulturális, a társadalmi és gazdasági örökség pozitív hatású hasznosítását mind a jelenben, mind a jövőben. A legnagyobb mértékben törekednie kell a megújuló erőforrások használatára. Minimálisra kell csökkentenie az anyag- és energiafelhasználást, a hulladékokat és egyéb emissziókat. Olyan turizmus menedzsmentet és marketinget támogat, amely törekszik a létfontosságú erőforrások/attrakciók teljességének a fenntartására. A fenntartható turisztikai fejlesztés egyrészt kielégíti a jelenlegi turisták és a fogadó területek szükségleteit, másrészt védelmezi és növeli a jövő lehetőségeit. Ez kötelezővé teszi a tervezést, a tervek megvalósítását elősegítő szervezeti, jogi és közgazdasági feltételek megteremtését és a folyamatos ellenőrzést. Annak érdekében, hogy ez az állapot fenntartható legyen, a turizmusban, így a természetközeli és ökológiai turizmusban (ökoturizmusban) is az érdekelteknek mindent meg kell tenniük azért, hogy az erőforrásokkal ésszerűen bánjanak.

Kulcsszavak: turizmus, környezet, fenntartható fejlődés, marketing, menedzsment

1. Bevezető

A turizmus az egyik legjelentősebb és leggyorsabban fejlődő ágazata napjaink világgazdaságának. Az 1950-es évektől folyamatos növekedésének lehetünk szemtanúi néhány rövidebb-hosszabb politikai, gazdasági recesszió időszakától eltekintve. Emiatt a turizmus fejlesztésének ma már mindenhol nagy figyelmet szentelnek, hiszen a tömeges turistamozgásoknak számos kedvező gazdasági, politikai és társadalmi hatása van. Ezek mellett sajnos a turizmust kedvezőtlen (negatív) jelenségek is kísérik, amelyekről szintén említést kell tenni. A környezet és a turizmus kölcsönhatásának fontossága csak az elmúlt néhány évben tudatosult. Feltűntek sok helyen a turizmus akadálytalan fejlődésének öko-

* ifj. Dr. Muhi Béla, egyetemi rendkívüli tanár, Educons Egyetem, Közgazdasági kar, Kamanc

lógiai következményei. A turizmus dinamikus fejlődését elsősorban gazdasági célok motiválják, félő azonban, hogy ez a világméretű fejlődés káros hatással lehet a környezetre.

Manapság egyre többen választják a klasszikus, tömeges, „szennyező” turizmus helyett a szelíd, zöld, természetközeli turizmust. Sokan szeretnének elmenekülni a túlszűfolt, zajos városokból, és helyettük vidéki környezetben, a természetben töltenék a szabadságukat. Ennek jegyében nagy lehetőségek rejlenek Vajdaságban is. A természeti adottságok azonban nem elegendőek a siker felé vezető úton, ez mellett komoly hangsúlyt kell fektetni a megfelelő tervezésre, szervezésre, a „terület” menedzselésére, a megfelelő marketing tevékenységre.

2. A turizmusról általánosan

Habár a történelem folyamán az emberek mindig is utaztak, vándoroltak, új tájakat, helyeket, kultúrákat keresvén¹, a turizmus (idegenforgalom) mégis viszonylag új jelenség az emberiség történelmében. Ez a gazdasági ágazat az elmúlt fél évszázadban indult igazán látványos fejlődésnek. A XX. század második felére alakultak ki olyan körülmények, melyek lehetővé tették, hogy a turizmus tömegessé váljon, és fejlődése fellendüljön. A dolgozók fizetett szabadságot kaptak, emellett a vásárlóerejük is növekedett, így a meghosszabbodott szabadidő egy részét utazással, más vidékek meglátogatásával tölthették. Megjelent tehát az utazás igénye, szándéka, motivációja, amelyet a korszerű közlekedés is megkönnyített. Mindezek hatására bőséges idegenforgalmi és vendéglátóipari szolgáltatások alakultak ki, így a turizmus korunk egyik legjellemzőbb társadalmi jelenségévé, a világgazdaság egyik vezető ágazatává vált (Krizsán, 2009).

A XX. században, a modern turizmus időszakában számos definíció született, amelyek a turizmus fejlődésével állandóan változtak, bővültek. A két világháború között keletkezett meghatározások közül a svájci Hunziker és Krapf szerzők meghatározása a leginkább időtálló: „A turizmus az emberek lakóhelyükön kívüli utazásából és tartózkodásából eredő kapcsolatok és jelenségek összessége, amennyiben azt nem motiválta letelepedési szándék, illetve az nem volt kapcsolatos semmilyen jövedelemszerző tevékenységgel.”

¹ Az első utazásokra gyalogszerrel, majd később az állatok segítségével került sor, a szárazföldi utazásokat követte a vízi utak használata.

Az 1970-es években a Nagy-Britanniai Idegenforgalmi Intézet egy összetettebb definíciót javasolt: „A turizmus az emberek ideiglenes, rövid időtartamú helyváltogatása, lakóhelyüktől és munkahelyüktől kívüli helyre, továbbá a meglátogatott helyen való tevékenységük összessége. Magában foglalja a különböző célú helyváltogatásokat és az egy napon belüli látogatásokat, kirándulásokat is.”

A WTO² (*World Tourism Organization* - Idegenforgalmi Világszervezet) és az Interparlamentáris Unió (*Inter-Parliamentary Union*) 1989-ben elfogadott Hágai Nyilatkozata alapján született meghatározás a következő: „A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyén kívüli minden szabad helyváltogatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.”

A fent említett Hágai Nyilatkozatban elfogadott tartalmi meghatározás alapján a turizmus:

- korunk világméretű társadalmi jelensége;
- az egyéni szabadidő-hasznosítás egyik lényeges formája;
- az emberi viszonyok, a politikai, a gazdasági, a kulturális kapcsolatok fontos közvetítője;
- az életminőség következménye és meghatározó eleme;
- emberi alapszükséglet;
- számos ország gazdaságában - komplex hatásmechanizmusa által - a gazdaság szerkezeti problémái, a foglalkoztatási gondok megoldásának fontos tényezője;

Lengyel (1992) a következő tényeket emeli ki a turizmussal kapcsolatban:

- A turizmus dimenziói kiszélesednek, mert a napi szabadidőben a lakhelyen kívül, de az adott településen belül végzett tevékenységek is egyértelműen beleszámítanak;

- A turizmus kínálatának a fogalma is kiszélesedik, gyakorlatilag a turisták által eddig is használt, de alapvetően a helyi lakosság számára létrehozott szabadidő-létesítményekre terelődik át a hangsúly (ilyenek pl. a színházak, sportlétesítmények, múzeumok, éttermek stb.);

- A turizmus gazdasági oldalával szemben előtérbe kerülnek a társadalmi, kulturális, környezeti és életminőségi aspektusok, ugyanak-

² A szervezet neve 2005. decemberében *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO)-ra változott, megszüntetve ezáltal a Világkereskedelmi Szervezettel való azonos szervezeti név rövidítést (*World Trade Organization* - WTO).

kor a gazdasági jelentőség is fokozódik, mert a bevételek volumene a szabadidő-kiadásokkal megnő;

- Nyilvánvalóvá válik, hogy a turizmusnak minden nemzet életében jelentős szerepe van, hiszen mindenkit érint, tehát a kormányok a többi nemzeti tevékenységgel egyenrangú szerepet és rangot kell, hogy biztosítsanak a turizmus szektorának mindenütt;

3. A modern turizmus kialakulása és gazdasági hatása

A turizmus a mindennapi élet szerves része a maga sokszínűségében és teljességében azzal a megkötéssel, hogy szabadidőhöz kötődik, és az otthonon, illetve az állandó munkarenden kívüli helyváltoztatással jár. Az a tény pedig, hogy napjainkra vált tömegjelenséggé, azzal magyarázható, hogy a társadalmi-gazdasági fejlődés korunkban ért el a világ egyes részein olyan szintet, hogy az emberek többsége munkája eredményeként elegendő szabadidővel és jövedelemmel rendelkezik ahhoz, hogy a - szintén a gazdasági és technikai fejlődés eredményeként létrehozott - közlekedési, étkezési, szállás, szórakozási, kulturális és sportlétesítményeket felhasználva ideje egy részét a lakhelyén kívül szabadon választott tevékenységekkel töltsse el.

Napjaink modern turizmusának kialakulása a következő külső okokra, hatásokra és piaci tényezőkre vezethető vissza (WTO, 1997):

1. politikai, jogi, szabályozási változások (az emberi jogok kiteljesedése);
2. gazdasági fejlődés (iparosodás, reáljövedelem emelkedés);
3. demográfiai és társadalmi változások (népességnövekedés és a növekvő városiasodás, társadalmi és munkajogi viszonyok javulása, szabadidő növekedése, új értékek és normák megjelenése);
4. technológiai haladás, kommunikációs és információs technológiák fejlődése;
5. közlekedési infrastruktúra fejlődése, a vasúti, a közúti, a tengeri és a légi közlekedés elterjedése;
6. utazási biztonság javulása;
7. marketing tevékenységek fejlődése;

A turizmus az egyik legjelentősebb és leggyorsabban fejlődő ágazata napjaink világ gazdaságának, ennek köszönhetően szerepe is felértékelődik. Az 1950-es évektől folyamatos növekedésének lehetünk szemtanúi néhány rövidebb-hosszabb politikai, gazdasági recesszió időszakától eltekintve. Az 1950-ben regisztrált 25 milliónyi turistaérkezés

2007-re 860 millióra nőtt, 2010-re elérte az 1 milliárdot, napjainkban pedig meghaladta azt. Az évi átlagos növekedési üteme meghaladja a világgazdaság átlagos növekedési ütemét. Az Idegenforgalmi Világszervezet előrejelzése szerint 2020-ra a nemzetközi turistaérkezések száma eléri az 1,6 milliárdot, az évi átlagos növekedési üteme 4%-ra valószínűsíthető, míg a nemzetközi turizusból származó bevételek világviszonylatban várhatóan elérik a 2000 milliárd dollárt.

A turizmus szerepe a világ társadalmi-gazdasági folyamataiban kiemelkedő jelentőségű. A turizmus közvetett hatásait is figyelembe véve a világ országaiban összességében több mint 200 millió embernek biztosít munkahelyet, a világ GDP-jéhez majdnem 4800 milliárd dollárral járul hozzá (az össz GDP 11%-a) (WTO, 2005).

Amint látható, az idegenforgalom egy lendületesen fejlődő iparággá, erőteljesen növekvő gazdasági ágazattá vált. Emiatt a turizmus fejlesztésének ma már mindenhol nagy figyelmet szentelnek. Hazánkban a turizmusban rejlő lehetőségek koránt sincsenek kihasználva. A turizmus fejlődését akadályozza a korszerűtlen hazai úthálózat, az elavult közlekedési infrastruktúra, a befektetések hiánya, bizonyos esetekben a szervezetlenség és a tervezetlenség, a professzionalizmus hiánya. Pedig tájaink, vizeink, hegyeink, városaink, műemlékeink, természeti szépségeink, nem utolsósorban a hazai konyha, megfelelő vonzerőt képviselnek, és lehetővé tudnák tenni, hogy komplex turisztikai kínálattal lépünk ki a nemzetközi idegenforgalmi piacra.

4. A turizmus hatása a természetre

Vitathatatlan tény, hogy a turizmus mára a világgazdaság egyik legjelentősebb ágazata, jelentős mértékben járul hozzá országok, régiók gazdaságához. Annak érdekében azonban, hogy ez az állapot fenntartható legyen, a turizmusban érdekelteknek mindent meg kell tenniük azért, hogy az erőforrásokkal ésszerűen bánjanak, és azokat gazdasági, társadalmi és ökológiai eszközökkel is védjék. A fenntartható turizmus eszméje kapcsán a természet megőrzésének kell lennie a legfontosabb szempontnak. Különösen a turizmust fenyegető veszélyek fényében fontos ez, ilyen például az ózonréteg elvékonyodása, az erdők kipusztulása, a szennyezés, a talaj- és parterózió, a tengerszint emelkedése stb.

A tömeges turistamozgásoknak számos kedvező gazdasági, politikai és társadalmi hatása van. Ezek mellett sajnos a turizmust kedvezőtlen (negatív) jelenségek is kísérik, amelyekről szintén említést kell tenni.

A tömeges turistamozgások komoly természet- és környezetkárosítást okozhatnak. Például vonzó vidékeket csúfítanak el, vagy semmisítenek meg utak, parkolók, szállodák építése miatt, őshonos növényfajták pusztulhatnak ki, az állatok élettere szűkül, nagyobb a szemetelés stb. A hegyvidékeken a turizmus céljából végzett erdőirtások miatt a talaj meglazul, ami földcsuszamlásokhoz, lavinákhoz vezethet. A globális felmelegedés miatt a telek is enyhébbek, ezért a síközpontok egyre gyakrabban kénytelenek műhavat előállítani, amihez óriási vízmennyiségre és energiára van szükség. A tömegturizmus következtében károsodik a növény- és állatvilág. Az idegenforgalmi célú építkezések megbontják az ott élő állatok természetes élőhelyét, és változást hoznak a vidék növényvilágában is. Elemzők szerint 2004 végén a délkelet-ázsiai térséget sújtó cunami (szökőár) is sokkal kisebb károkat okozott volna, ha az érintett helyeken az idegenforgalom miatt nem irtják ki a part menti fákat.

Az idegenforgalmi területeken a gépjárművek miatt növekszik a zaj, a kipufogógázok pedig légszennyezést okoznak. A turisták gondatlanságából bekövetkező erdőtüzek pótolhatatlan károkat okozhatnak az adott vidék növény- és állatvilágában. A turizmus miatt megnövekszik a vízfogyasztás, ami károsan hat az adott vidék vízkészletére, amellett a megszorodott szennyvízmennyiséget a folyókba, tengerbe vezetik. A tömeges látogatás miatt az emlékművek is károsodnak, rongálódnak. A turisták és a helyi lakosság kultúrája néha annyira különböző, hogy emiatt feszültségek keletkezhetnek.

5. A környezet és a turizmus megfelelő kölcsönhatása

A környezet és a turizmus kölcsönhatásának fontossága csak az elmúlt néhány évben tudatosult. Érthetővé váltak sok helyen a turizmus akadálytalan fejlődésének ökológiai következményei. Ki kell hangsúlyozni, hogy nem kiegyensúlyozott kölcsönhatásról van szó. A turizmus jobban „profitál” a természeti környezetből, mint fordítva. A turizmus igényli, használja a természetet, és ezáltal egyidejűleg a saját egzisztenciális alapjait is tönkre teheti. A környezet - a természeti szépségek, a növény- és állatvilág - egy terület attraktív tényezői, ami miatt a turisták az adott területre látogatnak.

A turistákat természetesen az érintetlen természet vonzza: tiszta tengerpart, tiszta folyók, tiszta levegő, az egészséges ételkészítés stb. A növekvő turistatömegek azonban kedvezőtlenül befolyásolhatják a foga-

dó területek teherbírását, a túlszűfolt desztinációk elveszíthetik környezeti és kulturális vonzerejüket, ami a turisták élményének az alapja. Egyes felmérések szerint a turisták naponta átlagosan egy kilogramm szemetet „termelnek”. Ezt szem előtt kell tartani a szennyvíz elvezetésénél, az építkezési engedélyek kiadásánál, autóutak építésekor stb. Azt is el kell kerülni, hogy idegenforgalmi helyek közelében környezetkárosító ipari központok alakuljanak ki.

A természet, a környezet és a kulturális örökség minél kisebb károsodása érdekében egy idegenforgalmi terület távlati fejlesztésekor figyelembe kell venni a turizmus várható intenzitását, az erőforrások korlátjait, a terület ökológiai rendszerének megújuló (regenerációs) képességét. A turizmus fejlesztésekor elemezni kell, mennyire hasznos a turizmus az adott területen. Néha az idegenforgalom korlátozása tűnik a legjobb döntésnek, más esetben változtatni kell a turizmus felfogásmódján (például a tömegturizmus helyett az exkluzív turizmust kell fejleszteni). Csak megfelelő tervezéssel, szervezéssel, és e kettő ellenőrzésével nyújthat az idegenforgalom optimális gazdasági és társadalmi eredményeket (Krizsán, 2009).

Az utóbbi években erősödött a turizmus negatív környezeti hatásainak a kézzelfogható, mérhető gazdasági célokkal és hatásokkal való szembesítése. A környezettudatosság, a „zöld-tudatosság” erősödése - különösen a '80-as évek közepétől - felvetette a turizmus szerepének és értékeinek újragondolását a fogyasztó, a turista és az idegenforgalmi iparág részéről egyaránt. A turizmus környezetének sebezhetősége és a helyi lakosság érzékenysége miatt ma már követelménnyé vált a turizmus tervezésében a turizmus és környezete közötti hosszú távú kölcsönhatások figyelembevétele (Tasnádi, 2006).

Kulcskérdések, melyeket érdemes megfontolni:

- Mennyi és milyen típusú turistát kíván vonzani egy település, egy kistérség, egy régió, egy ország és annak lakossága?

- Melyek a települések, a kistérségek, a régiók, az ország turisztikai célpiacai?

- Mennyi azon turisták száma, amelyek igényei - figyelemmel a fogadóhely fizikai, társadalmi és környezeti teherbírására - még kielégíthetők?

- Hogyan tudnak a turisták a helyi lakosság életminőségének javulásához hozzájárulni?

Az idegenforgalmi célok között jelentős helyet foglal el a különböző emlékművek, történelmi és kulturális emlékhelyek védelme is.

Ezek egy terület kulturális gazdagságát jelentik, letűnt civilizációkat idéznek, vagy az újabb kori történelem emlékei: antik városok, régi épületek, szobrok, templomok, kolostorok, várak stb. A tömeges turistaforgalom az emlékművek, emlékhelyek kisebb-nagyobb károsodását okozhatja. Emiatt ezek sok helyen már védelemre szorulnak. Görögország például kiemelten sok és értékes emlékhellyel, emlékművel rendelkezik, amelyek közül legismertebb az athéni Akropolisz. Eleinte ezt az épületet a turisták korlátozás nélkül látogathatták, ami annak rohamos romlásához vezetett (a turisták belekarcoltak az épületbe, sokszor kisebb kődarabokat vittek el belőle emlékül). Emiatt ma az Akropoliszt csak korlátozott számban és drága belépőjegyért látogathatják. Máshol is tapasztalhatók ilyen negatív jelenségek, például Egyiptomban a piramisok és ősi templomok környékén, Olaszországban Pompei maradványainál, a New York-i Szabadság-szobornál stb.

6. A fenntartható turizmus eszméje

A fenntartható fejlődés fogalma a széles körben ismert megfogalmazás szerint „a fejlődés olyan formája, amely a jelen igényeinek kielégítése mellett nem fosztja meg a jövő generációit saját szükségleteik kielégítésének lehetőségétől.”

Az elmúlt évtizedben több meghatározás született a fenntartható turizmus fogalmára vonatkozóan is, melyek közül az Idegenforgalmi Világszervezet definíciója egyike a legáltalánosabb és legismertebb értelmezéseknek: „A fenntartható turisztikai fejlesztés egyrészt kielégíti a jelenlegi turisták és fogadó területek szükségleteit, másrészt védelmezi és növeli a jövő lehetőségeit. Az elképzelések szerint lehetővé teszi az erőforrások olyan módon történő menedzselését, hogy miközben az emberiség kielégítheti gazdasági, társadalmi és esztétikai igényeit, ugyanakkor megőrizheti az alapvető ökológiai folyamatokat, a biológiai változatosságot és az életet fenntartó rendszereket, valamint a különböző népek és csoportok kulturális integritását is.” A turizmus területén tehát ez elsősorban a négy legfőbb érintett fél, azaz a turista, a helyi lakosság, a turisztikai szektor, valamint a környezet érdekeinek megfelelő érvényesítését jelenti a jelenben és a jövőben egyaránt.³

³ Bővebben lásd: *Advances in the study on sustainability indicators of tourism development*, WTO, <http://www.world-tourism.org> 2003.

Az Idegenforgalmi Világszervezet már a múlt század hetvenes éveiben figyelmeztetett a turizmusnak a környezetre gyakorolt lehetséges káros hatásaira és az oktatás-nevelés szükségességére. A fenntartható turizmussal kapcsolatos oktatás megerősítésének szüksége a kulturális színvonaltól is függ. Sok helyen az emberek hozzáállásának és viselkedésének megváltoztatása nagyon fontos annak érdekében, hogy képesek legyenek megérteni a fenntartható turizmus eszméjét.

A turizmus globális növekedése által okozott környezeti károk megelőzése és elhárítása érdekében hivatalosan 1979-ben tették meg az első lépést, amikor a WTO létrehozta Környezeti Bizottságát (*Environment Committee*). Három évvel később az ENSZ Környezeti Programjával együttműködve dolgozták ki a „Turizmus és a környezet közös deklarációját” (*Joint Declaration on Tourism and Environment*), amely a turizmussal összefüggő környezettudatos magatartás politikai szintre emelésének következő állomása volt. A Brundtland Bizottság jelentése (1988) és a riói Környezeti és Fejlesztési Világkonferencián elfogadott Agenda 21 program (1993) pedig meghatározta a fenntartható fejlődés fogalmát, és lefektette általános alapelveit (Puczkó et al. 2005).

Az Idegenforgalmi Világszervezet, az Utazási és Idegenforgalmi Világtanács (*World Travel and Tourism Council - WTTC*) és az *Earth Council* 1995-re készítette el az „Agenda 21 az utazásról és a turizmusról - a környezetvédelmileg fenntartható fejlesztés felé” című jelentést, amely az alapelveken túlmenően a gyakorlati feladatokra is kitér. Meghatározza a nemzeti kormányok, a kormányzati szervek, a szakmai szervezetek, a turisztikai vállalkozások, a turisták és a helyi lakosok feladatait a turizmus fenntartható fejlődésének érdekében, ezen belül kiemeli a kormányzati szervek és a szakmai szervezetek feladatait a fenntartható fejlődés menedzselése terén.

Táblázat 1: A fenntartható turizmus tényezői

	Komponens/célkitűzés	Indikátor	Kritikus érték
Népesség	A népesség prosperitásának megőrzése	A népesség dinamikája Munkanélküliségi ráta Egy főre eső jövedelem	A dolgozó népesség folyamatos és nagyarányú migrációja

Turiz- mus	A vendégek elégedett- ségének a megtartása	A minőség fenn- tartása és az öko- lógia monitoringja	A szálláshe- lyek, a túlszű- foltság, öko- lógiai körül- mények, esz- tétikum állan- dó kritizálása
Ökoló- gia	Környezettudatosság	A vendégek tu- datában vannak a környezeti prob- lémáknak	Ha a legeggy- szerűbb, költ- séggel nem járó intézke- dések sem teszik meg a szálláshelyek környezetba- rát kialakítása érdekében
Politika	Hatékony turizmus- és ökológia-orientált tör- vényhozás	Ökológia- orientált minő- ségi előírások létezése	A minőségi előírások és az ökológia- orientált tör- vényhozás mellőzése

Forrás: Hughes, G., Environmental indicators, Annals of Tourism Research, 29.2.2002, pp. 457-477.

Mivel a fenntartható turizmusfejlődésnek vonatkoznia kell a gazdasági, a környezetvédelmi és a társadalmi-kulturális erőforrások megőrzésére, így hosszú távú szemléletet igényel, és megvalósításához szükséges a megfelelő ellenőrzés, szabályozás és menedzsment is. A turizmus minden más gazdasági szektornál jobban függ a természeti és emberi környezet állagától, ezért nélkülözhetetlen a fenntartható fejlődés.

7. Az ökoturizmus és a természetközeli turizmus

A XX. század második felében kialakult tömegturizmus negatív hatásait csökkenteni kívánó új utazási típus, az alternatív turizmus első formája a „zöldturizmus” volt, amelynek középpontjában a természeti értékek álltak. Az ökoturizmus fogalmát először az 1970-es évek végén,

az 1980-as évek elején határozták meg, egységesen elfogadott definíciója azonban ma sem létezik. A turizmus ezen formája felelős a természetiért, célja a helyi közösségek életminőségének optimalizálása és javítása. A turizmus ezen formájának pontos meghatározásához meg kell különböztetnünk az ökoturizmust, a fenntartható turizmust és a fenntartható fejlődést. A fenntartható fejlődés lényege, hogy jelen igényeinket a rendelkezésünkre álló erőforrások olyan mértékű és minőségű felhasználásával elégítsük ki, hogy a következő generációk legalább ilyen szintű igényei is kielégíthetők legyenek. A fenntartható turizmus tehát olyan turizmusformát takar, ahol az attrakciókat, látnivalókat utódaink számára is elérhetővé tesszük. Az ökoturizmus ehhez nyújthat segítséget, hiszen fő elemei a természeti és a kulturális erőforrások, valamint az attrakciók védelme, megőrzése és bemutatása. Az Ecotourism Society pl. úgy határozza meg az ökoturizmust, mint a természeti térségekbe irányuló utazást, amely környezetünk kultúrájának és természet-történetének megértése céljából valósul meg és olyan gazdasági eredményekkel jár, amelyek a helyi lakosság számára kifizetődővé teszik a természeti erőforrások megőrzését (Ecotourism Society, 1991). Az Annals of Tourism Research egyik tanulmánya (Buckley, 1994) az utazás négy olyan típusát említi, amelyeket általában az ökoturizmus kategóriájába sorolnak, ezek:

- 1) a természeti vonzerőkre alapozott turizmus,
- 2) a természetvédelmet támogató turizmus,
- 3) a környezetbarát turizmus és
- 4) a fenntartható turizmus

Ezzel szemben a turisztikai szakma sok képviselője és számos kormány is az ökoturizmust inkább a természeti vonzerőkre alapozott turizmussal azonosítja és azt hangsúlyozzák, hogy a turizmus minden formája fenntartható kell hogy legyen.

Az ökoturizmus egyaránt jelent egy gyűjtőfogalmat és egy szemléletet. Mint gyűjtőfogalom a turizmus olyan különböző formáit jelenti, amelyek a természeti-biológiai erőforrások fenntartható használatán alapulnak az adott ökoszisztéma teherbírók képességén belül, mint pl. a nemzeti parkok látogatása, a madárles, a horgászás, a vadászat, a lovaglás, a kempingezés, a természetjárás, a nem motorizált vízi sportok, a kerékpározás, a síelés, az agroturizmus, a falusi turizmus, az alternatív turizmus stb. Az ökoturizmus egyúttal egy szemléletet is jelent, amely a turizmus valamennyi formájának fenntarthatóvá tételét célozza, hogy hozzájáruljon az ökoszisztéma megőrzéséhez vagy helyreállításához és

elkerülje negatív hatások gyakorlását a természeti és kulturális erőforrásokra.

A Turisztikai Világszervezet az ökoturizmus definícióját a következő jellemzőkkel foglalja össze:

1. A turizmus minden azon, természeti erőforrásokon alapuló formája, ahol a turisták fő motivációja a természet, illetve a természetközeli kultúrák megfigyelése és megóvása.
2. Oktatás és a jelenségek értelmezése is kapcsolódik hozzá.
3. Általában - de nem kizárólagosan - kis csoportok számára szervezett, helyi vállalkozásokra épül.
4. Minimalizálja a természeti és a társadalmi-kulturális környezetre irányuló negatív hatásokat.
5. Támogatja a természet védelmét a következők révén: gazdasági hasznot hajt a természeti környezetet megőrzésével foglalkozó fogadó közösségek, szervezetek és hatóságok számára; a helyi közösségek számára alternatív foglalkoztatási és bevételi lehetőségeket teremt; a természeti és kulturális értékek megőrzésének szükségességét tudatosítja, mind a helyi lakosság, mind pedig a turisták körében.

Az ökoturizmus tervezésénél, fejlesztésénél előtérben áll a környezeti értékek tiszteletben tartása, a szegénység csökkentése, a béke és biztonság megteremtése, aminek alapját képezi a fejlett turizmus. Fontos továbbá, hogy a gazdasági fejlődés, a fenntartható fejlődés, az emberi jogok támogatása, illetve a természeti és kulturális erőforrások védelme szervesen kapcsolódjon a folyamathoz.

Ugyanakkor az ökoturizmus folyamatos szabályozást igényel, az ökoturisztikai utazások iránt az érdeklődés folyamatos növekedést mutat. A fogyasztás jelentős mértékben növekszik, a biodiverzitás veszélybe kerülhet, emelkedik a vízfogyasztás és a hulladék mennyisége. A helyi közösségek részvétele sok helyütt hiányzik. További negatívumként jelentkezik, hogy az ökoturizmus sok helyen nem kap megfelelő figyelmet, szerepét és jelentőségét gyakran alábecsülik. Ennek oka, hogy rövidtávon jelenleg gyakran nem hoz nagy profitot, a benne rejlő potenciál azonban jelentős. A jövő kihívásai közé tartozik a technológia transzfer, a közösség alapú ökoturizmus, valamint a beruházások koordinálása és promóciója. Európában kiemelt fontosságúak továbbá az ökoturisztikai termékek standardjai. Az ökoturizmus jövőbeni fejlesztésénél figyelmet kell szentelni továbbá a földterületek tulajdonviszonyaira, emellett a fogadóközösségek bevonása is szükséges a fejlesztési folyamatokba.

Kiemelten kell kezelni a fokozottan védett területeket és a kulturális hagyományokat.

A 2002-es évet az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) az Ökoturizmus és a Hegyvidékek Nemzetközi Évének nyilvánította. Ehhez kapcsolódóan több nemzetközi szervezet, például a Turisztikai Világszervezet (WTO) és az Egyesült Nemzetek Környezetvédelmi Programja (United Nations Environment Programme - UNEP) konferenciákat, találkozókat rendezett világszerte. A Turisztikai Világszervezet ökoturizmus koncepciójához eddig 35 ország csatlakozott. A szervezet programjában a konferenciák mellett piackutatások, esettanulmány kötet összeállítása és workshop-ok szervezése is szerepel. A Turisztikai Világszervezet jelenleg több európai országban is folytat kutatásokat az ökoturizmus potenciáljáról, keresleti és kínálati oldaláról (Ausztria, Franciaország, Németország, Spanyolország, Olaszország, Nagy-Britannia stb). Fontos az ökoturizmus iránt érdeklődő turistákat is jellemezni. A legtöbb szakértő szerint az ökoturista jellemzően fiatal, magasan képzett és magas jövedelemmel rendelkezik, és nem a hagyományos turisztikai desztinációkat keresi.

8. Vajdaság turizmusa

A Világgazdasági Fórum (World Economic Forum - WEF) utazási és turisztikai versenyképességről szóló legújabb globális jelentésében Szerbia a 141 ország között a 95. helyet foglalta el, regionális szinten pedig a 35-ik. A turisztikai versenyképességi index az országoknak a turizmus terén való sikerességét méri négy kategóriában: 1. az üzleti környezet, 2. az utazás és a turizmus feltételei, 3. az infrastruktúra, 4. a természeti és kulturális gazdagság. A régió országai közül Horvátország teljesített a legjobban, 33. lett a listán, majd Szlovénia következik (39.), azután Magyarország (41.), Bulgária (49.), Románia (66.). A 141 országot feltüntető listán idén Spanyolország vezet, második Franciaország, harmadik Németország, negyedik helyen az Amerikai Egyesült Államok végzett, majd Nagy-Britannia, Svájc, Ausztrália, Olaszország, Japán és Kanada következik. A fenti eredmény rámutat arra, hogy országunk habár kiemelkedő turisztikai vonzerőkkel rendelkezik, mégis jócskán lemarad a ranglistán, különösen elgondolkodtató tény, hogy a szomszédos államokhoz viszonyítva is jelentős a lemaradás. Országunk idegenforgalmi lehetőségeinek kiaknázása, és a hátrányok visszaszorítása érdekében jól átgondolt tervezésre van szükség, amely a fenntarthatóság köve-

telményeit helyezi a középpontba. A turisztikai tervezés célja a korábbiakkal ellentétben nem csak a turisták minél nagyobb tömegének a fogadó területre való irányítása, hanem az erőforrások megőrzése mellett a helyi lakosság jólétének növelése is.

Az idegenforgalom Vajdaság gazdaságpolitikájának egyik kitörési pontja, mely jelentősen hozzájárulhat a térség fejlődéséhez és a foglalkoztatás javulásához. Az ökoturizmus terén is nagy lehetőségek rejlenek a régióban. A tartomány idegenforgalmi kínálatának jelentős részét a terület természeti, antropogén és kulturális kincsei képezik, amelyek elegendő attraktivitást tartogatnak ahhoz, hogy térségünkbe turistákat csalogassanak. A rurális térségek, az érintetlen természet, a bácskai, bánáti és szerémségi falvak, tanyák mellett kétfélmillió hektárnyi vadászterület, 1700 kilométernyi horgászásra alkalmas vízpart, termálvizes források, védett területek, nemzeti parkok, természetvédelmi területek, rezervátumok, valamint vendéglátóipari létesítmények és több helyen fejlett infrastruktúra fogadja az ide látogatókat. Vajdaság egyes települései kiemelkednek a különböző idegenforgalmi rendezvények szervezésében is. Ezek nagyon kreatív és komplex programokkal tűzdelt kulturális, társadalomgazdasági, művészeti rendezvények, melyek hozzájárulnak Vajdaság idegenforgalmi vonzatának kialakításához. Kevés olyan hely van Európában, ahol a tájképi szépség és sokszínűség, valamint a kultúrtörténeti értékek ilyen gazdag tára egyszerre, és viszonylag érintetlen formában vannak jelen, mint Vajdaságban.

Kép 1. Fruška gora nemzeti park



Kép 2. és 3.: Öko-kemping a Fruška gorán



Kép 3. és 4. Az Obedi láp - Természetvédelmi terület



Kép 5. és 6. „Jegrička” természeti park



9. Marketing és menedzsment az ökoturizmus fejlesztésében

Vitathatatlan tény, hogy Vajdaság természeti adottságai kedveznek az ökoturizmus és a természetközeli turizmus fejlesztéséhez. Ugyanakkor figyelembe kell venni, hogy a természeti adottságok nem elegendők a siker felé vezető úton, ez mellett komoly hangsúlyt kell fektetni a megfelelő tervezésre, szervezésre, a terület menedzselésére, a megfelelő marketing tevékenységekre stb.

Az ökoturisztikai desztinációkat Vajdaságban megfelelő marketing tevékenységgel kell népszerűsíteni (ez elsősorban az idegenforgalmi szervezetek feladata), megcélozni a külföldi és a belföldi „zöld” turistákat, a hazai és a külföldi turista irodák kínálatba helyezése által. Az ökoturizmus sikerének egyik záloga tehát a céltudatos, minden szereplőre kiterjedő marketing gondolkodás elsajátítása, adaptálása és az ökoturizmus adottságaira és körülményeire tekintettel lévő megvalósítása. A turizmus hagyományosan egy gazdasági szféra, ahol a marketing a siker alapfeltételét jelenti, hiszen nyitott világunkban bárki bárhova utazhat, versenytársunk lehet a legtávolabbi földrész és minden ország vagy megfelelő adottságokkal rendelkező térség.

Világszerte már működnek sikeres, az utazásszervezők és a szállodai par területén kipróbált projektek, amelyek az ENSZ környezetbarát programjára vezethetők vissza. Több ismert nemzetközi turistairoda is a kínálatába helyezi az ökoturisztikai desztinációkat. Az egyik legfontosabb új trendet a turizmusban azoknak a turistáknak a növekvő száma jelenti, akik a természetbe irányuló utazások, az ismeretszerzést lehetővé tevő túrák és az aktív üdülések iránt érdeklődnek. Ennek megfelelően a turizmus marketingjében is egyre inkább eltávolodik a hangsúly a tengerparttól a belső vidékek, a nemzeti parkok, a természetvédelmi területek, a kulturális örökség színhelyei és a falusi térségek felé. Ez az új irányzat nem jelenti a hagyományos tengerparti üdülésről való lemondást. Inkább a piac felnőtté válását jelzi és azt az erősödő törekvést tükrözi, hogy az utazási élmény mindinkább természeti és kulturális értékekhez kötődjék. Az ökoturizmus desztinációinak (utazási célterületeinek) legfontosabb vonzerői a biodiverzitás és a kulturális örökség értékei. E vonzerőket azonban turisztikai terméké kell formálni ahhoz, hogy a turizmusban értékesíteni lehessen, szükség van tehát a megközelíthetőséget lehetővé tevő nemzetközi és helyi közlekedési lehetőségek-

re, szálláshelyekre, a természeti és kulturális értékeket szakavatottan bemutatni képes idegenvezetőkre vagy kísérekre, együttműködő helyi lakosságra, turisztikai szervezetekre és hatóságokra. A fogadóterületeknek ezen felül szüksége van olyan utazásszervezőkre (*tour operator*), amelyek a fenti elemeket összeszervezi (az otthonától távollévő turista különböző igényeinek teljes kielégítését lehetővé tevő utazási csomagot előállítja) és a marketing segítségével a turisták számára elérhetővé teszi és értékesíti.

A marketing kapcsán fontos megemlíteni a reklámot, a hirdetéseket, a promóciót is. Az ökoturizmussal kapcsolatos reklámok, hirdetések számára a speciális érdeklődésű közönségnek szóló folyóiratok vagy weboldalak jelentik a legfontosabb médiát. A magas hirdetési költségek miatt célszerű rövidnek lenni és arra bízni az olvasót, hogy telefonon vagy e-mailben érdeklődjön a részletek iránt. Ha a hirdetés betöltötte feladatát és ez sikerül, akkor a térség természeti és kulturális értékeit részletesen bemutató prospektusokat és az ökoturizmus koncepcióját ismertető kiadványokat postázhatjuk az érdeklődőknek. Az ökoturizmus szervezőinek fő reklám eszköze az éves katalógus, amely a konkrét túrákat tartalmazza fotókkal, leírásokkal, az utazási feltételekkel és az árakkal (manapság egyre népszerűbbek az on-line katalógusok). Helyes, ha a címoldalt figyelemfelkeltő színes fénykép díszíti, mert így még várótermek és kávéházak asztalára is kikerülhet, mert a hatékonyságát ez nagymértékben fokozza. Az egyes célállomásokat bemutató prospektusok a katalógusok fontos kiegészítői, amelyeket az értékesítést végző kisebb utazási irodák is sokszor igényelnek. Az internet marketing is egyre inkább teret nyer az ökoturizmus terén, mely teljesen új távlatokat nyit az utazásszervezők és a turisták számára egyaránt.

10. Következtetések

Vitathatatlan tény, hogy a turizmus mára a világgazdaság egyik legjelentősebb ágazata, mely jelentős mértékben járul hozzá országok, régiók gazdaságához. A turizmus dinamikus fejlődését érthető módon gazdasági célok motiválják. Félő azonban, hogy ez a világméretű fejlődés káros hatással lehet az emberi környezetre. A turizmus robbanásszerű növekedésének komoly hatásai lehetnek a környezetre és a helyi lakosságra nézve. Ide tartozik a hagyományos tájkép pusztulása, a közlekedésből és más forrásokból származó környezetszennyezés stb. Ezek a problémák különösen azokon a területeken jelentősek, ahol a turizmus

rövid idő alatt fejlődött rohamosan. A turizmusban érdekelteknek mindent meg kell tenniük azért, hogy az erőforrásokkal ésszerűen bánjanak, és azokat gazdasági, társadalmi és ökológiai eszközökkel is védjék. A fenntartható turizmus eszméje kapcsán a természet megőrzésének kell lennie a legfontosabb szempontnak, így már követelménnyé vált a turizmus tervezésében a turizmus és környezete közötti hosszú távú kölcsönhatások figyelembevétele. A fenntartható turizmusfejlődés alapvető feltétele a környezeti, társadalmi és gazdasági hatások menedzselése, a jól átgondolt tervezés, amely a részletes helyzetelemzésen alapul. A fenntartható turizmus elsősorban magába kell, hogy foglalja a kulturális, társadalmi és gazdasági örökség pozitív hatású hasznosítását mind a jelenben, mind a jövőben. A lehető legnagyobb mértékben törekednie kell a megújuló erőforrások használatára. Minimálisra kell csökkentenie az anyag- és energiafelhasználást, a hulladékokat és egyéb emissziókat. Olyan turizmus menedzsmentet támogat, amely törekszik a desztináció szempontjából létfontosságú erőforrások/attrakciók teljességének a fenntartására.

Manapság egyre többen választják a klasszikus, tömeges turizmus helyett a szelíd, zöld turizmust. Sokan szeretnének elmenekülni a túlszűfolt, zajos városokból, és helyettük vidéki környezetben, a természetben töltenék a szabadságukat. Ennek jegyében nagy lehetőség rejlik Vajdaságban az ökoturizmus, a gyógyturizmus, a kulturális örökség, a falusi turizmus, a vadászturizmus terén, illetve az ezek kombinációjára alapozott turisztikai termékek kínálatában. A természeti adottságok azonban nem elegendőek a siker felé vezető úton, ez mellett komoly hangsúlyt kell fektetni a megfelelő tervezésre, szervezésre, a terület menedzselésére, a megfelelő marketing tevékenységre is.

Felhasznált irodalom:

1. Advances in the study on sustainability indicators of tourism development, WTO, 2003.
2. Bakić, O., Marketing u turizmu, Fakultet za uslužni biznis, Sremska Kamenica, 2008.
3. Csizmadia, L., Falusi turizmus - környezetbarát turizmus oktatási összefüggései, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző, Budapest, 1992.
4. Csobán, K., A turizmus fenntarthatóságának értékelése, Debreceni Egyetem Agrártudományi Centrum, Agrártudományi Közlemények, 2005/16.
5. Fenntartható turizmus, A Sustainable European Regions Network, Représentation des Régions de la Hongrie, Bruxelles, 2004.

6. Guiding Principles for Sustainable Spatial Development of the European Continent, European Conference of Ministres responsible for Regional Planning (CEMAT), Hanover, 2000.
7. Hágai Nyilatkozat, Idegenforgalmi Közlemények, WTO, 1989. 4. szám,
8. <http://www.vojvodinaonline.com> - Vajdaság Idegenforgalmi Szervezete
9. Hughes, G., Environmental indicators, Annals of Tourism Research, 29.2.2002. pp. 457-477.
10. Krizsán, K. (2009), A turizmus és a vendéglátás alapjai, Árgus, Újvidék
11. Lengyel, M. (1992), A turizmus általános elmélete, Budapest
12. Marketing strategija turizma Vojvodine, Univerzitet Educons, Sremska Kamenica, 2009.
13. Miller, G., The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism research, Tourism Management, 22.4.2001. pp. 351-362.
14. Muhi B.: A turizmus és a környezet kölcsönhatásai, Tanácskozás a Magyar Tudomány Napja alkalmából, Vajdasági Magyar Tudományos Társaság, 2011 november 12., Újvidék, pp. 519-533
15. Muhi B.: A globális éghajlatváltozás hatásai a fenntartható turizmusra, Tanácskozás a Magyar Tudomány Napja alkalmából, Vajdasági Magyar Tudományos Társaság, 2009 november 7., Újvidék, pp. 421-443
16. Muhi, B., Marketinški aspekti razvoja ekološkog turizma u Vojvodini, Peta regionalna konferencija - Životna sredina ka Evropi - EnE09 - Klimatske promene i održivi turizam, Privredna komora Srbije, Beograd, 2009
17. Održivi i odgovorni razvoj turizma u XXI veku, Agenda 21 za turističku privredu - Opšti etički kodeks u turizmu, Turistička organizacija Srbije, Beograd, 2000.
18. Puczkó, L., Rátz, T. (2005), A turizmus hatásai, 4. javított kiadás, Aula, Budapest
19. Tasnádi, J. (1997), A turizmus szerepe a természet és a kulturális örökség megőrzésében, Turizmus Bulletin, 1997. I (1)
20. Tasnádi, J. (2002), A turizmus rendszere, Aula Kiadó, 2. bővített kiadás, Budapest
21. Tourism 2020 - Vision, Global Forecasts and Profiles of Market Segments, WTO, Madrid, 2001.
22. Towards Quality Rural Tourism: Integrated quality management (IQM) of rural destinations, Luxembourg, European Commission, 2000.
23. WTO, Advances in the study on sustainability indicators of tourism development, http://www.world-tourism.org/frameset/frame_sustainable.html, 2003.