

OTDK-DOLGOZAT

Nyíró Dóra
BA

2013

A TURIZMUS ATTITÚD VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON
THE ANALYSIS OF TOURISM ATTITUDE IN HUNGARY

Nyíró Dóra

A kézirat lezárásának dátuma: 2012-11-06

TARTALOMJEGYZÉK

1.	Bevezetés	1
2.	A társadalom és a kultúra kapcsolata a turizmussal	2
2.1	A téma fogalmi bevezetése	2
2.2	Társadalmi és kulturális hatások bemutatása	3
2.3	A társadalmi és kulturális hatásokat befolyásoló tényezők	5
2.3.1	A turisták és a helyi lakosok jellemzői	6
2.3.2	A turisták és a desztináció lakossága közötti kapcsolat	10
2.3.3	A turizmusfejlődés jellemzői.....	12
2.4	A társadalmi–kulturális hatásokat vizsgáló elméletek	14
2.4.1	Az Irridex.....	15
2.4.2	A lakosság attitűdjeit és viselkedését vizsgáló mátrix.....	17
2.5	A társadalmi és kulturális hatások értékelése	18
2.6	A szociokulturális hatások összefoglaló áttekintése	24
3.	Turizmus attitűd vizsgálata – A kérdőíves felmérés bemutatása	25
3.1	A kutatás módszertana	25
3.2	A kitöltések száma	26
3.3	Demográfiai kérdések	27
3.3.1	Első kérdés – Nem szerinti megoszlás	27
3.3.2	Második kérdés – Korcsoport megoszlás	27
3.3.3	Harmadik kérdés – Lakóhely szerinti megoszlás	28
3.3.4	Negyedik kérdés – Turizmussal kapcsolatos munkatapasztalat	30
3.3.5	Ötödik kérdés – Iskolai végzettség	30
3.4	Hatodik kérdés – A turizmus hatása a helyiekre.....	31
3.5	Hetedik kérdés – Személyesen érzékelt hatások.....	34
3.6	Nyolcadik kérdés – Pozitív turisztikai hatások megjelölése.....	37
3.6.1	Válaszok elemzése a lakóhely függvényében	40
3.6.2	A szakmai tapasztalattal bírók hatásmegjelölése.....	41
3.7	Kilencedik kérdés – Negatív turisztikai hatások megjelölése.....	42
3.7.1	Válaszok elemzése a lakóhely függvényében	44
3.7.2	A szakmai tapasztalattal bírók hatásmegjelölése.....	45
3.8	Tizedik kérdés – A negatív hatások csökkentésére tett javaslatok	47
3.9	Tizenegyedik kérdés – Népcsoportokra vonatkozó sztereotípiák.....	49
3.10	A megkérdezés eredményeinek összefoglalása	50

4. Összegzés	51
4.1 A dolgozat összegzése	51
4.2 Javaslatok.....	52
Irodalom jegyzék.....	54
Mellékletek.....	I
Mellékletek listája	XXX

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A turizmus társadalmi-kulturális hatásainak modellje	6
2. ábra: Az irritációs görbe képe	16
3. ábra: A házigazdák attitűdjei és reakciói a turizmussal kapcsolatban.....	17
4. ábra: A megkérdezettek megoszlása lakóhely szerint.....	29
5. ábra: A turizmus hatása a helyiek életére a kérdőíves megkérdezésre adott válaszok tükrében	32
6. ábra: A turizmus személyesen érzékelt hatásai a megkérdezés alapján.....	34

1. BEVEZETÉS

Dolgozatom témája a turisztikai attitűd vizsgálata Magyarországon. Azért esett a választásom erre a területre, mert első szakomon, a turizmus-vendéglátás szakon tanulmányaink során a turizmus „emberi oldaláról” keveset tanultunk, pedig jelentősége meghatározó lehet mind a turistákra, mind a helyi lakosságra nézve.

Dolgozatom célja, hogy bemutassam a turizmus által generált társadalmi, kulturális, gazdasági és egyéb hatásokat, illetve az ezeket befolyásoló tényezőket.

A turizmus napjainkban az egyik legdinamikusabban fejlődő ágazat, és ennek kontrollálásához elengedhetetlen, hogy a döntéshozók stratégiai terveket dolgozzanak ki. Ezen tervek kialakításához figyelembe kell venni a helyi lakosság érdekeit is, hiszen a területre érkező turista számára a helyiek hozzáállása, viselkedése ugyanúgy az utazás alatt szerzett élmény egészéhez fog tartozni.

Fontos, hogy ennek a bonyolult rendszernek minden összetevőjét komplexen és fontosságuknak megfelelően kezeljenek, hiszen a lakosság turizmushoz való viszonyulását számos dolog befolyásolhatja, illetve az oda érkezők jelenlététől várt pozitív gazdasági hatások sem valósulhatnak meg, ha a közösséget nem sikerül bevonni a turizmusba. A terület szerteágazó összefüggései miatt a mellékletek között viszonylag hosszú kiegészítő anyag kerül bemutatásra, mert véleményem szerint azok elemzése a dolgozatban tárgyaltakhoz szorosan kapcsolódik.

Az elméleti áttekintés mellett szerettem volna megvizsgálni, hogy Magyarországon milyen turizmushoz köthető pozitív, és negatív hatásokat észlel a lakosság, illetve ezek mennyire állnak összhangban az elméleti modellek feltételezéseivel, így készítettem egy kérdőívet is, amelynek módszertani leírása, bemutatása és elemzése a dolgozat második felében olvasható.

Bevezetésemet Lengyel Márton idézetével szeretném zárni:

„a turizmus főszereplője a lakosság – nélküle mindez nem hozható létre és semmit sem ér, ha az egésznek nem haszonélvezője ő maga is.”

(Lengyel M., 1995, 223. o.)

2. A TÁRSADALOM ÉS A KULTÚRA KAPCSOLATA A TURIZMUSSEL

2.1 A téma fogalmi bevezetése ¹

A turizmus lényege az emberek között kialakuló interakció: a területre látogatókat befolyásolják az utazásuk során tapasztalt élmények, és a helyi lakosságra is hatással vannak az odalátogatók normái, hagyományai, értékrendszere, tehát elmondhatjuk, hogy igazából a küldő és a fogadó ország társadalma hat kölcsönösen egymásra.

„A társadalom az egyéneket egymáshoz fűző kapcsolatrendszer, beleértve a családi kapcsolatokat, a munkamegosztást vagy az osztályok szerinti tagolódást.” (Puczkó L. - Rátz T., 2002, 127. o.) A turizmus szempontjából lényeges érzékelési normákat, viselkedést is az adott társadalom kultúrája alakítja ki az egyénben, azzal hogy az egyes viselkedésmintákra reagálva szabályozza őt.

A turizmusfejlődésre jelentős hatást gyakorolnak a társadalomban végbemenő változások és tendenciák. A leginkább befolyásoló társadalmi tényezők a népességnövekedés, az urbanizáció fokozódása (és az ebből származó egyre nagyobb stressz, ami fokozza a rekreáció iránti vágyat), az információs és a kommunikációs technológiák fejlődése, a mobilitás növekedése, a fizetett szabadság időtartamának hosszabbodása illetve a hivatásturizmus szempontjából jelentős a nemzetközi gazdasági kapcsolatok fejlődése is.

Az UNESCO 1982-es definíciója szerint *„a kultúra mindaz, amit az emberiség a természethez hozzáadott”* (idézi Puczkó L. - Rátz T., 2002, 128. o.). Többek között a kultúra értékrendszereket, egyéni viselkedési jellemzőket, családi kapcsolatokat, erkölcsi normákat, a kreativitás kifejeződését, hagyományokat, szertartásokat, közösségi életstílust és szervezeteket foglalja magába, tehát minden esetben egy adott társadalmi közösséghez kapcsolódik.

A mellékletek első részében a turizmus környezeti elemei között szerepel mind a kultúra, mind a társadalom, miközben ezek a kínálat részét is képezik, hiszen a társadalmi környezet jellemzői határozzák meg többek között, hogy az utazás mennyire fontos az emberek életében, vagy mennyire ismerik fel a környezet fontosságát, így mennyire van

¹ A mellékletek között megtalálható a turizmus elméleti bevezetése, mely a dolgozatban tárgyalt összefüggések alapvetéseit mutatja be.

lehetősége elterjedni az új turizmusformáknak. A kulturális háttér meghatározza a potenciális utasok motivációit, és ezen keresztül a célterületen jelentkező keresletet is.

Ha a fogadóterület kultúráját vizsgáljuk, mint vonzerőt, akkor annak három fő csoportját különíthetjük el. Az élettelen kultúra az épületeket, művészeti alkotásokat, használati tárgyakat jelenti, a mindennapi életben kifejeződő kultúra a szokásokat, gasztronómiát, szabadidős tevékenységeket foglalja magában, míg a megelevenített kultúra alatt többek között hagyományörző eseményeket, fesztiválokat, karneválokat értünk. Egyes konkrét attrakciók esetében ezek a kategóriák keveredhetnek, illetve egy kínálati elem tartozhat egyszerre több csoportba is az előbb felsoroltak közül (például a tematikus parkok egyszerre számítanak élettelen és megelevenített vonzerőnek).

A turizmus társadalmi-kulturális vetületének vizsgálatakor három fő témakör elemezhető. A turisták motivációinak, attitűdjének, elvárásának, keresletének, utazási döntésének elemzése lesz az egyik témakör; a házigazdák esetében a desztináció lakosságára, a turizmusban dolgozókra valamint a turisztikai szervezetek vizsgálatára kell kitérni; míg ezek mellett harmadik területként meg kell határozni a turisták és a házigazdák közötti kapcsolatot is. A következőkben ezek részletesen is bemutatásra kerülnek.

(Dr. Dávid L., Dr. Jancsik A., Dr. Rátz T., 2007; Puczkó L. - Rátz T., 2002)

2.2 Társadalmi és kulturális hatások bemutatása

A társadalmi hatás alatt tulajdonképpen a helyi lakosok és a területre látogatók életminőségében a turizmus hatására bekövetkezett változások értendők. A turisták életminősége az utazás közben nyert tapasztalatok, élmények hatására változhat meg, de ezt a közvetett hatást nem lehet egyértelműen kimutatni, így a dolgozatban is elsősorban a helyi lakosság életében bekövetkezett változásokat fogom vizsgálni.

Ezek alapján a társadalmi-kulturális hatás azt jelenti, hogy a turizmus megjelenésének, vagy fejlődésének eredményeképpen milyen változások mentek végbe az életminőségben, a munkamegosztásban, az értékrendszerben, az egyének viselkedésében, a családon belüli kapcsolatokban, a közösség szerveződésében és életstílusában, az erkölcsi elvekben, a kreativitás kifejeződésében illetve a hagyományos szertartásokban. Ha ezt összevetjük az 1. mellékletben említett kulturális elemekkel, akkor láthatjuk, hogy igazából ezen hatásokra az adott desztináció kultúrájának összetevői változnak meg. (Dr. Dávid L., Dr. Jancsik A., Dr. Rátz T., 2007)

A megvalósuló beruházások, és fejlesztések eredményeképpen bekövetkező társadalmi változások általában is vizsgálhatók, nem csak a turisztikai beruházásokkal kapcsolatban. Ezeket a társadalmi hatásokat a Rátz Tamara doktori disszertációjában (1999) található táblázat mutatja be, ami Figuerola 1976-os csoportosításának átvétele. A táblázat öt alcsoportot határoz meg, melyek közül az első a népességre gyakorolt hatás. Ez alatt a népességszám változását, az időszakos foglalkoztatottság áramlását, a szezonális lakosok jelenlétét, az egyének és a családok áttelepülését, a népesség urbanizációját, és a kor, nem, faj, etnikum szerinti megoszlás változását értjük. A munkaerőpiac átalakulása az új munkahelyek létrejöttét, a szezonális munkahelyek növekedését, a gazdasági ágak diverzifikációját, a fokozott gazdasági egyenlőtlenségeket, a foglalkoztatási lehetőségek megváltozását és kisebbségi csoportok munkalehetőségeiben bekövetkező változást foglalja magába. A közösség jellemzőinek, szerkezetének átalakulása az új társadalmi osztályok megjelenését, a közösség gazdasági orientációjának változását, a konfliktusokat (a kívülről érkezetekkel), a vallási különbségek kialakulását, a közösség infrastruktúrájának változását és a politikai, társadalmi, vallási, erkölcsi értékrendszerek átalakulását jelenti. A napi életviteli és mozgási szokások felborulása, a családszerkezet megváltozása, a társadalmi hálózatok felbomlása, a változás a szabadidő-eltöltés lehetőségeiben, és a fogyasztási szokásokban, illetve a közegészségüggyel és közbiztonsággal kapcsolatos vélemények megváltozása pedig alkotja egyéni és családi szinten a hatásokat. Az erőforrások fokozott védelme vagy tönkretétele, a zsúfoltság, a túlterheltség, a szennyezés, a kommercializálódás, a hagyományok és szokások átalakulása jelenti a természeti és kulturális erőforrásokra gyakorolt hatást. (Figuerola, 1976 – idézi Rátz T., 1999)

A hatások vizsgálatánál szét szokták választani azokat, melyek csak a turisztikai fejlődés következtében jelentkezhettek, illetve azokat, melyeket más tényezők is okozhatnak. A turizmus fejlődésével együtt jár az üdülőtulajdonosok megjelenése a régióban, vagy a látogatóktól való túlzott gazdasági függés kialakulása, ami sebezhetővé teszi a helyiek megélhetését a kereslet negatív változása esetén. Ezeken kívül ide tartozik a fogadó népesség átrétegződése (nem mindenki kapcsolódik be a turizmusba), illetve a terület imázsának változása. Az életminőség javulását vagy a társadalmi mobilitás növekedését okozhatják a turizmuson kívül egyéb tényezők is.

A turisztikai szektor fejlődése egy területen belül is eltérő hatásokat okozhat a társadalom különböző szintjein (egyéni, családi, csoportos, közösségi, helyi, regionális, nemzeti szint), sőt ezeken a szinteken belül is eltérően hathat az egyes érintettekire.

A társadalmi hatásokat szétbonthatjuk további két csoportra is: a szocio-ökonómiai hatások közé tartozik minden változás, mely gazdasági hatásokon keresztül befolyásolja az adott közösség életminőségét, társadalmi jellemzőit. Ide sorolhatjuk az inflációt, vagy a munkahelyteremtést. A másik csoport a szocio-kulturális hatásokat foglalja magában, amik a közösség tágabb értelemben vett kulturális jellemzőire hatnak (például nyelvhasználat, vagy a kreativitás kifejeződése). (Rátz T., 1999)

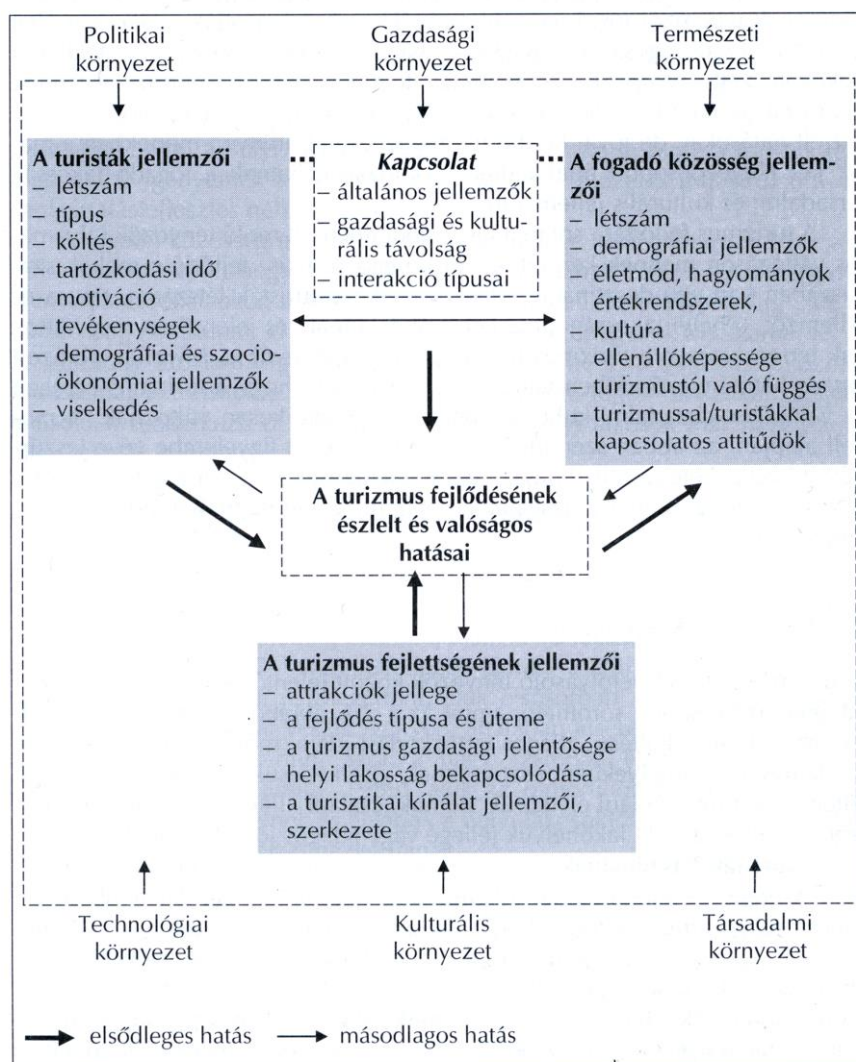
2.3 A társadalmi és kulturális hatásokat befolyásoló tényezők

Puczkó László és Rátz Tamara meghatározása szerint a turizmus fejlődésével összefüggésben a lakosság életminőségében bekövetkező változásokat alapvetően három tényező befolyásolja, melyek a desztinációba látogató turisták jellemzői, a fogadó lakosság jellemzői és a turizmus szektor fejlettségének, fejlődésének jellemzői. Ezeken a fő tényezőcsoportokon kívül még a két társadalom közötti gazdasági és kulturális távolság, illetve a kialakuló interakciók is befolyásolják a változások alakulását.

Az előbb említett tényezők között a hatás nem egyirányú, egy ráhatás következményei mindig visszahatnak az azt okozó tényezőre is, de ez nem jelenti azt, hogy az oda-vissza hatás azonos erejű (például a turisták erősebben hatnak a terület lakosainak életmódjára, mint amennyire ezek a változások később visszahatnak a turizmusra).

Az 1. ábrán látható modell jól érthetően és átláthatóan foglalja össze az egyes tényezők elemeit, illetve a nyilak méretével a hatások nagyságát is ábrázolja. Ha megnézzük az egyes felsorolt jellemzőket, akkor láthatjuk, hogy ezek folyamatosan változnak az idő előrehaladtával, tehát az érzékelt és a valós társadalmi-kulturális hatások is dinamikusan változnak.

A modell összes tényezőjének figyelembe vételével készíthetünk egy adott desztinációra helyzetelemzést, trendvizsgálatot (longitudinális elemzésekkel) és bizonyos mértékig előrejelzéseket is.



1. ábra: A turizmus társadalmi-kulturális hatásainak modellje
(Forrás: PUCZKÓ L., RÁTZ T., 2002, 135. o.)

2.3.1 A turisták és a helyi lakosok jellemzői

A turisták jellemzői

A következőkben a fent említett három tényezőcsoportot fogom bővebben kifejteni, elsőként a turisták jellemzőivel kezdeném.

Ide tartoznak - az 1. ábrán már bemutatott - következő tényezők: a turisták létszáma, típusa, költsége, az átlagos tartózkodási ideje, a motivációik, a viselkedésük, és a szocio-ökonómiai jellemzőik (életkor, nem, családi állapot, iskolai végzettség, foglalkozás, átlagos jövedelem...).

A területre látogatók létszámának vizsgálatakor nem csak az abszolút számot kell figyelembe venni, hanem ennek arányát a helyi lakossághoz képest, hiszen a változások mértékét inkább az határozza meg, hogy egy helyi lakosra hány turista jut. Ez az arány minél alacsonyabb, annál valószínűbb, hogy a látogatók beleolvadnak a tömegbe, és szokásaikkal, életmódjukkal nem befolyásolják jelentősen az ott lakókat. Ennek vizsgálatakor sem hagyatkozhatunk csupán a két létszám összevetésére, hiszen egy világtól elzárt település életében alacsony számú turista is nagy változást okozhat, míg egy kiépített, fejlett, turisztikai infrastruktúrával rendelkező helyen ugyanilyen arány esetleg nem is befolyásolja a helyiek életét.²

Az átlagos tartózkodási idő szintén fontos tényező, mivel ez határozza meg, hogy milyen mély kapcsolatot tud kialakítani a helyi lakossággal az oda utazó. Ezen kívül a rövid ideig ott tartózkodók fajlagos költsége is jellemzően alacsonyabb, illetve a kereslet térben koncentráltabb, mint a hosszabb időt a desztinációban eltöltők esetében, tehát a fő látványosságok körül jobban terhelt a lakosság és az infrastrukturális hálózat.

Az attrakciókkal, illetve a turisták típusaival összefüggésben határozhatjuk meg az oda látogatók motivációit, amiből következtethetünk az aktivitásukra és a szívesen végzett tevékenységekre is. Ezek ismeretében vizsgálhatjuk, hogy van-e térbeli koncentráció, és hogy a keresett élmény megszerzéséhez átlagosan mennyi időt tölt a területen egy adott motivációval rendelkező egyén. Mivel a visszatérő látogatók jellemzően már nem a fő attrakciókat keresik fel, így megállapítható, hogy minél magasabb az arányuk egy adott turisztikai desztinációban, annál egyenletesebben oszlik el térben a kereslet. Ennek hatására a fő vonzerők környéke nem lesz annyira túlterhelt, és a lakosság nagyobb része kerül közvetlenül kapcsolatba a turistákkal.

A motivációk elválaszthatatlanok a szocio-ökonomiai jellemzőktől, hiszen a motivációt befolyásolja például az életkor, a családi állapot, képzettség, átlagos jövedelmi szint. A desztináción belüli fejlesztések iránya a turisztikai keresletnek megfelelően alakul, amit jelen esetben a motiváció határoz meg, tehát a motiváció a fejlesztéseken keresztül közvetten hat a helyi lakosok életminőségére.

Általában megfigyelhető a turisták viselkedésében egy kettősség: részben az otthonról hozott normáknak megfelelően viselkednek, másrészt nyaralás közben nem kötik ma-

² A turisták típusaival, a látogatók létszámának és a típusuknak összefüggéseivel, illetve a különböző típusok környezetre gyakorolt hatásával az 1. melléklet foglalkozik bővebben.

gukat annyira a mindennapok szabályaihoz, így kevesebb tisztelettel és toleranciával közelítenek környezetük felé. (Palancsa A., 2007; Puczkó L. - Rátz T., 2002)

A helyi lakosok jellemzői

A turizmus társadalmi-kulturális hatásainak fogalmi meghatározásánál a helyi közösség életében bekövetkező változásokra helyezett hangsúlyból is látszik, hogy jellemzőik erősen befolyásolják a hatások milyenségét, így a következőkben ezek kerülnek bemutatásra. A fogadó lakosság esetében is elsőként a *létszámot* kell vizsgálnunk a turizmus társadalmi-kulturális hatásainak kapcsán az előbb ismertetett okokból.

Ezután a szocio-ökonomiai és demográfiai jellemzők következnek, hiszen ezek határozzák meg, hogy a lakosságból hányan és milyen szinten tudnak bekapcsolódni a turizmus szektor munkájába, valamint ezek ismeretében tudjuk megállapítani, hogy mekkora mértékű gazdasági és kulturális különbségek tapasztalhatók a házigazdák valamint a látogatók között. Minél többen rendelkeznek a helyi lakosságból megfelelő iskolai végzettséggel, anyagi háttérrel és minél erősebb az elszántság a közösségben a turizmus fejlesztésével kapcsolatban, annál sikeresebb lesz a fejlődés, és annál pozitívabbak az ennek hatására bekövetkező társadalmi-kulturális hatások. Ha a turizmusfejlesztés külső kezdeményezés, külső tőke és külsős munkaerő bevonásával történik, akkor a lakosság kevésbé profitál belőle, így a hatások mérlege is inkább negatív lesz.

A helyiek életmódjának, értékrendszerének, hagyományainak vizsgálata azért is fontos, mert ezek önmagukba lehetnek vonzerők. A turizmus megjelenésének pozitív hatása ezen a területen, hogy a hagyományörző népszokások attrakcióvá válásával ezek megőrződnek az utóknak, míg érdeklődés hiányában feledésbe is merülhetnek. Negatív hatása az lehet, hogy a turizmus megjelenése felborítja a megszokott életritmust, megváltoztatja a társadalmi szokásokat, vagy átalakítja a fiatalabb korosztály értékrendjét, ami családokon vagy közösségen belüli konfliktusokhoz vezet. Minél hasonlóbbak a fogadó terület és a küldő ország (illetve a turista) jellemzői, annál kevésbé valószínű a konfliktusok kialakulása.

A fogadó terület művészete, kézművessége, nem anyagi kultúrája rendkívül értékes, de sérülékeny is. Ellenálló képességük jelentősen befolyásolja, hogy a társadalmi-kulturális hatásokat összességében negatívnak vagy pozitívnak értékelik-e. Egy terület kultúrájának ereje alatt azt értjük, hogy milyen mértékben tud ellenállni a külső hatások-

nak. Ha a helyi kultúra nem része a mindennapoknak, nem gyakorolják a szokásokat, hagyományokat, ha nincs a történelmi múltra építkező közösségi összetartó erő, akkor a turisták által közvetített domináns kultúra könnyen átalakíthatja a helyit. Az átalakulásnak két típusa mehet végbe: a teljes asszimiláció, az idegen kultúra átvétele, illetve az is megfigyelhető az erősen szezonális célterületeken, hogy szezon alatt szinte asszimilálódnak, de azon kívül visszatérnek a megszokott életmódjukhoz.

A turizmustól való függésről két szinten beszélhetünk: egyrészt a közösség egészére nézve, másrészt az egyének szintjén. Az egész közösséget abban az esetben célszerű vizsgálni, ha a terület jellegéből fakadóan a turizmus a fő megélhetési forrás, így közvetve, vagy közvetlenül mindenki kapcsolatban áll vele. Ha ez nem így van, akkor csak a turizmusban dolgozó egyének esetében beszélhetünk függésről. A turizmus hatásainak észlelését jelentősen meghatározza, hogy mennyire függ az illető a turizmustól.

A társadalmi és gazdasági struktúra jellemzőit a helyi közösségek szerkezetének vizsgálatán belül szokás értékelni. Ide tartozik az érdekcsoportok, civil szervezetek turizmusfejlesztéssel kapcsolatos álláspontjának elemzése, hiszen ha a természeti és kulturális értékek védelme mellett emelnek szót, akkor ennek hatására jelentősen csökkenhet az érzékelt negatív hatás. A gazdaság diverzifikáltsága azt határozza meg, hogy a turizmusnak, mint gazdasági ágának mekkora szerepe van a desztinációban (ez az egyetlen gazdasági tevékenység, vagy csak egy a sok közül), a társadalom gazdasági struktúrája pedig azt mutatja meg, hogy hányan tudnak bekapcsolódni a fejlesztésekbe.

A vendégszeretet minden kultúrában hagyományosan érték, de a közösség nyitottsága befolyásolja a helyiek turistákkal, turizmussal kapcsolatos attitűdjét. Ennek pontos ismerete elengedhetetlen a fejlesztési irányok meghatározásakor, hiszen a vendégszeretet határai, és kifejeződése területenként eltérőek, aminek figyelmen kívül hagyása negatív attitűdöt eredményezhet. Egy multikulturális desztináció jellemzően nyitottabb és befogadóbb, de az egyes csoportok másként fognak reagálni a turizmus fejlődésére, és a hatásokat is másképp érzékelik.

A most felsoroltak mellett még fontos megemlíteni, hogy manapság már minden kultúrát és területet rengeteg külső hatás ér, tehát nem biztos, hogy az egyes - a turizmusnak tulajdonított - változások okozója valóban a turizmusban keresendő. Ezen hatások elemzésekor mindig széleskörűen kell vizsgálni az egyéb lehetséges hatótényezők figyelembe vételével. (Palancsa A., 2007; Puczkó L. - Rátz T., 2002; Szöllös P., 2005)

2.3.2 *A turisták és a desztináció lakossága közötti kapcsolat*

A turisták és vendéglátóik kapcsolatára jellemző, hogy erősebb hatást gyakorol a létrejövő kapcsolat a helyiekre, mint az odalátogatókra. Mivel a társadalmi-kulturális hatások definíciójának meghatározásakor a fogadóterület életminőségének változását jelentette, így most a turistákra gyakorolt hatására a dolgozat nem tér ki. A hatás milyenségét a létrejövő kapcsolat típusa, és jellemzői határozzák meg.

Három típusú lehet a helyiek és a turisták közötti kapcsolat: üzletinek nevezzük, ha kereskedelmi kapcsolat jön létre (termék vagy szolgáltatás vásárlása esetén); a második típus, ha ugyanazon a helyen tartózkodnak, de nem kerülnek közvetlenül kapcsolatba; illetve az utolsó kategória esetén személyes kapcsolat alakul ki közöttük, aminek keretében gondolatokat és információkat osztanak meg egymással.

Hiába szokás kiemelni, hogy a turizmus elősegíti a népek közötti megértést, de valójában az előbb felsorolt típusuk közül az ezt lehetővé tevő utolsó típus fordul elő a legritkábban. Ennek kialakulására azokon a területeken van lehetőség, ahol magas a visszatérő turisták aránya vagy még csak kevés látogató jelent meg, mert ekkor még a helyiek vendégként kezelik a hozzájuk érkezőket. A turizmus fejlődésével egyre inkább elüzletiesedik ez a kapcsolat, megjelennek a sztereotípiák, majd ez a folyamat a tömegturizmusban csúcsosodik ki, ahol már nem is igénylik az utasok a helyiekkel kialakított személyes kapcsolatot. A társadalmi és kulturális hatások minden esetben jelentkeznek, ha a turista egy új területre érkezik, bármilyen típusú kapcsolat alakuljon ki a helyiekkel, nem kell hozzá személyes gondolat-, vagy információcsere.

A kapcsolat jellegének szempontjából meghatározó, hogy a turista és a helyi lakos helyzete, elvárásai, céljai a találkozás pillanatában valószínűleg különböznek. A turista éppen sok szabadidővel rendelkezik, rugalmas, szabadabban költ, felszabadultabb, míg a vele kapcsolatba kerülő helyi lakos a mindennapi rutint végzi, ha a turisztikai szektorban dolgozik, akkor ráadásul idejének nagy részét az ide látogatók igényének kielégítésével tölti. (Puczkó L. - Rátz T., 2002)

Az UNESCO a tömegturizmusban kialakuló házigazda-turista kapcsolat négy fő jellemzőjét határozta meg 1976-ban.

Az első alapvető jellemző, hogy a létrejövő kapcsolat átmeneti. Az átlagos tartózkodási idő rövidségéből fakadóan általában nincs alkalom a szorosabb kapcsolat kialakulásra, ez alól csak a visszatérő vagy a jelentősen hosszabb időre érkező vendégek képezhetnek kivételt. A turista szemszögéből a helyiekkel való találkozás egyedi, érdekes, különö-

sen az ő kultúrájuktól jelentősen különböző kultúra látogatása esetén; míg a helyieknek egy adott találkozás csak egy, a szezon alatt kialakult rengeteg kapcsolat közül.

A kapcsolat időbeli és térbeli korlátozottsága azt jelenti, hogy a turisták az ott töltött idő alatt akarnak minden élményt begyűjteni, függetlenül attól, hogy például egy másik időszakhoz kapcsolódó szokásról, vagy hagyományról beszélünk. Ezen igények kielégítésének érdekében gyakran megjelennek a valódi hagyományok leegyszerűsített, rövidített változatai, amiket attrakcióként kínálnak. Mivel a turisták az ott töltött időből a legtöbbet akarják kihozni, gyakran egyik látványosságtól a másikig sietnek, aminek következtében nincs idejük mélyebb kapcsolatba kerülni az egy-egy területen élőkkel. A területi korlátozottság érthető az üdülőfaluk, „turistagettók” megjelenésére is, aminek hatására az oda látogató már csak azokkal kerül kapcsolatba, akik a turisztikai szektorból élnek.

A turizmus történetének kezdetén jellemző hagyományos vendégszeretetet a fejlődés és a tömegszerűvé válás hatására kommercializálódik, szervezetté válik, egyre inkább hiányzik belőle a spontaneitás mindkét részről. A promócióknak, utazásszervezőknek egyre nagyobb ráhatásuk van a turisták döntéseire, kialakulnak a tipikus turista látványosságok, és ezzel a helyiekkel létrehozható interakciókra vonatkozó lehetőségek is korlátozottabbak lesznek, illetve előre behatárolhatók.

Az eddigiekből következik, hogy a kapcsolat egyenlőtlen és kiegyensúlyozatlan: a turista épp nyaral, a házigazda pedig kiszolgálja, illetve a hasonló keresetű rétegek esetén is különbség van a kiadási szerkezetben, mivel nyaralás alatt könnyebben költenek az utasok. Ezen eltérések miatt alsóbbrendűnek érezheti magát a fogadó lakosság, illetve közvetve a turisták kizsákmányolásához is vezethet a nyilvánvaló anyagi fölényük. (Palacska A., 2007, Puczkó L. - Rátz T., 2002)

A helyiek és az odalátogatók kapcsolatát befolyásoló tényezők

A vendég és vendéglátó közötti kapcsolat ismérveit az UNESCO fogalmazta meg: átmeneti jellegű, időben és térben korlátozott, hiányzik belőle a spontaneitás, és egyenlőtlen.

Az átmeneti jelleg abból fakad, hogy a látogató csak rövid időre érkezik a területre, így a környezettel csak felületes kapcsolatot tud kialakítani. Ezen túl a kialakított kapcsolat sokszor mesterséges, mivel a vendéglátó nem feltétlenül helyi lakos, és ez esetben nem képes a lokális értékek közvetítésére. A koncentráció időben a szezonnak tudható be, míg térbeli jellege a turisták által látogatott területek földrajzi koncentrációjából fakad. A harmadik ismérvként említett spontaneitás hiánya a szervezett, vagy szerződéses utakkal áll

összefüggésben, aminek hatására formális kapcsolatok alakulhatnak csak ki. Az utolsóként említett egyenlőtlen viszonyok részben az esetleges gazdasági különbségekből, részben a dolgozó és a szabadságon lévő ember találkozásából fakadnak (a turizmusban dolgozónak napi rutin tevékenység, ami a turistának élmény). (Michalkó G., 2007)

A fogadó lakosság és a turisták kapcsolatát jelentősen befolyásolja a két társadalom közötti kulturális és gazdasági távolság. A távolság növekedésével egyre erősebben érvényesülnek a társadalmi hatások, illetve annál jellemzőbb az értékek kicserélődése.

A gazdasági különbség elsősorban a költési szokásokban és az anyagi javakban nyilvánul meg, alapja az eltérő egy főre jutó jövedelem, illetve a két ország gazdaságának eltérő fejlettségbeli szintje. A társadalmi – kulturális hatások vizsgálatakor azt kell szem előtt tartani, hogy nem a valódi, hanem az észlelt gazdasági különbség számít: az amit a helyi lakos a turista anyagi lehetőségeivel kapcsolatban észlel. Hiába dolgozik otthon keményen, alacsonyabb beosztásban valaki, és akár egy-két évig tesz félre, hogy elutazhasson a kívánt helyre, a desztináció lakosai ugyanolyan jó módúnak fogják látni, mint azt, aki ezt egy havi fizetéséből teszi. Az érzékelt különbség hatására alakul ki a helyiekben a turistákkal szembeni attitűd, illetve viselkedésforma. A kulturális távolság sok tényezőből fakadhat. Ide tartozik például a nemzetiség, az etnikum, a beszélt nyelv, az alapvető értékrendszer, a gondolkodásmód, a vallási hiedelmek, a hagyományok, az életstílus, a normák, az öltözködési szabályok és az idegenekkel szemben tanúsított attitűdök.

A legkevesebb konfliktus - az előbbieik alapján érthető okokból – a belföldi turizmus esetén jelentkezik, legtöbb pedig akkor, ha fejlett országbeli turista érkezik fejletlen vagy fejlődő desztinációba. Természetesen a képet itt is árnyalja a turista típusa és viselkedése a célterületen. (Palanca A., 2007; Puczkó L. - Rátz T., 2002)

2.3.3 A turizmusfejlődés jellemzői

A turizmus fejlődésének típusa jelentősen befolyásolja, hogy milyen társadalmi – kulturális hatások jelennek meg a vizsgált területen. A fejlődés formái között nagy eltérések lehetnek, annak ellenére, hogy az 1. mellékletben ismertetett desztinációs életgörbe szakaszai a legtöbb célterület esetében azonosak.

A fejlődésbeli különbségek a desztináció jellegéből, illetve a vonzerők típusából adódnak, hiszen ezek meghatározhatják a fejlődés típusát és jellemzőit is. A tömegturiz-

mus fejlődése leginkább a napfényes, meleg éghajlatú vízpartok, a síelésre alkalmas magashegységek, a nagyvárosok, és a tematikus parkok esetén jellemző, míg például az egyedi kultúra vagy a ritka növény-, állatvilág általában a turizmus alternatív irányba való fejlődését eredményezik. (Puczkó L. - Rátz T., 2002)

Peck és Lepie 1989-es turizmus fejlődési modellje (idézi Rátz T., 1999) a fejlődési rátán kívül (ami a fejlődés sebességét és kiterjedését foglalja magába) fontos tényezőként emeli ki, hogy a helyi közösség mennyire kapcsolódott be a turizmus fejlődésébe és mennyire tudja ez által ellenőrizni, befolyásolni a változásokat. Itt igazából azt kell vizsgálni, hogy a hatalom hogyan oszlik meg az egyes szereplők között.

A fejlődés sebessége azért létfontosságú kérdés, mert a hirtelen, túlzottan nagymértékű változás kevésbé kontrollálható, ezáltal valószínűleg a jelentkező hatások is nagyrészt negatívak lesznek. A turisták számának hirtelen növekedése ellehetetleníti, hogy a helyiek fokozatosan szokjanak hozzá az új helyzethez, így a kultúrák találkozása is sokkal kevésbé lesz zökkenőmentes, a társadalmi – kulturális hatások is leginkább negatívak: illetve a helyi normák és a társadalmi szerkezet is átalakul. Ha a fejlődés üteme lassabb, akkor ezzel párhuzamosan a desztináción belül képződik a fejlesztésekhez szükséges tőke, így a turisztikai szolgáltatásokat a helyiek bővítik lépésről-lépésre a kereslethez alkalmazkodva. Helyi tulajdonú fejlesztések, helyi szolgáltatások lesznek a jellemzőek, a kívülről érkezettek integrálódnak a hagyományos hatalmi struktúrába, ennek köszönhetően a normák csak lassan alakulnak át, stabil marad a hatalmi struktúra és növekszik a helyi gazdaság.

Gyors fejlődés esetén valószínű, hogy a területen nem áll rendelkezésre a fejlesztésekhez szükséges pénzügyi háttér, illetve megfelelő munkaerő, így ezt külső forrásokból, és külső munkavállalók bevonásával kell biztosítani. Minél nagyobb külső „segítségre” szorul a terület, annál jelentősebb lesz később a profitkiáramlás (leakage), ami már önmagában is ellenszenvet kelthet a lakosságban, de emellett csökkenti a helyiek ráhatását a turisztikai fejlesztések irányára és módjára, illetve ennek hatására új hatalmi és gazdasági szerkezet jön létre. A helyi kontroll megléte vagy hiánya közvetve hatást gyakorol a turizmussal szembeni attitűd kialakulására, mivel jellemzően pozitívabban ítélik meg a fejlődés következményeit azok, akik úgy érzik, hogy van beleszólásuk a fejlesztésbe. Tehát - a kialakult attitűdön keresztül - a hatalomból való részesedés kihat a későbbi házigazda - turista kapcsolatra is.

A Peck - Lepie modell harmadik kategóriája, amikor a változás mértéke alkalmoszerű fejlődésként írható le. Ebben az esetben kialakul a hétvégi és az eseményturizmus, kevés a fejlesztés iránti igény, de a helyiek tulajdonában vannak a beruházások. A közösség

életére gyakorolt hatásokat tekintve ebben az esetben szilárdak maradnak a desztinációban elfogadott eredeti normák, növekszik az egyéni mobilitás a hatalmi és gazdasági szerkezetben belül, és nem lesz jelentős változás a helyi gazdaságban.

A dolgozat mellékletei között bemutatásra kerül annak a jelentősége, hogy a turizmus szektor az adott gazdaságban milyen fontos szerepet tölt be: ez a fő gazdasági tevékenység (húzóágazat), vagy diverzifikált gazdaságban csak egyetlen ágat jelent. A hatások értékelésének szempontjából ezt olyan összefüggésében kell figyelembe venni, hogy ha egy területen a turizmus domináns iparág, akkor általában a fejlesztésével kapcsolatos negatív társadalmi vagy kulturális hatásról elvonja a figyelmet a gazdasági előny. Természetesen ez nem jelenti azt, hogy a problémák nem jelentkeznének, sőt általában mire felismerik ezeket a negatív folyamatok már nehezen visszafordíthatóak. További negatív következmény, hogy felerősödik a turizmustól való függés, illetve általában nő a terület importigénye, aminek hatására romlik a fizetési mérleg helyzete.

A teherbíró képesség figyelmen kívül hagyása jelentősen károsíthatja a helyi környezetet, és ezen keresztül a lakosság életminőségét is. Elsősorban a társadalmi és pszichológiai, másodsorban a gazdasági teherbíró képességnek van befolyása a turizmus társadalmi–kulturális hatásainak kialakításában.³ Mindig figyelembe kell venni a teherbíró képesség összes típusát, és közülük a legszűkebb keresztmetszethez igazodni, mivel ezzel lehet biztosítani, hogy az észlelt hatások mérlege pozitív legyen, és minél kevésbé alakuljon ki negatív attitűd az oda érkező látogatókkal szemben. (Rátz T., 1999)

2.4 A társadalmi–kulturális hatásokat vizsgáló elméletek

A hatások vizsgálatára többféle elmélet készült, de mivel egy viszonylag új kutatási területről van szó, így még nincsenek minden tekintetben elfogadott modellek.

A leggyakrabban használt, és legismertebb közülük a mellékletek között található desztinációs életciklusgörbe, illetve a Doxey által 1975-ben kialakított Irridex, ami a helyi lakosság turizmussal kapcsolatos attitűdjeit és viselkedését ábrázolja. (Vargáné Cs. K., 2007 b)

³ Bővebben az 1. mellékletben található meg ennek ismertetése.

2.4.1 Az Irridex

Az Irridex elnevezés az *irritációs index* rövidítése, ami a turizmus fejlődése és a helyi lakosság turizmussal kapcsolatos attitűdjei közötti kapcsolatot mutatja be. Doxey szerint pontosan nem lehet meghatározni a tolerancia küszöbértékét, hiszen az függ a fogadó közösség és a látogatók jellemzőitől is, de az tényként kezelhető, hogy a turisták számának növekedésével egyre jellemzőbb a lakosság körében az „irritáció”, az ellenérzés, így felállítható egy általános modell, amely ábrázolja a helyiek attitűd változásának szakaszait.

A modell a 2. ábrán látható négy szakaszból áll, melyek között az átmenet egy irányú, vagyis ha már átlépett az adott közösség attitűdje a következő szakaszba, akkor nem kerülhet újra az előzőbe.

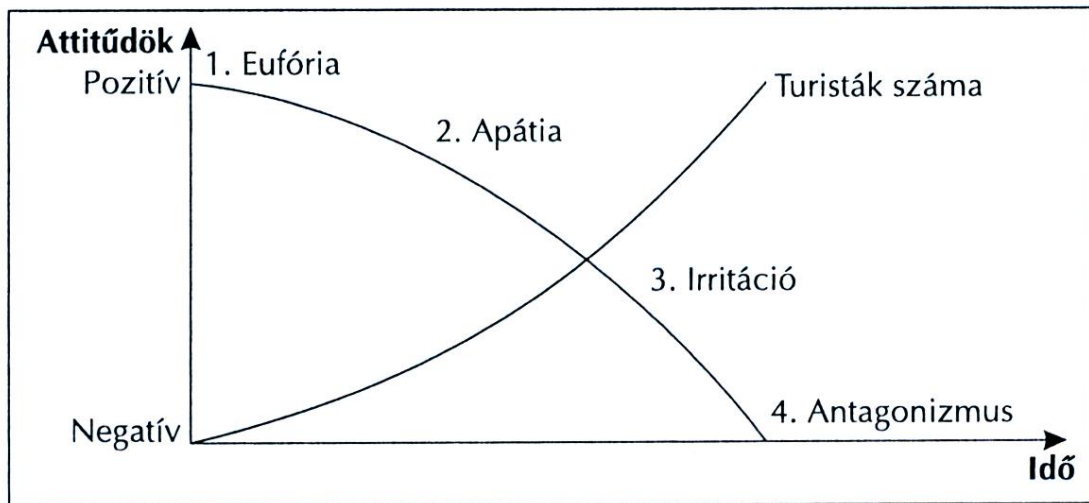
Az első szakasz az eufória állapota, ami a turizmus kezdeti szakaszaira jellemző, amikor még alacsony a turisták száma, és a turizmus nem iparágként működik. A helyi lakosság a hagyományos vendégszeretettel fordul az oda látogatók felé, legyenek akár turisták, akár befektetők. Az ekkor érkező turisták tiszteletben tartják a helyi szokásokat, hagyományokat, értékelik a helyi kultúrát és a környezeti adottságokat. Jellemző erre a szakaszra a tervezés és az ellenőrzés teljes hiánya, mivel ennyire korai szakaszban még nem ismerik fel a turizmusban rejlő lehetőségeket, és nem hiszik a helyiek, hogy később a látogatószám jelentős növekedése lenne várható.

A látogatók számának növekedésével párhuzamosan elérkezik a terület az apátia szakaszába, amikor a turisták jelenléte már megszokott, a helyiekkel kialakított kapcsolatuk elüzletesedett és formálissá vált. Megjelenik a marketingtervezés, melynek célja minél több látogatót vonzani a célterületre, illetve az igények minél teljesebb kielégítésének érdekében ösztönzik a szolgáltatások színvonalának emelését.

Az irritáció periódusában a helyi lakosok véleménye egyre negatívabb a turizmusról, a terület közelít a telítettség felé. Jellemző, hogy a politikai döntéshozók ekkor a társadalmi problémák elsimítása helyett további infrastrukturális fejlesztésekben gondolkoznak a fogadóképesség további bővítésének érdekében. Ha a kapacitásfejlesztések sikerrel járnak, akkor az érkezők száma meghaladhatja a terület társadalmi teherbíró képességét, így a helyiekben már egyértelműen negatív attitűd alakul ki a turistákkal szemben, mivel az érkezésük társadalmi hatásainak több negatívumát érzékelik, mint pozitívumát.

Ha a látogatószám továbbra is növekszik, akkor a helyi lakosság már egyáltalán nem tolerálja a külföldiek jelenlétét, és ezt akár nyíltan ki is fejezik. Ezt nevezzük az antago-

nisztikus szakasznak. Ekkor már minden társadalmi és környezeti problémáért a turizmust teszik felelőssé. (Csobán K., 2007; Rátz T., 1999)



2. ábra: Az irritációs görbe képe
(Forrás: Doxey, 1975; idézi: Rátz T., 1999, 97. o.)

Az egyes szakaszokban töltött időt rengeteg egyéb tényező befolyásolhatja, például társadalmi, kulturális, gazdasági, természeti, pszichológiai tényezők, tehát ezt egy adott desztináció esetében is nehéz lenne pontosan meghatározni, ám általánosságban szinte lehetetlen. Doxey célja a modell megalkotásával nem is ez volt, hanem egy érthető levezést szeretett volna nyújtani a döntéshozóknak, hogy megfelelő tervezéssel elkerülhessék az antagonizmus kialakulását. Ennek érdekében szerintem megfelelő figyelmet kell fordítani a szignifikáns tényezőkre: a helyiek turisztikai fejlődéssel kapcsolatos céljaira, elvárásaira, valamint a terület teherbíró képességére.

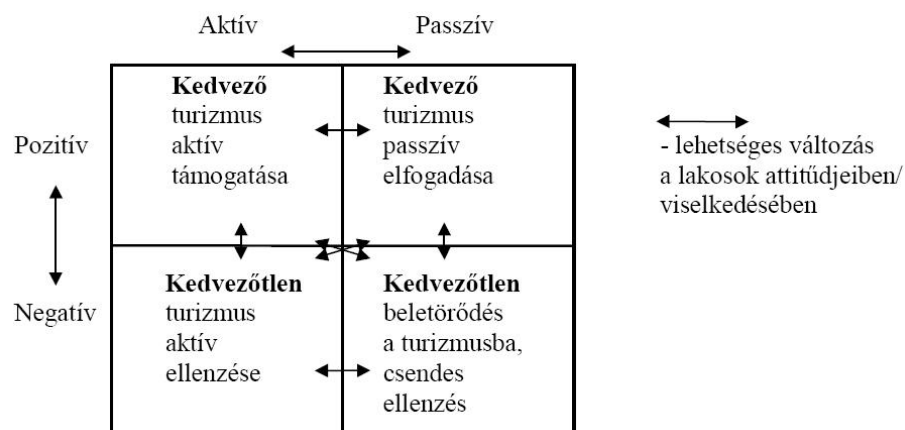
A gyakorlati kutatások sok esetben alátámasztották Doxley modelljét, és megállapították a növekvő turistaszámmal összefüggésben a helyi lakosság körében növekvő ellenérzést a turizmussal szemben, de mint minden elméleti modellnél, itt is találtak kivételeket. Egyes területeknél nem tapasztalható a negatív attitűdök térhódítása, illetve az olyan területeken, ahol viszonylag kicsi a helyiek és az oda érkezők közötti gazdasági és kulturális különbség, kialakul egy semleges attitűd. Ezek alapján azt mondhatjuk, hogy a vizsgált tényezők közötti kapcsolat nem olyan egyértelmű és egyirányú, ahogy azt a modell feltételezi. (Palacska A., 2007)

2.4.2 A lakosság attitűdjeit és viselkedését vizsgáló mátrix

A következőkben bemutatott modell is a fogadó terület turizmushoz való hozzáállásának vizsgálatát segíti elő az attitűdök és a viselkedés figyelembe vételével. Az alapötlet Björklund E. és Philbrick A. 1975-ös kutatása alapján merült fel, melyben kultúrák találkozásának folyamatát vizsgálták. Ezt a modellt Butler ugyanabban az évben a turisták és a helyi lakosok között kialakuló kapcsolat modellezésére használta.

A mátrix négy területből áll, melyek a lehetséges változásokat mutatják be a lakosok attitűdjében. A négy terület: a turizmus aktív támogatása, a turizmus passzív elfogadása (ezek kedvező, pozitív attitűdök), illetve a turizmus aktív ellenzése, majd a csendes ellenzés, beletörődés a turizmusba melyek már kedvezőtlen viselkedést takarnak. A korábban ismertetett két modelltől abban különbözik, hogy nem egyirányú változásokban gondolkodik, hanem mindegyik csoportból átkerülhet a lakosság hozzáállása mindegyik másikba, illetve nem feltételezi, hogy az egész lakosság egységes attitűddel rendelkezik a turizmussal szemben.

A kategóriák közül kettő passzív viselkedést takar (a turizmus passzív elfogadása és a beletörődés), ami általában arra vezethető vissza, hogy az egyén úgy érzi, nincs lehetősége változtatni a fejlődési folyamaton, vagy az is lehet, hogy egyszerűen csak nincs ráhatása az adott személy életére, így nem is tesz érte, hogy változzon a helyzet. (Vargáné Cs. K., 2007)



3. ábra: A házigazdák attitűdjei és reakciói a turizmussal kapcsolatban
(Forrás: Butler, 1975, idézi Rátz T., 1999, 40. o.)

Egy desztináció társadalmán belül mind a négy típusú attitűd–viselkedés kombináció létezhet egyszerre, és az egyes csoportba tartozó lakosok száma, aránya is folyamatosan változik a turizmus fejlődésének és hatásainak megfelelően, tehát a Doxey - féle és az

életgörbe elmélethez hasonlóan ez is dinamikus modell. A modell számol azzal, hogy a különböző érdekcsoportok egy desztináción belül is más attitűddel és magatartással fognak viselkedni a turizmus iránt, ami konfliktusokhoz is vezethet. Jellemzően a turisztikai vállalkozók, a fejlesztők és a döntéshozók ítélik meg pozitívabban a turizmus hatásait, bár el kell gondolkozni azon is, hogy egy átlagos helyi lakos vajon tisztában van-e azzal, hogy mik azok a pozitív hatások, fejlesztések, amiket a turizmus generált, tehát lehet, hogy hiába érzékeli a pozitív változásokat, azokat nem tudja a turizmushoz kötni. (Rátz T., 1999)

A modell teljes megértéséhez meg kell határozni néhány fogalmat is. „*A turistakultúra annak a folyamatnak a során alakul ki, ahogy az egyén eltávolodik otthonától, mindennapi életétől és turistává válik, s így megtestesíti a turista lét időn és téren kívüli, az otthoni normáktól elszakadt, nem mindennapi világát. A reziduális kultúra pedig mindaz, ami a turista eredeti, mindennapi kultúrájából megmarad a turistává válást követően is. A turistakultúra tehát meglehetősen homogén, a reziduális kultúra azonban heterogén, hiszen a különböző nemzetiségű, különböző kultúrájú turisták esetében eltérő.*” (Puczkó L. - Rátz T., 2002, 154. o.) A turizmust a kultúrák találkozásaként való értelmezése többoldalú kérdés, hiszen a desztináció kultúrája ütközik a turistakultúrával, és az egyes látogatók reziduális kultúrájával is. A turistakultúra sajátossága, hogy ezt mind a fogadó lakosság, mind maga az utazó negatív fényben látja, hiszen a kialakult sztereotípa szerint a turista általában megelégszik a felületes benyomásokkal, célja minél rövidebb idő alatt minél több attrakció meglátogatása. Természetesen ez nem mindenre igaz, de a tömegturizmus egyik sajátosságaként jelentkezik. Ebből következően gyakran maga a látogató is szeretné úgy érezni, hogy ő nem tartozik bele ebbe az embertípusba. (Rátz T., 1999)

2.5 A társadalmi és kulturális hatások értékelése

A következőkben a társadalmi–kulturális hatások pozitív és negatív elemeinek vizsgálata következik a népesség, a munkaerőpiac, a közösség, az életminőség, a vallás, az infrastruktúra, a családok, a nyelvtudás, a művészetek és a kultúra szempontjából. A társadalmi és a kulturális hatás csoportot azért kell együtt vizsgálni, mert a társadalmak találkozásának minőségét jelentősen befolyásolják a kulturális jegyek, tehát nem lehet egy közösséget a kulturális jellemzőktől elkülönülten kezelni.

A népességre gyakorolt társadalmi–kulturális hatások alatt azt értjük, hogy a turizmus megjelenésével, és fejlődésével párhuzamosan megváltozhat a desztináció népességének száma, összetétele vagy demográfiai jellemzői. Az új munkahelyek, az általános

életszínvonal javulás vonzza a betelepülőket, a szezonális dolgozókat, és megélhetést biztosít az ott lakóknak, ezzel meggátolva az elvándorlásukat. Meg kell említeni ennek az ellenkezőjét is: a tömegturizmussal járó zaj és zsúfoltság arra ösztönözheti a helyieket, hogy nyugalmasabb területre költözzenek. (Michalkó G., 2007) Ezek mellett további demográfiai átstrukturálódást okoz, hogy a bevándorlás miatt megnő a külföldiek részaránya, és mivel jellemzően a fiatalabbak és a férfiak képezik a társadalmak mobilabb rétegét, így az arányok erre tolódhatnak el.

A szezonális munkaerő bevándorlása abban az esetben pozitív jelenség, ha a gyorsan fejlődő turisztikai kínálatnak különben nem tudna megfelelni a desztináció. Azonban ha a helyi lakosok munkalehetőségét „veszik el”, akkor ez a közösség szempontjából negatív jelenség, ami akár konfliktusokhoz is vezethet. Feszültséget kelt az is, ha a külföldről érkezők kapják a jobban fizetett, magasabb presztízsű és magasabb képzettséget igénylő állásokat, ahelyett hogy a helyieket tanítanák be. (Puczkó L. - Rátz T., 2002)

A turizmus pozitív társadalmi hatásai között elsőként általában a munkaerőpiac változását említik, ami alatt munkahelyteremtést és a foglalkoztatottsági struktúra átalakítását kell érteni. Az új munkahelyek kialakulása különösen akkor befolyásolja kedvezően a helyiek önértékelését és lelkiállapotát, ha korábban nehezen lehetett elhelyezkedni a területen, vagy ha a jövedelem szignifikánsan emelkedni kezd a látogatóforgalom megjelenésének hatására. A turizmus fejlődésével a nyelvtudás és az egyéb ismeretek (hagyományok, szokások ismerete...) felértékelődnek, ami ösztönözheti a fiatalokat a tanulásra, vagy a saját kultúrájuk mélyebb megismerésére. (Michalkó G., 2007)

A turizmus sajátossága, hogy leginkább alacsony képzettséget igénylő és alacsony fizetésű, szezonális munkahelyeket teremt, amivel gyakran elvonja a munkaerőt a hagyományos gazdasági szektorokból, átalakítja a hagyományos gazdasági szerkezetet, és ezzel például a mezőgazdaságban munkaerőhiányt okoz, aminek következtében a terület importra szorul. A helyi lakosság azon tagjai, akik képességeiknek köszönhetően (nyelvtudás, kulturális ismeretek...) be tudnak kapcsolódni a turizmusba, felemelkednek mind gazdasági, mind hatalmi szempontból, ezzel fokozódik a közösségen belüli gazdasági egyenlőtlenség. (Palanca A., 2007)

Az eddig felsoroltakból következik, hogy a turizmus fejlődése a helyi társadalom bizonyos szintű átrétegződéséhez, és a hagyományos hatalmi struktúrák megváltozásához vezet.

A turisták érdeklődésének köszönhetően általában a helyiek megtanulják értékelni saját lakóhelyüket, büszkéek lesznek rá és szokásaikra, illetve ennek hatására fokozottan figyelnek a környezetük és kulturális értékeik megóvására is.

A turizmus segítségével egy addig jellegtelen település is kialakíthat magának vonzó imázst, amivel a tárgyi attrakciók hiányában is turistákat tud vonzani. Az imázs részben a helyiek hozzáállásából, viselkedéséből fakad, részben „kívülről”, amikor a látogatók magukkal viszik a terület jó hírét.

A turisztikai fejlődés hatására fokozódik a helyiekre nehezedő nyomás: nekik is versenyezniük kell a korlátozottan rendelkezésre álló lehetőségekért (például egyes termékekért, parkolóhelyért), a városiasodás hatására megjelennek az urbanizált életmód előnyei és hátrányai is, a tömegturizmussal pedig kialakul a minden szempontból zavaró zsúfolt-ság. Az urbanizáció előnyeként azért mindenképpen ki kell emelni, hogy ennek hatására jellemzően jobban felszerelt lakásokat alakítanak ki, fejlődik az infrastrukturális ellátás valamint szélesebb lesz a szolgáltatások kínálata.

A döntéshozók a fejlesztési irányok meghatározásakor nem mindig veszik kellőképpen figyelembe a helyiek igényeit és szempontjait, amivel ronthatják a lakosság hangulatát, és akár az életszínvonalát is.

Jellemző, hogy a turizmus terjedésével az általános árszínvonal megemelkedik, és szezonon kívül sem csökken vissza az eredeti árszintre, tehát a turizmus fejlődése általában inflációgerjesztő folyamat. Ez a turizmusban érintettek szempontjából mindaddig nem negatív, míg az így megnövekedett jövedelmükből kompenzálni tudják a magasabb árszínvonalból eredő negatív hatásokat, ekkor még az életszínvonaluk is növekedhet. Ezzel ellentétben, aki nem részesedik a jövedelmek növekedéséből, annak az árak folyamatos emelkedésével kell megküzdenie, és így pozitív hatással nem találkozik.

Az új turistadesztinációk esetében megemelkednek az ingatlanárak is, ami rövid távon pozitív hatásnak tekinthető, de hosszú távon ellehetetlenítheti, hogy a helyiek ingatlant vásároljanak a területen. Ennek hatására át fog alakulni a népesség megoszlása, egyre több szezonális lakos lesz a településen, akik viszont jóval kevésbé járulnak hozzá az alapszolgáltatások fenntartásához, mivel például nem itt adóznak, nem itt járattják iskolába, vagy óvodába a gyerekeiket.

A fizikai környezetre gyakorolt negatív hatás általában vandalizmus, és szemetelés formájában jelentkezik, amit okozhat a terület rossz felszereltsége (kevés szemetes), de a turisták nyaralás közbeni szabadabb viselkedése is. A fejlődés pozitív hatása, ha a helyiek

a turizmus érdekében szebbé szeretnék tenni a környezetüket, például ha felújítanak vagy virágosítanak részeket, színesre festik a házakat.

A turizmusból eredő bevételek teszik lehetővé az itt lakók életminősége szempontjából különösen jelentős közösségi és kereskedelmi szolgáltatások fejlődését, többek között javul az egészségügyi ellátás és az oktatás színvonala. (Rátz T., 1999)

A vallás is lehet a turisztikai kereslet egyik motivációja: *„a rítus, a szertartás, a meditáció, az imádás és a zarándoklat (...) mindegyike eltávolítja a turizmus résztvevőit a normális élettől, a megélhetés problémáitól, és lehetőséget ad egy másfajta morális állapotr, melyben a lelki és a kulturális vágyak kerülnek előtérbe.”* (Pusztai B., 1998, 23. o.) Nincs a vallási turizmusra általánosan elfogadott definíció, de azt kijelenthetjük, hogy szabadidős utazási formához tartozik, erős emberi kapcsolatokat tud teremteni és szinte valamennyi vallással összefüggésbe hozható, illetve a legtöbb társadalomban is meghatározó szerepet játszik. (Berki T., Pohner T., 2009) Tipikusan azt nevezzük vallási turistának, aki saját vallásának kegyhelyeit, templomait keresi fel, a vallási jellegű motivációval utazók alatt pedig azokat értjük, akik nem hívők, vagy más valláshoz tartoznak, de esztétikai vagy szellemi értékük miatt keresnek fel egy vallási attrakciót. Ez a két látogatócsoport néha nehezen fér el egymás mellett, mivel a pusztán érdeklődő, fényképezgető nézelődők zavarhatják a hívőket az elmélyedésben. Ugyanez igaz a helyi lakosok esetében is: például, ha felfedezik a település templomát, akkor a látogatók nagyobb száma miatt már nem találják meg ott a lakosok a keresett békét. Természetesen ennek is van pozitív hatása, hiszen sok templom, vagy vallási kegyhely rekonstrukciója, fenntartása nem lenne megoldható az érdeklődőktől szedett belépődíjak nélkül.

Mint a dolgozatban már korábban is szerepelt, bizonyos alap infrastruktúra megléte előfeltétele a turizmus fejlődésének, de az ebből származó bevételek hatására fellendül az infrastruktúra fejlődése is. Ez magába foglalja a közlekedési lehetőségek fejlődését, az energiaellátás javítását, a víz és csatornahálózat bővítését, a kommunikációs lehetőségek bővülését, társadalmi létesítmények fejlesztését, amik mind hozzájárulnak az általános életszínvonal emelkedéséhez.

A turisták pótlólagos kereslete életben tarthat olyan szolgáltatásokat, melyek a helyi keresletből nem tudnának megélni, de az is előfordulhat, hogy a magasabb jövedelmet biztosító turistaigények kielégítésére specializálódik egy korábban helyi igényeket kielégítő üzlet. Általában egyre több szabadidős létesítmény épül a turisták által látogatott területeken, amik az egész éves rentábilis üzemelés érdekében a helyiek és a turisták igényeinek egyaránt meg akarnak felelni, így a helyiek életminőségét is javítják. Ezzel szemben a fej-

lódó országokban jellemző, hogy a szórakozóhelyeket és az egyéb turisták számára létrehozott szolgáltatásokat a lakosság nem veheti igénybe, aminek hatására egyértelműen fokozódik a külföldi-ellenesség a desztinációban. (Puczkó L. - Rátz T., 2002)

A turizmusban jellemzően dolgozó fiatalok és nők gazdasági függetlenségének növekedésével, nő a társadalmi mobilitásuk is, aminek hatására a hagyományos társadalmakban is elkezd átalakulni a családon belüli szereposztás. A fiatalabbak szívesen kapcsolódnak be a turizmusba, így jellemzően ők veszik át a turisták kultúráját, attitűdjüket, viselkedésüket, ami generációk közötti kapcsolatok meglazulásán keresztül a társadalmi hályozatok felbomlását eredményezheti. A hagyományos társadalmi kapcsolatok felbomlásához vezet az is, hogy a turisztikai szektorban dolgozók életritmusa eltér a hagyományosabb gazdasági ágakban megszokottól, így ők este, hétvégén és ünnepnapokon is dolgoznak, aminek hatására a családtagoknak kevesebb idejük marad egymásra. Az egyéni értékrendszerek megváltozása a korábban említetteken kívül azt is jelentheti, hogy a turisták jelenléte miatt egyre nyitottabbak lesznek a helyi lakosok is, liberálisabbá válnak a szülők, esetleg jobban tolerálják a másságot is.

A demonstrációs hatás alatt azt értjük, amikor a helyiek a turisták fogyasztói szokásait másolják, életvitelük átvételére törekednek. Ez annál inkább érvényesül a turistákkal kapcsolatba kerülők esetében, minél nagyobb a gazdasági és kulturális különbség. Természetesen ez nem írható kizárólag a turizmus „rovására”, hiszen a globalizáció, az urbanizáció és a telekommunikáció fejlődése is hasonló eredményekhez vezethet. A demonstrációs hatás kialakulásának hátterében az áll, hogy a turisták életvitele irigylésre méltónak tűnik a helyiek szemében, és ezt az észlelt életszínvonalat szeretnék ők is elérni. Ennek érdekében gyakran emigrálnak a fejlettebb országokba, ahol szembesülnek vele, hogy az onnan érkezők jóléte általában csak látszólagos, a hétköznapi életük nem sokban hasonlít a nyaralás alatt láthatóval. (Michalkó G., 2007) A demonstrációs hatás egyetlen pozitív eredménye a nők és fiatalok társadalomban elfoglalt helyének javulása, míg ezzel szemben áll a kultúra háttérbeszorulása, a helyiek megnövekedett kereslete az import termékek iránt, és a családon, társadalmon belüli feszültségek kialakulása. Amennyiben jelentős a turisták és a helyiek pénzügyi lehetőségei között a különbség, erősödik a turisták kizsákmányolása, kettős árrendszer alakulhat ki, megjelenhetnek a látogatók kárára elkövetett kisebb bűncselekmények. (Puczkó L. - Rátz T., 2002)

A turizmus fejlődésének sajnálatos mellékhatása, hogy különböző devianciák felerősödnek vagy megjelennek. Ezek közé tartozik az alkoholizmus, a kábítószer fogyasztás, a szerencsejátékok, a bűnözés és a prostitúció. A szervezett bűnözés általában gépkocsi lo-

pással, szerencsejátékokkal, kábítószer-kereskedelemmel és a prostitúcióval kapcsolható össze, míg az egyéni bűnözés jellemzően vagyon elleni bűncselekményeket, zsebtolvajlást, betöréseket, autók feltörését takarja. A bűnözőket vonzza a turisták jelenléte miatt felhalmozódó vagyon, a könnyű beleolvadás a különböző területről érkezők tömegébe, illetve az hogy a látogatók nem rendelkeznek helyismerettel, így könnyű célpontnak számítani. A bűnözési ráta emelkedésével a helyiek is egyre kevésbé érzik magukat biztonságban, akkor is, ha a bűncselekmények kizárólag külföldiekre irányulnak. (Michalkó G., 2007)

Ma már közismert a szexturizmus létezése, amiből leginkább Thaiföld, a Fülöp-szigetek, Dél-Korea és Amszterdam profitál. A nem direkt ilyen motivációjú utak esetében is jellemző, hogy a szabadságukat töltő, élményszerzésre koncentráló látogatók elősegítik a prostitúció fennmaradását, akkor is, ha ez a hétköznapi környezetükben fel sem merülne bennük.

A kaszinók sok helyen már önmagukban is turisztikai attrakciót jelentenek, bevételt biztosítanak a desztinációnak, munkahelyet teremtenek, tehát kimondható, hogy amennyiben a helyi hatóságok tudják kezelni az általában hozzá kapcsolódó szervezett bűnözést és kábítószer – kereskedelmet, akkor a terület fejlődésének szempontjából egyértelműen pozitív hatást jelentenek.

Első hallásra a turizmus hatására megjelenő nyelvtanulás iránti igény egyértelműen pozitívnak tűnik, azonban ezt is mélyebben kell vizsgálni. Sok esetben például a demonstrációs hatás miatt a helyiek (általában a fiatalok) felsőbbrendűnek érzik a külföldiek által a desztinációban leggyakrabban használt nyelvet, így azt megpróbálják átvenni, vagy bizonyos esetekben csak szavakat építenek be belőle a saját nyelvükbe. Negatív hatásnak tekintendő, ha ennek a folyamatnak a hatására a helyi nyelv fokozatosan háttérbe szorul, majd el is tűnik. (Michalkó G., 2007; Puczkó L. - Rátz T., 2002)

A turizmus fejlődése elősegíti egyes kulturális elemek fennmaradását, de közben azok jelentős változásokon mehetnek keresztül a turisták igényeihez alkalmazkodva. Így összességében lehet, hogy például a turistáknak bemutatott kézműves termék már olyan szinten megváltozott, hogy nem is hasonlít az eredeti, hagyományos darabhoz (esetleg a turisták által kedvelt motívumokkal díszítenek a hagyományosak helyett). Ugyanez igaz a kultúra nem materiális formáira: az ünnepekre, népszokásokra, vallási ceremóniákra is.

Mivel sok fejlődő ország rá van szorulva a turizmusra a gazdasági fejlődés érdekében, a velük tárgyaló nemzetközi, tőkeerős vállalatok helyzeti előnyben vannak, amit adott esetben ki is használnak. Amint előtérbe kerül a turizmus fejlődésében a külföldi érdekelt-

ség, háttérbe szorulnak a társadalmi érdekek. Emiatt szokták a turizmust azzal vádolni, hogy gyakorlatilag a gyarmati struktúrákat éleszti fel, mivel kizsákmányoló folyamat megy végbe a fejlődő országokban. A neokolonializmus vádját igazoló érvként szokták még említeni, hogy a „kizsákmányolt” országok lakosai csak munkavállalóként vesznek részt a nemzetközi turizmusban, ők általában nem utaznak, tehát nincs kölcsönösség ezen a téren, hanem a fejlődő országok lakossága szolgálja ki a nála fejlettebb országok turistáinak igényeit. (Puczkó L. és Rátz T., 2002)

2.6 A szociokulturális hatások összefoglaló áttekintése

Az áttekintett szakirodalmak mind egyetértenek a társadalmi és kulturális hatások kiemelkedő szerepében, és abban, hogy ezen tényezők vizsgálata valamint nyomon követése nélkül nem valósítható meg sikerrel egy területen a turisztikai fejlesztés. Ezen hatások jelentősége abból származtatható, hogy a turizmus, mint szolgáltatás az emberek közötti interakciókra épül, és ezen aspektusoktól függetlenül nem kezelhető.

Nélkülözhetetlen az eredményes fejlesztések érdekében olyan hosszú távú turizmus politikák kidolgozása az egyes célterületekre, melyek szem előtt tartják a társadalmi, és természeti környezetet is, és az összes tényező figyelembevételével határozzák meg a fenntarthatóságot biztosító irányvonalakat.

Az eddig bemutatott és a mellékletben található elméleti áttekintésből következik a megállapítás, hogy minden tényezőt és hatást több oldalról illetve átfogóan kell megvizsgálni ahhoz, hogy valós képet kapjunk róluk, és egyértelműen nem mondható ki egyikről sem, hogy csak pozitív, vagy csak negatív következményei lennének az adott desztináció lakosainak életére.

Bár több szerző foglalkozott már ennek a területnek a gyakorlati kutatásával, a dolgozat szempontjából fontos volt egy saját felmérést végezni a hazai helyzet pontosabb megismerésének érdekében. Ennek bemutatását és részletezését a következő fejezet tartalmazza.

3. A TURIZMUS ATTITŰD VIZSGÁLATA – A KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS BEMUTATÁSA

Minden turizmussal kapcsolatos fejlesztéshez és stratégiához nélkülözhetetlen az adott terület minél széleskörűbb ismerete, aminek érdekében rendelkezünk kell a téma szempontjából releváns információkkal.

A szükséges adatokat beszerezhetjük primer, illetve szekunder kutatás eredményeként: szekunder adatgyűjtés alatt a már mások által összegyűjtött anyagok használatát értjük, míg a primer alatt a saját kutatásunk, adatfeldolgozásunk révén jutunk hozzájuk. Ez utóbbi módszere lehet a megkérdezés, megfigyelés és a kísérlet. (Kozma B., 2002)

A dolgozat eddigi részében valamint az 1. mellékletben megtalálhatók a témával kapcsolatos szekunder kutatás eredményei, míg ebben a fejezetben a saját kérdőíves felmérés eredményei szerepelnek, illetve ezek értelmezése, összevetése a szakirodalmi megállapításokkal.

A teljeskörű bemutatás érdekében minden lényegi kérdés külön fejezetet kapott, és ezek végén található mindig az adott kérdés eredményeinek rövid összefoglalása, a tanulságok levonása.

A mellékletek között fellelhető a teljes kérdőív, a megadott válaszlehetőségekkel együtt abban a formában, ahogy a kitöltők találkoztak vele.

3.1 A kutatás módszertana

A kérdőív kérdései a turizmus által generált hatások szubjektív érzékelésére vonatkoztak, külön vizsgálva a turisták által gyakrabban és ritkábban látogatott területeken lakók válaszait. Az elméletekben több helyen szereplő megállapítás volt, hogy másként érzékelik ezeket a hatásokat azok, akik a turisztikai szektorban dolgoznak, illetve azok, akik csak közvetetten kerülnek kapcsolatba a turistákkal, így a statisztikai adatok felvételekor az is kérdés volt, hogy a válaszadó munkája kapcsolatban áll-e vagy állt-e a turizmussal.

Az attitűdkutatásokban gyakran skálákat használnak a beérkező eredmények kiértékeléséhez: ilyenkor a megkérdezettek fokozatokat rendelnek a véleményükhöz. Ennek két fajtáját különböztetjük meg: a nominális skálánál konkrét értékekkel osztályozzák a válaszadók az egyes szempontokat, míg az ordinális skálák esetében valamilyen szempont alapján sorrendbe állítják a tényezőket. (KOZMA B., 2002) Jelen megkérdezés alapjául

azért nem szolgálhattak ezek a vizsgálatok, mert ehhez szükséges lenne az opciók megadása, és így olyan szempontokat is értékelték volna a kitöltők, amiket maguktól nem említenének meg. A felmérés célja azonban nem a résztvevők előre megadott tényezőkhöz való hozzáállásának, hanem az önálló asszociációiknak vizsgálata volt, így négy kifejtős kérdés is bekerült a kérdéssorba, hiszen ezzel nem generálódnak irányított válaszok.

Általában a megkérdezettek a szöveges választ igénylő kérdéseket nem töltik ki szívesen, mivel az több időt igényel. Valószínűleg ha csak feleletválasztós, vagy bizonyos szempontokat rangsoroló kérdések lettek volna, akkor még a mostaninál is több válaszadó lett volna, de nem tudnám ilyen alaposan vizsgálni a témakört.

A kérdések meghatározásánál szempont volt, hogy 3-4 perc alatt kitölthető legyen az űrlap, mivel ennél hosszabb és bonyolultabb megkérdezés már sokakat elrettenthet.

A megfogalmazásnál törekedtem a hétköznapi és egyszerű szavak használatára, hogy a szak kifejezések értelmezése ne gátolja az alacsonyabb végzettségűeket a kitöltésben, illetve hogy ne legyen félreérthető. A feleletválasztós kérdések válaszainak megfogalmazásakor lefedésre került az összes lehetőség, hogy mindenki megtalálhassa azt a választ, amivel a legjobban egyetért, és a kitöltők ne érezzék azt, hogy igazából egyik válasz sem helyes. Az utolsó két kérdés az észlelt negatív hatások elleni ötletekre, illetve az esetleg problémásabbnak tartott népcsoportokra vonatkozott, ezek megválaszolását nem volt kötelező, csak azok írtak ezekbe a mezőkbe, akik valóban hozzá szerettek volna szólni.

A kérdőívezés során feltett kérdések sorrendjéről több állásfoglalással is lehet találkozni: vannak, akik szerint a statisztikai adatokat a végén kell felvenni, míg mások szerint azzal kell kezdeni, mivel azok gyorsan és könnyen megválaszolhatóak, „sikerélményt adnak” a kitöltőnek. Mivel ez esetben a személyes adatoknál nem kellett kényesebb információkat megadni (mint például a kereset szintje), így végül ezek a kérdések kerültek előre.

A következőkben egyenként bemutatom a kérdéseket, illetve hogy melyikkel milyen összefüggéseket vizsgáltam. A válaszok ismertetésén kívül azt is elemeztem, hogy a korábban bemutatott elméletek megállapításaival mennyiben egyeztek az itt kapott eredmények, és hogy mi állhat az eltérések hátterében.

3.2 A kitöltések száma

Azért választottam az online kérdőívezést, mert így hatékonyan, rövid idő alatt, nagy tömeget lehet elérni, amit igazolt is a beérkezett *194 válasz*.

A megkérdezési csatorna hátrányai közé tartozik, hogy így a fiatalabb korcsoportok túlreprezentáltak lettek a mintában, ennek a bővebb bemutatására és elemzésére majd a későbbiekben kitérek. A fiatalabbak kiemelkedően magas arányát ellensúlyozandó az idősebbek körében végeztem személyes megkérdezést is, ugyanezt a kérdőívet töltöttem ki velük csak papír alapon, így például a 65 felettiek válaszai is megjelentek az adatok között, ami valószínűleg online formában nem történt volna meg, mivel az idősebbek között nem jellemző a mindennapos számítógép használat, illetve a használt megkérdezési csatornákon keresztül is nehezen érhetőek el (közösségi oldalak, levelező listák).

3.3 Demográfiai kérdések

3.3.1 Első kérdés – Nem szerinti megoszlás

A válaszadók között 119 nő és 75 férfi szerepelt, ami 61 – 39%-os arányt eredményezett. Ezt leginkább azzal magyarázom, hogy általában a nők szívesebben töltenek ki kérdőíveket.

3.3.2 Második kérdés – Korcsoport megoszlás

A válaszadók életkorának megadása feleletválasztós kérdés formájában történt, ahol különböző intervallumokat adtam meg. Az intervallumok meghatározásánál az volt a szempont, hogy az ezek szerinti szétbontás után a további válaszok vizsgálhatók legyenek a különböző életút szakaszokban lévő emberek között. Az első korosztály a 18 év alattiak voltak, akiknek valószínűleg még elenyésző munkatapasztalatuk lehet, illetve nyilván a tapasztalatlanságuk miatt még máshogy érzékelik a különböző hatásokat, nincs igazán rálátásuk a kérdésre.

A 18-23 évesek csoportja szűk intervallumnak tűnhet, de a cél az volt, hogy ezzel a főiskolások, vagy fiatal pályakezdők kerüljenek egy csoportba. Ők még korukból kifolyóan valószínűleg a turizmussal járó nyüzsgést, zajt, éjszakai életet nem érzékelik negatív hatásként, míg ez az idősebb korosztályban jellemző lehet.

A következő csoport a 24-35 évesek, akik már gondolkodásmódjukban és életvitelükben „felnőttek” tekinthetők, de még fiatalok, rugalmasabbak, valószínűleg jobban tolerálják az érzékelt negatív hatásokat.

A bevezetésben már említésre került, hogy problémát okozott a fiatalok túlreprezentáltsága. Ennek létrejötté mögött több ok állhat: egyrészt az online csatornákon ők voltak a legkönnyebben elérhető korcsoport, másrészt mostanában már mindennapossá váltak az

online kérdőívezések nem csak a szakdolgozatok, de egyes évközi feladatok adatfelvételeinek módszereként is, így ők már magától értetődő módon segítettek.

Az utolsó három csoport a 36-50, 50-65 évesek illetve a 65 év felettiiek voltak. Ezzel a felbontással lehetővé vált annak a vizsgálata, hogy az életkorral hogyan változik a hatások megítélése.

A 18 év alatti válaszadók alacsony számát (14 fő) az indokolja, hogy bár első ránézésre széles csoportot takar (0-18 évig), mégis nyilvánvaló, hogy egy 9 évest még nem érdekelnek ezek a hatások, nincs rálátása ilyen összefüggésekre, tehát valójában csak a körülbelül 13-18 évesek tekinthetők potenciális válaszadóknak.

A válaszadók 48%-a, 93 fő tartozik a 18-23 évesek közé, aminek hátterében már a korábban említett okok állnak.

A következő korcsoportot (24-35 év) 51 fő jelölte be, ami a válaszok 26 %-át adta, tehát a 18-23 évesek után ők voltak a legaktívabb kitöltők. Ez a korábban említett okokra vezethető vissza: ők elérhetők online csatornákon, de valószínűleg nem kapnak naponta több ismerősüktől kitöltendő kérdőíveket, nem veszik természetesnek, hogy kitöltik őket.

A válaszadók száma az utolsó három korcsoportban folyamatosan csökken: 36-50 év között 18 fő, 50-65 év között 13, míg 65 felett 5 válaszadót sikerült megkérdezni, még azzal együtt is, hogy az utolsó két csoportból többeknél is papír alapon végeztem az adatgyűjtést.

Kérdőíves felmérésnél az az optimális, ha a minta nem-, illetve kor szerinti megoszlása minél jobban hasonlít a vizsgált közösség megoszlásához. Mint ez az eddigi megoszlásokból is látszik, itt ez nem teljesült, továbbá a kisszámú mintavétel nem tekinthető véletlenszerűnek sem (valószínűleg a BGF hallgatói is túl nagy arányban szerepelnek a válaszadók között), tehát az általam levont további megállapítások tudományos szempontból nem lennének értékelhetőek. (Veres Z., Hoffmann M., Kozák Á., 2006)

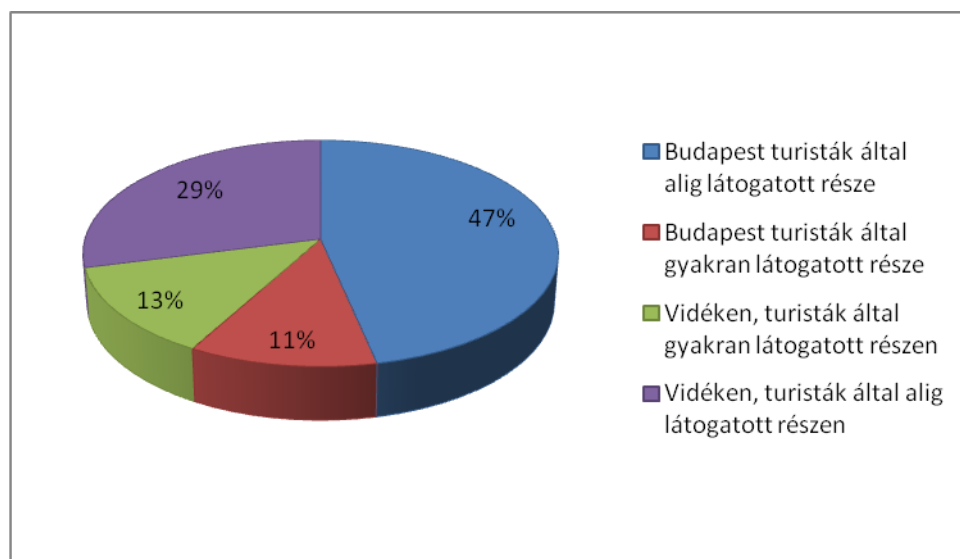
3.3.3 Harmadik kérdés – Lakóhely szerinti megoszlás

A turisztikai hatások szempontjából jelentős befolyásoló tényezőnek számít, hogy a válaszadó a turisták által gyakran látogatott területen lakik, vagy lakóhelyén nem kerül kapcsolatba a turistákkal, így a lakóhely vizsgálatánál a szokásos csoportoktól eltérően nem a települések nagysága szerint (főváros, megyeszékhely...), hanem a turisztikai látogatottság szerint kerültek szétbontásra a lehetséges válaszok.

Az egyes választható opciók után zárójelben szerepelt néhány területet, ami az adott kategóriába tartozik, ezzel is megkönnyítve a válaszadóknak a saját lakóhelyük besorolását: Budapesten belül turisták által gyakran látogatott helyeknél példaként a Vár, és a Hősök tere szerepelt, míg vidéken a Balaton, Tokaj, Hollókő, és Hévíz.

Abból kifolyólag, hogy az egyének magukat sorolták be, szubjektív csoportok képződtek, de mivel a helyi lakosság szempontjából vizsgálom a turizmus hatásait, úgy gondoltam, hogy ha valaki saját lakóhelyét a gyakran látogatott helyek közé sorolja, akkor a további válaszait is e szerint fogja megadni, nem számít, hogy objektíven hány turista látogat el oda.

A munkahely vizsgálata mellett azért volt fontos ezt is megkérdezni, mivel ha valaki munkája során kapcsolatban áll turistákkal nyilván máshogy érzékeli a hatásokat, mint az, aki a szabadidejében is kénytelen folyamatosan találkozni velük, illetve megéli, hogy például megemelkednek a területen az árak a látogatók számának növekedésével.



4. ábra: A megkérdezettek megoszlása lakóhely szerint
(Forrás: a saját kutatás eredményei alapján saját szerkesztés)

A kitöltők nagy része (46%-a) „Budapest turisták által alig látogatott részét” jelölte meg, majd 29% a „vidéken, turisták által alig látogatott részen” lehetőséget választotta. Ezután a látogatott vidéki területek következtek 13 %-kal (25 fő), majd Budapest idegenforgalmilag felkapottabb részei 11%-al (22 fő).

3.3.4 Negyedik kérdés – Turizmussal kapcsolatos munkatapasztalat

A kérdés pontosan úgy hangzott, hogy „rendelkezik a turizmussal kapcsolatos releváns (min. 1 hónapos) munkatapasztalattal? (Idegenvezető, szállodai dolgozó, utazási irodai munkakör stb.)”

A válasz megjelölése itt is tartalmazott szubjektív lehetőséget, mivel egy pincér is kapcsolatban állhat turistákkal, ha olyan területen van az étterem, de lehet, hogy a vendégeik nagy részét nem ők teszik ki. Itt is az volt a szempont, hogy ha a válaszadó úgy érzi, munkája szorosan összefüggött a turizmussal, akkor is, ha csak kis mértékben találkozik valóban a látogatókkal, megjelölheti az „igen” opció. Eleinte felmerült a válaszok konkrét munkakörre szűkítése, de dolgozatomban az érzékelt hatások jelentőségét és szubjektivitását vizsgálom, így az elemzés szempontjából úgy vélem ebből nem származnak félrevezető következtetések.

A megkérdezés módszeréből következik, hogy valószínűleg sok BGF-en tanuló hallgató töltötte ki a kérdőívet, így erre a kérdésre a lakossági arányokhoz képest sok „igen” válasz érkezett: 34 % (66 fő) nyilatkozott úgy, hogy rendelkezik a turizmussal kapcsolatos releváns munkatapasztalattal.

A későbbiekben az érzékelt pozitív és negatív hatásokat is külön fogom vizsgálni az erre adott kérdések alapján. Kíváncsi voltam arra is, hogy valóban pozitívabban értékeli-e a turisztikai hatásokat, azok, akik jövedelemhez és munkalehetőséghez jutottak általa, mint ez Palanca A, (2007) disszertációjában, vagy a Puczkó-Rátz könyvben (2005) szerepelt.

3.3.5 Ötödik kérdés – Iskolai végzettség

A legtöbb megkérdezésnél a legmagasabb elvégzett tanulmány megjelölését kérik, de itt ettől eltérően a „folyamatban lévő vagy elvégzett legmagasabb végzettség” volt a kérdés. A döntést az indokolta, hogy más rálátása lehet már annak is a turizmussal kapcsolatos összefüggésekre, aki már főiskolára jár, de még nem végezte el azt, illetve az is sok mindent elárul valakiről, ha tovább akart tanulni, és felvették például mesterképzésre, akkor is, ha még nem végezte el azt.

A korábbi oktatási rendszer és a mostani közötti különbségeket áthidalásának érdekében a felsőoktatási tanulmányok a következők szerint lettek kettébontva: „alapképzésen

szerzett diploma (régı képzésben fıiskola)” illetve „az elızınel magasabb fokú végzettség (mesterképzés, doktori, régi képzésben egyetem...)”.

Az alapképzésnél magasabb szintú végzettség azért nem került felbontásra további képzési szintekre, mivel a vizsgált témával kapcsolatban nem tekinthető releváns szempontnak, hogy a megkérdezett mesterképzést vagy esetleg doktorit végzett / végez, mindkét esetben feltételezhető, hogy művelt és tájékozott emberről van szó.

A végzettség szerinti megoszlás is tükrözi az eddigiek alapján várható arányokat: kiemelkedően sokan vannak az alapképzést vagy a régi rendszerben fıiskolát megjelölők: 101 fı jelölte meg ezt végzettségéként (a válaszadók 52 % -a).

Ezután következnek az elızınel magasabb szintú képzésben részt vettek, de ők már csak 20 %- át teszik ki az összes válaszadónak, 38 fıvel.

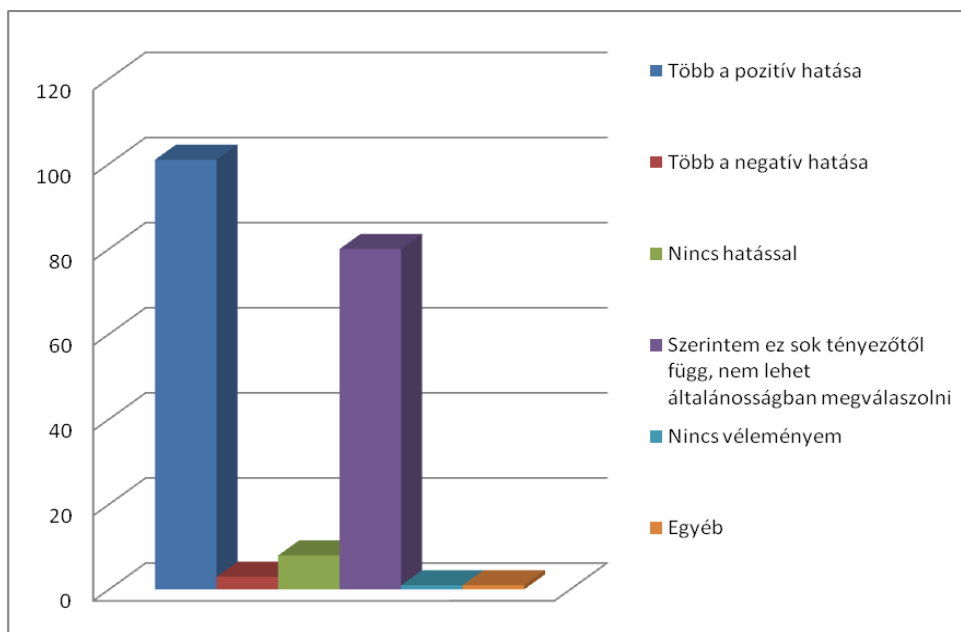
Huszonnyolcan jelölték meg a gimnáziumot (14 %), 22-en valamilyen szakirányú végzettséget (11 %) és végül 5-en az általános iskolát, ami a válaszadók 3 %-át jelentette.

3.4 Hatodik kérdés – A turizmus hatása a helyiekre ⁴

Valójában ez az első lényegi kérdés a kérdıív kitöltése során. A turisztikai hatások itt még csak általánosságban szerepelnek: szerintük általában a helyi lakosság életére inkább pozitív vagy inkább negatív hatással van összességében a turizmus.

Itt voltak választható lehetőségeket, de utolsóként egy szövegesen kitölthető hely szerepelt az egyéb válaszoknak, mivel így annak, aki az egyik lehetséges válasszal sem értett egyet, nem kellett olyan lehetőséget megjelölnie, amit valójában nem tart helyes válasznak.

⁴ Az erre a kérdésre adott válaszok megoszlása az összes válaszadóra, a turisztikailag frekvenciált helyen lakókra és a turizmussal kapcsolatos munkatapasztalattal rendelkezıkre külön lebontva megtalálható a mellékletek között.



5. ábra: A turizmus hatása a helyiek életére a kérdőíves megkérdezésre adott válaszok tükrében

(Forrás: a saját kutatás eredményei alapján saját szerkesztés)

A válaszadók 52 %-a (101 fő) szerint a turizmusnak több a pozitív hatása, és 41 %-uk (80 fő) nyilatkozott úgy, hogy ez sok tényezőtől függ, nem lehet általánosságban megválaszolni.

Nyolc válaszadó szerint a turizmus nincs hatással a helyiek életére. Közülük egy válaszolt úgy, hogy rendelkezik turizmussal kapcsolatos munkatapasztalattal, és egyedül ő jelölte meg, hogy turisták által gyakran látogatott részen lakik. Közülük ötven válaszoltak az általuk észlelt hatásokra is úgy, hogy nincs kapcsolatuk a turistákkal, így nem érzékelnek hatást. Valószínűleg erős összefüggés lehet a két kérdésre adott válaszuk között. A másik három válaszadó a saját életére vonatkozóan pozitívnak értékelte a hatásokat. A képzettségre vonatkozóan megfigyelhető, hogy nyolcuk közül egyik sem rendelkezett alapképzésnél / főiskolánál magasabb végzettséggel: négyen alapképzést, hárman gimnáziumot, és egy válaszadó a szakképzést jelölte meg.

Három megkérdezett nyilatkozott úgy, hogy több a negatív hatás. Ezen három válaszadóban közös, hogy egyikük sem rendelkezik turizmussal kapcsolatos munkatapasztalattal, tehát a korábbi feltételezés (miszerint azok pozitívabban ítélik meg a turizmus hatását, akiknek a munkája ezzel kapcsolatos) bizonyos értelemben itt megerősítést nyert, bár nem szabad figyelmen kívül hagynunk, hogy a válaszadók 66 %-a nem rendelkezik turisztikai munkatapasztalattal, és mégis csak hárman jelölték meg a negatív hatást. Lakóhely és korcsoport szerint nem lehet hasonlóságot találni közöttük, viszont érdekes, hogy közülük

ketten a következő kérdésre azt válaszolták, hogy az ő életükre pozitív hatással van a turizmus. A pozitív hatások közül a későbbi kérdésnél a munkalehetőségek megjelenését, forgalomnövekedést és a közlekedés fejlesztését jelölték meg, míg a negatívakat ennél jóval hosszabban sorolták: a környezetszennyezés, az árak emelkedése, a zaj és a tömeg mellett a bűnözés megjelenését és a turisták viselkedését említették meg.

Az egyéb csoportba 1 válasz érkezett: „minimális a hatás”. A válaszadó lakóhelyének a „vidéken, turisták által alig látogatott területen” választ jelölte be, továbbá a következő kérdésre is azt válaszolta, hogy nincs semmilyen kapcsolata a turistákkal, így ezzel összefüggésben nem érzékel semmilyen hatást az életében, valószínűleg ezekkel magyarázható, hogy szerinte csak minimális hatása lehet a turizmusnak. Később a pozitív hatásoknál az úthálózat fejlesztését, míg a negatívnál a közúti forgalom megnövekedését említte.

Egy válaszadó választotta azt a lehetőséget, hogy „nincs véleménye”. Érdekes, hogy ő végzettségénél a legmagasabb fokút jelölte meg, viszont nem rendelkezik turizmussal kapcsolatos munkatapasztalattal, turisták által alig látogatott területen lakik és saját életében nem észlelt turizmussal összefüggésbe hozható hatást, mivel nincs kapcsolata velük, így érthető az erre a kérdésre adott válasz. Későbbiekben a szöveges válaszokhoz nem írt semmit.

A kérdések elemzésekor említésre méltó, hogy ha a válaszok közül csak azokat vizsgáljuk, akik turisztikailag frekvenciált lakóhelyet jelöltek meg válaszukban, akkor közülük senki nem jelölte meg, hogy a turizmusnak több a negatív hatása. Az így kiemelt negyvennyolc válaszadó közül harminchárom szerint több a pozitív hatás, ami a megkérdezettek 69%-át jelenti. Tizennégyen jelölték meg azt a lehetőséget, hogy ez több tényezőtől függ és általánosságban nem állapítható meg, és egy felelet érkezett, ami szerint nincs hatással az ott lakókra. Ez valószínűleg abból következik, hogy Magyarországon a turisták száma még nem érte el azt a kritikus számot, amiktől már túlnyomóan zavaróvá válna a jelenlétük az ott lakók számára, és a negatív hatásokat erőteljesebben érzékelnék.

A turisztikai munkatapasztalattal rendelkezők válaszait is megvizsgáltam külön, és hasonló eredményt tapasztaltam: hatvanhat fő közül egyikük sem nyilatkozott úgy, hogy több lenne a negatív hatás. Harminchatan (a válaszadók 55%-a) jelölték meg a több pozitív hatást, huszonkilencen pedig a sok tényezőtől való függőségét emelték ki inkább (44%).

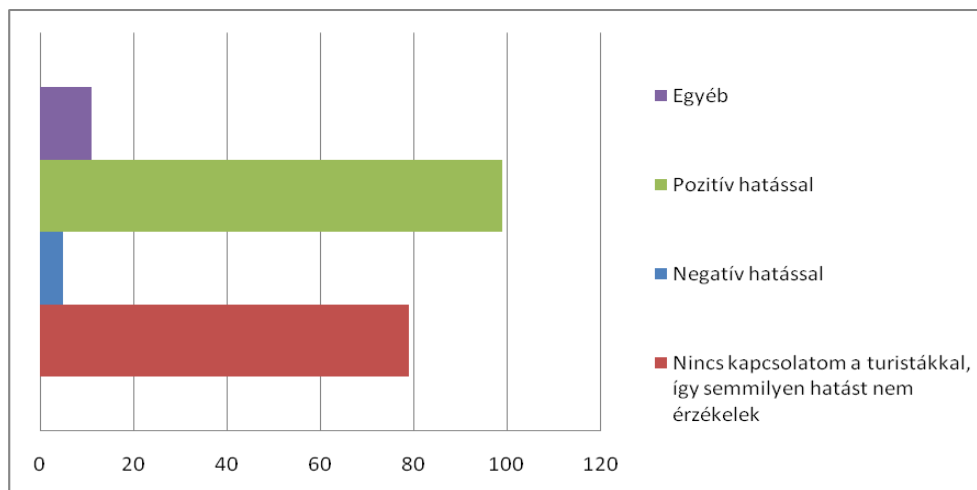
Tizenhét válaszadó lakik turisztikai célterületen és rendelkezik turizmusban szerzett munkatapasztalattal egyszerre. Közülük tízen jelölték meg a pozitív hatást (56%), he-

ten a több tényezőtől függést, és csak egy válaszadó szerint nem idéz elő változást a környezetében a turizmus.

Mivel az összes válaszadó 52%-a válaszolta azt, hogy a pozitív hatások elsődlegesek, megállapítható, hogy a turisztikai szektorban dolgozók és a turisztikailag frekventált helyen lakók között ennél magasabb ez az arány. Ez igazolni látszik a korábban felvetett hipotézist, miszerint a turizmusból élők pozitívabban vélekednek a turizmus hatásairól, de ellene szól annak, hogy több negatív tapasztalattal rendelkeznek és így pesszimistábbak a turisták által gyakran látogatott helyen lakók.

3.5 Hetedik kérdés – Személyesen érzékelt hatások⁵

Ez a kérdés azt vizsgálta, hogy személyesen, a válaszadó a saját életére nézve milyennek érzékeli a turizmus hatásait. A megadott lehetőségek a pozitív hatással, negatív hatással, „nincs kapcsolat a turistákkal, így semmilyen hatást nem érzékelek” voltak, illetve itt is szerepelt egy szövegesen kitölthető „egyéb válasz” lehetőségét.



6. ábra: A turizmus személyesen érzékelt hatásai a megkérdezés alapján
(Forrás: a saját kutatás eredményei alapján saját szerkesztés)

A válaszadók 51 %-a (99 fő) úgy ítélte meg, hogy pozitív hatással van az életére a turizmus, míg 41 %-uk (79 fő) nyilatkozott úgy, hogy „nincs kapcsolat a turistákkal, így semmilyen hatást nem érzékelek.”

Tizenegy ember gondolta úgy, hogy a megadott válaszlehetőségek nem fedik le a véleményét, így az egyéb rovat megjelölésével egyéni választ adtak meg. Hat válaszadó

⁵ Az erre a kérdésre adott válaszok megoszlása az összes válaszadóra, a turisztikailag frekventált helyen lakókra és a turizmussal kapcsolatos munkatapasztalattal rendelkezőkre külön lebontva megtalálható a mellékletek között.

fogalmazta meg, hogy a hatás vegyes, bizonyos szempontból jó, de bizonyos szempontból rossz. A többi öt megkérdezett igazából egyetértett a pozitív vagy negatív hatással, csak ezt bővebben is megindokolta. Egy válaszadó volt, akinek a felelete valójában a negatív hatáshoz sorolható, ő a turisták viselkedésére hivatkozott, szerinte zavaróak és úgy viselkednek, mintha nekik mindent szabad lenne. Az előbbi válaszadó turisták által alig látogatott területen lakik és nem is dolgozott a turizmusban, így a turistákkal kapcsolatos ellen-szenve nem innen származtatható. Az előző kérdésre úgy válaszolt, hogy a turizmusnak általában több a pozitív hatása, de a népcsoportoknál tett megjegyzéséből kiderült, hogy valójában honnan fakadt a turistákkal kapcsolatos ellenérzése: „*Egy apartman szállóban laktam japán turistákkal és a szomszéd szobából ordítanak egymásnak nyitott ajtónál akár éjjel kettőkor is (...) Nyitott ajtó mellett főztek maguknak, ezt szagolta az egész emelet.*” Sajnálatos, de érthető, hogy ilyen meghatározó élmények után a saját életére nézve negatív-an érzékeli a turizmus hatásait.

Az egyéb lehetőséget megjelölők közül a többi négy kitöltő pozitív hatáshoz sorolható véleményt fogalmazott meg: hárman azt emelték ki, hogy ebből élnek, így egyértelműen pozitívan hat az életükre, a negyedik pedig így fogalmazta meg: „*Jobban a nagyvilág részesének érzem magam, hazánkat*”.

A negatív hatást a válaszadók 3 %-a (5 fő) választotta. A statisztikai adatok között nem található mindannyiuknál azonos tényező, ami indokolhatná a választ: közülük egy dolgozott a turizmusban korábban, hárman jelölték meg azt, hogy a turisztikai hatások értékelése sok mindentől függ (nem lehet általánosságban megállapítani, hogy negatív vagy pozitív), egyikük általánosságban is negatívnak, míg a másik pozitívnak értékelte a hatást. Végzettségük is vegyes, de semelyikük sem jelölte be a legmagasabb szintű képzést (mesterképzés, vagy annál magasabb / régi képzésben egyetem). Korcsoport tekintetében ketten jelölték meg a 18-23 éves intervallumot, ketten az 50-65 éveset, és egy fő a 65 év felettit, tehát ezt sem tekinthetjük releváns ismervnek. A későbbi kérdések során a pozitív hatások között a munkahelyteremtést, a bevétel növekedést, a környezet rendezését említették, illetve hogy bővül az igénybe vehető szolgáltatások köre, ismertebb lesz a település. Negatív hatásként említették a tömeget, a szemetelést, az árnövekedést, a környezet-szennyezést, a zavaró éjszakai életet, a kisebb bűncselekmények növekvő számát, és hogy nem tartják tiszteletben az ott élőket. Ami talán kiemelhető mind az öt válaszban, az a negatív hatások elleni lépéseknél adott válaszaik, mivel mindegyikük pesszimistán válaszolt, különbözőképpen fogalmazták meg, hogy igazából ezek a negatív hatások feltétlenül a tu-

rizmussal járnak, és nem lehet tenni ellene semmit, illetve ketten említették, hogy talán a több ellenőrzés vagy rendőri jelenlét segítené valamennyit.

Összességében elmondható, hogy az emberek nagy része pozitívan értékelte a turizmus hatásait, vagy a „semleges” válasznak számító lehetőséget jelölte meg: ezt a két opciót összesen a válaszadók 92%-a választotta, ami a turizmussal foglalkozók szemszögéből jó hír, hiszen még nem érkezett el az ország a telítődésnek abba a szakaszába, ahol már túlnyomórészt zavarónak tartják a turistákat.

A turisták által gyakran látogatott területen lakókra leszűrve az erre a kérdésre adott válaszokat megállapítható, hogy 65%-uk választotta a pozitív hatást, és tizenhárom megkérdezett (27%) nyilatkozott úgy, hogy nincs kapcsolata a turistákkal, így ő egyáltalán nem érzékel hatást, ami némileg ellentmond annak, hogy lakóhelye turisták által gyakran látogatott. Az összes megkérdezett 3%-a döntött a negatív hatás mellett, ezzel szemben a most vizsgált, szűkített mintában ez az arány 2%, ami itt is azt jelzi, hogy bár gyakrabban kerülnek kapcsolatba a turizmussal, nincsenek negatívabb tapasztalataik, mint a válaszadók összességének.

A hipotézisnek megfelelően a turizmusban szerzett munkatapasztalattal rendelkezők között magasabb volt a pozitív hatást észlelők aránya: ötvenhárom fő, vagyis a 80%-uk jelölte meg ezt az opciót, ami jelentősen nagyobb arány, mint az összes válaszadóknál kapott 53%. A negatív hatást csupán 1,5%-uk választotta, ami az összes kitöltő esetében tapasztalt aránynál 1%-al, míg a turisták által gyakran látogatott helyen lakóknál 2,7%-al kisebb arány. Tizennégy százalékuk nyilatkozott úgy, hogy a korábbi munkatapasztalat ellenére, nincs kapcsolata a turistákkal, és nem érzékel már hatást, ami viszont 27%-al alacsonyabb az összes válaszadó feleleteiben megfigyelt nagyságrendnél.

Az utóbbi két szempont vizsgálatával az vált láthatóvá, hogy míg a lakóhely látogatottsága jelentősen nem befolyásolja a turizmus érzékelt hatásait, addig az aktív részvétel pozitívabb megítélést eredményez. Ez utóbbi származhat abból is, hogy a szektor jellegének ismeretében toleránsabbá válnak az emberek, és nem tulajdonítanak akkora jelentőséget a negatív hatásoknak.

3.6 Nyolcadik kérdés – Pozitív turisztikai hatások megjelölése⁶

Ez az első kérdés, ahol nem voltak megadva válaszlehetőségek, hanem a válaszadóknak saját szavaikkal kellett megfogalmazniuk azt. A kérdés úgy hangzott pontosan, hogy „Kérem, soroljon fel olyan turizmussal összefüggésben megjelenő hatásokat, melyek Ön szerint pozitívan hatnak az ott élőkre (nem csak azokra, akik a turizmusban dolgoznak)”.

A környezet szebbé tétele 53 válaszban szerepelt, sokan kiemelték a parkosításokat, köztetek felújítását, rendben tartását, sétálóutca kialakítását, de volt, aki a graffitik letakarítását is említette.

A gazdasági hatások között a munkahelyteremtést 35-en (a válaszadók 18%-a), az ingatlanárak emelkedését 6-an, a kereskedelem fellendülését 9-en emelték ki. A leginkább köztudott pozitív turisztikai hatás a kérdőív eredményei alapján a bevételek növekedése és a fogyasztás fellendülése, mivel ez a válaszok között 88-szor szerepelt, ami azt jelenti, hogy a válaszadók 45%-a nevezte meg.

A megnevezett pozitív hatások között 18 alkalommal szerepelt, hogy a turizmus beruházásokat generál a térségben illetve hogy kulcsszerepe lehet a vidékfejlesztésben. A válaszokban mind az önkormányzati beruházásokról, mind a külföldi beruházásokról említést tesznek, mivel a megkérdezettek szerint a turisztikai célterületek vonzóbban lesznek ilyen szempontból is.

A válaszadók közel 20%-a (39 fő) említette az infrastrukturális fejlesztéseket. Legtöbbször ezalatt az úthálózat és a tömegközlekedés fejlesztését értették, de 9-en kiemelték a férőhelyek bővítését is. A szolgáltatások körének és színvonalának növekedését emellett 14-en tulajdonították a turizmusnak.

Húszan (10%) ismerték fel válaszukban, hogy nem csak a turistákkal közvetlenül kapcsolatban állók részesülnek a többletjövedelemből, hanem ez önkormányzati és állami adóbevételeket is generál. Közülük nyolcan említették ezzel kapcsolatban a GDP növekedését is.

A közbiztonság illetve a tisztaság javulását 14-en hozták összefüggésben a turizmussal, miközben ennek ellentéte sokszor szerepelt a negatív hatások között a következő kérdésre adott válaszként is.

⁶ A megnevezett pozitív turisztikai hatások megoszlása az összes válaszadóra, a turisztikailag frekvenciált helyen lakókra és a turizmussal kapcsolatos munkatapasztalattal rendelkezőkre külön lebontva megtalálható a mellékletek között.

A válaszoknak 9,2%-ban szerepelt, hogy a turizmus hatására növekszik a nyelvtanulás iránti vágy illetve a válaszadók 18%-a (36 fő) tartotta kiemelőnek, hogy általa meg lehet ismerni más kultúrákat, embereket, nemzetközi barátságok alakulhatnak ki, illetve vidámabbnak írták le azokat a településeket, amiket turisták látogatnak. Kiemeltem néhány választ a megadottak közül, amik ezt írják le: „*több mosolygós érdekes ember van a városban, akiknek az ember szívesen segít*”; „*a különböző nemzetiségű turisták színesítik a mindennapokat*”; „*új embereket lehet megismerni, egy kicsit mesélni nekik az otthonukról*”.

A tolerancia fejlődését is a turizmus megjelenésének köszönhetőnek tartotta a megkérdezettek 5,5%-a (11 fő). Ezt így fogalmazta meg az egyik válaszadó: „*a turistákkal kapcsolatos pozitív élmények és interakciók erősítetik az "anyaország" lakóiban a pozitív attitűdöt és elfogadást más kultúrákkal szemben*”. Ez a vélemény azért is érdekes, mivel a helyi lakosság és az oda látogatók közötti konfliktusok gyakori forrása lehet az eltérő kulturális háttér, itt mégis azt emelik ki inkább, hogy ez elősegíti a népek közötti megértést.

Huszonnyolcan kiemelték, hogy a turizmus hatására az ott élők is megtanulják értékelni a környezetüket és annak szépségeit: „*egyfajta büszkeség alakul ki (a helyiekben) a településsel kapcsolatban*”, hiszen „*örömmel tölthet el minket, ha megcsodálják a szép épületeinket, helyeinket*”, „*büszkék lehetünk, hogy megnézik a városunkat, ezáltal jobban vigyázunk rá*”. Ennek kicsit más megközelítése, hogy az egyik válaszadó szavaival élve a turizmus hatására a „*helyiek identitása erősödik*”.

A három válaszadó közül, akik ezt megemlítették, egy 18-23 éves hölgy fogalmazta meg válaszában gyakorlatilag tökéletesen a turizmus értékmegőrző funkcióját: „*segít a lakosság számára is fontos, de az idegenforgalom segítsége nélkül a feledésbe merülő értékek megőrzésében.*”

Ezek mellett volt, aki úgy fogalmazott, hogy a turizmus rákényszeríti a helyi szervezeteket az együttműködésre, és így sokkal hatékonyabban tudnak együtt dolgozni a közös célért, a vonzó turisztikai kínálat kialakításáért.

A mozgalmasabb és színesebb életet kilencen, a nagyobb (elsősorban kulturális) programkínálatot huszonhárman említették pozitívként. A negatív hatások között gyakran szerepel a zavaró tömeg, és általában azt szoktuk megállapítani, hogy az idősebbek ezt kevésbé tolerálják, de az egyik 65 év feletti válaszadó a következőt írta ehhez a kérdéshez: (a turisták által gyakran látogatott részeken) „*jó a hangulat, mindig van egy-egy kedves mosoly a szembejövő embereken.*”

Tizenhat válaszadó, vagyis a megkérdezettek 8%-a örül neki, hogy a turisták a hírért viszik hazánknak külföldre is, és ezáltal ismertek lesznek például az itteni szokások, ételek, kialakul rólunk külföldön egy kedvező kép, javul az ország imázsa. Ezt az egyik fiatal hölgy válaszadó így fogalmazta meg: *„Bizonyos dolgaink felkapottak lesznek a világban, pl. szerintem lassan nincs olyan hely, ahol nem tudják, hogy mi az a gulyásleves vagy, hogy szépek a magyar lányok.”*

A szakirodalom az eddigieket szintén említi, de korábban nem találkoztam a következő megállapítással: *„Szerintem a turisták körében népszerű helyeken jobban odafigyelnék arra, hogy angolul, vagy más világnyelveken is ki legyenek írva fontos információk, amelyek elősegítik a tájékozódást és az ismeretszerzést az adott hely nevezetességeiről, történelméről. Ha ezzel együtt magyarul is kiírják ugyanezeket, az jelentős pozitív hatás a helyiekre nézve.”* Tehát a válaszadó a pontosabb információszolgáltatást és eligazodást emelte ki az érzékelt pozitív hatások közül.

Az egyik turisztikai munkatapasztalattal rendelkező hölgy válaszában szerepeltek a korábban már felsorolt hatások, de a végén hozzátette, hogy ezek csak abban az esetben érvényesülhetnek, amennyiben *„magát a turizmust elhivatott szakemberek művelik a helyiek igényeit messzemenőig figyelemben tartva.”* Ezzel a válasszal a hölgy megragadta a fejlesztések sikerének lényegét, hiszen már az elméleti háttér bemutatása során is többször kitért rá a szakirodalom, hogy a helyiek igényeinek figyelembevétele nélkül nem valósítható meg sikeres turisztikai fejlesztési stratégia, az csak a lakosság támogatásával lesz valóban sikeres.

Összefoglalásképp elmondható, hogy a pozitív turisztikai hatásokra vonatkozó kérdésnél legtöbben (88 fő) a fogyasztás és a bevételek növekedését jelölte meg. A válaszok száma alapján ezt követte a környezet „szépítése” (53 fő), és az infrastrukturális fejlesztések (39 fő). A kultúrák megismerését, és a barátságok kialakulását 36-an, míg a munkalehetőségek biztosítását 35-en emelték ki válaszaikban, ami még mindig jelentős gyakoriságnak mondható, tekintve, hogy ez összes válaszadó 17-18%-át jelenti. Az országimázs javítása, és a büszkeség kialakulása a helyiekben a válaszok 15%-ban szerepelt, de a több program szervezése már csak 23-szor, az adóbevételek generálása 20-szor, és a nyelvtanulás elősegítése már csak 18-szor szerepelt a pozitív hatások között. Szintén 18-an említették meg a nagyobb beruházási kedvet, míg a tisztaság és a közbiztonság javulását 14-en tartották a turizmus hatásának. A négy legritkábban említett pozitív következmény a több

szolgáltatás (14 fő), a mozgalmasabb élet (9 fő), az ingatlanok felértékelődése (6 fő), és végül a helyi értékek megőrzése (3 fő) volt.

3.6.1 Válaszok elemzése a lakóhely függvényében

Negyvenhét válaszadó (24%) válaszolt úgy a lakóhelyére vonatkozó kérdésre, hogy az a turisták által gyakran látogatott. A következőkben annak vizsgálata következik, hogy van-e releváns különbség a válaszok megjelölésében a lakóhely függvényében.

Mivel csupán a megkérdezettek egy része tartozik bele a most vizsgált csoportba, a továbbiakban a beérkezett válaszok arányát vizsgálom, mert az adott hatást megjelölők száma az eltérő nagyságú minta miatt félrevezető lenne.

Az összes válaszádnál a már megfigyelt sorrend jelenik meg a turisták által gyakran látogatott területen lakók esetében is: a legtöbbször említett hatás a fogyasztás, és a helyi vállalkozások bevételeinek növekedése, ami a kitöltések 50%-ában szerepelt. Második helyen szintén a „környezet szépítését” említették a feleletek 29,8%-ban, ami az összes megkérdezettnél ismertetett adatnál 2,8%-al magasabb érték. A harmadik leggyakrabban említett hatás az infrastruktúra fejlesztése volt, amit 3,5%-al többen adtak meg az előző mintához képest. Eddig tehát azt láthatjuk, hogy a három legtöbb válaszban szereplő hatás esetében nem találunk eltérést a sorrendet illetően az összes megkérdezett válaszaiban, és a látogatottabb helyen lakókéban.

A negyedik leggyakrabban említett következmény az összes válasz esetében 18,4%-al a kulturális hatás volt, ami alatt a nemzetközi ismertségek kötését és az új emberek megismerését is értették a megkérdezettek. A turizmus által érintett részen lakóknál ehelyett 21,3%-al a munkalehetőségek teremtése következett, majd ezután itt 17%-al a kulturális hatás volt az ötödik.

Az eddigiek alapján elmondhatjuk, hogy az öt kiemelt gyakorisággal szereplő észlelt hatás közül az első három mindkét esetben egyezett, míg a negyedik és ötödik helyen felcserélődött a sorrend. Természetesen ebből releváns következtetések nem vonhatók le a minta alacsony száma miatt, illetve az egymást követő válaszok százalékos eloszlása sem mutat olyan jelentős különbséget, ami indokolná, hogy a kis minta ellenére feltételezzük, hogy ez a teljes populáció esetében is hasonló eredményt hozna.

Az első három leggyakoribb válasz sorrendje a turisták által alig látogatott részen lakók esetében sem mutat eltérést az összes válaszáéhoz képest. Az arányokat tekintve az előbb ismertetteknél maximum 1-2%-al térnek el a megoszlások, ami a minta mérete

miatt nem tekinthető relevánsnak. A harmadik helyen szereplő infrastrukturális hatással azonos arányú szavazatot kapott a kulturális tényező (18,8%), és a negyedik helyen is tízed pontosságúan azonos aránnyal szerepelt a munkanélküliség, illetve az ország imázsának, ismertségének növelésével és a terület iránti érdeklődéssel összefüggő büszkeség (16,8%).

A bemutatott adatok alapján levonható az a következtetés, hogy az érzékelt pozitív hatások szempontjából a vizsgált mintában nem található lényeges eltérés a megkérdezettek lakóhelyének turisztikai frekvenciájának alapján.

3.6.2 A szakmai tapasztalattal bírók hatásmegjelölése

A megkérdezettek 34%-a, azaz 66 fő rendelkezik turizmussal kapcsolatos munkatapasztalattal, ebben a fejezetben az általuk észlelt pozitív hatásokat fogom bemutatni.

Az eddigi mintacsoportok vizsgálatával összhangban a válaszok között leggyakrabban szereplő hatás a bevételek generálása volt: azt harmincegyszer említették meg, ami azt jelenti, hogy a megkérdezettek 47%-a hozta szóba. Megemlítendő, hogy ez az összes megkérdezett esetében csak 45% volt, míg a turisták által gyakran látogatott helyen lakóknál csak 43%.

Az eddigiekhez képest újdonság, hogy a második legtöbbször megjelölt pozitív hatás az összes válaszadó, illetve a turisztikai célterületen lakók által kiemelt környezeti fejlesztések helyett az infrastrukturális feltételek javulása lett. A vizsgált részmintában a válaszok 35%-ban szerepelt, ami jelentősen nagyobb arány, mint az összes válaszadónál tapasztalt 20%.

A harmadik helyen 27%-al találjuk a környezet szépítését, illetve a munkahelyteremtést is. A lakókörnyezettel kapcsolatos fejlesztéseket nagyságrendileg ugyanolyan arányban jelölték meg itt is, mint az összes válasz vizsgálatánál, de a foglalkoztatottság növelését 9%-al többen említették. Ez utóbbi érthető a részcsoport képzés ismerve alapján, bár én hipotézisként azt fogalmaztam volna meg, hogy azok, akik már dolgoztak a turizmusban, ennél jóval nagyobb arányban fogják említeni a turizmusnak ezt a vonzatát.

A következő érdekes megállapítás, hogy a gyakoriság szerinti sorrendben a negyedik helyen a beruházások és fejlesztések növekvő számát találjuk 21%-al. Ez azért említésre méltó, mert korábban ez az első öt közé sem került be. Valószínűleg ez a munkatapasztalatból fakadó szélesebb látókörnek tudható be.

A barátságok kötése, új emberek illetve a más kultúrák megismerése az összes válaszadó reakcióinak vizsgálatakor 18,4%-os arányban szerepelt, ám most az ötödik helyre szorult 17%-al. Ugyanennyiszer említették az állami, önkormányzati adóbevételek növekedését is, mint pozitív hatás, ami az összes megkérdezett válaszaiban csak 10%-ban jelent meg. Ez is valószínűleg a nagyobb rálátással és az összefüggések komplexebb ismeretével magyarázható.

A legkevesebbszer említett hatás a helyi értékek megőrzése volt, ugyanúgy, mint az összes kitöltő esetében, bár itt 1,5% helyett 3%-al szerepelt, tehát nagyrészt azok említették meg ezt, akik dolgoztak a turizmusban. Az utolsó előtti helyre szorult 5%-al a nyelvtanulás iránti vágy felkeltése, ami azért is érdekes, mert az összes megkérdezettnél ez nem szerepelt a legkevesebbet említett négy hatás között: ott még a válaszok 9%-ban szerepelt. Az ingatlanok felértékelődése a feleletek 5,5%-ban, míg a mozgalmasabb életet a 6%-ában találhatók: mindkettő két százalékkal jelent magasabb értéket, mint az egész mintában mutatott gyakoriságuk, ám még így is a négy sereghajtó közé tartoznak.

A turizmusban szerzett munkatapasztalattal rendelkezőket vizsgálva megállapítható, hogy ellentétben a lakóhely turisztikai látogatottságával, ez tekinthető meghatározó tényezőnek a hatások érzékelésének szempontjából. Az infrastruktúra fejlődésének, a munkahelyteremtésnek, vagy az egyre több beruházás vonzásának nagyobb arányú felismerése egyértelműen mutatja, hogy aki már vállalt munkát ilyen területen, annak nagyobb rálátása van a gazdasági hatásokra, és azokat komplexebben, sokrétűbben értelmezi.

3.7 Kilencedik kérdés – Negatív turisztikai hatások megjelölése ⁷

Az előző kérdéshez hasonlóan itt sem voltak megadva válaszlehetőségek, hogy ezek ne befolyásolják a felmérés eredményét. A feladat a turizmussal összefüggésben megjelenő negatív hatások felsorolása volt, tehát elsősorban nem a személyes életükben tapasztalt, hanem általános hatásokat kellett említeniük (bár a szubjektivitás az itt felsoroltakban is erősen megjelenik).

Már a kérdőívezés során említett pozitív hatások elemzésénél is megfigyelhető volt, hogy nem található egy olyan domináns észrevétel, ami szinte minden válaszadónál szerepelt volna (ott a legtöbbször említett opció a válaszok 45%-ban szerepelt). A negatív következményeknél is hasonlóan alakult a leggyakrabban említett válasz előfordulási való-

⁷ A megnevezett negatív turisztikai hatások megoszlása az összes válaszadóra, a turisztikailag frekvenciált helyen lakókra és a turizmussal kapcsolatos munkatapasztalattal rendelkezőkre külön lebontva megtalálható a mellékletek között.

színűsége: a megkérdezettek 41,8%-a, 81 fő mutatott rá, hogy a turizmus megjelenésével párhuzamosan az adott terület zsúfolttá válik: dugók alakulnak ki, nem lehet parkolóhelyet találni, és maga a látogató tömeg is zavaró lehet a helyiek szempontjából. Volt, aki azt emelte ki, hogy hiába van Magyarországon, bizonyos turisztikailag frekventált helyeken már gyakorlatilag nem is hall magyar szót, és ő érzi kívülállónak magát a külföldiek tömegében. Az egyik hölgy válaszába így fogalmazta ezt meg: *„az élet felbolydul, zajos és forgalmas helyé válik az addig nyugodt és csendes környezet, amit eredetileg fel szerettek volna keresni a turisták”*.

A második legtöbbször felmerülő negatív hatás a zajossá váló környezet volt. Az ezt szóba hozó 62 kitöltő (32%) közül legtöbben az élénkebb éjszakai életet tartották zavarónak, de a turistáknak rendezett programok, koncertek is jelentős hangoskodással járhatnak.

A megkérdezettek 24,7%-a (48 fő) említette a személtelést, ezzel a gyakoriság szerinti sorrendben a harmadik helyet foglalja el. Bár most a turizmus negatív következményeit sorolom fel, mégis szeretném bemutatni az egyik turisztikai munkatapasztalattal rendelkező férfi optimista válaszát erre a kérdésre: *„lehet, hogy zajosak, lehet, hogy személtelnek, de összességében akkor is pozitív a jelenlétük”*.

Az árszínvonal emelkedése harmincnyolcszor (19,6%) található a kitöltések között. Több válaszból érződött, hogy a turistákkal szembeni negatív hozzáállás kialakulását nagymértékben elősegítette, hogy a tehetősebb látogatók pénztárcájához méretezik az árakat, aminek következtében a helyiek kerülnek hátrányos helyzetbe.

A turizmus okozta nagyobb környezetterhelés, illetve környezetszennyezés a kitöltők 16%-a szerint a látogatóforgalom növekedésének sajnálatos velejárója. A válaszok között szerepelt a műemlékek felgyorsuló állapotromlása, a nagyobb forgalom okozta kibocsátás növekedése, a természeti értékek sérülése illetve hogy a terület „elhasználódik”, „lelakott lesz”.

A látogatók viselkedése a megkérdezettek 13,4%-a szerint zavaró, mivel *„a turisták túlságosan elengedik és otthon érzik magukat a lakóhelyüktől távol.”* Többen említették az eltérő kulturális háttérből fakadó meg nem értéseket, esetleges atrocitásokat, illetve hogy a turisták gyakran nem is próbálják tiszteletben tartani a célterület szokásait. Az egyik vidéki, turisták által gyakran látogatott helyen lakó férfi szerint *„nem tartják tiszteletben, hogy van, aki itt lakik, látványosságként kezelik a várost, mintha csak egy kiállítás lenne, ahol mindenhova bemehetnek.”*

A bűncselekmények számának növekedését huszonhárman említették, a helyiek zavarását pedig tizennyolcan, ami a válaszok 9%-át jelenti. A helyiek zavarását én határoz-

tam meg mint összefoglaló kategóriát, azokhoz a megfigyelésekhez, amik azt írták körül, hogy a helyieknek a turisták jelenléte önmagában is nyomasztó lehet. Azokat a válaszokat soroltam ide, ahol nem konkrétan a zajongást vagy a szemetetelést említik, bár valójában az is a helyiek életének zavarásához tartozik, de ez utóbbiakat annyian említették meg, hogy külön vizsgáltam az előfordulásukat. A tizennyolc válasz közül kiemelnék néhányat, ami jól bemutatja ezt a problémát: *„frusztráló idegen tömegek a mindennapokban”, „a megszokott nyugalmas élet feladásának kényszere átmenetileg”, „a tömeges turizmus miatt a helyi lakosok kirekesztettnek érzik magukat saját otthonuk környékén”.*

A két legritkábban említett jelenség a szezonális értékek „elüzletiesedése” (4,5%) volt. Ez utóbbit az egyik hölgy találóan *„a kulturális értékek tu-catosodása, eltékozlásaként”* fogalmazta meg, illetve egy másik *válaszban „a kultúra el-avulása, eladható terméké válásaként”* szerepelt. A szezonális, mint negatív hatás két-féle kontextusban került említésre: részben az időszakos foglalkoztatás miatti szezon végi elbocsátások okán, részben hogy az üdülőtérületek szezonon kívül üresen állnak, és nincs élet ezeken a területeken ilyenkor.

3.7.1 Válaszok elemzése a lakóhely függvényében

Ebben a fejezetben annak a negyvenhét kitöltőnek a negatív hatásokra vonatkozó válaszai kerülnek elemzésre, akik turisták által gyakran látogatott területet jelöltek meg lakóhely-üknek.

Az első két leggyakoribb válasz ebben az esetben is a zsúfoltság (45%) és a zajos környezet volt (19%). Az érdekesség az arányokban van: a nagy tömeget nagyságrendileg ugyanannyian jelölték meg a részmintában hátrányként, mint az egészben, de a zajt itt 13%-al kevesebben említik, ami meglepő, mivel az elemzés nélkül azt feltételezném, hogy ez különösen azokat érinti, akik lakóhelyükön kénytelenek folyamatosan elviselni a turisztikai programok és az élénkebb éjszakai élet miatti hangoskodást.

A harmadik és a negyedik helyen szereplő hatás helyet cserélt a frekventált helyen lakók esetében: az árszínvonal emelkedését 21,3%, míg a szemetetelést csak 19% említette meg. Ez esetleg betudható annak, hogy valójában a frekventált területen jobban odafigyel-nek a takarításra, így ez a valóban ott élők számára kevésbé jelent problémát, mint azt a megkérdezettek összessége gondolja. Az árszínvonal változás felértékeltsége ennek az el-lenkezőjével magyarázható: akiket ez érint a mindennapok során, az nyilván jelentős nega-

tív következménynek éli meg, akik pedig ezzel ritkábban találkoznak, azoknak esetleg eszébe sem jutott a kitöltés közben ezt is megemlíteni.

A környezetterhelést ugyanúgy 9 fő említette meg, mint a szemetelést, ami az arányok tekintetében 3%-al több volt itt, mint a minta egészét tekintve. Ez egyértelműen magyarázható azzal, hogy aki látogatottabb helyen él az első kézből tapasztalja a környezet sérülését és mindennap szembesül vele.

A válaszok 13%-ában szerepelt a bűncselekmények növekvő száma és a helyiek mindennapos életére gyakorolt negatív hatás. Az arány az összes válaszadó esetében ettől csak a bűncselekmények tekintetében tért el: az összes megkérdezett válaszainak 11%-ban szerepelt „csak”, vagyis a frekventált helyen lakók ezt többször említették a kitöltés során, ami szintén a mindennapos tapasztalatokkal magyarázható.

A részmintát vizsgálva is a kultúra tucatosodása (8,5%) és a szezonális (2%) található az utolsó két helyen, bár a kultúrára és a szokásokra gyakorolt hatást itt 4%-al többen említették meg.

A negatív hatások ismeretének vizsgálata a turisztikailag frekventált helyen lakók esetében azt mutatta meg, hogy a mindennapos kapcsolatból kifolyólag ők többször említették meg a zsúfoltságot, az árszínvonal emelkedését, a környezet terhelését és a kultúra átalakulását, míg érdekes módon kevésbé emelték ki a szemetelést és a hangoskodást, mint az összes megkérdezett.

3.7.2 A szakmai tapasztalattal bírók hatásmegjelölése

Ebben a fejezetben részmintaként annak a 66 főnek a válaszai kerülnek vizsgálatra, akik a negyedik kérdésre azt válaszolták, hogy rendelkeznek legalább egy hónapos munkatapasztalattal a turizmus területén. A hipotézis - a korábban bemutatott modellekre alapozva - a kérdőív kiértékelésének elején az volt, hogy akik jövedelemhez és munkához jutottak a turizmus segítségével, azok pozitívabbnak érzékelik a hatásokat, így itt most elvileg kevesebb negatív következményt kellene látnunk.

A leggyakrabban említett negatív hatás az eddigiekkel egyezően a zsúfoltság volt, amit minden eddiginél magasabb arányban (47%) említettek a munkatapasztalattal rendelkezők.

Ezt követte a korábbi sorrendekkel összhangban a zajos környezet, ami a válaszok 30%-ban megtalálható volt. Ez a megoszlás az összes válaszadóéval nagyságrendileg egyezik, de a turisták által gyakran látogatott területen lakóknál tapasztalt 19%-nál 11%-al

magasabb, ami azt jelentené, ha nagyobb mintavételen vizsgált eredményről lenne szó, hogy a turizmusban dolgozókat jobban zavarja az ezzel járó zaj, mint azokat, akiknek lakóhelyét érinti.

A harmadik legtöbbször előforduló észrevétel az összes kitöltő válaszainak megfelelően a személtelés volt, sőt az eddig vizsgált mintákhoz viszonyítva itt szerepelt legnagyobb arányban, mivel 26%-uk említette. Ez a turisztikailag frekvenciáltabb területen lakók válaszaihoz képest 7%-al nagyobb gyakoriságot jelent, tehát ez a tényező is jobban zavarja a turisztikai területen dolgozókat.

Ebben a részmintában is negyedik helyen szerepelt az észrevételek között a környezet károsítása, minden eddiginél magasabb 24%-al. Ez az összes válaszadóhoz képest 8%-al, a turisztikailag frekvenciált lakóhellyel rendelkezőkhöz képest pedig 5%-al nagyobb gyakoriságot jelent, tehát leginkább ez a csoport érzékeli a beérkezett kitöltések alapján a természeti, és mesterséges környezetre gyakorolt romboló hatást.

Az árszínvonal emelkedése az ötödik legtöbbet említett következmény lett 12%-al, ami 1-2%-al alacsonyabb, mint az eddig vizsgált csoportokban látható eredmények. Ez valószínűleg azzal indokolható, hogy maguknak valószínűleg nem a turisták által felkapottabb helyeken vásárolnak, illetve a szállodai dolgozóknak is biztosítanak étkezést, nem kell a turisták pénztárcájához igazított éttermi árakat megfizetniük.

A bűncselekmények számának növekedését a válaszadók 15%-a említette, ami néhány százalékkal magasabb, mint a korábban bemutatott megoszlások ezen tényező tekintetében. A magasabb arányszám valószínűleg azzal magyarázható, hogy bármilyen területen dolgozott is a szakmában, tapasztalhatott kisebb bűncselekményeket, lopásokat, vagy legalábbis olyan közegben volt, ahol gyakrabban hallhatott erről.

A turisták viselkedését és a helyiek életvitelének megzavarását nyolcan említették (12%), ami a viselkedést tekintve 1,4%-al alacsonyabb, míg a mindennapi élet megzavarását tekintve 3%-al nagyobb gyakoriság az összes válaszban megfigyelthez képest.

A két legkevesebbszer említett tényező itt is a kultúrára gyakorolt hatás (6%), és a szezonális jelleg (3%) volt. Az összes válaszban látható arányokhoz képest mindkettő néhány százalékkal magasabb értéket mutat a részmintában, ám a turisták által látogatott helyen lakók észrevételeiben 2,5%-al többször fordult elő a kultúra turisztikai termékévé válása, tehát a válaszok alapján a turisztikai munkatapasztalattal rendelkezők közül ezt kevesebben tartják negatív következménynek.

Összességében elmondhatjuk, hogy a turisztikai munkatapasztalattal való rendelkezés releváns ismérvnek számít a minta vizsgálatakor, mivel több hatás sorrendjében vagy megoszlásában található jelentős eltérés ezen részcsoporthoz vizsgálatakor. Az összes kitöltőhöz képest itt többször került említésre a zsúfoltság, a szeméttelenség, a környezetterhelés, a bűncselekmények gyakoriságának növekedése, a helyiek életének megzavarása és a terület szezonális jellege, miközben a hangoskodást és a turisták viselkedését kevesebben emelték ki. Ezek ismeretében megállapítható, hogy bár a turisztikai hatások észlelése különbözik ebben a szegmensben, de nem mondható ki, hogy kevesebb negatív hatást tulajdonítanak a turizmusnak, mint a megkérdezettek összessége.

3.8 Tizedik kérdés – A negatív hatások csökkentésére tett javaslatok

A tizedik kérdésnél szintén szabadon fogalmazták meg a véleményüket a kitöltők, a korábban megnevezett negatív hatásokra adtak itt megoldási javaslatokat. A kérdés pontosan így hangzott: „Ön szerint mit lehetne tenni annak érdekében, hogy ezek a negatív hatások csökkenjenek?”. Sokféle válasz érkezett, a többször előfordulókat összesített bemutatása következik most, de sok egyedi, érdekes meglátás volt, amik külön kerülnek majd ismertetésre.

Huszonnyolcan írták azt, hogy ezek a negatív hatások a turizmus velejárói, nem lehet velük semmit tenni. Ez az összes válaszadó csupán 14%-a, ami azt jelenti, hogy a többieknek volt javaslata a helyzet javítására.

A nagyobb rendőri, illetve közterület felügyelői jelenlét, vagy a hatékonyabb ellenőrző szervek felállítása 17 válaszban volt olvasható (9%), míg a válaszadók 7%-a emelte ki a stratégiai tervek fontosságát, a hosszú távú és a helyiek érdekeit is figyelembe vevő fejlesztéseket, ami szem előtt tartja a fenntarthatóságot is. Ezt az egyik turisztikai munkatapasztalattal rendelkező nő így fogalmazta meg: *„A turizmusnak hatékony irányítási szervezetre van szüksége, ahol a hosszú távú stratégiák közt a fenntarthatóság központi helyen szerepel. Ezekhez a célokhoz kellene hozzárendelni minden rövid távú tervet. Ezt segítené, ha például a pályázatok megvalósításánál is kiemelt figyelmet kapna a hosszú távú hasznosság.”*

Tíz-tíz megkérdezett tartotta megoldásnak a környezettudatosságra nevelést, illetve a toleránsabb hozzáállást mind a látogatók, mind a helyiek részéről.

A meglévő infrastruktúra fejlesztését nyolcan említették, míg heten emelték ki a megfelelőbb tárgyi feltételrendszer kialakításának szükségességét: például több szemetes kihelyezése, a szórakozóhelyek hangszigetelésének biztosítása.

Hatan gondolták, hogy a nyelvtanulás fejlesztése már önmagában is sokat segítene a gondok megoldásában.

Érdekes, hogy a kitöltők 3%-a (6 fő) felvetette a turisták valamilyen szempont szerinti szűrését, vagy az országba látogatók számának korlátozását is. Emellett hárman látták szükségesnek az egyes látnivalók, műemlékek esetében meghatározni a maximális látogatószámot egy adott időszakra.

Öt fő emelte ki a szelíd-, ökoturizmus támogatását és népszerűsítését, mint a környezettel összhangban levő, és így kevesebb negatív következménnyel járó turizmusformát. Egyikük azt is megfogalmazta, hogy mennyire fontos a *„lakóhelyhez közeli turisztikai desztinációk felfedezése a nem megújuló erőforrások védelmének érdekében”*, de volt, aki az alternatív közlekedési formák népszerűsítését tartaná célravezetőnek.

Négy válaszadó jó ötletnek tartja a kedvelt, külföldi desztinációkban sok helyen kialakított elkülönülő negyedek létrehozását, mivel így a szórakozóhelyek is oda koncentrálnának, illetve a turista tömeg jelenléte sem lenne olyan zavaró a helyi lakosság szempontjából, és emellett a környezet károsítása is lokalizálhatóbbá válna.

Szintén négyen említették a helyi lakosoknak biztosított kedvezmények bevezetését például az egyes programokon való részvételkor, vagy a helyi lakosoknak az alapvető élelmiszerek tekintetében.

A szezon széthúzását három fő javasolta, mivel a különböző programokkal és csúcsidezőszakon kívüli attrakciókkal a szezonban koncentrálódó tömeget csökkenteni lehetne.

Egy férfi kitöltő fogalmazta meg egyedül, hogy szerinte a probléma sokszor abból fakad, hogy nem veszik figyelembe a helyi lehetőségek korlátait: *„Fontos célirányosan befogadni, de nem túldiszpónálni a lehetőségeinket. Ki kell aknázni, amit lehet, de közben nem szabad tönkretenni az értékeket.”*

Több válaszban felmerült, hogy fontos lenne a helyiek felkészítése előre a turizmussal járó egyéb hatásokra, hogy azok ne érhék őket felkészületlenül és tudják őket kezelni. Emellett felmerült a válaszokban az is, hogy a külföldieket is pontosabban kellene tájékoztatni, hiszen sokszor nincsenek tisztában a helyi szabályokkal, szokásokkal, és ha ezek nincsenek feltüntetve idegen nyelven is, akkor nem is tudják betartani őket. Az egyik férfi kitöltő válaszában ez így szerepelt: *„Sajnos gyakran hiányoznak adott helyeken a figyelmeztetések, így a turista sem tudja, hogy egyáltalán megszeg valamilyen szabályt.”*

3.9 Tizenegyedik kérdés – Népcsoportokra vonatkozó sztereotípiák

A zavarónak tartott népcsoportokra vonatkozó kérdés azért kerül bele a kérdőívbe, hogy vizsgálható legyen, mennyire élnek a sztereotípiák az emberek fejében. Ez az Irridex görbe modellje szerint a társadalmi tűrőképesség határához közeledve egyre jellemzőbb az egyes fogadóterületekre.

A kitöltők közül 54 fő (28%) válaszolt úgy, hogy nincs ilyen népcsoport, mivel ez az egyes személyek kulturáltságától és nem a nemzeti hovatartozásuktól függ. További 73 fő (38%) nem válaszolt a kérdésre, tehát ezek alapján nincs negatív előítélete a kitöltők 66%-nak, ami a turizmus szempontjából mindenképpen pozitívnak tekinthető. Az egyik válaszban ez így szerepelt: *„A turistát zavaró tényezőként látni nagy hiba. Magyarországnak egyetlen esélye a régióban, ha a vendégszerető országgént könyvelnek el bennünket... Lassan eljutunk oda, hogy a külföldiek kétszer jönnek: először és utoljára, és ez megfordíthatatlan folyamat.”* Az egyik férfi kitöltő frappánsan fogalmazta meg azt a szemléletet, ami az előző idézetben létfontosságú vonzerőként szerepelt: *„nincsenek zavaró népcsoportok, csak intoleráns vendéglátók”*. Az ezzel kapcsolatos szakirodalmi megközelítést foglalta össze az egyik 18-23 éves hölgy válaszadó: *„azok a népcsoportok tudnak zavarók lenni, akiknek teljesen más a kultúrájuk, életfelfogásuk és ezért teljesen máshogy viselkednek, mint a helyiek. Nemcsak népcsoport tud zavaró lenni, hanem pl. különböző társadalmi osztályból származó emberek találkozása (helyiekben irigység lehet azokkal szemben, akik sokkal gazdagabbnak tűnnek, mint ők), és a különböző korosztály is probléma lehet - ezeknél teljesen mindegy melyik országból érkeztek.”*

Legtöbbször a németeket (10%), az olaszokat (9%) és a kínaiakat, japánokat (7%) nevezték meg, de sok válaszban szerepelt az is, hogy róluk már kialakult egy kép a magyarok fejében, és hajlamosak vagyunk ezt indokolatlanul általánosítani. Érdekes, hogy 6 fő a magyarokat is megemlítette, mint turistaként különösen zavaróan viselkedő népcsoportot.

Összegzésként elmondható, hogy vannak sztereotípiák melyek erősen élnek az emberek fejében (az oroszok és németek hangosak, az angolok csak szórakozni járnak Magyarországra...), de a legtöbbben ezt már kiegészítik azzal, hogy nem szabad általánosítani az ilyen megfigyeléseket, hiszen minden nemzetben vannak kulturáltan viselkedő és az ország szokásait tiszteletben tartó utazók is.

3.10 A megkérdezés eredményeinek összefoglalása

Mivel minden kérdés elemzésénél megtalálható az adott kérdésre beérkezett válaszok értelmezése és összegzése, itt az egész felmérésre vonatkozó tanulságok bemutatása következik. A megkérdezés eredményei közül az elsők között kiemelendő, hogy mind az összes válaszadó, mind a turisták által gyakran látogatott helyen lakók, illetve a turisztikai munkatapasztalattal rendelkezők esetében több, mint 50%-uk jelölte meg, hogy a turizmusnak elsősorban pozitív hatása van. Ez a korábban említett hipotézisnek megfelel a turizmusban dolgozók esetében, de a válaszok alapján nem érzékelik negatívabbnak a hatásokat azok sem, akik turisztikai célterületen laknak, sőt közülük arányaiban kevesebben jelölték meg azt az opciót, hogy a turizmusnak leginkább negatív hatása van, mint az összes megkérdezett. A pozitív, illetve negatív hatások megnevezésénél egyértelműen megállapítható, hogy míg a lakóhely látogatottsága jelentősen nem befolyásolja a turizmus hatásainak érzékelését, addig az ezzel kapcsolatos munkatapasztalattal rendelkezőknél releváns eltéréseket láthatunk a válaszok sorrendjében mind a negatív, mind a pozitív következmények említésénél.

A turisztikai lehetőségek szempontjából jó hír, hogy a válaszok alapján nem alakult ki a magyar lakosságban elutasítás, vagy ellenszenv a turizmussal szemben, inkább pozitívnak ítélik a jelenlétét hazánkban. Szintén örömteli, hogy a beutazó népcsoportok tekintetében sincsenek egyértelműen megjelenő ellenérzések. Az évek során kialakuló sztereotípiák élnek az emberek fejében, mégse ragaszkodnak ezekhez: a turisták megítélése során nem általánosítanak, hanem legtöbbször úgy gondolják, hogy ez nem népcsoporttól, hanem az egyes látogatók személyiségétől függ.

4. ÖSSZEGZÉS

4.1 A dolgozat összegzése

Dolgozatom bemutatta a turizmus szerteágazó hatásait és összefüggési pontjait a helyi lakosság mindennapos életével.

A szakirodalmi ismertetés során láthatóvá vált, hogy a magyar publikációk közül még viszonylag kevés foglalkozik a témával, legtöbbjük csak egy másik terület vizsgálata kapcsán érintette az emberi tényezők, az attitűdök jelentőségét a turizmusban, és mindössze néhány könyvben szerepel ennek a területnek a komplex ismertetése. A tudományos háttér hiányosságának tartom, hogy a téma regionális kutatásaival szinte csak doktori disszertációkban találkoztam, pedig csak az ezeknél nagyobb költségvetéssel gazdálkodó, rendszeresen és hosszú időn keresztül végzett kutatások alkalmasak csak releváns megállapítások levonására.

Az utóbb említett tények is azt mutatják, hogy a hatásoknak ilyen irányú elemzése nem kap megfelelő hangsúlyt a tudományos vizsgálatok során, és ennek következtében a döntéshozók számára sem állnak rendelkezésre a szükséges információk a tudatos tervezéshez. Ez különösen azért sajnálatos, mert csak a helyiek érdekeit és a terület teherbíró képességét figyelembevevő tervezéssel válik lehetővé a fenntarthatóság biztosítása egy adott desztinációban, amihez nélkülözhetetlenek a primer kutatások a lakossági attitűdökről, a környezet állapotáról, és a turizmus összetett hatásairól.

A kérdőíves megkérdezés ezeket a tényezőket vizsgálta Magyarország esetében, részben igazolva az elméleti modelleket, részben pedig kimutatva, hogy az ország még nem érte el társadalmi teherbíró képességének korlátait, bár a helyiek többsége mind a pozitív, mind a negatív hatásokkal tisztában van. A kérdőív elemzése során részletesen bemutattam, értelmeztem a kapott válaszokat, és azok alapján fogalmaztam meg javaslataimat a témában.

4.2 Javaslatok

Remélhetőleg a következő években a döntéshozók szintjén is egyre elfogadottabb lesz ennek a témának a jelentősége, és a fejlesztések, stratégiai tervek összeállításakor vizsgálni fogják a helyi közösségre gyakorolt hatásokat, illetve az ő érdekeikkel összhangban határozzák meg ezeket.

Az előbbieket tükrében fontosnak tartom nagyobb mintán elvégezni egy, a dolgozatban szereplő megkérdezéshez hasonló felmérést, hogy egész Magyarországra vonatkozóan biztosabb következtetéseket lehessen levonni, illetve ennek eredményei a fejlesztések alapjául is szolgálhatnának a későbbiekben. Érdekesnek tartom azt is vizsgálni, hogy az idő elteltével milyen irányba változnak az attitűdök, és ezek hogyan viszonyulnak az objektív tényekhez. Ezen elemzések ismeretében becsülhető lenne a terület társadalmi teherbíró képessége, illetve elhelyezkedése például az Irridex görbén.

Már egy országos szintű attitűd vizsgálat egyszeri elvégzése is fontos adatokkal szolgálna, de a pontos tanulságok levonásához szükséges ezt rendszeres időközönként többször elvégezni, ügyelve rá, hogy a megkérdezések ne az év azonos pontján történjenek, mivel így lehetővé válik a szezonban érkező turistatömeg érzékelést befolyásoló hatásának csökkentése. Emellett pedig érdekes kutatási adatokat jelentene a kiemelt turisztikai desztinációk mélyebb vizsgálata is.

Egy jelentősebb felmérés kapcsán a negatív hatások csökkentésére tett javaslatokat is érdemes lenne megfogadni, mivel a helyi lakosok bevonása a döntéshozatalba elősegítheti a pozitív hatások észlelését. Ennek érdekében az adott közösséget tájékoztatni kellene a turizmus jelentőségéről, illetve mind a pozitív, mind a negatív hatásairól egyaránt, mivel így ők is hiteles forrásból jutnának információhoz és ez jelenthetné az első lépést a döntéshozók részéről a nélkülözhetetlen párbeszéd kialakítására. Az érintett lakosság igényeinek figyelembevétele sosem szorulhat háttérbe a fejlesztési koncepciók tervezésekor, ezeket a legjobb velük egyeztetve kialakítani. Ha egy adott terület még a turisztikai életgörbe kezdeti szakaszán helyezkedik el, akkor különösen fontos hangsúlyt fektetni a lakosság meghallgatására, illetve a minél szélesebb körű tájékoztatásra, mivel ilyenkor alapozható meg a turizmushoz való későbbi hozzáállásuk is. Ha az érintettek bevonása ezen intézkedéseknek köszönhetően sikeres, sokkal kedvezőbb lesz a térségben a látogatóforgalom ál-

tal generált gazdasági hatás is, és várhatóan nőni fog az ott lakók életszínvonala. Az átgondolt és minden eddigi szempontot figyelembevevő településfejlesztéssel a legtöbb probléma megelőzhető, és ezzel a negatív attitűdök kialakulása is lassítható.

Számos későbbi problémának elejét venné a befogadóképességük határához közeledő területek esetében a kialakult helyzet tudatos kezelése a döntéshozók részéről akár a látogatók számának korlátozásával, akár a helyiek valamilyen formában történő támogatásával (például adókedvezmények biztosítása az emelkedő árszínvonal ellensúlyozására).

A szakirányú felsőoktatás keretében szükséges nagyobb hangsúlyt fektetni a dolgozatban tárgyalt összefüggésekre és ezek jelentőségének bemutatására, mivel a jövő szakembereinek gondolkodásmódját határozhatjuk meg ezzel. Ugyanezen célból érdemes fontolóra venni a turizmus társadalmi-kulturális hatásaival foglalkozó konferenciák, kongresszusok tartását, ahol az egyelőre nem túl széleskörű magyar irodalom mellett a külföldi elméletek, előadók bemutatására is sor kerülhetne.

Kiemelt szerepe van a turizmusban a humán tényezőnek és azok felismerésének, hiszen közvetve, vagy közvetlenül minden ott lakót érint a látogatóforgalom megjelenése, és minden turista élményének része lesz a helyiek hozzáállása, viselkedése. Annak felismerése, hogy maga a helyi lakosság milyen fontos szerepet játszik egy terület látogatottságában, lehetővé tenné ennek vonzerőként kezelését és imázs javító komponenssé válását, ami kiaknázatlan potenciálokat szabadíthatna fel különösen a hanyatlóban lévő, vagy még nem felfedezett területek esetében.

Remélem, a közeljövőben ezeket az emberi tényezőket fontosságuknak megfelelően fogják kezelni hazánkban, és felismerik, hogy a turizmus fejlesztése nem lehet sikeres a társadalmi tényezők, attitűdök ismerete és integrált kezelése nélkül.

IRODALOM JEGYZÉK

- AUBERT A., MISZLER M., SZABÓ G. (2000): Regionális területfejlesztés és a turizmustervezés összefüggései a Dél-Dunántúlon, *Turizmus Bulletin* IV. évfolyam, 1. szám, 33-38. oldal
- BERKI T., POHNER T.: *Vallási turizmus, zárandokturizmus* in MICHALKÓ G. – RÁTZ T. (2009) *A tér vonzásában: a turisztikai termékfejlesztés térspecifikus vonásai*, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár-Budapest
- BGF – KVIFK (2008) *Új kihívások a turizmusban és a szállodaiparban – konferenciakötet*, BGF-KVIFK (s.l.)
- BJÖRKLUND E. M., PHILBRICK A. K. (1975) *Spatial Configuration of Mental Processes* (s.l.), in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- BUDAPEST BUSINESS SCHOOL – COLLEGE OF COMMERCE, CATERING AND TOURISM (2011) *Responsible Tourism – Responsible Tourist, Conference Proceeding*, Republik BTL Agency, Budapest
- BUTLER R. W. (1975) *Tourism as an Agent of Social Change* (s.l.), in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- COHEN E., (1972), *Toward a Sociology of International Tourism*; Social Research, (s.l.); in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- COHEN E., (1974), *Who is a Tourist? A Conceptual Clarification*; Sociological Review (s.l.) in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- COOPER ET AL W. G., (1993), *Tourism: Principles & Practice*, Pitman Publishing, London, UK in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- DOXEY G. V. (1975), *A Causation Theory of Visitor – Resident Irritants*; Paper given at San Diego, California, The travel Research Association Conference No. 6 in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- DR. BEHRINGER ZS, MESTER T. (2001), Turisztikai trendek a világban és Európában, *Turizmus Bulletin*, V. évfolyam, 3. szám

- DR. BEHRINGER ZS., KISS K., DR. RÁTZ T. (2002) *Turizmus és vendéglátó alapismeretek II. rész*, Szókratész Külgazdasági Akadémia Oktatási és Tanácsadó Kft, Budapest
- DR. DÁVID L., DR. JANCsik A., DR. RÁTZ T. (2007) *Turisztikai erőforrások – A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása*, Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt, Budapest
- DR. HORVÁTH A. (1999) *Turizmus a kultúrában (kultúra a turizmusban)*, Magyar Művelődési Intézet, Budapest
- DR. PERNYÉZ I. (2003) *Turizmus*, Perfekt-Books Kiadó, Miskolc
- DR. PETYKÓ Cs., (2008.09.) *Bevezetés a turizmusba c. tárgy előadása*, BGF-KVIK
- FEKETE M.; CLAUDE, K. (2002): *Turisztikai alapismeretek*, Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kara és a Magyar-Svájci Turisztikai Intézet, Budapest
- FORMÁDI K. (2007), *Professzionalizáció új iránya a turizmus szektorban*, (Ph.D értekezés), Budapesti Corvinus Egyetem – Szociológia és Társadalompolitika Intézet, Budapest (BCE Doktori disszertációk archívum: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/532/1/formadi_katalin.pdf [Letöltés dátuma: 2012-04-27])
- GKI GAZDASÁGKUTATÓ RT. (1999) A turizmus statisztikai szabványosítása, *Turizmus Bulletin*, III. évfolyam, 2. szám
- KOZMA B. (2002) *Turizmus marketing – főiskolai jegyzet*, ERICOM Kft., Budapest
- LENGYEL, M. (1995), *A balatoni turizmus fejlesztési koncepciója*, KIT Képzőművészeti Kiadó, Budapest, 223. o.
- LENGYEL M., (2004) *A turizmus általános elmélete*, Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest
- MATHIESON A., WALL G. (1982), *Tourism; economic, physical and social impacts*, Longman, Harlow in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- MICHALKÓ G. (2005), *Turizmusföldrajz és humánökológia*, Kodolányi János Főiskola, Budapest
- MICHALKÓ G. (2007), *A turizmuselmélet alapjai*, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár
- MUNDRUCZÓ GY., GRAHAM S., (1996), *Turizmus elmélet és gyakorlat*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest

- NÉMETH Á.: *A kulturális turizmus szerepe a városfejlődésben* in MICHALKÓ G., RÁTZ T. (2009) *A tér vonzásában: a turisztikai termékfejlesztés térspecifikus vonásai*, Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár-Budapest
- PALANCSA A. (2007), *A turizmus társadalmi-kulturális hatásainak vizsgálata egy ökoturisztikai desztinációban /Turisztikai kutatás az Őrségben/*, (Ph.D értekezés), Nyugat-Magyarországi Egyetem – Gazdasági folyamatok elmélete és gyakorlata Doktori Iskola, Sopron (Elérhetőség: http://www.nyme.hu/fileadmin/dokumentumok/ktk/Kepzes_doktori/2007/2007_PalancsaAttila_d.pdf [Letöltés dátuma: 2012-04-27])
- PÁSZTOR L. DR., (1991) *Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző: Idegenforgalmi ismeretek*, felelős kiadó: Dr. Asbóth Arthur, Budapest
- PECK J.G., LEPIE A. S. (1989) *Tourism and Development in Three North Carolina Coastal Towns (np)* in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- PISKÓTI I., DANKÓ L., SCHUPLER H. (2002) *Régió- és település marketing*, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest
- PIZAM A., MILMAN A., KING B., (1994), *The Perceptions of Tourism Employees and Their Families Towards Tourism, A Cross-cultural Comparison; Tourism Management (np)* in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- PLOG S. C, (1974) *Cornell Hotel and Restaurant Quarterly (np)*, in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- PRITCHARD A. - MORGAN N, (2001), *Culture, identity and tourism representation: marketing Cymru or Wales*, Tourism Management (np), in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- PUCZKÓ L., RÁTZ T. (2000), *Az attrakciótól az élményig, a látogatómenedzsment módszerei*, Geomédia szakkönyvek, Budapest
- PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- PUSZTAI B., *Vallás és turizmus* in NÉPRAJZI MÚZEUM (1998) *A turizmus mint kulturális rendszer - tanulmányok*, Státus Kiadó, Csíkszereda
- RÁTZ T. (1999), *A turizmus társadalmi – kulturális hatásai* (Ph.D értekezés), Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem - Külgazdaságtan Tanszék (BCE Doktori disszertációk archívum: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/206/1/ratz_tamara.pdf [Letöltés: 2012-04-27])

- SMITH V.L. ed. (1989), *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, USA in PUCZKÓ L., RÁTZ T., (2002) *A turizmus hatásai*, Aula Kiadó, Kalocsa
- SMITH, M., MACLEOD, N., HART R., M (2010), *Key Concepts in Tourist Studies*, Sage Publications, London
- SZABÓ G. (2002), *A turizmus és területfejlesztés kapcsolata*, in.: AUBERT A. *Kutatás a turizmusban*, PTE Turizmus Tanszék, Pécs
- SZÖLLŐS P. (2003) *Turizmus és szociológia (szöveggyűjtemény)*, BGF-KVIF, Budapest
- SZÖLLŐS P. (2005), *A turizmus társadalmi beágyazottsága* (Ph.D értekezés), BCE - Szociológia és szociálpolitika tanszék, Budapest (Budapesti Corvinus Egyetem Doktori disszertációk archívum: <http://phd.lib.uni-corvinus.hu/40/> [Letöltés dátuma: 2012-04-23])
- TASNÁDI J, (2002) *A turizmus rendszere*, Aula Kiadó, s.l.
- UNESCO (1976) *The Effects of Tourism on Socio-Cultural Values*, *Annals of Tourism Research* (s.l.) in. Palancsa A. (2007) *A turizmus társadalmi-kulturális hatásainak vizsgálata egy ökoturisztikai desztinációban /Turisztikai kutatás az Őrségben/*, (Ph.D értekezés), Nyugat-Magyarországi Egyetem, Sopron (http://www.nyime.hu/fileadmin/dokumentumok/ktk/Kepzes_doktori/2007/2007_PalancsaAttila_d.pdf, Letöltés dátuma: 2012-04-27)
- UNESCO (1982) *Mexico City Declaration on Cultural Policies* (Forrás: az UNESCO honlapja http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf, Letöltés: 2012-05-06)
- VARGÁNÉ CS. K. (2007 a) *A teherbíró képesség kérdésköre a turizmusban*, Debreceni Egyetem ATC AVK - Agrárszaknyelvi és Kommunikációs Tanulmányok Tanszék, Debrecen, Elérhetőség: <http://www.avacongress.net/ava2007/presentations/aks2/4.pdf>, [Letöltés: 2012-04-27]
- VARGÁNÉ CS. K. (2007 b), Lakossági attitűdvizsgálatok a turizmusfejlesztésről, *Agrártudományi Közlemények* (Debreceni Egyetem), 2007/26. különszám
- VERES Z., HOFFMANN M., KOZÁK Á (2006): *Bevezetés a piackutatásba*, Akadémiai Kiadó, Budapest

- WILHELM P (2000), *Turisztikai menedzsment 1 – Beszerzés-menedzsment*, Springer Tudományos Kiadó Kft., Budapest
- World Tourism Organization (WTO) (1981): *Saturation of Tourist Destinations: Report of the Secretary General*, Madrid in VARGÁNÉ CS. K. (2007 a) *A teherbíró képesség kérdésköre a turizmusban*, Debreceni Egyetem ATC AVK - Agrárszaknyelvi és Kommunikációs Tanulmányok Tanszék, Debrecen, 2. oldal
- World Tourism Organization (1989) *The Hague Declaration on Tourism*, WTO, Madrid in Lengyel M. (2004) *A turizmus általános elmélete*, Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest (79. o.)

MELLÉKLETEK

1. Melléklet

A turizmus elméleti háttérének áttekintése

Ahhoz, hogy a látogatóforgalom és a helyi lakosság közötti sokrétű kapcsolat vizsgálható legyen, ismerni kell a turizmus felépítését, az utazók típusait, a trendeket és egyéb hatásokat, hiszen ezek mind meghatározzák a kapcsolat milyenségét, illetve azok megértéséhez nélkülözhetetlenek.

Ez a fejezet az előbb említett témákat járja körbe, összehasonlítva és szintetizálva a fellelhető szakirodalmat, hogy a szociokulturális és egyéb hatásokat ezek fényében lehessen vizsgálni. Az egyes fejezeten belül még sok egyéb tényezőre is ki lehetne térni, ám én a témával összefüggőkre fókuszáltam és csak a későbbi következtetések megértéséhez, megalapozásához szükségeseket fejtettem itt ki.

A TDK-dolgozat szűkös terjedelmi feltételei miatt ezek a fontos fejezetek a mellékletek között kaptak helyet, mivel véleményem szerint a téma ismertetéséhez ezek szorosan és elválaszthatatlanul hozzátartoznak.

1.1.A turizmus, mint rendszer

A turizmus ma is elfogadott meghatározását 1989-ben, a Hágai Nyilatkozatban fogalmazta meg a World Tourism Organisation:

„A turizmus magába foglalja a személyek lakó- és munkahelyén kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az ezekből eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.” (WTO, 1989)

Amikor a turizmusról beszélünk, nem elég csupán a szorosan értelmezett turisztikai szektort, a kínálatot képező terméket, vagy a keresletet alkotó turistákat vizsgálnunk, hiszen ez alatt egy komplex rendszert értünk, mely szoros kapcsolatban áll a környezetével. Ez a kapcsolat kétoldalú, nyílt rendszerként az elemek kölcsönösen hatnak egymásra. A turizmus környezetéhez tartozik a társadalmi, kulturális, politikai, gazdasági, természeti, tudományos és technológiai környezet, amik a következő alfejezetben kerülnek bővebben bemutatásra. (dr. Pernyéz I., 2003)

Két alrendszerét (a turistát, illetve terméket) a közvetítő szektor köti össze, amik lehetnek utazásszervezők, illetve –közvetítők. Szolgáltatóknak nevezzük azokat a vállalato-

kat, amiknek a szolgáltatásait az utazásszervezők felhasználják, míg beszállítónak hívjuk azokat, akiknek nem a turisztikai szolgáltatások előállítása a fő profilja, de termékeiket az utazóknak is értékesítik (például reklámügynökségek, bankok). (Wilhelm P., 2000)

A kereslet-kínálat közötti kapcsolatot valójában a vonzerő hatására létrejövő utazási motiváció jelenti, hiszen ez hozza létre később az utazást, a kereslet többi eleme (diszkrecionális idő, és jövedelem) pedig biztosítja az ennek megvalósításához szükséges feltételeket.

A kínálat egyes elemeiről is elmondható, hogy kölcsönhatásban vannak egymással, ebből következik, hogy egy elem minőségének változása kihat a kínálat egészének megítélésére is, hiszen a turista alapvetően jó élményt keres, amit ellehetetleníthet már egyetlen elem nem megfelelő minősége is. (Lengyel M., 2004)

A turizmus környezetének alkotóelemei

A *gazdasági környezet* alatt mind a küldő, mind a fogadó ország gazdaságát érthetjük, hiszen az általános gazdasági színvonalon belül a keresletet (diszkrecionális jövedelem), és a kínálat minőségét, összetételét vizsgáljuk. A turizmus szektor fejlődéséhez elengedhetetlen a magas színvonalú szolgáltatási szektor megléte, így a gazdaság szerkezete és az egyéb gazdasági ágak fejlettsége is meghatározó. (Mundruczó Gy., 1996)

Boniface-Cooper (1987) könyvében (Puczkó L. és Rácz T. idézi, 2002) található a turizmus és a gazdasági fejlődés kapcsolatáról egy sokatmondó táblázat, ami azt mutatja be, hogy a hagyományos társadalmak szakaszában lévő, fejletlen országokban - ahol a közösség nagy része alacsony bérért a mezőgazdaságban dolgozik-, gyakorlatilag nem jelenik meg a turizmus, maximum belföldi rokon-, barátlátogatások formájában. A fellendülés előtti, a fellendülés, és az érettséghez vezető szakaszban lévő gazdaságokat összefoglalóan fejlődő világnak hívjuk, ahol már lehetővé válik a belföldi turizmus fejlődése, majd az érettségben már a nemzetközi turizmus feltételei is adottak lesznek. Ezeken a területeken a hatóságok elsősorban a devizabevételek érdekében támogatják a beutazó turizmust. A fejlett világban már kialakult a magas szintű tömegfogyasztás, ezek a desztinációk jelentik a fő küldő, illetve fogadóterületeket. Ez is mutatja, hogy egy ország gazdasági fejlettsége mennyire befolyásolja az idegenforgalomban elfoglalt helyét, és annak jelentőségét.

Nyílt rendszerként a turizmus is gyakorol hatást a gazdasági környezetre: nemzetközi látogatóforgalom esetén befolyásolja a fizetési mérleget, jövedelemtermelő hatása van, foglalkoztatást generál, elősegítheti a területfejlesztést, átalakíthatja a meglévő gazdasági

szerkezetet és ösztönzi a kis és közepes vállalkozások létrehozását. (Mundruczó Gy., Graham S., 1996)

A társadalmi környezet elsősorban a turisztikai kereslet egyes elemeire van hatással, amik a motiváció, a diszkrecionális jövedelem illetve a szabadidő. A jövedelem már a gazdasági környezettel kapcsolatban is felmerült, de az egyes kategóriák egymásra hatásuk miatt nem választhatók el, mivel egy elemre több tényező is hat, illetve az egyes környezeti elemek is befolyásolják egymást. (Puczkó L. - Rátz T., 2002)

Egy adott társadalom iránti kereslet megjelenését befolyásolják a kulturális vonások, különösen a szabadidő eltöltéséhez való viszonyulás: hiszen a turizmus csak azokban az országokban tud jelentős fejlődésnek indulni, ahol a helyi lakosság attitűdje ezt támogatja, vagyis számukra érték az utazás. (Michalkó G., 2007)

Az egyik legjelentősebb vonzerő lehet a kultúra, hiszen ezek megismerése a legerősebb turisztikai motiváció. Itt is megjelenik a kölcsönhatás, hiszen nem csak a látogatószám növelése érhető el kulturális elemekkel, de a turizmus megjelenése egy adott területen piacot jelent a kulturális szolgáltatásoknak, ezzel a fogadóterület szokásai és hagyományai is megváltozhatnak. A kulturális elemek turisztikai termékké válása megváltoztatja a közösség tagjainak viszonyát saját kultúrájukhoz, ezzel megszűnhet annak integráló funkciója, illetve a kultúra áruvá válása visszafordíthatatlanul megváltoztatja annak eredeti tartalmát és funkcióját. (Szöllös P., 2005)

Ezek mellett a turizmus egyik legpozitívabb hatása, hogy megfelelő szabályozási keretek mellett elősegíti a megértést a különböző nemzetek és kultúrák között. (Tasnádi J., 2002)

A dolgozat a későbbiekben bővebben is foglalkozik a turizmus társadalmi és kulturális hatásaival, mint az attitűdöt jelentősen meghatározó tényezőkkel.

A politikai környezet részben direkt módon hat az utazásra (vízumkényszer, törvények), részben közvetetten. Az utóbbi csoportba tartozik a gazdaságpolitika (adózási szabályok, adókedvezmények), kulturális politika (műemlékvédelem, tematikus évek), oktatáspolitikai (szakemberképzés), szociálispolitika (üdülési csekk rendszer, mennyire elérhető a turizmus a lakosságnak), területrendezés (természetvédelem) illetve a közlekedéspolitikai (úthálózat állapota, tömegközlekedés, díjszabás). (Dr. Petykó Cs., 2008)

A turizmus politika megjelenhet helyi, regionális és állami szinten, de a szintektől függetlenül megállapítható, hogy ez a környezeti elem van legnagyobb hatással a többire. (Mundruczó Gy – Graham S., 1996)

Korábban a legtöbben egyetértettek azzal a megállapítással, hogy a politikai zavarások, háborúk kizárólag negatív hatással lehetnek a terület látogatottságára, de most már köztudottan megjelent a „dark tourism”-nak is nevezett katasztrófa turisták csoportja, akik ezt tekintik vonzerőnek. (Smith, M. - MacLeod, N. – Hart R., M., 2010)

A természeti környezet is szolgálhat attrakcióként, de a fejlesztések volumenét és jellegét is meghatározhatja. Különösen fontos meglátni a fejlesztési lehetőséget a környezetben, ha a desztináció nem rendelkezik egyéb vonzerővel, vagy esetleg más iparágban nem biztosított a lakosság megélhetése (pl. nem alkalmas a terület földművelésre). A környezet károsításának elkerülése miatt elengedhetetlen, hogy figyelembe vegyünk az adott terület teherbíró képességét, és befogadókapacitásának mértékét. (Mundruczó Gy – Graham S., 1996)

A technológiai fejlődés és -környezet szoros kapcsolatban áll a turizmus változásaival akár a közlekedési eszközökre, infrastrukturális megoldásokra, akár a számítástechnikai újításokra gondolnunk. (Michalkó G., 2007)

Ma már elvárás a szolgáltatókkal szemben, hogy legyen aktualizált, jól kialakított honlapjuk, lehetőleg könnyen kezelhető rezervációs rendszerrel, illetve a turizmus szektorban dolgozók életét is jelentősen megkönnyítették az integrált döntéstámogató vagy elszámoló rendszerek megjelenése.

1.2 A turizmus típusai

A turizmus tipizálásával már sokan foglalkoztak, eltérő megközelítéseket alkalmazva, így ebben a fejezetben ez többféle szempontból kerül bemutatásra.

Az egyik legelterjedtebb tipizálás, ha a látogatókat a motivációik alapján vizsgálhatjuk. Az így képzett csoportokat a turizmus fajtáinak is szokás hívni.

Akik pihenés, kikapcsolódás céljával érkeznek a desztinációba, azokat szabadidős turistának nevezzük. Alcsoportonként ide sorolhatjuk a gyógy-, a wellness-, a kulturális- (körutazások, zarándoklatok, más népek megismerésére törekvő alternatív utak), az örökség- (pl. világörökségek látogatása), a társadalmi- (rokonlátogatás) illetve a sport turizmus aktív és passzív (például az EB, a VB, vagy az Olimpia látogatása) formáit is.

A motiváció szerinti csoportosítás másik típusa a hivatásturizmus, aminek két fő fajtáját különböztetjük meg. A gazdasági motivációval érkezőket utazásának okát általában a MICE rövidítéssel szoktuk összefoglalni, ami az angol Meetings (üzleti találkozók), Incentives (incentív utak), Conferences (konferenciák, kongresszusok), Exhibitions (kiállí-

tás, vásár) szavak kezdőbetűiből áll össze. A másik alcsoportja a hivatásturizmusnak a politikai ügyben utazók, például diplomaták konferenciájára érkezők, illetve azok tartoznak még ide, akiknek a munkájukkal összefüggésben szükséges utazniuk (terepi munka, turné, versenyen való részvétel). Hivatásos utazóknak nevezzük azokat, akik munkájuk során mások utazásait bonyolítják (például buszvezetők, pilóták), bár ők ritkán hagyják el az adott járművet, turistaként ritkán jelennek meg a célterületen.

Megkülönböztethető motiváció alapján néhány további csoport is: a fiziológiai motivációjuk a pihenés, gyógyulás vagy sport miatt érkeznek; míg a pszichikai motiváció az, amikor az utazó ki akar törni a hétköznapi életből, ilyenkor a cél a tanulás vagy az élményszerzés.

Státusz vagy presztízs utazóknak nevezzük azokat, akiket a megbecsülés utáni vágy hajtja, az út célja ilyenkor lehet egy neves szakmai konferencia, vagy egy drága, presztízs értékű terület meglátogatása is.

Ha külső hatások, illetve okok alapján csoportosítjuk a látogatókat, akkor a turizmus formáiról beszélhetünk. Ezen osztályozás alapvető szempontjai a turisták élményeinek visszatükröződése és a fogadóterület környezetével való kölcsönhatás. Ide sorolhatjuk a második világháború után megjelenő tömegturizmust, vagy a turizmus „ősformájának” tekinthető, személyre szabott alternatív turizmust. (Michalkó G., 2007)

További csoportosítási lehetőségként az utazókat csoportosíthatjuk a számuk és a szervezés módja (egyéni, csoportos utazó, tömegturista, családok), az életkor (senior, középkorú, ifjúsági), a tartózkodás időtartama (rövid, hosszú), a szezon (főszekon, szezonon kívül, nyári, téli), a közlekedési eszköz (vasút, autó, busz, repülő...), a szálláshely (szálloda, kemping...), vagy finanszírozás (elő-, utófinanszírozott) szerint is. (dr. Pernyész I., 2003)

A fizetési mérlegre gyakorolt hatás alapján beszélhetünk passzív (akik itthon keresik meg jövedelmüket, de külföldre mennek nyaralni és ott költik el) és aktív utazókról (akik a külföldön keresett pénzüket költik nálunk) is. (Mundruczó Gy., Graham S., 1996)

A turizmus típusai alatt az utazók mozgásának irányát tekintjük meghatározónak, így beszélhetünk belföldi és nemzetközi turizmusról. (Michalkó G., 2007)

Az időbeli megjelenés szerint megkülönböztethetünk folyamatosan érkező turizmust, ahol az egész éves kihasználtság jellemző, egyévadost az erős szezonális területeken (Balaton, síelés), kétévadost, ha kora tavasztól késő őszig található vonzerő (pl. sportolási lehetőség), hétvégit, mely napjainkban egyre nagyobb jelentőséggel bír, illetve kiránduló vagy átutazó turizmust. (Pásztor L., 1991)

1.3 Új trendek a turizmusban

Mivel a dolgozat elsősorban a turizmus társadalmi környezetével, és ezek kölcsönhatásával foglalkozik, így elsősorban az ide kapcsolódó tendenciák elemzésére kerül sor ebben a fejezetben.

Mint minden más ágazatban, itt is egyre nagyobb szerepet kap a globalizáció, elég a nagy szálloda- vagy étterem láncokra gondolnunk. Sok embert megnyugtat, ha a már ismert szolgáltatások veszik körül utazása közben is, így szinte biztosan az előre elvárt színvonalat kapja. Ennek hatására megjelent egy ellentétes tendencia is: az igény a lokalizációra, a helyi szokások, ételek megismerésére, hiszen a globális szolgáltatások igénybevételével nem lehet olyan közelről megismerni az adott desztináció kultúráját, szokásait és hangulatát. A szolgáltató szektort napjainkban kihívások elé állítja a lokalizáció-globalizáció iránti igénynek való együttes megfelelés kényszere.

A fenntartható turizmusnak napjainkban már eleme a regionális értékek megőrzése, illetve turisztikai vonzerővé fejlesztése, hiszen ez hozzátartozik az adott terület identitásához, és önmagában is attrakció lehet, ami javíthat a terület versenyképességén is. (Michalkó G., 2007)

A keresleti trendek közé sorolhatjuk, hogy a kalandturizmus, a falusi turizmus, a tematikus parkok illetve élményfürdők egyre nagyobb sikernek örvendenek, illetve ezen kívül is megfigyelhető, hogy a motivációk köre egyre szélesebb. A turisztikai szolgáltatók az igények minél tökéletesebb kielégítésének érdekében egyre inkább koncentrálnak, miközben kínálatuk ezzel párhuzamosan globalizálódik a technológiai fejlődés hatására (Dr. Behringer Zs., Kiss K., Dr. Rátz T., 2002).

Az individualizáció iránti igény hatására egyre inkább háttérbe szorulnak a csoportos utak, és előtérbe kerülnek az egyénileg vagy egyénre szabhatóan szervezett utazások. (Michalkó G., 2007)

Napjainkban is zajló folyamat az iparágak átstrukturálódása a technikai fejlődés hatására, aminek eredményeképpen munkahelyek szűnnek meg, az érintett embereknek nem lesz diszkrecionális jövedelmük, illetve létbizonytalanságban élnek. Egyre jelentősebb a szakadék a vagyonos és a szegényebb rétegek között, és ezzel megváltoznak a korábban jellemző utazási szokások is: akik jelentős jövedelemmel rendelkeznek, azoknak nincs idejük; akik viszont rendelkeznek az utazásra fordítható szabadidővel (például munkanélküliek, részmunkaidőben dolgozók), azok nem engedhetik meg maguknak az utazást. Te-

hát általánosságban elmondható, hogy a fejlett országokban ritkán áll rendelkezésre egyszerre a diszkrecionális idő, és a pénz; a fejlődő országok lakosai pedig még nem rendelkeznek ehhez elegendő vagyonnal.

A társadalmi környezet tendenciáinál kell megemlíteni azt is, hogy a népesség elöregedése miatt, egyre inkább kitolódik a nyugdíjkorhatár, illetve a nyugdíjak reálértéke is csökken, így egyre kevesebb senior utazó várható. Fontos azonban azzal is számolni, hogy minél szélesebb körben terjed el az öngondoskodás fontosságának gondolata a jövőben, annál valószínűbben lesz diszkrecionális jövedelemmel és szabadidővel is rendelkező senior utazó réteg és ebben az esetben egy dinamikusan fejlődő rétegnek számíthatnak az elkövetkező években (manapság ez például Németországban jellemző). (Dr. Behringer Zs., 2001)

Az iskolázottság átlagos szintje emelkedik Európában, így várható, hogy növekedni fog az igény a kulturális jellegű utak iránt. Az utazók egyre tapasztaltabbak, tisztában vannak a jogaikkal és lehetőségeikkel, így a szolgáltatások minőségének növekedését várják el, illetve a megfelelő ár-érték arányú termékek iránt növekszik kereslet. (Michalkó G., 2007)

A felvilágosult és tudatos réteg kialakuláshoz kapcsolható az úgynevezett mind-mind fogyasztók megjelenése, akik többszörös választási lehetőséget igényelnek a szolgáltatások terén. Ilyen széles és sokrétű kínálat biztosításának érdekében fognak össze a szolgáltatók egy-egy desztinációban, így ki tudják elégíteni az egyre növekvő igényeket. (Dr. Petykó Cs., 2008)

A fiatalok életvitele is változik: egyre jobban kitolódik a gyerekvállalás ideje, növekszik az egyszemélyes háztartások száma, egyre elterjedtebb a szingli életmód így könnyebben utaznak mind idő, mind pénzügyi szempontból.

(Michalkó G., 2007)

Az ezredforduló óta jellemző, hogy az utazni vágyók inkább több, kisebb utazásra mennek szívesebben, mivel ehhez nem kell egyszerre rendelkezni nagyobb mennyiségű szabadidővel, és nem egyösszegű nagy kiadásként jelentkezik az utazások költsége, így ezt könnyebben kigazdálkodják. Ennek hatására lehetővé válik egy viszonylag szélesebb réteg számára az utazás. Jellemzően ezen utak motivációja már nem a 3S (Sun, See, Sand), hanem egy főutazás mellett a téli sportok űzése, a városlátogatások, vagy a kulturális utazások is előtérbe kerülnek.

A turizmus tömegessé válásával jelent meg problémaként, hogy egy kedvelt desztináció környezetére milyen romboló hatással lehet a látogatottság, és ezzel akár meg

is szűnhet a terület eredeti vonzereje (például a szép, érintetlen környezet). Ez részben visszavezethető arra is, hogy a desztinációk területén is egyre jellemzőbb a divat követése, így egy kedvelt terület jellemzően egyre túlszűfoltabb lesz, mindaddig, míg ez már annyira zavaróvá válik, hogy elpártoljanak tőle a látogatók. (Dr. Behringer Zs., 2001)

A turizmusban – mint a szolgáltató szektorban általában - kiemelkedően fontos a motivációk alakulásának folyamatos nyomon követése. Napjainkban jellemző az otthonosság és a közelség igénye, ami általában a rövidebb utazásokhoz kapcsolódik, mivel ennyi idő alatt nem tudnak igazán kiszakadni megszokott környezetükből, így nem akarnak nagy változásokhoz alkalmazkodni. Egyre elterjedtebb a márkahűség megjelenése (például szállodaláncok esetében), illetve az igény a presztízsszolgáltatások iránt. (Dr. Petykó Cs., 2008)

Napjainkban ezek mellett már beszélhetünk etnikai (a motiváció az etnikai hovatartozás vagy egzotikus etnikai csoportok megismerése), vallási, kaland, természeti (a vonzerő a természet), bor- vagy falusi turizmusról is, amiket az utazási motivációk változása hívott életre. (Puczkó L. – Rátz T., 2000)

A fenntartható-, illetve ökoturizmus bemutatása

Ezt a témakört mind a trendek, mind a teherbíró képességen belül lehetne említeni, de összetettségére tekintettel külön fejezetet kapott a dolgozatban.

Tempel 1999-ben megfogalmazta, hogy a turizmus fenntarthatóságánál nem csak a vonzerők megőrzését kell szem előtt tartani, hanem azt is, hogy eközben a befektetők tőkéje is megtérüljön. Vagyis: *„a fenntartható turizmusnak hosszú távon ökológiailag elviselhetőnek, gazdaságilag kivitelezhetőnek, a helyi lakosságra nézve pedig etikai és szociális szempontból méltányosnak kell lennie”* (Tempel, 1999 - idézi Michalkó G., 2005. 44. o)

Ennek megvalósításához elengedhetetlenül meg kell változnia a társadalom és az egyén környezettel való kapcsolatának: tudatosan és felelősséggel kell gondolkozniuk. A helyi önkormányzatoknak is fontos túllépni a „minél rövidebb idő alatt minél nagyobb profit” elven, és áttérni a hosszútávon fenntarthatóságot biztosító értékrendre. Természetesen végső soron a gazdasági növekedést kell szolgálni a turisztikai fejlesztéseknek is, de mindezt a környezettel összhangban kell megvalósítani.

A fenntartható turizmus a gyakorlatban a természetorientált, illetve az ökoturistákon keresztül valósul meg. Az előbb említett két turistacsoport esetében a természet megfigyelése, megismerése; védett helyek felkeresése az elsődleges motiváció. Az ökoturizmus

ezen kissé túllépve a helyi kultúra és népszokások iránt is érdeklődik, illetve törekszik a negatív környezeti, társadalmi, kulturális hatások minimalizálására is.

A kettő közötti különbségről egyelőre többféle vélemény alakult ki, illetve az ökoturizmus tartalmát tekintve sincs egyértelmű, mindenki által elfogadott meghatározás. A WTO szakértői, és több kutatás eredményei alapján közelítőleg 1%-ra tehetjük az utazási irodák által eladott összes úton belül az ökoturizmussal fémjelzetteket, de ehhez azt is hozzá kell tenni, hogy gyakran nem egyértelműen ide sorolt programokat értenek ez alatt (például kirándulások, állatmegfigyelés), hanem egy hagyományos csomagba építenek be néhány „öko elemet” is.

(Dr. Dávid L., Dr. Jancsik A., Dr. Rátz T., 2007; Michalkó G., 2005)

A kulturális turizmus jelentősége

A kulturális turizmus régóta jelen van a turisztikai palettán, de önálló ágazattá csak az utóbbi évtizedekben vált.

A turisztikai ágazatok közötti elhelyezése nem könnyű, mivel minden turizmusfajta kapcsolatban áll a kultúrával. Meghatározása úgy a legegyszerűbb, ha a kulturális motiváció elsődlegességét emeljük ki, hiszen általában nem önállóan jelenik meg, hanem egyéb motivációkhoz társul. Ez alól kivételt képez, ha egy jelentős esemény, mint önálló piaci termék képezi az utazás célját (például nemzetközi zenei fesztivál), ami azért is kiemelkedő jelentőséggel bír, mivel fontos szezon elsimító hatása lehet az adott desztinációban egy ilyen programnak.

A szezon elnyújtásán kívül pozitív hatása, hogy életben tartja a helyi szokásokat, hagyományokat és hozzájárul más kultúrák jobb megismeréséhez, illetve biztosítja a történelmi műemlékek megőrzését. A látogatók tömeges megjelenése viszont fenyegethet a folklór kommercializálódásával, a természeti környezet tönkretételével, és a modern építészet alkalmazásával a hagyományos épületek mellett is. Tudatos tervezéssel, a helyi értékekre alapozott turizmuspolitikával és megfelelő felkészüléssel ez megelőzhető. (dr. Horváth A., 1999)

A kiéleződő városok-köztéri versenyben az összetett és komplex kínálatot nyújtók fognak fennmaradni, így egyre nagyobb figyelmet kap a fejlesztési politikákban az egyedi adottságok hangsúlyozása, amiben a kulturális értékek kiemelkedő fontossággal bírnak. Itt is ki kell emelni, hogy a városfejlesztési elképzeléseket és a kulturális politikát tanácsos összehangolni a lakosság igényeivel, máskülönben a versenyképesség a helyiek életminő-

ségének romlását okozhatja, ami közvetve visszahat a terület imázsára is. (Németh Á., 2009)

1.4 Teherbíró képesség a turizmusban

Minden fejlesztésnél és vonzerő kialakításnál szem előtt kell tartani, hogy az erőforrások megőrzésének érdekében úgy kell a turisták igényeit kielégíteni, hogy közben ne veszélyeztessük a következő generációk lehetőségeit. Ennek megvalósítása úgy lehetséges, ha figyelembe vesszük a terület teherbíró képességét. (dr. Pernyéz I., 2003)

Az 1960-as években merült fel először a turizmussal összefüggésben a teherbírás fogalma, bár akkor még nem a turizmus egészére vetítve elemezték, csak a rekreáció menedzsment vizsgálta, hogy milyen terhelést bír el az adott infrastruktúra anélkül, hogy ennek hatására veszítene a terület a rekreációs jellegéből. (Vargáné Cs. K., 2007a)

Ha ezt ki akarjuk terjeszteni a turizmus egészére, akkor úgy határozhatnánk meg, hogy a teherbíró képességet kifejezi *„az a maximális látogatószám, amely egy időben megjelenhet egy fogadóterületen, anélkül, hogy az a fizikai, gazdasági és szocio - kulturális környezet romlását, valamint a látogatók elégedettségének elfogadhatatlan mértékű csökkenését okozná”*. (WTO, 1981)

A jelen dolgozatban vizsgált társadalmi környezet szempontjából legnagyobb jelentősége az ökológiai, a társadalmi, a pszichológiai és a gazdasági teherbíró képességnek van, így most ezek bemutatása következik.

Az fizikai-ökológiai teherbírás egy desztináció esetében annyi turistaérkezést jelent, amennyi mellett még a természeti, és az ember alkotta környezet nem károsodik, illetve még képes elnyelni ezeket a szennyezéseket.

Ha az érkező turisták száma a társadalmi-kulturális teherbíró képesség alatt van, akkor azt a lakosság még ellenállás nélkül elfogadja, hiszen az ebből származó előnyük jelentősebb a hátrányoknál. Ezt vizsgálhatjuk az ide látogatók szemszögéből is, hiszen a látogatók száma befolyásolja az általuk szerzett élmények minőségét, amit pszichológiai vetületként szokás említeni.

Az eddigieken kívül politikai-gazdasági szempontból azt kell figyelembe vennünk, hogy a turisztikai szolgáltatások előtérbe kerülésével egy bizonyos látogatószám felett kiszorulhatnak a helyi, korábban preferált tevékenységek a területről (például mezőgazdaság), és ezek után a pozitív gazdaságfejlesztő hatások helyett már a hátrányok fognak dominálni az iparági átstrukturálódás következtében. (Vargáné Cs. K., 2007b)

A teherbírás függ a turisták, a desztináció, illetve a helyi lakosság jellemzőitől. Mathieson és Wall (1982) a tanulmányukban (Puczkó L- - Rátz T. idézi, 2002) nyolc alcsoportot különböztetnek meg a ezeken jellemzőkön belül:

a látogatók szocio – ökonómiai összetétele: életkor, jövedelmi szint, átlagköltség, motiváció, attitűd, elvárások, minőség megítélése, faji illetve etnikai összetétel, viselkedés, férfi-női megoszlás

a turisztikai igénybevétel szintje a desztinációban: a látogatók száma, megoszlása térben és időben, látogatósűrűség

a desztinációban való tartózkodás jellemzői: átlagos tartózkodási idő, a turisztikai tevékenységek típusai, látogatók elégedettségi szintje

a desztináció természeti környezeti adottságai: domborzat, vizek, állatvilág, hőmérséklet, csapadékmennyiség...

a desztinációkra jellemző gazdaságszerkezet és gazdasági fejlettség: diverzifikáltság, a fejlődés területi megoszlása, beruházási jellemzők, import-export mérleg és összetevői

a desztináció társadalomszerkezete és társadalmi szerveződése: helyi lakosság demográfiai megoszlása, társadalomszerveződés jellemzői, nők szerepe a munkamegosztásban, vallási összetétel, a vallás szerepe, erkölcsi normák, az egészségügy és a közbiztonság helyzete, turistákkal szembeni attitűd, hagyományok, helyi gasztronómia...

politikai szerveződés a desztinációban: politikai berendezkedés, gazdaságpolitika, tervezési szabályozás, ösztönzők és korlátozások, turisztikai szervezetek jelentősége, tevékenysége

a desztináció turisztikai fejlettségi szintje: helyi bekapcsolódás mértéke, fejlesztés vagy fejlődés üteme, szálláshelyek típusai és minőségük, étkezési illetve szórakozási lehetőségek, turisztikai attrakciók jellege, vonzereje és diverzifikáltsága...

Nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a teherbíró képesség egyes elemei is kapcsolatban állnak egymással, hiszen ha például az ökológiai teherbíró képesség alacsony, akkor a helyi lakosság tolerancia küszöbe is alacsonyabban lesz, mivel a környezetük károsítóit látják az odalátogatókban.

Szem előtt kell tartani, hogy a terület teherbírását nem lehet állandó tényezőként vizsgálni, hiszen az azt befolyásoló egyes elemek is folyamatosan változnak. Az eddigiekből következik, hogy meghatározása is nagyon nehéz, mivel folyamaatos kölcsönhatás van a „változók” között, tehát leginkább egy-egy konkrét esetre vetítve használható. (Vargáné Cs. K., 2007b)

1.5 A turisták csoportosítása

A látogatók és a környezet kapcsolatának vizsgálatakor fontos kiemelni, hogy a különböző motivációjú, és különböző szocio-ökonómiai jellemzővel rendelkező turisták teljesen másképp viselkednek. Ahhoz hogy egy területen vizsgálhassuk az idegenforgalom hatását, meg kell tudnunk állapítani, hogy adott desztinációt milyen típusú turisták milyen arányban keresik fel.

A turisták csoportosítására rengeteg elmélet született már, különböző fontos tulajdonságokat alapul véve. Az attrakciótól az élményig című könyv (Puczko L. - Rátz T., 2000) ezek közül hármát emelt ki, és mivel az attitűd vizsgálat szempontjából jelentős ismervek alapján állították fel a csoportokat (turisták és a helyi lakosság kapcsolata, pszichológiai jellemzők), itt is ezek fognak bemutatásra kerülni.

A Plog, Cohen és Smith által kidolgozott tipológiákban közös, hogy az utazók pszichikus jegyeiből, illetve a helyi társadalommal kialakított viszonyából kiindulva vezették le az egyes csoportokat, így ezeket összefoglalóan viselkedéstudományi tipizálásnak hívjuk. (Michalkó G., 2007)

Plog turistatipológiája

Stanley Plog azt vizsgálta, hogy egy adott populáció tagjai mennyire nyitottak, vagy mennyire vonzódnak inkább a már ismert és megszokott dolgokhoz.

Az allocentrikusoknak elnevezett csoport a leginkább kockázatt vállalókat, az újdonságok iránt leginkább érdeklődőket foglalja magába, míg a másik véglet a pszichocentrikusok, akik befelé fordulóak és a megszokotthoz ragaszkodnak. Az amerikai lakosságot vizsgálva Plog arra jutott, hogy e két szélsőség között a társadalom tagjai normális eloszlást mutatnak, nagy részük egyik végletéhez sem tartozik: ők alkotják a midcentrikusok csoportját.

Az egyes küldő országok besorolhatók az előbbi kategóriákba, és hozzájuk rendelhető az is, hogy turistaként jellemzően hogyan fognak viselkedni. Ez a gondolat a modell legvitatottabb része, mivel nyilván nem jellemző ugyanúgy egy viselkedésforma egy ország minden lakosára, de mivel a viselkedés alapvetően függ (többek között) a kulturális háttértől, nemzetiségtől, vallástól, ami országonként nagyjából egységesnek mondható, így elfogadható Plog általánosítása.

Az allocentrikusok turisztikai viselkedéséről elmondható, hogy az újdonság keresésének megfelelően újonnan felfedezett desztinációkat választanak célterületnek, aktív tu-

risták, akik jellemzően repülővel utaznak. A szolgáltatások közül a közepes színvonalút keresik mind a szállás, mind étkezés terén, szervezett utak esetében rugalmas programokat és sok szabadidőt igényelnek. Általában csak néhány attrakciót keresnek fel, mivel igazából a más kultúrából származó emberekkel való kapcsolatteremtést élvezik.

A pszichocentrikusok hazájuk jellemzőitől minél kevésbé eltérő úti célt választanak és előnyben részesítik az út során a már otthonukban is megszokott tevékenységeket, szolgáltatásokat. Utazási motivációjuk általában a napozás, pihenés, kikapcsolódás. Jól kiépített szolgáltatásokat, és infrastruktúrát várnak el, sok szervezett programon vesznek részt.

A nagy többséget jelentő midcentrikusok egyszerre keresik mindkettőt: új tapasztalatokat szeretnének, miközben azért otthonosan és biztonságban kívánják érezni magukat.

A kategorizálás jelen esetben személyiségjellemzők alapján történik, de az egyének csoportba tartozása a tapasztalataik hatására változhat (pl. ha valaki sokat utazik, akkor egyre több desztináció válik számára ismerőssé, otthonossá). A célterületek turista összetételének vizsgálatát is többször ismételni kell, mivel az életciklus különböző szakaszaiban eltérő típusú turistákat vonz ugyanaz a terület (ezzel a desztinációk evolúciós görbéjénél bővebben is foglalkozik a dolgozat).

(Palancsa A., 2007; Puczkó L. - Rátz T., 2000)

Cohen turisztatipológiája

Cohen (1972, 1974) elmélete hasonló feltételezésekből indul ki, azzal a különbséggel, hogy mindenki rendelkezik az országának megfelelő értékrendszerből, viselkedési mintából kialakuló úgynevezett „környezeti buborékkal”, amittől a különböző típusú emberek eltérő módon tudnak elvonatkoztatni. A megszokott és az új tényezők arányát az egyén jellemzői határozzák meg (például nyitottság, motivációk, preferenciák). Cohen a csoportokat ezen személyes jellemzők alapján alakította ki, így létrejöttek intézményesített és nem intézményesített típusok.

A nem intézményesített kategóriába tartoznak a felfedezők és a vándorok, tehát azok az egyéni utazók, akik kevés turisztikai szolgáltatást vesznek igénybe. Ők jellemzően még nem felfedezett desztinációkat látogatnak, mint Plog allocentrikusai, megelőzik a tömegturizmus megjelenését. A vándoroknak nevezett csoport a kultúra minél jobb megismerésének érdekében közeli kapcsolatot szeretne kialakítani a helyi lakossággal, meg akarják ismerni a helyiek életmódját, szokásait. Nem keresik fel a nevezetes turista attrakciókat, nem készítenek pontos útitervet indulás előtt, tehát náluk van a legtöbb újdonság az utazás

során, ők tudnak legjobban kilépni az előbb említett „környezeti buborékukból”. Számukra a legkönnyebb személyes kapcsolatot kialakítani a lakossággal, mivel alkalmazkodnak a helyi kultúrához.

A felfedezők is általában kerülnek a gyakran látogatott helyeket, és próbálnak minél közelebb kerülni a helyi lakosokhoz, de ők már igénylik a biztonság és kényelem valamilyen fokát.

Az intézményesített turisták közé tartoznak a szervezett és az egyéni tömegturisták, a kategória neve abból származik, hogy itt már utazásszervezők, szállodák és közlekedési vállalatok közreműködésével jön létre az utazás. Az utasok nagy számából adódóan pontos szervezés és tervezés szükséges, ami cserébe biztosítja a gazdaságosságot a szervezőknek. Ennek megfelelően az út egyes elemei egy csomag részét képezik, a fő attrakciókat mutatják be, miközben a cél a váratlan események kiküszöbölése a zavartalan utazás érdekében.

A szervezett tömegturisták a négy csoport közül az újdonság és az otthonosság skáláján leginkább az otthonosság felé helyezkednek el. Ők azok, akik leginkább megfelelnek a turistákról kialakult sztereotípiáknak: csomagutazás vesznek részt, külön buszon vagy charterrel utaznak, rugalmatlan programokon vesznek részt. Az eddigiekkel ellentétben a helyi lakosokkal csekély kapcsolatuk van, maximum előre megszervezett kulturális programon vesznek részt. Az előbbiekből következik, hogy ez a csoport alig lép ki saját „buborékjából”. Az ő igényeiknek megfelelően alakultak ki a turista desztinációkban az üdülőfalvak, ahol ismert szolgáltatók találhatók, és a helyi kultúra gyakorlatilag egyáltalán nem jelenik meg.

Az előbbi kategóriánál több újdonságra hajlandóak az egyéni tömegturisták, akik még mindig szervezeten, utazási irodával érkeznek, de a programokon rugalmasan változtatnak. Alkalmanként elhagyják a „környezeti buborékot”, de csak rövid időre. Ők is jellemzően a kiépített turisztikai infrastruktúrával rendelkező területeket választják, a látogatott attrakciókat keresik fel, így valójában ők sem kerülnek kapcsolatba a helyiekkel. (Puczkó L. - Rátz T., 2000)

Smith turistatipológiája

Smith (1989) turistatipológiája hasonló az előzőhöz, a csoportosítás alapjául a turisták motivációit és a helyi kultúrához való viszonyukat vette. Az általa meghatározott hét csoport különböző arányban vágyik az újdonságra és az otthonosságra. A típusokhoz meghatároz-

ta a hozzávetőlegesen létszámot is, így könnyebben lehet következtetni a környezetre gyakorolt hatásukra. (Michalkó G., 2007)

A felfedezők csoportja keresi leginkább az újdonságot. Alkalmazkodnak a kultúrához és a szokásokhoz, így alig jelentenek terhet a turisztikai környezetre. Személyes kapcsolatot alakítanak ki a turistákkal, így fokozzák az út élményszerűségét. Ez a legkisebb létszámú csoport, gyakorlatilag azonosak a Cohen-féle vándorokkal. Kis számukat az is indokolja, hogy egyre kevesebb felfedezetlen terület van már a Földön, ma már inkább a kultúrantropológusok alkotják ezt a szűk réteget.

Az olyan tehetősebb utazókat, akik már sok desztinációt meglátogattak, Smith elit turistáknak nevezi. Az újdonság érdekében egzotikus, mások számára elérhetetlen úti célokat választanak. Számuk elenyészően kicsi, és környezetükhöz is tökéletesen alkalmazkodnak az út ideje alatt, emiatt környezeti terhelésük jelentéktelen.

Smith off-beat turistáinak Cohen felfedezői feleltethetők meg: helyi szolgáltatásokat vesznek igénybe, elkerülik a fő attrakciókat, jól alkalmazkodnak a helyi körülményekhez. Számuk még szintén alacsony, tehát nem jelentenek terhet a célterület környezetére.

A nem mindennapi turisták már szervezeten érkeznek, de a programot megszakítják időnként annak érdekében, hogy közelebb kerülhessenek a helyi kultúrához. Erre az időszakra alkalmazkodnak a helyiekhez, de utána szívesen térnek vissza a megszokott körülmények közé. Ők is csak alacsony számban jelennek meg egy-egy területen.

Az egyenletes áramlásként érkező majdnem tömegturisták már igénylik a jól kiépített turisztikai infrastruktúrát, előnyben részesítik a nyugati típusú szolgáltatásokat, de elfogadják annak hiányát is. Elsősorban olyan területeket keresnek fel, ahol még nem domináns a turisztikai szektor.

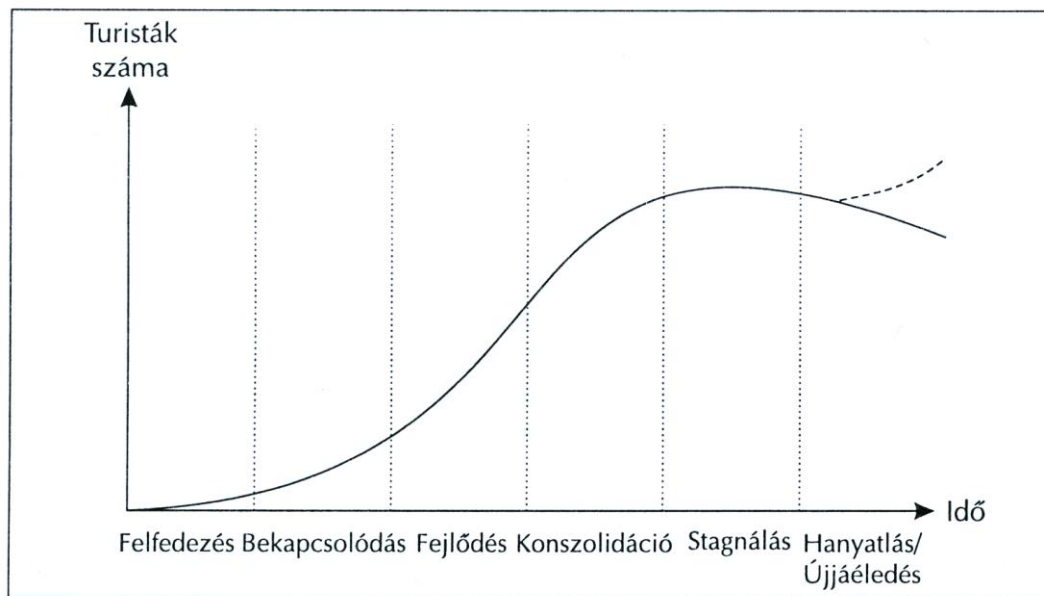
A folyamatosan érkező tömegturisták elvárják a megszokott színvonalú szolgáltatásokat, a charter turisták pedig meg is követelik azt. Ők már nem szeretik az újdonságot, inkább az otthonosságot részesítik előnyben, a világ minden pontján azonos szolgáltatásokat igényelnek, tehát elvárják, hogy a helyiek az ő életstílusukhoz és szokásaikhoz alkalmazkodjanak. Általában nem kerülnek kapcsolatba a helyi kultúrával, de jelentős számuk már terhelést jelent a környezet több elemére nézve. (Michalkó G., 2007)

1.6 Egy turisztikai desztináció evolúciós görbéje

A termék életciklus görbe turizmusra vonatkoztatására született a desztináció életciklus görbe, ami a turisták számának alakulását mutatja az idő függvényében. A modellben

megjelenik a korábban már említett elgondolás, miszerint egy idő után az adott desztináció telítődik, az érkezések száma túllépi a teherbíró képességnek megfelelő mennyiséget, és ezzel tönkreteszi a terület eredeti vonzerejét, így a célterület turisztikai szempontból hanyatlásnak indul.

Az életciklus görbe vizsgálható egy adott turisztikai termék esetében is, azzal a különbséggel, hogy egy desztináció esetében több termékről beszélünk, tehát a hanyatlás szakasza könnyebben elkerülhető az egyes elemek bővítésével, módosításával vagy korszerűsítésével. (Lengyel M., 2004)



A turisztikai desztináció evolúciós görbéje
(Forrás: Butler, 1980, idézi Palancsa A., 2007)

Az evolúciós görbe mögött húzódó folyamat menetében nagyjából megegyeznek a szakértők, a különbségek az elkülönített szakaszok számában, és nevében találhatók. A legelfogadottabb Butler 1980-as modellje, aki hat részre osztotta fel a görbét. Ezek időrendi sorrendben: felfedezés, bekapcsolódás, fejlődés, konszolidáció, stagnálás, hanyatlás vagy optimális esetben újjáéledés. Minden szakaszban változik a turizmus szektor fejlettsége, a lakosság hozzáállása, a turisztikai hatások jellege, illetve más típusú turisták a tipikus látogatók.

Az első szakasz a felfedezés, amikor egy terület elkezd turisztikai desztinációvá válni. Ilyenkor még az ide látogatók száma csekély, és a terület sincs felkészülve nagyobb tömegek fogadására (például nincs kiépített turisztikai infrastruktúra). A terület vonzereje pont az érintetlen természetben, a felfedezetlenségben és a kultúra érintetlenségében rejlik.

Mivel ebben a szakaszban még nem beszélhetünk tömegturizmusról, jellemző, hogy a turisták és a lakosság között közelebbi kapcsolat alakul ki, még nem személytelenedik el a szolgáltatásnyújtás. Ebben a szakaszban az alacsony látogatószám miatt nem befolyásolja jelentősen a turizmus a helyiek gazdasági, illetve társadalmi helyzetét, a környezettel is összhangban vannak, nem károsítják azt.

Az ekkor érkező látogatók az előző fejezetben bemutatott tipologizálások alapján az alábbi csoportokba tartoznak: allocentrikusok (Plog S. C., 1974), vándorok (Cohen E., 1972, 1974), felfedezők vagy elit turisták (Smith, 1989).

A bekapcsolódás szakaszának elnevezése abból ered, hogy a lakosság is elkezd részt venni a turisták igényeinek kielégítésében: megjelennek az elsődlegesen vagy kizárólag turisztikai célt szolgáló létesítmények, szolgáltatások, ezzel párhuzamosan a turizmus gazdasági jelentősége is előtérbe kerül (például foglalkoztatottság, jövedelemtermelő képesség).

A látogatószám is egyre növekszik, illetve már megfigyelhető szabályszerűség az érkezések alakulásában is: megkülönböztethető lesz a területre jellemző szezonalitás, ami meghatározza a már turizmussal foglalkozók életritmusát. Ebben a szakaszban jellemzően még megmarad a személyes kapcsolat a lakosság és az ide érkezők között, illetve elkezdik kialakítani a minimálisan szükséges infrastruktúrális hátteret is. A környezetre gyakorolt hatás ekkor már észrevehető, de még nem ölt zavaró méreteket.

Ahogy a desztináció egyre kedveltebb és ismertebb lesz, egyre nagyobb számban érkeznek ide turisták (szezonalan a számuk akár meg is haladhatja a helyi lakosságét). Ez az -eddigiektől élesen elhatárolható- időszak a fejlődés szakasza. Megjelennek a külföldi, multinacionális szolgáltatók és befektetők, aminek hatására háttérbe szorul a helyi lakosság, illetve a nemzetközi létesítmények megváltoztatják a terület jellegét, hangulatát is. A turisták típusai is mások lesznek, az ekkor jellemző csoportokat hívhatjuk: midcentrikusoknak (Plog S. C., 1974), intézményesített turistáknak (Cohen E., 1972, 1974), illetve a majdnem tömegturistáknak (Smith, 1989) is. Eddigre egyre nagyobb a terhelés a környezeten, illetve nem biztos, hogy az infrastruktúrális fejlesztések lépést tudnak tartani a fejlődés mértékével.

Ha a látogatószám növekedési üteme csökkenni kezd, de az abszolút számuk még növekszik, akkor a konszolidáció szakaszába ért a terület. A térségben ekkor jelentős gazdasági szerepe van a turizmusnak, bizonyos esetekben kialakulhat függőségi viszony is. Egyre magasabb szintű az erőforrások kihasználtsága, sőt, lassan elérheti a terület teherbíró

képességének határát is. Ennek egyik jele, hogy a lakosság egy része elutasító lesz (különösen, akik nem élvezik ennek gazdasági hasznát).

Amikor már több erőforrás teherbíró képességét meghaladja az érkezők száma, komoly környezeti, társadalmi, gazdasági problémák adódnak a területen. Ekkor éri el az evolúciós görbe a maximumát, vagyis ekkor van a legtöbb látogató a területen. Ezt a periódust nevezzük stagnálásnak. Eddigre már a terület hiába rendelkezik kialakult imázssal, nem divatos, az infrastruktúra a rentábilis kihasználtság alatt üzemel, így mindent megtesznek az érkezők számának újbóli fellendítéséért: fontos célcsoport lesz a visszatérő látogató; sok rendezvényt szerveznek; illetve mesterséges attrakciókat hoznak létre az erősen károsodott környezeti vonzerők helyett. A turisták jellemzően szervezett tömegturisták (Cohen E., 1972, 1974), pszichocentrikusok (Plog S. C., 1974), tömegturisták vagy charterturisták (Smith, 1989).

Az utolsó szakasz a desztináció újrapozicionálásának sikerétől függően a hanyatlás vagy az újjáéledés. A hanyatlás alapvetően a versenyképesség romlásával indul, majd felfoghatjuk a folyamatot egy „ördögi körnek” is: a csökkenő látogatószám miatt a turisztikai funkciójú létesítményeket átalakítják, így csökken a kínálat, minek hatására tovább csökken az érkezők száma. A görbén is látszik, hogy a látogatottság nem esik vissza a felfedezés előtti szintre, ahhoz képest még mindig magas lesz a rövidebb időre (például hosszúhétvégére) érkezők száma, de főutazások célpontja már csak elvétve lesz. Az újjáéledéshez a teljes attrakció szerkezetet át kell alakítani: vagy mesterséges vonzerőket kell építeni, vagy a még nem kihasznált természeti látványosságokra helyezni a hangsúlyt. Ha nem is sikerül ezzel újabb jelentős fellendülési szakaszt elindítani, akkor is meghosszabbítható a desztináció életgörbéje a turisztikai piacon, amiből (ha nem is olyan mértékben, mint korábban) profitálhat a helyi lakosság.

Nem szabad megfeledkeznünk róla, hogy ez a modell csak egy elméleti és általános megközelítés, vannak alóla kivételek (például az egyedi attrakcióval rendelkező területek – Párizs, Niagara vízesés... - kis valószínűséggel fogják elérni a hanyatlás szakaszát), illetve minden terület görbéje egyedi módon alakul és sok egyéb tényező is befolyásolhatja. A gyakorlatban ezek a szakaszok nem különülnek el egymástól ilyen egyértelműen, megállapításuk sokszor nehézségekbe ütközik. A helyi lakosok turizmussal szembeni attitűdjét is sok egyéb tényező határozza meg az életgörbén való elhelyezkedésen kívül, tehát az alaposabb vizsgálathoz ezt nem lehet ennyire leegyszerűsíteni.

Figyelembe kell venni azt is, hogy nem feltétlenül jelenti egy terület hanyatlását a látogatószám csökkenése. Ez lehet egy stratégiai terv része is, melynek célja az oda láto-

gatók számának csökkentése a fenntartható turizmus és a hosszú távú versenyképesség érdekében, az erőforrások teherbíró képességével összhangban. (Palancsa A., 2007; Puczkó L. - Rátz T., 2002; Vargáné Cs. K., 2007b)

1.7 A turisztikai miliő

Egy desztináció elemzésekor nem szabad figyelmen kívül hagynunk, hogy a kínálat egyes elemein túl, az *emberi tényezők* ugyanolyan fontos szerepet játszanak a területről kialakuló összbenyomásban. A miliő vizsgálatakor minden elemet figyelembe vesznek, de pont az emberi viselkedéstől való függése miatt nem tekinthető statikusnak az eredmény.

„A turisztikai miliő értelmezésében elsődleges fontosságot tulajdonítunk az élményként kódolódó ingerek megjelenésének. Ugyanakkor a befogadó szerepét betöltő turista szubjektuma mellett nem szabad megfeledkeznünk arról sem, hogy a miliő magából a fellelkesített hely környezetéből fakad, tehát az objektív valóságtól elválaszthatatlan.” (Michalkó G., 2005, 124. o)

Egy adott területhez kötődő asszociációink nagyrészt érzelmi alapúak, sőt az is megfigyelhető, hogy például egy marketingkampány során hangsúlyozott miliő elemek beépülnek a helyiek identitásába. (Pritchard A.-Morgan N., 2001, idézi Michalkó G., 2005)

A miliő mind a keresleti, mind a kínálati oldalhoz köthető, hiszen a turistában fogalmazódik meg, de a desztináció kínálatán alapszik, általában mégis a kínálatához kapcsolják. Az infrastruktúra (alap, illetve idegenforgalmi egyaránt), a fogadóképesség, és – készség, vendégszeretet egyaránt meghatározza a miliő milyenségét, de fontos szerepe lehet ebben egy dominánssá váló környezeti elemnek is.

A társadalmi környezet az az elem, ami minden esetben jelentősen meghatározza a miliő kialakulását. Ennek tényezői lehetnek a demográfiai, gazdasági helyzet, életmód, értékrendszer, viselkedésforma, hiszen ezek akár önmagukban jelenthetnek vonzerőt. Bármelyik környezeti elem túlterjed, az rányomhatja a bélyegét az ide látogatók fejében kialakuló képre (például ha a politikai környezet instabil, és tüntetések, zavargások vannak, vagy a gazdasági környezet problémái miatt naponta változnak az árak).

Imázs és miliő

A két fogalom közötti különbség lényege abban rejlik, hogy míg a *miliő* kialakulása a területtel való személyes megismerkedés után alakul ki, addig az *imázs* kialakulhat az

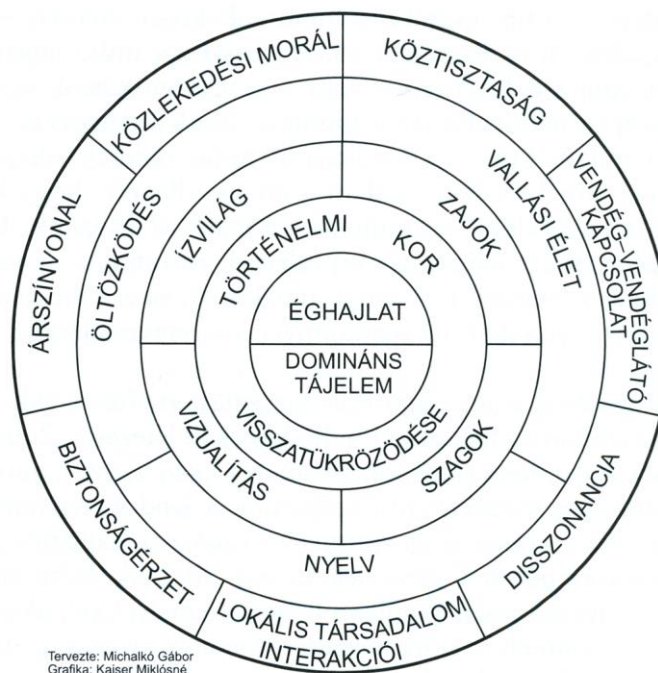
egyenben személyes benyomások nélkül is. Mindkettő tartalmaz objektív és szubjektív elemeket egyaránt, de a miliő a személyes tapasztalatok hatására sokkal árnyaltabb fogalom, és mindenképpen tartalmaz érzelmi elemeket, míg ez az imázsból hiányozhat.

Egy desztináció imázsa leginkább az utazási szokásokat, a miliő a turisztikai magatartást befolyásolja elsősorban. Az imázs a desztinációra vonatkozó hiedelmekből, elképzelésekből építkezik, melyeknek jelentős része származik a médiából és a relámokból.

A miliő idegenforgalmi kutatásánál a legfontosabb az azt befolyásoló összes elemet összegyűjteni, és kategorizálni, hiszen ezek hatnak a desztináció atmoszférájára, ezáltal a turisztikai magatartásra.

A miliő „tartalmazza mindazon kínálati elemeket, amely a hely rutinszerű „fogyasztása” során kézzelfogható tárgyi valóságnál absztraktabbak” (Michalkó G., 2005, 130. o.)

Michalkó Gábor ezen elemek átláthatóbbá tételére hozta létre a turisztikai miliő kaleidoszkópikus felépítése c. ábrát.



A turisztikai miliő kaleidoszkópikus felépítése
(Forrás: Michalkó G., 2005, 129.o)

Mint látható, az ábrában olyan elemek vannak, melyeket a látogató észlel, de megfoghatatlanságuk miatt nem külön választva érzékeli őket, hanem egy összbenyomás formájában. Egy desztinációról akkor nem alakul ki semmilyen miliő az oda látogató fejében, ha túl rövid ideig tartózkodott ott, vagy maga a terület túl jellegtelen. (Michalkó G., 2005)

1.8 A turizmus legfőbb gazdasági hatásai

Multiplikátor hatás

A multiplikátor hatás azt jelenti, hogy a szűk értelemben vett turisztikai bevételeken kívül a céldesztinációban egyéb pénzmozgásokat is generál a turizmus megjelenése, vagyis hatása tovagyűrűzik a többi ágazatba is. Ennek mértéke országonként és desztinációnként eltér.

A jövedelmi multiplikátor egy arányszám, mely megmutatja, hogy egységnyi turisztikai költség a gazdaság egészében mekkora többletjövedelmet generál. A gyakorlatban ez úgy jelenik meg, hogy a turisták helyi vásárlásaikkal, az idegenforgalmi adó befizetésével bevételt biztosítanak a helyi lakosoknak, és az önkormányzatnak, illetve a turisztikai létesítmények üzemeltetése is adóbevételt jelent a központi költségvetés számára. Ezek a bevételek később további vásárlások, megtakarítások, beruházások, illetve import formájában gyűrűznek tovább a többi szektorba, ahol újabb bevételként fognak megjelenni és kiadásokat fognak generálni. (Mundruczó Gy. – Graham S., 1996)

A jövedelmi multiplikátornál megkülönböztetünk többféle költsést: a közvetlen költség a turisztikai szolgáltatókhoz befolyó szolgáltatási díjakat jelenti, a közvetett költség alatt az előbb említett szolgáltatók által kifizetett béreket, és az egyéb - a szolgáltatásnyújtással összefüggésben felmerült – kiadásokat értjük. Ezeken kívül megkülönböztetjük még az indukált költsést, amely a gazdaság egészében kimutatható bér- és jövedelememelkedést, illetve a megnövekedett gazdasági aktivitást foglalja magába. (GKI Gazdaságkutató Rt, 1999)

A leakage (kiszivárgás) alatt azt a folyamatot értjük, amikor a körforgásba kevesebb pénz kerül vissza. Ennek oka lehet a jövedelmek megadóztatása (ezek a központi költségvetésben csak a következő évben realizálódnak), az importért cserébe külföldre kifizetett összegek, illetve a megtakarítások, amik a jelenlegi fogyasztásról való lemondás formájában jelennek meg. Ha a szolgáltató egységek külföldi tulajdonban vannak, akkor ide tartozik az a folyamat is, amikor az országban képződött bevétel valójában a külföldi tulajdonosnak jelent jövedelmet, és ott generál költség. (Mundruczó Gy. – Graham S., 1996)

Az eddig tárgyalt jövedelmi multiplikátoron kívül még többféle multiplikátor hatása ismert a turizmusnak. A termelési (output) multiplikátor az egységnyi turisztikai költséghez viszonyítva mutatja a gazdaság termelési szintjének változását. Ha csak az eladásra, fogyasztásra került termékek mennyiségének változására koncentrálunk a költség egy egység-

gére vetítve, akkor azt fogyasztási / értékesítési multiplikátornak nevezzük. A foglalkoztatásra gyakorolt hatást a foglalkoztatási, az állami bevételek változását az egységnyi pótlólagos turisztikai fogyasztás hatására a költségvetési (government revenue) multiplikátor mutatja. (GKI Gazdaságkutató Rt, 1999)

A multiplikátorok értelmezésénél és meghatározásánál fontos szem előtt tartani, hogy a kiszámításukhoz használt adatok másodlagos forrásból származnak, vagy feltételezéseken alapulnak, így pontosságuk és megbízhatóságuk fenntartással kezelendő. Ezen kívül azt is tudni kell, hogy a gazdasági illetve a környezeti változások hatására folyamatosan formálódik az előző időszak alapján meghatározott multiplikátor érték, így ezt folyamatosan aktualizálni kell. (Puczkó L. - Rátz T., 2002)

Foglalkoztatás a turisztikai szektorban

A turizmus legjelentősebb gazdasági és társadalmi hatásának egyértelműen a munkahelyteremtést tartják. A munkahelyek számának növelése hozzájárul a munkanélküliség csökkentéséhez, így komplexen nézve az is kiemелendő, hogy az államnak megtakarítást jelent, mivel ennek hatására kevesebb munkanélküli segélyt kell fizetnie. (Michalkó G., 2007)

A foglalkoztatás mértékének pontos meghatározása nehézkes, hiszen el kell dönteni, hogy melyek azok a munkakörök, melyek a turisztikai munkahelyek közé sorolhatók. Ha ennek meghatározása megtörtént, akkor a következő probléma a turizmusban jelentős fekete foglalkoztatás, aminek eredményeképpen jelentős eltérés lehet a valóban foglalkoztatottak és a statisztikákban megjelenő adatok között. A helyzet ismeretéhez továbbá vizsgálni kell, hogy milyen költségvonzata van egy új turisztikai munkahely létrehozásának, ehhez milyen ismeretek szükségesek, milyen tovaryűrűző hatások jelennek meg várhatóan, illetve földrajzilag és időben milyen határok között vizsgálandók a létrejövő munkahelyek.

Általánosságban megállapíthatjuk, hogy a turizmus munkaerő-igényes iparág, így munkahely teremő képessége jelentős. A munkaerő igény intenzitása a személyes kapcsolatra alapozott szolgáltatásokból, ezek színvonalának emelkedéséből, illetve új munkakörök (például animátorok, ökotúra vezetők) megjelenéséből fakad. Ezzel ellentétes tendencia, hogy a technikai fejlesztések bizonyos munkakörökben az alkalmazottak létszámának csökkenéséhez vezethetnek, azonban ezek még csak most kezdenek elterjedni, illetve sok olyan munkakör van, aminek jellegéből fakadóan nem csökkenthető az ott dolgozók száma (például a londínerek, idegenvezetők, pincérek esetében).

A szektor alap tulajdonságaiból ered a foglalkoztatottságot is érintő szezonális, illetve jellemző, hogy a munkahelyek többsége alacsony képzettséget igényel, alacsony fizetéssel. A turizmus leginkább nőknek jelent elhelyezkedési lehetőséget: néhány munkakör esetében a foglalkoztatottak körülbelül 70%-a nő. Tipikus női munkakörök például az idegenvezetés, a hostessek, míg jellemzően férfiakat alkalmaznak felszolgálónak, portásnak vagy sofőrnek. A fejlett országokban az esélyegyenlőségre való törekvés miatt már elmosódni látszik a határ a tipikusan női, férfi munkakörök között, de a fejlődő, fejletlen területeken ez még mindig megfigyelhető.

Egy átlagos szálloda esetében az alkalmazottak 64%-a betanított munkaerő, 22%-a szakmunkás, 8%-a közép- és 6%-a felsővezető. Végzettségüket tekintve a turisztikai munkavállalók 1-3%-a rendelkezik egyetemi diplomával, és 4-5%-uk főiskolai vagy egyéb felsőoktatási végzettséggel. A szálláshelyek esetében az alkalmazottak 64%-a középfokú végzettségű, 31%-uk pedig szakképzetlen, míg az egyéb szolgáltatások esetében ez a két arány 85% és 7%.

A fejlődő országokban jellemző tendencia, hogy a turizmus megjelenését és munkaerő igényét nem tudja követni az oktatás politika, így a szaktudást igénylő munkakörökhöz (például séfek, vagy szállodaigazgatók) külföldieket alkalmaznak. Ezt nevezzük munkaerő importnak.

A szakértelmet nem igénylő munkakörökben az alacsony fizetéseket részben a gyors betaníthatóság (pótolhatóság) indokolja, részben hogy nem alakult ki erős érdekvédelmi szervezet, amely szervezeten felléphetne a bérszínvonalak növelésének érdekében.

A szezonális kivétel a szakképzetlenek magas aránya, illetve az alacsony fizetések magyarázzák a turizmusban kiemelkedően magas fluktuációt. A szezonálisra a munkaadók úgy reagálnak, hogy a szakképzetlen munkaerővel nem kötnek hosszú távú szerződést, csak egy időre alkalmazzák őket, ezzel adott esetben migrációt okozhatnak a települések között (ezt nevezik munkaerő elszívó hatásnak). A fejlett országokban jellemző még a részidős foglalkoztatás elterjedése, amit a szállodák elsősorban az állandó költségek változóvá tétele miatt részesítenek előnyben, másrészt a 24 órás ügyeletet megkövetelő munkakörök így rugalmasan megoldhatók. Ez a megoldás a munkavállalók számára is sokszor elfogadhatóbb, mivel így másodállásban vagy gyereknevelés mellett is tudnak dolgozni.

A foglalkoztatási multiplikátornak is több fajtája különböztethető meg. A direkt foglalkoztatási multiplikátor azokat a munkahelyeket veszi figyelembe, amik direkt a turisták által elköltött összegek révén jönnek létre (például szálláshelyek esetében), míg indirekt

foglalkoztatási hatásnak nevezzük azokat, amik még a turisztikai szektorban jönnek létre (az elsődleges turisztikai munkahelyek közé sorolhatók), de nem közvetlenül a turisták költségeihez kapcsolódnak (például szakmai szervezetek). Az indukált foglalkoztatási multiplikátor azokat a munkahelyeket jelöli, amik a turizmusban foglalkoztatottak költségeinek hatására jönnek létre a szektoron kívül.

A foglalkoztatási multiplikátor értéke jóval kisebb, mint például a jövedelmi multiplikátoré, ebből is látszik, hogy egy munkahely megteremtéséhez jóval nagyobb turisztikai bevétel szükséges, mint amennyi a jövedelmek egy egységgel való növeléséhez. (Formádi K., 2009; Puczkó L. - Rátz T., 2002)

2. Melléklet

A kérdőív 6. kérdésére adott válaszok összefoglaló táblázata

A turizmus hatása a helyiek életére a kérdőíves megkérdezésre adott válaszok tükrében (%)			
	Az összes megkérdezett esetében	Turisztikailag frekventált helyen lakók esetében	Turisztikai munkatapasztalattal rendelkezők esetében
Több a pozitív hatása	52,06	68,75	55,00
Több a negatív hatása	1,55	0	0
Nincs hatással	4,12	1,52	1,52
Szerintem ez sok tényezőtől függ, nem lehet általánosságban megválaszolni	41,24	29,16	43,94
Nincs véleményem	0,52	0	0
Egyéb	0,52	0	0

(Forrás: a saját kutatás eredményei alapján saját szerkesztés)

3. Melléklet

A kérdőív 7. kérdésére adott válaszok összefoglaló táblázata

7. kérdés: A turizmus személyesen érzékelt hatása a kérdőíves megkérdezésre adott válaszok tükrében (%)			
	Az összes megkérdezett esetében	Turisztikailag frekventált helyen lakók esetében	Turisztikai munkatapasztalattal rendelkezők esetében
Nincs kapcsolat a turistákkal, így semmilyen hatást nem érzékelek	40,72	27,08	13,64
Negatív hatással	2,58	4,17	1,52
Pozitív hatással	51,03	64,58	80,30
Egyéb	5,67	4,17	4,55

(Forrás: a saját kutatás eredményei alapján saját szerkesztés)

4.Melléklet
A kérdőív 7. kérdésére adott válaszok összefoglaló táblázata

8. kérdés: A turizmussal összefüggésben megjelenő pozitív hatások említésének gyakorisága az összes válaszadóhoz, illetve a részmintákhoz viszonyítva (%)																
	munkalehetőséget biztosít	több fogyasztás - bevétel a helyieknek	adóbevétel, GDP növekedés	közbiztonság, tisztaság javulása	nagyobb élet a területen	tolerancia fejlődése	több és/vagy minőségibb szolgáltatás	imázs javulása, a terület ismert lesz, büszkeség a helyiekben	nyelvtanulás ösztönzése	kultúrák találkozása; kapcsolatok kialakulása	több beruházás, fejlesztés	felértékelődnek az ingatlanok	helyi értékek megőrzése	több, változatosabb program	infrastruktúra fejlesztése	a környezet szépítése, felújítások
összes válaszadó	23,2	45,4	10,3	7,2	4,6	5,7	7,2	14,4	9,3	18,6	9,3	3,1	1,5	11,9	20,1	27,3
turisták által gyakran látogatott helyeken lakók	21,3	50,4	10,6	8,5	5,8	4,3	8,8	13,9	7,8	17,0	10,6	2,1	2,3	12,9	23,5	29,8
turisztikai munkatapasztalattal rendelkezők	27,3	47,0	16,7	10,6	6,1	4,5	12,1	13,6	4,5	16,7	21,2	4,5	3,0	13,6	34,8	27,3

(Forrás: a saját kutatás eredményei alapján saját szerkesztés)

5.Melléklet
A kérdőív 9. kérdésére adott válaszok összefoglaló táblázata

9. kérdés: A turizmussal összefüggésben megjelenő negatív hatások említésének gyakorisága az összes válaszadóhoz, illetve a részmintákhoz viszonyítva (%)										
	bűncselekmények	kultúra tucatosodása	zsúfoltság, dugó	turisták viselkedése	csak szezonális munka	szemét	környezet terhelés, károsítás	zajos környezet	nyomasztó a helyieknek	árszínvonal emelkedés
összes válaszadó	11,9	4,6	41,8	13,4	2,1	24,7	16,0	32,0	9,3	19,6
turisták által gyakran látogatott helyen lakók	13	8,5	45	13	2	19	19	19	13	21
turisztikai munkatapasztalattal rendelkezők	15	6	47	12	3	26	24	30	12	19

(Forrás: a saját kutatás eredményei alapján saját szerkesztés)

6. Melléklet
Kérdőív a dolgozathoz

Tisztelt Válaszadók!

Nyíró Dóra vagyok, 4. évfolyamos főiskolai hallgató, és a TDK dolgozatomhoz készítek felmérést a turizmus társadalmi hatásaival kapcsolatban.

A kérdőív kitöltése anonim, és csupán pár percet vesz igénybe (6 lényegi kérdést tartalmaz), viszont meg szeretném kérni, hogy minden kérdésre válaszoljon!

Ha bármilyen probléma/kérdés merül fel a kérdőív kitöltésével kapcsolatban, az alábbi e-mail címen elérhetnek:

dorci@gmail.com

Köszönöm, hogy a kérdőívem kitöltésével segítik a munkámat!

1. Az Ön neme?

- férfi
- nő

2. Az Ön életkora?

- 18 év alatt
- 18-23 év
- 24-35 év
- 36-50 év
- 50-65 év
- 65 év felett

3. Az Ön lakóhelye:

- Budapest turisták által alig látogatott része
- Budapest turisták által gyakran látogatott része (budapesti várnegyed, Hősök tere...)
- Vidéken turisták által gyakran látogatott részen (Balaton, Tokaj, Hollókő, Hévíz...)
- Vidéken, turisták által alig látogatott részen

4. Rendelkezik a turizmussal kapcsolatos releváns (min. 1 hónapos) munkatapasztalattal? (Idegenvezető, szállodai dolgozó, utazási irodai munkakör stb.)

- Igen
- Nem

5. Mi a legmagasabb iskolai végzettsége, vagy folyamatban lévő tanulmánya?

- Általános iskola
- Gimnázium
- szakközép, szakképzés
- BA/ BSC Diploma (régii képzésben főiskola)
- Az előzőnél magasabb fokú végzettség (mesterképzés, doktori...)

6. Az Ön véleménye szerint milyen hatással van a turizmus a helyi lakosság életére?

- Több a pozitív hatás
- Több a negatív hatás
- Ez sok tényezőtől függ, nem lehet általánosságban megválaszolni.
- Nincs véleményem

7. Az Ön életére milyen hatással van a turizmus?

- Nincs kapcsolatom a turistákkal, így semmilyen hatást nem érzékelek.
- Negatív hatással
- Pozitív hatással
- Egyéb:

8. Kérem, soroljon fel olyan turizmussal összefüggésben megjelenő hatásokat, melyek Ön szerint pozitívan hatnak az ott élőkre (nem csak azokra, akik a turizmusban dolgoznak):

9. Kérem, soroljon fel olyan turizmussal összefüggésben megjelenő hatásokat, melyek Ön szerint negatívan hatnak az ott élőkre (nem csak azokra, akik a turizmusban dolgoznak):

10. Ön szerint mit lehetne tenni annak érdekében, hogy ezek a negatív hatások csökkenjenek?

11. Ön szerint vannak olyan népcsoportok, aki különösen zavaróan viselkednek turistaként? Ha igen, akkor kérem, nevezze meg őket, és indokolja véleményét.

MELLÉKLETEK LISTÁJA

1. számú melléklet: A turizmus elméleti hátterének áttekintése

A turizmus, mint rendszer

A turizmus típusai

Új trendek a turizmusban

Teherbíró képesség a turizmusban

A turisták csoportosítása

Egy turisztikai desztináció evolúciós görbéje

A turisztikai miliő

A turizmus legfőbb gazdasági hatásai

Multiplikátor hatás

Foglalkoztatás a turisztikai szektorban

2. számú melléklet: A kérdőív 6. kérdésére adott válaszok összefoglaló táblázata
3. számú melléklet: A kérdőív 7. kérdésére adott válaszok összefoglaló táblázata
4. számú melléklet: A kérdőív 7. kérdésére adott válaszok összefoglaló táblázata
5. számú melléklet: A kérdőív 9. kérdésére adott válaszok összefoglaló táblázata
6. számú melléklet: Kérdőív a dolgozathoz