

Donka Attila – Sztrunga Erzsébet

Turizmus alapismeretek



HELLER FARKAS

GAZDASÁGI ÉS TURISZTIKAI SZOLGÁLTATÁSOK FŐISKOLÁJA



**Kereskedelmi és Idegenturizmus
TÖVÁBBÉKÉPZŐ**

TARTALOMJEGYZÉK

Írta:

Donka Attila - Szirunga Erzsébet

Lektor:

Kubesch Mária
Kővári István

Pedagógiai szakértő:

Vargáné dr. Szalkai Zsuzsa
főiskolai tanár

Szerkesztette:

Donka Attila

A kiadvány a Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft.

és a

Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája
közös fejlesztésében készült.

© Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. Budapest, 2008

ISBN 978 963 637 286 6

Kiadja a Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft.

Feljelős kiadó: Dr. Asbóth Árpád

Készült a KIT Nyomdában

KIT Nyomdázó 08 025/336

Bevezető 7

1. A turizmus története és alapfogalmai 9

1.1. A turizmus rövid története 9

1.2. A turizmus fogalma 12

1.3. A turizmus gazdasági jelentősége 13

1.4. A turizmus alanyai 16

1.5. A turizmus formái 17

1.5.1. A szervezetség szerinti csoportosítás 17

1.5.2. Az utazás alapvető célja (a motiváció) szerinti csoportosítás 19

1.5.3. A turisták száma és a fogadóterületre gyakorolt hatásuk szerinti csoportosítás 23

1.5.4. A vendég úticélja szerinti csoportosítás 26

Kérdések, feladatok 28

2. A turizmus rendszere 29

2.1. A turizmus környezete 31

2.1.1. Természeti környezet 31

2.1.2. Társadalmi-gazdasági környezet 32

2.1.3. A turizmus hatásai a környezeti tényezőkre 33

2.2. A fenntartható turizmus fejlesztési modellje 35

Kérdések, feladatok 36

2.3. A turisztikai kereslet 37

2.3.1. Motiváció 39

2.3.2. Szabadidő 41

2.3.3. Jövedelem 44

Kérdések, feladatok 44

2.4. A turisztikai kínálat 45

2.4.1. A turisztikai termék összevői 45

2.4.2. Adottságok és vonzerők 47

2.4.3. Infrastruktúra 54

2.4.4. Szállítás 60

2.4.5. Étkezés – vendéglátás 65

2.4.6. Tájékoztató 68

2.4.7. Egyéb szolgáltatások 69

2.4.8. Higiénia és biztonság 69

2.4.9. Vendégszeretet 70

2.4.10. Árak.....	71
2.4.11. Szervezetek.....	73
Kérdések, feladatok.....	73
2.5. Utazásközvetítő szektor.....	75
Kérdések, feladatok.....	80
3. Turisztikai marketing.....	83
3.1. A marketing folyamata.....	83
3.2. Turizmus és internet.....	85
Kérdések, feladatok.....	88
4. A turizmus mérése.....	89
4.1. Tendenciák a világ turizmusában.....	94
4.2. A világ turizmusa a statisztikai adatok tükrében.....	95
4.3. A hazai turizmus területi felosztása.....	100
4.4. A hazai turizmus adatai.....	103
Kérdések, feladatok.....	108
5. A turisztikai szervezetek részletes bemutatása.....	109
5.1. Nemzetközi szervezetek.....	109
5.2. Hazai szervezetek.....	110
5.2.1. A turizmus irányításában résztvevő szervezetek.....	110
5.2.2. Szakmai szervezetek.....	115
Kérdések, feladatok.....	116
Névmutató.....	117
A turizmus legfontosabb jogszabályai.....	119
A legismertebb szakmai internetes honlapok.....	120
Felhasznált és ajánlott irodalom.....	122

Bevvező

A turizmussal kapcsolatban sok tévhit él az átlagember fejében. Sokan a turizmus, turista szavak hallatán a hegyi túrázásra, kirándulásra gondolnak, míg mások a turizmus alatt kizárólag a szállodákat és az utazási irodákat értik. A turizmus ezzel szemben egy olyan komplex jelenség, melynek számos szereplője van, és más ágazatokkal szoros összefüggésben működik. A turizmusból dolgozók a legkülönbözőbb területekkel foglalkoznak. A vendéggel vagy közvetlen kapcsolatban állnak, vagy csak közvetetten találkoznak vele. Természetes, hogy a közvetlen kapcsolat komoly követelményeket támaszt a szakemberrel szemben, hiszen a turizmus egy olyan magas szintű, színvonalas szolgáltatást jelent, ahol igen nagy szerepe van a személyes kapcsolatoknak, a ráhatásnak, a benyomásoknak. A vendéggel közvetlenül foglalkozó dolgozó felelőssége ezért igen nagy. Tisztaabban kell lennie a vendég igényeivel, képesnek kell lennie arra, hogy segítsen azokat kielégíteni. A háttér munkát a vendéggel közvetlen kapcsolatban nem álló turisztikai szakemberek végzik, ami valójában legalább annyira fontos, mint a vendégkapcsolatok. Ez azt jelenti, hogy még a vendég érkezése előtt meg kell teremteni a vendégfogadás feltételeit, létre kell hozni és működtetni kell a szolgáltatásokat, a földrajzi adottságokból vonzerőt kell formálni, és a termékeket be kell vonni a marketingbe, azért, hogy végül el is tudjuk adni azokat.

A turizmus működésére vonatkozóan számos szabályozás létezik. Az európai uniós csatlakozást követően a korábbiaknál még szigorúbb szabályok léptek életbe, részben a vendég, a fogyasztó védelme érdekében. Ezek a szabályok további szigorú elvárásokat támasztanak vállalkozásokkal és a turizmusból dolgozókkal szemben.

E könyv célja, hogy segítsen eligazodni a turizmus rendszerében, tanulmányozója felismerje és értékelni tudja a turizmus hatásait, továbbá a megszerzett ismeretek képessé tegyék a termékfejlesztésben való részvételre és a vendégközpontú szemléletmód képviselésére.

A turisztikai szakma nemzetközi nyelve egyre inkább az angol, ezért számos szak kifejezés ismerete és használata elengedhetetlen a szakmában. Ezeket a szak kifejezéseket a könyvben kiemelve, magyarázattal együtt találhatja meg az olvasó.

1. A turizmus története és alapfogalmai

A turizmus igen bonyolult rendszer, sok szereplője és sok összetevője van. Ez a rendszer hosszú fejlődési folyamat eredményeként alakult ki. Ahhoz, hogy megértsük a hazai és a nemzetközi turizmusban napjainkban végbemenő folyamatokat, először röviden át kell tekinteni a turizmus fejlődéstörténetét, egészen addig, hogy milyen szerepet tölt be az ágazat a XX. és a XXI. század fordulóján a világ gazdaságában. Ezt követően meghatározásra kerül, mit is tekinthetünk tulajdonképpen turizmusnak, illetve az, hogy a turizmus különböző megjelenési formái hogyan csoportosíthatóak.

1.1. A turizmus rövid története

Modern értelemben vett turizmusról a XX. század második felétől beszélhetünk. Ebben az időben vált világjelenséggé az emberek tömeges, élményszerzési céllal történő utazása. A tömegturizmus maga után vonta a turizmus rendszerének kialakulását, a kereslet és a kínálat kapcsolatszerét, a közvetítő csatornák létrejöttét stb. Ezzel együtt szükségképpen a turizmus tudományként is elfogadottá vált. A tudományos megapprozottság első feltétele pedig a pontos definíció megalkotása volt. A korábbi időszakban, az emberiség története során végbement utazások az adott (gazdasági, technikai) feltételek között, megfeleltek a turizmus tartalmának.

Természetesen az utazásoknak voltak – és ma is vannak – más formái, amelyek nem sorolhatóak a turisztikai célú utazásokhoz. Ilyenek például a letelepedési, munkavállalási célok, a nomád vándorlások, a hadseregek mozgásai.

A turizmusnak – még ha korábban nem is volt tömeges, csak szórványos jelenség – két-háromezer éves előtörténete van. Az emberek mozgása, az egyéni és csoportos utazások fejlődése minden korban szoros kapcsolatban állt egyrészt a társadalmi-gazdasági fejlődéssel (hiszen például a turizmus nem fejlődhetett volna tovább a jövedelmével szabadon rendelkező szabad polgár létrejötte nélkül). A gazdasági fejlődésen belül is szoros összefüggés fedezhető fel a technikai vívmányok fejlődésével, különösen az új típusú közlekedési eszközökkel. A közlekedési eszközök, és általában a kommunikáció fejlődése egyre nagyobb távolságok leküzdésétette lehetővé, egyre rövidebb idő alatt.

Ókor

Az ókor fejlett civilizációiban elsősorban a vallási indíttatású, valamint a politikai és üzleti célú utazások domináltak. A nagy birodalmak irányítása, igazgatása megkövetelte a

Turizmus alapismeretek

hivatalnokok gyakori utazásait, helyváltóztatását, mialatt e birodalmnak élénk kereskedelmet is folytatnak a környező népekkel. Gyakoriak voltak a gyógyvizekhez történő zarándoklatok is. Az i.e. 776-tól megrendezett olimpiai játékokra történő utazások egy része már szervezett keretek között ment végbe. A Római Birodalomban az utazásokat segítette a szervezett államhatalom megléte és a fejlett úthálózat. A birodalom felbomlását követően a turizmus Európában mintegy 6-700 évre visszaset.

Középkor

A középkor társadalmára alapvetően az volt jellemző, hogy a szabadidő szétvált. A földesúri réteg teljes egészében szabadon rendelkezett szabadidejével, míg a jobbágyság kizárólag egyes vallási ünnepnapokon. Az emberek többségének helyhez kötöttsége miatt csak a zarándoklatok, a szent helyek látogatása mozgatót meg tömegeket. Ezen kívül csak a földesurak, illetve továbbra is a papok és kereskedők jutottak el távoli tájakra. A középkor vége felé a céhlegények vándorlása és a korabeli egyetemek látogatása egyre elterjedtebb jelenségé vált. Mindezek az utazások azonban a meglévő szolgáltatásokat, az útszéli fogadókat, a postakocsikat használták, a kis forgalom miatt nem alakultak ki kifejezetten az utazókat szolgáló létesítmények.

Újkor

Az újkor a nagy földrajzi felfedezésekkel nem hozott lényeges változást az utazások szempontjából. A felfedezések – bár hozzájárultak a világ megismeréséhez – hosszú ideig alapvetően hódító-gyarmatosító jellegű és célú utazások voltak. A távoli ismeretlen tájak sokáig nem nyújtották azt a biztonságot, amely a pihenési célú utazások számára megfelelőek lettek volna. A polgárosodás és a szárazföldi közlekedési eszközök fejlődése azonban alapjául szolgált a turizmus korabeli formájának kialakulásához. Ez először Angliában terjedt el. Az arisztokrácia mellé ekkor zárkózott fel az erősödő polgárság. A közlekedési eszközök közül először a korábbi szekereknél rugalmasabb, ezáltal kényelmesebb lovas kocsik (postakocsiként), majd a vasút járszot vezető szecpet az utazások lebonyolításában, utóbbi már alkalmas volt nagyobb tömegek gyors szállítására.

A gőzgép felalalásával, majd közlekedési alkalmazásával az utazások nem csak tömegesebbek lettek, hanem gyorsabbak és kiszámíthatóbbak is: már nem csak a természeti tényezők függvénye volt az utazási idő.

Az utazási célpontok a közeli tengerpartok, illetve a gyógyfürdők voltak. A nemesi családok fiatal tagjai számára pedig szinte kötelezővé váltak a korábban, még a középkor vége felé

A turizmus története és alapfogalmai

kialakult ún. **Grand Tour**-ok, azaz az európai kontinens kulturális központjainak, nagyvárosainak sorra látogatása, egy több évig tartó körutazás formájában.

Szintén erre az időszakra tehető, hogy kontinentális méretekben is ismertek és elismertek lettek a napjainkban is leglátogatottabb európai városok (Párizs, Velence, Firenze, Róma stb.). Ezeken a településeken már ekkor kiépült a turisztikai infrastruktúra.

Az ipari forradalom idején igen gyorsan népszerűek lettek a vonatkirándulások, melyek eleinte csak egy naposak voltak, de fokozatosan hosszabb időtartamú utazások is kialakultak.

A mai turizmus elődje, a szervezett utazások első megjelenése **Thomas Cook** nevéhez fűződik. 1841-ben saját munkahelyén egy csoportnak egynapos kirándulást szervezett. Az újszerű az volt a dologban, hogy ő maga vásárolta meg előre a vonatjegyeket, a nagy mennyiség miatt kedvezményes áron. Az utazás során saját maga volt a kísérő, aki gondoskodott a vendégek tájékoztatásáról is. Az utazás megszervezésében az volt az új, hogy saját kockázatára, előre (és olcsóbban) vásárolta meg a szolgáltatás egyes elemeit, amelyeket aztán a turistáknak teljes csomagként adott el, megteremtve ezzel a saját hasznát, és a turisták kényelmét is, hiszen nekik nem kellett egyedül utána járniuk az egyes szolgáltatásoknak. Ezt tekintik a csomagutak (utazási csomagok) elődjének.

Az ipari forradalmat követően az újabb találmányok hatással voltak az utazásokra is. A robanómotor és az elektronika megteremtette a feltételeit a személygépkocsin, majd a repülőgépen történő utazásoknak. A két világháború megőrtte a turizmus fejlődését, de azt követően dinamikus növekedésnek indult az egyre önállóbbá váló ágazat.

További töréspontokat a későbbiekben is a háborús területeken lehetett tapasztalni, illetve globális jelenség volt az 1970-es években a közlekedési közlekedésben az energiárak drasztikus növekedése, amely a turizmus alapjául szolgáló közlekedési költségeket is megemelte, és ez időlegesen visszavetette az utazási kedvet.

Az utóbbi évtizedek folyamata, hogy a turizmus újabb és újabb célterületeket fedez fel, melyek bekapcsolódnak a nemzetközi turizmus célterületei közé. Délkelet-Ázsia, a karibi térség, Óceánia szigetvilága, illetve a rendszerváltozást követően Kelet-Európa országai kerültek a figyelem középpontjába, ami együtt járt e területek vendégforgalmának igen gyors növekedésével. Mindez megköveteli a turisztikai infrastruktúra gyors fejlesztését, valamint a szakember-képzést is.

A modern turizmus hazai története

Magyarországon szintén a XX. század második felére tehető a tömegturizmus kialakulása, de a világ tendenciái – a politikai rendszer sajátosságaiól adódóan – nálunk késve érvénye-

sültek. Turizmusunk jelenlegi állapota is a rendszerváltozás előtti helyzetre vezethető vissza (lőkehiány, középserű kínálat stb.).

A turizmus lényegessé válására a belföldi turizmus túlsúlya volt jellemző, a támogatott szociáliturizmus révén. Az 1960-as évek elejétől, az ország elszigeteltségének oldódásával a szociális országok között megindultak a szervezett utazások, majd a költségek enyhülésével az egyéni utazások is.

A turisztikai kínálat fejlesztése sokáig csak a szállodaeptlésekre terjedt ki. A 60-as évek végétől a gazdasági nyitás meghozta eredményét a turizmusban is. Kialakult a fizetővéndég-hálózat, a monopól-helyzeiben lévő IBUSZ mellett létrejöttek új utazásszervező vállalatok is, kialakult a turizmus állami intézményrendszere. A 80-as évek elejét már komoly fejlesztési program indult, amely a szállodaparon kívül a teljes területre tűzött ki fejlesztési célokat, a megvalósítás során pedig a korábbi külügyi (többnyire osztrák) beruházók mellett sor került hazai beruházók bevonására is. A vonzerők tekintetében a rendszerváltozással azonban eltűntek az ország olyan egyedi jellemzői, melyek korábban sok nyugat-európai turistát vonzottak („legvidámabb barakk”, „gulyás-szocializmus”, német-német találkozóhely).

A rendszerváltás óta bizonyos területeken jelentős pozitív változások következtek be (például egészség-turizmus, konferencia-turizmus stb.). Az új helyzet, a határok megnyitása és a vállalkozási szabadság néven nagy lehetőséget jelentett a turizmus számára is, azonban ezek csak a turizmusfejlesztés lehetőségének egyik részét jelentik. Emellett meg kellett teremteni a szakmai hátteret, az intézményrendszert, és nem utolsósorban – különös tekintettel a világban és az Unióban is tapasztalható hatalmas versenyre a turizmusban – a tudatos fejlesztések feltételezserét, a desztináció-központú szemléletet.

1.2. A turizmus fogalma

A turizmus fogalmára számos definíció létezik. Mivel igen összetett jelenségről van szó, nem egyszerű a precíz meghatározás. Mindegyikben közös azonban, hogy a turizmus lényege az állandó környezetből való kiszakadás, az idegiens helyváltoztatás.

Maga a szó az angol nyelv közvetítésével a francia nyelvből terjed el szerte a világon ('*utazás*', '*könyvet*' jelentéssel). Hazánkban gyakran használt kifejezés az *idegenforgalom*. A két szó teljes mértékben azonos jelentéstartalmú, azonban a német nyelvterületről elterjedt utóbbi kifejezés nem szerencsés, mivel az *idegen* szó a turizmus szemléletével, a vendégfogadás és vendéglátás lényegével ellentétes.

A napjainkban legelfogadottabb definíció nem csak az utazás folyamaát, hanem a köré szerveződött szolgáltatásokat is a turizmus részének tekinti. A Turisztikai Világszervezet

(WTO, napjainkban használt rövidítéssel UNWTO) 1989-ben elfogadott Hágai Nyilatkozata a következőket tartalmazza:

„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabadidejű helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.”

Ez a megfigyelés több pontossági is tartalmaz a korábbiakhoz képest, ami azért is lényeges, mert a turizmus fejlesztése és mérése során, a statisztikai adatok gyűjtése és feldolgozása alkalomával eszerint a tartalom szerint kell eljárni.

Miközben a turizmus önmagán belüli differenciálódik – egyre több formája, fajtája alakul ki, – ekközben közelít más tevékenységekhez is. Mindenekelőtt a lakásönkormányzatok rekreációs tevékenységéhez. Ezért felmerült, hogy aki saját települése határára belüli vész igénybe ilven szolgáltatást, az turistának tekinthető-e. A ágazak értelmezés szcienti tevékenységek mérése azonban komoly nehézségekbe ütközik, hiszen a helyi lakos nem vész igénybe szálláshely-szolgáltatást, enélkül pedig nem lehet őt regisztrálni turistaként.

A turizmus kibővített meghatározása a következő: „**Turizmus** alatt egyrészt az ember általandó életvitelén és munkarendjén kívüli valamennyi helyváltoztatást és tevékenységet értjük, bármint legyen azok konkrét indúlká, időtartama és céljaita. A turizmus másrészt az ezzel kapcsolatos igények kielégítésére létrehozott anyagi-technikai és szervezeti feltételek, valamint szolgáltatások együttese”.

(LENGYEL M. 1986)

1.3. A turizmus gazdasági jelentősége

Az emberiség történetében a társadalmi-gazdasági fejlődés során megfigyelhető a gazdasági szektorok (mezőgazdaság, ipar, szolgáltatások) szerepének folyamatos átalakulása. Ez az átalakulás szoros összefüggésben van az egyes korszakok, illetve egyes területek gazdasági fejlettségének szintjével. Az ipari forradalmat megelőzően, illetve számos fejlődő országban még napjainkban is, a mezőgazdaság (vagy a gazdaság vezető ágazata, mind a megtermelt javakat, mind pedig a foglalkoztatottak arányát tekintve (primer /első/ szektor). Az iparosodás kezdetével a mezőgazdaság szerepe lassan csökkenni kezdett, és az ipar, mint szekunder (második) szektor vette át a vezető szerepet. A XX. század második felében azután fokozatosan kezdett az ipari tevékenység is háttérbe szorulni, és a tertiér (harmadik) szektor vette át a vezető szerepet. Míg a két korábbi szektor alapvetően termelő tevékenységgel

foglalkozik, addig a terefor, azaz a szolgáltató szektorban már nem ez a jellemző, hanem a megemelt javak elosztása (kereskedelem), a pénzügyi mozgások, befektetések koordinálása (bankrendszer), az emberek kiszolgálása (vendéglátás, szórakoztatás, utaztatás), és mindezeknek a tevékenységeknek a megismerése a fogyasztókkal (marketing).

Az utóbbi években egyre erőteljesebben körvonalazódik egy negyedik szektor, melynek részei igen gyors fejlődésen mennek keresztül (információ-áramlás, oktatás, szellemi termékek /know-how /*nó-how*/ stb.).

Ez természetesen nem azt jelenti, hogy a mezőgazdasági és az ipari tevékenység csökkent volna (sem értékben, sem volumenben, azaz a megtermelt, illetve előállított termékek mennyiségét illetően), hiszen az emberiség számára mindkettő a megélhetést, a túlélést biztosítja, és egyben a szolgáltató szektor működésének is alapfeltételeit jelentik, de arányuk az egyes gazdaságok jövedelentermelésében és a foglalkoztatottak számát tekintve visszaesett.

A turizmus a **szolgáltatató szektor** része. Ebből következik, hogy a turizmus részét képező tevékenységek többsége nem jár közvetlenül anyagi jellelű termelői tevékenységgel, de szoros összefüggésben működik a gazdaság különböző ágazataival. A keresletre hatással van az egyes térségek átlagos gazdasági fejlettsége, a közlekedési eszközök és a közlekedési hálózat rendelkezésre állása, a vendéglátás tekintetében az élelmiszerek feldolgozása és a fogyasztóihoz (esetünkben a turistához) történő eljuttatása, a kommunikációs eszközök fejlettsége, a turizmusban dolgozók szakmai felkészültsége stb.

A turizmus a világ egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata. A világháborút követően, a békés gazdasági fejlődés következtében a világ fejlett államaiban megjelentek a modern turizmus feltételei: erősödött a lakosság motivációja az utazásra, a pihenésre, széles körben elterjedt a fizetett szabadság és a szabad rendelkezésű (diszkrecionális) jövedelem (erről bővebben a Kereslet című fejezetben olvashatunk), és az egyik legalapvetőbb társadalmi-politikai feladat, a biztonság. A turizmust a „*béke iparágát*”-nak is nevezzük. A XXI. század új kihívásokat jelent ebből a szempontból. A turizmus fejlődési dinamizmusát, egyes térségek keresettségét nagy mértékben befolyásolják a háborús feszültségek, az erőszakos, terrorista akciók, a fenyegetettség légköre.

Miközben a turizmus alapfeltétele a békés helyzet, a biztonság és biztonságérzet, önmaga is békés jellegű, célja más népek kultúrájának megismerése és megértése, elfogadása. Vagyis a turizmusnak komoly **interkulturális funkciója** van a mai világban.

Miközben a kereslet, azaz a potenciális turista szemszögéből a turizmus alapfeltétele a motiváció, a szabadidő és a jövedelem, a kínálat oldaláról is meg lehet fogalmazni feltéte-

leket. Ezek többek között: az infrastruktúrális feltételek (a szálláshely-szolgáltatások és a vendéglátás megléte, a közlekedési feltételek, a turizmus szervezeti rendszere /például marketing szervezetek/), valamint a lakosság fogadókészsége.

A XX. század második felében a kereslet gyorsan kezdett növekedni. Az emberek utazni szerettek volna, és ehhez már a feltételek is megjelentek. A gazdasági szereplők új piacot láttak az utazni vágyó tömegekben, így igen hamar kialakultak a vendégfogadás feltételei, a turizmus önálló ágazattá nőtte ki magát, és egyre gyorsuló ütemben növekedett.

Tekintsünk át néhány jellemző adatot, melyek a turizmus robbanásszerű fejlődését mutatják be. A nemzetközi turistatérkések száma a világon 1950-ben, a modern turizmus kialakulásának kezdetén még csak 25 millió volt, 2000-re ez a szám elérte, a következő években pedig meg is haladta a 700 milliót (2006-ban a nemzetközi turistatérkések száma már 842 millió volt). A turistatérkések növekedése – minden, a turizmust (is) fenyegető veszély ellenére – nagyobb ütemben növekszik, mint ahogy az a Turisztikai Világszervezet (UNWTO) előrejelzéseiben szerepel. A bevételek 2 milliárd dollárról 476 milliárd dollárra növekedtek (ezzel a világban megtermelt jövedelmeknek több mint 10 %-át adja a turizmus). A turizmus több mint 200 millió embernek ad munkalehetőséget a világban, a fejlett országokban a turizmusban foglalkoztatottak aránya 10 % feletti van.

A turizmus előnyei

A turizmus a világ gazdaságban (és ezáltal egyre több ország gazdaságában is) jelentős szerepet játszik, komoly jövedelentermelő-képességgel rendelkezik.

Magyarországra 2006-ban közel 41 millió látogató érkezett. Ez igen magas szám, de az érkezők jelentős része nem turista. Az ellátott vendégéjszakák száma már pontosabban, összehasonlítható képet nyújt a hazai turizmusról (19 millió vendég-éjszaka). A vendégéjszakák 51,7 %-a külföldi turisták által realizálódott. Az átlagos tartózkodási idő sem magas hazánkban (a külföldi vendégek esetében 3 nap, a hazai vendégek esetén 2,5 nap), ezért is van az, hogy a hazai turisztikai fejlesztések részben a tartózkodási idő növelésére irányulnak.

Magyarországon a turizmushoz kapcsolódó ágazatok által megtermelt jövedelem, és a multiplikátor (továbbgyűrűző, azaz más gazdasági ágazatokra is gyakorol) hatást figyelembe véve a turizmus által előidézett további bevételek nemzeti gazdasági szinten elérik a 10 %-ot. A közvetlenül a turizmusban foglalkoztatottak száma megközelítette a 400 ezer főt (az összes foglalkoztatott 9 %-a). Ha a turizmushoz közvetlenül kapcsolódó foglalkozásokat nézzük, akkor hazánkban közel 500 ezer ember köszönheti a turizmusnak munkahelyét, ez a foglalkoztatottak 12-13 %-a.

Vannak nem számszerűsíthető előnyei is a turizmusnak. A különböző társadalmak, a világ különböző helyein élők megismerik egymás kultúráját, életformáját, így a turizmus elősegíti a gazdasági-társadalmi közeli kapcsolatot, a különböző életformák megértését és elfogadását (hiszeleiben tartását). Amennyiben a turizmus fenntartható módon működik, elősegíti a természeti és a kulturális értékek megőrzését is, mivel ebben önmaga is érdekelt.

1.4. A turizmus alanyai

A turizmus mérése és elemzése megköveteli, hogy pontosan meghatározásra kerüljön a turizmusban résztvevők köre. Statisztikai megközelítésből a vendégeket a **tartózkodási idő** alapján csoportosíthatjuk. Minden olyan személyt, aki állandó lakóhelyén kívülre látogat, bármilyen, nem állandó munkavégzési célból, **látogató**nak nevezzük. A látogatókat az alábbi két fő csoportra lehet osztani.

Turista: az a látogató, aki legalább 24 órát tölt a meglátogatott célterületen (ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy aki legalább egy éjszakára szálláshely-szolgáltatást vesz igénybe).

Kiránduló: az az időszakos látogató, aki kevesebb, mint 24 órát tölt el az adott területen.

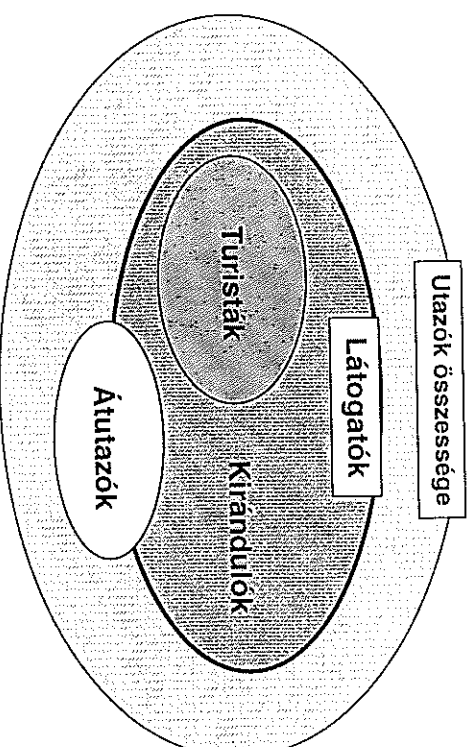
Látható, hogy az igénybe vett szálláshelyen történő regisztrálás alapján a turisták számszerű mérése megoldott. A kirándulókat gyakorlatilag nem lehet megbízhatóan regisztrálni, hiszen a kevesebb, mint 24 óra alatt ugyan több szolgáltatást is igénybe vehetnek, de ezek tévén a regisztrálásuk nem megoldott, illetve nincs olyan szolgáltatás, ahol biztosan csak egyszer kerülnek regisztrálásra.

Amikor a főváros lakói hétvégi kirándulást tesznek Visegrádra, többnyire csak egy napra érkeznek, nem vesznek igénybe szálláshelyet, így ez alapján nem lehet számszerűsíteni az érkező vendégeket. Ha csak a fellelhető vállalatok belépőit, akkor is van rájuk tudomás a turisztikai rendszernek, azonban ha csupán sétálnak egyet a Duna-parton, vagy túráznak a környéken, és csak étkezni térnek be egy-egy étterembe, akkor nem jelennek meg a turisztikai statisztikában. A turizmus – mint jelenség – összetettségét és a pontos számbavétel nehézségét mutatja, hogy sokan vannak, akik több napra érkeznek a Dunakanyarba, vagyis turisták, de nem vesznek igénybe kereskedelmi szálláshelyet, mert saját hétvégi házukban alszanak. Egyéb szolgáltatásokat (például étterem, fürdő, múzeum, bolt) azonban igénybe vesznek. Egy-egy területi vendégforgalmának mérése így komplex statisztikai és marketing-kutatási feladat. A számbavételnél közvetett módszerekre is szükség van, hogy tudjuk, hány vendég fordult meg nálunk adott idő alatt.

Az utazók egy különleges csoportját alkotják az **átutazók**. Amennyiben az átutazók repülőgéppel érkeznek, szinte alig jelentenek bevételeket az adott terület számára, hiszen az utazók el sem hagyják a tranzitutasok számára kijelölt területet, jogilag nem lépnek be az ország területére (legfeljebb a vámmentes üzletek profitálhatnak belőlük, ahol ezt a szabályozás lehetővé teszi). A közúton érkező átutazók mindig más határon keresztül hagyják el az országot, mint ahol belépnek. Amennyiben az átutazásnak nincs turisztikai célja, az utazók ez esetben is jelentős mértékben megterhelik az infrastruktúrát, miközben turisztikai bevételei nem keletkeznek érkezésükből. Magyarországon ilyen átutazók legnagyobb számban a

Nyugat-Európából Délkelet-Európába és Törökországba szabadságra hazautazó vendégmunkások, illetve az Adriára látó lengyel, szlovák és ukrán turisták, akik csak az autópályák melletti szolgáltatásokat veszik igénybe.

1. számú ábra. Az utazók csoportosítása.



Szerkesztette: Szununga Erzsébet

1.5. A turizmus formái

A turizmusnak – az utazások tartalmát illetően – számos formája van, sok szempont szerint csoportosítható. A 2. számú ábra a leggyakoribb szempontokat foglalja össze. A turizmusban résztvevők alapvető célja lehet a szabadidő eltöltése, továbbá rokonok, barátok látogatása, valamint üzleti, vagy a munkavégzéssel kapcsolatos utazás. Mindehárom forma közös jellemzője, hogy a turisták – különböző mértékben – igénybe vesznek turisztikai szolgáltatásokat. A szabadidő-turizmus fajtái az utazók fő motívációi alapján különböztethetők meg.

1.5.1. A szervezethez szerinti csoportosítás

A turistákat, illetve az utazásokat meg lehet különböztetni aszerint, hogy milyen szervezésben történik az utazás. Az utazásszervezők által előre szervezett utazások lehetnek csoportos, vagy

egyedi igények alapján összehívott utak. A nem szervezett kereklet közötti utazásokhoz az egyes szolgáltatásokat az utas utazásközvetítő igénybevétele nélkül vásárolja meg.

A szervezett kereklet közötti utazás biztonságosabb vendégként jelennek, hiszen egy utazásközvetítővel történő előzetes megállapodás alapján lehet az utasokra számítani. Az egyéni vendégek érkezése esetlegesebb, számuk kevésbé tervezhető.

Az utóbbi években az utazások szervezése téren is változások mentek végbe. Az internet elterjedése magával hozta, hogy a turista egyénileg is könnyedén meg tudja szervezni utazását, már az utazás előtt részletesen meg tud ismerkedni a fogadóterület kínálatával, el tudja végezni a szükséges foglaltságokat. Ez a hagyományos utazásközvetítők szerepének visszaszorítását is jelenti.

2. számú ábra.

A turizmus formáinak leggyakoribb csoportosítása.

Az utazások szervezhetősége szerint	Utazásszervezők által szervezett utak		Egyénileg szervezett utak
	Csoportos utak	Egyénileg összehívott utak	
A résztvevők utazásának alapvető célja (a motiváció) szerint	Szabadidő-turizmus	Hivatásturizmus	Rokonok és barátok látogatása
	Például		
	üdülő-, városi-, vallási-, kulturális-, egészségutizmus üdülő-,	üzleti utazás, rendezvény-, kongresszusi-, incentive turizmus, tanulmányutak üzleti utazás,	
A turisták száma és a fogadóterületre gyakorolt hatása szerint	Tömegturizmus	Alternatív turizmus	
	Például		
	klasszikus tengerparti üdülés	ökolurizmus	
	kulturális turizmus egyes fajtái	fálsai turizmus	
		kulturális (örökség-)turizmus	
Az utazások földrajzi irányultsága szerint	Belföldi turizmus	Nemzetközi turizmus	
		Beutazó turizmus	Kiutazó turizmus

(szerkesztette: Donka Átilla)

A turisták száma alapján lehet meghatározni a tömegturizmus fogalmát. A tömegturizmus azonban a turisták magas száma alapján igen jelentős környezeti károsítással is jár, ezért a

fogadóterületre gyakorolt hatások alapján a tömegturizmusról elkülöníthető az alternatív turizmus, mely lényegesen kisebb negatív hatásokkal jár a fogadóterületre.

Az utazások földrajzi irányultsága alapján történő csoportosítás arra vonatkozik, hogy az utazás egy adott országon belül, vagy határok átlépésével zajlik.

Természetesen a fenti felsorolás nem kizárólagos, azaz további formák is meghatározhatók, illetve az egyes formák között átfedések is lehetnek, a táblázatban egy-egy példa több helyen is előfordulhat.

1.5.2. Az utazás alapvető célja (a motiváció) szerinti csoportosítás

Az utazások célja alapján három formát lehet megkülönböztetni.

A szabadidő-turizmus az állandó lakáson kívüli szabad időben végzett tevékenységek összessége, amelyet az ember változatosságigénye motivál. A hivatásturizmus a foglalkozással kapcsolatos utazások során végzett szakmai és szabadidő-tevékenységek összessége.

A harmadik típus a rokonok és barátok meglátogatása. A kereslet eltérő jellemzői indokolják, hogy a turizmusnak ez a formája külön keretbe sorolásra. A látogatási célból érkeztek kevés turisztikai szolgáltatást vesznek igénybe (például az ismerősöknél laknak). A barátok és rokonok látogatását a turisztikai szakma a kifejezés angol megfelelője alapján VRRF-ként szokta említeni (visiting relatives and friends [visiting relatives and friends]).

A szabadidős és a hivatásturizmust is további formákra lehet osztani, az utazás fő célja alapján.

Szabadidő-turizmus

A szabadidős turizmusnak igen változatos megjelenési formái vannak, ezek közül a leggyakoribbak a következők:

- **Üdülés** (klasszikus üdülőturizmus): hosszabb ideig tartó, elsősorban passzív pihenés, amely természetesen tartalmaz mozgalmassabb, önkéntes alapon igénybe vehető aktív elemeket, melyeket a szállodákban működő animációs tevékenység kínál.

Ilyen például a klasszikus tömegturizmus, amely a meleg napos vízpartokat részesíti előnyben (mediterrán tengerpartok, Balaton).

Az utátlóturizmus legelterjedtebb formája az 1-2 hetes turnusok lefoglalása, vagy komplett utútlók, illetve nyaralóházak vásárlása. Emellett a hatvanas évektől kezdett kialakulni és elterjedni az utútlási jogok megosztásának koncepciója. Ennek lényege, hogy az utútlai vagyók évekre előre megvásárolhatják az adott nyaralóhelyre szóló utútlási jogot. Ez általában évi egyhetes időtartamra szóló utútlási jog, egy adott – hosszabb – távra vagy örökös időszakra. Az utútlási jogok megosztását *timeshare*-nek nevezzük [*time*=er]. A rendszer igen rugalmas, hiszen ezeket a jogokat a tulajdonosok minden egyes utútlási alkalomával el is cserélhetik. Ennek lebonyolítására nemzetközi cseretútlási szervezetek és utútlási klubok jöttek létre.

- **Városi turizmus:** adott városok meglátogatása, ahol vonzerők sokasága található, vagyis a város komplex turisztikai termékekkel rendelkezik.

Például Párizs, Róma, London, Budapest.

- **Vallási turizmus:** részben vagy egészben hitéleti célú utazások: egyházi központok, kegyhelyek meglátogatása, zarándoklatok.

Például Máriapócs, Pannónia, vagy Mekka, Jeruzsálem, Vatikán, Lourdes, Fatima meglátogatása.

- **Kulturális turizmus:** rendezvények, fesztiválok, koncertek látogatása, vagy olyan vonzerők megtekintése, amelyek kultúrtörténeti értékkel rendelkeznek (kastélyok, különböző építészeti stílusok legjellemzőbb épületei), ez utóbbi vonzerőkre irányuló turizmust örökségturizmusnak is nevezik, ahol az adott terület történelmi, kulturális vagy néprajzi öröksége kerüli bemutatásra.

Például Budapesti Tavaszi Fesztivál, Jaki templom, Reims, Gdódló.

- **Égéségturizmus** (=egógyturizmus+wellnessutizmus): gyógyfürdők, klimatikus gyógyhelyek, valamint wellnessközpontok látogatása, az égéségti állapot megörzése, a betegségek megelőzése, illetve gyógyulási vagy rekreációs, pihenési célból.

Például Spa, Karlovy Vary, Hévíz, Hajdúszoboszló.

A **gyógyturizmus** az állandó lakóhelyen kívül, gyógyüdülőben vagy gyógyászati létesítményben való ideiglenes tartózkodás, melynek célja orvosi gyógy módok alkalmazásával valamilyen meglévő betegség gyógyítása.

A **wellnessutizmus** az optimális égéségti állapot elérése, a testi, lelki és szellemi egyensúly megteremtése céljából tett utazások, melynek keretében a szolgáltatások vonzó környezetben, szórakoztató módon komplex égéségt-megörzési programot kínálnak.

Magyarország természeti adottságainak következtében az égéségtutizmus igen jelentős szerepet tölt be hazánk turizmusában. A következőkben bemutatjuk az égéségtutizmushoz kapcsolódó legfontosabb fogalmakat.

- **Ásványvíz:** a felszín alatti rétegekből származó, szennyeződésektől mentes víz, amely ásványi anyag tartalmát eléri az 1000 mg-ol literenként.
- **Hévíz (termálvíz):** olyan rétegvíz, amelynek hőmérséklete meghaladja a 30 °C-ot.

- **Gyógyvíz:** olyan ásványvíz, amely fizikai tulajdonságai vagy kémiai összetétele miatt gyógyító hatású, a benne található ásványi anyagok gyógyhatását objektív vizsgálati módszerekkel egyértelműen igazolni lehet.

- **Gyógyfürdő:** olyan létesítmény, amely gyógyvíz, gyógyiszap vagy egyéb természetes gyógytényező felhasználásával fürdőkezelést nyújt, vagy hidroterápiás kezelésekkel teljes körű fizioterápiás ellátást nyújt.

- **Gyógyhely:** azok a települések vagy azok részei, amelyek különleges éghajlati adottságokkal rendelkeznek, továbbá rendelkezésre állnak a gyógytényezők hasznosításához szükséges létesítmények.

- **Fitness:** olyan módszereket magába foglaló tevékenységek összessége, amelyek célja a kiegyensúlyozottság és az égéségtérzet növelése (például testedzés, torna, súlykontroll, égéségtes táplálkozás).

- **Spa:** égéségt-szolgáltatató központ, a látogatók fizikai, biológiai és mentális jólétét célzó szolgáltatóhely (a vendégeket megnyugató, felüdítő, gyógyító, égéségtesebbé, fiatalosabbá és kiegyensúlyozottabbá tevő szolgáltatások).

- **Sportutizmus:** sporttevékenységgel kapcsolatos vonzerőkre épülő turizmus, a turisták részvétele alapján lehet aktív vagy passzív: az aktív résztvevővel zöljő tevékenység során maga a vendég sportol, a passzív tevékenység, amikor sporteseményt nézőként látogat meg.

Például kerékpárturizmus, szörfözés, síelés, vagy olimpia, labdarúgó világbajnokság megtekintése.

- **Kalandutizmus:** olyan sport vagy egyéb tevékenységek, amelyek fokozott izgalmat jelentenek a turisták számára.

Például hegymászás, vadvízi evezés (rafting), szafári-túra.

- **Természejáró (zöld) turizmus:** természetközeli, védett területek látogatása, ahol a növényvilág, a domborzati formák és más természeti adottságok (például vízpart) jelennek a vonzerőt.

Például Mátra, Aggtelek, Kis-Balaton, Kiskunság, Mags-Túra.

A sport-, kaland- és természetjáró turizmust együttesen **aktív turizmusként** említhetjük.

Felfigyünk a figyelmeztetésre, hogy az aktív és passzív turizmus kifejezési a fentiekre eltérő, közigazgatási-pénzügyi értelemben is használják. A beutazások az ország költségvetésben bevételeként (aktív módon) jelentkeznek, míg a kiutazások kiadásaként, mivel az itthon megtermelt jövedelmeket kiviszik az országból és külföldön költik el (passzív módon).

- **Bevásárlóutizmus:** vásárlási céllal tett, többnyire rövid ideig tartó utazás, a fő cél nem a pihenés, rekreáció, hanem a vásárlás; emiatt sokan vitatják turisztikai jellegét.

Kel-Leurópában a rendszerváltozás előtt ez egykoron tevékenység volt, például a lengyel kereskedők piacolása, ruházati cikkek beszerzése a Vajdaságban), de utána is fennmaradt némely terület ilyen típusú vonzerője (ukrán üzemanyag beszerzése, vásárlás a bécsi Mariahilfer Strassén), de Nyugat-Európa több területén is jellemző.

- **Gasztronómia** (gasztroturizmus): egy-egy terület jellemző, hagyományos élekezési kultúrájának, egyes ételeinek és italainak megismerésére irányuló turizmus.

Például bortóstoló egy pincészetben, bajai halászlé, szilvalekvárforrás Szatmárban.

- **Hobbiturizmus:** több, korábban felsorolt tevékenység ide is tartozhat, de ezeken túl meg kell említeni a horgászturizmust és a vadászturizmust is.

Például vadászat a Gyulai erdőben, horgászat a Tisza-mentén, a Szigetközben vagy a Körösök vidékén.

- **Körfutazás:** több város vagy adott ország tájainak megjelölgetése (ez több formát is takarhat, például városi turizmust, kulturális turizmust stb.).

Hivatalsturizmus

A hivatalsturizmust a szaknyelven **MICE**-turizmusként [*meeting, incentive, congress, events/exhibitions*] (*meeting, incentive, kongressz, évenisz, exhibíciószt*), azaz (szakmai) találkozó, ösztönző utak, kongresszusok, események).

A hivatalsturizmus **legfőbb jellemzői**, és egyben előnyei a következők:

- az utak fajlagos költsége magasabb,
- a tartózkodási idő hosszabb,
- a szabaddíós célú utazásokra jellemző erős szezonális nem tapasztalható,
- a részvevő vendégek egy része később szabadidős turistaként is visszatér a fogadóterületre,
- más ágazatok fejlődésére is hatással lehet.

A hivatalsturizmus **legjellegzetesebb formái** az alábbiak:

- üzleti utazás,
- rendezvényturizmus (amennyiben a rendezvény szakmai tartalmú),
- kongresszusi turizmus,
- tanulmányutak, study tour-ok,
- incentive (ösztönző) turizmus (a munkáltató által finanszírozott utazás, amely részben kapcsolódik a munkavégzéshez, de rekreációs célja is van, a cég iránti lojalitást és az életminőséget hivatott fokozni és javítani),
- diplomáciai utazások (politikuskok, diplomataok utazásai)

A hivatalsturizmusról alkotott megítélések elsőre ellentmondásosnak tűnnek. Látható, hogy a hivatalsturizmust érintően egyes esetekben vitatható a turizmus alapdefiníciójában szereplő feltétel, miszerint a turizmus nem munkavégzési célú tevékenység. Azonban ez alatt a tartós és rendszeres munkavégzést kell érteni (például Angliába kitartó bébiszitterek vagy Svédországba kitérő orvosok), míg a hivatalsturizmus ideiglenes tevékenység, melynek során a vendég turisztikai szolgáltatásokat vesz igénybe, valóban vendégként, turistaként

jelenik meg a fogadó-területen. (Egy tudományos konferencia résztvevői nem a napi munkavégzésük részeként utaznak, és legalább szálláshely-szolgáltatást és vendéglátást vesznek igénybe.)

Napjainkban a MICE már megkülönböztetett szerepet játszik a fejlett országok turizmusában, világszerte számos nemzetközi szervezet működik. Ezek többsége nem-kormányzati (NGO, Non-Governmental Organisation, [*endzsió*]) szakmai vagy egyéb civil szervezet. A MICE szponzorjából legnépszerűbb városokat tekintve Budapest igen előkelő helyet foglal el.

A hivatalsturizmus jelentőségét az adja, hogy itt az átlagosnál lényegesen magasabb a vendégek költsége, azaz nagyobbak a bevételek. 2006-ban Magyarországon 431 nemzetközi konferenciát és 29 kiállítás, illetve vásárt rendeztek. A konferenciák és vásárok háromnegyede Budapesten került lebonyolításra.

A nemzetközi konferenciákon az egyes nemzetek képviselői az alábbi arányban vettek részt: a konferenciák 65 %-án vettek részt németek, 58 %-án britek, 44 %-án franciák, 36 %-án egyesült államokbeliek.

1.5.3. A turisták száma és a fogadóterületre gyakorolt hatások szerinti csoportosítás

A turisták motivációja és a turisztikai termékek jellege alapján is több formája határozható meg a turizmusnak.

- Az egyik a nagy vendégforgalmat magában foglaló, a helyi környezet iránt kevésbé érdeklődő, passzív magatartásformát tartalmazó **tömegturizmus**.
- Össze foglaltó néven **alternatív turizmusnak** nevezik azokat a turisztikai formákat, amelyek a tömegturizmussal szemben – részben a csekélyebb vendégforgalom következtében – a fogadóterületre lényegesen kevesebb káros hatással vannak.

Az alternatív turizmushoz leggyakrabban az **ökoturizmust** sorolják, de ide tartozhat a **faluai turizmus**, és a **kulturális (örökség-)turizmus** egyes fajtái is.

Napjainkban egyre gyakrabban használják az **exkluzív turizmus** kifejezést. Lényege, hogy a legeljelebb körülmények között és egyben szolgáltatáshalmazzal nyújtsa. A költségtényező második szerepet játszik az utazási döntés meghozatalánál (azaz kevésbé ártéktényező formáról van szó), a vendég szinte korlátlan vásárlóerővel rendelkezik, célja, hogy egyedi, speciális motivációjának kielégítésére megfelleljenek a rendelkezésre álló vonzerők.

Ide sorolható általában a hivatalsturizmus legtöbb ága (például a kongresszusi- és rendezvényturizmus, az incentive turizmus), mivel az utazás során felmerülő költségek nagy részét a munkahely fizeti, illetve sokszor presztízszponzorok is szerepelnek a járszán. Ide tartozik továbbá az egészségturizmus, mivel az egészség megőrzése és helyreállítása a legfontosabb az emberek számára, és ezért nagyobb áldozatot is hoznak, valamint egyes országok egészségbiztosító pénztárai is