

vényeken (elsősorban zenei és prózai események) manifestálódó, az előadó(k) és a közönség között létrejövő sajtós kapcsolati pszichikus alapjának tekintjük. Az előadó(k) vagy a bemutatásra kerülő mű ismerése megtörténhet audiovizuális eszközökön keresztül, de az élmény csak a személynél átélés alkalmával válik valódivá.

- „Legk”: A miniket körülvevő társadalmilag létrehozott valóság mindazon rekordereit ebbe a csoportba sorolhatjuk, amelyek meglátogatásában elsősorban az a különös tényező játszik közre, hogy a róla szóló információ szerint valamely jegyének köszönhetően világelső. Ezek sorában megtalálhatjuk a leghosszabb nevű települést, de a legregebben gyártott gépkocsi is.

- „Árnyoldal”: Az ember alkotta vonzerók egyik különleges, a nemzetközi szakirodalomban is csak érintőlegesen tárgyalta az angolul „dark side”-ként megfogalmazott, magyarrá ártymoldalként fordítható vonzerócsoport. Turisztikai értelemben árnyodal alatt azokat a vonzerókat értjük, amelyek jogi, erkölcsi vagy esztétikai megközelítésben a piac negatív megítélése övez. Az árnyodal esetében ugyanúgy érvénysül a vonzeró hátrassága, mint a többi vonzerónél, tehát a fizikai megjelenés, a tényszerű ismeretek és az érzelem egyaránt közrejátsszik a felkeresésük során, de bármelyik önmagában is kivalthatja a látogatást. A világ árnyodalainak vonzeróként való tényérésében komoly szerepe van a különbözö díktatúrák összeomlásának és azok rémtettei megismerhetőségének. Akár a fasizmus, akár a kommunizmus eszméjét hirdető országok történelmi hagyatékát szemléljük, az államapparátus működési mechanizmusától kezdődően a hatalom kegyetlenkedéséig (Berlini fal, Auschwitz) számos, ma már vonzerónak minősülő tényezővel találkozhathatunk. A közelmúlt háborúinak, katonai konfliktusainak, napjaink terrorcselekményeinek tárgyasult emlékei is turisták tízezreinek utazását váltják ki (Hiroshima). Mások halálával való szembesülés nemcsak a díszes temetések alkalmával (Rákóczi, Nagy Imre újratemetése) vonzóak az emberek, hanem temetők, katakombák, rejtélyes gyilkosságok, egyes katasztrófák helyszíneinek felkeresése során is. A mai vagy a középkori börtönök világa, a fogvatartás körülményei, a kínzások, kivégzések eszközei iránt is komoly érdeklődés jelentkezik, de olyan eset is előfordul, hogy egykori börtönviseltével való személynél találkozáshetősségét értékesítik az utazási irodák. Bármennyire is túrcsán hangzik: a nyomor, a rettenetes szegénység szintén turisztikai vonzerót képzik.

visel, a nagyvárosok slumosodott kerületei, a kikötőnegyedek hábor-zongató világa magához csábítja a megdöbbent vágyó turistákat.

5.4. A természeti vonzerők

Annak ellenére, hogy a természeti vonzerők turisták által történő igénybevétele kevésbé számszerűsíthető, mégis számos nemzetközi felmérés tanúbizonysága szerint ez a vonzerőcsoport váltja ki a világ turizmusában résztvevők többségének érdeklődését. Tekintettel arra, hogy a természeti vonzerők komplexebb áttekintésére a turizmusföldrajzi tanulmányok alkalmával sor kerül, itt csak néhány specifikus információt szerepeltetünk.

- **A fekvés:** Egy célállomás fekvésének vonzerőként való értelmezése két részből áll. Először a földrajzi elhelyezkedésről kell kiindulni, vagyis a földrajzi koordinátarendszerben való elhelyezkedése mellett egy viszonyrendszeren belüli szelsőséges pozíciója válhat turisztikailag érdekessé, másrészt azonban a relatív fekvésről is beszélnünk kell. Ez utóbbi önmagában ritkán vált ki vonzást, azonban az utazási döntésben mint komplementer tényező meghatározó szerepet játszhat. Egy földrajzi hely abszolút fekvése azt mutatja meg, hogy az melyik szelsőségi és hosszúsági kör metszésvonalában helyezkedik el. A fekvés ebből a szempontból akkor válik a turizmusban releváns vonzerővé, ha a településen valamelyik nevezetes kör halad keresztül. Ezt az adottságot használja ki például a London külső városrészeit képező Greenwich, amely a 0. hosszúsági kör általi érintettsége és a világhídvízi viszonyítási pontjaként való nyilvántartása miatt válhatott attrakcióvá. Az Egyenlítő mentén fekvő országokban is élnék a különleges fekvésükből fakadó lehetőséggel. A szelsőséges fekvés, valamely földrajzi téren belüli extrémítást képvisel, vagyis egy adott kontinens égtáj szerinti legkülönb pontját. Ezeknek a helyeknek sokszor nem is kell különösebb marketingtevékenységet folytatniuk, mivel a földrajzi tanulmányokból jól ismernek (Roca-fok Portugáliában). De ha nem megyünk messzebb, mint hazánk, akkor Pusztavács, az ország mértani közepe is ide vezetheti vissza vonzását. Az hogy egy desztináció milyen távolságra fekszik a potenciális piactól, elsősorban a megközelítéshoz szükséges időtartama, költségei és az utazás fáradalmasnak szempontjából fontos, de még egyszer hangsúlyozzuk, hogy ez csak döntés-kiegészítő és nem vonzerőként kezelhető tényező.

- **A tengerszint feletti magasság:** A szárazulatok valamely pontjának a világtenger átlagos szintjéhez viszonyított, méterben mért magassága a turista számára akkor válik vonzeróvé, ha a célállomás tengerszint feletti magassága a turista addigi életében megapasztaalt magasságokhoz (ritkábban mélységekhez) viszonyítva jelentős. Ha valaki a hétköznapi járat alatti vagy középhegységi tájakon tölti, akkor a több ezer méteres magasság elérése, a hegycsúcsok meghódítása olyan kihívást jelent, amiret érdemes útnak indítani. E mellett a magasabb hegységekben található klimatikus gyógyhelyek arra építenek, hogy az alföldi, domb-sági területekhez képest oda kevesebb pollen és minimális szennyezett levegő jut. Részben a tengerszint feletti magasságból fakad a lejtő, ami a földfelszínnek a vízszinteshez képest ferdén elhelyezkedő felülete. Ezt az adottságot használják ki a téli sportok kedvelői (siturizmus).

- **A domborzat:** A földkéreg felszíni alakulatainak összességét a kiemelkedő és bemélyedő formákból álló domborzat képviseli. A domborzat különböző morfológiai elemekből épül fel, a földfelszín turisztikailag hasznosítható formakincset elsősorban a külső erők hozták létre. A Földön különböző felszíni és felszín alatti formakincsek léteznek, amelyek a jég (fjord, gleccser, tengerszem, jégbarlang) és a szél (homokbucka) munkájának eredményeképp valának a turisták célterületeivé. Külön ki kell emelni az úgynevezett mészkőformákat, amelyek közül a cseppkőbarlangok a legkerekesebbek.

- **Talajadottságok:** A talaj a földfelszín legfelső, laza, termékeny rétege, amely a növények termőhelyéül szolgál. Mivel a talajszemcsék nagyobb-részt kőzettörmelékből állnak, így kiváló reprezentánsai az adott terület-nek, vagy áruklkodnak annak műltjáról. A talajok vonzerője különleges talajferőzős vagy talajfolyásos jelenségeknel jelentkezik, de egy homok-talaj vagy a sivatag, ahol éppen a környezeti feltételek miatt nem tudott megindulni a talajképződés, szintén érdeklődésre tart számot. Külön-leges látványt nyújt a talajok szikeseése, amikor a vízben oldódó sók felhalmozódnak bennük (Kaszpi-tó melléke, Góbi sivatag, Patagónia).
- **A vizek:** Ahogy már említettük, a világ turizmusában a víz képviseli a legkerekesebb természet vonzerőt. A Föld felszínének kétharmad része víz, azaz elméletileg 361 millió km² áll a vizek szellemeseinek a rendelkezésére. A Föld vízkészletének mintegy 3 százaléka jégbe van fagyva, ami, ha keveseknek is, de vonzó látványosságot jelent. A víz hőmérsékletétől, kémiai összetételétől függően elsősorban felüdülést

vagy gyögyulást biztosít. A világtenger gyűjtőnév alatt tárgyait tengerek és óceánok vize, a vízfolyások, és a tavak kivétel nélkül lehetőséget biztosítanak a strandolásra, különböző vizisportok üzésére, de a velük kapcsolatos, egyes természeti jelenségek (árapály, áradás, kiszáradás, hullámmzás) is vonzeróként tetelezhetők fel. A felszín alatti vizek elsősorban a gyögyulás és betegségmegelőzés céljából hasznosulnak. Azokat a vizeket, amelyek forrásaiknál elérik a 30°C hőmérsékletet, héviznek vagy termálviznek hívjuk, ha az előírt mennyiségű oldott ásványi anyagot tartalmazza és bizonyítottan gyögyhatható, akkor gyögyviznek nevezzük.

• **Vulkanizmus:** A vulkánok olyan különleges csoportját képezik a természeti vonzeróknak, amelyek a Föld belső erői állandó működésének egyik leglátványosabb megnyilvánulási formái. A vulkánok egyfajta misztikumot is magukban hordoznak, a romboló tűzhányó képe majd nem minden nép mitológiájában megtalálható (Vulcanus a római mitológiában a tűz sánta istene, a görög mitológiában Hephaisztosz, az istenek kovácsa). A vulkánosság a Föld bonyolult mozgásfolyamatainak egyik empirikusan is tanulmányozható megnyilvánulási formája. Vonzerője éppen abból eredeztethető, hogy a folyamat minden mozzanata látványos. A vulkánok képződése, vagyis a láva felszínre ömlése, az azáltal együtt járó morajlás, rengés, a robbanások és a különböző közertörmelékek felszínre érkezése, a lávafolyam megszilárdulása, továbbá a vulkánosság felszíni formái, a kráterek, parazitakráterek, a kalderák mind-mind érdekesegek. Külön kiemelendő, hogy az olyan megszilárdulási formák, mint a bazaltorgonák (Badacsony) és a lépcsőformák (Óriások lépcsője) mellett az utóvulkáni jelenségek (iszapvulkán, fumarola, szolfátara, mofetta, gejzir) a laikus érdeklődőket is elkápráztatják.

• **Eghajlat és egyes időjárási jelenségek:** Eghajlat alatt azoknak a jelentős időjárási változásoknak az összességét értjük, amelyek az adott helyen évről évre csaknem azonos időben, csaknem azonos módon szinte törvényszerűen bekövetkeznek. A turisták többsége a mérsékelt éghajlati övezetet keresi fel, mivel azon belül található a szubtrópusi monszun és a mediterrán terület, amely leginkább alkalmas a tengerpárti nyaralások lebonyolítására. Itt májustól októberig kiszámíthatóan olyanok az éghajlati viszonyok, amelyek biztosítják a gondtalan napozás és fürdőzés feltételeit. A klíma szokatlan volta miatt is lehet vonzó, ilyen az egyenlítői övezetben a mindennapi esővel való szembeütlés, a tró-

pusti sivatagi övezet elviselhetetlen szárazságának átélése, vagy a hideg övezeten belül az örök fagy birodalmába való betekintés. Mindemellett az éghajlat sokszor csak kiegészítő, mintsem meghatározó szerepet játszik a turisták döntésében (persze a „télien a nyárba” típusú utakat esetében elvitathatatlanul fontos). Nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy bizonyos időjárási jelenségek, mint az USA-ban pusztító tornádó megfigyelése vagy London esős mivoltának a megélése szintén vonzást gyakorolhat a turistákra.

- **Csillagászati jelenségek:** Azok a szabad szemmel vagy egyszerűbb eszközökkel is észlelhető, közvetlenül a Föld légkörében lejátszódó vagy azon túl bekövetkező események tartoznak ide, amelyek elsősorban a Naprendszerben kialakuló mozgásfolyamatokra és a Föld tengelyferdeségére vezethetők vissza. Bizonyos szélességi körökön túl a nappalok és éjszakák egymáshoz viszonyított hosszának az eltérése, a Napforgatkozás, a Holdforgatkozás, a sarki fény jelensége, a meteorhullás vagy egy üstökös látványa izgalmas vonzerót képviselnek.

- **Növényzet és állatvilág:** A legtöbb ember természeténél fogva vonzódik a flóra és/vagy a fauna biztosított környezetéhez, általában szeret a fák, virágok között a szabad levegőn tevékenykedni vagy megfigyelni az állatok életét. Mindez akkor válik igazán vonzeróvé, amikor a növény és állatvilág érintetlen, háborítatlan részeit keresheti fel, saját előhelyén találkozhathat az egyes fajokkal, vagy olyan egyedi ritkaságokkal szembeüthet, amelyek lakókörnyezete közeleiben hiányoznak. A nemzeti parkokban a turisták számára elkülönített zónák növény- és állatvilágát, a szafari parkokban pedig a látogatók között szabadon bolyongó állatok életét figyelhetjük meg, de a mindennapi táplálkozásban érintett növények és állatok előhelyének tanulmányozása is vonzó.
- **A tájképi szépség:** A táj a tájalkotó tényezők olyan specifikus együttese, amelyben a természet és az ember lenyomata egyaránt megtalálható. A táj mint vonzeró összességét adja azoknak a természeti vonzeró képező elemeknek, amelyeket a fentiekben tárgyaltunk. A tájképi környezet önmagában is lenyűgöző lehet, de egy felhőbe burkolódzó hegy látványa, a kabócák lármája, a frissen kaszált rét vagy a tenger illata mind-mind hozzájárulnak a természet nyújtotta élményhez. Nem szabad azonban megfeledkezni róla, hogy a táj mindig komplex, azon legtöbb esetben megtalálhatjuk az ember keze nyomát (kultúrta).

6.

A turizmus feltételrendszere

6.1. A turizmus általános feltételei

A turizmus feltételrendszere a turizmusipar működésének azokat a potenciális és egyben optimális kereteit jelenti, amelyben az idegenforgalmi piac és annak környezete életképesen kialakulhat, fennmaradhat. Ugy is megfogalmazhatjuk, hogy a feltételrendszer a turizmus rendszerének a megfelelő ágya. A turizmus feltételrendszerének tárgyalásánál elsősorban a desztináció és annak tagabb környezetére felől közelítünk. Azt vizsgáljuk, hogy a desztináció általános és helyi feltételei megfelelnek-e annak, hogy ott pontosan a turizmus. A feltételrendszer esetében beszélhetünk egy zéró vagy ahhoz közeli állapotról, amelyben még nem jelentkezett számottevő turizmusforgalom, és vizsgálhatunk egy olyan térséget is, ahol már sikeresen működik a piac. A turizmus feltételrendszerére általános és helyi feltételekre bontható. Az általános feltételek elsősorban a desztináció, illetve annak tagabb földrajzi környezetét jelentő térség biztonságának problémáitakaja köré csoportosulnak, míg a helyi feltételek már közvetlenül a célállomáshoz kötődő társadalmi csoportok attitűdjeinek összességét prezentáló fogadókészségre és a tőkét vagy állami investíciót feltételező fogadóképességre oszthatók.

A turizmus általános feltételei alatt azokat a tényezőket értjük, amelyek tartós hiánya minden más helyi feltétel megléte esetén sem teszi lehetővé a turizmus kialakítását vagy a turizmus már létező rendszerének fennmaradását. Napjainkra a turizmus általános feltételei a biztonság-faktor köré csoportosulnak. A biztonság klasszikus megközelítésén a személyi és vagyonbiztonságot értjük, de ez esetben nem az egyéni vagy csoportos bűnözők hétköznapi fenyegetéséről van szó (közbiztonság) hanem arról, amikor az áldozattá válás intézményesült támadó (nemzetközi katonai

konfliktus, polgárháború, törzsi villongás, terrorcselekmény) oldaláról jelentkezik. Az elégtelen közbiztonság nem feltétlenül jelenti a turizmus általános feltételeinek hiányát, mivel számos olyan települést ismerünk, ahol közundottan gyenge a közbiztonság, ennek ellenére virágzó turizmust konstataálhatunk. Sőt a modern útonállók áldozatai válásának esélye egyes esetekben még sajátos vonzerőként is megjelénhet (árnyoldal). New York feketék lakta városrészei (Bronx, Harlem) messzi földön hírhedtek a rossz közbiztonságukról, mégis jelentős turistaforgalmat bonyolítanak. Tehát megállapíthatjuk, hogy a biztonság-faktoron belül az intézményesült fenyegetettség komoly akadályt képez a turizmus általános feltételeinek a megteremtésében. Oda, ahol a potenciális desztinációt jelentő ország háborúban áll egy másik országgal, vagy annak kirobbanása lehetőséggént jelentkezik, a külügyminiszteriumok nem javasolják a turisták kiutazását, de sokszor maguk az érintett államok is korlátozzák a beutazást. Izrael rendelkezhet ugyan a zsidó-keresztény-mohamedám kultúra számos kincsével, kinálhat fantasztikus tájképi vonzerőt, a környező államokkal és a palesztin néppel megélvő évtizedes konfliktusa nem teszi lehetővé a turisták nagy számban történő biztonságos beutazását. Az egykori Jugoszláviához tartozó Adria-tenger partja évtizedekig szolgált a délszláv állam tömegturizmusát, az 1991-ben kirobbant polgárháború viszont egyik napról a másikra szüntette be a turizmust. A törzsi villongások elsősorban Afrika országában akadályozzák a vendégek biztonságos tartózkodását. 2001. szeptember 11. óta a terror új értelmezést kapott a turizmusban, pedig azt megelőzően is követek már el turisták ellen terrorcselekményeket, de olyan mértékű, amely globálisan visszavetette volna a turizmust, nem volt. Kairó, Dzszerba-sziget, Bali és még sorolhatnánk azokat az eseteket, ahol turisták is áldozatai estek a váratlan és arctalan helyi agresszióknak, a terrornak, igaz, ezeken a helyeken csak átmenetileg esett vissza a turistaforgalom. Valójában az EFTA vagy az IRA által elkövetett merényletek sem voltak tartós hatással Spanyolország vagy Észak-Írország idegenforgalmára, de a World Trade Center lerombolása óta nemzetközi szintre emelkedett a terrorfenyegetettség, és ez már közép-távon is kalkulálható forgalomcsökkenő tényezőt jelent.

A közegészségügyi állapotok jelentik a biztonság-faktor másik fontos tényezőjét, igaz, az egészségügy fejlődésével ennek egyre kisebb szerepe van. Azonban éppen az utóbbi évek járványai mutatták meg, hogy mennyire érzékenyen érintheti az adott desztinációt egy onnan kiinduló fertőzés

Nem segíti elő a nemzetközi beutazást, ha az indulás előtt a turistáknak különböző védőoltások beadását javasolják. Számos Egyiptomból vagy Indiából hazatért vendég számolt be arról, hogy elővigyázatos étel- és italfogyasztásuk ellenére is átestek a kellemetlen tünetekkel járó betegségeken. Az angol kergetemárhá-kor vagy a közelmúltban leginkább Hong Kongban pusztító SARS vírus jó néhány hónapra blokkolta a turisták érdeklődését ezen országok iránt. A gyenge közegészségügy abban jelentkezik, hogy a turista az utcán sem érzí magát biztonságban, mivel a turistáitai magatartásnak részét képező utcai fogyasztás vagy a WC használat utáni kézmosás nem oldható meg megnyugtató módon. A turizmus és a közegészségügy szimbiózisának leginkább neurálgikus pontja az ivóvíz, illetve az a víz, amelyet az adott desztinációban a főzéshez használnak. A megtelelő ivóvíz biztosításában ma már komoly szerepet játszhattak a távoli országokból nagy tételben szállítható palackos vizek, azonban a vezetékes víz, ha nem is fertőzött, az eltérő epidemiológiai normák miatt komoly gondot okozhat a turisták szervezetében. Elsősorban az afrikai, közép- és dél-amerikai országokba utazókat érintheti a különböző rovarok elleni védetség biztosítása, amelyet leginkább oltságokkal lehet megoldani, azonban ezek oly mértékben legyengíthetik a szervezetet, hogy az utazás akár el is maradhat.

Az általunk tárgyalt harmadik biztonság-faktort életszínonal-küszöb-nek nevezzük. Azokban az országokban, ahol a potenciális desztinációban elő társadalom életszínonala oly mértékben alacsony, amely az oda látogatókéval összehasonlítva disszonáns különbséget mutat, ez a tényező gátolhatja a vonzerők sikeres értékesítését, a pozitív élmény kialakulását vagy a turizmusban tetten érhető tökébeáramlást. Az egykor turistatáparadicsomként nyílván tartott bolgár tengerpárt vagy Románia vadregényes tájai a mai napig nem képesek számottevő nemzetközi turisztikai érkezést kiváltani, ennek egyik oka az életszínonal-küszöbben keresendő. Ezeken a területeken a nyomor és annak komplex társadalmi vetületei árnyékolják be a turisták programját. A fejlődő világ számos országában ezt úgy küszöbölik ki, hogy mesterséges turisztikai gettókhoz hoznak létre, amelyekben a turisták kvázi elkülönítetten töltik szabadidejüket, kevés helyetőségük van a helyi társadalom mindennapi életébe való bepillantásra, gondjakkal való szembeesüléstre, ugyanakkor a széles néprétegek nyomora nem is akadályozza a felhőtlen nyaralást.

6.2. A fogadóképesség szerepe a turizmusban

A fogadóképesség és a fogadóképesség feltételeiről mint a turizmus feltételeiről csak azokban a desztinációkban beszélhetünk, ahol az általános feltételek már adottak. A fogadóképesség alapvetően emberi tényezőkön alapszik, így az egyén érdekeit nem hagyhatjuk figyelmen kívül. A fogadóképesség a helyi társadalomnak a turizmushoz való hozzáállását jelenti, mindazokat az attitűdöket, amelyek a vizsgált jelenséggel szemben manifestálódnak. Ha a desztinációban hiányzik a fogadóképesség, akkor a turizmus eredményes kiépülésében vagy fejlődésében nehezen áthidalható akadályokkal találkozunk. A társadalmi fogadóképesség összetett fogalom, egyrészt a célállomás döntéshozóinak, másrészt a vállalkozói szférának, harmadrészt a helyi lakosságnak a turizmushoz fűződő komplex viszonyára mutat rá. A turizmus kiépítése vagy fejlesztése során abban az esetben érhető el a legjobb eredmények, ha mindhárom érintett csoport magának érzi a turizmust.

A helyi döntéshozók a gyakorlatban azokat az önkormányzati képviselőket jelentik, akik meghatározó mértékben befolyásolják a település életét. Amikor már a képviselőtestület szintjén, illetve a polgármesteri hivatalban működő szervezetben is testet ölt a döntéshozók turizmusához fűződő viszonya, akkor az attitűd egy magasabb fokon, a turizmuspolitika részeként tárgyalandó. Annak ellenére, hogy a döntéshozók száma töredéke a település társadalmának, személyükben – státuszuknál fogva – olyan mértékű befolyással bírnak, amelyek elősegíthetik, de gátolhatják is a turizmus fejlődését. A képviselők tevékenysége sokszor az informális szférában jelentkezik, mivel olyan értesülések birtokosai, amelyekkel hálással lehetnek a turizmusban érdekelt vállalkozók egyes csoportjaira, vagy olyan láthatatlan érdekek mozgathatják őket, amelyek a formális döntéseikre is kihatnak. Természetesen az önkormányzati képviselők hozzáállása elsősorban a település fejlesztését érintő stratégiai kérdések szempontjából releváns. A turizmus érdekében dönthetnek például egy mezőgazdaság számára kijelölt terület átminősítéséről, szilárd burkolatú út megépítéséről, adókedvezményekről, de az egyéni (választói) érdekeik érvényesítése során ellen is állhatnak ezekben a kérdésekben. A képviselők mellett a döntéshozók csoportjában kell tárgyalni minden olyan, a desztináció életére befolyással bíró státuszt (rendőrkapitány, egyházi élet vezető), amely elősegítheti vagy hátrálthatja a vendégforgalom erősödését.

Egy desztinációnak a turizmusba történő bekapcsolódását, illetve a már meglévő eredményeinek fenntartását alapvetően a fogadóképessége határozza meg. Amíg a fogadóképesség leginkább mentális, a társadalom tárgyat csoportjainak értékkritikéjén vagy érdekein alapuló tényező, addig a fogadóképesség esetében a materiális, számba vehető, mérhető elemek dominálnak. A turizmus fogadóképessége alapvetően a tárgyi, a szervezeti és a személyi feltételekre épül. A tárgyi feltételek az elkövetkezendőkben tárgyalando alap infrastruktúra mellett, illetve arra alapozva, a turizmus infra- és szuprasztruktúráját jelenti, amely a 7. fejezetben kerül részletesen kifejtésre. Itt csak annyit kívánunk megjegyezni, hogy a turizmus infra- és szuprasztruktúrája kapcsán elsősorban a vonzerő eredményes értékesítését, a gondatlan tartózkodást lehetővé tevő létesítményekről van szó. Ahhoz, hogy mindezek kiépülhessenek és fejlesztésükre is sor kerülhessen, forrá-

6.3. A fogadóképesség elemei

A turizmus eredményességében jelentős szerepet játszanak azok a helyi vállalkozók, akik közvetve vagy közvetlenül profitálnak az ágazat bevételeiből. Ennek a csoportnak a helyismerete, az erőforrásokkal való ésszerű gazdálkodásra való törekvése versenyelőnyt jelenthet a kívülről érkező befektetőkkel szemben. Ha elegendő és konfliktusmentes mederben kívánjuk működtetni a turizmus funkciót, a helyi vállalkozói szféra aktivitása elegendhető. Ennek a kérdésnek a megítélése nyilvánvalóan a desztináció nagyságától is függ, mivel egy metropoliszban nem kap túl nagy jelentőséget, úgy is fogalmazhatnánk, hogy a helyi vállalkozói szféra hajlandósága a település nagyságával fordítottan arányos. A kisebb lélekszámmal falvakban elegendhető, a világvárosokban könnyen kikerülhető. A helyi lakosság attitűdjét elsősorban a funkció saját maga és családja életvitelére, életminőségére gyakorolt hatása szabja meg. Ha a turizmus fejlesztésétől remélt haszna nagyobb, mint az abból származtatott veszteség, akkor minden bizomnyal annak mielőbbi kiépítése vagy további idegenforgalmi beruházások végrehajtása mellett fog érvelni. A munkahelyteremtés, az ellátás javulása, a közlekedési feltételek kedvezőbbé válása mind-mind olyan tényezők, amelyek a lakosság szimpátiáját válthatják ki a turizmussal kapcsolatban. Persze a zsúfoltság, az ingatlanárak várható növekedése el is retentheti őket.

sokra van szükség, tehát a tárgyi feltételek biztosítása beruházások nélkül nem valósulhatna meg.

Tekintettel arra, hogy a turizmus a személyes szolgáltatásokra, a vendég és a vendéglátó, avagy az eladó és a vevő interperszonális viszonyaira épülő ágazat, különösen fontos szerepe van a fogadóképeség személyi feltételi vizsgálatának. Ez a turizmusban dolgozók – legyenek azok alkalmazottak, menedzserek, vagy tulajdonosok – emberi, szakmai kvalitásait, felkészültségét jelenti. Elsősorban azok az emberek számítanak a turizmusban szakmai sikerre, akik turistaként maguk is nyitottak, befogadók, türelmesek, kommunikatívak lennének. A turizmusban jól hasznosuló legtöbb emberi tulajdonság az elsődleges szocializáció során alakul ki, de bizonyos fókig később is fejleszthető. A kommunikációs képesség kifejezetten ilyen faktor. Ez a verbális és nem verbális kommunikációt egyaránt jelenti, amely kiegészül az idegen nyelv tudásával. Optimális esetben a szükséges emberi tulajdonságok harmóniában vannak. Ezekben felül az iskolázottság és a gyakorlati tapasztalat is fontos tényező. Az iskolázottság jelenthet kimondottan idegenforgalmi közép- vagy felsőfokú szakképzést, oklevelet, de egyáltalán nem kizárt más tudáselemekre alapozni a gyakorlati ismereteket. Tekintettel arra, hogy a turizmus már évtizedekkel ezelőtt kinőtte a szállodák és az utazási irodák világát, ezért fontos, hogy más területről érkezett szakemberek is dolgozzanak az iparágban (jogászok, közgazgatói szakértők, tudományos kutatók).

A szervezeti feltételek nemcsak a turista, hanem a turizmusba befektetni szándékozók tőkéjének fogadásában is szerepet játszanak. Szervezetek megnevezés alatt a desztináció nagyságától függően a legkisebb sejtől, ami leggyakrabban egy önkormányzati referensi beosztásban lévő közalkalmazott személyében ölt testet, egészen a minisztériális szintig értelmezhető a fogadóképeség. Amikor szervezeti feltételekről beszélünk, akkor elsősorban azt vizsgáljuk, hogy létezik-e olyan intézmény, amely felvállalja a turizmus kiépítését, amelynek energikus segítségével elindulhatnak a kedvező folyamatok, illetve, amely kész az innovációk koordinálására. Ezek nemcsak az állami irányítást megvalósító, hanem alulról építkező non-profit, szakmai szervezetek is lehetnek. Olyan jogi bázist kell képviselniük, amely pályázatokot adhat be, koordinálhat, kész az információk, az anyagi források fogadására és továbbítására. Egy községben a falusi-tanyasi vendéglátók helyi szervezeteinek kirendeltsége, egy kisebb városban pedig a vállalkozók által az önkormányzattal közösen működtetet

Tourinform iroda, egy világvárosban már egy Turisztikai Hivatal képviselheti azt a szervezeti szintet, amely képes eleget tenni a kívánt feltételeknek.

6.4. A célállomások alap infrastruktúrája

Az infrastruktúra szót egykor csak a műszaki tudományokban jártas befutottak értették, mára a köznyelvbe bekerülve egy adott település vagy létesítmény műszaki ellátottságát jelenti, azoknak a felszereléseknek az összességét, amelyek a szolgáltatás és a lakás funkció zavarmentes működését biztosítják, a társadalom életkörülményeit javítják. Az infrastruktúra az életminőség egyik fontos tényezője. Klasszikus értelemben a vonalas hálózatokat, a közműveket és a közlekedési rendszereket értjük alatta, vagyis a vezetékes víz, gáz, háztartási villamos energia, telefon, mobiltelefon-hálózatok átjátszó tornyai, a szennyvízcsatorna, a kábelek, a közút és a vasúthálózat, a légi közlekedés tartozik ebbe a fogalomkörbe. De nem hagyhatjuk figyelmen kívül egy folyókban bővelkedő területen a védműveket sem. Tágabb fel fogásban már az úgynevezett alapellátást biztosító szolgáltatásokat és kiszolgáló szervezetek mint az egészségügyi ellátórendszer intézményei, a rendőrség, a tűzoltóság, a közbiztonsági vállalatok is ide tartoznak.

Ha a fentieket idegenforgalmi szempontból gondoljuk végig, akkor az „ökotól” a „luxusig” terjed az infrastruktúra kiépítésének szükségességét tagláló szemlélet skálája. A helyes következtetés érdekében érdemes egy történelmi visszapillantást tenni a Közép-Európaországban fekvő Météo-rak idegenforgalmi kiépülésének folyamataira. A mindennapi ember számára még az is elképzelhetetlen, hogy miként jutott a szikla tetejére az első szerzetes (építőmunkás), ma pedig turistabuszok tucatjai fordulnak meg naponta a környéken. Ha nem épült volna ki a terület alap infrastruktúrája, ma nem lehetne a vonzerőt eredményesen értékesíteni. Néhány érdekklód turista feltehetően elköborolna arra felé, de semmi esetre sem jelenthetne számottevő turisztikai desztinációt. Ha valójában végiggondoljuk, hogy bármelyik alapvető infrastrukturális tényező nélkül kiépíthető vagy fejleszthető-e a turizmus, könnyen beláthatjuk, hogy nem. Először is meg kell közelíteni az adott helyet, így a szilárd burkolatú utak elengedhetetlenek, mert rendszeres járműforgalom csak ezeken tud haladni. Ez nem azt jelenti, hogy feltétlenül az attrakcióig kell az utat vezetni, de olyan

távolságra célszert a parkolót megépíteni, ahonnan kényelmes sétával oda vagy az oda vezető technikai eszköz állomására lehet jutni. Ha mindezt az „óko” szemüvegen keresztül szemléljük, akkor még inkább fennáll az út-építés igénye, mert a tartózkodásunkhoz elengedhetetlenül szükséges fel-szerelést magunkkal kell vinni, a táborhelyre pedig a terepjáró jápekeknek is el kell valahogy jutni. A desztináció vasúton történő megközelítése azok számára fontos, akik nem rendelkeznek saját gépkocsival, vagy olyan te-lepülésen élnek, amely maga is a vasúthálózat része, így különösebb ne-hézség nélkül igénybe vehetik a vonatot. Ahol nincs vasút, vagy nincs kor-szerű villanymozdonyok számára létrehozott felsővezeték, ott lassabban épül ki az idegenforgalom, különösen a fürdővárosokba szertem az idő-sebb emberek kényelmeseen eljutni. Egy modern nagyváros ma már elkép-zelhetetlen repülőtér nélkül, a legi közlekedés a hivatásturizmus bonyolít-ásában nélkülözhetetlen.

A közlekedési hálózatok mellett a közmvéek is kiemelkedő fontossá-got kapnak a turizmus feltételeinek megteremtésében és fejlesztésében. A legnomádabb, leginkább természet közeli kereskedelmi szálláshelyek, a kempingek esetében a vezetékves vízre és a csatornahálózatához való csat-lakozásra legalább annyira szükség van, mint a villamos energiára, de ha már konyhat is működtemek a létesítmény területén, akkor a vezetékes gáz jelenléte is meghatározó. Laytos kocsival szállított vízből nem lehet a megfelelő higiéniai szükségleteket kielégíteni, ha pedig derítővel kívánjuk a csatornát helyettesíteni, a túlcserdülés veszélye vagy a nem kívánatos szagok terjedése állhat fenn. A villamos energia nem is annyira a világító-tesetek működéséhez mint a mobiltelefonok, videokamerák akkumulá-torainak feltöltéséhez kell. A telefonösszszekötetés biztosítja a szerződések faxolását, az irodai ügyvitel alapfeltételének számító Internet működését, de a mobiltelefon-hálózat is megkívánja az erősítők, átvátszők telepítést. Mindezt a felsorolást azért tettük közé, hogy valamelyest állást foglal-junk az alap infrastruktúra turizmusfejlesztésben játszott elengedhetetlen mivolta mellett, természetesen a luxussígyények kielégítése során ezeknek a legmodernebb technikai, technológiai szinten kell rendelkezésre állni.

7.

A turizmus infra- és szuprasztruktúrája

7.1. A turisztikai infrastruktúra

Alkár Magyarországot, akár hazánk tágabb földrajzi környezetét vizsgáljuk, számos olyan hely található, amely rendelkezik ugyan a kereslet kiváltására alkalmas vonzeróval, annak hatékony értékesítésére a turisztikai infrastruktúra hiányában azonban nem kerülhet sor. Turisztikai infrastruktúra alatt azokat a helyi lakosság és a látogatók által közösen hasznosított létesítményeket értjük, amelyek a szabadidős és a hivatásturizmusban megjelenő tevékenységek végzését teszik lehetővé. A helyi lakosság szempontjából ezek a létesítmények értelemszerűen nem turisztikai infrastruktúráként, hanem a közművelődés, a rekreáció tereiként működnek, azonban idegenforgalmi hasznosításuk során a lokálitás jelenlétére és igényére is számítanunk kell. A turisztikai infrastruktúra a vonzeró feltartásában, turisztikai hasznosíthatóságában, értékesítésében vesz részt, nélkül a vonzeró piacképessé válása nem következhetne be. A turisztikai infrastruktúrának egyik sajátos csoportját képezik azok a speciális közlekedési eszközök, amelyek egyben magát a vonzerót is magukban hordozzák. Ha valahol feltárássra kerül egy olyan forrás, amelyből a gyógyturizmusban potenciálisan hasznosítható termálviz tör elő, akkor az csak abban az esetben válik turisztikai vonzeróvá, ha erre olyan egyedi műszaki létesítményeket építenek fel, amelyek a víz idegenforgalmi értékesíthetőségét elősegítik. A termálforrás mint vonzeró esetében tehát a turisztikai infrastruktúrát a gyógyfürdő fogja jelenteni. A medencék, a vízforgatásban közreműködő berendezések, a vendégek fogadását kiszolgáló egyesek összességére teszi lehetővé a víz hasznosítását. Természetesen a gyógyfürdőben a víz mellett az orvosi kezelés és a gyógyászati technika is a vonzeró közé sorolandó, amely értékesítésében szintén közrejátszának az idegenforgalmi infrastruktúrát jelentő kényelmes kezelő- és pihenő-he-

lyiségek. A gyógyfürdők turizmuselméleti különlegességének számít, hogy ha azok történelmi távlatral bírnak, kivételes építészeti stílust képviselnek, akkor önmagukban is érdekessé, vonzóvá válhatnak, így számos gyógyfürdő az azokat gyógyászatiilag nem hasznosító látogató számára csak látványosságként, az ember alkotta vonzerőkhöz sorolhatóan jelenik meg. (Eggerszalók esete eklátans bizonyítéka annak, hogy a turisztikai infrastruktúra nélkül nem képzelhető el a vonzerő sikeres értékesítése).

Ha turizmuselméletileg közelítjük meg azt a kérdést, hogy Hunyadi Mátyásnak a Duna jegén való királlyá választásakor mekkora szerepe volt a nemzeti gyűlés bizarr színhelyének kijelölésében az idegenforgalmi infrastruktúrának, akkor azt válaszolhatnánk, hogy feltehetően sok, mivel nem állt rendelkezésre megfelelő rendezvényterem a jeles eseményhez. A konferenciák alapvető vonzereje a tanácskozás, azonban turisztikailag ez csak abban az esetben válik értelmezhetővé, ha rendelkezésre állnak azok a létesítmények, amelyek megfelelő keretet biztosítanak az esemény lebonyolításához. Tehát a hétköznapi életben egymástól távol, de hasonló területen tevékenykedők személyes találkozását és eszmecserejét jelentő elményt üztette azok az ülésezésre alkalmas terek teszik, amelyek erre a célra építettek. A plenáris és szekciótérmekekkel egyaránt rendelkező kongresszusi központ képviseli a tanácskozásnak mint vonzerónak a turisztikai infrastruktúráját.

Amikor felkeressük a világ leghíresebb múzeumait, akkor ritkán gondolkodunk el azon, hogy a párizsi Louvre, a szentpétervári Ermitázs vagy a drezdai Zwinger önmagukban csak egyikét jelentenek az adott városokban megtalálható impozáns épületeknek. Turisztikai vonzerejüket valójában a bennük található gyűjtemények adják, amelyek értékesítése az említett épületek kiállítótérmeinek révén valósulhat csak meg. Tehát a múzeumok jelentik a kulturális turizmus egyik turisztikai infrastruktúráját. A Párizsba látogató szép festményekeket nézegethet ugyan a Szajna parti művészek spon-tán kiállításainak megtekintése alkalmával, de ebből a tevékenységből nem származik a városnak közvetlen bevétele, azonban az eladott műzeumi belépők utáni árbevétel már alapját képezheti a helyi gazdaság fejlesztésének. Tekintettel arra, hogy a fürdők, a kongresszusi központok vagy a múzeumok példáulján keresztül rávilágítottunk a vonzerő és a turisztikai infrastruktúra kapcsolataira, itt csak annyit kívánunk még megjegyezni, hogy természetesen nem minden létesítmény esetében különül el ilyen élesen a két turizmuselméleti fogalom egymástól. Hogyan különíthetnénk el Dis-

A turisztikai szuprasztuktúra fogalmát a már idézett svájci kutató, *Claude Kaspar* vezette be a turizmuselmélet fogalmi struktúrájába. Kaspar észlelte, hogy nemcsak az alap infrastruktúrát kell elkülöníteni a konkrét,

7.2. A turisztikai szuprasztuktúra

által ismert, és áhitott közlekedési eszköz kínálta kaland részesevé válik. amelyek pusztán annak átéléséből fakadnak, hogy a turista a mindenki vagy a san transiscoi villamos mind-mind olyan élményeket kínál, leniumi földalatti vasút, a londoni emeletes buszok, a tokiói mágnesvasút, ha a turista valójában sehová sem szeretne velük eljutni. A budapesti mil-közlekedés részeként jelennek meg, igénybevételeikre akkor is sor kerülhet, vonzerőkhoz való eljutást szolgálják, hanem egyszerűen a városi tömeg-kedési eszközöknek a kipróbálása, amelyek elsődlegesen nem a turisztikai-rista, biztos, hogy nem marad ki a programjából azoknak a helyi közle-ki. Ha Budapestre, Londonba, Tokióba vagy San Franciscóba utazik a tu-gítik a vonzerő feltárását, értékesítését, önmagukban is vonzást válthatnak hasznosítani libegő híányában. Tehát ezek az eszközök, miközben előse-de a magasabbban található panoráma kilátót sem lehetne turisztikailag-riksa). Egy sítérp megközelítése elképzelhetetlen lenne sífelvonó nélkül, is számot tarthatnak (fogaskerekű, földalatti, autóbusz, villamos, vasút, különleges tulajdonságokat hordoznak, amelyek a turisták érdeklődésére vetően a lokalitás mindennapi helyvaltoztatását segítik elő), azonban olyan amelyek a helyi, helyközi közlekedés lebonyolítására hivatottak (tehát alap-sikló, felvonó, kisvasút, kishajó). A másikba azok a járművek kerülnek, nélkül körülményes lenne a vonzerő megközelítése, vagy feltárása (libegő, történő szállítása) (miközben maguk is az élmény forrásait jelentik), ezek amelyek elsődleges célja egy adott településen belül a turisták célállomásra ket két nagy csoportba sorolhatjuk. Egyikbe azok a járművek tartoznak, A fejezet bevezetőjében már említett különleges közlekedési eszközö-épített túraútvonalak) összessége értendő.

vartalan lebonyolításához szükséges létesítmények (látogatóközpont, ki-ristzikai infrastruktúra alatt a látogatók fogadásához és a tartózkodás za-és az ehhez hasonló esetekben (nemzeti park) azt mondhatjuk, hogy a tu-park egésze, minden egyes elemét együttvéve jelenti a vonzerőt. Az ilyen neylandben a vonzerőt és a turisztikai infrastruktúrát, amikor maga a

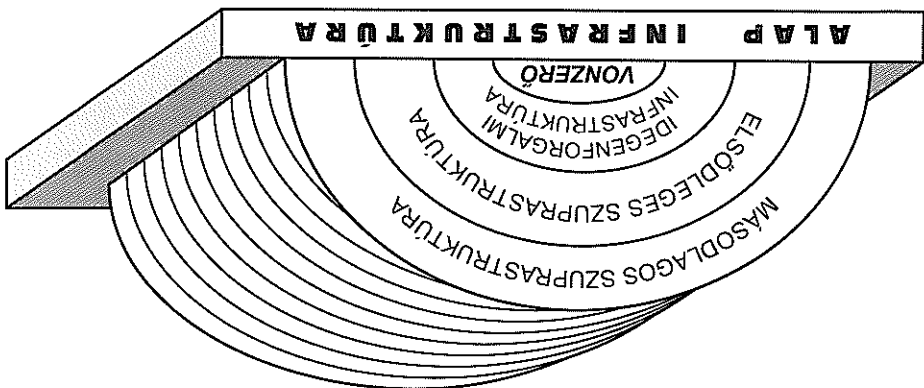
Turisztikai szuprasteremtés.

A 3. ábra jól szemlélteti a turizmus tárgyi feltételeit rejtő egyes elemek egymásra épülését, egymással megélvő kapcsolatait. A fókuszban a vonzó erő helyezkedik el, ennek bármilyen további hasznosítása elkövetkezően az alap infrastruktúra elemeinek kiépítése nélkül, mivel csak erre épülhet fel a turisztikai infrastruktúra, amely majd kiváltja a szuprasztruktúrától.

a vonzeróval közvetlenül kapcsolatban álló turisztikai infrastruktúrától, hanem utóbbi fogalmának értelmezéséből ki kell vonni a hosszú időn keresztül oda sorolt, a vendégek tartózkodását és fogyasztását lehetővé tevő turisztikai szuprasztruktúrát. Ennek megvalósítása azért volt fontos lépés az elmélet további finomítása terén, mert lehetővé tette a vendégfogadás, a vendéglátás és az egyéb szolgáltatások levalaszását, elkülönülten tárgyalását a vonzerótól és az azt legfőbbbször magában rejtő turisztikai infrastruktúrától.

3. ábra A turizmus tárgyi feltételeinek egymásra épülése

Terv: Michalkó Gábor
Kartográfia: Kaiser Miklósné
Forrás: Kaspar, C. (1992) alapiján



rának elengedhetetlen szerepe van, mert a bevételek jelentős része ebben a szegmensben realizálódik. Felmerülhet a kérdés, hogy létezik-e turizmus turisztikai szuprasztruktúra nélkül. Települési szinten természetesen elképzelhető, hogy a turisztikai tevékenység szálláshelyigény vagy érdemi vendéglátóipari szolgáltatás nélkül valósul meg. De a piac törvényei azt diktálják, ahol spontán módon megjelenik a kereslet, ott a vonatkozó kínálati elemek is hamarosan kiépülnek. Az ökoturizmusban, ahol leginkább arra törekszene, hogy a táj érintetlenül őrizze meg vonzerjét, ott nem fognak szállodák épülni, így a nemzeti parkok környezetében nem találkoznak számottevő szuprasztruktúrával, de a védett zónától távolabb már megjelennek a szállodák, a vendéglátóegységek és az ajándékküzletek. Természetesen a kérdés fordítva is feltehető, ebben az esetben azt tételezzük fel, hogy ott van jelen a szuprasztruktúra, ahol nincs különösebb vonzerő, vagy arra épülő turisztikai infrastruktúra. Ilyenek lehetnek az attrakció közelében fekvő települések vagy a közlekedési kapcsolatok lebonyolítását végző városok.

Mivel a desztinációk méretük, funkciójuk alapján jelentős különbségeket mutatnak, ezért a probléma mélyebb feltárása érdekében a turisztikai szuprasztruktúra további bontást igényel. Léteznek olyan települések (bizonyos arab országok, díktatúrák), ahol a vendégek mozgását igények nek korlátozni, és nem tartják kívánatosnak, ha azok elhagyják a turisztikai góttót vagy a szálláshelyek biztosította területet. Így ezeken a helyeken a szálláshely-szolgáltatás, amely elsősorban 4-5 csillagos szállodákra koncentrálik, a vendéglátóipari ellátás és a személyes szolgáltatás vagy a kereskedelmi ellátás szinte kizárólagosan a szállodai egységen belül valósul meg. A ház hallában megtaláljuk a pénzváltót, a fodrászszatót, az ajándékboltot, a településen ezek száma minimális, így nem fejt ki vonzó hatást a turistákra. A normális piaccgazdaságokban ezek a szolgáltatások azonban nem egy helyen koncentrálnak, sőt egy nagyvárosban területileg erősen szétszórtan találkoznak velük, ezért a turisztikai szuprasztruktúra elsőleges és másodlagos elemekre bontható. Elsődlegesként értelmezzük a szálláshely-szolgáltatásban és a vendéglátóipari ellátásban közreműködő egységeket, mert ezek a turizmus olyan elválaszthatatlan attribútumai, amelyek szoros szimbiózist mutatnak (a magyar stratisztikai rendszer is együtt kezeli őket). Másodlagos szuprasztruktúráként értelmezhető azoknak a szolgáltatásoknak az összessége, amelyet a turisták a kiskereskedelmi ellátásban, a személyes szolgáltatásban vagy a lokális, térségi helyváltoztatásban

elősegítésében vesznek igénybe. A másodlagos szuprasztruktúra jelentős mértékben elősegíti a vendégek költesének és mozgásának térbeli differenciálódását, egyes esetekben hozzájárulhat a tartózkodási idő meghosszabbításához is. Amikorlól elméletileg külön választva kezeljük az elsődleges és a másodlagos szuprasztruktúrát, lehetőség nyílik arra, hogy a turisztikai magatartást is jobban megértssük. A tartózkodás során a szállás és a gyakran igénybe vett félpanziós ellátás a turizmus fix pontjaiként értelmezhetők, ezek tekintetében az ismeretlen helyen lévő turista nem szívesen vállal felesleges kockázatokot. De a célállomás felfedezésében és megismerésében a másodlagos elemek komoly szerepet játszanak. Egy ajánlóküldet vagy bolhapiac felkeresése, egy szépségsszalón meglatogatása, a pénzváltó vagy az autókölcsönző igénybe vétele kimozdíthatja a városközpontba koncentrálódo, a city-t terhelő forgalmat, és olyan térségekbe is elcsábíthatja a látgatót, ahova eredeti terve szerint nem látogatott volna el. Ennek során olyan újabb attrakciókkal találkozzhat, amelyek a programja módosítására vagy a mielőbbi visszatérésre ösztönzik, és olyan dolgokra is költöhet, amelyeket nem vett számításba az induláskor.

7.3. Az elsődleges szuprasztruktúra

Elsődleges szuprasztruktúra alatt a desztináció turisták számára kínált szálláshely és vendéglatóipari szolgáltatásainak összességét értjük. Mivel a szálláshely és a vendéglatóipari kínálat erősen országsspecifikus, ezért a helyen elsősorban a magyarországi sajátosságokat emeljük ki. Amikor szálláshelyekről beszélünk, minden esetben a regisztrált szálláshelyekre gondolunk. Egy létesítmény attól válik regisztrált szálláshellyé, hogy működési engedélyt kap és osztályba sorolást a szálláshely üzemeltője végzi, a működési engedélyt az önkormányzat adja ki. A vendég minderről az egység főbejáratának közelében, jól látható helyen elhelyezett tábláról értesül.

A szálláshelyek legnagyobb és a turizmus szempontjából releváns csoportját az úgynevezett kereskedelmi szálláshelyek jelentik. Ezen azokat az erre a célra épített vagy átalakított és használt létesítményeket értjük, ahol a hasznosított szobák száma az ötöt, az ágyak száma a tízet, kempingek esetében a hasznosított terület egységek száma az ötöt meghaladja, mindemellett megfelel a szakmai követelményeknek. A kereskedelmi szállás-

helyek egész éven át vagy időnyitással, folyamatos napi üzemeltetéssel, megszaktatás nélkül nyújtanak szállás-szolgáltatást, amely során az üzlet-szerűsége komoly hangsúlyt élvez.

A vonatkozó jogszabály⁸ szerint kereskedelmi szálláshelynek minősül-nek az alábbi szolgáltatást végző egységek:

- **Szálloda étteremmel vagy anélkül:** az a kereskedelmi szálláshely, amely a vendégek részére időszakosan szállást és ehhez kapcsolódó ellátást (minibar, reggeliztetés, a minibárban szeszes és szeszesmentes italok, süti- és édesipari termékek) és szolgáltatást nyújt, továbbá egy vagy több étteremmel rendelkezik. Férőhelyeinek több mint 20 százaléka egy- és kétágyas szobákban van, és legalább az egycsillagos szálloda-osztály besorolási követelményeinek eleget tesz. Az üzletkörre vonat-kozó működési engedély csak önállóan a szállodára adható ki, más engedélyköteles tevékenység (étterem) folytatásához külön működési engedély szükséges.

- **Panzió (fogadó) étteremmel vagy anélkül:** az az egyedi, műszakilag egy-egységet alkotó, egyes esetekben étteremmel is rendelkező kereskedelmi szálláshely, amely szállást, ellátást és ehhez kapcsolódó szolgáltatást nyújt a vendégek részére, és panzió osztályba soroltak be. Az üzlet-körre vonatkozó működési engedély csak önállóan a panzióra adható ki, más engedélyköteles tevékenység (étterem) folytatásához külön mű-ködési engedély szükséges.

- **Üdülőtáza:** azok az egyedi lakó vagy üdülőegységek, amelyek családok vagy kisebb csoportok elszállásolására alkalmasak, és megfelelően közművesített területen vagy kempingben vannak, és amelyet üdülő-ház osztályba soroltak.

- **Kemping:** sátorral, illetve lakókocsival érkezők elhelyezésére szolgáló közművesített terület, amelyet kemping osztályba soroltak.

- **Turistaszálló:** az a kereskedelmi szálláshely, amelyben a férőhelyek ál-talában 5 vagy annál többágyas szobában vannak, és turistaszállás-osztályba soroltak.

- **Ifjúsági szálló:** Az a kereskedelmi szálláshely, amely a fiatalok számára és az ifjú felnőtt (35 éves korig) elszállásolására szolgál, és megfelel a külön jogszabályban előírt kategóriába sorolási követelményeknek.

8 Az üzletek működéséről és a belkereskedelmi tevékenység folytatásának feltételeiről szóló 4/1997. (I. 22.) Korm. rendelet 1. számú melléklete

A jogszabály⁹ a szállodákat típus szerint is elkülöníti, így az alábbi szálloda típusokat különböztetjük meg:

- **gyógyszálloda:** az a szálloda, amely megfelel a szállodára előírt követelményeknek, továbbá vendégei számára főként természetes gyógytényező alkalmazásával saját gyógyászati részlegen önálló vagy más gyógyintézet kiegészítő szolgáltatásainak bevonásával, orvosi ellenőrzés mellett terápiás lehetőséget biztosít, és megfelel a természetes gyógytényezőről szóló 74/1999. (XII. 25.) EüM rendeletben foglalt feltételeknek,
- **wellness szálloda:** az a szálloda, amely megfelel a minimum három csillagos szállodákra előírt követelményeknek, az egyes szállodai szaktervékenységeket, illetőleg a szálloda által nyújtott szolgáltatásokat az erre vonatkozó szakképzettséggel rendelkező személyekkel látja el, az egészséges életvitelhez szükséges gasztronómiai, sport, relaxációs, illetve wellness szolgáltatásokat nyújt (fürdőmedence, szauna, gőzfürdő, szépségápolás, masszázs, fitness-terem, reformkonyha), valamint közösségi programlehetőségeket biztosít,
- **garmszálloda:** az a szálloda, amely megfelel a szállodára előírt követelményeknek azzal az eltéréssel, hogy a főétkezések közül csak reggelizési lehetőség áll a vendégek rendelkezésére,
- **apartman szálloda:** az a szálloda, amelyben az ágyak több mint 80 százaléka berendezett és felszerelt háló- és nappali szobával, valamint konyhával rendelkező apartmanban található, és megfelel a garmszállodára előírt követelményeknek azzal az eltéréssel, hogy a kétszemes szállodára előírt szobaegységek méretébe az erkély és a terasz alapterülete is beleszámít, és legalább 11 szobaegységgel rendelkezik.

Az említett jogszabályok a regisztrált szálláshelyek besorolására vonatkozóan jól körühatárolt követelményeket írnak elő, így a vendég elméletileg biztos lehet abban, hogy mit kap a pénzéért (felszereltség, kötelező és fakultatív szolgáltatások).

A magánszálláshelyek idegenforgalmi célú, üzletszerű hasznosítását a vonatkozó jogszabály¹⁰ fizetendővéglátás és falusi szállásadás keretében engedélyezi. A lakásbérlet, a házibérlet, az albérlet és az ágybérlet turiz-

9 A kereskedelemi és a fizetendővéglátó szálláshelyek osztályba sorolásától, valamint a falusi szálláshelyek minősítéséről szóló 45/1998 (VI. 24.) IKIM rendelet
10 A magánszálláshelyek idegenforgalmi célú hasznosításáról szóló 110/1997. (VI. 25.) Korm. rendelet

tikai értelemben nem tekinthető magánszálláshelynek. Fizetővendéglátás a városokban (Budapest), kiemelt gyógyhelyeken (Zalakaros), kiemelt üdü-lőhelyeken (Velençe), a gyógy- vagy üdülıőhelyeken (Igal, Tihany) folyta-rott magánszállásadói tevékenység. Falusi szállásadónak minősül az előző településtípusokhoz nem tartozó községekben és a már kialakult tanyás térségekben folytatott magánszállásadói tevékenység. Fel kell hívunk a figyelmet arra, hogy a városi jogállású településeken még akkor sem mőködhet falusi szállásadás, ha annak településképe kimondottan falusias jellegű. Ezzel összefüggésben a Balaton partjának településein, mivel azok többsége üdülıőhely, kiemelt üdülıőhely szinten nem engedélyezhető falusi szállásadói tevékenység. Ez a szigorítás annak köszönhető, hogy a jogsza-bályalkoto a falusi szállásadást jelentős adókedvezményel támogatandó vidékfejlesztési eszköznek tekinti.

A regisztrált szálláshelyek harmadik csoportját a nem üzleti célú, kö-zösségi szálláshelyek alkotják¹¹. Ezek közé tartoznak az erre a célra épített vagy átalakított és a szolgáltató által ekként minősített üdülıterési és ifjúsá-gi turisztikai célú, továbbá hegyi menedék céljára szolgáló szálláshelyek, a sportlétesítményekben üzemelő, szálláshely céljára szolgáló önálló ren-delterési részegységek, a szálláshely-szolgáltatásának időszakában kiege-sztó/melléktevékenység formájában üzemeltetett hivatali, közintézményi és egyházi intézményi szállások. Amennyiben típizálni kívánjuk a regisztr-ált szálláshelyek ezen csoportját, a tartózkodási idő hossza szerint az alábbi kategóriákat különíthetjük el:

- Egy éjszaka tartózkodást biztosító (alkalmi) szálláshelynek minősül a bivakszálás, a hegyi menedékházban kialakított szükségsszálás;
- 2-4 éjszaka (rövid idejű) tartózkodást biztosító szálláshelynek minő-sül a nomád táborhely, a hegyi menedékházból a kulcsosház és a mat-racsálás, a pihenőházból a vendégszálás;
- 5-28 éjszaka (átmeneti) tartózkodást biztosító szálláshelynek minősül az üdülı, a gyermek- és ifjúsági tábor, a hegyi menedékházból a turis-taház, a pihenőházból a munkásszállás, a diákotthon, kollégium.

Az elsődleges idegenturizmus szuprasztruktúra másik, a turista lakóhelyén kívüli tartózkodását lehetővé tevő tényezője a **vendéglátás**. A hazai ven-

11 173/2003. (X. 28.) Korm. rendelet a nem üzleti célú közösségi, szabadidős szálláshely-szolgáltatásról

déglátóipari létesítmények sokszínűségét saját magunk is nap mint nap megtapasztalhatjuk, de a vonatkozó jogszabály¹² előlasva még inkább meggyőződhetünk arról, hogy hány fajta létesítmény szolgálja a turista étkezési és szórakozási igényeinek kielégítését.

- **Melegkonyha vendéglátó üzletek:** étterem, vendéglő, csárda, gyors-étkezőhely, étkezde-kifőzde, söröző, kávéház, vasúti és más személyszállító eszköz étkezőkocsija.

- **Cukrászda:** ahol a cukrászati készítményeket, édesipari termékeket, hideg ételeket a helyszínen készítenek, szesz és szeszmentes italok fogyasztása engedélyezett.

- **Bár, borozó, italbolt, kocsmá, drinkbár:** ahol különböző szesz és szeszmentes italok értékesítése palackozva és kimerve történik.

- **Egyéb nem melegkonyha vendéglátóhely:** ahol hideg ételek, melegített kész-, illetve félkész ételek, frissen sült (grilllezett) húsok, édesipari termékek, nem a helyszínen készített cukrászati készítmények értékesítése helyszíni fogyasztása, illetve kiszállítása, szesz és szeszmentes italok fogyasztása zajlik (ételbár, tejbár, bisztró, pccsenyvesítő, büfé, falatozó, süteménybolt, teazó, fagyaltatózó, kávézó, eszpresszó).

- **Zenés szórakozóhely:** ahol különböző szesz és szeszmentes italok értékesítése palackozva és kimerve, étel, elő és gépzene-szolgáltatás, műsor (mulató, varieté, bár) várja a vendégeket.

- **Diszko:** ahol különböző, palackozott, illetve kimerő szesz és szeszmentes italok értékesítése zajlik, étel és gépzene-szolgáltatás van. Fontos kitél, hogy az üzletben az ingyenes és korlátlan mennyiségű ivóvíz elérhetővé tételét – mellékhelyiségen kívül is – biztosítani kell.

7.4. A másodlagos szuprasztruktúra

A turista tevékenységének egyik lényegi tényezője szabadidejének áruvásárlással és különböző, a szálláshelyekhez és vendéglátóipari létesítményekhez közvetlenül nem kapcsolódó szolgáltatások igénybevételeivel való eltöltése. Ez a legtöbb esetben a kiskereskedelmi szférában és a

12 Az üzletek működéséről és a belkereskedelmi tevékenység folytatásának feltételeiről szóló 4/1997. (I. 22.) Korm. rendelet

személyes szolgáltatások területén érhető tetten. Mivelközben magára az árucikknek eladására és a szolgáltatások igénybevételeit biztosító térre elsősorban mint a másodlagos szuprasztruktúra részére tekintünk, hiszen abban kell lennünk azzal is, hogy egy kiskereskedelmi egység megnyitása – főleg a rosszul ellátott határ menti térségek bevásárlóturizmusában – vagy egy viszonylag olcsó, minőségi szolgáltatási kínálat akár önálló ide- genforgalmi vonzeróként is értelmezhető. A kiskereskedelmi egységek és a személyes szolgáltatások többsége azonban a turisztikailag frekventált településeken a másodlagos szuprasztruktúra részeként a vendégek ellátásának bővítését, költségek volumenének növelését, mozgásuk differenciálódását segíti elő, tehát nem domináns, hanem kiegészítő szerepük van.

Az eltérő vásárlói motívációkból eredő turisztikai magatartásformákhoz különböző funkciójú, méretű és minőségű intézményi kínálat páro- sítható. Míg a bevásárlóturizmusban tetten érhető üzleti vásárlásokat a hagyományos élelmiszerüzletek, vásárcsarnokok, szuper- és hipermarke- tek, műszaki és ruházati boltok, drogériák, kínai és KGST piacok egyaránt szolgálják, addig a szabadidős vásárlás már az elegánsabb plázákhoz, belvárosi luxus üzletekhez, antik cikkekhez, szép- és iparművészeti boltokhoz, ajándékáru szaküzletekhez és a használatcikk- (bolha-) pia- cokhoz kötődik.

A települések kiskereskedelmének sajátos színfoltjait jelentik azok a piachelyek, amelyek a hagyományos zöldszegély- és élelmiszer- kínálaton túlmenően a legkülönbözőbb fogvasztási cikkek árúítása zajlik (a mediterrán halpiacok persze önmagukban is vonzóak a tengerparttal nem rendelkező országok turistái számára). A piacok gazdasági funkciói- val párhuzamosan társadalmi szerepük fontosságát is hangsúlyozni kíván- juk, mivel a piachelyeket és azok környékét felkereső turistákat az áru- vásárlás révén realizálódó haszon mellett a helyi közösség életébe való bepillantás, az ott észlelhető negatív, gyakran deviáns jelenségekkel (zseb- lopás, prostitúció, utcai szerezcseszejáték) mint idegenforgalmi vonzeróval való szembeesülés lehetősége is motiválja.

Az egy-egy termékbelől és annak néhány változatából minimális áru- készlettel rendelkező, elsősorban a helyi lakosság mindennapi szükségletét kielégítő üzletek, illetve a különböző terméktípusok értékesítésére beren- dezkedett, a tágabb földrajzi környezetben elők ellátására hivatott szak- üzletek mára a bevásárlóturisták kedvelt célterületeit jelentik. Ezekben a

viszonylag szűk kínálatot kompenzálhatja az eladó és a vevő között létrejövő személyes hangnem és az ebből fakadó megbízhatóság érzése, amelyre a turistavásárlások során kiemelt hangsúly helyeződik. Az üzletek és szaküzletek egyfajta allandóságot sugallnak, napjaink gyorsan változó világában értékörző szerepet töltenek be. Ezek a létesítmények az esetek többségében lakóházak utcái, vagy udvari frontjának földszinti helyégeit foglalják el, de arra is találunk példát, amikor a lakótelepi garázsokat alakítják át üzletelhelységgé.

Igaz, hogy az áruházak elsősorban a XIX. század második és a XX. század első felének utazói számára jelentettek csodálni való kereskedelmi létesítményeket, de az akkori kor építészeti stílusa, elegáns, mondhatni exkluzív mivoltuk miatt a mai napig kedvelt célterületei a turistáknak. Az áruházak létrehozását nem a páternoszterek, mozgólépcsők vagy pánoramás felvonók biztosította szórakoztatás, az elkápráztatás motiválta, hanem pusztán az élményszerű vásárlás lehetőségének megteremtése, az árúk nagy tömegű eladásának biztosítása. Napjaink áruházaainak belvárosi fekvése nem ösztönzi azok személygépkocsival való tömeges megközelítést, e miatt a közvélekedés szerint leűnt korok emlékeit idézik, igaz, már-már a turisták érdeklődésére számot tartó luxus színonalon (pl. Parizs: La Fayette, New York: Macy's).

A bevásárlóközpontok, a Magyararországon elterjedt köznap megnevezéssel plázák olyan kereskedelmi létesítmények, amelyek néhány hatalmas alapterületű szakáruházzal mellett számos kisebb, önálló üzletnek adnak terület. A turisták látogatásaira elsősorban a város szívéhez közeli bevásárlóközpontok számíthatnak, ezek biztonságos szízeiteket jelentenek a városba látogatók számára. Olyan terekkel rendelkeznek, ahol a turisták megpihenhetnek, nézelődhetnek, ámulhatnak, mintha kint lennének egy sétálóutcában. A bevásárlóközpontokat mesteres élményviláguk teszi attraktívá. Ezek a létesítmények a disneyfikáció melegegályai, ahol a történelmi, a mitikus, a valós és a fantasztiikus elemek kombinációjából egy szintetikus, az élményvilágokat nyilvántartó és szociális térként használatos pozítmódekn fogyasztásra kerülhet sor. Itt nem a kínálat valódiságában rejlik a vonzerő, hanem a valóságról alkotott álomképben, amit a mesterséges környezet ébreszt benne.

A bazar elsősorban az arab világot reprezentáló kiskereskedelmi terület. Fedett, több bejárattal is rendelkező, a település bizonyos területeit elfoglaló kereskedelmi városrészt, amely a helyi lakosok igényeinek kielé-

gítése mellett mára leginkább turisztikai attrakcióként szolgál. Idegenforgalmi vonzerőjét éppen az kölcsönzi a számára, hogy az eltérő kultúrkörből érkező látogatók ezekben a bazárokbán nyerhetnek képet a zart iszlám világ mindennapjairól (Isztambul, Kairó, Tunisz). Bepillanthatnak és maguk is kipróbálhatják az alkudozás művészetéről híres, a férfi eladók hangos beszélgetésétől zsongó, furcsa világot.

A másodlagos szuprasztruktúrában különösen fontos szerepet játszanak a pénzváltók. Az egyre gyorsabban terjedő bankkártya-elfogadóhelyek és bankautomaták ellenére a kiskereskedelmi üzletek mellett a hivatalosan regisztrált hagyományos pénzváltóhelyek eltérő árfolyam ki-nalata és területi kiterjedése is mutatója lehet a turisták differenciálatabb mozgásának. A készpénz birtoklása sok turista számára elengedhetetlen biztonságot jelent, használatával – a folyószámlához kötődő bankkártyához viszonyítva – kevésbé ellenőrizhető a szűrke vagy a fekete gazdaságot eltérő állampolgárok pénzforgalma, és a piaci allku egyik feltételét is a készpénz birtoklása jelenti. A turisták pénzváltókkal találkoznak a kereskedelmi bankfiókokban, a takarékszövetkezetekben, az utazási irodákban, a kereskedelmi szálláshelyeken, a postahivatalokban és az egyéb helyeken (pályaudvarokon, határellomásokon, áruházakban stb.). A pénzváltók területi elterjedése – annak ellenére, hogy a helyi lakosság is igénybe veheti ezt a szolgáltatást – szoros kapcsolatban van a turizmus jelenlétével.

A közvetítő szektornál már tárgyalta utazási irodák annyiban vállhatnak a másodlagos szuprasztruktúra részévé, hogy egyre bővülő szolgáltatásai közül számosat már a desztinációba érkező turisták is igénybe vesznek. Az utazási áruháznak nevezett nagyobb irodákban útikönyveket és térképeket árultó könyvesbolt, ajándékküzlet is található.

A desztinációban végezhető turisztikai tevékenység folytatásához sok esetben olyan felszerelésekre is szükség van, amelyet a vendégek nem szívesen visznek magukkal az útipoggyászban, ezeket helyben kölcsönzik. Akár a stielshhez szükséges lécek, borok, cipők, akár a vízisportokhoz elengedhetetlen járművek bérletéről van szó, a kölcsönzők majd minden célállomáson a másodlagos szuprasztruktúra részeként szolgálják a turisták kényelmét. A gépkocsi-kölcsönzés mára önálló iparágga nőtte ki magát, az általa kínált szolgáltatásokat az utazási irodák gyakran a program részeként (*Fly and Drive*) jelenítik meg, de az egyéni utazók is kalkulálnak a helyben bérbe vehető járművek lehetőségével.

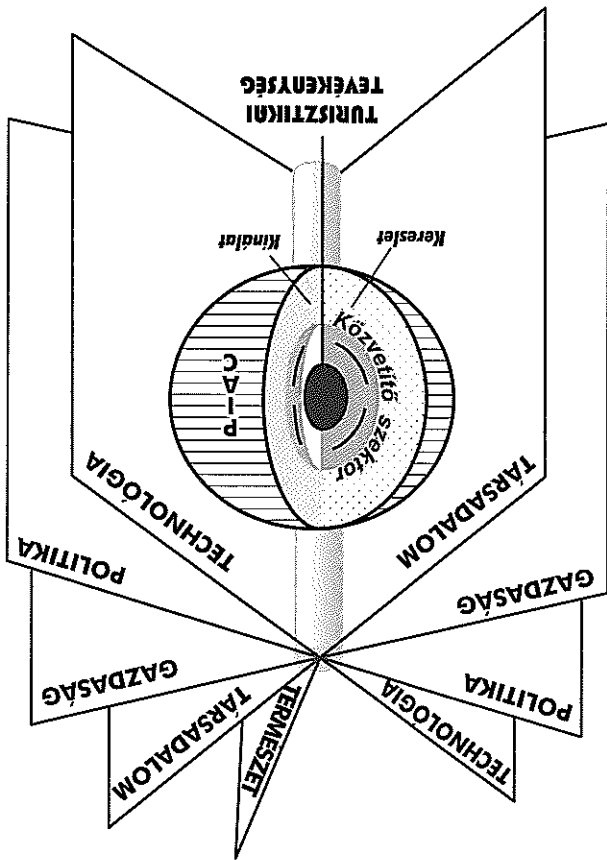
A személyes szolgáltatások fogalomkörébe a desztináció kínálatának azon elemeit soroljuk, amelyek a turista egészségügyi, szépségápolási, esetenként szexuális igényeinek kielégítésére hivatottak. A kiskereskedelemhez hasonlóan itt is hangsúlyozni kell, hogy ezek a szegmensek megjelenhetnek önálló vonzerőként is (szexturizmus, gyógyturizmus), de az esetek többségében kiegészítőként egy fogászati kezelést, egy különleges talpmassazszt, a szépségápoláshoz a fodrászat, a tetoválászonok választéka tartozik. Ha az erotikus szolgáltatások nem jelennek elsődleges vonzerő, akkor a vigalmiegyedben tett esti séta következményeként jelenik meg.

A turizmus mint rendszer

8.1. A kereslet és a kínálat, a rendszer több alkotóelemei

A turizmusmal kapcsolatos korszerű gondolkodásmód kialakításának és elmélyítésének elengedhetetlen feltétele a vele kapcsolatos jelenségek és folyamatok rendszerszemléletű megközelítése. Erre azért van szükség, mert a turizmus hétköznapi kikristályosodása, azaz a turisztikai tevékenység eredményes realizálódása hátterében számos olyan láthatatlan tényező áll, amelyek egymással való kapcsolatainak minősége jelentős mértékben meghatározza a desztináció sikerét. A turizmus rendszerként való megközelítésének egyenes következménye, hogy feltételezünk bizonyos alkotóelemeket, amelyek egymással kölcsönhatásban vannak, létük egymást feltételezi. Tekintettel arra, hogy a turizmusban központi helyen álló turisztikai tevékenység a valóságban azon szegmensét képezi, amely nem képes elkülönülni környezetétől, sőt az meghatározó mértékben befolyásolja annak minőségét, ezért a turizmust **nyílt rendszerként** kezeljük. A nyílt rendszereknek általában az a lényege, hogy a környezetükkel való kontaktusaik kölcsönösen kimutathatóak, vannak persze olyan esetek, amikor a hatás egyirányú, nem kiegyenlített, de leginkább a harmonia uralja a működésüket.

A turizmus rendszerének megértéséhez annak legfontosabb alkotóelemeit és az egyes környezeti tényezőket a lehető legpontosabban kell körülhatárolnunk (erre tettünk kísérletet az előző fejezetekben), különben egy szubjektív, önkényesen értelmezhető masszlaggal kerülnünk szembe. A turizmus rendszerének központi eleme, ha úgy tetszik, a magva a kereslet és a kínálat egymásra találásából fakadó turisztikai tevékenységben ölt testet. Tekintettel arra, hogy az előbbiekben már részletesen bemutattuk a kerületek a keresletet és a kínálatot jellemző tényezők, ezért itt csak annyit jegyeznénk meg, hogy az egybefonódás (a reakció) valójában a turisztikai



Terv: Michail Gábor
Kartográfia: Kaiser Miklósné
Forrás: Lengyel M. (1992), Puczkó-Ráiz (1998) alapján

4. ábra A turizmus rendszere

piac megszületésének reprezentálása. A piac ez esetben azt a virtuális, sokszor azonban igencsak valós teret jelenti, amelyen a szolgáltatások és a turisták egy szerezre jelennek meg. Az egyidejű megjelenésre azért van szükség, mert a látogatót éppen az teszi turistává, hogy bizonyos szolgáltatásokat vesz igénybe, a szolgáltatató megélhetéséhez pedig elengedhetetlen a turista jelenléte. Tehát a turisztikai piac keretében észlelhető a turizmus egyik legkonkrétabb megnyilvánulása, a turisztikai tevékenység. Abban, hogy a kereslet és a kínálat egymásra találjon, komoly szerepet játszik az úgynevezett közvetítő szektor, amely nem egy különálló, a folyón átkelő komphoz hasonlító összekötő kapocs, hanem a keresletet és a kínálatot folya-

matosan átjáró, közte gélként keringő intézmény, amely az utazási iródai szektortól kiindulva a marketingen keresztül a médiáig bezárólag segíti a turizmus eredményes működését.

A turizmus rendszerében az egyes környezeti tényezők mint a valóság egy-egy eklátans szelére befolyásolják a piac működését, úgy, hogy közben minden tényező egyarányul is kapcsolatotban van. A turizmus működésében a gazdasági, társadalmi, politikai, technológiai és természeti környezetnek van a leginkább meghatározó szerepe. Ezeket semmi esetre sem lehet a ke- resletől és a kínálattól elkülönülten kezelni, mert szorosan beépülnek azok működésébe. Természetesen sem a piacra gyakorolt befolyásoló ha- tásuk, sem egyarányul megélő szimbiozizusuk mértéke nem tekinthető egy- formának. Mivel a közvetítő szektort a piac szerves részeként feltételezzük, ezért a környezeti tényezők erre a szegmensre is hatással vannak. Mind- ebből következik, hogy a turizmus a kölcsönös függések bonyolult rend- szereként értelmezhető.

A 4. ábrán bemutatott modell megalkotása során nem kívántunk a tu- rizmus hétköznapi működésének teljes leképezésére törekedni, így – mint a modellek általában – ez is egy absztrakciós kísérlet, amely a rendszer lényegi összetevőire koncentrált. A hasonló tárgyban született modellektől csak annyiban tér el, hogy három dimenzióban próbálja végiggondolni a turizmus működésének elvét, felhívja a figyelmet a kereslet és kínálat talál- kozási pontjához, a turisztikai tevékenységnek a fontosságára, továbbá feltételezi a környezeti tényezők érintkezését. Mivel a turizmussal kapco- satos jelenségekben a helyváltoztatásnak, a mobilitásnak különös jelentő- sége van, a kereslet a legfinomabban beállított szeizmográfhoz hasonlóan minden változásra érzékenyen reagál, ezért az egész rendszert a **dinamiz- mus** jellemzi. A turizmus rendszerének elemei és tényezői – miközben örzik a működési mechanizmusuk főbb jegyeit – képesek a folyamatos megújú- lásra, bizonyos korrekciók elvégzésére.

Alkár a növény- és állatvilág kialakulását és fejlődését, akár az emberi civilizáció néhány ezer éves történetét vesszük alapul, láthatjuk, hogy egyet- len vizsgált rendszer sem tekinthető véglegesnek vagy megváltoztathatat- lannak. Ennek oka elsődlegesen abban keresendő, hogy a rendszerezés alap- jat kitevő ismeretek fokozatosan gyarapodnak és a rendszerezők – újabb és újabb korrekciókra kényszerülve – egyre tökéletesebb organizációkat hoznak létre. A tudomány világának talán egyik legtokéletesebben felépített rendszertanával, taxonómiájával a biológiában találkozhattunk, ez a terü-

let a ma élő és kihalt biológiai szervezetek sokféle és változatos világának elemeit osztályozza. A nevezéktan, más szóval nomenklatura a biológusok közötti kommunikáció nélkülözhetetlen része, amely ismereteket nemzeti közti kongresszusokon összeállított kódexekben adják közre. A turizmus diszciplinalódásának útján sem kerülhető el a rendszer további finomítása.

8.2. A közvetítő szektor

Ahogy a turizmus kezdett egyre meghatározóbb szerepet játszani az emberek szabadidejének eltöltésében, illetve a munka világában, az utazások fokozatosan elengedhetelenné váltak, úgy a turizmus piacán belül fellelhető közvetítő szektor részterületei is önálló szakmákká (marketing, utazásszervezés és közvetítés, idegenforgalmi újságírás) szerveződtek. Bármely, a turizmus rendszerét korszerűen ábrázoló modellt vesszük alapul, láthatjuk, hogy azok kivétel nélkül rámutatnak a közvetítő szektor szerepének fontosságára. Kéves szó esik azonban arról, hogy napjaink turizmusában a tradicionális közvetítő szektor elsősorban a környezeti tényezőknek és a kereslet változásának köszönhetően bizonyos fokú szerepvesztésen megy keresztül. Egyes turisztikai termékek esetében a közvetítő szektor lényegében figyelmen kívül hagyható. A rokokólatogatás, az etnoturizmus vagy a bevásárlóturizmus sikeres működése szinte teljes mértékben függetlenített a közvetítő szektortól, de egy olyan, a világ turizmusában vezető terület mint a konferenciaturizmus esetében is súlycsökkenése mutatható ki. Ezek a változások egyrészt a világ bármely pontjáról elérhető internet alappu foglалási rendszerek gyors elterjedésének (CRS: *Computerized Reservation System*; GDS: *Global Distribution System*), másrészt az utazással kapcsolatos operatív ismeretek elsajátításának köszönhetőek. A folyamat egy kicsit a gépkocsi elterjedéséhez hasonlatos, kezdetben a járműtulajdonosok sofőrt tartottak, ma igyekszik mindenki maga vezetni autójával célba érni. Ahogy a vezetés öröme és költséggímélő tevékenység, úgy a közvetítő szektor megkerülése során szerzett tapasztalatok is hozzájárulnak az utazás elmenyjesztéséhez, az utazás ezáltal alacsonyabb, a benne részt vevő produktumává válik. Természetesen ez leginkább az utazási irodai szektorra igaz, mivel a marketing, vagy a saját révén akarva akaratlanul számtalan olyan információ ér bennünket, amely a kínálat értékeire hívja fel a figyelmünket, tehát motivációvá transzformálja (közvetíti) a hely vonzerőit.

Az utazásszervezés és értékesítés – ahogyan erre a történeti részben bővebben ki fogunk térni – a XIX. század közepétől kezdett professzionálódni, ma néhány, a nemzetközi piacot uráló nagyvállalat (TUI, Neckermann) mellett számos kis- és középvállalat próbál az egyre szigorodó fogyasztóvédelmi szabályozás közepette kielezodő árversenyben talpon maradni. Az Európai Unió vonatkozó dokumentumaiban sem pontosan lehatárolt utazásszervező és utazásértékesítő ágakat összefoglalóan utazási irodai szektorként szokás megnevezni. A hazai szabályozás¹³ szerint utazásszervező az, aki saját szervezésű vagy egyedi megrendelés szerint összeállított utazást belföldre, belföldről külföldre, illetőleg külföldről belföldre közvetlenül vagy közvetítő útján értékesít, valamint aki külföldi utazásszervező Magyarországra történő utazásait belföldön szervezi, illetőleg külföldi utazásszervező vagy egyéni utas részére Magyarországra történő utazásokat értékesít, külföldről külföldre történő utazást szervez, továbbá aki külföldi szálláshelyet belföldön értékesít. Utazásközvetítőnek az tekinthető, aki az utazási szerződést a belföldi utazásszervező megbízottjaként, illetve a külföldi utazásszervező bizománnyosaként köti meg. Az utazásszervező (*tour operator*) valójában a turizmus piacán jelenlévő szolgáltatások összekapcsolását végzi, miközben kontaktsutot teremt a kiindulási és a célállomás között. Leggyakrabban a célállomás megközelítése, az onnan történő eltávozás és az ott tartózkodás elemei kerülnek egy általa összeállított, fogyasztásra, értékesítésre alkalmas csomagba (*package*). Az utazásközvetítő (utazási ügynökség) az utazásszervezők által összeállított csomagot árusítja változatlan formában. Attól függően, hogy egy utazási iroda mivel foglalkozik, két üzletágat különböztetünk meg: alapvetően kényeséghoz sorolt (utazásszervezés, utazásközvetítés, programszervezés, menetjegy-értékesítés, szálláshely-közvetítés, pénzügyi, idegennyelvészeti, utazásbiztosítás) és ahhoz nem tartozó szolgáltatások (saját szálláshely, vendéglátóegység, közlekedési eszköz üzemeltetése, kiskereskedelmi tevékenység, kölcsönzés, rendezvény szervezés).

A marketinggel foglalkozó szakirodalom elsősorban a vállalatokra koncentrált (üzleti marketing) és arra helyezi a hangsúlyt, hogyan lehetne a cég érdekeinek megfelelően befolyásolni a fogyasztó magatartását. A marketingtevékenység során elsősorban azt kell szem előtt tartani, hogy sikerüljön a fogyasztó valódi igényeit megismerni és kielégíteni, megérteni

13 213/1996. (XII. 23.) Korm. rendelet az utazásszervező és -közvetítő tevékenységről

a potenciális piac vásárlóinak magatartását. A turizmusmarketinggel foglalkozó szakemberek valójában nem tesznek mást, mint a jól bevált marketingmódszereket adaptálják a turizmus szolgáltatás minőségéből indulnak ki és a megfoghatatlanságtól a romlékonyságán keresztül egészen a birtoklás hiányáig sorolják azokat a jellemzőket, amelyek a turizmusra vonatkozó marketingtevékenységet befolyásolják. Tudni kell, hogy az eredményes marketing mindig a fogyasztó, vagyis a kereslet felől közelít, igyekszik annak társadalmi, gazdasági tényezőire, kulturális jellemzőire, szocializációs környezetére koncentrálni. A vásárló magatartását általában motivációja, észlelésének tényezői, az egyén szociálpszichológiai jegyei és megelőző ismereti háttérrel határozzák meg. Az utazási döntés, vagyis az összes értékelte alternatívából az egyetlen kiválasztása tulajdonképpen a marketing sikerétől állít ki bizonyítványt. A vállalatok marketingtevékenységük során alapvetően öt változót befolyásolhatnak: az angol terminológia rövidítéséből ez az 5 P (a termék-*product*, az ár-*price*, a hely-*place*, a promociós tevékenységet-*promotion*, a személyné-*people*). A turizmuskutatásban leginkább a terület- és településmarketingnek jut meghatározó szerep. A kutatók szerint egy területi egységet olyan területnek kell tekinteni, amelyet a piacon értékesíteni akarnak. Ehhez meg kell határozni azokat a célcsoportokat, akik mint fogyasztók figyelembe vehetők. Ilyenek lehetnek a gazdasági, kulturális élet szereplői (ideértve az oktatási és kutatási intézményeket, egyházakat is), a rendezvény-szervezők, a lakosság (új ház- és telektulajdonosok) és persze a szabadidős turizmus résztvevői is. A terület- és településmarketing azokat a tevékenységeket foglalja magában, amelyek elősegítik a hely értékesítést, végső soron az életminőség javítását. A marketing valójában a települések közötti versenyben játszik fontos szerepet. A végeredményt az mutatja meg, hogy milyen adott település jövedelemtermelő képessége. *Enyedi György* akadémikus szerint a városokat az úgynevezett értékhozó ágazatok jelenléte (amilyen a turizmus) és bizonyos tényezők, a természeti, az építési és a kulturális környezet, a kapcsolatok és a nemzetközi versenyben elfoglalt hely teszi sikeressé. A területmarketing az üdülőhelyeken már az első világháború előtt tetten érhető volt. A terület- és a turizmusmarketing annyiban hasonlít egymáshoz, hogy nehéz definiálni az eladásra szánt terméket, mivel az egyes területi egységek fizikai létesítmények, szolgáltatások és élmények bonyolult összességéből állnak össze. A termékek komplex, ugyanazt a fizikai teret adom el más-más fogyasztónak.

8.3. A turizmus gazdasági, társadalmi és politikai környezete

A turizmus rendszerén belül a piac egészséges és zavartalan működésében leginkább meghatározó szerepet a gazdasági környezet játszik. Minden összetevője fontosságának hangsúlyozása mellett a turizmus alapvetően üzlet, amelynek fenntartásában – piacgazdasági körülmények között – a vállalkozóknak és a beruházóknak van elengedhetetlen szerepe. Ha az üzleti élet szereplői nem érzékelik a befektetések potenciális megtérülését, ha nem látnak fantáziát az adott hely jövedelemtermelésében, akkor lehetnek bármilyen vonzó látnivalói, tökéletesen marad a terület. Természetesen a turizmus a tevésgazdaság körülményei között is működik – erre láthatunk példát a szocializmus egzsztálása során – de abban a piaci mechanizmusokkal szemben az állam szabályozó szerepére helyeződik a hangsúly. A turizmus gazdasági környezetének és hatásainak témája – hasonlóan más környezeti elemekhez – egyenástól nehezen elválasztható, de mégis külön kell róluk tárgyalni, mert a környezet egy teoretikus szintenfelvétel képvisel, egy olyan keresszmetstet ad, amelyben a hatások jelentkezik és mérhetők. A gazdasági környezet természetesen nemcsak a vállalkozói, hanem a gazdaságpolitikai szinten is képviseli, ebből is jól látszik, hogy az egyes környezeti elemek milyen mértékben fónódnak össze a turizmussal. A mikro- és makrogazdasági környezet normális működése esetén a turizmus termelte jövedelmek az egyes háztartások és az állami, önkormányzati szinten egyaránt hozzájárulhatnak a bevételi forrásokhoz. A turizmus gazdasági környezetét mikro szinten azok a vállalkozások képviselik, amelyek a kínaiati oldalon megjelenve a vonzerők, az infra- és szuprasztruktúra üzemeltetésén, működésén keresztül érhetők tetten. Ezen kívül minden olyan vállalkozás a turisztikai szaklapoktól, a mezőgazdasági termelőkön, az oktatáson keresztül, a különböző hungarikumokat előállító termelővállalatokig ide tartozik, amely közvetve szolgálja a turizmus érdekeit. Az ő gazdasági sikereiket is befolyásolja az az öter, amelyre alapozzák a vállalkozásukat, e mellett tökérejük, innovációs képességük, szakmai felkészültségük, kitartásuk azok a tényezők, amelyek a kínaiati minőségi elemekben ötenek tetter. Makro szinten a gazdasági környezet a területi és az állami szervezetek gazdaságpolitikájában jelenik meg. Elsősorban a helyi adóknban, a társadalombiztosítási jogszabályokban, az áfa-ban és az állami támogatásokban mutatkozik meg.

A turizmus rendszerének működésében a gazdasági környezet legkisebb rezonanciája is megérződik a piaci mechanizmusokban. Ha például valamilyen kényszerítő erő hatására (az időjárás következtében rövidül a szezon) a vállalkozások elvtelen profitmaximalizálásra töreksznek, akkor ez azonnal hatással lesz az árakra és esetleg felborulhat az ár-érték arány, ami rövidesen tasztítani fogja a látogatókat (lásd Balaton). A kereslet elmaradása számos tényezőre visszavezethető, de a gazdasági okok közül kiemelendő a kindulási állomás lakosságának elszegényedése, valutájuk vásárlóerejének csökkenése, amelynek következtében a célállomáson lévő vállalkozások is tönkremehetnek. Ha makrogazdasági szinten kívánjuk vizsgálni a rendszer működését, megállapíthatjuk, hogy egy áfa-változás azonnal kihat az árakra, de az állami támogatások növelése is megkötö-

A turizmus társadalmi környezetének értékelése kettős megközelítést igényel. Egy adott hely lakossága egyrészt képviseli azt a fogadóközeget, amelyben az oda látogató turistáknak el kell igazodniuk, másrészt potenciális turistaként értelmezhetők abban a tekintetben, hogy ők megrendelőként lépnek fel a helyi közvetítő szektorban. Fogadóközegként való viselkedésük, vagyis a társadalom jellemzőit meghatározza a politika (itt is kimutatható a korábban jelzett környezeti összefüggés), mert alapvetően másképp épülnek fel a szocialista és a polgári társadalmak. E mellett meghatározó lehet a vallás, a társadalom történelmi fejlődése vagy az identitás. Egy társadalom leírását segítő mutatók lehetnek a mobilitás (kasztrációs rendszer Indiában), a foglalkoztatottság (a nemzeti közti munkaerővándorlásban való részvétel), a bűnözési ráta, a tolerancia szerepe, az oktatás, az urbanizációs foka, a különböző demográfiai jellemzők, a család szerepe és az egészségi állapot. Az emberi társadalomnak különböző formáit különíthetjük el, amelyek közegét jelenthetik a turizmusnak. Vadászó és gyűjtögető társadalmak legfeljebb „Az istenek a fejükre estek” című mozifilmben jelennek meg, ezek reprezentánsai esetleg idegenforgalmi vonzerőt is jelenthetnek, mint a Himba családok Namíbiában. A modern kor ipari termelésre vagy szolgáltatások nyújtására épülő társadalmakban fontos szerepe van a szabad vállalkozásoknak, az emberek többsége városokban, nagyvárosokban él, elkülönült politikai közösségek jellemzik a működésüket. Az úgynevezett harmadik világban az emberek többsége hagyományos termelési módszerek segítségével mezőgazdaságból él, és rurális területeken lakik, a termékek jelentős részét a világpiacra értékesítik, egzisztenciájuk-

ban a tervezettség és a szabad piacgazdaság egyaránt érvényesül. A turizmus szempontjából azok a társadalmi formációk tekinthetők optimális környezetnek, amelyekben a lakosság egyrészt rendelkezik az utazásához szükséges feltételekkel, ugyanakkor olyan életszínvonalat testesítenek meg, amely képes az odaérkezők tartózkodásának kellőképpen

A politikai környezet szerepe a turizmus eredményes működésében elsősorban a szabályozás, a határolás, a vizsgált funkcióhoz való viszonyulás révén jelentkezik. A határolás az egyének vagy csoportok azon képessége értendő, amely által érvényesíteni tudják szempontjaikat és érdekeiket akkor is, ha mások ennek ellenállnak, ehhez megfellelő eszközökkel rendelkezik. A politika a modern államok mindegyikében kialakította a maga viszonyulását a turizmushoz, ez az állampolgárok szabadidejének szabályozásától egészen az utazási kedvezmények nyújtásáig terjedően ölthetett testet. Az úgynevezett jóléti politikát folytató államokban, mint amilyenek sokáig eklátás példája volt Svédország, a turizmus jelentős támogatást kapott a határolástól. Ez elsősorban közvetlenül az állampolgárok mindennapi életében jelent meg, mivel az volt a kormányzati cél, hogy a dolgozók minél szélesebb rétegei jussanak hozzá a turizmusból származó előnyökhöz, így minden lehetséges eszközzel, kedvezményekkel igyekeztek megteremtteni a szolgáltatásokhoz való hozzáférés kiszélesítését. Tehát a turizmus elsősorban a jólét részeként jelentkezett. A tradícionális piaci társadalmakban, amelyeknek filozófiája a mindenki teljesítménye szerint elvén alapul, kevesebb hangsúlyt fektetnek az elesettek, a perifériára szorultakra, a turizmus javaiból az részesül, aki ezt képes megfizetni. Tehát a turizmus elsősorban üzleti funkció, mert a határolás befolyó bevételekre koncentrált. A diktatúrákban a turizmus politikai támogatása azt a célt szolgálta, hogy az állampolgár szimpátiáját megszerezze, amíg tudni, addig sem gondol a szabadságjogainak érvényesítésére, ezzel a rendszer elkötelezettségével oldották meg. Ezek persze kristálytisztá modellek, a gyakorlatban értelemszerűen összemossódhatnak. A politikai környezet, amelynek elválaszthatatlan része lesz a 14. fejezetben önállóan tárgyalandó turizmuspolitika, különböző szinteken jelenhet meg, így helyi, területi, regionális és állami politikákról beszélünk. A politikai környezet van a többi környezeti elemre leginkább befolyásoló hatással, mivel a döntéshozók bármely szándéka érzékenyen érintheti a turizmust. A politikai környezet jogszabályokban, ideológiában, mentális környezetben és

intézményekben manifestálódik, megmutatja, hogy milyen mélységig kíván a politika behatolni a turizmusba, mennyire akarja azt átpolitizálni, illetve segíteni.

8.4. A turizmus technológiai és természeti környezete

Lexikai megközelítésben a technológia leginkább azon eljárások összeségét jelenti, amelyek az ember anyagi javainak előállítására, környezetének átalakítására alkalmasak, de hétköznapi szóhasználatban ide értjük az ehhez szükséges műszaki felszereléseket, berendezéseket is. A turizmus technológiai környezetének kérdése legérőteljesebben az utazások történetének tárgyalásánál kap teret, amikor az egyes technikai eszközök szerepének fontosságát tárgyalja a szakirodalom. E helyen elsősorban azokra a napjainkban is tetten érhető technikai és technológiai elemekre koncentrálnunk, amelyek lehetővé teszik, illetve elősegítik a turizmus eredményesését. Ez sok esetben az alap infrastruktúra részeként jelenik meg azzal a különbséggel, hogy a turisztikai szerep hangsúlyosabbá válik, de köthet a vonzerőhöz, vagy az infra- és szuprastruktúrához egyaránt. A turizmus technológiai környezete nagyon sokoldalú, alapvetően a közlekedést, az információtárolást, a turisztikai tevékenységeket elősegítő felszereléseket és a szálloda-, vendéglátóipari eszközöket jelenti. Értelmezési köre egészen a kempingezésben és a kalandtúrázásban testet öltő nomadizációtól a luxusigények kielégítéséig tart. A turizmus egyik attribútumával, a helyváltoztatással kapcsolatos technika alapvetően a közlekedési eszközökben jelenik meg. A modern világban elengedhetetlen, hogy az adott desztinációba a lehető leggyorsabban és legkényelmesebben juthasson el az utazó, ez nem feltétlenül jelenti a repülőgép privilégiumát, de természetesen a repüléstechnika biztosítja a leggyorsabb sebességű utazást azokra a célállomásokra, amelyek polgári célokat szolgáló repülőtérről rendelkeznek. Napjaink legmodernebb gépei 800-900 kilométert képesek megtenni óránként, a polgári légi közlekedés történetében az eddigi csúcst az 1976-ban forgalomba helyezett Concorde-ok érték el, amelyek a Párizs (London)–New York közötti útvonalon a hangsebesség kétszeresével repültek keresztül az Atlanti-óceánra. A szárazföldi utasközlekedésben a mágnesvasutak képviselik a rekordereket, a járműveknek az elektromágneses technológiának köszönhetően a Sanghajban felépített vonalon már sikerült elérni az

500 km/h sebességet. A hétköznapiakban azonban a korszerű villanyvon-
 tatósu vasutak, a távolsági autóbuszok és a szárnyasahajók jelentik a nem
 individuális mozgás segítőeszközöket. A közlekedési technológia része, hogy
 megfelelő fogadóállomásokkal, repülőterekkel, pályaudvarokkal, kikö-
 tőkkel rendelkezzem az adott desztináció. Mindemellett jelentős szerepet
 kap a biztonság. Egyelőre nem beszélhetünk balesetmentes közlekedésről,
 de éppen a technológia biztosíthatja, hogy a kockázatokat a minimálisra
 redukáljuk. Ahogyan a vevők az egyszerű gépkocsivásárlásban is egyre
 nagyobb hangsúlyt fektetnek saját maguk és családjuk biztonságára, úgy
 a turizmust szolgáló gépjárművek esetében még nagyobb szerepet kap ez
 a tényező, terjednek a terepjárók és az egyszerű autók. Az utazás fáradtsá-
 gos tevékenység, a turizmusban ez éjszakákban átnyúlóan is jelentkezhethet,
 leg hosszabb repülőút átszállásokkal meghaladhatja a 24 órát, így a ké-
 nyelem is egyre inkább fontos szemponttá válik az utazásokban. Üzleti
 oldalról közelítve azt is meg kell említeni, hogy a közlekedési eszközök
 tervezésénél azok kapacitására is jelentős hangsúlyt helyeznek, mert így
 ugyanarra a járatra az utasoknak akár a többszöröse is elhelyezhető.

Napjaink rohamos motorizációjának köszönhetően a parkolási rend-
 szerek kérdése az egész világon sürgetővé vált. Már nem egyszerűen par-
 kolásról, hanem parkolás-gazdálkodásról kell beszélünk. Ennek célja
 kettős: egyrészt kezelhetővé teszi az adott térség lokális gépjármű-elhelye-
 zési igényeit, szabályozási, ellenőrzési helyzetet teremt a kereslet-kínálat
 figyelembe vételével. Másrészt eszközként szolgál a közlekedési rendszer
 egészének befolyásolására. A turisták gépkocsijait parkolókbá kell irányí-
 tani, ott a fizetést megfelelő technológia révén biztosítani. A gépkocsi-
 való közlekedés elengedhetetlen kelléket képezik a segélykérő rendszerek,
 amelyeket elsődlegesen az autópályák mentén telepítenek.

A közlekedés mellett a turizmusban megkerülhetetlen a kommunika-
 ción technológia tárgyalása. Tekintettel arra, hogy a turizmusban az infor-
 máció lényeges elem, így annak áramlása, közvetítése akár a marketing,
 akár az utazásszervezés, akár bármely operatív feladat végrehajtása szem-
 pontjából nélkülözhetetlen. Az információcsere folytathat a hagyományos
 telefonkábелеken, a mobilhálózatokon vagy a legkorszerűbb Internet se-
 gítségével. Kevesen tudják, hogy az Internet több mint harminc éves múlt-
 ra tekint vissza, a turizmusban azonban csak a 90-es években kezdtek
 széleskörűen felhasználni. A személyi számítógépek megjelenése korsze-
 rűsítette a számlázási, nyilvántartási eljárásokat.

Talán a konkrét turisztikai tevékenységet biztosító technológia változott legkevésbé az elmúlt évtizedekben, e téren sokkal inkább minőségi javulás ment végbe. Az aktív és a kalandturizmusban használt felszerelések többségének alapjai a történelmi korban is jelen voltak, mára ezek jelentősen korszerűsödtek. Ha ma betérünk egy szabadidős szaküzletbe, láthatjuk, hogy az ár és a minőség tekintetében mekkora különbségek vannak ugyanazon funkciójú termékek között. Egy mindennapi viselésre szolgáló bakancs és egy túrabakancs viszonylatában ötszörös árdifferenciát is tapasztalhatunk, ez a benne rejlő anyagra és kényelmi megoldásokra vezethető vissza.

A szállodaipari és vendéglátó berendezések egyrészt biztosítják a vendégek kényelmét, másrészt megkönnyítik a szolgáltatást végzők munkáját. A mágneskártyás ajtónyitó rendszerektől, az energiatakarékosságot biztosító megoldásokon át egészen a zártláncú televíziós hálózatokig a vendégek lépten nyomon találkozhatnak a legújabb technikai megoldások beépítésével. A vendéglátó egységek konyháiban pedig csak a legjobban felkészült, az elektronikus berendezésektől nem idegenkedő szakácsok képesek eligazodni. Amikor belépünk egy szálloda hipermodern felvonójába, ritkán gondolunk arra, hogy ezeknek a szerkezeteknek a megalkotását a városközpontok mérregdrága telkeire épülő áruházak és szállodák emeleteseedésének kényszere váltotta ki (az első személfelvontó 1857-ben New Yorkban a Haughwout áruházbán helyezték üzembe, ez még gőzmeghajtással működött, de 1889-ben már elektromos lift járt az ugyan-csak New yorki Demarest Buildingben).

A természeti környezet fontosságának felismerése megközelítőleg egy-ötös a turizmusról való teoretikus gondolkodással. Az ökológiát, az élőlények és környezetük kölcsönhatásait vizsgáló tudományt egyesek a természet gazdaságtanának, mások az ökoszisztémák biológiájának nevezik. Csak a XX. század második felére válik egyértelművé, hogy a túlnépesedés, az élelmelési nehézségek, a környezetszennyezés és az ezzel összefüggő társadalmi, politikai kérdések ökológia helyett az ökoszisztéma megnevezés tekinthető a leginkább pontosnak, ami nem más, mint egy adott terület környezeti tényezői és élőlényei közötti kölcsönhatásokat tartalmazó funkcionális egység. Az ökoszisztéma magába foglalja mindazokat az életről és élő komponenseket, amelyeken keresztül a tápanyagforralom és az energiaellátás megvalósul. Az ökoszisztémák rendszert az

érett, stabil (szaknyelven klímáx) állapot irányába haladnak, állapotuk egyre komplexebbé válik. Az ökoszisztémák hasznosítása során a klímáx állapot bekövetkezését kíséltetik. Minden ökoszisztémában véges a környezet, illetve a megköthető energia mennyisége. Az ökológia mint tudomány sok tekintetben hasonló a turizmushoz, erős multidiszciplinaritást mutat. Az ökoszisztémák oly mértékben összetettek, hogy azok turizmusorientált vizsgálatára csak az ember, a természet és a társadalom viszonyrendszerében valósulhat meg, tehát egyfajta humánökológiai szemléletet feltételez. Az életlen környezet és az élőlények kölcsönhatásaival foglalkozik az ökofiziológia. A geoszféra és a bioszféra alkotja az ökoszférát, vagyis a Föld legnagyobb ökoszisztémáját. Az ember akár turisztikai tevékenysége révén is beavatkozik az ökoszisztémák fejlődésébe. A turizmuselmélet által használt természeti környezet magába foglalja az élő és életlen természet azon elemeit, amelyek közvetve vagy közvetlenül hasznosításra kerülnek, illetve amelyekben a turisztikai tevékenység hatással kimutatható. Legszűkebb értelmezésben ilyenek a különböző természetvédelmi területek, a tájvédelmi körzetek és a nemzeti parkok. Valóban a táj, a kultúrát is beleértve, a turizmus természeti környezetének részeként tanulmányozható.

A turizmus fejlődéstörténete I.

(Az utazások története)

9.1. Az ókori utazások

A turizmus történetének vizsgálata nem tartozik a turizmusstudomány szisztematikusan művelt kutatási témái közé. Annak ellenére, hogy e tárgykörben számos áttekintés született, a modern értelemben vett, rendszeres és szervezett turizmus korát megelőző időszakra vonatkozóan első sorban az utazások történetéhez kötődő, egy-egy utazóval kapcsolatos mozzanatot megjelenítő tanulmányokkal találkozhatunk. A magyar nyelvű publikációkban szinte teljesen fehér foltnak számít ez a téma. A turizmus történet a sajátossággal bír, hogy belőle minden szakterület teljes képviselője kimaaszolazza, azokat az eseményeket, amely az általa tárgyaltak történeti hitelességet támasztják alá (részben erre vezethető vissza, hogy máig nincs egységes turizmus történet). Az utazási iródások mindenben ott látják a szervezés gyakorlatának csírát, a szálllodaismeret tanár pedig minden barlangot, szérűt és várkastélyt a szálloda potenciális elődjének tekint. A turizmus korai, a modern korszakát megelőző történetét a vájárólában nem más, mint a társadalom-, a művelődéstörténet egy-egy vonala vagy a közlekedési eszközök fejlődéstörténetének egy-egy szála, amely ugyan nem áll meg a XIX., más értelmezésben a XX. század derekán, de a jelenség kiterjedtségének szűkös volta miatt az általunk hordozott mozzanatokra nagyobb hangsúly helyeződik. A négykerekű kocsi XIII. századi feltalálása – önmagában való jelentősége ellenére – kevésbé járult hozzá az utazások volumenének megváltozásához, mint a sugárhajtóműves repülőgépek, mivel a turizmus tekintetében a társadalmi beágyazottsága teljesen eltérő volt. Előzőnek az utazások történetében, utóbbinak már a turizmus történetben van kimutatható szerepe. Az elkövetkezendőben nem kívánunk a teljességre törekedni, sokkal inkább az egyes történelmi korok lényegéből (társadalmi, gazdasági jellegzetességeiből) fogunk kiindulni.

Egy-egy epizód kiemelésével annak a célkitűzésünknek kívánunk megfelelni, hogy sikerüljön bemutatni a mai turisztikai termékek elődeit, rámutatunk azokra a valós tényezőkre, amelyek már több száz vagy több ezer évvel ezelőtt is jelen voltak az emberiség helyváltoztató mozgásában. Elsősorban a motivációra és az utazási tevékenységre helyezzzük a hangsúlyt, miközben nem hagyjuk figyelmen kívül a mobilitást lehetővé tevő technikai újdonságok körülfarását sem.

Annak ellenére, hogy az emberiség történetének hosszúra sikeredett hajnala bőséges alkalmat kínálna a helyváltoztatások bemutatására, ezt az időszakot nem tekintjük az utazások történeti elődjének, mivel nem volt jelen az az állandó település, amelynek alkalmankénti elhagyását környezetváltozásoként értelmezhetjük. A **nomadizmus** magának az egész emberiségnek a sajátja volt, minden közösség állandó mozgásban volt, ez azonban sem a szabadidőhöz, sem a hivatás végzéséhez nem kötődött, pusztán az életben maradáshoz szolgált. Igaz, hogy a Közel-Keleten az első állandó, egymástól független települések már a **neolitikumban** megjelentek (a mai Kurdisztán területén lévő Dzsarmóban 150 fő, Urban pedig 34 000 fő élt), ezekben a munkamegosztás még nem állt azon a fokon, amely lehetővé tette volna a szabadidő bármely csíráját. A **mezopotámiai civilizációk** Kr.e. 3100-3000 körül már az első fejlett emberi kultúra leányomatait tükrözik. Hammurápi törvénykönyvében bizonyos társadalmi különbségek és specializálódó szakmák érhetők tetten. A Nilus, az Indus, a Hoangho menti potemiikus civilizációkban városok alapítására kerül sor (a városi települések a modern turizmusban kapnak majd igazán kitűnő tetert szerepet), ezek a kereskedelemi és hatalmi központok a tagolt társadalom és a fejlett munkamegosztás bizonyítékai, továbbá a kommunikációnak, a nyelvhasználatnak, a kultúrának, a vallási és közösségi életkifejeződésének színterei. Miközben alig rendelkezünk utazásaikkal kapcsolatos ismeretekkel, majd minden fennmaradt alkotásuk turisztikai vonzerevé vált. **Kréta és Mükéné** szerepét azért kell hangsúlyozni, mert az a kor, amelyhez virágzásuk kötődik, kapcsolatban áll a Trójai háborúval, az első olyan történelmi eseménnyel, amelyről szóló szépirodalmi emléken túl fel a *Homérosz* előtti kor kalandozó világa. Az Odüsszeia hozzájárult ahhoz, hogy betekintést nyerjünk a vendéglátogadás egykori kultúrájába, meggyőződhetünk arról, hogy a görög városállamokban az idegenekben vendég is volt, akire Zeusz gyermekékként tekintettek. Ami a technikai előzményeket illeti, nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy a fá-

raók birodalmában, Egyiptomban már papiruszcsonakokat, sőt evezős, vitorlás facsónakokat használtak. A sumérok pedig ismerték a kereket.

Ha az ókori Európa két legerősebb civilizációját, a görög és a római világot a turizmus szemszögéből vizsgáljuk, láthatjuk, az utazások többsége a hivatás végzéséhez kötődik, de e mellett számottevőek voltak az egészségszéhez, a sporthoz vagy a vallás gyakorlásához kötődő önkéntes helyváltóztatások is. *Hérodotosz*, a görög földrajztudós (Kr.e. 480 – 421) írtérszámban korunk pszichológusait megelőzve számol be a motivációkról. Mind az alap infrastruktúra, mind a turisztikai infra- és szuprasztruktúra elemei már megvoltak, ezekről a görög és a római történetírásokból is képet kapunk. A görög városállamokban találkozhattunk a vendégháza-rátság intézményével. Ez a távoli idegen házában szállást, ellátást biztosított, továbbá erkölcsi és politikai védelmet is nyújtott. Ennek tárgyiasult jele az ún. *symbolon* volt, amelyet kettétörttek és ezzel igazolták magukat a vendég a vendéglátója előtt. Ezt a meghívólevél vagy a vízum ősenek is tekinthetjük. A Római Birodalom 300 ezer kilométer hosszúságú úthálózattal rendelkezett. Kiterjedt közlekedési hálózatát a *cursus publicus* intézménye felügyelte, amely információval is szolgált az utazók részére, sőt a hajójáratokra foglалásokat is intézett. A rómaiak gyakran utaztak görög városokba is. A görög *Pansanias* 170-ben utikönyvet írt Görögországról a római utazók számára, amelyben részletesen bemutatja az épületeket, szobrokat, azok történetét, mítoszait. Az ókorban is jelentős szerepe volt a szabadidőnek, amely a bölcsék szerint a munka alóli menesztést, a tudás megteremtésének alapját jelentette. Az összehasonlító nyelvészet rámutat arra, hogy a legtöbb nyelvben elterjedt iskola szó görög előzménye, a *scholē* eredetileg szabadidőt jelentett.

A kereskedelem és az igazgatást szolgáló utazások mellett a pihenést, a kikapcsolódást célzó utak is jelen voltak. Ezekben az uralkodók és közvetlen környezetük mellett tehető városalakók vettek részt, akik megengedhették a tengerparti fogadókban való üdülést, vagy saját nyaralók is voltak. A Róma és Nápoly közötti partszakaszon ma is számtalan nyaraló romja megtalálható (Baiae, Puteoli, Cantibus, Pompei). A római amphiteátrum, a Colosseum több tízezer ember befogadására volt alkalmas, az előadásokra, amelyekre távoli földről is érkeztek, oda kellett utaztatni és ki kellett szolgálni a nézőket. Kr.e. 776-ban az első olimpiai játékokra messzi területéről érkeztek látogatók. Ezt tudatosan szervezték, lovasbírnokok járták be a vidéket (*spondorophoi*). Olympia mellett Delphiben

rendezték a pythiai játékokat, amelyeken atlétikai versenyek és zenei ünnepek is voltak, ismertek a nemeai lovasjátékok, vagy a korinthusi isthmosi játékok, ahol irodalmi versenyeket rendeztek.

Már *Hippokratész*, a híres görög orvos is ajánlotta a kortársaknak a betegségek gyógyfürdőikben, hőforrásoknál való orvoslását. Hymara gyógyereje *Pindaros* egyik ódájában is megjelenik, Castilla nevét *Hérodotosz* említi, Epidiszoszról pedig *Plutarkhosznál* olvashatunk. Edipszosz környékén a kényelmes szállások kínálata, a vendégbarátság és a templomok előcsarnokában való éjszakai egyaránt jellemző volt. A római fürdőkultusz a város 854 népfürdőjére és 14 luxusfürdőjére épült. Természetesen nemcsak a fővárosban, hanem a biródalom más területén is voltak fürdők, köztük Aachen, Baden bei Zürich, Visy, Aquincum voltak a legismertebbek. A már említett Baiae üdülőhelyen kényes hévizforrásokra épülő szanatóriumok álltak, ahol a gyógyulás mellett az élet minden gyönyöre rendelkezésre állt. Plutarkhosz munkájában arról számol be, hogy az ingatlanárak emelkednek Bataien. Euboea szigetén Aszklepiosznak, az orvosok istenségének szent ligetében volt az egyik legelőkelőbb fürdőhely. Az ókori közfürdőkben, ahol a fürdőztetés technológiája is ki volt dolgozva, hideg és meleg vízi medencék, gőz és masszírozó terem is várta a felüdülni vágyókat.

9.2. A középkori utazások

Az ókor végét jelentő 476. évi egyházszakadást követő évszázadok, vagyis a korai középkor a bezárkózást, az elszigetelődést hozta Európa leg több társadalmi számára. A korábbi pezsgő, dinamikus élethez képest a csend időszakát követtek. Annak, hogy az utazásokban részt vevők száma az időszaka következtet. A középkori utazások megértéséhez elend fenntartott egységes úthálózat fokozatos enyészete, hanem számos társadalmi változás is okán szolgált. A középkori utazások megértéséhez elendghetetlen a feudáliszmus két intézményének, a *röghöz kötés* és a keresz-ténység szerepének tisztázása. Előbbi azt jelentette, hogy a jobbagysoiban élő társadalom jelentős része eleve ki volt zárva az utazásokból, mivel a maga és családja egzisztenciáját jelentő földművelés nem tette számára lehetővé az uradalom elhagyását. A keresztenység középkori interpretációja, a szigorú erkölcsi normák betartásának igénye pedig viszonylag szűk határokat szabott a földi élet gyönyöreinek átélésére, a korábban jellemző hedonista életstílust büntetni rendelte (az inkvizíció könyörtelen volt), vele szem-

ben az aszketikus életvitelt támogatta. Az egyház a visszafogottságot, a magába zárkózást, a stabilítást hirdette. Az intenzív vallási élet azonban aktivizálta a **zarándoklatokat**, amelynek biztosítása hozzájárult a keresztes hadjáratok számának megszaporodásához. A feudalizmus nemcsak a rög-höz kötést szorgalmazta, hanem a társadalom belső mobilitását is teljes mértékben gátolta. Ennek következtében az a réteg, amely részt vett az utazásokban, nagyon keskeny volt, szerezcsére nem annyira, hogy a történetírás vagy a szépirodalom ne őrizte volna meg ezeket az eseményeket. Annak ellenére, hogy az időjárás, de leginkább az egyházi ünnepek számos pihenőnapot biztosítottak az agrár és a kézműves társadalmi rétegek számára (megközelítőleg az év 1/3-a szabadnap volt, maga az angol kifejezés: *a holidays* – is abból ered, hogy a szent napokon pihentek az állampolgárok), azok nem serkentették a helyváltoztatással együtt járó időtöltést. A hivatásturizmushoz kapcsolódó utazások a **királyok és a főurak udvartartásának** helyváltoztató mozgásában, a nemesek választáson, rendi gyűléseken való részvételében merültek ki. A papok az egyház különböző tanácskozásaira, jelentősebb döntéshozó fórumaira utaztak. Mivel az egyházi személyek közel egy évezreden keresztül a kultúra egyetemes és kizárólagos hordozói jelentettek, az utazásaik alapvetően befolyásolták a társadalmak műveltségképét. A már említett zarándoklatokat a vallásos ábrítat mellett sokszor a kíváncsiság, a mindennapokból való kiszakadás igénye is motiválta. Zarándoklatot egy egyházi személység is előírhatott a bűnök, a mulasztások vezeklése végett, de körlevelek is népszerűvé tehettek egy zarándokhelyet. A középkor vége felé a segítségkérés, vagy egy fogadalom (pestis, földrendés, aszály elkerülése) teljesítése is szerepet játszhatott benne, sőt az egyéni problémák is motiválhatták (betege-ség, szerezcsétlenség, remények az élet sikereiben). A zarándoklatokat később már komoly szervezés előzte meg (Santiago de Compostella, Jeruzsálem, Róma). A középkori erkölcsi normák kötelezőnek tartották a bőszerű vendégiszteretet, ebben a kolostorok élen jártak. Még nem voltak szabályos térközökben vendégfogadók, a gyalogosan utazók, ha rájuk esteledett, oltalmat kértek az útjukba eső első házban.

A XI. századtól rendszeresen megrendezésre kerülő vásárok a hivatásos kereskedők időszakos találkozó helyeit, a nagy tételben való csere központjait képviselték. A XII-XIII. század champagne-i vásárai összekötötték egész Európát, többek között Italia és Flandria vándorkereskedőinek voltak a találkozóhelyei, árucseréjük csomópontjai. A tengerhajózás új-

ből fellendülésének köszönhetően a XIII. századtól kezdődően a földközi-tengeri forgalom vált a középkor kereskedelmének egyik hajtőerejévé, s ebből a legnagyobb hasznor Itália városai húzták. A levantei (azaz a Mediterráneum keleti partvidékén fekvő országokra kiterjedő) kereskedelmet Velence és Genova irányította, ez pedig döntő befolyást szerzett a Konstantinápolyon (ma Iszambul) keresztül haladó, a Fekete-tengeren át Kínáig eljutó áruforgalomban is. A korszak egyik legnagyobb utazójaként *Marco Polo* velencei kereskedőt tartják számon, aki 1271-1295 között bejárta Ázsiát, 17 évet töltött a mongol kán udvarában, kalandjairól az „II milliónc” (A millió) című könyvében számol be⁴. A földrajztudomány klasszikus művének számító útleírásokat különösen a felfedezések korának utazói hasznosították. A kereskedelmi célú utazásokban fontos momentumot jelentett, hogy a XIV. században már rendszeres hajóútakat indultak Brügge-be, ahol a levantei kereskedők árúikat (fűszerek, illatszerek, olajbogyó, drágakő, selyem) a Lübeck irányította Hanza városok által forgalmazott termékekre (vörösréz, vas, hal, vaj, fa, bor, só, sör és vászon) cserélték.

Ne feledjük, hogy a **biztonság** komoly tényező volt már ekkoriban is, az állandóan zűrzavaros belpolitikai és nemzetközi viszonyok következtében zajió katonai konfliktusok, a haramiák rablótámadásai a karaván-közlekedés kialakulását eredményezte. Az ókori **fürdőkultusz** visszaesik, a megmaradt vagy az újólag létesített fürdők a szerzetesrendek kezelésébe kerülnek át. Itt már azonban nem a társas érintkezés örömeinek színhelyeiről van szó, hanem a pusztá gyógyulás marad az egyetlen funkciójuk. A középkor utazói között találhatjuk az úgynevezett **céhlegényeket**. A céhek a kézművesek és kereskedők kölcsönös segítségnyújtási és szakmai érdekvédelmi szövetségét jelentették. Míg a kereskedőcéhek településenként, a kézművescéhek szakmánként szerveződtek. A kézművescéh alapelve az inasrendszer volt, mert az tette lehetővé a szakmai ismeretek és hagyományok átöröklését, amitől a céh sikere függött. A családok sokszor nagy összegeket fizettek a mestereknek, hogy inasként alkalmazzák a fiaikat. Mielőtt egy inas segédde válhatott, 7 évet kellett eltöltenie a mester mellett. A segédeknek lehetőségük volt arra, hogy a mesterű elkesztésével önállóssodjanak, a szakmát más városokban is el lehertt sajátítani. Ugyan-

14 Utabban kételek merültek fel azzal kapcsolatban, hogy Marco Polo valóban járt-e azokon a területeken, amelyekről beszámol, vagy esetleg mások élményeiből táplálkozva készítette urleírásokat. (A nyelvi lektor megjegyzése)

csak az oktatáshoz kötődnek az egyetemeken tanulók és tanítók utazásai. Párizs, Bologna, Oxford vagy Pécs jelentették azoknak az univerzitásoknak a székhelyeit, ahová messzi földről érkeztek a tudás iránt áhító diákok. A XV. század alapvetően megváltoztatta a középkor addigi világképét. A földrajzi felfedezésekkel a Földközi-tenger medencéje elvesztette ezeréves uralmát, egyre gyakrabban és egyre többen utaztak a Föld কিনcséért és a kulturális ihletért az óceánokon túlra. Amerika felfedezése (*Kolumbusz Kristóf*, 1492) és a portugáloknak Indiába érkezése (*Vasco da Gama*, 1498) volt az a két esemény, amely csúcspontját jelentette a XV. századi lelkes és bizakodással teli felfedezőutaknak.

Az újkor felé vezető út együtt járt az utazásoknak bizonyos társadalmi rétegekben történő rendszeres megjelenésével. Elsőként I. *Erzsébet* (1558–1603) kezdi arra ösztönözni az udvarához közel álló fiatal nemesembereket, az angol arisztokraták gyermekeit, hogy egy – mai értelemben is nagy – európai körutazáson vegyenek részt (*Grand Tour*), melynek során a kor kulturális központjait jelentő városokat keresnek fel. Ezt kezdetben egyfajta kísérletként, később divatként, majd rendszeres utazási tevékenységként lehetett értelmezni. A *Grand Tour* nem más, mint a nevelési folyamat utazással való befejezése, valójában egy tanulmányutakon alapuló tömegmozgalom, amely később Németországban, Itáliában és Franciaországban is elterjed, de a legtöbb résztvevő Angliából kerül ki. A három évig tartó utazás érintette Párizst, Torinót, Firenzét, Rómát, Nápolyt, Velencét, Bécsét, a Rajna vidéket és a Németalföldet. Neveseknek ajánlottak azokat a vezetőket, akikkel a fiatalok együtt utaztak. A *Grand Tour* alapfilozófiája abban állt, hogy aki világot látott, az jobban megtanulta megbecsülni Anglia alkotmányának értékeit, könnyebben megvaltozott a szigetország-centrikus gondolkodása. A fiatal arisztokraták gyakran ajánlólevéllel utaztak, hogy külföldön előkelő társaságokba juthassanak be. Az utazás kezdetben egyfajta kutatás volt, számos kérdésre kellett az utazóknak válaszolni, amelyek az akkori „utikönyvekben” is szerepeltek: Vannak-e hasznos ásványok a környéken, tisztelik-e a hivatalmokokat stb. A kiadványok vezérfonalul szolgáltak ahhoz, hogy miről tájékozódjanak az utazások során. A túrákat olyan tudományos expedícióhoz hasonlíthatjuk, amelynek célját a tudásszomj kielégítése jelentette (a motiváció a XVIII. századra megváltozik, történeti ismeretek és művészeti élmények megszerzése a cél, nem pedig adatgyűjtés) miközben a résztvevőknek fáradságos kalandokon kellett keresztül menniük.

A XVII. század elején kocikkal elvértve találkozhattunk, az utak továbbra is borzalmas állapotúak, a hidak életveszélyesek. Az utazások kényelmetlenek és rettenetesen drágák a haszonleső vendéglősök miatt. Korabeli feljegyzések szerint évente 15-20 ezer főnél többen nem vettek részt a Grand Tourokon, amelynek során nem kínáltak mai értelemben vett turisztikai szolgáltatásokat, az utazók sokszor menedékházakat használtak. A XVI-XVII. századi utazók a táj szépségeit még nem érzékelik. Elsősorban a jelen dolgait és a jövő lehetőségeit kutarták. Jellemző módon az Alpokat ekkoriban a világ legsivárabb vidékének tartották. Az európai hatalom egyik központjának számító Franciaországban Versailles és Párizs egyet jelentett a világeggyetemen, így olyan, a szakmájukban zseninek számító világhírességek, mint *Molière*, *Pascal* vagy *Lafontaine* alig mozdulnak ki az udvar bűvöletéből. Az információ iránt támasztott igény kielégítésében jelentős szerepet játszik a postakocsi megjelenése. 1669-től London és a szomszédos városok között már járt postakocsi (*diligence*), amelynek történeti jelentősége abban állt, hogy bizonyos rendszerességet, viszonylagos megbízhatóságot jelentett az azt igénybe vevők számára, mindemellett az esetek többségében kötött útvonalon járt. Persze még az 1700-as években is rengeteg kockázattal jár az utazás, sok az akadály és a veszedelem. Kényelmetlen postakocsik és rossz állapotú fogadók szolgálatát ki az utazni vágyó, vagy kénytelen emberek. Ekkoriban Párizs és Marsaille között 13 napig tartott az út.

Annak ellenére, hogy kezdenek az egykori és új fürdőhelyek éledezni, Aachennek, Badennek, Karlsbadnak vagy Spa-nak koránt sincs még akkor-ra kultusza, mint amekkora majd a XIX. században lesz. A XVIII. század közepe a tengeri fürdőzés felfedezésének kezdete. Ez arra vezethető vissza, hogy egy angol orvos, *Russel* 1751-ben könyvet ír a tenger gyógyító hatásairól. Az angliai Bath kezd a gazdagok exkluzív üdülőhelyévé válni, Brighton a tengerparti időöltés kedvelt színtere lesz.

9.3. Az ipari forradalmak korának utazásai

Az ipari forradalom értelmezésében és korszakolásában megélt történeti viták ellenére tényként kezelendő, hogy az emberiség történetében a XIX. század soha nem látott mértékű dinamikát hozott. Annak ellenére, hogy az ipari forradalom mind idő-, mind térbeli vonatkozásait tekintve egy erősen differenciált időszakát képviseli a történelemnek, a technológiai,

társadalmi, gazdasági és nem utolsósorban gondolkodásbeli változások Európa majd minden országában tetten érhetők. A népesség számának növekedése, a társadalom szerkezetének átalakulása vagy az urbanizáció folyamata jelentős mértékben hozzájárultak a szabadidőipar megjelenéséhez. Az emberiség történetének ezen periódusától kezdve az utazás lehetősége többé már nem tekinthető a természet erői által meghatározottnak, sokkal inkább a gépek biztosította energia és az emberi találékonyság szabja meg a távolság és a sebesség határait. Az elkövetkezendőkben az utazóknak nem kell a kedvező szélre, a dagályra vagy éppen a hó olvadására várni, a technika mindezen tényezőket fokozatosan háttérbe szorítja.

Az ipari forradalom Nagy-Britannia arculatát az 1800-as, Európát és az Amerikai Egyesült Államok tekintélyes részét pedig az 1900-as évek elejére alaposan átformálta. Az első világháború kitöréséig gyökeresen megváltoztatta a legtöbb európai társadalom élet- és gondolkodásmódját. A háziipar helyébe a fejlődő gyáripar lépett, a testi erőt lassan kiszorították a gépek, egyre inkább lehetőséggé vált a nemzetközi piacra történő termelés. Ehhez persze gyárakat kellett építeni, azokban korszerű gépeket kellett üzembe állítani, amelyhez jelentős tőkeerőre volt szükség. Ezt legáltalában a részvénytársasági forma biztosította, amely képes volt a közepesztályi tőkénél a bevonására, így az osztalékoknak köszönhetően a társadalom ezen rétegében is javult a szabadidő eltöltésének módjára befolyást gyakorló életszínvonal. E mellett nem szabad megfeledkezni arról, hogy a technikai fejlődés mérhető termelékenységet okozott, amely lehetővé tette a bérrek növelését, így fokozatosan kiszélesedett a szabadon felhasználható jövedelemmel rendelkezők köre.

Az iparosodás motorja a vasútépítés volt. A vasút egymástól távoli fekvő területek között teremtetett a korábbiakhoz képest gyorsabb és biztonságosabb összeköttetést. *Stephenson* magyarául „rakétának” nevezett gőzmozdonyának bemutatkozása (1817) valóban mérföldkönek számított az utazási technika történetében, de ahogyan a telefonkészülék feltalálása önmagában nem hozta volna meg a kommunikációs forradalmat (ehhez kellett a telefonközpont megalkotása), úgy a vasút közlekedésben legáltalában olyan fontos szerepe volt a vágyányokon alapuló hálózatok kiépítésének. A nagy erejű gőzmozdonyok és a több ezer kilométernyi vasúti sín iránti igény további fejlődésre serkentette az új gazdaság kulcságazatait. A gőzmozdonyoknak kezdetben a szénbányákban használatos csillék voltak, a társadalom volt szerepük, de első ízben 1825-ben már az angliai Stockton

és Darlington között személyeket is szállított, 1830-tól pedig Liverpool és Manchester között már rendszeres vasúti járat üzemelt. Először vált lehetővé az ember számára, hogy gyorsabban haladjon a legtöbb élőlénynél¹⁵. A tőkével rendelkezők szívesen fektették pénzüket vasúti részvényekbe, még akkor is, ha az évente csak néhány százalék hasznot hozott a számukra. Amíg 1840-ben 2700 kilométernyi vágány volt Európában, 1910-re – Oroszországot leszámítva – már 250 ezer kilométer. Az Alpokat a vasúti közlekedés megkönnyítése érdekében első ízben 1871-ben fűrták keresztül (Mont Cenis-alagút), a Gotthard alagút 1882. évi megépülésével pedig megvalósult a hegység északi és déli oldala közötti összeköttetés. A vasútvonalak hosszával együtt nőtt az utazás sebessége, megbízhatósága és kényelme. Az amerikai vasutakon már 1860-ban érkezési lehetőséget biztosítottak, 1870-ben megjelent a halókocsi, majd 1876-ban 58 kocsi-val megalkult a Nemzetközi Halókocsi Társaság. 1883-ban indult az első luxusvonat, az Orient Expressz, amely menetrend szerint Párizs és Konstantinápoly (ma Izrambul) között Európa első transzkontinentális vonataként közlekedett 1977-es megszűntetéséig (napjainkban nosztalgia járatként indítják Párizs és Bécs között). Keleti szönyegekkel, bársonykárpitjaival, mahagóni faburkolatával, puha spanyol bőrrrel behúzott, süppedős foreljaival és remek konyhájaival az Orient Expressz páratlan luxust és kényelmet nyújtott, olyan, amely még az uralkodókat is vonzotta. A távolság egyre kevésbé jelentett akadályt az emberek közötti kapcsolattartásban. Amíg 1800-ban a leggyorsabb (immár az utasfűlke rázkódását jelentősen enyhítő rugókkal felszerelt, John McAdamnak köszönhetően jobb minőségű utakon közlekedő) postakocsi négy nap alatt tette meg a London-Edinburgh távolságot, addig 1870-re ez az idő 12 órára csökkent. A XIX. század utolsó harmadában a tengeri közlekedés is nagy változásokon ment keresztül, a teher- és személyszállításban a fából készült vitorlás hajókat felváltották a vasból és acélból készült gőzhajók. A Szuezi-csatorna 1869. évi megnyitásának köszönhetően Afrika megkerülése nélkül lehetett Európából az Indiai-óceánra hajózni.

Az ipari forradalommal párhuzamosan zajlott az urbanizáció, az Európában gyorsan növekvő népesség egyre nagyobb arányban vált városlakóvá. 1750-ben Európa lakossága megközelítőleg 157 millió fő volt,

¹⁵ Korabeli feljegyzések szerint az orvosok arra figyelmeztették a vasúton utazókat, hogy az „ijesztő” sebesség károsan hathat az egészséguikre. (A lektor szíves megjegyzése)

1900-ra ez a szám 420 millióra emelkedett. Míg 1789-ben mindössze két igazi nagyvárostól beszélhetünk, az 1 milliót lélekszámú Londontól és a felmílt Párizstól, a XIX. század végén már 16 legalább egymillió fős népességszámú nagyváros volt Európában. Ezeket a városokat kezdetben, amennyire csak lehetett, gyorsan és olcsón építették, hogy elegendő házat emeljenek a rohamosan növekvő népesség számára. Így olyan alapvető városi szolgáltatások, mint amilyen az egészségügyi ellátás, a megfelelő vízellátás, az utcák tisztítása, hiányoztak. Mindennek elkerülhetetlen és tragikus következménye volt a tömeges járványok (kolera, hasfájás, to-rokgyík) ismétlődő felbukkanása. A XIX. század végén számos törvény kötelezővé tette a tisztább vízellátást, a hatékony hulladékgyűjtést és eltakarítást, továbbá az élelmiszerek és italok tisztaságának új kívánal-mait. Az energikus polgármesterek és a városi tanácsok virágzó település-részeket varázsoltak az egykori nyomornegyedekből. Az urbanizáció és a modern gyártipari termelés társadalmi sajátosságai, a munkavégzés mono-tonitása, pszichikai, fizikai fáradtságot okozott, a települések taszítólag hatottak az ott élőkre, ezért ők vágytak arra, hogy szabadidejüket a ter-mészetben töltsék. Ugyanakkor a városok a társadalom legkülönbözőbb rétegeire gyakoroltak vonzást. 1851-ben a Londoni Világkiállítást 6 mil-lió látogató kereste fel, ez már oly mértékű keresletet jelentett, amely jelen-tős szállodaépítési hullámot eredményezett. A jó fekvésű, gyakran a pá-nyudvarok mellett felelő városi szállodák megépítésének finanszírozói kezdetben éppen a vasúttársaságok voltak, az ő érdekében állt a szállás-helyek biztosítása révén a járatok kihatásának növelése¹⁶.

A XIX. században már nemcsak az értelem, hanem az érzelem is mo-tivációs elemként jelenik meg az utazásokban. A romantika a középkor-fele fordul, így a kereszténység történetének színhelyei válnak egyre in-kább keresette. Igaz, hogy a felvilágosodás korszakában már előkerül a természeti elmények fontossága (Rousseau), a kor embere számára Byron és Goethe utazásai jelentenek mintát (a reformkor meghatározó személyi-sége, gróf Széchenyi István is öket követi). Az említett költők mellett a faj-képfestők gondoskodtak arról, hogy a természet iránti érdeklődés megerő-södjön. A festészet olyan valós néha képzeltetbéli világba kalauzolta

16 A folyamat hasonlítás az első amerikai vidámparkok kitépüléséhez, amelyeket a városi villamosokat üzemeltető társaságok a járatok végállomásainak közelében építettek meg. (A lektor szíves megjegyzése)

el az érdeklődőket, amelyeket az eredeti helyszínen kívántak tovább élvezni. Romantikus uticélként jelenik meg Skócia, ahol *Walter Scott* regényeinek köszönhetően a természet új értelmet nyert.

A korszak elején elsősorban továbbra is az arisztokrácia utazik, de a XIX. század második felétől a polgárosodás megerősödése igen komoly változásokat hoz az idegenforgalomban. A kapitalizmus meggazdagodó polgársága, a burzsoázia átformálja az életformát. A középosztály uticélja a francia Riviera, Monte Carlo, a Rajna völgye és Svájc. Terjed az úgynevezett angliomania, az angolok utazása (parlamentarizmus, ipari termelés, férfidivat). Már ekkor sincs hosszas utazásokra idő, üdülni, pihenni, szórakozni vágyanak az emberek. A klasszicizmus már az emberen kívüli természet szépségét deklarálja, ami az iparosodásból és az urbanizációból is ered. A hegyvidék és a tenger kerül az utazások célpontjába, fokozatosan fejlődik a hegyi túrák iránti igény, kitépülnek a menedékházak (a Matterhorn meghódítása serkentőleg hat az alpinizmusra), terjed a síelés és a tengerparti fürdőhelyek (korábbi halászfalvak) felkeresésének szokása. Ebben az időszakban válik a német Baden-Baden népszerű fürdőhellyé (elsősorban kellemes klímájának és az ott folyó gyógykezeléseknek köszönhetően), illetve olyan teli üdülőhelyek, mint a svájci Davos vagy St. Moritz kerülnek be a köztudatba. A játék új értelmezést nyer (1858-ban nyílik meg a monte carli kaszinó, ekkor még a monacói herceg ingyen kínálja azokat a telkeket, amelyen villákat lehet építeni, de alig élnek vele), az utazás szenvedélyében megtalálható lesz a játék összes öröme: a kockázat, az akadály leküzdésére irányuló vágy. Megküzdéni az embert próbára tevő természettel. A polgár leginkább külföldön szabadulhat fel, mert ott a társadalmi béklyók nem húzzák vissza, az idegen nagyváros egy olyan semleges teret jelent a számára, ahol kiléphet a társadalmi és vagyoni helyzete teremtetten keretekből.

A XIX. század második felétől megkezdődik az utazás kommercializálódása. A vasút csak technikai lehetőséget jelentett, de ahhoz, hogy nagyobb tömegek vegyék igénybe, valakinek össze kellett állítani egy kényelmes és biztonságos utazást magában foglaló programot. 1841 júliusában az angol antialkoholisták Loughborough-ban kongresszust tartottak és a Leicesterben élő idősebb Thomas Cooknak (eredeti foglalkozását tekintve nyomdász) jutott az eszébe, hogy társai utazását különösebb ellenszolgáltatás nélkül megszervezze. Megállapodott a Midland Railway vasútársaság képviselőivel, akik vállalták, hogy 570 résztvevőt fejlenként 1 shillingért

utaztatnak. Thomas Cook az 1855. évi párizsi világkiállításra már üzleti alapon és nem holmi passzióból szervez utasokat, így az ő tevékenységét az utazásszervezés meg alapozásának is tekinthetjük. Mivel nagyon erős a kor emberében az individualitás iránti igény, idegenkedik a másokkal való együttutazástól, ezért Thomas Cook kialakítja a *Coupon system* nevű szolgáltatást, ami az egyénileg utazóknak is biztosítja mindazokat az előnyöket, amely eredetileg a társasutasoknak járt. Ezzel összefüggésben észleli, hogy a jól szituáltaknál vélt angolokat továbbra is előszeretettel zsákmányolják ki az európai szállodások. Ezért velük előre megállapodik az általuk kínált szolgáltatások áráról, és az igénybevételre feljogosító igazolást állít ki az utasainak, ezeket a Cook-szelvényeket pedig fizetés gyanánt fogadják el külföldön (ez tekinthető a *voucher* elődjének). A vállalkozást jellemzi, hogy 1890-ben már 1714 alkalmazottja volt a Thomas Cook utazási irodának. Az USA-ban ekkoriban alapozza meg máig tartó üzleti sikerét az American Express nevű vállalat, amely megalapítását (1841) követően csomag-szállítóként vált ismertté, a polgárháború után pénzzárlással foglalkozott, amely tevékenységéből a kereslet csökkenése miatt nőtt ki a saját pénzügyi vállalkozásának elterjesztése. A sikereket jól mutatja, hogy 1891-ben már Európában is elfogadták az általa kibocsátott *Travelers Cheques-et*. A statisztikák hiánya miatt nem tudni pontosan, hányan utaztak ekkoriban világszerte, de a szakértők százazres nagyságrendűre teszik a turistámban részt vevők számát.

A megalátogatandó területekről szóló információk terjesztése létrehozta a könyvkidás korában ismeretlen szegmensét, az *utikönyvpiacot*, amelyhez hamarosan a térképértékesítés is felzárkózott. Az első korszerű utikönyvek között tartják nyilván *John Murray* 1836-ban megjelent kiadványát, illetve az 1839-ben induló Baedeker sorozatot (a *Karl Baedeker* nevéhez fűződő vállalkozás népszerűsége abban állt, hogy kisebb méretben, vékonyabb papíron kínált hasznos információkat az utazni vágyók számára).

9.4. A XX. század első felének utazásai

A századfordulóra a vas és a gőz kora utat nyitott az acél és az elektromosság korának. A gőzvontatást fokozatosan felváltja a dízel és az elektromotoros vontatás, a gázvilágítást pedig – miután *Edison* kifejlesztette az izzólámpát, és *Tesla* tökéletesítette az elektromos áramnak nagy távolságokba történő továbbítását – a villany. A XX. század iparának egyik

fontos jellemzője az olcsón, nagy tételeiben előállító tömegtermelés. Ez tette lehetővé, hogy olyan a szabadidőeltöltést szolgáló, valójában a XIX. században kifejlesztett találmányok, mint amilyen a kerekpár (*Macmillan* 1839), a fényképezőgép (*Daguerre* 1839) vagy az autó (*Benz* 1885) egyre szélesedő társadalmi rétegekhez jussanak el. 1903-ban a kezdetben kerekpár-konstruktőrként tevékenykedő *Wright fivérek* az Amerikai Egyesült Államokban végrehajtottak az első irányított, hosszan tartó és önerejű repülésüket. Ettől kezdve a vízi és a szárazföldi mellé a légi közlekedés lehetősége is felzárkózik az utazásokban.

Amíg a századelőn a fél világ a luxussutazásokra lehetőséget nyújtó óceánjáró hajókról beszél (Titanic, Kárpátia), addig az időközben kirobbanó első világháború nem segíti elő az utazási vágy kibontakozását. A Párizs környéki békerendszer aláírását követően, a 20-as évektől azonban korábban soha nem látott méretekből lendül fel a turizmus. Ez egyrészt abból fakad, hogy a békében sokan ki akarnak szabadulni abból a környezetből, ahol korábban éltek, amely a háborúra emlékezteti őket. Másrészt a háborúban katonaként felfedezett tájakat és városokat békében is szeretnék megtekinteni. Amerikaiak százazottak látogatnak Európába, főleg olyanok, akik vallalkozásaik révén meggazdagodtak a távoli kontinensen folyó háborún, és kíváncsiak voltak Európára. Egy amerikai számlára az Európában tett körutazás során néhány nap alatt többször is megváltozik a nyelv, a vallás, a politikai rendszer, a konyha, ez a dinamikus változatosság elegendő vonzerőként szolgált. Korabeli statisztikák szerint 1930-ban az USA minden tízedik lakosa tett bel- vagy külföldi utazást. Ugyanakkor 1,24 millió angol utas lépett a kontinensre, illetve indult különböző tengerentúli országok felé. A külföldre utazó magyarok száma 380 ezer fő volt, esetükben fő úticélként Ausztria, Csehszlovákia, Olaszország és Jugoszlávia szerepelt. Figyelemre méltó, hogy ez az utas-szám a teljes magyar lakossághoz viszonyítva 3,3 százalék volt, közel annyit, mint amekkora arányt Németországban regisztráltak.

Az első világháború átrajzolja Európa térképét, de a társadalmi helyzet is alaposan átalakul (az arisztokrácia egyre jobban szűkül és tovább erősödik a középosztály, amelynek a vásárlóereje is nő). Ez a korszak a bel-földi idegenforgalom kiépülésének kezdetére, amely párosulva a valuta-váltságból eredő inflációval sok országban fellendíti a turizmust. Egyes államokban felerősödnek az emigrációs célú utazások, különösen a nagy gazdasági világválság idején. A két világháború között a termelékenység-

nek és az erősödő szakszervezeti mozgalmaknak köszönhetően fokozatosan csökkent a munkaidő, bár továbbra sem ritka, hogy a munkavállalók 12 órát dolgoznak. Komoly előrelépést jelentett a szabadidő szervezett megteremtésében, hogy 1937-ben az ILO¹⁷-nak számos, elsősorban európai országban sikerült elérnie a **fizetett szabadság** jogának elismerését. A terjedő kommunikációs technológia, a mozi és a rádió szélesíti a társadalom ismeretét, ezáltal felkelti az utazás iránti igényt.

Amíg a vasút kiszakította az embert a tájból, addig az autó visszaadja a vele való kapcsolat lehetőségét. A gépkocsikhoz való hozzáférés eltömegesedése annak köszönhető, hogy 1908-ban *Henry Ford* beindította a T-modell sorozatgyártását. Az autó ezt követően felmérhetően hatást gyakorolt a teljes műszaki szférára és a modern ipar egészének felépítésére. Az autó a második világháború kezdetére szerves részévé vált a nyugateurópai és az amerikai életnek. 1930-ban már 6,2 millió gépkocsi áthaladtát regisztrálták az USA-Kanada határon. Persze a gépkocsinak még koránt sincs akkora szerepe, mint amekkorát a század hatvanas éveitől kezdve nyer el, de 1914-ben a statisztika 132 ezer személyautót tart nyilván az Egyesült Királyságban, 1938-ban közel 2 milliót. Az autóbusz megjelenése is fontos körülmény, mert a vasúthoz képest rugalmasabb személyszállításat tesz lehetővé kedvezőbb áron. Mindezt elősegítendő az autópályák és autótutak kiépítése rohamléptekben halad. Ez az USA-ban a motelek kiépülésének időszakára, Európában pedig terjed a kempingezéséi laz.

Megváltoznak az **utazási célok**. Miközben tovább erősödik Svájc és Ausztria mint potenciális teli sportterületek iránti kereslet (a szállodák is inkább a hegyekbe húzódnak fel), Olaszországban már nem a kulturális központok, hanem a Dolomitok és Dél-Tirol vezet a leginkább látogatott területek listáját. A gyógyfürdőket – tekintettel arra, hogy az orvostudomány rohamos fejlődésének köszönhetően azok a betegek, akiket korábban csak a gyógyvíz révén tudtak gyógyítani, gyógyszerrel kezelhetővé váltak – már nem szimpla gyógyhelyeknek tekintik, hanem az élményszerű kikapcsolódás tényezőivé válnak, egyre inkább terjed az a szokás, hogy egészséges emberek is felkeresik a fürdőket.

Mivel az élet kezd uniformizálódni, ezért a nagyvárosokban élő emberek vágyának az **egzotikusra**. Bármi különös, a XX. század első felének civilizációjában egyeseknek a népszerű üdülőterületekre való utazás sem ad

már elég változatosságot. Ez az az időszak, amikor többek között a francia Gauguin (1848–1903) festészetének hatására előtérbe kerülnek a tropikus tájak, de marokkói és algériai szállodaépítések révén Afrika is kezd bekapcsolódni a világ turizmusába. A hajóval megertt világkörűli tengeri körút a portugál *Magellan* ismert teljesítménye (1519–21) után 1920-ban váltik először a turistaközöniség számára is valóra. Ettől kezdődően a Lancia elnevezésű gőzöst az óceánokat átszelő uszó hotelként üzemeltették (ebben közrejátszott az a tény is, hogy a kivándorlási láz kezdett alábbhagyni, az amerikaiak sem érkeztek már nagy tömegben Európába, így ki kellett használni a nagy óceánjárókat).

Figyelemre méltó, hogy a korabeli szakirodalom már a két világháború között az utazások tömegjelenséggé válásáról számol be, amit a nemzetközi cserovonatok rohamos elterjedésével támaszt alá. A cserovonatok valójában a mai charterjáratok szerepét töltötték be. Gyakorlatilag olyan nemzetközi vasúti járatok voltak, amelyek nagy tömegben szállítottak turisztikai célból külföldieket a járatokat üzemeltető országok között. Ezzel párhuzamosan a nemzetközi szervezettek elterjedése is serkent a tömegutazásokat. Mindehhez hozzájárul a sportélet nemzetközivé válása (különösen az újkori olimpiák és a labdarúgással kapcsolatos rendezvények mozgának meg sok utazót) és az úgynevezett nemzetközi áruvintavásárok (kiállítások) szaporodása (amíg 1914 előtt egyedül a lipcei áruvintavásár volt ismert, a háború után az áruclikkek hiánya vonzóvá tette az ilyen típusú rendezvényeket).

2. táblázat *Európa egyes országaiba beutazók száma 1930-ban (becsles)*

Ország	Millió fő	Ország	Millió fő
Ausztria	1,8	Spanyolország	0,3
Franciaország	1,8	Magyarország	0,2
Olaszország	1,4	Görögország	0,07

Forrás: Gyömrői 1934

A két világháború között Európa idegenforgalmában évente részt vevő utasok száma 10 millióra becsülhető, ha pedig az amerikai kontinens is belevesszük, akkor elmondható, hogy a XX. század harmincas éveinek végén 25 millió fő körül lehetett a nemzetközi idegenforgalom nagysága-
rendje (2. táblázat).

A turizmus fejlődéstörténete II.

(Korunk turizmusa)

10.1. A modern turizmus kialakulása és mutatói

A turizmus elméletével foglalkozó kutatók körében megoszlanak a vélemények azzal kapcsolatban, hogy történeti megközelítésben valójában mikortól beszélhetünk modern turizmusról. Egyesek az ipari forradalomból gyökerező társadalmi, gazdasági változásoktól, mások Thomas Cook tevékenységétől datálják ezt a korszakot, a magunk részéről azonban azokkal értünk egyet, akik a második világháborút követő évtizedre teszik a modern turizmus kialakulását.

3. táblázat A nemzetközi turistaérkezések száma kontinensenként 1960 – 2002 (ezer)

Év	Európa	Amerika	Afrika	Közel-Kelet	Ázsia, Ausztrália	Összesen
1960	50351	16705	750	630	860	69296
1970	113000	36648	2407	1864	5771	159690
1980	196000	53703	7070	5821	22247	284841
1990	282200	92900	15000	9000	57700	456800
2000	402800	128300	27000	22700	115300	696100
2002	411000	120200	28700	24100	130600	714600

Forrás: WTO

Az 1960 és 2000 között eltelt negyven évben a nemzetközi turistaérkezések száma megítésszerűen (3. táblázat), Napjainkra a Föld népességének egytizede vesz részt rendszeresen a határokon átnyúló utazásokban. Amíg 1960-ban Európa (73%) és az amerikai kontinens (24%) fogadta a világ turistáinak szinte összességét, addig mára ez a szerepkör valamelyest csökkent. Európa (57%) továbbra is vezető szerepet tölt be a kontinensek közötti versenyben, azonban részese, csakúgy mint Amerika (17%), fokozatosan visszaesett, ezzel parhuzamosan Ázsiának és Ausztráliának a világ turizmusában betöltött helyzete jelentős mértékben megerősödött

(18%). Mindez az ázsiai országokban, különösen Kínában, Indonéziában, Thaiföldön bekövetkező politikai nyitásnak, a kedvezőbb közlekedési feltételeknek, továbbá az új desztinációk infra- és szuprasztruktúrájában tengethető pozitív változásoknak köszönhető. Afrika és a Közel-Kelet abszolút számokban ugyan jelentős növekedést mutatott a turistatérkezők terein, azonban a világ teljes forgalmából való részesedése továbbra is minimális. Előbbi esetében leginkább az elszállásolás és a vendéglátás terein tapasztalható bizonytalanságok, utóbbinál egyértelműen a folyamatos katonai konfliktus, a fenyegetettség a mutatók ilyenén alakulásának okozója. A turisták számának **robbanásszerű** megnövekedése elsősorban arra vezethető vissza, hogy a két világháború tapasztalataival szembeülvő társadalmak újjáépítő munkája merőben új szellemi alapokra helyeződött. A társadalmi munkamegosztásban a nők szerepének érvényre jutása azt is jelentette, hogy jelentős energiák szabadulhattak fel a korábban férfiakat terhelő munkafolyamatokban, amelynek következtében általánosan csökkenthetővé vált a munkaidő, nőtt a szabadidő. Az industrializáció előrehaladásával tovább erősödött a termelékenység, amely kihatott a családok életszínvonalának növekedésére, a fogyasztói árak mérséklésére. A nemzetközi politikában a '60-as évektől bekövetkező enyhülés valamelyest növelte az egyén biztonságérzetét, így ismét fokozódott a távolabbi országok iránti érdeklődés. A multinacionális vállalatok terjeszkedése, a nemzetközi sportélet kiterjedése, a tudományos parbeszéd elengedhetetlenységének felismerése pedig a hivatásturizmusnak adott lendületet.

A turizmus ezen, máig tartó korszakára használt **modern** kifejezés lényege abban áll, hogy a korábbi évszázadban kialakult turisztikai tevékenységekben résztvevők száma meg sokszorozódott, társadalmi hovatartozásuk irrtelvévnsáá vált, a turizmus a világgazdaság meghatározó szegmensévé nőtte ki magát. A turizmusban tetten érhető szolgáltatások előállítása ipari méréteket öltött (innen a "turizmusipar" kifejezés), vagyis azokat alkalmassá tették a tömegtermelésben megismert fűtőszalag-szerű gyártási folyamatokhoz hasonló technológia befogadására. A valóságban ez azt jelentette, hogy az utasok szállítása, elszállásolása, vendéglátóipari ellátása, sokszor nemzetezői standatrdok alapján, jól szervezeten, a lehető legkisebb idővesztéssel, nagy tömegben valósulhatott meg. Ahogyan arra már utaltunk, ezzel párhuzamosan az élmény is tömegesedett, aminek következtében a turizmus a klasszikus felfedezések gyorséttermi változatává degradálódott.

Mindezen folyamatot lehetővé tevő technológiai újítások, finomítások közül a légi közlekedésben bekövetkező változások voltak leginkább ártó hatással a turizmusra. A sugárhajtóműves repülőgépek polgári célú alkalmazása korszakhatárt jelentett a turizmus fejlődésében. A Pan American World Airways egyik interkontinentális járatán 1958-ban állítják üzembe az első sugárhajtóműves utasszállító gépet, a Boeing 707-est, amellyel kezdetét veszi az úgynevezett jet-korszak. A nagy távolságú utazásban a mind magasabb sebesség és a mind alacsonyabb költségek révén a repülőgépek minden más közlekedési eszközöt hátrébe szorított. A sebesség megfizszerődése lerövidítette az utazási időt, a gépek felszereltsége kényelmesebbé, kevésbé fátoralmassá tette magát az utazást, ugyanakkor az a tény, hogy egyszerre akár több száz utast is el lehetett juttatni a távoli célállomásokra, fajtágosan csökkentette az üzemeeltési költséget, végső soron pedig a repülőgépek árát. A légi közlekedés technikai szempontú csúspontját, az időközben üzlleti okok miatt a forgalomból kivont, már említett Concorde-ok jelentették.

A gépkocsi ugyan már a két világháború között is népszerű közlekedési eszköznek bizonyult és bizonyos típusa (pl. Németországban a Volkswagen) egyre szélesebb rétegekhez is eljutott, mégis a '60-as évektől válik a turizmusban is kimutatható hatásúvá. A lakosság diszkréciójának növekedésére és a modern ipar előállította termékek árának folyamatos csökkenésére visszavezethetően a mindennapi élet elengedhetlen részévé válik a személgépkocsi. Az üzemananyagár-növekedés kiküszöbölhetőségének igényét szem előtt tartó francia és olasz gépkocsigyárak futószalagon ontják a bárki számára hozzáférhető kisautókat (Fiat, Renault), de a szocialista táborban is megteremtették az olcsó népaút (Trabant) gyártásának lehetőségét. A gépkocsi elősegítette az egyéni szabadsághorizontjának kitágítását, rugalmassá vált a szabadidő szervezése, néhezzen elérhető helyek is megközelíthetővé váltak, egyre többen az éjszakai utazást is az autóban lárták megoldhatónak (lakókocsi).

A társadalmi és technikai változások teremttre utazási lehetőségek kiszolgálására, továbbá az igények gerjesztésére tovább professzionálódik az utazási irodai és a szálláshely-szolgáltatási szektor. A szervezett turizmusban való részvétet iránti igény az utazási irodák számának megnövekedéséhez és nemzetközi hálózataik kiépüléséhez vezetett. Az egyre komplexettebbé váló programcsomagok, a pacckage-ek összeállítására, vagy a charter járatok beindítása új feladatokat rótt az utazási irodákra. Kü-

lönösen a tengerparti üdülőhelyeken és a nagyvárosokban gombamód szaporodnak a differenciált igényeket kielégítő szállodák, érezhetővé válik a nemzetközi láncok térnyerése és szakmai vagy azon kívüli befektetők részéről a piacon jól bejáratott márkák felvásárlása. Az all inclusive ellátás megteremtése és az animáció bevezetése olyan szakmai fogásként értelmezhető, amely már a tartózkodás alatti szabadidő teljes irányítását hivatott ellátni (ez különösen igaz az üdülőfalvakat üzemeltető Club Mediterraneé vagy Club Robinson esetében).

Az üdülőingatlanok értékesítésében egy új forma, a time-share rendszer jelenik meg. Ennek lényege, hogy az adott idegenforgalmi szuprasztruktúra használati jogát, legyen az akár egy apartman vagy egy luxushajó, többen vásárolják meg, a megszerzett üdülési jog-hányad pedig feljogosítja a vásárlót, hogy az év valamely időszakában, a részesedésével arányosan ott tartózkodjon, vagy a hálózataban szereplő más objektum igénybevételére cserélje azt el.

4. táblázat A világ legnagyobb turistafogadó országai

Ország	1980	Rangsor* 1995	2002	Turistaszám 2002-ben (ezer fő)
Franciaország	1	1	1	75600
USA	2	2	2	50900
Spanyolország	3	3	3	47900
Olaszország	4	4	5	41220
Egyesült Királyság	7	5	6	25200
Magyarország	10	6	13	15600
Mexico	8	7	7	20600
Kína	19	8	4	44300
Lengyelország	13	9	11	17400
Ausztria	5	10	10	18000

Forrás: WTO, *1995-öt tekintettük viszonyítási évnak

Az utóbbi két évtizedben a világ vezető turistafogadó országai viszonylag stabilan őrzik megszerzett pozícióikat (4. táblázat). A Föld leglátogatottabb desztinációja Franciaország. Ezt a titulusát egyrészt kedvező földrajzi fekvésének (közel van a nagy turisztakibocsátó országokhoz, négy éghajlati területet foglal magában), másrészt az európai politika- és művelődéstudományokban játszott szerepéből fakadó örökségének, nem utolsósorban kiváló gasztronómiájának köszönheti. Látható, hogy Olaszország és Spanyolor-

ság is folyamatosan az első között szerepelnek, amely eredményt leginkább a mediterrán tengerpartjuk, a művészetekben jelentkező kulturális adottságaik és vendégzereztetők biztosítja. Az USA élmezőnyhöz való tartozásában az ország területi nagyságából fakadó sokoldalú vonzásokkal együtt, azok feltarását és értékesítését lehetővé tevő magas színvonalú infrastruktúrája és a világgazdaságban betöltött domináns szerepe játszik közre. Figyelemre méltó Kína turizmusának hihetetlen mértékű karterje, amelyet az ország hosszan tartó izolációja utáni nyitási politika tett lehetővé, vonzása pedig a több ezer éves kultúra iránti érdeklődésben keresendő.

10.2. Európa turizmusának főbb tendenciái az ezredfordulón

A '90-es évek európai turizmusának áttekintésénél elsősorban Nyugat-Európára koncentrálnunk, mivel a kelet-európai változások leginkább az évtized második felében éreztették hatásukat (ezt a folyamatot a 10.3. leckeiben részletesen fogjuk tárgyalni). A turisztikai tendenciák értékelése elsősorban az utazási szokások elemzésére koncentrált, de nem tudja figyelmen kívül hagyni a gazdasági, társadalmi változásokat és a politikai eseményeket sem. Európa tárgyalása azért kap különös fontosságot, mivel itt realizálódik a világ turisztaforgalmának és a nemzetközi turizmusból származó bevételeknek több mint a fele és a küldő országok tekintetében listavezető országok találhatók a kontinensen.

Az Európai Utazási Tanács (European Travel Commission) mind a küldés, mind a fogadás területén folyamatosan nyomon követi a változásokat. A szervezett European Travel Monitor néven jeleníti meg az európai utazási szokások alakulásának vizsgálatával kapcsolatos eredményeket. Az európai utazási kedve a '90-es években számos előre nehezen kiszámítható körülmény következtében némi visszaesést mutatott. Ennek okait a szakkértők az Öböl-háborúban, az egykori Jugoszlávia területén zajló polgárháborúban, a különböző repülőgép-szerencsétlenségekben és az általános gazdasági recesszióban vélik felfedezni. Európa-szerre 1994-ben zuhanant mélypontra a külföldi utazások iránti érdeklődés, ezzel parhuzamosan erősödött a belöldi turizmus.

Egy a European Travel Monitor által közleműltban végzett széleskörű európai megkérdezettre kiterjedő vizsgálat eredményeit figyelembe véve a vezető küldő országok közül Németország (27%), az

Egyesült Királyság (10%), Franciaország (6%), Hollandia (5%), Olaszország, Svájc és Oroszország, (5-5%) emelkedett ki. Az üdülések alkalmával legfontosabb célterületeink Spanyolországot (16%), Franciaországot (13%) és Olaszországot (10%) választották. Altalában elmondható, hogy az európaiak utazásának döntő hányada a mediterrán térségbe irányult, a tradicionális tengerparti üdülési ajánlatok voltak a legkedveltebbek. Minde mellett növekedett a természet- és egészségorientált, továbbá az aktív időtöltéssel kombinált utazások iránti igény. A legfontosabb turisztikai tevékenységeknek a tengerparti nyaralás (32%), a városlátogatás (19%), a körutazások (14%) és a vidéki rekreációs üdülések (10%) mutatkoztak. A külföldi üdüléseken résztvevők átlagos életkora 41 év volt. Az Európai Utazási Tanács a XXI. század elején a kontinens turizmusára ható alábbi tendenciákat emelte ki:

- Európában a városlátogatások iránti kereslet gyorsabban növekszik, mint a tengerparti üdülések iránti igény. Ennek oka a kulturális jellegű, rövidebb utazások kedvelté válásában, valamint a hivatásturizmusban való részvétel fokozódásában érhető tetten.
- A téli szezonban egyre kedveltebbé válnak a naposított vidékekre történő utazások, ennek növekedési üteme erőteljesebb, mint a téli sportutazások esetében tapasztalt változás mértéke.
- A légi közlekedés szerepe más közlekedési módokhoz képest egyre erősödik, e mellett a vasúti közlekedés továbbra is reneszánszát éli.
- Az individualizáció jegyében növekszik az egyéni szervezett utak aránya, a csoportos utak kereslete mérséklődik.
- Szakértők felhívják a figyelmet arra, hogy egyre nehezebb a tömegturizmusban élményeket kínálni, így az unalommentes utazásoknak fontos szerepük lesz. Mindennek következtében a kalandturizmus piaci pozíciója megerősödhet, a kockázatos keresése meghatározóvá válik. Ennek komoly feltételét képezi a szükséges felszerelések gyártása, energiatartalok, speciális élelmiszerek, halózsákok, hőszigetelt ruhák és cipők értékesítése. A hétköznapi sémákból való kilépés igénye abban is testet ölt, hogy olyan tevékenységeket kezdünk végezni, amelyek már léteznek, csak valamilyen módon izgalmasabbá, érdekesebbé teszzük őket. Turázás helyett *trekkingen*, csónakutúra helyett *raftingozás*on, biciklizés helyett *mountain bikingon*, autózás helyett *off-road túrán*, sátorozás helyett *outdoor-programon* veszünk részt.

A turizmus fejlődését meghatározó folyamatokat nem lehet egymástól határozottan elkülönülő, önmagunkban érvenyes **trendekre** szétválasztani. Ismert, hogy a társadalmi, gazdasági változások jelentős hatással vannak a turizmusra, így ezekben a környezetet szférákban prognosztizált folyamatok befolyásolják a turizmus jövőbeli alakulását. Ezeknek a tervezés során történő figyelmen kívül hagyása komoly veszteségeket okozhat az eredményesség vagy a fenntarthatóság tekintetében. Napjainkban a kereslet oly mértékben felkészült, olyan magas fokú utazási kultúrával és ismeretekkel rendelkezik, hogy a múltbéli előzményekhez képest már kevésbé a kínálat, sokkal inkább a fogyasztó igénye formálja Európa turizmusát. Ez többek között arra is visszavezethető, hogy a piac felitődik, a vásárló pedig egyre több pénzzel és szabadidővel rendelkezik. Tehát a trendek megfogalmazásánál egyre nagyobb hangsúly helyeződik a fogyasztóra. A demográfiai tekintetbe véve az Európában élő idősökből korosztályhoz tartozók letszama folyamatosan nő. Az idősök egészségi állapota javul és a szabadon elköltöztető jövedelmeik is nőnek, hozzá kell persze tenni, hogy a nyugdíjak értékesítése és a nyugdíjkorhatár emelése ez ellen ható folyamat. Összességében nő a kenyelmes utazások iránti igény, tovább erősödik az egészségsturizmus kereslete, a migrációs üdültörteltekre való költözés, a főszezonon kívüli hónapokban történő vakációzás. Mivel csökken az európai háztartások átlagos letszama, nő a szabad felhasználási jövedelem. Ez hatással lehet a luxus iránti keresletre és az úgynevezett impulzusvásárlásokra (átmeneti jó érzést kiváltó fogyasztás). Egyre gyakoribbak lesznek a városlátogatások az eddig megszokott időszakokon (nagyobb ünnepek) kívül is. Folytatódik a *téli*ben a *nyári*ba típusú üdültések iránti kereslet. Azáltal, hogy az egész társadalomban erősödik az emberek egészségstudatossága iránti igény, várhatóan olyan helyekre fognak elutazni, amelyeket a saját nem hoz összefüggésbe a környezetetszenyvezéssel. Előfordulhat a napsütés előli menekülés is, annak egyre nyilvánvalóbb káros hatásai miatt. Nő az aktív turisztikai elmények iránti kereslet, nép-

szerősödik a wellness és a fitness mozgalom. Tekintettel arra, hogy az európai lakosság körében az iskolai végzettség szintje általánosságban emelkedik, ez serkenetheti a kulturális jellegű utakat. Az utazók egyre tapasztaltabbak lesznek, rutint szereznek, ismerik fogyasztóvédelmi jogaikat, így a szolgáltatások területén még komolyabb szerepet kap a minőség, ezért jól kell kalkulálni az ár-érték arány meghatározásakor. Csökken a desztinációk iránti lojalitás, egyre inkább az

autentikus kínaiat fogják keresni, mindemellett a profi tematikus parkok továbbra is népszerűek lesznek. A felkeresett helyeken erősödik a mobilitási igény, amely a járműbérletre hat kedvezően. A változatos élményt kínáló régiók fognak sikerrel szerepelni a versenyben.

A munkahely megőrzésének elsődlegessége miatt csökken a fűűlések hossza, több, rövidebb idejű szabadidős célú utazás lesz a jellemző. A szolgáltatók az érdeklődési köröknek megfelelően egyre inkább specializálódnak. A piacot alapvetően át fogja formálni az információtechnológia, az internethez történő hozzáférés kulcsfontosságúvá válik. Ez elsősorban nem a közvetlen, számtatóegpes foglalatásokban, hanem a desztinációra vonatkozó információgyűjtésben, önálló package-ek összeállításában jár szik közre. A közlekedés területén a vasút – főleg a közepes távolságokon – egyre inkább erősíti a pozícióját a repülőgéppel szemben, az inter- és eurócity vonatok további népszerűsödése várható, a légi közlekedésben a fapados járatok mindennapos használata következik be. Az autók számának növekedése miatt általános lesz a zsúfoltság. Fokozódik az igény a városok gyors, autópályán való elérésére, a regionális repülőterek kiépülésére. A vevők egyre nagyobb hangsúlyt fognak helyezni a biztonsággra, a ter- torizmus, a regionális habortik, az egészségügyi krízishelyzetek bekövetke- zésére azonnal reagál a piac.

10.3. Kelet-Európa turizmusa a modernizáció útján

Európa turizmusának fejlődésében Kelet-Európa, különösen Kelet-Közép-Európa önálló utat jár be. Targyalása nemcsak ebből a szempontból elke- rülhetetlen, hanem a jelenben meghozandó döntések során is figyelembe kell venni azokat a sajátos előzményeket, amelyek a rendszerváltozást megelőző és közvetlenül azt követő évtizedhez kötődnek. Mivel a turiz- musban dolgozó szakemberek, különösen a közép és a felső vezetők több- sége ebben a korban szocializálódott, így az ő gondolkodásmódjukban, szemléletükben sokszor jó értelemben vett viszonyítási alapul szolgál ez az időszak. A modernizáció tárgyalásánál sorra vesszük azokat a tényezőket, amelyek viszonylatában beszélhetünk a kedvező, egyes esetekben pedig kedvezőtlen változásokról.

Témánk szempontjából elsődlegesen tekínthető, hogy a '80-as évek végéig a volt szocialista országokban élők külföldre történő utazását sok-

oldali korlátozások nehezítették. Ezek közül a kiutazás, egyes külföldi országokba történő beutazás és a valutakorlátozás tekinthető meghatározó mértékűnek. A kor politikai irányítása nem támogatta az állampolgárokat szabad elhatározáson alapuló határatlépést, ezért a kiutazást sokáig engedélyhez kötötte, amelynek megadására a belügyi szervek voltak jogosultak. Az adminisztratív korlátozásokhoz tartozott a kétfajta útlevel bevezetése (Magyarországon az úgynevezett két útlevel a kapitalista világ, a piros a baráti országok irányába való utazásokra szolgált). A kiutazás korlátozásában döntő szerepe volt annak a filozófiának, hogy ezáltal az állampolgárnak kevés lehetősége volt saját szemével meg tapasztalni a kapitalizmus vívmányait, az ott élő lakosság hazainál kedvezőbb életkörülményeit. Nem szabad arról sem megfeledkeznünk, hogy különösen a kapitalista országokba való beutazás is nehézséget okozott, mivel szinte minden ilyen ország vizumhoz kötötte a belépés engedélyezését. Mindemllett a valutához való hozzáférés is jelentős visszatartó hatással volt a lakosság kiutazására, az eleinte 3 évre szóló valutakeretet gyakran egyetlen utazás felemészítette. Ezek a restrikcciók a rendszerváltozásig fokozatosan feloldódtak, bár valuta még a '90-es évek közepén sem volt korlátlan mennyiségben hozzáférhető. Az utazás szabadsága tehát a modernizáció első mozzanatainak tekinthető, amely jelentős mértékben befolyásolta az európai turistaforgalmat, de a Kelet-Európában belüli korábbi turisztikai mutatókat is teljes mértékben átalakította.

A rendszerváltozást követően a turizmus sok esetben spontán módon alakult, kipróbált modellek hiányában szinte minden országban egyformán szembe kellett nézni a nehézségekkel. Alapvető problémaként jelentkezett a tőke és a szakismeret hiánya. Az állam már nem volt képes be- ruházóként jelen lenni, hazai tőkeerős vállalkozások még alig voltak, a külföld pedig bizalmatlanul tekintett a keletiek felé.

Az egymás közötti utazások minimálisra csökkentek, ezzel megszűnt a biztosnak mondható piac, az immár szabad állampolgárok az *elmaradt keresztelnek* köszönhetően elsősorban a közel fekvő és megfigyelhető szolgáttársokat nyújtó mediterrán országokat célozták meg. Az országok turizmusirányítóinak és vállalkozóinak nem volt elegendő ideje arra, hogy kellően hatékony marketingkampánnyal a nyugati piacra dolgozzanak. A nyugati országokból tehát nem tödültek a vendégek, mert az ár-érték arány kedvezőtlen volt, amúgy is recesszióval küzdöttek a küldő államok gazdaságai, a volt Szovjetunióban uralkodó és a délszláv helyzet miatt pe-

dig nem érezték magukat megfelelő biztonságban a nyugati állampolgárok. Ennél talán sokkal nagyobb gondot jelentett, hogy a kínálat, a termékek minősége nem érte el a kereslet által elvárt mértéket, az árszínvonal eltávolodott a fizetőképes keresletől. A potenciális kereslet elmaradása-nak az információhiány és az elégtelen promóció is okozója volt.

Az állam és a szakszervezetek szerepe a szociálisturizmusban minimuma lízálódott, az egykor vendégektől hangos üdülők amortizálódtak, alig kaptak a szükséges állagmegővőhöz támogatást. A privatizáció során megkezdődött a kereskedelmi szálláshellyé alakulásuk vagy – magukra hagyva az enyészetnek kitéve – bezárva maradtak. A kínálat egészét az infrastruktúra elégtelensége jellemezte, kiemelve a desztinációk nehéz megközelíthetősége, a kommunikációs technológia korlátai és a 4-5 csillagos szálláshelyek hiánya. Az egyes szolgáltatások is alacsony színvonalúak voltak, mert a személynem beszélte idegen nyelveket, gyakran nem volt szakképzettség, elavult vendéglátóipari és szállodai eszközök, berendezéseket használt. Egyáltalán nem lehetett tetten érni a termékszemléletű gondolkodást és a marketingpolitika nyomait sem.

A '90-es évek elején a belső piac is beszűkült, csökkent a termelés, ug-rásszerűen megnövekedtek az árak, fokozódott a munkanélküliség, a lakosság bizonyos szegmensai nyomorogtak. Az állami támogatások csökkenése mellett a szolgáltatások árának emelkedésével kellett szembe nézni, a realbérek változatlanok voltak, valójában nem lehetett diszkrecionális jóvedelem-ről beszélni. De számottevő szabadidő sem volt, mert aki tehette, megpróbált az eredeti tőkefelhalmozás vagy egyszerűen a életfenntartás folyamatainak szerencsés részesevé válni, és csatlakozott az állásbármunkások köréhez.

Mind ezek ellenére a lehetőségek hatalmasak voltak, mert egy óriási belső piac állt rendelkezésre, amelynek részvevői természetesen éretek az utazási vágytól, ugyanakkor a nyugatiaknak is szándékában állt a térség meglátogatása, mert kíváncsiak voltak az itt végbemenő változásokra. Vonzerőkben, befektetési lehetőségekben gazdag területről volt szó, amely-nek hivatásturizmusa is gyermekcipőben járt.

Kélet-Európa idegenforgalmi aspektusú felzárkózása a XXI. század elejére bekövetkezett, bár ez a folyamat az egyes országokban különböző ütemű és mértékű volt. Az átmeneti gazdasági visszaesést követően a térség Európa, de talán a világ egyik legdinamikusabban fejlődő területének mondható. A GDP évről évre az Európai Unió átlagát jelentős mértékben meghaladó növekedése vagy a külföldi tőkebeáramlás tekintetében észlel-

hető kedvező jelenségek a turizmusban is érzettették hatásait. Összességében megállapítható, hogy a turizmus Kelet-Európában gazdasági hűzógazartta vált. Ezt a GDP-hez való hozzájárulása és a külkereskedelmi mérlegben betöltött szerepe alapján lehet megállapítani. Ezzel párhuzamosan a turizmushoz kötődő munkahelyek száma növekszik. Amennyire korábban újszerűnek számított a térség, annyira vált mára egyenrangú versenytársává a többi európai országnak. Egyes országokban (Lengyelország, Magyarország, Szlovákia) a turisták és a látogatók aránya továbbra is kedvezőtlenül alakul. Kelet-Európa általában növekszik a kereskedelmi szálláshelyeken elöltött vendégejszakák száma, különösen a szállodákban elöltött éjszakák. A kereskedelmi és magánszálláshelyeken elöltött éjszakákat alapul véve a Németországból érkezők számítanak a legfontosabb vendégnek, arányuk 20 és 40 százalék körül mozog. A németek mellett az osztrákok, a britek, a hollandok, az olaszok, az izraeliek, a japánok, a kanadaiak és az amerikaiak számítanak gyakran érkező vendégnek. Az évtized végére újra megindult az egymás közötti forgalom is. Legkéregetebnek kellmes tengerpartja miatt Horvátország számít. Kelet-Európában a vendégek fajlagos költése általában alacsony. A határok átjárhatósága, az életszínvonal emelkedésének köszönhetően a kiutazások száma fokozatosan nő. A belföldi turizmus is kezd kilábalni csipkerózsika álmából, lassan eléri a rendszerváltozás előtti szintet. Az idegenforgalmi szuprasztukturára tekintetében hotelépítési boom jellemző mindenhol. Az egyes országok kinalatának továbbra is a fővárosok képezik a központi elemét. A régió vezető termékei az egészségutizmus, a kulturális turizmus, de az ökoturizmusnak is komoly jövője van.

10.4. Magyarország turizmusának jellemzői

Magyarország turizmustörténete – mint a turizmuselmélet oly sok más területére – mostohaagyermekként kezelt kutatási téma¹⁸. Lényegében nem választható el az európai utazások történetétől, mivel annak jelenségei és

¹⁸ Valljuk be őszintén, a levéltárakban való böngészés nem a verőfényes Balaton-parthoz vagy a nyüzsgő Budapesthez szokott turizmus-szakértők asztala, azonban e sorok olvasóját szeretném arra biztatni, hogy bátran kezdjen e fehér foltnak számító téma kutatásához.

folyamatai számos esetben érintettek minket, vagy belőlünk fakadtak. Az alábbiakban nem kívánunk a slágvortokon túlmenő turizmus történeti áttekintést adni, azonban néhány fontos mozzanatot valóban említést érdemel. A hazánk területén elterülő **Pannónia** jelentős provinciája volt az ókori Rómának, különösen a jól kiépített utak (borostyánt Szombathegyen), a nagyobb városok (Sophianae, Savaria, Scarbantia) és a fürdők (Aquincum) révén bonyolított intenzív vendérforgalmat. A középkorban a kereskedelmi élet és a zarándoklatok részvevői érintették a királyság egyes településeit. A **fürdőélet** szerepe szinte folyamatosanak mondható az egész magyar történelemben, különösen a Budát felkereső vendégek használatát ki a források győgyítő hatásait. Már Luxemburgi Zsigmond vagy Mátyás nemzetközi udvartartása, a külföldi vendégek folyamatos érkezése megkövetelte a fogadásuk magas színvonalú biztosítását. A török uralom ugyan visszaveterte a korábbi vendérforgalmat, de a 15. év építészeti, gazdasági és kulturális öröksége hosszabb távon megfelelő kárpótlást jelentett hazánk turizmusában. Magyarország 1752-ben indul meg az első postakocsi-járat, 1834-ben már 360 állomás működik az ország területén. A városok közül Pest vendérforgalmának fejlődése komoly dinamikát mutat, a XIX. század elején már évente többnapos vásárokat tartanak, amelyre ezrevel érkeznek a látogatók. 1814-ben épül meg a Magyar Királyi Szálló a Dorottya utcában, a reformkor szellemisége önmagában is utazásokra ösztönöz. 1829-ben helyezik üzembe a Dunán az első gőzhajót, a következő években már rendszeres hajójárat közeledik Bécs és Pest között. A XIX. század 30-as éveiben a Balatonon már felbukkannak az első külföldi vendégek is. 1846-ban indul Budapest és Vác között az első vasút, ezt követően épül ki az ún. Déli vasút Pest és Siófok között, amely jelentősen hozzájárult a téli idegenforgalmának fejlődéséhez. A XIX. század végére már állt a Duna-parti szállodasor, sorra épülnek a Rákóczi út szálai. Rendszeressé válnak az Országos Ipari Kiállítások (1885-ben már 100 ezer látogatót fogadtak). Az 1896-ban megrendezett millenniumi ünnepségeken a 100 ezer meghaladó szállóvendég több mint 50 százaléka külföldről érkezett. Egszen az első világháborúig a külföldiek számára is elsősorban a **főváros** nemzetközi rendezvényei és az ország gyógyfürdői (Budapest, Herkulesfürdő, Pöstyén, Tencsentyeplic) jelentették azt a vonzerőt, amiért felkeresték Magyarországot.

Amíg 1896-ban főleg osztrák vendégek érkeztek a fővárosba, addig az 1909. évi Nemzetközi Orvos Kongresszus már más európai és tenger-

rentúli országokból is jelentős vendégcsereget csábított Magyarországra. A magyar vidék turizmusát a Tatrát (Ótátrafüred), a Mátrát (Parád), a Dunakanyart (Zebegény) felkereső környékekből, a Balatonfüredet fel-fedező vendégek és az országsszerte túrazók forgalma jelentette. A trianoni döntést követő területi elcsatolások következtében hosszú ideig Budapest maradt az egyetlen, nemzetközi érdeklődésre számotartó magyarországi üdülési hely. A Balaton, Lillafüred, a Kékes tömeges meghódítása csak a harmincas években kezdődik meg, amellyel párhuzamosan a nagyrendezvények (Gödöllői Nemzetközi Cserkész Világtáborozás, Nemzetközi Eucharisztikus Kongresszus) is külföldiek tizezreit inspirálják Magyarországra felkeresésére. A belföldi turizmus fellendülését a vidéki gyógyfürdők vasúti kedvezményével való látogatására és a szervezett iskolai kirándulásokra alapozták.

A szocializmus időszakában a kelet-európai szocialista országok tabóján belüli viszonylagos gazdasági jólét és társadalmi nyitottság csábította a vendégeket Magyarországra. Kelet-Európa vendégei számára Magyarország a megfizethető nyaralás, a nyugati és a tengerentúli turistáknak a „vasfüggönyön” túlra tekintés élményét jelentette. Budapest mellett Központ-Európa legnagyobb, furdózásra kiválóan alkalmas tava, a Balaton (különösen a kerteszkakított Nemetország családjaiknak, akik itt találkoztak egymással), a magyar pusztát és lovas nemzeti hagyományainkat bemutató Hortobágy és Bugac, továbbá a vidéki gyógyfürdők és a nemzeti közeli hírt borok megköstölése céljából Tokaj és Eger voltak a legfontosabb turisztikai célpontok. A belföldi turizmus elsősorban a szakszervezetek tulajdonában lévő üdülők szociálaturisztikai hasznosítását, a tanulmányi kirándulásokat és a hétvégi házak, kiskertek felkeresését jelentette.

A rendszerváltozást követően elsősorban az Európai Unió lett a magyar turizmus potenciális piaca, így a turizmus minőségi feltételeinek megteremtése vált a magyarországi turizmus legfontosabb feladatává. 2002-ben Magyarország a világ turizmusát a világturizmusról megközelítőleg 4, Európából 7 százalékkal részesedett. A vendégérkezések száma alapján – tekintettel az ország területi és lakossági arányára, valamint arra a tényre, hogy sem tengerrel, sem magas hegyekkel nem rendelkezikünk – Magyarország a világranglista első helyén áll (2002-ben a 13.). A Magyarországra beutazó külföldiek 30 millió körüli száma az ország kedvező forgalmi felkéréséből adódó nagyarányú átlagos forgalomra és a szomszédos országok állampolgárainak egy napos kirándulásaira

üdülőfunkciója sok helyen megszűnt. A hazai turizmus irányítói az elmúlt években a **belöldi turizmus** ösztönzése érdekében kampányokat („Itthon otthon van”) indítottak. A kampányok hatása a kereskedelmi szálláshelyek belöldi forgalmának megjelenikülésében tükröződött vissza (5. ábra). 1990-et követően a **szociálizmus** egész rendszere átalakult. A volt szakszervezeti üdülők 1992-ben a Magyar Nemzeti Üdülési Alapítványhoz mint a hazai szociálizmus szervezetéhez kerültek, amely hamarosan létrehozott egy támogatói forrásra és egy szolgáltatói körre épülő rendszert, amelyet 1998-ban, az üdüléscsökkentés rendszere bevezetésével piacromformára szelített. Az Alapítvány által kibocsátásra kerülő üdülési csekket elsősorban a munkáltatók vásárolják meg és kedvezményes termésként juttatásként adják alkalmazottaiknak, akik a csekket fizetőként használhatják bármely – elfogadásra szerződött – hazai turisztikai szolgáltatóval. A rendszer a lakosság pihenésének, egészségmegőrzésének szociálpolitikai célkitűzésén túlmenően a belöldi turizmus fejlődésének, a legális szolgáltatások növekedésének adott kezdeti lehetőséget a fokozatos keresletnövekedés indukálásával.

A szállodáiparban a rendszerváltozás a tulajdonosi struktúra átalakulásában mutatkozott meg. Az átalakulás során a szállodákat és vendéglátó egységeket egyaránt üzemeltető vállalatok nagyobb részét a profitizálást követően az Allami Vagyongyűjtemények privatizálta. Az egykor legnagyobb három szállodavállalat (Hungária, Pannónia, Danubius) gazdasági társasággá alakult át. A külföldi tőke beáramlása és a hatékonyság növekedése célzó tulajdonosi döntések következtében napjainkra két tucat kisebb-nagyobb szállodalancot hoztak létre Magyarországon. A nemzetközi szállodalánccal közül is sokan képviselik magukat Magyarországon. A hazánkban is sikeresen terjeszkedő Accor csoporthoz tartozó Mercure, Novotel, Ibis, Etap és Sofitel mellett többek között jelen vannak az InterContinental, a Kempinski, a Holiday Inn, a Hilton, a Radisson, a Marriott, továbbá a Best Western, a Four Seasons és a Corinthia egységek is. A legmagasabb nemzetközi normáknak minden tekintetben megfelelő öt csillagos szállodák többsége Budapestten található, de Paradisasvár, Duna-szentmiklós, Dunakiliti és Bükkfürdő vendégei is élvezhetik a luxuskategória előnyeit. A rendszerváltozás idején a magyarországi szálláskínálat palettájára visszatértek a XX. század harmadcas éveiben virágzó, de a szocializmus időszakában szinte teljesen megszűnt családias panziók, amelyek ugyan kévesebb férőhellyel rendelkeznek, de szolgáltatásaik elérhetik egy 3-4 csillag-

gos szálloda szintjét is (5. táblázat). Ezzel párhuzamosan az 1990-ig pros-peráló fizetővendéglátás a megváltozott piaci igények és az átalakult jogszabályi körülményeknek köszönhetően jelentősen visszaszorult.

5. táblázat *Kereskedelmi szálláshelyek kapacitása (fővőhely) 1990 – 2002*

Tipus	1990	1998	1999	2000	2001	2002
<i>Összesen</i>	187,025	287,102	300,782	312,714	317,629	335,163
Szálloda	56,655	96,805	102,538	100,604	104,232	107,899
5	2,491	3,324	4,516	5,313	5,771	5,979
4	10,714	14,623	15,850	17,653	19,961	20,878
3	18,496	37,723	41,501	45,272	47,750	50,999
2	13,723	27,050	27,017	24,339	23,374	22,115
1	11,231	14,085	13,654	8,027	7,376	7,928
Panzió	12,689	39,608	42,062	42,969	43,993	46,744
Turistaszállás	7,759	33,429	29,198	29,099	27,509	29,267
Üdülőház	12,291	17,027	19,276	19,976	20,829	23,984
Kemping	97,631	100,233	100,405	102,562	102,557	106,388
Ifjúsági szállás	n.a.	n.a.	7,303	17,504	18,509	20,881

Forrás: KSH

Magyarország idegenturizmusának jelenleg is meghatározó eleme a vendéglátás. A büféktől a cukrászdákon át a luxus éttermekig jelenleg mintegy 50 ezer vendéglátó egység működik az országban, amely legalább negyedmillió alkalmazottat foglalkoztat. A vendéglátás az utóbbi évtizedben jelentősen átszerveződött. A lezajlott privatizáció nem véde meg a korábbi híres üzleteket, a tulajdonosváltás vagy a kedvezőtlen bérleti viszonyok miatt számos éttermet és cukrászdát bezártak. A vendéglátás-arculatváltásának leginkább jellemző sajátossága, hogy Magyarország-son is megjelentek a nemzetközi gyorsétkeztetési láncok, amelyek rövid idő alatt kiszorították a hazai piac hasonló profilú résztvevőit. E mellett néhány a gasztronómiájáról ismert ország nemzeti konyhája (olasz piz-zériák, kínai éttermek, török büfék, görög tavernák) is helyet kapott a magyar vendéglátó egységek szomszédságában. Elsősorban a nagyvárosokban éledtek újra az egykori kávéházak, és nagy népszerűségnek örvendnek az ír sörözők (pubok) is.

Egy település vagy térség turizmusának szervezésében fontos szerepet játszanak az utazási irodák, amelyek funkciója az utóbbi években kibo-