

Pannon Egyetem Turizmus Tanszék

Aquaprofit Zrt.



Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia

Készítették:

Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék
Konzorcium-vezető

Aquaprofit Zrt.
Konzorciumi partner

**Készült az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium
Turisztikai Szakállamtitkárságának megbízásából**

Veszprém - Budapest

2008. április 25.

Az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai
Szakállamtitkárságának megbízásából

az Országos ökoturisztikai stratégia

elkészítésében részt vettek:

Pannon Egyetem, Turizmus Tanszék (8-12. fejezet)

Vezető tervező: Pénzes Erzsébet

Tervező szakértők: Dr. Alan Clarke
Formádi Katalin
Dr. Jancsik András
Madarász Eszter
Mayer Péter
Priszinger Krisztina
Dr. Raffay Ágnes

Külső szakértők: Baráz Csaba
Kelemen Zoltán
Kevy Albert
Dr. Kopek Annamária
Pantali Bence

Aquaprofit Zrt. (1-7. fejezet)

Tervező szakértők: Berencsi Beáta
Grubics Míra
Károly Anett
Lingauer János

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék.....	3
Vezetői összefoglaló	7
Módszertan	9
1 Bevezetés	11
2 Az ökoturizmus fogalma, fogalomrendszere	12
2.1 Az ökoturizmus főbb jellemzői, feltételei.....	14
2.2 Az ökoturizmus gazdasági-társadalmi környezete.....	16
2.3 Az ökoturizmus környezeti hatásai.....	19
2.4 Rövid történelmi visszatekintés.....	20
3 Az ökoturizmus keresletének elemzése.....	22
3.1 Nemzetközi kereslet	22
3.1.1 Ökoturisták igényei.....	23
3.1.2 Motiváció, fontos tényezők.....	23
3.2 Hazai kereslet.....	23
3.2.1 Belföldi turizmus számokban	23
3.2.2 A hazai lakosság utazási szokásai	24
3.2.3 Ökoturizmus kereslet jellemzői Magyarországon	24
4 Az ökoturizmus kínálata.....	31
4.1 Látogatóközpontok.....	33
4.2 Bemutatóhelyek	33
4.3 Tanösvények, túraútvonalak.....	34
4.4 Kilátók, megfigyelők	34
4.5 Kerékpáros-és lovas túra-útvonalak, szolgáltatások.....	34
4.6 Túra vezetés	35
4.7 Szervezett programok.....	35
4.8 Erdei iskola.....	36
4.9 Szálláshelyek.....	36
4.10 Kereskedelem.....	36
4.11 Eszközpark.....	37
4.12 Információs szolgáltatás, tájékoztatás és kommunikáció	37
4.13 Szakemberháttér	37
4.14 Monitoring	38
4.15 Fejlesztendő területek.....	38
5 Hazai turizmus rendszere.....	40

5.1	Turisztikai trendek itthon és a nagyvilágban – az ökoturizmus fejlesztésének létjogosultsága	43
6	ÚMFT kapcsolódási pontok.....	46
6.1	Pályázati források.....	47
6.2	Megvalósult beruházások tapasztalatai.....	47
7	SWOT analízis	55
8	Jövőkép.....	57
9	Az ökoturizmus stratégia célrendszere.....	58
9.1	Ökológiai célok.....	58
9.2	Szocio-kulturális célok.....	58
9.3	Gazdasági célok	59
9.4	Turisztikai célok	59
9.5	Horizontális célok	60
9.6	Szegmensek.....	61
9.6.1	Alkalmi zöldturista.....	61
9.6.2	Aktív zöldturista („outdoor” turista)	62
9.6.3	Az Ökoturista.....	64
9.6.4	Elkötelezett ökoturista.....	65
9.7	Demográfiai szegmensek kor és család szerint.....	65
9.7.1	Diákok.....	65
9.7.2	Fiatalkeresők gyermek nélkül.....	66
9.7.3	Családok gyermekkel.....	66
9.7.4	Középkorúak és idősebbek gyermek nélkül	66
9.8	Geográfiai szegmensek.....	66
9.8.1	Belföldi.....	66
9.8.2	Külföldi.....	67
10	Prioritások	68
10.1	I.Prioritás: Turisztikai infrastruktúra fejlesztése	70
	I.Prioritás/1.Intézkedés: Látogatóközpontok létrehozása, illetve a meglévők továbbfejlesztése a célcsoportok sajátos igényei szerint.....	70
	I.Prioritás/2.Intézkedés: Aktív, természetjáró infrastruktúra fejlesztése	72
	I.Prioritás/3.Intézkedés: A természet-megfigyelés létesítményeinek fejlesztése.....	74
	I.Prioritás/4.Intézkedés: Speciális ökoszálláshelyek (ecolodge) fejlesztése	75
	I.Prioritás/5.Intézkedés: Falusi és egyéb vidéki szálláshelyek ökoturisztikai igényeknek megfelelő fejlesztése.....	77
	I.Prioritás/6.Intézkedés: Vendéglátóhelyek környezet- és egészségtudatos szempontok szerinti fejlesztése	78

10.2	II.Prioritás: Kínálatfejlesztés.....	79
	II.Prioritás/1.Intézkedés: Alkalmi zöldszturistákat célzó kínálatfejlesztés, életciklus-csoportok szerint differenciálva	80
	II.Prioritás/2.Intézkedés: Az aktív kínálat fejlesztése, életciklus-csoportok szerint differenciálva.....	82
	II.Prioritás/3.Intézkedés: Ökoturisztikai kínálat fejlesztése, életciklus-csoportok szerint differenciálva.....	84
	II.Prioritás/4.Intézkedés: Tematikus utak kialakítása országos és területi szinten.....	86
10.3	Humán fejlesztés	88
	III.Prioritás/1.Intézkedés: Az oktatás és a természetvédelem hatékonyabb összekapcsolása 89	
	III.Prioritás/2.Intézkedés: Helyi közösségek bevonása, tájékoztatása, képzése, szemléletformálása/humán fejlesztés.....	90
	III.Prioritás/3.Intézkedés: Az ökoturizmus területén dolgozók turisztikai és természetvédelmi képzése.....	92
10.4	IV.Prioritás: Kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztése.....	94
	IV.Prioritás/1.Intézkedés: Környezetbarát- és tömegközlekedési módok használatának elősegítése.....	95
	IV.Prioritás/2.Intézkedés: Hagyományos és helyi termékek előállításának támogatása.....	96
	IV.Prioritás/3.Intézkedés: Hagyományos helyi termékek arculatformáló termékként (márkatermékként) való terjesztése	98
10.5	Marketing, értékesítés	101
	V.Prioritás/1.Intézkedés: A kínálat tematikus hangsúlyaira épülő arculatépítés.....	101
	V.Prioritás/2.Intézkedés: Komplex szolgáltatás-csomagok kialakítása a különböző célcsoportoknak.....	104
	V.Prioritás/3.Intézkedés: Célpiaconként differenciált kommunikációs tevékenység kialakítása.....	107
	V.Prioritás/4.Intézkedés: A közönségkapcsolatok fejlesztése (sajtócikkek, tévéműsorok, könyvek stb.).....	112
	V.Prioritás/5.Intézkedés: A helyi kínálati elemek (csomagok, egyedi szolgáltatások) piacra jutásának megszervezése	114
10.6	VI.Prioritás: Látogatói menedzsment, interpretáció, élményelemek fejlesztése	116
	VI.Prioritás/1.Intézkedés: Interpretációs eszközök és technikák céltudatos fejlesztése	117
	VI.Prioritás/2.Intézkedés: A korszerű informatikai és kommunikációs eszközökre épülő tájékoztató rendszerek fejlesztése	120
	VI.Prioritás/3.Intézkedés: Helyi sajátosságokhoz, arculathoz igazodó rendezvény-kínálat fejlesztése.....	122
	VI.Prioritás/4.Intézkedés: Látogatói információs hálózat kialakítása	125
	VI.Prioritás/5.Intézkedés: Irányelvek, etikai kódexek kialakítása, terjesztése.....	126
10.7	VII.Prioritás: Szervezeti háttér és térségi menedzsment fejlesztése	128

VII.Prioritás/1.Intézkedés: A helyi kapcsolatháló kialakítása, részvétel a TDM szervezetek munkájában	129
VII.Prioritás/2.Intézkedés: Az öko-szemléletű minőségbiztosítás rendszerének kiépítése (esetleg öko-védjegy bevezetése).....	132
VII.Prioritás/3.Intézkedés: Monitoring rendszer kiépítése	133
VII.Prioritás/4.Intézkedés: Az erdőgazdaságok és a természetvédelem tevékenységének összehangolása az ökoturizmus érdekében	135
11 Területi hangsúlyok.....	137
11.1 A termékfejlesztés területi hangsúlyai	137
11.2 Az arculatformálás területi hangsúlyai.....	139
12 Az ökoturizmus tervezése.....	143
12.1 A küldetés és a tervezés céljainak meghatározása.....	145
12.2 Helyzetelemzés	145
12.3 A kínálat és a kereslet elemeinek összekapcsolása.....	148
12.4 Fejlesztési célok meghatározása	148
12.5 Termékfejlesztés, tematizálás, csomagok.....	149
12.6 Marketingterv készítése	149
12.7 Megvalósítási terv, akcióterv készítése.....	149
12.8 Fejlesztések megvalósítása	150
12.9 Ellenőrzés és visszacsatolás (monitoring).....	150
Források.....	151
Mellékletek.....	153
1.sz. melléklet - A Felelős ökoturista etikai kódexe	153
2. sz. melléklet –Regionális Operatív Programok 2007/2008-as pályázatai.....	154
3. sz. melléklet - Esettanulmányok.....	161
1. A Természet és a gyógynövények falva, az ausztriai Irschen	161
2. Kurtakko – a közösségi alapú falu mintája (Finnország)	163
3. Dartmoor Nemzeti Park (Anglia).....	167
Összefoglalás.....	170

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

A Kormány által az 1100/2005 (X.7) Kormányhatározattal jóváhagyott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia a 2006-2013. közötti időszakra vonatkozóan meghatározza a szektor fejlesztésének céljait, a megvalósítás feladatait, eszközrendszerét. Az NTS a nemzeti szinten kiemelt turisztikai termékek közé sorolja a kulturális és természeti értékeken alapuló örökségturizmust, ennek megfelelően szükség volt egy országos ökoturizmus stratégia kidolgozására. Annak érdekében, hogy az ökoturizmus fejlesztése a jövőben a természetvédelem és a turizmus szempontjainak kiegyensúlyozott érvényesítésével, környezeti, gazdasági és társadalmi hatásaiban fenntartható módon valósuljon meg, jelen stratégia tartalmazza a helyzetelemzésre alapozott, elérendő konkrét célokat, feladatokat és eszközöket.

A stratégia céljai és feladatai a megbízók kérése alapján az alábbiakban foglalható össze:

- A stratégia határozza meg az ökoturizmus fogalmát, és kapcsolódási pontjait más turisztikai szegmensekhez
- A helyzetértékelés az elérhető legaktuálisabb adatokon alapulva történjen, a kínálati igények mellett a keresleti igények vizsgálatán alapuljon, legyenek benne a Zöld turizmus évének tapasztalatai
- Határozza meg a 2015-ig terjedő időszakra vonatkozóan az elérendő célokat, feladatokat és a megvalósítás eszközeit.
- A stratégia legyen fókuszált, határozzon meg egyértelmű a természetvédelmi és turizmusfejlesztési célokat szolgáló prioritásokat, jelölje ki a fontosabb szinergikus hatásokat, a fejlesztések korlátait.
- Határozza meg az ökoturizmus fejlesztésének területileg differenciált irányait, megoldásait.
- Nemzetközi és hazai legjobb gyakorlat figyelembe vételével tegyen javaslatot a természeti értékek turisztikai hasznosítására
- A célkitűzések legyenek összehangolva az NTS-sel, a regionális turizmusfejlesztési stratégiákkal, az ÚMFT ROP-jainak ökoturizmussal kapcsolatos részeivel
- A stratégia újszerűsége: az NTS-hez illeszkedve tartalmazzon horizontális elveket (életminőség, fenntarthatóság, felelősségteljes turista, vállalkozásokkal szembeni elvárások)
- Adjon ajánlásokat a felelős turista viselkedési normáira.

Ezen túlmenően a tervezési folyamatot is bemutatja, valamint megvalósult fejlesztések bemutatásával segíti elő a stratégia gyakorlati alkalmazását.

A stratégia a helyzetelemzéssel, azon belül az ökoturizmus fogalom-meghatározásával indul, és nem csak a különböző definíciókat elemzi, hanem a különböző ismérveket, jellemzőket is leírja.

A helyzetelemzés megállapítja azt, hogy a nemzetközi trendek azt mutatják, hogy az ökoturizmus, a természeti értékek, és a természetben végezhető tevékenységek, valamint a természeti megismerés iránti vágy folyamatosan növekszik, ugyanakkor a hazai lakosság nem ismeri az itthoni ökoturisztikai lehetőségeket, amely a nem megfelelő kommunikációnak köszönhető.

A kínálat jelenlegi helyzetének felmérése során megállapításra került, hogy az ökoturizmus infrastruktúrája megfelelően kiépült, a természeti attrakciók köre nagyon széles és színes, ám a látogatóbarát, kereslet ismeretében megtervezett, élményszolgáltatásokkal hatékonyra tett termékek még nem elterjedtek. A kínálati oldalt a nemzetipark-igazgatóságok, a natúrparkok, civil szervezetek és az önkormányzatok képviselik, ők működtetik az ökoturizmus fő hazai bázisait: a látogatóközpontokat, bemutatóhelyeket, erdei iskolákat, tanösvényeket és a természet megismerését szolgáló egyéb létesítményeket. A nemzetipark-igazgatóságok hangsúlyossága, sőt

túlsúlya érezhető a helyzetelemzésből, ez annak ellenére is a jelenlegi helyzetet tükrözi, hogy egyre több a lelkes és szakmailag nagyon felkészült civil szervezet, amelyek az ökoturizmus szinte minden tevékenységi területén eredményesen működnek.

A stratégia meghatározza az ökoturizmus célrendszerét. Az elérendő célokat és azok leírását az alábbiak szerint csoportosítja:

- Ökológiai célok
- Szocio-kulturális célok
- Gazdasági célok
- Turisztikai célok

Az ökoturizmus célcsoportjai, az ökoturisztikai szolgáltatásokat, termékeket igénybe vevők csoportja tevékenység szerint 4 csoportba sorolhatók:

- *Alkalmi zöldturisták:* nem tartozik elsődleges motivációik közé a természeti környezethez kapcsolódó turisztikai termékek igénybevétele, de utazása során útba ejti a látványosságot kínáló látogatóközpontot, bemutatóhelyet, tanösvényeket. Az ökoturizmus hazai keresletében ez a szegmens a legnagyobb arányú. Az élményorientált szolgáltatások révén az ökoturizmus szemléletformáló, örökségtudatosító funkciójának érvényesülése fontos lenne, sikeres fejlesztés esetén ezen szegmens egy részéből igazi ökoturisták válhatnak.
- *Aktív zöldturisták:* Elsődleges céljuk a természetben űzhető aktív tevékenységek végzése, akik a rekreációs tevékenységeik során természeti ismereteket is szerezhetnek.
- *Ökoturisták:* Az ökoturizmus definíciójának megfelelő, környezettudatos, autentikus értékeket kereső, felelősségteljes turista, utazásuk során úgy választják meg az igénybe veendő szolgáltatásokat, hogy a negatív hatásokat minimalizálják, a pozitív hatásokat növelik.
- *Elkötelezett ökoturisták:* A természet megismerése, az ökológiai szempontú életvitel a mindennapjaik része, utazásai során is aktívan hozzájárulnak a természeti és kulturális értékek megőrzéséhez.
- A stratégia továbbiakban az egyes demográfiai szegmensek jellemzőinek leírását is tartalmazza, és a továbbiakban a szegmensek eltérő igényeit is figyelembe veszi.

A **fejlesztési prioritások** és a hozzájuk tartozó **intézkedések** egységes, összefüggő rendszerbe foglalva jelenítik meg a stratégia megvalósításához szükséges legfontosabb teendőket. A stratégiában vázolt hatások bekövetkezése csak akkor várható el, ha az intézkedések közötti belső összefüggéseket figyelembe vevő, komplex fejlesztésre kerül sor.

A stratégiai prioritásokat, illetve a hozzájuk tartozó intézkedéseket az alábbi tartalmi jellemzők által meghatározott rendszerbe foglaltuk:

- Az *I.Prioritás* az ökoturisztikai attrakciók – köztük leginkább a védett természeti területek – jobb „használhatóságát” elősegítő fizikai, azaz infrastrukturális fejlesztéseket tartalmazza. Ezek nemcsak az ökoturisztikai helyszínek jobb megközelíthetőségét segítik elő, hanem fokozzák a látogatás élményszerűségét is.
- A *II.Prioritás* tartalmazza a meglévő vagy fejlesztések eredményeképpen javuló adottságok jobb kihasználását célzó programok, szolgáltatások fejlesztését. Ezek a turisztikai termék „puha” komponensének is tekinthetők, melyek révén kedvező körülmények közt akár fizikai fejlesztések nélkül is erősíthető a látogatás élményszerűsége.
- A *III.Prioritás* az ökoturizmus humán komponensére összpontosít, a tevékenység valamennyi kulcsszereplőjére – környezetvédők, turisztikai szakemberek, szolgáltatók, turisták – nézve megfogalmazva az indokolt fejlesztési irányokat. A humán fejlesztésben a szakmai felkészítés mellett kiemelt szerepet játszik a szemléletformálás is.

- A *IV.Prioritás* az ökoturizmusban kiegészítő, „beszállító” szerepet játszó tevékenységekkel foglalkozik, amelyek egyrészt a területek jobb elérését, másrészt a turisztikai kereslet mélyebb kiaknázását – és ezáltal nagyobb helyi jövedelem realizálását – teszik lehetővé.
- Az *V.Prioritás* az ökoturisztikai kínálat ismertségének növelését, az ismeretek hangsúlyainak alakítását, valamint a szolgáltatások értékesítésének fellendítését szolgáló marketing-tevékenységeket részletezi, a reálisan alkalmazható kommunikációs eszközök megnevezésével.
- A *VI.Prioritás* a területre érkező látogató-forgalom menedzsmentjével foglalkozik, kitérve az interpretációs technikák alkalmazására, valamint a hatékony helyi tájékoztatási és útbaigazítási rendszerek kialakítására.
- A *VII.Prioritás* foglalja magában a többi tárgyalt terület hatékony szervezéséhez és irányításához szükséges szervezeti rendszer kialakításával kapcsolatos teendőket, valamint az olyan, szervezeti alapon megvalósítandó tevékenységeket, mint a márkanév-használat vagy a monitoring-rendszer.

Az egyes prioritásokhoz tartozó intézkedéseket azonos szerkezetben mutatjuk be, a *célok – indoklás – feladatok – hatások – mutatók* tartalmi ismertetésével. A fejlesztési javaslatokban a megvalósítás hatékonysága érdekében keresleti (piaci és demográfiai) szegmensek szerinti csoportosítást tartalmaz minden olyan intézkedés, amely célcsoport-specifikus feladatokat igényel. Számos intézkedésben más-más konkrét feladatokat kell tenni a különböző fogyasztási szokások tükrében.

Az intézkedések kifejtése során felvázolt termékfejlesztési lehetőségek inkább általános példaként értelmezendők, semmint konkrétan és feltétlenül megvalósítandó tervekként. Ugyanakkor szükségesnek tartjuk, hogy javaslatot tegyünk a **fejlesztések területi hangsúlyaira**, vagyis azokra a lehetőségekre, amelyek az egyes területek adottságai (természeti adottságok, infrastruktúra és programkínálat) folytán kiemelt figyelmet érdemelnek, melyet külön fejezetben mutatunk be.

Az utolsó fejezetben találhatóak az ökoturizmus tervezési kérdései, ezzel a stratégia az ökoturizmus fejlesztésének tervszerűségét kívánja növelni, mert a helyzetelemzés során problémaként fogalmazódott meg a tervszerű fejlesztés hiánya.

A mellékletben a felelős turista etikai kódexe, az ÚMFT ROP-os pályázatainak ökoturizmust érintő, régiónkénti összefoglalója, és esettanulmányok találhatóak.

Módszertan

Másodlagos kutatás

A másodlagos kutatásunkhoz felhasználtuk a birtokunkban lévő, valamint az ÖTM Turisztikai Szakállamtitkársága és a KvVM által rendelkezésükre bocsátott turisztikai, gazdasági és marketing adatokat, információkat, az ökoturizmus országos koncepcióját.

Megvizsgáltuk a nemzeti park-igazgatóságok ökoturizmus fejlesztési terveit, marketing-terveit és egyéb programterveit (pl. Barátságos természetvédelem), a turisztikai régiók fejlesztési terveit és az NFT II. pályázatok kiírását.

A KSH legfrissebb hozzáférhető adatait, az MT Zrt. által készített felméréseket és külföldi kutatási eredményeket és teljesen friss hallgatói felméréseket is használtunk a keresletelemzéshez.

Elsődleges kutatás

A stratégia írásának kezdeti fázisában egy workshopot rendeztünk az érintett ökoturisztikai szereplők – civil szervezetek, nemzeti park-igazgatóságok, szakminisztériumok, önkormányzatok részvételével.

A stratégia elkészítésének részeként mélyinterjúkat bonyolítottunk le a nemzetipark-igazgatóságok, civil szervezetek ökoturizmussal foglalkozó képviselőivel, polgármesterekkel, a szolgáltatók – szálláshelyek, attrakciókat üzemeltetők – képviselőivel.

Konzultációk

A stratégiával kapcsolatos elképzeléseinket folyamatosan egyeztettük az érintettekkel és a szakminisztériumokkal.

Kérdőívek

A stratégia elkészítése során több kérdőíves felmérést is végeztünk. Az első kérdőív a helyzetelemzést segítette, önkormányzatokat, szálláshelyeket, nemzetipark-igazgatóságokat, civil szervezeteket és természetvédelmi őröket kérdeztünk meg. A második kérdőív a civil szervezetek és a nemzetipark-igazgatóságok felé irányult, számos nyílt kérdést tettünk fel a helyzetelemzés pontosítása és a fejlesztési irányok ismerete érdekében. A harmadik kérdőív egy webes felületen történt, és az arculatépítéshez, motivációkutatáshoz, területi differenciáláshoz használtuk fel, „zöld” beállítottságú turisták voltak a válaszadók.

A kérdőívek adatainak rögzítése, az adatfeldolgozás és elemzés SPSS szoftverrel, az internetes felület MS Excel programmal került feldolgozásra.

1 BEVEZETÉS

Ökoturizmus, szelíd turizmus, zöld turizmus, lágy turizmus, természeti turizmus... Már a megnevezése sokféle, hát még a definíciója és a tartalom meghatározása. Áldás vagy átok? Csodaszer vagy a természeti értékek tönkretétele? Egy hátrányos helyzetű kistérség polgármestere számára esetleg az utolsó lehetőség a kitörésre, a lelkes természetvédő civil aktivista szerint a természet ellen elkövetett gaztett. Hát akkor fejlesszük, vagy ne fejlesszük?!

Hol van az igazság? Mi is az ökoturizmus és hogyan működik?

A megfogalmazás sokféle lehet (van is számtalan), tény viszont, hogy mindenképpen ellentmondásos dolog a látogatóforgalom hatása és a védett (vagy nem védett) természeti, természetközeli állapotú terület értékeinek megóvása, kezelése, fenntartása. Szó sincs azonban kibékíthetetlen ellentétéről egy „jól csinált” ökoturizmus esetében, amely mindenképpen tudatosan tervezett, irányított és ellenőrzött kell, hogy legyen.

Hazánk területének közel 10 %-a áll természetvédelmi oltalom alatt, ám a különböző szintű védett természeti területek turisztikai jelentősége messze meghaladja ezt a számot, hiszen az ország turisztikai vonzerejének jelentős hányada a nemzeti parkok területén található.

A természeti szépségek önmagukban jelentős vonzerőt jelentenek, de megfelelő infrastruktúra nélkül még nem képeznek piacképes terméket. A vonzerők, turisztikai attrakciók szakszerű „hasznosítása” bizonyos esetekben kifejezetten a nemzeti park-igazgatóságok feladata, hiszen általuk biztosítható a maximális bemutatás – minimális károkozás alapkövetelmény betartása és betartatása.

A természeti értékekben gazdag – védett - területek ugyanakkor „elmaradott” vagy „hátrányos helyzetű” térségekkel esnek egybe, hiszen éppen a gazdasági hasznosítás szempontjából hátrányos helyzet (vízhiányos homokvidék, szikes terület, karsztos hegyoldalak, lápos-mocsaras vidék) következtében nem estek áldozatul az intenzív mezőgazdálkodásnak és őrződtek meg a természeti értékek. Nem szorul különösebb magyarázatra, hogy ezekben a hátrányos helyzetű térségekben az ökoturizmus, illetve annak fejlesztése meghatározó és alapvetően fontos tényezője a térségfejlesztésnek (főleg, de nem csak a turizmus által).

A természet- és egészségorientált utazások keresettségének növekedése, valamint a lakóhelyhez közeli úti célok választási gyakoriságának emelkedése különösen fontos Magyarországra nézve.

Az ökoturizmus fejlesztése különleges kihívást, egyben hatalmas lehetőségeket jelent a természeti értékek „kezelői” részére. A növekedésközpontú és haszonelvű gazdaságirányítás által elvárt növekedésnek azonban korlátai vannak. E korlátok különösen markánsan jelennek meg a természeti és kulturális vonzerőkre alapozott örökségturizmus esetében ahol a turizmus jövőjének a záloga a fenntartó módon történő hasznosítás.

A turizmus napjaink egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata, amely igen jelentős mértékben járul hozzá a nemzeti jövedelemhez. A természetvédelem hivatalos szerveinek is el kell fogadni, hogy a „turizmus – ipar” egyre specializálódóbb igényei mind nagyobb mértékben termelik ki a turisták azon csoportjait, amelyek a természeti területek felé veszik az irányt. A turizmus szakmának pedig feltétel nélkül el kell fogadnia a természetvédelmi érdekek elsődlegességét, mert ha tönkretesszük a természeti környezetet, akkor éppen az a vonzerő szűnik meg, amiért a jövő ökoturistáját a területre lehetne csábítani.

2 AZ ÖKOTURIZMUS FOGALMA, FOGALOMRENDSZERE

Magyarországon az ökoturizmus fejlesztése terén meghatározó szerepet betöltő állami természetvédelmi intézményrendszer az IUCN definícióját fogadta el és terjesztette. Úgy tűnik, hogy ez a megfogalmazás ment át leginkább a köztudatba ugyanis ezt igazolta vissza a fejlesztési stratégia során végzett kérdőíves felmérés is. Következésképpen a továbbiakban javasoljuk ennek használatát, illetve „hivatalos megerősítését”.

Az IUCN¹ Ökoturizmus Programjának megfogalmazása szerint **„az ökoturizmus a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából, úgy, hogy kíméli azokat a látogatás káros hatásainak mérséklésével, valamint a helyi népesség társadalmi, gazdasági előnyökhöz juttatásával”.**

Egy másik – jobban turizmus szemléletű - megfogalmazás is környezettudatos módon közelített a fogalom meghatározásához. Az 1996. évi NATUREXPO keretében a biológiai erőforrások fenntartható hasznosításáról szervezett nemzetközi konferencián elfogadott Budapesti Nyilatkozat – egyebek között – a következőket tartalmazza:

„Egy egészséges egyensúly megteremtése szükséges a természeti erőforrások hosszú távú felhasználásában, menedzsmentjében, fejlesztésében és megőrzésében, ami akkor válik lehetővé, ha a szakemberek a helyi közösségek és a döntéshozók együttműködnek a környezetvédelmi politika, a regionális tervezés, a vízgazdálkodás, a megőrzés, a vad-, a hal- és az erdőgazdálkodás, a mezőgazdaság és az ökoturizmus területén.”

A Konferencia Ökoturizmus szekciójának jelentése szerint: **„Az ökoturizmus egyaránt jelent egy gyűjtőfogalmat és egy szemléletet. Mint gyűjtőfogalom a turizmus olyan különböző formáit jelenti, amelyek a természeti biológiai erőforrások fenntartható használatán alapulnak, az adott ökoszisztéma teherbíró képességén belül...”**

„Az ökoturizmus egyúttal egy szemléletet is jelent, amely a turizmus valamennyi formájának fenntarthatóvá tételét célozza, hogy a turizmus járuljon hozzá az ökoszisztéma megőrzéséhez vagy helyreállításához, és ne járjon negatív hatásokkal a természeti erőforrásokra.”

A 97/2005 (XII.25.) OGY határozatban található (Országos Területfejlesztési Konceptió) definíció szerint az „Ökoturizmus: a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából, úgy, hogy kíméli azokat a látogatás hatásainak mérséklésével, valamint a helyi népességet társadalmi, gazdasági előnyökhöz juttatja. Komplex megoldási lehetőséget kínál a védett természeti területek kezelői számára a természetvédelmi értékek fenntartásával, a turizmus és a helyi erőforrások megújításával, a vendégforgalom ellenőrzött keretek között. Főbb jellemzői a kiscsoportos jelleg, a helyi társadalomnál jelentkező haszon. Az ökoturizmus gyűjtőfogalom alá sorolható turizmustípusok a falusi~, vízi és vízparti~, aktív~ egyes válfajai, valamint a természeti turizmus. Utóbbi a természeti környezetben található flóráról/faunáról, természetes és kultúrtájról szerezhető élmények összességét, informális tanulás lehetőségét a védett természeti és kulturális adottságok védelme mellett biztosító sajátos turisztikai programok köréként értelmezhető.”

A OGY határozat az ökoturisztikai infrastruktúrát is meghatározza: „a tágabb értelemben vett ökoturizmushoz mint turizmus típus-csoporthoz kapcsolódó, a turisztikai programok és

¹ IUCN: International Union for Conservation of Nature and Natural Resources – a világ hivatalos természetvédelmi szervezete, tagjai között kormányzati és nem kormányzati szervezetek is vannak, 1948-ban jött létre, hazánk 1975 óta tagja.

szolgáltatások igénybevételét lehetővé tévő vonalas és pontszerű infrastruktúra-rendszerek összessége, például kerékpárutak és kapcsolódó szolgáltatások, gyalogtúra útvonalak, pihenőhelyek és turistaházak, falusi turizmus szálláshelyei stb.”

Az egyik igen gyakran emlegetett definíciót az USA-beli Ecotourism Society fogalmazta meg, mely szerint „Felelősségteljes utazás természeti területre, mely védi a helyi természeti és kulturális értékeket, valamint hozzájárul a helyi lakosok életminőségének javításához és az értékek megőrzéséhez.”.

A KVVMM-ben készült „A természetvédelem, ökoturisztikai koncepciója” (2004.) c. tanulmány, mely az általánosan elfogadott IUCN definíció mellett tartalmaz egy bővebb fogalom-meghatározást is. „Ökoturizmus (természeti turizmus) a természetközeli területek, tájak, illetve élővilágának bemutatására irányuló különleges turizmus, amelynél a természetvédelem és a turizmus ötvözete folytán a látogatóknak a természetközeli állapotú területek legszebb, leglátványosabb részeit mutatják be, elsősorban látványként olyan módon, hogy valójában a kezelt területrészekre korlátozódjon a tartózkodásuk, biztosítva ezzel a természetközeli területek zavartalan fennmaradását. Az ökoturizmusból származó bevételek jelentős részét a természeti-természetközeli területek megőrzésére, fenntartására kell fordítani.”

Tekintettel arra, hogy a természetvédelem intézményrendszere kétségkívül a hazai ökoturizmus meghatározó tényezője – a tévhitek elterjedését kizárólag – ezt a megfogalmazást szükséges némi kritikai elemzésnek alávetni. Azon túlmenően, hogy a meghatározás túl hosszú és körülményes, egy tévedéssel indít, ugyanis az ökoturizmusnak nem szinonimája a természeti turizmus (ez utóbbi egy tágabb fogalom). Fő hiányossága, hogy nem említi sem a kulturális értékeket, sem a helyi közösséget. Az pedig, hogy a bevételeket mire „kell fordítani”, nem definíció, hanem gazdasági döntés. Fentiek okán nem javasolható e fogalom-meghatározás elfogadása és elterjesztése.

Egyes szerzők az ökoturizmus vonatkozásában egy olyan „fogalmi zűrzavart” emlegetnek, ami gátolja az ökoturizmusnak a „klasszikus” értelemben vett turizmus rendszerébe való beillesztését.

Az ellentmondások is jórészt látszólagosak és leginkább csak a definíció megfogalmazásában lelhetőek fel – ami több esetben az összefüggések más értelmezésében, esetleg rossz értelmezésben keresendőek. De a fogalmi megfogalmazáson túllépve az ökoturizmus tartalmát, feltételrendszerét, működési körülményeit tekintve minden definíció egyetért. (Ennek jórészt az is az oka, hogy majd minden cikkíró vagy oktatóműhely készítenést érez arra, hogy önálló definíciót alkosson.) Lehet folytatni az ökoturizmus szinonimájaként (rosszul) használt kifejezéseket: felelős turizmus, környezettudatos turizmus, etikus turizmus, soft turizmus, puha turizmus, bakancsos turizmus, hátizsákos turizmus, stb.

Az utazásszervezők rangsorolása szerint az ökotúrák legfontosabb elemének a „vadregényes terület meglátogatása” és az „élővilág megfigyelése” minősül. Fontos szempont továbbá a táj minősége, az eredeti állapotban megmaradt környezet és a nemzeti parkok jelenléte.

Nagy jelentősége van a kulturális összetevőnek, a természet és kultúra ugyanis szoros kapcsolatban áll. Az ökoturizmus keretében eltöltött utazáshoz a természeti elem után - a rangsorban második helyen – hozzátartozik „a helyi lakosokkal való ismerkedés, a kulturális hagyományok és a helyi életforma megtapasztalása”, valamint a „helyi termékek, helyi ízek felfedezése” is.

Az ökoturizmus fogalmára jellemző különleges összetevők és jegyek (pl. a természetvédelem támogatása, a tanulás, az új ismeretek megszerzésével kapcsolatos élmény) fontos szempontoknak látszanak az ökoturisztikai utakra vállalkozók körében, és ezért az utasok hajlandóak többet fizetni.

A WTO 2001-2002-ben az Ökoturizmus Nemzetközi Éve kapcsán kutatóprogramot végzett Észak – Amerika és Európa legfontosabb küldő piacain. Az ökoturizmus fogalmi meghatározása a turisztikai tevékenységeket két szinten határozta meg:

I. A természet alapú turizmus tágabb fogalomként a turizmus minden olyan formája, amelyben az utazót főleg a természeti szépségek megfigyelése, megcsodálása motiválja.

II. Az ökoturizmus fogalmába pedig a következő jellegzetességeket felmutató termékek tartoznak:

1. A természet-alapú turizmus minden olyan fajtája, amelyben az utazó elsősorban a természetet, valamint a természetes környezethez kapcsolódó kultúrákat szeretné megfigyelni és megtapasztalni,
2. Oktatási és interpretációs elemeket tartalmaz,
3. Az ökoturisztikai utakat általában, de nem kizárólag erősen szakosodott tour-operátorok szervezik, jellemzően kis csoportok számára. A célterületen az utazásszervező rendszerint kisebb helyi vállalkozásokkal áll kapcsolatban,
4. Résztvevői törekednek a természeti, illetve társadalmi – kulturális környezetre gyakorolt negatív hatások minimalizálására,
5. Hozzájárul a számára vonzerőt jelentő természeti területek fenntartásához, mert:
 - a természeti környezetben élő lakóközösségek, illetve a természetvédelmi céllal működő szervezetek és hatóságok számára bevételt biztosít,
 - a helyi közösségek számára munkalehetőségeket, bevételi forrásokat teremt,
 - növeli a tudatosságot a természeti és kulturális kincsek megóvása iránt a helyi lakosok és a turisták körében egyaránt.

Az Ökoturizmus Nemzetközi Éve alkalmából kidolgozott fogalmi meghatározást a turisztikai szakemberek mindenütt elfogadták, bár az egyes utazásszervezők véleménye szerint a meghatározás egyes – számukra – lényegesebb elemeit érdemes lenne még inkább hangsúlyozni. A nagyobb hangsúlyt kívánó elemek közé tartozik

- a természeti és társadalmi – kulturális környezetre gyakorolt negatív hatás csökkentése,
- a helyi közösségek számára megteremtett gazdasági előnyök,
- a turisták és helyi közösségek szemléletének formálása,
- oktatás és interpretáció szerepe,
- a koncepció alkalmazása mind a védett természeti területeken, mind azokon kívül,
- a fenntarthatóság és a területek turisztikai eltartó képességének figyelembevétele.

A WTO kutatási jelentése fontos megállapításokat sorol fel a motivációk és preferenciák vonatkozásában is.

A WTO ökoturisztikai kutatási jelentése teljes mértékben megerősíti, hogy az ökoturizmus valódi tartalmának meghatározásában sokkal fontosabb a tartalmi elemek, és a köztük lévő összefüggések megléte, mint a definíciók fogalmazásbeli különbségei.

2.1 Az ökoturizmus főbb jellemzői, feltételei

Az ökoturizmusban az értékesítésre kerülő „termék” – az attrakció – olyan egyedülálló vonzerőn alapszik, mint a természet szépsége, gazdagsága, különlegessége, egyedi értékei, stb. Ez a vonzerő rendkívüli figyelmet és törődést igényel úgy a terület gazdája, mint az oda látogatók részéről.

Különleges attrakció lévén talán még a fogalmi meghatározásnál is fontosabb azoknak az ismérveknek, főbb jellemzőknek, követelmény és feltételrendszernek a (több szempontú) meghatározása, melyek érvényesülése esetén nevezhető az adott szegmens ökoturizmusnak.

- a turizmus a lehető legtágabb gazdasági-társadalmi összefüggésekben való szemlélete
- természeti vonzerőkön alapul, de nem csak a természeti vonzerők játszanak szerepet, hanem az épített környezet és a kulturális értékek is,
- a természeti-kulturális erőforrások fenntartható használata,
- ökoszisztémák egyensúlyának fenntartására törekedés,
- kis csoportlétszám,
- a résztvevők számára autentikus élményeket nyújt, valamint a terület értékeinek alapos és élményszerű megismerését teszi lehetővé és környezeti, természetvédelmi ismeretek elsajátítását,
- tudatosan oktató- és informáló szerepe van,
- mindenki számára elérhető és nyitott
- védi a veszélyeztetett természeti környezetet, a résztvevők hozzájárulnak a természeti környezet állapotának megőrzéséhez,
- a szolgáltatásai környezetbarát jellegűek, környezetszempontrú tervezéssel
- csökkenti a szezonálisból fakadó hátrányokat,
- korlátozza a környezeti terhelést,
- az utazó felelősségének deklarálása, ezért megfelelő felkészítése – tanítása – informálása
- célja a rövid távú profitmaximalizálás és forgalomnövekedés helyett a hosszú távú fenntartható működés
- minimalizálja a turisták negatív hatásait, és erősíti a pozitív hatásokat
- hasznot hoz a helyi lakosság számára,
- forrást jelent a természetvédelmi szervezetek számára,
- elősegíti egy térség potenciális értékeinek komplex hasznosítását
- sajátos helyi adottságok megértése, felhasználása
- helyi részvétel–részesedés többoldalú megteremtése: részesedés a hozamokból, véleménynyilvánítás lehetősége, részvétel a döntéshozatalban
- növeli a környezet- természetvédelmi és kulturális tudást

A jól működő ökoturizmus követelmény- és feltételrendszere:

- szakember-háttér: a szervezést-lebonyolítást sokoldalúan képzett – idegenforgalmi és természetvédelmi ismeretekkel egyaránt rendelkező – munkatársak végezzék;
- minőségi termék: különleges, egyedi, nagy értékű vonzerőről van szó; az erre épülő szolgáltatás is professzionális kell legyen;
- megalapozott együttműködések;
- alapvető ökoturisztikai infrastruktúra: a szolgáltató, illetve a fogadóterület kezelője biztosítja a területen történő utazással szállással, hulladék elhelyezéssel, a vonzerő bemutatásával, annak védelmével kapcsolatos alapvető infrastruktúrát;

- „ökokódexek”: amelyek rögzítik a különösen betartandó játékszabályokat.

Elfogadva az IUCN definícióját – érdemes megvizsgálni, hogy az ökoturizmus fejlesztése során mik a további feltételei az ismérvek teljesíthetőségének.

„...természeti, jelen és múltbeli kulturális értékeink élvezete és értékelése...”

Feltételei:

- A bemutatathóság infrastrukturális feltételeinek megteremtése,
- A védett természeti területeken lévő, bemutatásra alkalmas értékek változatos, élményszerű bemutatásai, interpretációs rendszerének biztosítása,
- A hasonló témára épülő programszolgáltatók együttműködése,
- A bemutatási rendszerek humán erőforrás szükségletének biztosítása.

„...látogatás negatív hatásainak mérséklése...”

Feltételei:

- A látogatás térbeli és időbeli szabályozása,
- Tudatos látogatókezelési terv,
- Egymásra épülő információs és irányítórendszer,
- A látogatható területeken az ökoturisztikai infrastruktúra magas színvonalú (mind természetvédelmi, mind turisztikai szempontból szakmailag megfelelő) kiépítése,
- A szervezett, vezetett látogatás és a rendszeres ellenőrzés személyi feltételeinek biztosítása,
- Hatékony kommunikációs tevékenység, kiemelten a tömegkommunikációs eszközök üzemeltetőivel fenntartott folyamatos együttműködés révén.

„...helyi népesség társadalmi és gazdasági előnyökhöz juttatása...”

Feltételei:

- A nemzetipark-igazgatóságok, a helyi önkormányzatok, civil szervezetek, vállalkozások és a lakosság kapcsolatának és együttműködésének folyamatos generálása,
- Tervezett és rendszeres kommunikációs program végrehajtása a nemzetipark-igazgatóságok és az ökoturizmusban bármilyen szinten érintettek között.
- Helyi szolgáltatókkal való együttműködés feltételeinek biztosítása, az együttműködés kezdeményezése és ellenőrzése.
- A kereskedelem (helyben készült ajándékok, élelmiszerek, kézműves termékek) élénkítés.

2.2 Az ökoturizmus gazdasági-társadalmi környezete

A védett területekről elmondható, hogy az országon belül mozaikos elhelyezkedésűek, és közülük igen sok található az ország gazdasági szempontból hátrányos helyzetűnek tartott, ritkábban lakott, aprófalvas térségeiben (Örség, Aggtelek, Szatmár-Bereg, stb.).

A ritka természeti értékekkel rendelkező területek turisztikai fejlesztése emiatt sokszor jelentős hatást gyakorol térségük fejlesztésére, melyek gyakran „elmaradott” vagy „hátrányos helyzetű” térségek. Ezek a gazdasági hasznosítás szempontjából többnyire kedvezőtlen területek (vízhiányos, homokvidék, szikes terület, karsztos hegyoldalak, lápos-mocsaras vidék) ezért nem

estek áldozatul az intenzív mezőgazdálkodásnak, iparosításnak, infrastruktúra-fejlesztésnek, és megmaradtak eredeti állapotukban. A hegyvidéki területeken pedig éppen az ipari nyersanyag-kitermelés megszűnésével lehetett az utolsó pillanatban az értékes hegy- és dombvidéki élőhelyeket megőrizni. A természeti értékek fennmaradása az itt élő lakosság szempontjából ilyen értelemben áldozatokat követel – a munkahelyek viszonylagos hiányát, nehezebb megközelíthetőséget jelent.

A természetes környezet iránti általános megnövekedett igényből, és az efféle turizmusra fogékony réteg életszínvonal-növekedéséből fakadóan azonban egyre több embernek nyújt megélhetést vagy kereset kiegészítést az ökoturizmus és annak kiegészítő szolgáltatásai. Meg kell jegyeznünk, hogy sok helyen ez jelenti a térség gazdasági felemelkedésének kitörési lehetőségét, hiszen a viszonylag érintetlenül maradt területek közelében a természetvédelmi érdekeket figyelembe véve további nagy munkaerő-igényű ipari fejlesztés nem kívánatos.

A nagymértékű, a térségben jelentőségteljes ökoturisztikai fejlesztések meghatározóak lehetnek a turizmus többi résztvevője számára abban a tekintetben, hogy kijelölik a turizmus természetvédelmi szempontból is ideális helyszíneit (legtöbb bemutatathóság a legkevesebb környezeti kártétellel), illetve az ökoturizmus mellett az egyéb turisztikai ágazatok fejlesztési lehetőségeit (pl. Aggteleki Baradla-barlang gyógybarlanggá nyilvánításával, megindulhatna egy egészségturisztikai fejlődési irányvonal a térségben).

Mindemellett a jelenlegi turizmus igen fontos problémája, hogy a programok és helyszínek felaprózottsága miatt nincs turisztikai és gazdasági megtartó ereje, azaz nem szállnak meg a vendégek a területen, sokszor nem is fogyasztanak (ez abból is adódhat, hogy nincs mit és nincs hol), tehát a turizmus haszna helyben nem csapódik le. Erre szolgálhat megoldásul egy olyan fejlesztési irányvonal, mely egy csomagba foglal több olyan attrakciót, mely nem fér bele egy napba, ezáltal arra készíti a látogatót, hogy ne csak alkalmi kirándulás, hanem huzamosabb ott-tartózkodás szándékával induljon el az adott területre.

A problémák megoldásában az állami szervek is sokat tudnak segíteni, de felelősség nyugszik az üzleti szektor képviselőinek vállán is.

Az állami szerepvállalás mellett a vállalkozói tőke beruházásai, és a helyi lakosságnak a szolgáltatásokba való bekapcsolódása jelentős jövedelemtermelő képességet eredményezhet. A nemzeti parkoknak a nemzetközi turizmus piacon való markánsabb megjelenése (együtt a társszereplőkkel) nagymértékben növelheti a környezettudatosságot és a természetvédelem társadalmi megítélését, elfogadottságát. Nem elhanyagolható körülmény az sem, hogy „az állami támogatást” fogyasztó költségvetési szerv turisztikai szolgáltatásai révén fokozatosan jövedelemtermelővé válhat.

Az ökoturizmus előretörésének egyik legnagyobb gátja jelenleg, hogy az üzleti szektor a lehetőségeihez képest csak kis mértékben kapcsolódott be a fejlesztésekbe. Ennek elsősorban az az oka, hogy számos szolgáltató előtt nem ismertek az ökoturizmus előnyei, hasznai, és sokan tévhitben élnek a területtel kapcsolatban (pl. vékonypénztárcájú bakancsosoknak tartják az ökoturistákat). Sajnos a hazai turisták többsége nem keresi az ökológiai szolgáltatásokat a kirándulások során. Keveset tudnak az ökoturizmusról, zöld tudatosságuk alacsony. Másrészt az ökoturisztikai minősítő rendszer nem működik hazánkban. Ennek hiányában az ökoturisztikai szolgáltatások marketingereje is csökken, és a turisták választását sem segíti.

A nemzetipark-igazgatóságok ökoturisztikai fejlesztései a konkrét gazdasági hasznon kívül más fontos társadalmi hatásokkal is bírnak. Egyrészt a bővülő programkínálat a turizmus növekvő volumene további jövedelemszerzési lehetőségeket jelent a környező települések lakosságának. Emellett a turisztikai fejlesztések újabb munkaerő-igényeket is megkívánnak. A nemzetipark-igazgatóság képzettséget is adhat a rátermett, képzetlen munkaerő számára, hiszen számos helyen jó eredménnyel jelenleg is folyik a helyi viszonyokat és természeti adottságokat ismerő lakosság

turisztikai képzése, az idénymunkákra illetve a különböző túravezetésekre történő kiképzése. A nemzeti parkok jelenléte elősegítik a környezettudatos emberek megjelenését, oda költözését is, akik csírái lehetnek később az ökoturisztikai fejlesztéseknek is.

Egyik legfontosabb társadalmi haszon – mely ugyan nem mérhető – a környezeti szemléletformálásból, ismeretterjesztésből, bemutatásból adódik. A társadalmi hasznosságát mindenek mellett még az is fokozza, hogy hatása nem lokális, hanem a turizmus hatására igen szerteágazó.

Az ökoturisták növelik a helyiek önbecsülését, táji identitását. A lakosok, látva, hogy a vendégek a helyi épületek, növények, állatok, gazdálkodás, kézművesség, hagyományok iránt érdeklődnek, nagyobb figyelmet szentelnek ezeknek a kincseknek. Megnöveli településük értékét is a szemükben, beleértve saját telküket, házukat, életüket, hagyományaikat. A folyamat erősíti az identitásukat is, és ez szerepet játszhat abban, hogy ne vándoroljanak el a településükről.

Az ökoturizmus a munkalehetőségek bővítésével, a közösségi szolgáltatások fenntartásával és fejlesztésével, az értékek megóvásával, a környezeti állapot javításával hozzájárul a lakosság életminőségének emeléséhez.

A helyi munkalehetőségek bővülésével, az életminőség javulásával kedvező irányban változik a lakosság összetétele. Megnő az esélye a fiatalok helyben maradásának, sőt sok esetben a környékről is odavonzza a fiatalokat.

Az ökoturizmus fejlődése szélesíti a munkahely-kínálatot, hiszen olyan foglalkozások is megjelennek (pl. túravezető, tolmács, animátor stb.), amelyek korábban nem voltak jellemzőek a területre. A turizmus miatt nő a nyelvtudás és a hagyományokhoz kötődő ismeretek jelentősége.

Az ökoturisták közvetve újra feleleveníthetik a helyi kézművességet, és jótékony hatást gyakorolhatnak a művészetekre is. Mivel az ökoturisták felkészülten érkeznek a helyszínre, illetve alapos tudást akarnak szerezni a területről, továbbá az eredetiség kiemelten fontos számukra, ezért a forma és a színvilág eltorzulásának megelőzésére, a giccsgyártás és a tömegtermékek gyártásának megelőzésére nagy hangsúlyt kell helyezni. A helyi kézműves hagyományok, az autentikusság megőrzését védjegyekkel szükséges biztosítani és fenntartani.

Az ökoturizmus pozitív hatásai figyelhetőek meg a népszokások, történelmi, vagy vallási ünnepek esetében is. Az ökoturisták érdeklődése segíti megőrizni, sőt sokszor újjáéleszteni a hagyományokat, az ünnepeket. Az ökoturisták a helyi kulturális programokra is jótékony hatást gyakorolnak, hiszen igénylik ezeket a rendezvényeket, aktívan részt vesznek rajta és kiadásaikkal segítik a helyi kultúra fennmaradását.

Az ökoturisták hosszabb idejű tartózkodnak a célterületen, mélyebb kapcsolatot alakítanak ki a helyiekkel, gyakran jönnek létre hosszú távú kapcsolatok, barátságok. A turisták a meglátogatott területen tanultakat sok esetben otthon, a gyakorlatban hasznosítják, így például lekvárt főznek, kézműveskednek, biotermékeket fogyasztanak. Legtöbbször azonban a szemléletük változik meg: fogékonyabbak lesznek az értékek megőrzésére, keresik azokat a lehetőségeket lakóhelyük környékén, amelyek biztosítják a nyugodtabb, egészségesebb, tartalmasabb életet.

Az ökoturistákra a felkészültség, a tanulásra való hajlam és a szabályok tiszteletben tartása is jellemző. Tudják, vagy ha nem, akkor megtanulják, mire érdemes vigyázniuk kirándulásaik során, hova ne tegyék be a lábukat, ebben a túravezetők is segítenek.

Az ökoturisták a látogatók szemléletét is megváltoztatják: erősítik a környezet megbecsülését, tudatosítják a környezeti problémákat, azáltal, hogy a kirándulókat közelebb hozzák a természethez. Hazaérve e turisták másoknak is átadhatják a friss tudást, a szemléletet, pozitívan befolyásolhatják mások viszonyát a természethez.

2.3 Az ökoturizmus környezeti hatásai

A környezeti hatások azt jelzik, hogy az ökoturizmus milyen mértékben járul hozzá a környezeti állapotban történő változásokhoz, folyamatokhoz, csökken-e a lég-, víz- és talajszennyezettség, természeti értékek sérülnek-e, vagy épp az ellenkezője történik és az ökoturizmus segíti megőrzésüket, helyreállításukat.

Az ökoturizmus meghatározásánál, jellegzetességei bemutatásánál ismertettük, hogy a turizmusnak ez a módja minimalizálja a káros környezeti hatásokat. Ennek több összetevője van.

Mindenekelőtt a látogatók környezetkímélő szolgáltatásokat, termékeket vesznek igénybe, illetve vásárolnak, így olyan szálláshelyet választanak, ahol van szennyvíztisztítás, korszerű hulladékmegelőzés és -kezelés, jelentős a megújuló energiák hasznosítása, az épületek faluképbe, vagy tájba illőek, hogy csak a fontosabbakat említsük.

A vendégek helyi termékeket vásárolnak, így csökkentik az áruszállítási igényeket, az ezzel járó környezeti károkat. A helyi termékek között is keresik a biotermékeket, vagy a hagyományos anyagokból előállítottakat, mérsékelve a mezőgazdasági vegyszerhasználat környezeti kárait.

Az ökoturisták közlekedése is környezettudatos. Természetesen nem szemetelnek, nem tépnek le virágokat, környezetkímélő közlekedési eszközöket használnak. Ez általában egyaránt igaz az oda- és visszautazásra, valamint a helyi közlekedésre. Előnyben részesítik a társasutazást, illetve a rendelkezésre álló helyi közlekedést: kerékpárt, hajót, szánt.

Az ökoturisták előszeretettel kapcsolódnak be értékmentő helyi programokba, közreműködnek természet-, vagy műemlékvédelmi akciókban, esetleg adományokkal segítik a munkát. Ezzel nem csak az adott értékek megőrzéséhez járulnak hozzá, hanem pozitív példát mutatnak mind a helyi lakosoknak, mind a többi látogatóknak. Az ökoturisták katalizálják a kedvező folyamatokat, másokat is rávesznek hasonló munkák végzésére. A helyi önkormányzatok, vagy állami szervek így pénzt takarítanak meg, és azt más, értékmentő munkákra fordíthatják.

Az ökoturizmus környezeti kárait minimalizálja az a tény is, hogy a látogatók hosszabb ideig tartózkodnak a célterületen, így kevesebbet utaznak szabadidejükben, mérsékelve ezzel a közlekedésükből származó környezetszennyezést.

Ugyanakkor az ökoturisták nem feltétlenül a csúc szezonban jelennek meg, így a környezetre gyakorolt terhelés jobban eloszlik időben. Ez a tény is segíti a környezeti károk csökkentését.

Fontos érv az ökoturizmus mellett, hogy fejlesztése lassú, hosszú távú folyamat, így jobban lehet kontrollálni, negatív hatások érvényesülése esetén lehetőség – idő - van a beavatkozásra, a károk mérséklését szolgáló intézkedések megtételére.

Az ökoturizmus pozitív környezeti hatásai közé tartozik, hogy a természeti értékek iránt fokozódó érdeklődést látva, a kormányok az értékes természeti területeket nemzeti parkokká, vagy védett területekké nyilvánítják. Ezzel megóvják őket az intenzív mezőgazdaságtól, a fakitermeléstől és a bányászattól, megőrzik, kedvezőbb esetben gazdagítják a biodiverzitást. A védett természeti területek fenntartásához jelentős mértékben hozzájárulnak a turizmusból befolyó pénzek.

Az ökoturizmushoz szükséges infrastruktúra fejlesztésével lehetővé válik, hogy a helyiek is használhassák azt. Mivel a beruházások a környezet védelmét is szolgálják, ezért a lakosság által a környezetre gyakorolt terhelést is csökkentik. Jó példa erre a turisták számára épített dunakanyari kerékpárút, amelyet az ott élők is használnak, munkába, iskolába járásra, kikapcsolódásra, sportolásra.

Az ökoturizmus nagy előnye a tömegturizmussal szemben, hogy nem növeli a célterület szennyezettségét, nem hagy hátra hulladékhegyeket, nem igényel tájat, települést felforgató beruházásokat, nem tapossa le a védett növényeket, nem űzi el a ritka állatfajokat, és nem indít el

olyan folyamatokat, amelyek visszafordíthatatlanok, úgy a természetben, mint a helyi társadalomban.

2.4 Rövid történelmi visszatekintés

Az ökoturizmus kifejezés meglehetősen újkeletű, nem úgy az ökoturistáskodás. Hérodotosz ír arról, hogy Neko – az egyiptomi XXVI. dinasztia fáraója már – körülhajóztatta Afrikát.

A mintegy 3 évig tartó útra Kr.e. 600 körül indultak. Élelmüket maguk teremtették elő (partra szálltak, ültettek – betakarítottak, majd tovább hajóztak) és fő motivációjuk az idegen tájak és kultúrák megismerése volt.

Számtalan azon ókori és középkori utazók sora, ahol a motiváció a mai értelemben vett ökoturizmus fogalomkörében értelmezhető. Az újvilág felfedezése után megélenkülő forgalom messze nem sorolható e fogalomkörbe, hiszen a tudatosan az aranykincsek kirablása, területek meghódítása és kegyetlen hittérítés céljából hajózó spanyol konkvisztádorok (majd az összes többiek) a legkevésbé sem voltak ökoturisták.

Jelentős lendületet kapott az ügy az 1800-as évek második felében, amikor elkezdtek nemzeti parkokat létrehozni. Az első nemzeti parkokat és védett területeket az észak-amerikai kontinensen valamint Ausztráliában, Új-Zélandon és Dél-Afrikában hozták létre. Az első valódi nemzeti parkot (a Yellowstone-t) 1872. március 1-én alapították s érdekességként említendő, hogy elsősorban az emberek érdekében, nem pedig a természeti értékek védelme céljából. Később a cél elsősorban a védelemre irányult, de az ezekben a parkokba látogatók jelentős része már – minden bizonnyal – a mai fogalmak szerinti „ökoturista” volt. Európában először Dánia jelöl ki védett területet (1902) majd Svédország 9 védett területet jelöl ki, s ezzel megalakul Európa első nemzeti parkja.

A 20. század elején felgyorsult a folyamat, 1913 és 1933 között 37 országban történt új védett terület kialakítása. Ugyanakkor az első védett területeken a látogatók számának folyamatos növekedése mellett (a kártétel fokozódása) fontos felismerés volt a védelem központi szabályozásának szükségessége.

Az ökoturizmus mai formájának kialakulása a II. világháború utáni időszakban kezdődött. A 60-as derekán új típusú utazási forma jelent meg – a kalandutak, mint turisztikai termékek. Az individualizálódó fogyasztói társadalom utazói valami különleges, egyedi élményre vágytak. Ez lehetett extra sportteljesítmény (pl. hegymászás), esztétikai élmény, természetben lejátszódó jelenségek megfigyelése (állatok, vulkánok), vagy akár különleges utazási mód (csónak, elefánt). A kalandturizmus abban különbözött a turizmus egyéb akkori fajtáitól, hogy a program sikere jelentősen függött a résztvevők aktivitásától. Kiszámíthatatlanság, egyediség és meglepetés jellemezte. Elsődleges színterei a harmadik világbeli országok voltak, amelyek az érintetlen természeti környezetükkel tökéletes színteret jelentettek a kalandutak számára, hiszen már az ott-tartózkodás is maga a kalandot, és vele együtt az élményt jelentette.

Ezeket a természeti területeket azonban akkoriban még a fenntarthatósági elvek figyelembe vétele nélkül használták a turizmus szervezői és résztvevői, ezért hamarosan érezhetőek voltak a turizmus negatív hatásai. Erre hívták fel a figyelmet a 70-es évek végén, 80-as évek elején aktívvá váló természet- és környezetvédelmi világszervezetek, és a kampányuk hatására megjelentek az első öko-szemléletű utak. Kialakult az ökoturizmus, mint utazási forma, Hector Ceballos Lascuráin révén bekerült a turizmus rendszerébe, és egyre hangsúlyosabbá vált az egyre erősödő környezetvédelmi mozgalmak, a természetvédelem tevékenységének hatására. A természetközeli és kulturális élményeket kereső utazók egyre több információt igényelnek utazásaikkal kapcsolatos döntéseik és a kiválasztott úti céljukra való érkezésük előtt, valamint ott tartózkodásuk alatt. A szabadidős viselkedési módok közül a testi mozgás, a társadalmi kommunikáció és egy az együttlét mellett külön jelentőséget kapnak.

Magyarországon az ökoturizmus gondolata egyidős a nemzeti parkok létrehozását felvető írásokkal. Bármily meglepő, Szontagh Tamás geológus a Magyar Orvosok és Természetvizsgálók 1879. évi nagygyűlésén „A természeti értékek óvása, gondozása, fenntartása érdekében, jelesen a somoskői bazaltoszlopkúpokra vonatkozóan” címmel terjesztett be javaslatot. Ugyanő 1913-ban a nemzeti parkok fontosságáról értekezve írja: „*Márpedig a jövedelmező idegen- s turista forgalom nagy részben a természet szépségeitől és ritkaságaitól is függ.*”

Déchy Mór, az MTA tagja 1912-ben „A természet védelme és a nemzeti parkok” c. tanulmányában így ír: „*De nemcsak tudományos tekintetben kívánatos a Nemzeti Park létesítése. Közgazdasági jelentőséget is tulajdoníthatunk az intézménynek. A hely kijelölésében ugyanis szem előtt kell tartani, hogy a választás olyan természeti szépségekben gazdag vidékre essék, amelyet eddig kevésbé, vagy egyáltalán nem ismertek. Oly módon azután kétségtelenül sikerül egy eddig elhagyott és elhanyagolt vidéken nagy idegenforgalmat teremteni. Eppen ezért a parkot jó utakkal hozzáférhetővé kell tennünk, hogy a természet minden barátjának alkalma nyíljon bepillantani abba a sajátos őseredeti világba, amelynek zavartalan fenntartásáról gondoskodni éppen a Nemzeti Park intézménye hivatott. Az ősi pompájú növényzet és a zavartalan életet élő állatvilág szemlélése és tanulmányozása szokatlan gyönyörűséget és sok-sok tanulságot fog nyújtani a nemzeti park látogatóinak.*”

Íme a természetvédelem és az ökoturizmus gondolatai és összefüggései mintegy 100 évvel ez előtről. A nemes gondolatokat hazánkban kissé megkésve követték a tettek, hiszen a világ első nemzeti parkja – a Yellowstone – alapításától 100 év telt el amíg 1973. január 1-én ki lett hirdetve első nemzeti parkunk (Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatóság) majd újabb közel 30 év múlva – 2002. március 8-án a tizedik, az Őrségi Nemzeti Park Igazgatóság.

Noha a kezdetekben a „rezervátum-szemlélet” uralkodott és a természetvédelemben nagyon nem szerették a „kárt okozó” turistákat, azért a nemzetipark-igazgatóságoknál a kezdetektől volt valamilyen idegenforgalmi tevékenység, különösen ott, ahol kiemelkedő turisztikai vonzerő állt rendelkezésre. Hiszen nem szabad elfelejteni, hogy az Aggteleki Nemzeti Park Igazgatóság, a Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatóság, a Balatoni Nemzeti Park Igazgatóság területén jóval korábban volt turizmus, mint természetvédelem. Így ezek a természetvédelmi szervezetek már létrejöttükkor szembesültek a turizmus problematikájával. Egészen más volt a helyzet pl. a Körös-Maros Nemzeti Park Igazgatóság vagy az Őrségi Nemzeti Park Igazgatóság esetében, ahol egy nagyon tudatos turisztikai fejlesztést lehetett elindítani, ami azzal kezdődött, hogy el kellett készíteni a terület vonzerőleltárát.

Tudatos és módszeres ökoturisztikai fejlesztésről 1998 óta beszélhetünk, amikor az akkor KTM Természetvédelmi Hivatalának kezdeményezésére és támogatásával a tárca háttérintézményében (KGI Természetvédelmi Szolgálat) megkezdődhetett egy, az ökoturizmus fejlesztésével foglalkozó szakmai csapat létrehozása. Ez a szellemi műhely 2004. évig működött, a tárca a háttérintézményt felszámolta, a volt munkatársak jelentős része a nemzetipark-igazgatóságoknál folytatta tevékenységét.

Ezidőtájt erősödtek meg *egyes természetvédő civil szervezetek* oly módon, hogy maguk is önálló tényezőivé váltak a hazai ökoturizmusnak és figyelemreméltó szakmai műhelymunkát végeztek (pl. Magosfa Alapítvány). Ugyanez mondható el egyes natúrparkokról is (Kőszegen az Írott-kő Natúrpark majd Csákváron a Vértes Natúrpark).

Fentiekből jól látható, hogy 1983-ban amikor Héctor Ceballos-Lascuráin „feltalálta” az ökoturizmust, már nemcsak számtalan, hasonló dolgot kifejezni szándékozó megfogalmazás létezett (amelyek máig is folyamatosan sokasodnak) hanem időtlen idők óta folyt olyan turisztikai tevékenység, amit ma ökoturizmusnak hívunk. Kétségtelen tény viszont, hogy az ökoturizmus térhódításáról és tudatos ökoturisztikai fejlesztésekről csak a legutóbbi 10-20 évben beszélhetünk.

3 AZ ÖKOTURIZMUS KERESLETÉNEK ELEMZÉSE

3.1 Nemzetközi kereslet

Az 1990-es évek óta az ökoturizmus növekedése üteme 20% és 34% között mozog évente, míg a turizmus átlagos növekedési üteme 4% körül van. A 2004-es évben például az ökoturizmus háromszor gyorsabb növekedést mutatott, mint a turizmus ipar általában. A magasabb arány következik abból, hogy az ökoturizmus viszonylag kis szelete csak a turizmus tortájának, népszerűsége csak az elmúlt egy, másfél évtizedben kezdett nagymértékben növekedni. A növekedés üteme várhatóan lassul az elkövetkezendő évtizedben, de még így is jelentősen meghaladja majd az iparágra átfogóan jellemző 3-4%-ot (WTO, 2004). **A WTO szakértői a 2002-ben 1% körülire becsülték az ökoturizmus részesedését**, de megjegyzendő, hogy az ökoturisztikai kínálat jelentős eltéréseket mutat a világban: Németországban például az utazási irodák 6-8%-a kínál ökoturisztikai utazásokat, az értékesített csomagok aránya így is 1% alatt marad (Sulyok, 2002), **az Egyesült Államokban már 10% felettire becsülik az ökoturizmus arányát** az összturisztikai tevékenységeken belül (www.ecotourism.org).

A legkeresettebb ökoturisztikai termékek a következők:

Észak-Amerika, Latin-Amerika	Olaszország
- állatvilág megfigyelése (74%)	- természeti és kulturális örökség felfedezése (75%)
- természetjárás (68%)	- növény (72.5%) és állatvilág (67.5%) megfigyelése,
- kulturális-etnikai jellegű ökoprogram (59%)	- jó levegőn tett kirándulások (67.5%)
- történelemhez, régészethez kapcsolódó utazások (53%)	- természetvédelmi területek felkeresése 65%.

Forrás: WTO (2002) és Michalkó (2003)

Az **ökoturisták fogyasztói csoportjait** a különböző szerzők más-és más névvel illetik, de a kategóriák nagy hasonlóságot mutatnak. A legerjedtebb csoportosítás szerint a következő szegmensek a legjellemzőbbek:

Alkalmi ökoturista	Aktív ökoturista	Elkötelezett ökoturista	„Ízig-vérig” ökoturista
- Az „öko” vonzerő csak egy a sok közül	- Gyakran vesz részt öko- vagy ökobázisú túrákon	- rendszeres részvétel az ökoturizmusban	- Kutatásokban, öko-projektekben való részvétel
- Nagyobb komfortigénnyel rendelkezik		- az ismeretszerzési szándék dominál	

Forrás: Fagence (2001)

Az ökoturisták legfőbb jellemzői:

Észak-Amerika	Európa
- Nagyobb városokban élnek, szerte Észak-Amerikában	- Rendszeres, rutinos utazók
- Bármely korosztály, de a 25-54 év közöttiek átlagon felül jellemzők	- Magasabb képzettség
- Többségük kétfős háztartásban él	- Közép- és idősebb korosztály
- Általában magas iskolai végzettségűek	- Véleményformálók
	- Barátokkal, kollégákkal megosztják az utazási tapasztalatokat

Forrás: Wight (1997), Hamele (2004), www.ecotourism.org

3.1.1 Ökoturisták igényei

Legnagyobb igény az **egyszerűbb, természetközeli szállás, az étkezés és a szakvezetés** iránt mutatkozik. Szálláshelyek esetében a rusztikus helyi szálláslehetőségek a legkeresettebbek, mint például a fogadók, farmok, bed and breakfast típusú szálláshelyek, kunyhók, sátrak, stb., mivel ezek a helyi kultúra megismerésére, megtapasztalására is lehetőséget adnak (Wight, 1997). Az étkezés tekintetében a tradicionális helyi ételek a legkeresettebbek, valamint növekszik az igény az organikus (bio) gazdálkodás termékei iránt. Az ökoturizmussal foglalkozó szolgáltatók tapasztalata alapján nagy igény mutatkozik a jól képzett és jó kommunikációs képességekkel rendelkező szakvezetők iránt.

Egyre növekszik az **öko-védjegyek** iránti érdeklődés is, de egyelőre ez még nem ad okot e turisztikai termék vagy szolgáltatás megvásárlására. Németországban, Ausztráliában, Dániában és Olaszországban végzett felmérések szerint viszont az ilyesfajta védjegyek (a velük asszociált minőségi garancia miatt) egyre fontosabb szerepet játszanak az ökoturisták befolyásolásában (Fact Sheet: Global Ecotourism, 2006). Ilyen pl. a Viabono Németországban, vagy a Village + (Európai Régiók Gyűlés által létrehozott).

3.1.2 Motiváció, fontos tényezők

Az ökoturizmust eredményező motiváció leginkább a következő tényezők függvénye: desztináció jellege, különböző fogyasztói csoportok, végezni kívánt tevékenység valamint képzettségi szint. A **táj és a természet szépségében gyönyörködni** az elsődleges szempont, de egyre fontosabb az **új élmények szerzése/új helyek megismerése, állatvilág megfigyelése, hegyek látványa, kulturális vonzerők megtapasztalása, természet és kultúrák megismerése** is. A hazai motivációkra vonatkozó kutatások eredményeit a 26-27. oldalon levő táblázatok tartalmazzák.

3.2 Hazai kereslet

3.2.1 Belföldi turizmus számokban

Az alábbi adatok a belföldi turizmus fellendülését mutatják, 2005/2006 viszonylatában

- **A belföldi vendégek száma 7%-kal növekedett**
- **A magán szálláshelyek vendégforgalma 23%-kal nőtt**
- **Falusi szálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák száma 13%-kal, a fizetővendéglátás esetében pedig 27%-kal nőtt**
- **Üdülési csekk forgalom 130%-kal növekedett**

Mivel Magyarország kiváló adottságai ellenére sem tekinthető egyelőre ökoturisztikai nagyhatalomnak, az ökoturizmusban részt vevők elsősorban belföldi turisták. Érdemes ezért a belföldi vendégéjszakák számát külön táblázatban szemléltetni.

Belföldi vendégéjszakák száma szállástípusonként

	2005	2006	2006	2006/2005
Szálloda	5 134 097	5 795 533	60,3%	+12,9%
5 csillagos	119 543	121 127	1,3%	+1,3%
4 csillagos	1 357 431	1 686 325	17,6%	+24,2%
3 csillagos	2 660 481	2 995 003	31,2%	+12,6%
2 csillagos	678 429	681 325	7,1%	+0,4%
1 csillagos	318 213	311 773	3,2%	-2,1%
Gyógyszálloda	1 147 788	1 244 837	13,0%	+8,5%

<i>Wellness-szálloda</i>	490 300	882 342	9,2%	+80,0%
Panzió	1 488 285	1 488 735	15,5%	+0,0%
Turistaszálló	749 506	692 325	7,2%	-7,6%
Ifjúsági szálló	532 170	514 539	5,4%	-3,3%
Üdülőház	709 620	727 550	7,6%	+2,5%
Kemping	433 781	387 433	4,0%	-12,4%
Összesen	8 958 459	9 606 135	100%	+7,2%

Forrás: www.itthon.hu

A különböző felmérések eredményei szerint az ökoturisták jellemzően egyszerűbb és közép kategóriás szállásra tartanak igényt, így feltételezhetően az alacsonyabb kategóriájú szálláshelyet vették igénybe. Ezek esetében a vendégéjszakák számának változása 2006-ban az előző év viszonylatában vegyes képet mutat: az alacsonyabb kategóriájú szállodák (1 és 2 csillagos) esetében stagnálás illetve csökkenés mutatkozik, a turista- és ifjúsági szállók komoly csökkenést mutatnak, míg az üdülőházak esetében növekedést. Ez az ökoturizmus vonatkozásában sajnálatos tény, mivel e kereskedelmi szállástípusok az ökoturisztikai céllal utazók számára potenciális szálláshelyet jelentenek.

Megjegyzendő, hogy a magasabb kategóriájú szálláshelyek elsősorban azokra a területekre koncentrálódnak, melyek nem kifejezettek ökoturisztikai célpontok: többségük Budapesten, egyéb nagyvárosokban, a Balaton térségében, valamint a gyógy- és termálfürdővel rendelkező területeken található.

3.2.2 A hazai lakosság utazási szokásai

A Magyar Turizmus Zrt. megbízásából készített felmérés szerint 2006 nyarán a megkérdezettek 46%-a tervezett utazást a májustól szeptemberig tartó időszakban, kétharmaduk belföldi úticélt választott (közülük 100-ból 14-en külföldi utazást is terveztek). A vizsgálat szerint az utazási kedv az iskolai végzettséggel, a háztartás létszámával és a jövedelemmel párhuzamosan növekedett, valamint a nagyobb településeken élők az átlagosnál szívesebben utaztak.

A **demográfiai jellemzők** alapján a belföldi utazást tervezők harmada a 30 év alatti korosztályból került ki, egyötödük pedig a 31-40 éves korosztályból, akik jellemzően városokban élnek, átlagos vagy afeletti jövedelemmel rendelkeznek, és többségében 2 és 4 fős háztartások.

A **belföldi utazások legkedveltebb célpontjai** a Balaton (44,4%), a Budapest-Közép-Dunavidék régió (11,7%) és a Nyugat-Dunántúl (9,2) voltak. A belföldi főutazások tekintetében a népszerűségi rangsor a következőképpen alakult: Balaton (40,3%), Észak-Alföld (14,2%), Észak-Magyarország (12,5%) és Nyugat-Dunántúl (12,0%).

Az **átlagos tartózkodási idő** a belföldi utazások esetében 5,2 éjszaka, a belföldi főutazások esetében pedig 6,3 éjszaka volt.

A válaszadók 47%-a tervezett **kereskedelmi alapon működő szálláshelyet** igénybe venni a belföldi utazás során, a belföldi főutazás esetén ez az arány 66,6%-ra módosult.

Az utazások elsősorban a július-augusztus hónapokra korlátozódtak.

3.2.3 Ökoturizmus kereslet jellemzői Magyarországon

Egyelőre viszonylag kevés információ áll rendelkezésre a hazai lakosság ökoturizmussal kapcsolatos szokásairól, ami nem meglepő, hiszen ezen turizmusforma csak most kezd teret hódítani Magyarországon. A hazai lakosság utazási szokásairól 2000 óta készül évente felmérés a Magyar Turizmus Zrt. megbízásából, de ezek az általános szokásokra koncentrálnak. 2000 óta készülnek felmérések, tanulmányok, amelyek azonban csak az ökoturizmus egyes elemeire fókuszálnak. A hazai ökoturizmus keresletének jellemzőit ezen felmérések eredményeinek

felhasználásával igyekszünk felvázolni, hozzátevé azt, hogy kifejezetten ökoturizmusra vonatkozó komplex felmérés nem készült. *(A felhasznált tanulmányok, felmérések a következők: Szonda Ipsos telefonos felmérés az aktív üdülési formákról és a szabadidős kulturális tevékenységekről - 2000. július; Tanulmány a turizmus hatásairól a Balaton felvidéken – 2001-2002; Felmérés a hazai nemzeti parkok ökoturisztikai tevékenységéről – 2003; Felmérés a hazai lakosság utazási szokásairól, és a zöld turizmushoz való viszonyulásukról – 2006; Hazai természetjárási szokások Magyarországon – 2007).*

3.2.3.1 A hazai lakosság zöldturizmus iránti attitűdje

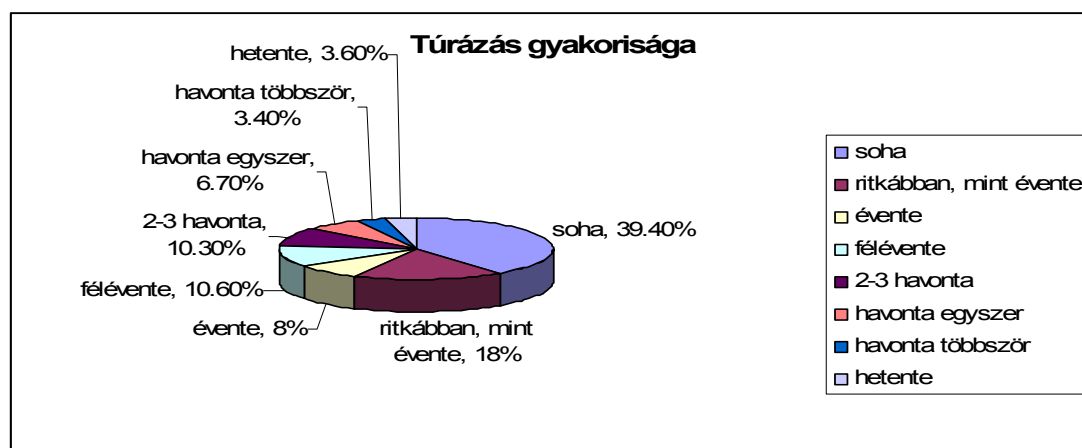
Az ökoturizmushoz kapcsolható zöldturizmusról az MT Zrt. készített felmérést. Itt kívánjuk megjegyezni, hogy a zöldturizmus és az ökoturizmus nem azonos fogalmak, és az MT Zrt. felmérései leginkább az aktív zöldturizmusra vonatkoznak, ebből az ökoturizmus egyéb tevékenységeire vonatkozóan messzemenő következtetéseket nem lehet levonni, csak megközelítésként lehet felfogni.

A megkérdezettek **általános attitűdje pozitív a zöldturizmussal szemben, de a személyes attitűdök ennél árnyaltabb képet mutattak.** A válaszadók jónak ítélték meg Magyarország természeti adottságait és egészséges tevékenységnek (sportnak), jó kikapcsolódásnak és társasági élménynek tartották a természetjárást, nemzeti parkok meglátogatását illetve a lovaglást.

3.2.3.2 Aktivitás

Az ökoturizmushoz legszorosabban kapcsolható tevékenység a természetjárás, túrázás, így a felmérés erre vonatkozó eredményeit valamivel nagyobb mélységben tárgyaljuk.

A válaszadók 39,4% soha nem túrázik, és csak 3,6% vesz részt heti rendszerességgel túrán.



A válaszadók 43%-a nem túrázik, nem lovagol és nem jár nemzeti parkba sem. Az **inaktivitás okaként** legtöbbször azt a választ fogalmazták meg, hogy eszükbe sem jutottak ezen tevékenységek. A túrázás esetében a válaszadók egy része egészségügyi indokokra vagy anyagi okokra hivatkozott. A lovaglás esetében is az anyagi okokra utal az általános attitűdök között szereplő megjegyzés, miszerint a hazai lakosság nagy része nem engedheti meg magának a lovaglást.

A természetjárás a legvonzóbb tevékenység, a lovaglás csak 8%-uk, a nemzeti parkban tett látogatás pedig csak 3%-uk számára elsődleges motiváció (a lovaglás esetében fontos tényező, hogy a válaszadók többsége a hazai közönség számára túlságosan drágának tartja a tevékenységet). Szintén megjegyzendő, hogy nemzeti parkot 37,5%-uk látogatna meg, mint utazás során végzett tevékenység.

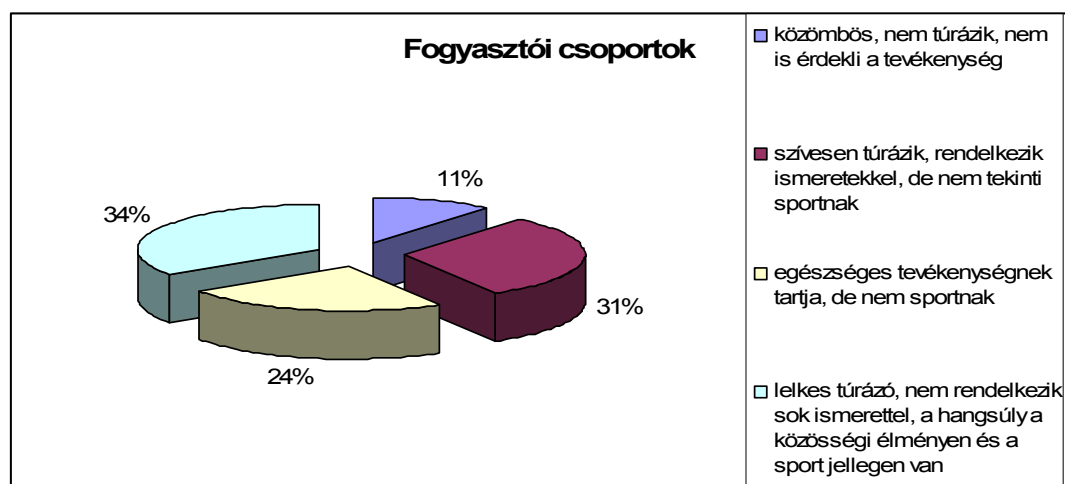
3.2.3.3 Kirándulások népszerűségének okai

A tiszta levegő a legfontosabb tényező, ezt a válaszadók kétharmada első helyen nevezte meg, további 11% pedig második helyen. A csendet és nyugalmat a válaszadók 21%-s rangsorolta első

helyre, további 65% pedig második helyre. A természet szépsége a harmadik legfontosabb tényező, a válaszadók 31%-a első, 18%-a második, 50%-a pedig harmadik helyre rangsorolta. További fontos indokként szerepelt az élővilág változatossága, valamint a séta és a mozgás lehetősége.

3.2.3.4 Hazai fogyasztói csoportok - természetjárás

Az MT Zrt. megbízásából készült felmérés a **természetjárás** tekintetében **4 fogyasztói csoportot** különít el:



Ugyan nem áll rendelkezésre olyan felmérés, amely a **fiatal/iskolás korosztály utazásait vizsgálja**, köztudott, hogy a belföldi turizmusban nagy számban vesznek részt a 6-18 éves korosztály tagjai, elsősorban osztálykirándulások keretében, másodsorban szervezett táborok és erdei iskolák keretében. Ez a réteg egyelőre nem a legfizetőképesebb keresletet képviseli (bár egyre kevésbé tekinthetők olcsónak ezen utazási formák), az átlagos napi költés esetükben elmarad a belföldi turisták átlagos napi költésétől. A korosztály turisztikai aktivitása azonban rendkívül fontos abban a tekintetben, hogy belőlük válnak a jövő turistái, és mivel az iskolai kirándulások, túrák, táborok nagy része az ökoturizmushoz kapcsolható termékekre alapoz, feltételezhető, hogy a korai természetudatos és helyi kulturális értékekre hangsúlyt helyező attitűd befolyásolja felnőttkori utazási döntéseiket.

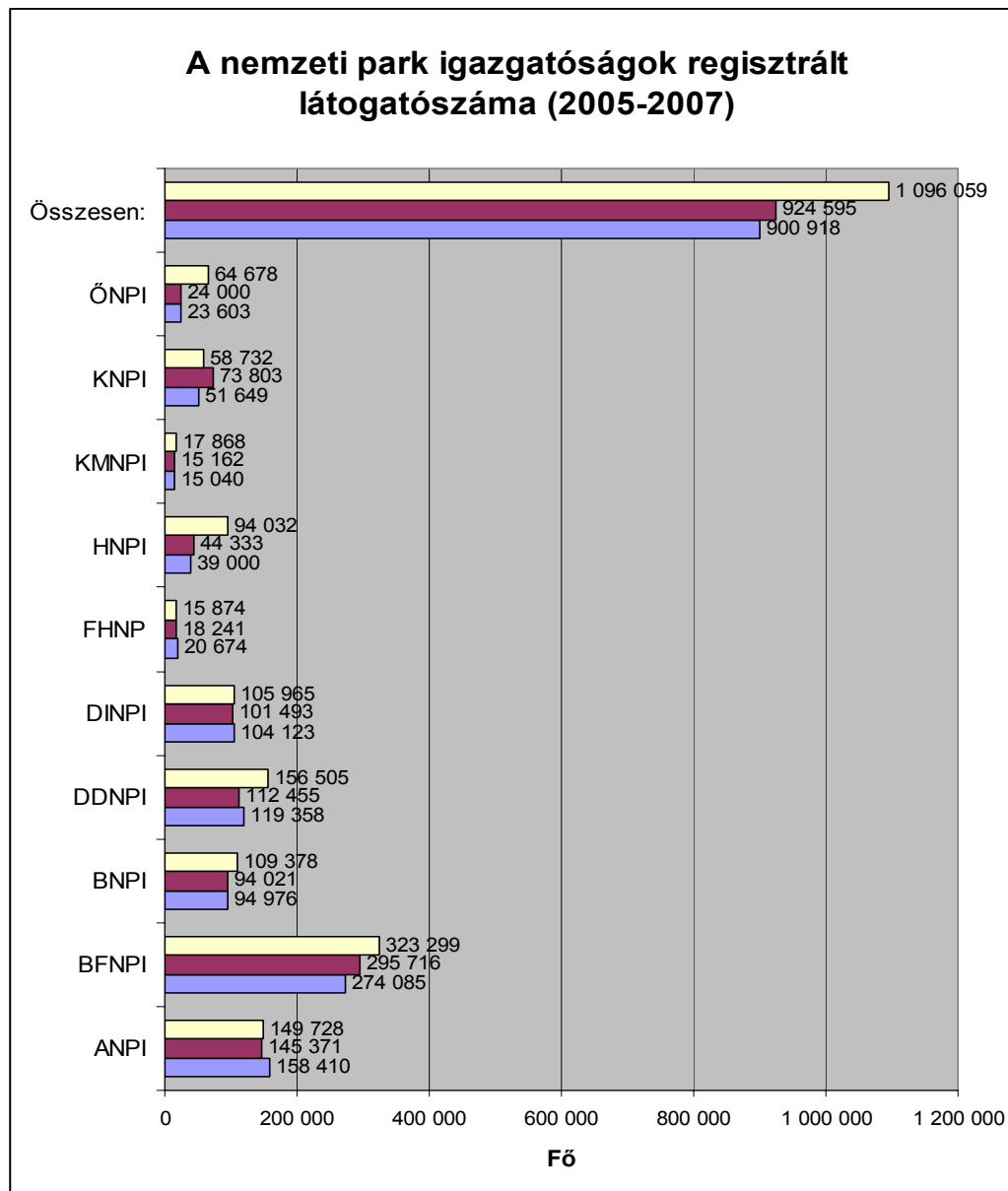
3.2.3.5 Hazai ökoturisták jellemzői

- fiatalok és középkorúak
- magasabb iskolai végzettségűek
- átlagosnál magasabb jövedelműek (magasabb státuszú háztartások tagjai)
- általában a négyfős, gyermeket nevelő családok
- ha nem családos, akkor jellemzően inkább férfiak
- leginkább a kirándulás lehetősége, a természeti környezet szépsége, a tiszta levegő és a csend motiválja őket

3.2.3.6 Nemzeti park-igazgatóságok szerepe az ökoturizmusban

Bár a nemzeti parkok szerepének fontosságát az ökoturizmusban senki nem kérdőjelezi meg, mégis nehezen lehet megbecsülni, mennyire is fontos a jelenlétük és tevékenységük. A nemzeti parkok igazgatóságai igyekeznek számos lehetséges módon regisztrálni a látogatószámot (az eladott belépőjegyek számából, a szakvezetésre jelentkezők, illetve a látogatóközpontokat, fogadóállomásokat felkeresők száma, valamint a szálláshelyek vendégkönyvei alapján), de így is

rengetegen kimaradnak a statisztikából (pl. a fizetett szolgáltatásokat vagy ingyenes szakvezetést igénybe nem vevő túrázókat, kirándulókat, vagy a védett természeti területeken túrázókat, kirándulókat nem lehet így mérni). A következő diagram a nemzeti park-igazgatóságok kezelésében álló bemutatóhelyeken belépőjegyet váltott és fizetős szolgáltatást igénybe vevő látogatókat tartalmazza²:



Forrás: KvVM (2008)

² A rövidítések magyarázata:

- ÖNPI – Őrségi Nemzeti Park Igazgatóság
- KNPI – Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság
- KMNPI –Körös-Maros Nemzeti Park Igazgatóság
- HNPI – Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatóság
- HNPI – Fertő-Hanság Nemzeti Park Igazgatóság
- DINPI – Duna-Ipoly Nemzeti Park Igazgatóság
- DDNPI – Duna-Dráva Nemzeti Park Igazgatóság
- BNPI – Bükk Nemzeti Park Igazgatóság
- BFNPI – Balaton-felvidéki Nemzeti Park Igazgatóság
- ANPI – Aggteleki Nemzeti Park Igazgatóság

Önmagában az összesített látogatószámok sem adnak pontos képet a nemzeti parkok szerepéről, hiszen több nemzeti park esetében is egy vagy kettő vonzerő generálja a látogatószám közel felét (esetenként 80-90%-át). A következő táblázat az összes látogatószámot és az egy vagy kettő kiemelkedő vonzerő látogatóinak számát veti össze, mely utal a nemzeti park bemutatóhelyei népszerűségében (vagy ismertségében) mutatkozó egyenlőtlenségekre:

	ANPI	BINPI	BNPI	DDNPI	DINPI	ŐNP
Összes	149 728	315 499	93 783	161 756	84 171	33 678
Kiemelt vonzerő(k)	Baradla-barlang: 140 044	Tapolcai tavasbarlang: 111 952	Szent István barlang: 42 610, Ipolytarnóc: 25 553	Abaliget barlang: 76 106, Denevérmúzeum: 43 429	Pál-völgyi barlang: 38 035, Szemlő-hegyi barlang: 25 660	Pityerszer: 22 994

Forrás: KvVM adatai alapján saját szerk.

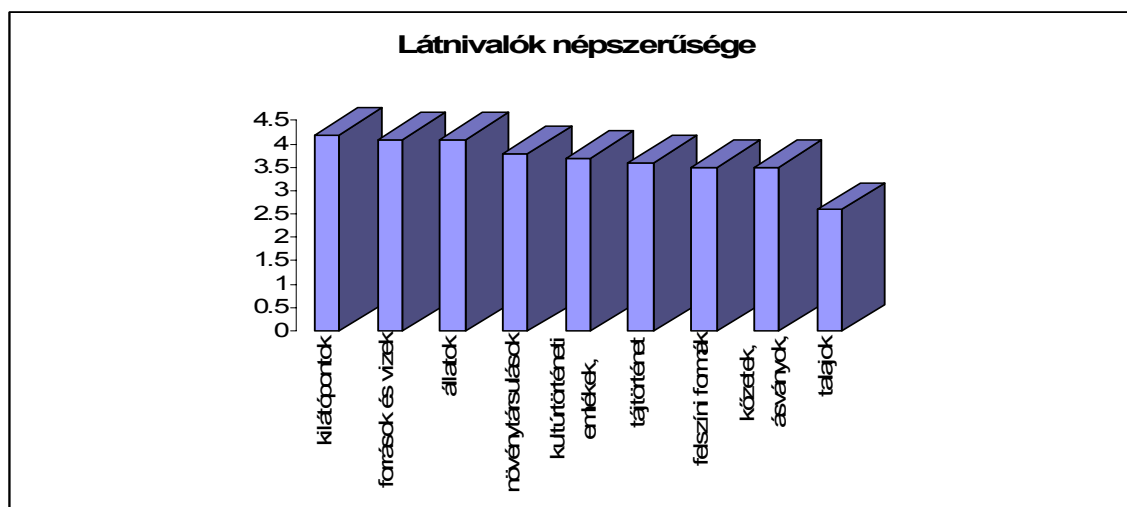
A nemzeti parkok látogató- és oktatóközpontok kihasználtsága is meglehetősen változatos képet mutat:

Az egyes felmérések hasonló képet adnak a **nemzeti parkokat felkeresők motivációiról**:

Balaton-felvidék Turizmus hatásai	KVVM Gyorsjelentés a Nemzeti Parkokról	MT Zrt. Zöld turizmus, Nemzeti Parkok
- Kirándulás lehetősége	- Jó levegő	- Természeti értékek
- Természeti környezet	- Szép táj	- Szép táj
- Táj szépsége	- Természet megismerése	- Jó levegő
- Kikapcsolódás lehetősége	- Tisztaság	- Csendes környezet
- Csend, nyugalom	- Kikapcsolódás	- Kultúrtörténeti értékek
	- Stresszoldás	- Jól kiépített turistautak
		- Tanulási lehetőségek
		- Hagyományos ételek

Forrás: KvVM adatai alapján saját szerkesztés

3.2.3.7 Ökoturisztikai vonzerők iránti érdeklődés



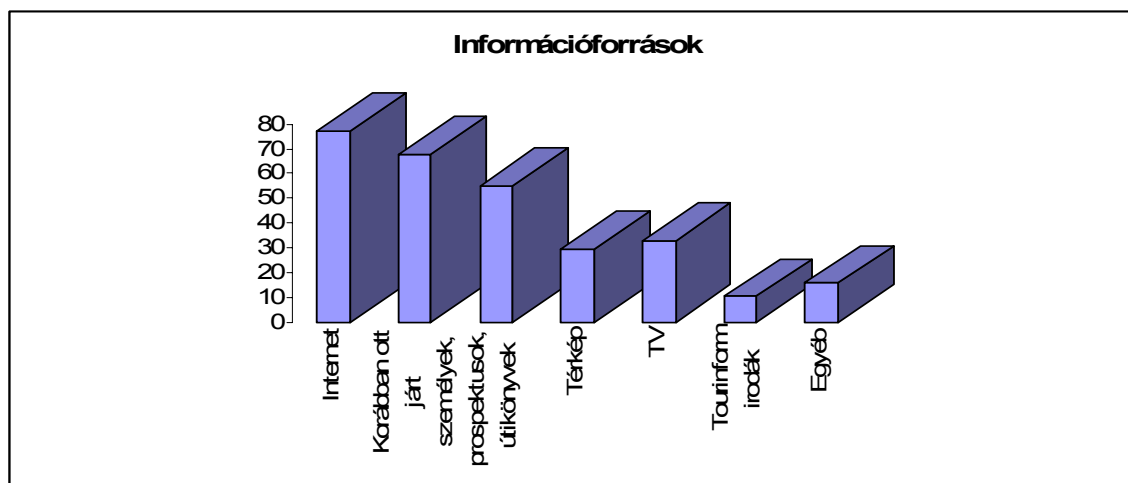
Forrás: KvVM (2007)

A szép természeti környezet - külön kiemelve a vízre épülő vonzerőket -, a növény- és az állatvilág vezetik a népszerűségi listát. A rangsorolásból kiolvasható, hogy a hazai keresletben egyedül a talajok iránti érdeklődés jelentősen alacsonyabb az átlagosnál.

3.2.3.8 Információszerzés

Az MT Zrt. zöldszturizmus évéhez kapcsolódó felmérésből kiderült, hogy a **válaszadók nem rendelkeznek kellő ismerettel a zöldszturizmus hazai lehetőségeiről**, 55%-uk nem ismeri például a túrázási lehetőségeket, csak 8%-uk nyilatkozott úgy, hogy jól ismeri azokat.

Egy másik hazai felmérés szerint a legkedveltebb **információforrások** az internet, a korábban ott járt személyek, ismerősök személyes tapasztalatai, valamint a prospektusok és útikönyvek. A nemzeti parkok esetében a prospektusok bizonyultak a legnépszerűbbnek.



Forrás: Hanis (2008)

3.2.3.9 Felmerülő igények

Általánosságban az **étkezés, az egyszerű vagy középkategóriás szálláshely és a szakvezetés, oktatás iránt mutatkozik igény**, a lovaglás esetében ez a felszerelés biztosításával, nemzeti parkok estében pedig látogatóközpontokkal egészül ki.

Ugyan a zöldszturizmusban résztvevők az önállóságot részesítik előnyben, a megkérdezett túrázók közel egyharmada szerint érdemes szakvezetést igénybe venni. A nemzeti parkok látogatói esetében ez az arány meghaladja a 40%-ot, A lovaglás esetében a válaszadók 11%-a tartotta fontosnak a túravezetést, bár ott a túravezetés inkább a lovaglás technikájára és az útvonal biztonságos bejárására vonatkozik, és nem a természeti megismerésre.

Sokan szívesen vesznek igénybe szakvezetést, és igény mutatkozik **látogatóközpontok** iránt is.

A nemzeti parkok látogatói általában prospektusokból, az internetről és korábban ott járt személyektől szereznek információt a meglátogatott területről.

A nemzeti parkokba látogató természetjárók a következő **fejlesztéseket tartják szükségesnek**: szemégyűjtő (5-ös skálán 4.3-ra értékelték), tájékoztató tábla (4.2), útjelző tábla (4.0), pihenőhely (3.8), rövid, ingyenes kiadvány (3.7), részletes kirándulásvezető füzet (3.5). Érdekes a szemégyűjtőkre vonatkozó igény, hiszen a fejlettebb ökoturisztikai hagyományokkal rendelkező (főképp nyugat-európai) országokban éppen a szemégyűjtők hiánya a jellemző, ezzel is ösztönözve a turistákat arra, hogy hazavigyék a szemetet magukkal, hiszen lakóhelyükön úgymint megoldott a szemétszállítás, míg a (védett) természeti környezetben ez plusz terhet ró a terület tulajdonosaira és óhatatlanul is környezetszennyezést von maga után.

Magyarországon is egyre több helyen jelennek meg a **védjegyek** különböző formában, amivel a termékek és szolgáltatások minőségét, illetve autentikusságát hivatott biztosítani. Az egyik első ilyen kezdeményezés a **Gömörszőlősi fenntartható falu** (Ökológiai Intézet a Fenntartható Fejlődésért Alapítvány), az egyik legismertebb pedig **Pannon Helyi Termék Klaszter**, mely 2005 óta működik a Nyugat-Dunántúli régióban, és a helyi kézműipari, mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek piaci versenyképességét hivatott növelni. Hazánkban még nincs komoly hagyománya a védjegyeknek a szolgáltatás szektorban, így ezek meglete egyelőre valószínűleg nem jelent elsődleges szempontot a fogyasztói döntéshozatalban, de hozzájárul a fogyasztói élmény pozitív befolyásolásához. Az Őrség, a Legjobban fejlődő vidéki desztinációk 2007-es magyarországi győztese pályázatánál – amely az Európai Bizottság által kezdeményezett nemzetközi akció volt - például a védjegy alkalmazása volt az egyik tényező, amivel versenyelőnyt szerzett magának. A Tisza-tó pedig Európában elsőként kapta meg a **Village + védjegy** használati jogát.

A keresletelemzéshez felhasznált források:

- Sulyok, 2002
- Michalkó, 2003
- Fagence, 2001
- Wight, 1997
- Hamele, 2004
- Hanis, 2008
- Szonda Ipsos telefonos felmérés az aktív üdülési formákról és a szabadidős kulturális tevékenységekről - 2000. július
- Tanulmány a turizmus hatásairól a Balaton felvidéken – 2001-2002
- Felmérés a hazai nemzeti parkok ökoturisztikai tevékenységéről – 2003
- Felmérés a hazai lakosság utazási szokásairól, és a zöld turizmushoz való viszonyulásukról 2006
- Hazai természetjárási szokások Magyarországon – 2007
- KvVM, 2007; 2008
- www.ecotourism.org
- www.itthon.hu
- www.wto.org

4 AZ ÖKOTURIZMUS KÍNÁLATA

Az ökoturizmus kínálati struktúrája több szempontból is speciális, hiszen nem kizárólagosan a kereslethez, a látogatók igényeihez kell igazodjon, hanem elsősorban a környezeti értékek védelméhez, annak érdekében létrejövő és az a mellett kialakítható szolgáltatási elemekhez. A hazai kínálatot színesítheti más turisztikai formákkal való közös, komplex turisztikai csomagok kialakítása is. Az ökoturizmus kiválóan alkalmas kulturális- és örökségturizmus, falusi turizmus, aktív- és egészségturizmus szolgáltatásainak kölcsönös kiegészítésére és összefonódására.

A belföldi turizmus volumene – noha már vannak kiadványok, léteznek honlapok és egyéb ismertető, rendezvények, ahol az ökoturizmus programjai is megjelennek, gazdagítva e kínálatot – alatta marad az elvárhatónak, bár az utóbbi években a belföldi forgalom – a keresleti tendenciák alapján - növekvő tendenciát mutat. Problémát jelent, hogy rendkívül kevés az utaztatók által szervezett túrák, csomagtúrák száma. A jelenleg kevés számban vannak jelen a kifejezetten ökoturisztikai célú utazások, mivel a szervezők kevéssé ismerik a lehetőségeket (főként más turisztikai lehetőségekhez képest), amit Magyarország nyújthat e tekintetben. Továbbá az utak többségénél nem egy hely, hanem egy – egy térség, régió megismerése, felfedezése az utazás célja.

Az alábbi megállapítások az általunk felmérésre került és SPSS rendszerrel kiértékelt kérdőívek konklúzióit tartalmazza, melyek a mellékletben megtalálhatóak.

A hazai ökoturizmusnak és a programkínálatnak nincs kellő propagandája. Ez befolyásolja a belföldi vendégforgalmat, de még inkább a beutaztatók tevékenységét. A külföldiek érdeklődését az információ hiányosságai, a szervezési problémák mellett jelentősen befolyásolja az a tény, hogy a magasabb igényeknek (a legtöbb esetben) nem felel meg a jelenlegi (turisztikai és egyéb) infrastrukturális helyzet. A hazai és a külföldi piac egyelőre nem kellően ismeri a magyar védett és nem védett természeti területek ökoturisztikai kínálatát. A természeti területeink turisztikai lehetőségei nem jelennek meg az országimázs-kiadványokban és az ország marketing tevékenységében. A potenciális külföldi ökoturisták számára nem csak a kommunikációs hiányosságok, hanem a kínálat élményszerűsége, a kapcsolódó szolgáltatások és infrastruktúra hiánya is egyértelmű, valamint a többnyelvűség is sok helyen megoldatlan probléma.

A hazai nemzetipark-igazgatóságok időnként részt vesznek külföldi turisztikai szakvásárokon, a legtöbb esetben nem önálló standdal, hanem egy nemzeti stand részeként. Magyarországot az eddig is ismert Budapest és Balaton, valamint az egészségturisztikai kínálat bemutatásának hangsúlya jellemzi, a nemzeti parki kínálatot csak a prospektusok reprezentálják. A kiállításokon szerzett tapasztalatok alapján elmondható, hogy a külföldi turisták érdeklődnének a természeti attrakciók és tevékenységek iránt, a magyarországi lehetőségeket újszerűnek találják, ezért lenne szükséges, hogy a kommunikációnak a természeti területek is tárgyai legyenek. A low-cost repülőjáratok növekedő jelenléte nem csak a főváros, hanem a természeti területek iránt érdeklődő külföldiek számára is elérhetővé teszi az országot. Különösen azoknak a területek érintettek, amelyek frekventált üdülőhelyek vagy kedvelt desztinációk (Budapest, Balaton, Pécs, Hévíz, Eger, stb.) közelében találhatóak. Nemzeti parkjaink közül az Aggteleki, a Hortobágyi és a Fertő-Hansági az UNESCO világörökségi listáján is szerepel, ezt is érdemes kihasználni.

Természeti értékeink között kevés az olyan volumenű, amely önállóan nemzetközi érdeklődésre tarthatna számot. A különleges természeti vonzerők – az Alföld szikes pusztái és tavai, a Balaton-felvidék és Nógrád bazaltömlései, a Duna áttörési völgye, stb. – inkább csak egy-egy régiós program részeként, vagy a természeti vonzerők tematikus útjához kapcsolódva számíthatnak jelentős keresletre. Magyarországon vannak olyan majdnem érintetlen természeti tájak – pl. a Dráva folyó mente, Körösök vidéke, amelyek szintén vonzóak lehetnek azoknak a külföldieknek, akik a „vad” vidékeket értékelik, vagy azoknak akik ilyen jellegű tájat a saját országukban már nem találhatnak. Ezek szinte érintetlen természeti környezetben expedíciószerű élményt nyújthatnak a

turistáknak. Külföld felé a „mehódíthatóságot” az „emberléptékű tájat”, a biztonságos medence jelleget, és nagytájaink jellemző arculatát kell még megmutatni.

A hazai ökoturizmus meghatározó célterületei a védett természeti területeken találhatók. A védett természeti területek (nemzeti parkok, tájvédelmi körzetek, természetvédelmi területek) társadalmi ismertsége még nem kellő mértékű, elismertsége az MT Zrt. kutatásai alapján már jó (4,17), de ez a kedvező megítélés nem megy át a gyakorlatba.

A kiépítések módjai, az alkalmazott interpretáció eszközei és a rendelkezésre álló szolgáltatások csak helyenként veszik figyelembe a szabadidejüket eltölteni és ebből következően élménygazdag szórakozásra vágyó vendégek igényeit. A turisták azonban sajnos kedvezőtlen hatást is gyakorolhatnak a természeti értékekre egy-egy látogatás alkalmával. A leggyakoribb probléma továbbra is a hulladék-elhelyezés és a gépjárművel való közlekedés, de megoldandó feladatként jelentkezik még a turisták által okozott taposási kár és a fokozottan védett területre való lépés is.

Több védett természeti terület nem összefüggő, hanem mozaikos szerkezetű; több önkormányzat illetékességi területét érintve. A mozaikos területek szerkezetéből adódik, hogy egységes kezelésük turisztikai szempontból is nehezebb feladat. A különböző részterületek megközelíthetőségéből fakadóan néhány esetben több vendégfogadó bázis kiépítésére van szükség, mintha összefüggő területszerkezetről lenne szó.

A nemzeti-park-igazgatóságok és más ökoturisztikai szervezetek felkészültsége a turisztikai céllal érkező vendégek fogadására mind a programok, mint pedig az infrastruktúra területén rendkívül eltérő. A fogadási feltételek előrehaladott kiépítései elsősorban egy – egy ismert, és a látogatók által kedvelt régió kiemelt vonzerőjéhez (bemutatóhelyek, barlangok, túraösvények, kilátópontok, múzeumok) kötődnek.

Azonban nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy *az ökoturizmus célterületei nem kizárólagosan védett területekre esnek*. A natúr-parkok és más ökoturisztikai civil szerveződések aránya folyamatosan növekszik hazánk területén. Ezek általában önkéntes szerveződések, melyek a nemzeti-park-igazgatóságoknál kisebb területi egységeket ölelnek fel. A természeti értékek védelmén túlmutatva, igyekeznek megőrizni az adott tájegység népi hagyományait (például tradicionális programok szervezésén keresztül). Egy-egy natúr-park létrehozása szintén természeti értékeken alapul és a természeti értékek megővése érdekében ökológikus gazdálkodás folyhat a területén.

A különböző szinten működő, más feladatkörrel rendelkező szereplők (civil szervezetek, ökoturisztikai szolgáltatók és erdei iskolák) nemcsak feladatköre, hanem hatásköre is megoszlik. Hatékony együttműködésük elősegítheti a kínálati struktúra szerkezetének fejlődésével járó feladatok és nehézségek megosztását, valamint azok mennyiségi és minőségi, színvonalbeli változását. *A nemzeti-park-igazgatóságok, a natúr-park egyesületek és a civil szervezetek az ökoturisztikai szolgáltatók fő bázisát jelentik az egyéb turisztikai infrastruktúra szolgáltatói mellett.*

A jelen stratégiával kapcsolatban megkérdezettek egyöntetűen szükségesnek tartják a turizmus szereplőinek szoros együttműködését, mely elsősorban a programok, rendezvények, marketing és a piacra jutásban segíthet érvényre juttatni a lehetőségeket. Jelenleg nagyon kevés az együttműködés, az igazi partnerség. A szándék sok helyen megvan, de valamiért csak nagyon kevés helyen működik. Szintén prioritásként merül fel az ökoturisztikai védjegy kérdése. A szolgáltatók számára nemcsak egy minősítő rendszerré válhatna, hanem a Turisztikai Desztináció Menedzsment mellett szorosabbra fűzhetné a közös érdekeket, együttműködéseket is.

A turisztikai kínálati elemek egy része nem a komplexitás és a kívánalmak figyelembe vételével született. Ezért a kiépített területek vendégforgalma sok esetben nem mérhető, a kapcsolódó szolgáltatási igény a területen nem valósítható meg. Az így kialakított programhelyszínek (szabadtéri bemutatóhelyek, tanösvények) jövedelemtermelő szolgáltatói oldala hiányzik.

A nemzetipark-igazgatóságok kezelésében lévő helyszínek karbantartása az igazgatóságok üzemeltetési költségeit növeli. Az ökoturisztikai kínálat elemeinek többsége igazgatóságokként megegyezik, ugyanakkor a területi sajátosságokból következő egyediségek színesítik a kínálati palettát (erdei kisvasút programok, vízitúrák, stb.). A nemzetipark-igazgatóságokon kívül eső ökoturisztikai kínálat szintén mozaikos, eltérő színvonalú szolgáltatásokat lehet igénybe venni, melyek egységesített rendszer híján nemcsak a látogatóforgalom, de a kínálati elemek sokasága sem mérhető.

Az állami szerepvállalás mellett a vállalkozói tőke beruházásai, és a helyi lakosságnak a szolgáltatásokba való bekapcsolódása jelentős jövedelemtermelő képességet eredményezhet. Többek között ezért is kívánatos hangsúlyosabb jelenlétük és a velük való szorosabb kapcsolat kialakítása. Az ökoturisztikai szakértők véleménye alapján megállapítható, hogy a szegmensek között ugyan van valamilyen formában együttműködés, de az ökoturisztikai bemutató tevékenység csak részben ismerik. Az ökoturisztikai szolgáltatók egymással való összefogása csak esetenkénti, egyelőre nem beszélhetünk tartós, szoros együttműködésekről, melyek a térségi összefogást erősíthetnék.

A nemzetipark-igazgatóságok fenntartásában lévő bemutatóhelyek jelenlegi kínálata az alábbi táblázatból jól látható. Megállapítható, hogy 2008-ban a kínálati elemek között főként tanösvény és barlang, valamint fogadó- és látogatóközpont szerepel. Ezek alkotják a kínálati struktúra főbb elemeit.

Természetvédelmi bemutatóhelyek kezelő szerint	ANPI	BINPI	BNPI	DDNPI	DINPI	FHÓNPI	HNPI	KMNPI	KNPI	Összesen
Fogadó-, látogató- és oktatóközpont	5	1	3	3	4	4	1	3	2	26
Tanösvény	8	11	33	29	13	20	6	5	23	148
Barlang	6	4	19	3	7					39
Tájház	1	1	3		1		1			7
Növénykert		1		1	1					3
Egyéb bemutatóhely	2	6	11	3		3	10	1	3	39
Erdei iskola		2			1		1		2	6
Összesen	22	26	69	40	27	27	19	9	30	268

Forrás: KvVM

4.1 Látogatóközpontok

A látogatóközpontok kapacitása és szolgáltatásai optimális esetben illeszkednek az adott terület látogatottsági szintjéhez. Egységes szolgáltatási sztenderdek hiányában a már létező és a létrejövő látogatóközpontok nemzetipark-igazgatóságokként és ökoturisztikai szereplőként eltérő szolgáltatási összetétellel rendelkeznek. A már létező látogatóközpontok általában még nem működnek közönségszolgálati funkcióban. A mozaikos területi elhelyezkedés több védett természeti terület esetében több látogatóközpont kialakítását is indokolhatja. Azonban ezek kihasználtsága éves szinten nem kielégítő. Lehetőséget kell teremteni ezen intézmények egyenletesebb kapacitáskihasználtságára, akár más rendezvények vagy foglalkozások megtartásával.

4.2 Bemutatóhelyek

A nemzetipark-igazgatóságok folyamatosan építik, alakítják ki szabadtéri vagy épített környezetben elhelyezett bemutatóhelyeiket, illetve a már létező, nem az igazgatóságok által létrehozott helyszínek üzemeltetését és fejlesztését végzik (barlangok, tájházak, múzeumi bemutatóhelyek). Erre törekednek a civil szerveződések is, azonban a bemutatóhelyek kiépítettsége, bemutatói értéke, szolgáltatásokkal való ellátottsága helyszínenként nagyon eltérő. Alapvető problémát okoznak a jelenlegi igényeknek már nem megfelelő, elavult kiállítási

rendszerek fenntartása, a turisták fogadásához szükséges alapvető szolgáltatások (parkoló, WC, információs rendszer) hiányosságai, a programhelyszínekhez kapcsolható kereskedelmi termékek hiánya, a helyszínekhez kötődő rendszeresen hirdetett, turisztikai értékű programok hiánya. A bemutatóhelyek megközelítése sem minden esetben optimális.

4.3 Tanösvények, túraútvonalak

A tanösvények egy része követi a már létező túraútvonalak lineáris vezetését, vagy részben egyedi útvonalon vezetve, a kiindulási ponthoz visszatérő kiránduló köröket képeznek. A tanösvények változatos formában jelennek meg, legtöbbször a „táblás” típusú tanösvény, de emellett található füzettel bejárható tanösvényt is, vagy a kettő kombinációját. Az iskolások körében (is) népszerűek a foglalkoztató tanösvények, és vannak már természetismereti élményösvények is, amelyek nem csak a bemutatást és az ismeretterjesztést, de a szórakozást is szolgálják – ezek lehetnek a későbbiekben hatékony szemléletformáló és ismeretnövelő eszközök. Tanösvényeket létrehozta nemzeti park-igazgatóságok, natúrparkok és civil szervezetek, önkormányzatok, erdőgazdaságok is. A tanösvények valamilyen tematika alapján készültek el, így léteznek botanikai-, zoológiai-, geológiai-, erdészeti-erdőgazdálkodási, de egy-egy területet komplexen bemutató tanösvények is.

A tanösvényekhez kötődő információs rendszer, illetve a kezdő és végpontok kiépítettségének színvonala, a szolgáltató helyszínekhez való kapcsolódás mértéke területenként más és más, ökoturisztikai helyszíneként eltérő. Megoldandó feladat a továbbiakban a tanösvények látogatóforgalmának kezelése, figyelemmel kísérése, ellenőrzése; az ösvények összekapcsolása olyan helyszínekkel, melyek kielégítik a látogatók alapvető igényeit (WC, vendéglátás, vásárlás); a parkolók hiánya, kapacitása, őrzése; az ösvények megközelítése a tömegközlekedési csomópontoktól, az erős oktatási jelleg miatt az interpretációk szórakoztató és látványértékének magasabb szintre emelése (elsősorban technikai szempontból). Számos tanösvényt hoztak már létre, de karbantartásuk idő- és forrásigényes, és az utóbbi években a mennyiség már a minőség rovására is ment, nagyon sok olyan tanösvény jött létre, amelyet semmilyen szakmai háttér nem felügyelt. Jelentős probléma a gazdasági fenntarthatóság, erősíteni szükséges a bevételnövelő szolgáltatásokat (pl. szakvezetéses, fizetős túrák, valamilyen csatolt áruval -kisebbségi ajándékok, emléktárgyak eladásával). A nemzeti park-igazgatóságok mellett a civil szervezetek, önkormányzatok, de egyéb gazdálkodó szervezetek is folyamatosan hoznak létre alapvető turisztikai infrastruktúrával ellátott tanösvényeket. A jövőben a tanösvények minőségi fejlesztésére kell a hangsúlyt helyezni a mennyiségével szemben.

A látogatható védett természeti területek erdőterületeinek nagy részét átszelik a jelölt turistaútvonalak. Ezek vonalvezetése néhány esetben nem kapcsolódik a nemzeti park-igazgatóságok kiépített fogadóhelyszíneire, és nem követik a zóna szerinti kezelési elvet sem, ezért néhány útvonal lezárása helyenként szükségessé vált.

4.4 Kilátók, megfigyelők

A megfigyelési pontok az ökoturizmus alapinfrastruktúrájának részei. Ezek a helyszínek sok esetben egy-egy tanösvény, túraútvonal részét képezik, az ösvények célállomásai. A bemutatás technikai kiépítettsége helyszínenként szintén eltérő. Az általános megítélés szerint a madármegfigyelő helyek állapota megfelelőnek mondható, azonban folyamatos karbantartást igényelnek.

4.5 Kerékpáros-és lovas túra-útvonalak, szolgáltatások

A saját nyomvonalon épített kerékpárutakról országos szinten elmondható, hogy a leghosszabb kerékpárutak (Fertő-tavi, Budapest-Vác-Szob, Balatoni kerékpárút, Tisza-tó körüli) turisztikai szempontból épültek meg, itt a lakosság mindennapi közlekedési szempontjai háttérbe szorultak. Darabszámra több a rövid, mindennapi kerékpározást szolgáló kerékpárút, amelynek kiépítésénél nem volt szempont a turizmus, de hosszúságát tekintve a turisztikai kerékpárutak jelentősebbek. A látogatható védett természeti területeken történő kerékpározás az alsóbbrendű útvonalakon és

a folyami töltéseken zajlik, amelyek a biztonság és az infrastruktúra szempontjából is elmaradnak az európai szintű elvárásoktól. A folyóvédelmi töltéseken való kerékpáros útvonal vezetése egyébként is vitatott: a töltések sokszor elkerülik a falvakat, a szolgáltatásokat, látnivalókat, sokszor egyhangúak (nyílegyenes, sokszor ugyanaz a táj jellege), ráadásul fa hiányában nyáron, napsütésben nagyon kellemetlen.

Szükséges a kerékpárral megközelíthető területek pontos meghatározása, az útvonalak kijelölése és a látogatók felé történő egyértelmű kommunikálása. Mind a kerékpározás, mind a lovaglás olyan turisztikai szolgáltatás, amely a már kiépített infrastruktúrát is használja, de nem hoz közvetlen bevételt, így a célterület fenntartói kénytelenek szolgáltatóként is megjelenni. A saját szolgáltatói bázis kiépítésének szándéka, illetve bevonása szereplőnként (nemzetipark-igazgatóságok, civil szervezetek) eltérő. A helyi szolgáltatókkal, vállalkozásokkal való összefogás feltételeinek kidolgozása, érvényesítése nem csak a programok fenntartása, hanem a használt infrastruktúra hosszú távú karbantartása szempontjából is meghatározó.

A kerékpározás szolgáltatói hátterét az ökoturisztikai szereplők csak részben tudják felvállalni.

4.6 Túravezetés

Minden ökoturisztikai szereplő ajánl vendégei számára szakember által vezetett túrákat, melyek a legnépszerűbb programok között szerepelnek. Ezeket a túrákat a vendégeknek kirándulásuk megkezdése előtt, maguknak kell lefoglalniuk és az igényeiknek megfelelően megszervezniük. A túravezetések leginkább magyar, angol és német nyelven vehetőek igénybe, és általában minden ökoturisztikai területen, főként a nemzeti parkokban legalább egy szakvezető vagy természetvédelmi őr beszél ezen nyelvek valamelyikét.

Egyéb nyelveken a túravezetés nem mindenhol elérhető. A hazánkba látogató külföldiek összetételében bekövetkezett változásokat követve érdemes más nyelvek oktatását is támogatni a túra- és idegenvezetők számára. A kérdőíves felmérésből kiderül, hogy ez az igény folyamatosan jelentkezik a turisták részéről (pl. spanyol, kínai és orosz nyelveken). Néhány nemzetipark-igazgatóság és civil szervezet már saját túravezető-képzést is indított.

Az előzetes szervezést igénylő vezetett túrákon kívül az ökoturisztikai kínálatok egyik fontos elemét képezik a garantált időpontokhoz kötött vezetett túrák (meghatározott időpontokra, prospektusokban hirdetett, heti, napi gyakorisággal ismétlődő programok). Ez a szolgáltatás az ökoturizmus szereplői többségének a kínálatában már megtalálható; rendszertelen voltak azonban összefügg a bemutatóhelyek üzemeltetési rendszerével, a szakképzett alkalmazotti létszám hiányával.

4.7 Szervezett programok

Az ökoturisztikai szolgáltatók minden évben szerveznek előre hirdetett, általában egy-egy jeles naphoz kötődő programsorozatot. A látogatók általában a környező lakosság, családok és iskolás gyerekek köréből kerülnek ki. Emellett a civil szervezeteknek és a nemzetipark-igazgatóságoknak vannak rendszeres programjaik (pl. tematikus túrák a Kiskunsági Nemzeti Parkban vagy jelvénygyűjtő túrasorozat a Duna-Dráva Nemzeti Parkban). A programok kialakításakor már több helyen figyeltek arra, hogy ne csak egynapos látogatók érkezenek a területre, hanem egész hétvégére, több napra szolgáló programokat kínáljanak.

Az ökoturizmus egyéb szereplői is egyre inkább szerepet vállalnak a különböző térségi programsorozatokhoz kapcsolódó rendezvényekben is (társszervezői feladatok, helyszínbiztosítás, humán erőforrás rendelkezésre bocsátása, szakvezetések lebonyolítása, stb.). Azonban még mindig kevés az olyan rendezvények száma, melyek a különböző turisztikai szolgáltatók összefogásával kerülnének megrendezésre, és ezáltal színvonalas, tematikus és komplex kínálatot eredményeznének. A turisták igénylik a programokat, és a szálláshelyet, egyéb szolgáltatást gyakran a programokhoz megfelelően keresik.

4.8 Erdei iskola

Az ökoturizmusban kitüntetett szerep jut az oktatásnak, a nevelésnek és a fontos szerepet játszó erdei iskolai oktatási programoknak. A nemzetipark-igazgatóságok, Natura 2000 területek, a civil szervezetek és natúrparkok is kiemelt feladatként kezelik a környezeti értékek szem előtt tartását. Legtöbbször biztosítják az oktatásba bevonható kiépített bemutatóhelyszíneket, szakember által kísért kirándulásokat, bemutatósi feltételeket, körülményeket és esetlegesen a szálláshelyeket is. Azonban nem szabad figyelmen kívül hagyni azok folyamatos fenntartását, az érdeklődők figyelmének lekötését (például audiovizuális eszközökkel, interaktív játékokkal) és ennek érdekében történő fejlesztéseket sem. A fejlesztéseknél érdemes a fenntarthatóság szempontjainak a figyelembe vétele és a tudatos számszerűsítés.

4.9 Szálláshelyek

Az ökoturisztikai szereplők igyekeznek szálláshelyeket is biztosítani a turisták számára, melynek lehetséges okai egyrészt a támasztott igény, másrészt pedig a tartózkodási idő (és ezáltal a fajlagos költség növelése) meghosszabbítása. Az ökoturisztikai szolgáltatók általában a helyi vagy környékbeli szolgáltatókkal közösen elégítik a jelentkező szálláshelyigényeket. A mások által nyújtott szolgáltatások minőségére így csak részben vannak közvetlen hatással. A vendégházak és ifjúsági szálláshelyek férőhelyeinek száma maximum 30-40 fő egyidejű befogadóképességű, de nagyobb csoportok fogadására még nem alkalmasak.

Az oktatási programok szükségessé teszik a bemutatóhelyeknek vagy látogatóközpontoknak a többféle hasznosítását, a kapacitáskihasználtság növelése érdekében (foglalkoztató termek, auditoriumok, interaktív bemutatósi rendszerek, szabadtéri foglalkoztató helyszínek, játékterek). Ezeknek a több funkciós hasznosítása jelenleg még elég alacsony.

A védett természeti területekre érkező vendégek között igen magas a gyermekek és fiatalok aránya, akik elsősorban az alacsonyabb árszínvonalú szálláshelyeket részesítik előnyben. Az igények alapján szükséges lenne az alacsonyabb kategóriájú kereskedelmi szálláshelyek tudatos fejlesztése annak érdekében, hogy az ifjúság neveléshez kapcsolódó iskolai kirándulások, tanulmányi táborok, és erdei iskolák rendszere hosszútávon fenntartható legyen.

4.10 Kereskedelem

A nemzetipark-igazgatóságok, natúrparkok, civilek és a helyi termékek előállítói számára a kereskedelmi termékek (ajándéktárgyak, kereskedelmi forgalomba vonható élelmiszerek) árusítása az ökoturizmusból származó közvetlen bevételforrást jelenthetne. Az ökoturisztikai vonzerők közelében az ajándéküzletek elszórtak, a termékek beszerzésének rendszere még kiforratlan, néhány szolgáltató és igazgatóság saját kezdeményezésben próbálja kialakítani a helyi termékek értékesítésének hatékony módszerét. A jelenleg létező bemutatóhelyeken, illetve látogatóközpontokban általában nem kap kellő hangsúlyt az értékesítés, pedig a turistáknak – még az ökoturistáknak is – a vásárlás az egyik alapvető igénye. A megjelenő igényt pedig gyakran olyan vállalkozók használják ki, akiknek árukészlete, annak minősége a szolgáltatók és az igazgatóságok által nem ellenőrizhető.

Egyelőre a nemzetipark-igazgatóságoknak sem, és más ökoturizmus szereplőnek sem alakult még ki a saját védjegy alatt árusítható egyedi árukínálata („merchandise” termékek), melyre azonban az igény már megvan.

A natúrparkok esetében lehetőség nyílik az öko- és biogazdálkodás termékeinek az értékesítésére, mely a helyi lakosság számára is kedvező helyzetet teremt. Ennek érdekében a helyi gazdálkodók, termelők bevonása, kisebb üzletek, vásárok rendezése hatékonyabbá teheti a jelenlegi együttműködéseket.

4.11 Eszközpark

Jelenleg a turizmus céljait szolgáló felszerelések, eszközök (távcső, kerékpár, kenu stb.) sajnos nem elegendők. Általánosságban elmondható, hogy egyidejűleg egy csoport számára alkalmas felszerelés mennyiség áll csak rendelkezésre. Leginkább kerékpár, barlangi túrafelszerelés és távcső alkotja mindösszesen egy-egy szolgáltató eszközparkját. Az üzemeltetés is sokszor rájuk hárul, azonban más üzemeltető bevonása nehézkes és kevés befektető látja benne az üzleti lehetőséget. Ennek ellenére igyekeznek az ökoturizmus szereplői megtalálni az optimális megoldást, akár más üzemeltető vagy bérbe adás révén.

4.12 Információszoolgáltatás, tájékoztatás és kommunikáció

A turisztikai fogadóképesség alapvető feltétele a látogatók tájékoztatási rendszerének kiépítése. Fontos, hogy a vendégek védett természeti területen belüli mozgása tudatosan irányított legyen, a vendégek minden információhoz a megfelelő helyen, a megfelelő időben és a megfelelő módon jussanak hozzá, a védett természeti területen belüli tájékozódás a lehető legegyszerűbb legyen, a látogatást befolyásoló információk a megfelelő helyen kerüljenek kiírásra. Az információs és irányítási rendszerek kiépítettségének foka térségenként eltérő, kiépítésük folyamatosan zajlik. A feliratozás legtöbbször egynyelvű, ami megnehezíti a külföldiek tájékozódását. A közlekedési csomópontokban, állomásokon, parkolóknál és benzinkutaknál, szállodákban, éttermekben általában nincsenek turisztikai információs anyagok elhelyezve. Minden az ökoturizmusban érintett szolgáltató érdeke, hogy ezeken a helyszíneken, szervezett formában, egységes arculattal rendelkező módon, rendszeres frissítés biztosítása mellett megjelenjenek.

Az irányítási rendszerek fontos pontjai a látogatóközpontok, fogadókapuk és fogadóhelyek, információs pontok, bemutatóhelyek, ahol a vendégek direkt módon kaphatnak információkat a védett természeti területekről. Ezeknek a főbb fogadópontoknak szükséges lenne egy egységes arculati megjelenés kialakítása, mely azonban jelenleg kevés helyen valósult meg. A kölcsönös együttműködés nyilván itt is fontos, hiszen ahogy az ökoturizmus szereplői elvárják a szolgáltatóktól az információközvetítést feljűk, úgy a környező szolgáltatók részéről is természetes igény, hogy ezeken a pontokon a vendégek teljes körű tájékoztatást kapjanak. Az egységes arculat kialakítása nem megkerülhető, a turisták számára egyértelműen beazonosítható természeti értékek és a jellegzetességek hangsúlyozása, elősegíti a pozicionálást és a differenciálást, annak fontos eszköze.

4.13 Szakemberháttér

A nemzetipark-igazgatóságoknál az ökoturisztikai (és egyéb turisztikai) feladatok tervezése, koordinálása a szervezeti rendszerbe való beilleszkedés tekintetében rendkívül változatos képet mutat. Van ahol nevesítve van a tevékenység (Oktatási-idegenforgalmi Osztály, Turisztikai és Oktatási Osztály, Közönségszolgálati Osztály), máshol valamely egyéb osztály szervezeti rendjében (Természetismereti Osztály, Élővilág-védelmi Osztály stb.) tevékenykedik az ökoturisztikai munkatárs. A szervezeti egységek létszáma meglehetősen nagy szórást mutat, hiszen 5 és 64 közé tehető ezek száma. Az ott dolgozó munkatársak általában az ökoturizmus szervezésére felkészült, nyelveket beszélő, felsőfokú szakképesítéssel rendelkező szakemberek. Szintén nagy a szórás az „idegenvezetők”, túravezetők tekintetében. Az Aggteleki Nemzeti Park Igazgatóságnál igen jelentős létszám foglalkozik a barlangi turizmussal (túraszervezés, szállásértékesítés, barlangüzemeltetés), ezeket az embereket viszont nem lehet ökoturisztikai munkatársaként számba venni. Ennek okán a kérdőíves felmérés statisztikai értékelése félrevezető képet mutatna.

A téma alapos ismeretében ugyanakkor elmondható, hogy ma már valamennyi nemzetipark-igazgatóságnál dolgozik magasan kvalifikált szakember, akinek az ökoturizmus a szakmai fő feladata. A dolgok jellegéből adódik, hogy az igazgatóságoknál „összenöttek” az ökoturisztikai és az oktatási feladatok, így a környezeti nevelés, erdei iskolai programok szerves egységet képeznek

az ökoturizmussal. Összességében megállapítható, hogy a nemzetipark-igazgatóságoknál jól felkészült, rendkívül motivált, fiatal szakembergárda foglalkozik az ökoturizmussal. Sajnálatos módon a 2005/2006. évi „létszámleépítések” e szakterületet is érintették, így a jelenlegi létszámmal egyre nehezebben elláthatóak a mennyiségében folyamatosan növekvő és egyre szerteágazóbb szakmai feladatok.

Bizonyos feladatkörök túravezetők által is elláthatóak, így egyre több igazgatóság tart ilyen irányú képzéseket, majd foglalkoztat külső munkatársakat állandó vagy időszakos jelleggel.

A natúrparkok és ökoturizmussal is foglalkozó természetvédő civil szervezetek esetében is nagy a szórás a szakemberháttér tekintetében. E vonatkozásban várhatóan jelentős „rendezőerő” lesz a közeljövőben várható TDM szervezetek kialakulása.

A stratégia véghezvitele során kiemelt figyelmet kell fordítani a szakemberellátásra, oktatásra és továbbképzésre.

4.14 Monitoring

A látogatók részéről a visszajelzések elsősorban személyes visszacsatolások formájában érkeznek. Hazánkban a monitoring rendszerek nem kiépítettek, máig dominálnak a túravezetés során elhangzott vélemény-nyilvánítások, a személyes élménybeszámolók és az e-mailek. A kérdőíves válaszadás és a vendégkönyv eseti, gyakran a válaszadók jótékonyágán múlik ezek megléte. A natúrparkok esetében az egyik leggyakoribb szükséges lépés a monitoring rendszer bevezetése, illetve meglétének említése volt, mely ennek szükségességét támasztja alá.

4.15 Fejlesztendő területek

A magyar ökoturisztikai programkínálat piaci megjelenése nem kellőképpen hatékony. Az ökoturisztikai szolgáltatók egyelőre még nem rendelkeznek olyan kommunikációs-, marketing munkatárral, akinek kommunikációs csatornák kialakítása és a marketing stratégiának a megalkotása lenne a feladata.

Az ökoturizmuson belül a legfontosabb fejlesztési területnek a - kérdőív által megkérdezett - szakemberek véleménye alapján a hatékonyabb marketing, az ökoturisztikai szolgáltatások számának növelése és a munkatársak nyelvtudásának bővítése bizonyult. A fenntartható fejlődés szempontjából egyértelműen a környezettudatos nevelést és a környezetvédelmet tartják a legfontosabbnak a megkérdezettek. A környezettudatos nevelés megfelelő módszertanának kidolgozása a jövőben az egyik legjelentősebb feladat és kihívás az ökoturizmusban és az oktatásban egyaránt.

Az egyéb turisztikai szolgáltatások színvonala – szintén az ökoturisztikai szolgáltatók megítélése alapján – meglehetősen alacsony, ez alól kivételt képeznek a madármegfigyelő helyek és a (kapcsolódó, közeli) települések szolgáltatásainak színvonala. A rendezvények, programok, a kerékpárutak, és a szálláshelyek színvonala kívánja meg azonban a legtöbb fejlesztést, mely a jövőben prioritást érdemel.

Az ökoturisztikai fejlesztéseknek a természetvédelem érdekei mellett biztosítania kell azt is, hogy a kínálat minél szélesebb körű legyen, annak érdekében, hogy a látogatók elégedettsége minél teljesebb lehessen, a látogatás pedig értékes tapasztalatokkal és élményekkel gazdagíthassa a látogatót. Ahhoz, hogy a kínálati elemek megfeleljenek a turisták igényeinek - hiszen más turistáktól részben eltérő motivációkkal érkeznek az ökoturisták – figyelmüket a környezeti nevelés eszközeivel kell a környezettudatosság témaköre felé irányítani. Hazai viszonyaink közepette nagyléptékű fejlesztések esetén a nemzeti park szervezetének és menedzsmentjének megkerülhetetlen szerepe kell legyen. Erre részben már ma is alkalmasak, hiszen az egyes térségekben fellelhető vonzerők és attrakciók természetvédelmi kezelői a turisztikai termékeknek, és e mellett a nemzetipark-igazgatóságok munkatársai alapját képezhetik és részei lehetnek a regionális desztináció menedzsment struktúrák létrehozásának és működtetésének, hozzájárulva

ezzel a térség fenntartható fejlődéséhez. Azonban az ökoturizmus sikerességéhez alapvetően a kínálati szereplők és a szolgáltatók együttműködésének (közös programok, rendezvények, közös marketing és piaci megjelenés stb.) megléte kell nyújtsa a megfelelő alapot, mely nélkül a további fejlesztések elképzelhetetlenek.

5 HAZAI TURIZMUS RENDSZERE

A hazai ökoturizmus kínálata egyre inkább többszereplőssé válik. Kezdetben, jellemzően a nemzetipark-igazgatósági ökoturisztikai kínálat uralta a piacot s kétségtelen, hogy e területen óriási fejlődés ment végbe az elmúlt tíz évben a vonzerő-bővítés, a fogadási feltételek kialakítása, fejlesztése terén. Megjelentek ugyanakkor az „egyéb” ökoturisztikai szolgáltatók is úgymint a natúrparkok, természetvédelmi civil szervezetek, erdei iskolák, önkormányzatok, vállalkozók.

Egyelőre azonban viszonylag kevés információ áll rendelkezésre a hazai lakosság ökoturizmussal kapcsolatos szokásairól, ami nem meglepő, hiszen ezen turizmusforma a kezdeményezések ellenére csak most kezd teret hódítani Magyarországon.

A fejlesztési stratégia végrehajtása során feltétlenül számolni kell ezek szerepével, a kínálat összehangolásával és a TDM elvei mentén olyan megoldások kialakításával amely jelentős térségfejlesztő tényezővé emeli az ökoturizmust.

Célszerűnek látszik (a fejlesztési stratégiai elkészültét követően) egy az ÖTM és a KvVM által felügyelt Ökoturizmus Bizottság (tárcaközi bizottság) létrehozása a megvalósítás konkrét feladatainak összehangolása, az átfedések megszüntetése, a regionális tervezés és fejlesztés komplexitásának biztosítása, a pénzügyi források megszervezésének és elosztásának racionalizálása, a nemzeti marketing és a nemzetközi piacon való megjelenés biztosítása, stb. céljából.

Koordinált, céltudatos tervezéssel és fejlesztéssel kialakított komplex ökoturisztikai kínálat (együtt a kapcsolatos területekkel (gyógy-, lovas-, kulturális-, gasztronómiai-, bor, stb. turizmus)) valóban „stratégiai termék” lehet.

A „Pannonicum”, mint öko-geográfiai régió olyan természeti értékekkel rendelkezik, amelyek az EU területén egyedülállóak. Az erre alapozott turisztikai termékfejlesztés és piaci megjelenés – a természet megőrzésének prioritásával – nemzeti érdek.

Magyarország területének jelenleg mintegy 10 % áll természetvédelmi oltalom alatt. A védett területekhez kapcsolódó feladatokat jelenleg 9 nemzetipark-igazgatóság – majd 2008. április 1-től ismét 10 nemzetipark-igazgatóság - látja el, melyek illetékességi területe az egész országot felöleli.

A nemzetipark-igazgatóságok, mint közfeladatokat ellátó állami szervek, a természetvédelem területén igen szerteágazó tevékenységet folytatnak, mely feladatok azonban alapvetően két fontos témakörbe sorolhatók: egyrészt természet-megőrzési és élővilág-védelmi feladatokat látnak el, melyhez az ellenőrzés, kutatás, nyilvántartás egyaránt hozzá tartoznak. Másrészt viszont a nemzetipark-igazgatóságok fontos közfeladata a bemutatás, az ismeretterjesztés, a környezeti nevelés és tudatformálás. A környezeti nevelés a következő generációk környezettudatosságának a letéteményese, ezért is fontos a megfelelő szintű ismeretterjesztés a természetvédelem szakemberei részéről.

Összességében tehát elmondható, hogy a korszerű nyugat-európai irányvonalnak is megfelelően a nemzetipark-igazgatóságok küldetése a bemutatva megőrzés elvén – fenntarthatóan, a természeti értékek fenntartását biztosítva - kell, hogy alapuljon, hiszen nincs fenntartható természetvédelem bemutatás, környezeti nevelés és szemléletformálás nélkül.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia nemzeti szintű prioritásai között ugyan kiemelten nem szerepel az ökoturizmus, azonban az örökségturizmuson belül, mint az örökségturizmus egy fontos szegmenseként szerepelnek a nemzeti parkok. Az örökségturizmus részeként kiemelt cél a világörökségi helyszínek, valamint – az átfedésekre tekintettel – a nemzeti parkok turisztikai termékévé fejlesztése. A nemzetipark-igazgatóságok turizmusával a „cél az, hogy a tervezési időszak végére az adott terület teherbíró képességét figyelembe véve minden világörökségi helyszínen és nemzeti parkban kialakításra kerüljön egy látogatóközpont, amely alkalmas többek

között kiállítások és rendezvények szervezésére is, megvalósuljon a nemzeti parkok lakosság- és turistabarát működése, a „barátságos természetvédelem”. (NTS)

Az NTS SWOT analízise az ökoturizmus kínálatát az alábbi helyeken jelzi a „Erősségek” részében:

- A sokszínűségünkből fakadó egyediség
- Gazdag hagyományokra, különböző korszakok örökségeire építő kulturális adottságok
- Az ország nagy részén megtalálható aktív turizmushoz (lovasság, golf, kerékpáros, vízi, természetjárás) kapcsolódó szolgáltatások és létesítmények megléte
- Ismert magyar gasztronómiai hagyományok
- Emberi beavatkozás hatásaitól kevésbé érintett természeti környezet, védett területek (nemzeti parkok, természetvédelmi területek)
- Világörökségi helyszínek

A SWOT analízis szerint számos lehetőséget rejt magában az ökoturizmus:

- Emelkedik az olyan különleges, egyedi turisztikai termékek iránti érdeklődés, amelyek terén Magyarország kedvező adottságokkal rendelkezik
- Nő a természetjárás szerepe az egészségmegőrzésben, fiatalok szemléletformálásában
- Növekvő igény a kulturált településképre, környezetre
- Egészség-, és környezettudatosság terjedése
- A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában a másodikként kiemelt turisztikai termék az örökségturizmus. Ezen belül megkülönbözteti a kiemelt termékek és a regionális jelentőségű termékek körét.

Az NTS 2006. januárjában jóváhagyott intézkedési tervében rögzítettekből csak címszavakban kiemelve:

- emberközpontú és hosszú távon jövedelmező fejlődés
- attrakciófejlesztés
- fogadási feltételek javítása
- kisvasutak turisztikai hasznosítása
- kerékpárút-rendszer, vízi turizmus, vízi közlekedés fejlesztése
- emberi erőforrás-fejlesztés
- desztinációmenedzsment
- a turizmus fenntarthatósága, az ezt segítő indikátorok kidolgozása, stb.

Az akciótervben a turista fogadás feltételeinek javítása prioritáson belül az ökoturisztikai helyszínek kerékpárral való megközelíthetőségének javítása szerepel.

A turizmusfejlesztés szempontjából a területi prioritások között kijelölésre kerültek a speciális természeti adottságú területek, azaz: „a nemzeti parkok, tájvédelmi körzetek, kultúrtájak, natúrparkok, összefüggő tájegységek, amelyek karakterükben ökoturisztikai jellegűek, ugyanakkor más hálózati elemként is megjelenő turisztikai szolgáltatások helyszínéhez közvetlenül

kapcsolódnak.” A hatékony turisztikai fejlesztéseknek alapja itt is a térségi szakmai szervezeti háttér, az egyes jellemző termékelemek hálózatba szervezése.

Az ökoturizmus fejlesztésének alapjaként feltétlenül szükséges nagyon röviden áttekinteni a hazai természetvédelem turisztikai tevékenységének közelmúltbéli, legfontosabb eseményeit, dokumentumait:

- A nemzeti parkok tudatos, célirányos és módszeres turisztikai fejlesztése 1998-ban kezdődött meg. A környezetvédelmi tárca céllelőirányzatának és egyéb pályázati lehetőségeknek köszönhetően jelentős termékfejlesztések és beruházások történtek.
- A jogszabályi háttér kellő megalapozottságot adott a szándékolt fejlesztésekhez (a pénzügyi lehetőségek más kérdés):
 - Az 1996. évi LIII. Tv. A természet védelméről
 - A 211/1997. (XI. 26) Korm. Rendelet a környezetvédelmi felügyelőségek, valamint a nemzetipark-igazgatóságok feladat és hatásköréről, továbbá a Környezet és Természetvédelmi Főfelügyelőségről.
 - A 132/2003-as (XII. 11.) OGY határozat a 2003-2008 közötti időszakra szóló Nemzeti Környezetvédelmi Programról.
 - A 35/1998 (III. 20.) OGY határozat az Országos Területfejlesztési Konceptióról

A 211/1997 (XI.26.) sz. Kormányrendelet kimondja, hogy „Az igazgatóság állami feladatként ellátandó alaptevékenysége körében... természetvédelmi bemutató, ismeretterjesztő, oktatási célú, valamint idegenforgalmi létesítményeket tart fenn és működtet, közreműködik természetvédelmi kutatási, oktatási, nevelési és ismeretterjesztési tevékenységekben”

A fenti rendeletet többször módosították, majd a 276/2005. (XII.20.) Kormányrendelet megszüntette a KvVM háttérintézményét, amelynek feladatai között szerepelt hogy: „(3) A természetvédelmi szakterület tekintetében ... e) ellátja a fenntartható turizmus fejlesztésével kapcsolatos környezetvédelmi és természetvédelmi feladatokat” A nemzetipark-igazgatóságok tekintetében megmaradt a korábbi passzus. (15 § e) pont).

A 347/2006. (XII.23.) Kormányrendelet 37 §-a taglalja a Nemzeti Park Igazgatóságok feladatait és ezek között **nem** szerepel a korábbi jogszabályokban állami alapfeladatként megjelölt turisztikai tevékenység. Ez a további intézkedések tekintetében átgondolandó.

- Fontos szakmai szervezetek, események dokumentumai határozták meg a fő irányokat:
 - A „Budapesti Nyilatkozat” az 1996 évi budapesti NATUREXPO-n rendezett nemzetközi konferenciáról
 - Előterjesztés a Kormány részére az ökoturizmus fejlesztési programjáról (GM és KÖM közös tervezete, 2002.)
 - Az Ökoturizmus Nemzetközi Évét záró Quebec-i Nyilatkozat (2002.)
 - Az Országos Idegenforgalmi Bizottság 1/2004 állásfoglalása az ökoturizmus helyzetéről.
 - Az Európai Turizmus Fórum 2004. zárónyilatkozata
 - A Nemzeti Fejlesztési Terv I.
 - Új Magyarország Fejlesztési Terv
- Jelen stratégia megalkotása során figyelembe veendőek:

- A KvVM elkészítette „A természetvédelem turisztikai koncepciója” c. tanulmányt (2004. dec.), amely szerteágazó helyzetfelmérést követően meghatározta az ökoturisztikai jövőképet és a fejlesztési feladatokat, amelynek fő irányai és eszközzrendszere a következők:
 - „Egymásra épített stratégiai tervezés” megvalósítása
 - Magas színvonalú ökoturisztikai kínálat létrehozása a védett természeti területeken
 - Az ökoturizmus humán-erőforrás oldalának fejlesztése
 - Az ökoturizmus működési környezetének fejlesztése
 - Marketing- és kommunikációfejlesztés
- A környezetvédelmi tárca „Barátságos természetvédelem” programjában (2005. február) kiemelten szerepel:
 - „... több nemzeti park meghatározó szerepet játszik a térségben és már betölti azt a szerepet, amit a többieknek szánunk.”
 - „... a nemzeti parkok elsődleges feladata a természeti értékek őrzése, gazdagítása, miközben biztosítják a megismerés, bemutatás, kutatás és rekreáció feltételeit.”
 - „... folyamatosan javítani, bővíteni kell a nemzeti parkok nyújtotta szolgáltatásokat”
 - „... a látogatás lehetőségeinek megteremtése, ill. fejlesztése szükséges”
 - „egységes arculat kialakítása szükséges”

5.1 Turisztikai trendek itthon és a nagyvilágban – az ökoturizmus fejlesztésének létjogosultsága

A World Tourism Organisation (WTO) előrejelzése szerint az elkövetkezendő 10 évben a nemzetközi turisztikai érkezések száma elérheti az 1 milliárdot, ami újabb tíz év alatt csaknem megduplázódhat: 1.600 millióra növekedhet. Ennek köszönhetően a nemzetközi turisztikai bevételek 2010-ben meghaladhatják a 620 milliárd dollárt, 2020-ban pedig az 1.500 milliárd dollárt is. Magyarország helyzete nem egyedülálló tehát a világban: a turizmus számtalan területen az egyik legjelentősebb bevételi forrássá válik, és egyre jelentősebb mértékben járul hozzá a GDP-hez. Magyarország az EU-hoz való csatlakozás által a világ legnagyobb turisztikai piacának részévé vált, úgy küldőként, mint fogadó piacként.

Igazodva a világtrendekhez, hazánkban is megvan a lehetősége annak, hogy a turizmus az eddigiekhez képest nagyobb szerepet kapjon a nemzeti jövedelem termelésében és a gazdaság motorjává váljék. Európában elfoglalt földrajzi helyzetünk, a Pannon ökogeográfiai régió természeti adottságai, gazdasági-, társadalmi viszonyaink ehhez jó alapot jelentenek.

A természet- és egészségorientált utazások a keresleti elemzésből láthatóan növekvő tendenciát mutatnak. A lakóhelyhez közeli úti célok választási gyakoriságának emelkedése különösen fontos Magyarországra nézve. Egyrészt azért, mert a hazai ökoturizmus számos létező, de ezidáig még kihasználatlan tartalékkal rendelkezik. Másrészt azért, mert Magyarország legfontosabb küldő piacairól, valamint a környező országokból a vendégek akár néhány óra alatt eljuthatnak a magyarországi helyszínekre. A növekvő számban érkezők igényeire felkészülve a tartózkodási idő meghosszabbítása és egyben a magasabb fajlagos költség elérése érdekében újszerű, színes programválasztékot kell létrehozni, amire az ökoturizmus – a maga különleges kínálatával – kiválóan alkalmas.

A belföldi turisták részaránya – noha már vannak kiadványok, honlapok, ismertetőik és rendezvények, ahol az ökoturizmus programjai megjelennek – alatta marad az elvárhatónak. Ezt számos más ok mellett a belföldi vendégek gazdasági helyzete mellett a környezettudatos gondolkodás viszonylagos hiánya jelenti.

A turizmus fejlesztése – összhangban a különféle kormányprogramokkal, a NTS-val és az ÚMFT-vel – különleges kihívást, egyben hatalmas lehetőségeket jelent a nemzeti parkok, és a természeti értékek „kezelői” részére. A növekedésközpontú és haszonelvű gazdaságirányítás által elvárt növekedésnek azonban korlátai vannak. E korlátok különösen markánsan jelennek meg a természeti és kulturális vonzerőkre alapozott örökségturizmus esetében ahol a turizmus jövőjének a záloga a fenntartó módon történő hasznosítás.

Ma már alapvető követelmény, hogy a turizmus egyaránt kell, hogy legyen környezettudatos és marketingszemléletű. Környezettudatos, mert a fenntarthatóság megköveteli a természeti vonzerő hosszú távú megővését és marketingszemléletű, hiszen egy rendkívül dinamikus piacon versenyhelyzetben kell helytállni. Fenti elvárásoknak fokozatosan érvényesülniük kell a nemzeti parkokba irányuló forgalom esetében, legyen az ökoturizmus vagy tömegturizmus (hiszen számos esetben a tömegturizmusnak is színterei a parkok). A nemzeti parkos menedzsment részéről a környezettudatosság evidencia, a marketingszemlélet érvényesítésében viszont hatalmas probléma, hogy költségvetési szervként kell piaci versenyben megméretettni. E helyzet feloldása kormányzati döntést igényel.

Sajnálatos tény ugyanakkor, hogy a fogadási feltételek tekintetében jelentős versenyhátrányban vagyunk a környező – velünk együtt csatlakozó országokhoz (mint Csehország, Szlovákia) képest is, akár a kerékpár-út hálózat, akár a turisztikai információrendszer, akár a turista-szabályozás területén. S akkor még nem beszéltünk a hatalmas turisztikai tartalékokkal rendelkező Romániáról, Bulgáriáról és Horvátországról. Gyors beavatkozás szükséges országunk ökoturisztikai fejlesztése ügyében, hiszen ellenkező esetben több évre lemaradunk a területen.

Az elkövetkező években nemzetközi szinten is jelentős változások figyelhetők meg. Elsősorban szemléletbeli változást a turisták részéről, mert egyre környezettudatosabbá és az értékek megőrzésére nyitottabbá válnak. Ez maga után vonja a lehetőségét annak, hogy ezt a viszonylagos nyitottságot kihasználva az ökoturizmus jelentős lépéseket tegyen. Nemcsak a környezeti nevelésben érhetőek el eredmények, hanem a látogatottságban és a turisták attitűdjében (pl. növénygyűjtés) is kedvező változások indultak el.

Az ökoturizmus területén is az unikális értékek hangsúlyozásával csalogathatóak egy adott desztinációra a turisták. Ennek oka a turizmusban bekövetkezett változásokban keresendő. Az eddig leginkább népszerűnek számító 4S területek (mint például a mediterrán országok) egyre inkább veszítenek „varázsukból” és a látogatók az eddig el nem érhető, vagy kevésbé látogatott területeket (pl. Ázsia, Kelet-Európa) kezdik felfedezni maguknak.

Az egzotikum szintén elvárás, a más keresése, intenzív élmények gyűjtése a legfőbb motiváció egy-egy utazás alkalmával. Ha a hazai viszonyokat tekintjük, a belföldi turizmus jelentősen megnőtt - köszönhetően többek között az üdülési csekknek – melynek hatásai az ökoturizmusban is érezhetőek és itt nem kizárólagosan a megnövekedett forgalom esetén, hanem az érdeklődők eltérő motivációjában is. Azaz a tanulási és megismerési vágyban, a környezet felfedezése utáni ingerekben. Ezért az interpretáció és a bemutatóhelyek élményszerűségével a turisták többsége megnyerhető és visszacsalogatható.

A látogatói összetételben is változások figyelhetők meg. Már nem csak az ifjúság és a családok a főszereplői a turizmusnak, hanem egyre nő azoknak a fiataloknak, középkorúaknak és nyugdíjasoknak a száma, akikre jellemző a felsőfokú végzettség, városban élnek és a jövedelmük is magasabb. Gyakran jelennek meg csoportosan, baráti társasággal.

Az egészséges életmód terjedésével az ökoturizmus számára további lehetőségek nyílnak meg. Egyre többen vágnak a városokból a szabadba, kirándulni, túrázni és sportolni. Kellő rugalmassággal és felkészültséggel (pl. eszközpark) szintén számos lehetőség kiaknázható.

6 ÚMFT KAPCSOLÓDÁSI PONTOK

Az Új Magyarország Fejlesztési Terv az „ökoturizmus” szót nem tartalmazza, ám több fejezetben tesz szerepére és jelentőségére pozitív utalást. Az ökoturizmus szerteágazó jelentőségét, több területhez való kapcsolódását bizonyítja, hogy a természeti értékek turizmusának fejlesztését tartja az egyik megoldásnak mind a rurális térségek fejlesztése, mind a környezet fejlesztése, az egészségtudatos oktatás-nevelés kapcsán.

A rurális térségek területileg integrált, fenntartható fejlesztése kapcsán a Terv támogatja az alacsony népességű központi településsel rendelkező, alacsony népsűrűségű rurális (vidéki) térségekben – a fenntartható fejlődés szempontjainak figyelembe vételével – az újjáéledő helyi társadalmak kezdeményezéseire alapozva a helyi, térségi adottságokra építő termékek és (turizmust kiszolgáló) szolgáltatások integrált fejlesztését. A vidéki térségek fejlesztése az egyes ágazati és regionális fejlesztéseken, valamint az agrár-vidékfejlesztésen átívelő, integrált beavatkozásokat igényel, ennek megfelelően a beavatkozások egy része az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alapból valósulhat meg. A vidéki térségek megújulási lehetőségei a különböző adottságú területeken eltérőek. Ezért szükséges a természeti, táji és kulturális értékekben gazdag területeken a helyi értékek és erőforrások fenntartható helyi, térségi kiaknázása a térségfejlesztés, természet- és örökségvédelem valamint a turizmus szoros együttműködése révén.

A Terv nagy hangsúlyt fektet az elmaradott kistérségeknek és a nehezen elérhető perifériáknak – ahol a természeti értékek többsége fennmaradt - hogy bekapcsolódhassanak az ország gazdasági-társadalmi vérkeringésébe. Ezekben a területeken a lakosság, különösen a képzett csoportok helyben tartása, a foglalkoztatás bővítése, a megfelelő életkörülmények infrastrukturális feltételeinek javítása és a közszolgáltatások jobb elérhetősége érdekében terveznek beavatkozásokat – többek között a turizmus – ökoturizmus – fenntartható módon való fejlesztése révén.

A turizmus kiemelt térségfejlesztő hatása miatt a területi felzárkózást is szolgálja. A helyi erőforrások felhasználása, munkahelymegtartó és – teremtő hatásai révén kedvező folyamatokat indíthat el térségi szinten. A fejlesztésekkel összehangolhatók a gazdasági és társadalmi érdekek (termál és gyógyvízre alapuló, kulturális fejlesztések, világörökségek, nemzeti parkok megélénkítése, szervezet és emberi erőforrás fejlesztés, információs infrastruktúra kialakítása).

A turisztikai fejlesztések elsősorban régióspecifikusan valósulnak meg, de a gazdaságfejlesztés programjai, így közvetve más operatív programok is kedvező hatásokat gyakorolnak rájuk (pl. közlekedési fejlesztések). Mivel a természeti környezet fejlesztéséről, látogató-baráttá tételéről beszélünk, fontos a környezet – mint élettér, mint vonzerő – megóvása. Az ÚMFT ezért támogatja a környezeti szempontból veszélyeztetett térségekben a komplex táj- és környezet-rehabilitáció, a víz- és tájgazdálkodás, illetve az ár- és belvízvédelem érdekében integrált, ágazatközi fejlesztések és rehabilitációs programok kidolgozását és végrehajtását.

Vizeink jó ökológiai állapotának helyreállításáért vízvédelmi, térségi vízvisszatartási-, pótlási és vízrendszer-rehabilitációs fejlesztések (komplex vízvédelmi beruházások, síkvidéki vízrendezés) megvalósítása a cél, vízfolyások, tavak, mellékágak, holtágak fejlesztésével, és a felszín alatti vizek szennyezésének megelőzésével.

A Natura 2000 programba bevont területeken a gazdaságot és az infrastruktúrát természetvédelmi szempontok szerint kell átalakítani, a területhasználat során az ökológiai magterületeket és folyókat kiemelten kell védeni, és környezetbarát termelési rendszereket kell kialakítani.

A lentebb felsorolt pályázati lehetőségek rövidített verzióban kerülnek bemutatásra, hiszen a pályázati kiírások és felhívások a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség honlapján hozzáférhetőek. Itt

elsősorban arra szeretnénk felhívni a figyelmet, hogy jelen pályázati rendszerben elsősorban mely tevékenységek részesülhetnek támogatásban és melyek a régiónkénti eltérések.

6.1 Pályázati források

Az ÚMFT-t megelőző pályázati források elsősorban a látogatóközpontok és bemutatóhelyek kialakítására irányultak; továbbá szálláshelyek kialakítása és felújítása valósul meg az akkori forrásokból. Több esetben az ökoturizmus az aktív turizmussal együttesen került feltüntetésre, azonban célszerű a későbbiekben a speciális fejlesztési szükségletek miatt külön szerepeltetni az ökoturizmust.

Az ÚMFT Regionális Operatív Programjaiban kiírásra került pályázatok többségénél szintén a bemutatóhelyek (tanösvények, madármegfigyelő helyek stb.) és látogatóközpontok létesítése, fejlesztése és az azokhoz kapcsolódó infrastruktúra kialakítása dominál támogatható tevékenységként. Azonban érdemes a későbbiekben a hangsúlyokat a mennyiségi kialakítástól a minőségi fejlesztések, a már meglévő vonzerők, attrakciók színvonalának növelésére (pl. interaktív szemléltető játékok, eszközpark fejlesztése) és a piacra jutás elősegítése felé eltolni. Pontosabban: a már meglévő attrakciók és vonzerők minél élménydúsabb bemutatására, az interpretációs eszközök beszerzésére, az eszköztár (technikai, műszaki) felújítására, modernizálására forrásokat rendelni.

Továbbá a marketing nagymértékben hiányzik a pályázati lehetőségek köréből, pedig a kiadványok, a vásárokon és kiállításokon való részvétel, a honlap és egyéb kommunikációs lehetőségek szükségessége és elengedhetetlen volta ismert. Az ökoturisztikai szereplők számára ezekben is érdemes támogatást nyújtani.

Említeni szükséges továbbá a szakemberek képzésében való aktívabb közreműködés is, hiszen a továbbképzések és a nyelvi képzések is hozzájárulnak a látogatóbarát működéshez és üzemeltetéshez. A színvonalas rendezvények, programok a jövőben hangsúlyosabb szerepet kell kapjanak, támogatottságuk szintén nem kellő mértékű. A különféle szervezetek közötti együttműködések ösztönzése a pályázati kiírásokban még nem jelentkezik, érdemes a továbbiakban ezekre is hangsúlyt helyezni.

Régióként eltérő keretösszegek kerülnek szétosztásra, a Közép-Dunántúl és az Észak-Alföld számára lett a legtöbb forrás odaítélve. A támogatás intenzitás pályázonként változó, de a legtöbb esetben eléri a 85 %-os mértéket.

A jelenlegi pályázati lehetőségeket a **2.sz Melléklet** foglalja össze.

6.2 Megvalósult beruházások tapasztalatai

Az Operatív Programok keretein belül számos ökoturisztikai beruházás valósulhatott meg. Néhány, a közelmúltban megvalósult beruházás alaposabb megismerésén keresztül igyekeztünk feltárni a működtetés, üzemeltetés és fenntartás módját, valamint a továbblépési lehetőségeket. A felkeresett helyszínek az ország különböző régióiban találhatóak, eltérő adottságokkal és lehetőségekkel, azért, hogy minél szélesebb körűek lehessenek a tapasztalatok.

Szolnoki Parkerdő ökoturisztikai fejlesztése

Régió:	Észak-Alföld
Település:	Szolnok
Kedvezményezett:	NEFAG Nagykunsági Erdészeti és Faipari Zrt.
Pályázati összeg:	33 856 556 Ft
Beruházás teljes összege:	67 713 113 Ft
Projekt indulása:	2006.06.14.

Projekt befejezése: 2007.08.27.

Pályázat címe: A Szolnoki Parkerdő ökoturisztikai fejlesztése, egyedi tájértékek turisztikai célú bemutatására alkalmas többfunkciós bemutatóterek, valamint természeti és tájvédelmi tematikájú szolgáltató létesítmények kialakításával.

Megvalósult:

- A Széchenyi Parkerdőben, szabadtéren
 - 125 ha-on turista úthálózat kiépítése (sétáló-, kerékpáros-, lovas útvonal)
 - erdei tornapálya 900 m hosszan
 - szabadidő és sportterületek kialakítása 1,2 ha-on (asztalok, padok, hulladékgyűjtők, információs táblák)
 - esőbeállók
 - játszótér
 - parkoló kialakítása személygépkocsik és autóbuszok számára
- Az Erdei Művelődési Ház felújítása
 - Tetőtér hőszigetelése, a héjazat cseréje
 - Az épület környékének csapadékvízmentesítése
 - Akadálymentesítés (feljáró rámpa, akadálymentes mosdók kialakítása)
 - Földszinti helységek burkolatcseréje
 - 50 fő számára egyidejűleg melegítő konyha kialakítása az iskolai csoportok étkeztetésének biztosítása céljából

Megállapítások

A Parkerdőben már korábban is működő Erdei Művelődési Ház és Vadaspark térségében az elnyert pályázati támogatásból olyan – példaértékű – beruházás valósult meg, amely jelentősen bővítette a szolgáltatások körét és színvonalát, javította a fogadási feltételeket, a korábbinál komplexebb kínálatot biztosítva az oda látogatóknak.

Az erdészet küldetésével összhangban fontos szempont volt a környezeti nevelés, a környezettudatosság fokozása az erdei iskolai programok és egyéb szolgáltatásaik révén. Kiemelten fontos része a beruházásnak, hogy az erdei iskola programhoz kapcsolódóan biztosítani tudják a szállást és étkeztetést (az országban több helyen ennek hiánya alapvető nehézség). Korábban nem volt meleg étkeztetési lehetőség és kizárólag a Vadaspark melletti nyitott színtetőterében tudtak szállást biztosítani (matracos, hálósákos, kizárólag nyári időszakban) 20 fő részére. A projekthez kapcsolódóan az erdészet saját erőből valósította meg a téli szálláshelyet (az ún. rönkházban, 22 fő részére, megfelelő vizesblokkal ellátva). Jelen állapotban 40-50 fő részére biztosított a melegkonyhai étkezés és szállás.

Az üzemeltetést mindössze 4 fő látja el (2 fő környezeti nevelő pedagógus és 2 fő technikai személyzet). Szükség esetén az erdészet más szakterületen dolgozó munkatársai is besegítenek.

Megoldandó feladatok, nehézségek:

A gazdaságos üzemeltetés, az erdészet igyekszik a „nullszaldós” eredményhez közelíteni, de az erdészetnek e tevékenysége sokkal inkább közjóléti szolgálat, mint jövedelemtermelő tevékenység.

További fejlesztési elképzelések:

A Széchenyi Parkerdőben a közjóléti fejlesztéseket nem kívánják fokozni (eltekintve néhány kisebb kialakítástól (például szabadtéri WC-k felállítás), hanem a meglévő lehetőségek maximális kihasználására törekednek. A későbbiekben a NEFAG Zrt. más parkerdőinek és területeinek (pl. arborétumainak) közjóléti fejlesztését kívánják megoldani.

Kardosfai ökoturisztikai és konferencia központ létesítése

Régió:	Dél-Dunántúl
Település:	Zselickisfalud
Kedvezményezett:	Somogyi Erdészeti Zrt.
Pályázati összeg:	136 000 682 Ft
Beruházás teljes összege:	293 738 000 Ft
Projekt indulása:	2006.05.25.
Projekt befejezése:	2007.09.27.

Pályázati cím: Ökoturisztikai és konferencia központ létesítése

Megvalósult:

23 szobás, 48 férőhelyes, 3*-os hotel, úszómedencével, wellness résszel (jakuzzi, szolárium, szauna, kondicionáló terem), étteremmel és 55-60 fős rendezvényteremmel. Burkolt kültéri parkoló, a kertben egy filagória és tenispálya áll a vendégek rendelkezésére.

Megállapítások:

A Zselici Tájvédelmi Körzetben, rendkívül szép természeti környezetben, Kaposvártól alig 20 km-re egy látványos, környezetbe illő, igényesen kivitelezett 3 *-os hotel épült. A szálloda Zselickisfalud településtől 6,2 km aszfaltburkolatú úton közelíthető meg. Kardosfapuszta 1982-től 2006-ig (a beruházás kezdetéig) 21 fő elszállásolására alkalmas vadászház működött, kiszolgáló a kitűnő nagyvad állománnyal rendelkező SEFAG Zrt. vadász vendégeit. A beruházás jelentős minőségi változást és szolgáltatásbővülést jelentett. Ugyan nevében – Hotel Kardosfa *** - Ökoturisztikai és Konferenciaközpont, de a természeti környezeten kívül más kapcsolódási pont nincs az ökoturizmussal. Ez egy igényes szálloda beruházás. A létesítmény területén nem működik erdei iskola, nincs ifjúsági szálláshely (vagy táborozásra alkalmas hely), a bakancsos turisták számára valamilyen elkülönített pihenőhelyiség. A DDNPI-hoz tartozó védett természeti területen (Zselici TK) fekszik, nincs kapcsolatuk a nemzetipark-igazgatósággal (aki az ökoturizmus területén meglehetősen aktív). A hotel rendelkezik 10 db saját kerékpárral és szükség esetén lovasfogat is a vendégek rendelkezésére áll.

A hotel 2007. szeptember 27-én nyitott, így különösebb üzemelési tapasztalatokról még korai lenne bármit is mondani. Az érdeklődés várakozáson felüli, 20-30 % körüli a kihasználtság, de volt olyan hónap is amikor elérte a 40 %-ot is. A vendégkör még nem alakult is, szeptember-január között a forgalom 10 %-át adták a vadászvendégek.

A létesítmény 23 fő számára biztosít munkát. Mivel a hotel egyes paraméterei vonatkozásában a 4*-os minősítésnek is megfelel, a SEFAG Zrt. a későbbiekben szeretné a magasabb kategóriába sorolni. Az árak már ma is erre utalnak (2 ágyas szoba, erkéllyel 85 euro/éj).

Egy erdőgazdaság területén, védett természeti környezetben megvalósuló „öko” címkével ellátott beruházás esetében talán célszerűbb lett volna valamilyen megújuló alternatív energiaforrás hasznosítása (a fűtés – beleértve az uszoda vizének felfűtését is – 3 gáztartályról van biztosítva, ami – a téli időszakban – elérte az 1 millió forintot havonta). Marketing kommunikációt a SEFAG Zrt. központja szervezi, a forgalomban meghatározó az internet szerepe.

Az ipolytarnóci ősvilági Pompeji turisztikai fejlesztése

Régió:	Észak-Magyarország
Település:	Ipolytarnóc

Kedvezményezett:	Bükk Nemzeti Park Igazgatóság
Pályázati összeg:	500 566 922 Ft
Beruházás teljes összege:	513 401 971 Ft
Projekt indulása:	2005.09.17.
Projekt befejezése:	2007.09.

Pályázat címe: Az ipolytarnóci ősvilági Pompeji turisztikai fejlesztése, a bemutatási infrastruktúra modernizálása

Megvalósult:

- a fogadóépület átépítése
- geológiai tanösvény akadálymentesítése
- parkoló megnagyobbítása és burkolattal való ellátása
- szennyvízkezelés megoldása
- vizesblokk építése
- interpretációs eszköztár bővítése
- konferencia terem kialakítása
- ajándékbolt helyének kialakítása

Megállapítások:

A szlovák határ menti eldugott kis falu határa igazi világszenzációt rejt – a lábnyomos homokkő lelőhelyet. A Világörökség várományos, Európa Diplomás attrakció megérdemli, hogy szakmai rangjához méltóan, európai színvonalon legyen bemutatva. A völgy kiszélesedő részén megépített tágas parkoló és különleges architektúrájú fogadóépület megteremti ennek a lehetőségét. Növeli a látványértéket és a kuriozitást, hogy az épület előtt lett kiállítva a tavaly nyáron Bükkábrányban feltárt mocsári ciprus maradványok egy része. Az épületen belül 200 fős konferenciaterem és 4 dimenziós mozi lett kialakítva. Mód van ajándékbolt üzemeltetésére is. Megtörtént a geológiai tanösvény mentén elérhető régi bemutató épületek akadálymentesítése, a felső épületben pedig 3 dimenziós kivetítés segítségével „elevenednek meg” a lábnyomaik alapján rekonstruált ősszállatok. A fogadóépület mozitermében a 4-D-s mozi fantasztikus élményt nyújt, egy 20 millió éves ősvilágba való utazást. Ez önmagában már óriási attrakció.

Megoldandó feladatok, nehézségek:

A létesítmény hivatalos átadása 2008. március 1-én volt, 2007. szeptemberétől próbaüzemben működtek. A fogadóépület belső felszereltsége még nincs végleges állapotban. Cél volt, hogy minél alacsonyabbak legyenek a működési költségek (hőszivattyú, padlófűtés stb.), ennek ellenére a létesítmény üzemeltetése a nemzeti park gazdálkodásában nem kis teher. Egy ilyen létesítmény működtetése erre a feladatra felvett és képzett személyzetet igényel. Jelenleg a működtetést a nemzetipark-igazgatóság (rendkívül elhivatott, motivált, kiválóan képzett) munkatársai végzik (3 fő köztisztviselő) egyéb természetvédelmi feladataik mellett. Segítségükre van egy e célból létrehozott alapítvány és a Munkaügyi Központ támogatásával foglalkoztatott közmunkások. Kötelezettségvállalás volt, hogy 3 év múlva minimum 50 000 fő évenkénti látogatószámot a létesítménynek el kell érnie. Ez a jelenlegi működtetési rendszerben (kevés személyzet) nehezebben teljesíthető, valamint a létesítmény az év 8 hónapjában üzemel, nem egész évben. Az objektum szűkebb-tágabb környezetében nincs étkezési és szállás-lehetőség.

További fejlesztési elképzelések:

A távlati elképzelések között szerepel egy, a szlovákokkal közösen létrehozandó nógrádi geopark és a fogadóépület közelében egy étterem kialakítása, szálláslehetőség megoldása, erdei bemutató kialakítása, játszótér létesítése, egy miocén erdő kialakítása, kutatási tevékenység folytatása,

esetlegesen egy kalandpark létrehozása. Mindenekelőtt azonban az optimális üzemeltetés és gazdaságosság kérdéseit kell megoldani.

Ökoturisztikai bázis Rácalmáson

Régió:	Közép-Dunántúl
Település:	Rácalmás
Kedvezményezett:	Rácalmás Község Önkormányzata
Pályázati összeg:	487 207 500 Ft
Beruházás teljes összege:	499 700 000 Ft
Projekt indulása:	2005.11.11.
Projekt befejezése:	2007.08.18.

Pályázat címe: Komplex ökoturisztikai bázis kialakítása Rácalmáson

Megvalósult:

- Oktatási épületben:
 - Előadóterem
 - Időszaki kiállítóterem
 - Interaktív terem
 - Halászati (állandó) kiállítás
 - Emeleten irodák
- Gasztronómiai épületben:
 - Gasztronómiai bemutatóterem
 - Helytörténeti kiállítás
- Kézműves épületben:
 - Különféle szakmák műhelyei, szemléltető kiállítási anyaggal dekorálva
- Szabadtéri színpad: 500 néző-férőhelyes, alatta öltözők és burkolt gépkocsi-beálló
- Nagy-sziget területén (védett természeti terület) és a parton:
 - 2 tanösvény, 17 állomással, információs táblákkal, fogadóépülettel (indítóállomás), 2 madárvártával
 - Csónakkikötő (50 hajóra), csónakház
 - Kerékpárút Dunaújvárosig

Megállapítások:

A már korábban helyreállított Jankovics kúriát övező, tönkrement, elhanyagolt gazdasági épületek renoválásával kialakított ökoturisztikai bázis, együtt a hozzá csatlakozó védett természeti terület bemutató ökoturisztikai infrastruktúrával sikeres beruházás. A kérdés itt is a hatékony üzemeltetés. Az igényesen kialakított épületek gazdag felszereltsége sokféle hasznosításra ad lehetőséget. Túl sok üzemeltetési tapasztalat még nincs, hiszen az átadás 2007. augusztusában volt. A kúria és az ökoturisztikai bázis szervesen kapcsolódik egymáshoz, ezért a tulajdonos önkormányzat 2008. április 1-el szervezeti összevonást hajtott végre, egy menedzsment irányítja a komplexumot. Jelenleg ez mindössze két fő – az igazgató és egy referens – valamint tervezik egy fő felvételét az ökoturisztikai központba. A technikai személyzet – állandó, szerződéses – mindösszesen további 4 fő (takarítók, kertész, karbantartó).

Megoldandó feladatok, nehézségek:

Hiányzik a bevételt hozó két alapvető fontosságú szolgáltatás: a szállás és az étterem. A területen van még két elhanyagolt állapotú, kihasználatlan épület (régii cselédházak), amelyek felújítását

tervezik ifjúsági szállás céljára. Szintén kihasználatlanok a telken lévő régi pincék (ma még romos állapotban). Erdei iskolát nem működtetnek. A marketing az önkormányzat szűkös anyagi lehetőségei miatt nehézségekbe ütközik.

A Dráva-medence komplex ökoturisztikai fejlesztése DRÁVA I.-II.-III.

Régió:	Dél-Dunántúl
Település:	29 település Somogy és Baranya megyében
Kedvezményezett:	Baranya megyei Önkormányzat
Pályázati összeg:	I: 525 641 483 Ft, II: 336 997 760 Ft, III: 162 557 162 Ft.
Beruházás teljes összege:	1051 438 492 Ft
Projekt indulása:	2006. 04. 01
Projekt befejezése:	2008. 03. 31.

Pályázat címe: A Dráva-medence komplex ökoturisztikai fejlesztése

Megvalósult:

- Cún - Túraállomás és esőbeálló
- Diósviszló - Pavilon és bemutatóhely
- Drávacsepely - Túraállomás és esőbeálló
- Drávaiványi - Turista bázispont
- Dráwapiski - Túraállomás
- Harkány – Turistaközpont, tájház, kilátó
- Ipacsfa - Túraállomás
- Kémes - Túraállomás
- Kovácshida - Túraállomás
- Matty - Emlékpark
- Nagyharsány - Művésztelep
- Sellye - Turisztikai központ
- Siklós – Arborétum, Postaállomás, Túraállomás Máriagyűdön
- Szaporca - Túraállomás
- Tésenfa - Túraállomás
- Túrony - Lovasközpont
- Babócssa - Őrház és híd a Basakertben
- Barcs - Strand a Dráva partján, Rinya-híd
- Berzence – Bemutatóterem, Madármegfigyelő
- Csurgó - Turistaközpont a közösségi házban, Madármegfigyelő
- Drávaszentés - DDNPI bemutatóház
- Gyékényes - Bemutatóterem a búvárbázison
- Nagyatád - Látogatóközpont a szoborparkban
- Órtilos - Túraállomás a régi iskolában, Madármegfigyelő
- Porrog - Török-tóka pihenőhely, Madármegfigyelő
- Porrogszentkirály - Bemutatóterem a régi iskolában, tájház, madármegfigyelő
- Somogybükkösd - Turistapihenő
- Zákány - Kilátó
- Zákányfalu - Turistapihenő
- Mohácsi Történelmi Emlékhely kiállítóhely és környékének kulturált és turistabarát kialakítása
- Drávaszentési oktatóközpont közösségi térrel, kiállító teremmel, öltözőkkel és vizesblokkal, az udvarán sátorozóhellyel. A továbbiakban még további források szükségesek egy komplex látogatóközponti kialakításhoz és működtetéshez.
- Madármegfigyelő tornyok, túraállomások, kilátóhelyek
- Önkormányzatok épületeiben kiállítások kialakítása
- Barcsi strand rekonstrukciója, vízi kikötő létesítése – ez a Három Folyó Kerékpárút egyik állomása

- Esőbeállók, pihenőhelyek kialakítása a Három Folyó Kerékpárút mentén, arra felfűzve
- Marketingkommunikáció – kiadványok, internetes oldal: www.dravamedence.hu kialakítása, sajtóanyagok, szórólapok, rendezvények, kiállításokon való részvétel

Megállapítások:

Somogy és Baranya megye, öt kistérség, 29 települési önkormányzat, a Duna-Dráva Nemzeti Park, a Dráva menti Tájvédelmi és Turisztikai Egyesület összefogásával, 41 egyedi beruházással közel 1,1 milliárd forintból valósult meg a projekt, amely nem csak a résztvevők partneri kapcsolatait erősítette, hanem a térség ökoturisztikai kínálatának a fejlesztését is szolgálta. A cél az volt, hogy a hazai legérzékenyebb folyó, a Dráva természeti értékekben gazdag környezetének turizmusba való integrálását célozzák meg úgy, hogy eközben védi a meglévő értékeket. A projekt során megvalósult beruházások rendkívül sokrétűek, mindegyike egy-egy részt tömött be az ökoturisztikai kínálaton. Az együttműködő partnerekkel hozták létre a Drávamenti Tájvédelmi és Turisztikai Egyesületet, amely a továbbiakban ezt befejezett projektet szeretné továbbvinni, komplex turisztikai terméket kialakítva.

Megoldandó feladatok, nehézségek:

Az egyes kiállítóhelyek berendezéséhez további források szükségesek

Tengerszem szálló rekonstrukciója Jósvafőn

Régió:	Észak-Magyarország
Település:	Jósvafő
Kedvezményezett:	Aggteleki Nemzeti Park Igazgatóság
Pályázati összeg:	96 339 000 Ft.
Beruházás teljes összege:	96 339 000 Ft
Projekt indulása:	2003. 04. 01.
Projekt befejezése:	2006. 02. 28.

Pályázat címe: Turisztikai infrastruktúra kialakítása és minőségének fejlesztése; Tengerszem-szálló és oktatási központ konyha, étterem, teraszok átépítése

Megvalósult: A támogatásból a pályázatban leírtak valósultak meg. Az ANP Igazgatósági épülete és a Baradla-barlang bejárata melletti szálló színvonalas, ugyanakkor a helyi építkezést tükröző épületté vált. A terasz kialakításával a vendégek az egész völgyet belátják. Az addigi igen elavult belső konyhai és előtéri rész is át lett alakítva a kor mai igényeinek és a hely adottságainak megfelelően. Kialakításra került egy előadóterem is a szálloda előterében, amely kisebb rendezvények színhelyül, szemináriumok tartására alkalmas.

A Baradla-barlang bejárati épületének felújítása Jósvafőn

Régió:	Észak-Magyarország
Település:	Jósvafő
Kedvezményezett:	Aggteleki Nemzeti Park Igazgatóság
Pályázati összeg:	64 462 000 Ft.
Beruházás teljes összege:	64 462 000 Ft
Projekt indulása:	2003. 04. 01.
Projekt befejezése:	2006. 02. 28.

Megvalósult: A támogatásból a Baradla-barlang jósvafői bejárati épületének rekonstrukciója valósult meg, egyrészt a fizikai működést lehetővé tevő épületgépészeti felújításból, másrészt az épület külső homlokzatának felújításából állt, és hozzájárult a bejárati épület feletti tetőtér kialakításához is. A Baradla-barlang így világörökségi helyszínhez méltó bejáratot kapott, ahol a várakozó turisták kulturáltan tölthetik el az időt, és minden olyan helyiség is helyet kapott az épületben, amely a látogatóbarát szemléletet tükrözi – mellék helyiségek, ajándékbolt, fedett beálló kiállító tárlókkal. Az épület esztétikus, tájbaillő.

Az Aggteleki-karszt és a Cserehát turistaatlaszának kiadása

Régió:	Észak-Magyarország
Település:	Jósvafő
Kedvezményezett:	Aggteleki Nemzeti Park Igazgatóság
Pályázati összeg:	8 912 000 Ft.
Beruházás teljes összege:	8 912 000 Ft
Projekt indulása:	2003. 04. 01.
Projekt befejezése:	2006. 02. 28.

Pályázat címe: Új, korszerű, többnyelvű marketingeszközök elkészítése, az Aggteleki-karszt és a Cserehát átfogó turistaatlaszának kiadása

Megvalósult: Az atlasz a jól ismert kék-sárga turistaatlasz sorozatban jelent meg, amely nem csak egy turistatérkép, hanem útikönyvként is szolgáló, a helyi természeti és kulturális értékeket bemutató, tematikus túraútvonalakat is ajánló színes és többnyelvű kiadvány. A kiadvány népszerű, már másodszor került utánnnyomásra.

7 SWOT ANALÍZIS

Az elemzés keretein belül bemutatjuk az ökoturizmus erősségeit, amit megtartani, erősíteni szükséges; a gyengeségeit melyek csökkentése, kivédése, jobbá tétele a cél. A veszélyek azokat a külső negatívumokat jelentik, melyek, lehet, hogy bekövetkeznek, ha az ökoturizmus szereplői nem ismeri fel időben a problémát, és nem fejlesztenek időben. Hangsúlyozzuk itt, hogy a veszélyek nem azonosak a gyengeségekkel – a gyengeségek azok a tényezők, melyeket az érintettek is felismertek, és javítani szeretnének; a veszélyek pedig a gyengülés lehetőségét veti fel abban az esetben, ha a szükséges fejlesztések elmaradnak.

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> • Európában kedvező turizmus-földrajzi helyzet • Változatos természeti értékekre alapozott vonzerők • Az ország méretéből és jellegéből adódóan könnyű elérhetőség • Természeti értékek mozaikossága • Biztonságos, extrém földrajzi viszonyokkal nem rendelkező természeti környezet • Természeti és kulturális vonzerők együttes jelenléte • Természeti attrakciók viszonylag jó kiépítettsége • Kiegészítő szolgáltatások megléte • Kulturált társadalmi környezet • Mind a nemzetközi, mind a tömegturizmushoz képest alacsony árak • Kormányzati támogatás ökoturisztikai fejlesztések megvalósítására • Önkormányzati szándék az ökoturisztikai fejlesztések megvalósítására • Civil szervezetek turizmusban és természetvédelemben való aktív jelenléte 	<ul style="list-style-type: none"> • Az ökoturisztikai infrastruktúrák esetében a látogatóbarát szemlélet hiánya (megfelelő színvonalú és kapacitású látogatóközpont hiánya) • Elegendő mennyiségű, minőségű és változatosságú programcsomagok hiánya • Tematikus programcsomagok hiánya • Technikai sportok erősödő mértékű romboló hatása • Területi egyenlőtlenségek • Az ökoturizmus szolgáltatói közötti kellő együttműködés hiánya • Kevés a szakképzett, és nyelveket is beszélő, ökoturizmus szolgálatába állni kész munkatárs • Egyelőre országos szinten nem hatékony a környezettudatos oktatás-nevelés • A társadalom egészének környezettudatossága elmarad a nyugat-európai szinttől • Tudatos marketingkommunikáció hiánya • Kicsi lobbierő • Ökoturisztikai országimázs hiánya • A hazai ökoturisztikai programok, szolgáltatások külföldi menedzselése gyenge • A költségvetési rendszer és a profitorientált turizmus közötti átjárhatóság nehézségei a nemzeti park-igazgatóságok esetében • Jogsabályi háttér bizonytalansága

A lehetőségeket és veszélyeket illetően véleményünk szerint a következőket kell figyelembe venni.

Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> • Természetföldrajzi előnyök kihasználása • Helyi környezeti erőforrások minél szélesebb körű felhasználása • Ökológiai- és biogazdálkodás elterjedése, ökoturizmus szolgálatába állítása • Komplex turisztikai termékcsomagok kialakítása, a térség adottságainak bevonásával (vízi, egészség, öko, aktív, horgászturizmus összekapcsolása) • Termékcsomaggá rendezhető, mozaikos vonzerőkre alapozva, tematikus utak, programcsomagok kialakítása • Kiegészítő turisztikai fejlesztések (kínálatbővítés, minőségi fejlesztés) • Család- és gyermekbarát szolgáltatások és infrastruktúra kialakítása • Európai együttműködés keretében best practice-k átvétele • Öko-védjegy • ÖTM és a KVVVM által felügyelt Ökoturizmus Bizottság (tárcaközi bizottság) létrehozása az ökoturizmus feladatainak összehangolására • TDM létrejötte és klaszterek kialakulása • Aktív, elhivatott, tenni akaró civil szervezetek • Európai turizmuspiac nyitottá válásával a potenciális ökoturisták számának növekedése • Fizetőképes kereslet növekedése • Üdülési csekk rendszer kiterjesztése ökoturisztikai attrakciókra • Célcsoport-orientált marketing kialakítása • Az ország ökoturisztikai arculatának megteremtése • Környezettudatos szemléletformálás erősödése 	<ul style="list-style-type: none"> • Extrém sportok elterjedése a védett területeken • Elszegényedett rétegek megélhetési kártétele a védett területeken • Ipartelepítés, környezetkárosító beruházások, építkezések • A szükséges minőségi és mennyiségi fejlesztések elmaradása • A turisztikai vonzerők nem válnak turisztikai terméké • Belföldi turizmus visszaesése gazdasági problémák miatt • A vendégéjszakák számának hosszú távú stagnálása, csökkenése • A konkurencia megerősödése nemzetközi szinten • A szükséges térségi összefogás elmaradása a gyakorlatban • Társadalmi-gazdasági szabályozók kiszámíthatatlansága • Szálláshely-fejlesztés elmaradása • Tőkehiány a fejlesztésekhez és a fenntartáshoz • Jogkövető magatartás hiánya • Jogszabályi környezet kedvezőtlen változása • Tömegetturizmus

8 JÖVŐKÉP

A stratégia megvalósítása nyomán megtörténik a hazai ökoturisztikai adottságok fejlesztése a fenntarthatóság elveinek érvényesítésével és a célcsoportok igényeinek megfelelően. A komplex termékek marketingtudatos és felelősségteljes alkalmazása versenyképes kínálat megvalósítását eredményezi: a hazai ökoturisztikai helyszínek látogatottsága mind a belföldi, mind a külföldi turisták részéről növekedni fog. A korszerű interpretáció és élményszolgáltatások révén a jelenleg domináns fogyasztás-orientált életforma mellett/helyett egyre többen fedezik fel a természet és a vidéki kultúra szépségeit. A mai gyerekek között így már nagy számban lesznek azok, akik számára a hazai nemzeti parkokban és más vidéki területeken töltött nyaralás már kedveltebb üdülési forma lesz, mint a hagyományos tömegturizmus vízparti vagy városi célpontjai.

A hatékonyan működő térségi – köztük országos, regionális, helyi/kistérségi – turizmusmenedzsment szervezetekben megvalósuló együttműködés révén az összes érintett tevékenyen részt vehet az ökoturizmus fejlesztésében és kezelésében, a szakmailag felkészült munkaszervezetek pedig a napi ügyeket kézben tartva viszik piacra a szolgáltatásokat.

A természetvédelem és a kulturális örökségvédelem számára a bővülő forgalom anyagi forrásokat teremt a védelem és a revitalizáció kiterjesztésére, a hagyományos és természetközeli állapotok fenntartására és helyreállítására. A nélkülözhetetlen állami szerepvállalás fennmaradásával e területek lehetőségeit és mozgásterét a turizmusból származó bevételek növelik.

Az ökoturizmus a helyi közösségek számára is reális megélhetési stratégiává válik, ami hozzájárul a helyi értékmegőrzés fontosságának felismeréséhez. A jövedelemtermelő képesség javítása a fogadó térségekben nem csak a helyi természetvédelem és értékmegőrzés terén old meg problémákat, hanem a szociális és közbiztonsági helyzet javulásához is hozzájárul.

9 AZ ÖKOTURIZMUS STRATÉGIA CÉLRENDSZERE

9.1 Ökológiai célok

Az ökológiai sokféleség fenntartása: Az ökoturizmus alapja a természeti környezet. Bár ez mai jellegét hazánkban a társadalom évszázados természetformáló tevékenységének eredményeként nyerte el, ez a beavatkozás nem a fajgazdaság csökkenésével, hanem csak igen lassú változásával járt együtt. Ennek köszönhetően hazánk ma bővelkedik olyan természeti - jelentős részben védett - területekben, melyeket élő, öfenntartó ökológiai rendszerek népesítenek be. Az ökoturizmus stratégia elsőrendű célja e sokféleségen alapuló ökoszisztémák élő és élettelen elemeinek, egészének védelme, ennek érdekében csak olyan mértékű és jellegű turisztikai használatot tervez, amely ezt nem veszélyezteti.

A desztináció környezeti állapotának fenntartása, javítása: Az ökoturizmus a védett és ellenőrzött területeken kívül is a fogyasztás bővülésével jár. Csakúgy, mint más turisztikai fogadóterületeken, az ökoturizmus célterületein is részben spontán folyamatok eredményeként indult fejlődésnek a turizmus, aminek az eredményeként a turizmus környezetterhelése meghaladja az optimális szintet. Az ökoturizmus stratégia a javasolt fejlesztésekhez illetve kezelési megoldásokhoz ezért a környezetterhelés (további) csökkentését segítő intézkedéseket kapcsol. Van, ahol nem cél a látogatók számának növelése, hanem a látogatás minőségének javítása a turistát körülvevő természeti környezet állapotának megőrzése vagy javítása céljából.

9.2 Szocio-kulturális célok

A desztináció helyi kultúrájának megőrzése: Az ökoturizmus növeli a helyiek önbecsülését, hozzájárul a helyi közösség értéktudatának kialakulásához is. A helyi közösség látva, hogy a vendégek a helyi épített és természeti környezet, élővilág, gazdálkodás, kézművesség és hagyományok iránt érdeklődnek, nagyobb figyelmet szentelnek ezeknek a kincseknek. Ezzel településük értéke is megnő a szemükben, beleértve saját szűkebb életterüket, házukat, életüket, hagyományukat. A folyamat erősíti az identitásukat is, és ez szerepet játszhat abban, hogy ne vándoroljanak el a településükről.

A környezettudatos és egészséges életmód iránti társadalmi felelősségvállalás megerősítése és tudatosítása: A társadalmi felelősségvállalás olyan tudatos és folyamatos gondolkodás- és szemléletmód, valamint erőfeszítés és tevékenység, melyben megnyilvánul az a tudat, hogy minden döntés, cselekedet hatással van környezetünkre, a társadalom tagjaira. A szervezetek belső és külső környezetével, a társadalom tagjaival folytatott tudatos kommunikáció, termékek és kapcsolatok szervezése azt a célt szolgálja, hogy társadalmi felelősségvállalásuk közkinccsé válhasson, erősítve a szervezet kedvező megítélését és a társadalom fejlődését. Az ökoturizmus a környezettudatos szemlélet átadásának egyik eszköze, ösztönzi az aktív mozgással járó tevékenységeket, amelyeknek egészségmegőrző hatása jelentősen hozzájárul az életminőség javításához. Az ökoturizmus szervezeteinek társadalmi felelősségvállalásának abban is meg kell nyilvánulnia, hogy a környezet- és egészségtudatos szemléletmód a lakosság minél szélesebb rétegeihez eljusson.

A természeti és kulturális örökség értékek tudatosítása: Az ökoturizmus lehetőséget ad a résztvevőknek a természet, valamint a hagyományos társadalmi és kulturális értékek megismerésére, megértésére és megbecsülésére. Olyan természeti és emberi környezetet kínál, amelyet a késő modern fogyasztói társadalomban ritkán adódik lehetőség megtapasztalni. Az ökoturizmus célja az ilyen autentikus, a látogató személyiségét megváltoztató-fejlesztő élmény biztosítása.

A környezettudatosabb javítása: A természeti és kulturális örökség megismerése mellett az ökoturizmus lehetőséget ad arra is, hogy a látogatók motivációt és ismereteket szerezzenek egy környezettudatosabb attitűd kialakításához. Ötletek, tanácsok szerezhetőek az ember hétköznapi

környezetének védelméhez, egy fenntartható fogyasztási mintához. Az ökoturizmus stratégia az interpretáció és a látogató-menedzsment révén támogatja ezt a folyamatot, és célja, hogy minél több látogató váljon környezettudatos ökoturistává.

9.3 Gazdasági célok

A helyi foglalkoztatási lehetőségek bővítése: Az ökoturizmus fejlesztésének köszönhetően a helyi szolgáltatók bevételei növekednek, új vállalkozások jöhetnek létre, ezáltal nő a foglalkoztatottság. A pozitív hatás nem csak a turisztikai vállalkozásokra érvényes, hanem minden, a turizmust közvetve is szolgáló cégekre, személyekre is. Ezek sorába tartoznak a gazdák, akik termékeiket, szolgáltatásaikat közvetetten, vagy közvetlenül értékesíthetik. Az ökoturizmus jellegzetességeinél, formáinál fogva nem indít el olyan negatív folyamatokat, mint a tömegturizmus. Nem változtatja meg jelentősen a helyi lakosság összetételét, nem gerjeszt bevándorlásokat a megaberuházásokkal járó új munkahelyek, vagy a jövedelmek gyors növekedése miatt. Segíti a termőhelyi adottságokhoz igazodó termelési szerkezet kialakulását vagy fennmaradását.

A közszolgáltatások finanszírozási lehetőségeinek bővítése: A természet védelméről szóló 1996. évi LIII. Tv. IV. Rész, 64 §. (2), hogy a védett területeken a nemzeti park-igazgatóságoknak az ismeretterjesztés, oktatás, tudományos kutatás és az idegenforgalom részeként a védett természeti területek látogatásának lehetőségét biztosítaniuk kell. Az ismeretterjesztés, oktatás és tudományos kutatás közszolgálati tevékenység, amely önmagát nem tartja el, ehhez külső források szükségesek. A közszolgálati tevékenységek hatékonyságát és fenntartását szolgálhatja az egyéb turisztikai szolgáltatások értékesítéséből nyert bevétel.

A helyi termékek és szolgáltatások iránti kereslet bővítése: Az ökoturizmus kínálat alapú fejlesztést igényel, a helyi termékek és szolgáltatások képezik a kínálat alapját. Az ökoturizmus fejlesztésével közvetlenül a helyi termékek iránti kereslet érhető el.

Elmaradott térségek felzárkóztatásának elősegítése: Az ökoturizmus fejlődése kedvező az önkormányzatok és kistérségek számára, a foglalkoztatás növekedése miatt kevesebb pénzt kell költeniük szociális célokra, másrészt a növekvő adóbevételeknek köszönhetően több forrás lesz a közszolgáltatásokra. A közszolgáltatások fejlesztése visszahat az ökoturizmusra, hiszen a látogatók döntő többsége ezeket használja, fejlesztésük esetén elégedettségük nő.

Az ökoturizmusból származó bevételek természetvédelemben és a helyiek számára történő visszaforgatása: Az ökoturizmus egyik alapelve, hogy a bevételt nyújtson a helyi gazdaságnak és a természetvédelemnek. A visszaforgatás egyik feltétele a bevételek helyben tartása, a stratégia éppen ezért arra is javaslatot ad, hogy ezek a bevételek hogyan lokalizálhatók. Mivel az ökoturizmus a helyiek által előállított és birtokolt termékeken és szolgáltatásokon alapul, a bevételek leginkább a célterületen csapódnak le. Az ökoturizmus szervezeteinek turizmusból származó bevételei a természetvédelmi feladatok megvalósítását, valamint a turizmus további fenntartását vagy fejlesztését is szolgálhatják.

9.4 Turisztikai célok

Látogatók számának növelése: A látogatószám-növelés csak ott lehetséges, ahol a környezet teherbíróképessége ezt megengedi. Nem csak az ökológiai, hanem a helyi gazdasági, társadalmi és fizikai teherbíróképességeket, sőt az adott termék látogatóinak perceptuális teherbíróképességét is figyelembe kell venni. A látogatószám-növelés elsősorban ott kívánatos, ahol a terméket, szolgáltatás vagy attrakció kapacitás-kihasználtsága nagyon alacsony. A látogatószám növekedésének egyik feltétele a látogatók számának pontos ismerete, hogy a teherbíróképesség közelébe kerüléskor a szükséges korlátozó intézkedéseket (idő- vagy térbeni, gazdasági korlát, stb.) meg lehessen tenni. A terület sérülékenységtől, védettségi fokozattól függően kell az egyes tevékenységekhez tartozó látogatószámot meghatározni. Ehhez monitoring-rendszer felállítása és működtetése szükséges.

Szolgáltatás-értékesítés számának növelése: Az ökoturisztikai szolgáltatók meglévő és újonnan kialakított termékeinek, szolgáltatásainak minél szélesebb körben való értékesítése. Az eddigi ökoturisztikai termékkínálat bővítése, és az ökoturisztikai termékek és szolgáltatások számának növelése, ami adott esetben nem jár feltétlenül jelentős látogatószám-növekedéssel, hanem csak az értékesítés darabszámának növelésével (pl. több szakvezetés).

Bevételek növelése: Az ökoturizmus bevételeiből lehet az oktatást, bemutatást, a kommunikációt és a természetvédelmi feladatokat és a szolgáltatás-fejlesztést finanszírozni.

Látogatóbarát termékek fejlesztése:

- **Élményszerűség:** A bemutatás élmény nélkül csak oktatás, élmény nélkül a szemléletformálás sem valósítható meg. Az alkalmi szegmensnek az élmény kelti fel a figyelmét, az élmény megléte ezért kulcsfontosságú az ismeretátadás szempontjából is.
- **Szolgáltatások minőségének javítása:** Olyan infrastrukturális fejlesztések (parkoló, WC, pihenő, vendéglátóhely, ajándékbolt, szakvezetés, stb.), amelyek a fogyasztók igényeit szolgálják. A turisztikai infrastruktúra a látogatói megelégedettséget szolgálja, ami szintén a látogatás eredményességéhez, közvetve az öko-szemlélet befogadásához járul hozzá. A látogatás minőségének javítása sok esetben az attrakciót szolgáltató természeti környezet megőrzése érdekében is fontos, a látogatók a számukra készült, kontrollálható infrastruktúrát veszik igénybe, és nem a környezet erőforrásait. A szolgáltatások minőségénél mindig meghatározott szegmenseket kell figyelembe venni. Kiemelten kell kezelni a *családbarát* irányba történő fejlesztéseket, amelyet a stratégia a kiemelt tevékenységek közé sorol.

Autentikus turisztikai élmény biztosítása: A turisták célja elsősorban a kikapcsolódás, az élményszerzés. Az elégedett turista nyílik meg az ismeretek befogadására, a szemléletformálás a legtöbb szegmensnél az élményen keresztül, az élményeszközökkel tud csak megvalósulni. Az elidegenedett késő-modernitásban igény van az autentikus élmény iránt, amelyet a turisták leginkább rurális és természeti környezetben keresnek.

Tartózkodási idő növelése: A felmérések azt mutatják, hogy az egynapos látogatók jellemzők az ökoturizmus bázisain. A többnapos látogatások arányának növelése, valamint az, hogy a turisták a második-harmadik-többedik utazás eltöltésekor válasszák a természeti területek kínálta lehetőségeket, a többi célok megvalósítását is segítik.

9.5 Horizontális célok

A horizontális célok nem sorolhatók be egy-egy átfogó cél alá, mivel hatásuk az egész ökoturizmusra érvényesek, és *az intézkedések végrehajtásánál egységesen figyelembe kell venni.*

Esélyegyenlőség megvalósítása: A belföldi turizmus növekedésének alapfeltétele, hogy a társadalom minél szélesebb rétege vegye igénybe a hazai turisztikai szolgáltatásokat: más-más eszközök alkalmazására van szükség, attól függően, hogy az érintettek szociális helyzete nem teszi lehetővé, vagy nincs igény a hazai turisztikai kínálat megismerésére.

Külön figyelmet kell fordítani a nők (pl. egyedül vagy kis csoportban utazók), a nagycsaládosok, a mozgássérültek és a szociálisan hátrányos helyzetűek igényeire, azaz a szálláshelyek, a vendéglátás és a programok tekintetében is megfelelő szolgáltatást kell kínálni részükre. Ezek a csoportok egyben egy-egy piaci rést jelentenek, amelynek kiszolgálása jelentős gazdasági lehetőséget rejtnek.

Határon átnyúló turizmusfejlesztés: Ahogy azt a NTS is meghatározza: A gazdasági együttműködés fejlesztése kiemelten fontos, azon belül is a humán erőforrás fejlesztés, illetve ezen keresztül a – főleg európai uniós – forrásokhoz való hozzáférés elősegítése. Fontos a hálózatok szervezése (pl. natúrparkok), valamint a tájegységet képező, határmenti területeken a desztináció menedzsment szervezetek együttműködése, amely a határ mindkét oldalán

hozzájárulhat a gazdasági fejlődéshez a turizmus által. Ebben nagy szerep jut a régióknak, mivel nagyrészt most is rendelkeznek ilyen határon átnyúló kapcsolattal.

A horizontális célok megvalósítását az alábbi eszközök segítik elő: akadálymentesítés, fogyatékkal élők speciális igényeinek megfelelő szálláshelyfejlesztés, párbeszéd a fogyatékkal élőkkel, családi kirándulások ösztönzése, üdülési csekkrendszer a szociálisan hátrányos helyzetű rétegek részére, táboroztatás, tanulmányi kirándulások, erdei iskolák, fogyatékkal élők és kisebbségek foglalkoztatásának ösztönzése az ágazatban, határon átnyúló desztinációfejlesztés támogatása.

9.6 Szegmensek

Az ökoturizmushoz kapcsolható szolgáltatások igénybe vevőinek **csak egy része az „igazi” ökoturista, az ökoturizmussal összefüggésben más szegmensekkel is kell számolni.** A fejlesztéseknél mindig a konkrét szegmensek tényleges jellemzőit, igényeit kell figyelembe venni. A vendégkör tervezésénél – így a szegmensek közötti választásnál a természeti- és kulturális környezet teherbíróképességét és bemutathatóságát kell figyelembe venni. A természeti-kulturális értékek megőrzésének elsődlegessége mellett kiválasztott szegmensek igényeinek megfelelő, fogyasztóorientált, céltudatos fejlesztés egyszerre szolgálhatja a természetmegőrzést, a környezet- és természetbarát szemlélet kialakítását és a turisták elégedettségét.

Az ökoturizmus stratégia elkészítéséhez két lépcsős szegmentációs eljárást követünk. Az első lépésben a természeti területek turisztikai használati módjai alapján két fő csoportba majd ezeken belül további két, a fogyasztói igényeket pontosabban tükröző szegmensbe soroljuk a lehetséges látogatókat. Második lépésben a fogyasztók – részben az életkortól függő – családi státusza alapján meghatározott életciklus-csoportok szerint csoportosítjuk az érdeklődőket. A két szempont négy-négy kategóriára oszlik, így együttesen 16 szegmens különítünk el. Ezek utazási szokás vizsgálatokon alapuló értékelése teszi végül lehetővé számunkra azt, hogy a szegmensek rangsorolásával kiválasszuk a természeti területek által megcélzandó látogatók körét.

9.6.1 *Alkalmi zöldturista*

Olyan látogató, akinek nem tartozik elsődleges motivációi közé a természeti környezethez kapcsolódó turisztikai termékek igénybevétele, de utazása során útba ejti a látványosságot kínáló látogatóközpontot, bemutatóhelyet, tanösvényeket. E csoport fogyasztói jellemzőiként a következők határozhatók meg:

- Rövid, félnapos, egy-két órás látogatás, esetleg egynapos kirándulás keretén belül ismert és/vagy látványos történelmi hely, védett terület stb. megtekintése
- Gyakran körutazás részeként érkeznek az adott területre
- Kerülik a nehezen megközelíthető és kevésbé ismert területeket
- Magas a komfortigényük a szolgáltatásokban, alapvetően könnyű és kényelmes fogyasztási lehetőségeket keresik
- Környezeti és kulturális szennyezéssel szembeni tolerancia szintjük magas
- Inkább élmény- és látványelemekkel foghatóak meg, ennek megfelelően közönségrendezvényekkel felkelthető az érdeklődésük
- A természeti környezet értékeinek tudatosítása, alapvető természeti és kulturális értékek megismertetése szempontjából kiemelt szegmens
- Elsősorban jó időben utazik – az időjárás fontos tényező

Részaránya az összes látogatón belül: 50-60 %³

E csoport által keresett szolgáltatások (mennyiségi és minőségi jellemzők)

- Ismert látogatóközpontok, bemutatóhelyek, jól kiépített, elsősorban séta jellegű tanösvények.
- Az alkalmi turisták által keresett legnépszerűbb látnivalók: kilátópontok, források, vizek-tavak, látványos (nem feltétlenül védett) növények, növénytársulások, állatfajok, különleges tájkép, várak, váromok, látványos kultúrtörténeti és népművészeti emlékek, örökséghelyszínek, barlangok stb.
- Az attrakció része a tiszta levegő, csend, természet „hangja” és a különleges természeti táj
- Különleges, látványos, szórakoztató közönségrendezvények megtekintése
- Költés elsősorban az attrakcióhoz kötődik, a helyben igénybe vehető vendéglátó és (élményszerű, látványos) szabadidős szolgáltatásokhoz
- Rövid tartózkodási idő (ált. néhány órától félnapig), kizárólag az attrakció megtekintésére, „szervezett” (pl. szakvezetéssel, programmal történő) fogyasztására korlátozódik
- Nem rendszeres fogyasztó, ritkán utazik természeti területre.
- Élményt nyújtó közlekedési eszközök igénybevétele (pl. szekér, kocsikázás, lovaglás, biciklizés)
- Komfortos, középkategóriás szálláshelyek
- Vendéglátóhelyek tekintetében nem preferencia a helyi jelleg (ez nem jelenti azt, hogy nem kell nekik helyi jellegűt nyújtani)
- Alapinformáció igény – a terület értékeiről rövid, tömör, de látványos interpretáció, valamint a területen illetve a környéken található egyéb látnivalókról, fogyasztási lehetőségekről (pl. vendéglátás, bemutatóhelyek)
- Az előzetes-tudatos tájékozódás, információgyűjtés nem jellemző, jellemzően ismerősök, barátok által és a médiában (gyakran véletlenszerűen) hallottak alapján döntenek
- Helyi infrastruktúra igény magas – jól kitéblázott utak, ösvények, pihenőhelyek, rövid ingyenes kiadványok, helyben főleg információs táblák, útjelzők segítségével fedezi fel a természetet
- Jellemzően egyéni-családos (nem szervezett) utazások

9.6.2 Aktív zöldturista („outdoor” turista)

Olyan látogató, akinek elsődleges célja kültéri sportok, a divatos sportok, a természetben űzhető sporttevékenységek, szabadidős tevékenységek végzése. Számára a természeti az aktív tevékenység egészséges hátterét biztosítja. A konkrét desztináció kiválasztásánál annak sport-aktív kínálata játszik szerepet, az ebből a szempontból megfelelő célterületek közül a változatosságot keresve dönt konkrét helyszín mellett. E csoport fogyasztói jellemzőiként a következők határozhatók meg:

- Egnapos, néhány napos és hosszabb tartózkodásra osztható fel a csoport, a tartózkodás felső határát elsősorban a terület kínálata szűkíti be

³ Az egyes szegmensek részarányainak számítása szakértői becsléssel történt a következő forrásokat felhasználva: MT Zrt. kutatások, KvVM statisztikák, Hanis Szonja kereslet-felmérési kutatásai, a Pannon Egyetem Turizmus Tanszéke által és Kiss Gábor által végzett korábbi kereslet-felmérési kutatások, Fagence, M. 2001., a Szonda-Ipsos utazási szokásokkal kapcsolatos 2001-2002-es kutatásai.

- Érdeklődés alapján a két csoportra oszthatók tovább:
 - Egyik részük a kalandtúra iránti kereslet tipikus csoportja
 - Másik részük a kültéri sportok egészséges környezetet kereső rajongói (ezen a csoporton belül a természetjárás magasan a legfontosabb tevékenység)
- Középpontban a rekreációs lehetőség áll (pl. gyalogtúrák, kerékpározás, vízitúrák, lovaglás, sziklamászás, barlangászat)
- Fontos a jó megközelíthetőség
- Jellemzően csoportos utazási formáról van szó (mely a családi utazástól az informális baráti társaságok és sportklubokig terjed)
- Beállítottságukat tekintve természetkedvelők, a közvetlen kapcsolat a természettel fontos számukra
- Tevékenységeik számos fajtája (extrém ill. új vonulat pl. nordic walking) divatos tevékenységek számát
- Nem zárkoznak el az ismeretterjesztéstől, oktatástól
- Környezeti és kulturális szennyezéssel szembeni tolerancia szintjük alacsony.
- Időjárástól függően utaznak.

Részaránya az összes látogatón belül: 20-30%

- E csoport által keresett szolgáltatások (mennyiségi és minőségi jellemzők)
- Fő attrakció a különleges, látványos természeti környezetben végezhető sportok, szabadidős tevékenységek
- Különleges, látványos, sport- és szabadidős tevékenységhez kötődő közönségrendezvények megtekintése
- Az attrakció része a tiszta levegő és a különleges természeti táj
- Rövidtől többnapos tartózkodási idő (ált. néhány órától egy-két napig, a terület kínálatától függően), de az aktivitási igényük miatt rendszeresen végeznek szabadidős tevékenységeket
- Magasabb információigény – a terület értékeiről, valamint a területen illetve a környéken található egyéb látnivalókról, fogyasztási lehetőségekről (pl. vendéglátás, bemutatóhelyek) részletesebb tájékoztatást igénylik, az interpretációs lehetőségeket igénybe veszik
- Az előzetes-tudatos tájékozódás, információgyűjtés jellemző, elsősorban a természeti környezetben végezhető szabadidős tevékenységekről, programokról, kisebb mértékben az értékekről
- Használt információforrások: Internet, korábban a területet felkeresők elmondásai, prospektusok, útikönyv, ismertetőfüzet
- Helyben ismertetőfüzetek, jól kitáblázott utak, ösvények, rövid ingyenes kiadványok segítségével tájékozódik
- Infrastruktúrát helyben is igényli: pihenőhelyek, kiszolgáló létesítmények, útjelző táblák, tanösvények meglétét
- Csomagajánlatokat szívesen igénybe vennének

- Komfortos, közepkategóriás szálláshelyeket, illetve falusi szálláshelyeket, falusi vendéglátóhelyeket választják
- Elsősorban csoportos fogyasztás jellemzi – lehet szervezett és nem szervezett formában is - (sportklubok, természetvédelmi és egyéb aktív szervezetek, baráti csoportok közös utazása és fogyasztása), de természetesen egyénileg is utaznak

Az alkalmi és az aktív szegmensből, sikeres ökoturizmus fejlesztés esetén ökoturisták vagy elkötelezett ökoturisták válhatnak. A stratégiában foglaltak egyik mérhető sikere lenne az alkalmi-aktív szegmens *arányának* viszonylagos csökkenése, ezzel együtt az ökoturista szegmens arányának növekedése.

9.6.3 Az Ökoturista

Olyan látogató, akinek elsődleges célja a természeti-ökológiai értékek megismerése és megértése. Számára a természet és a hagyományos kultúra érték, hiszi, hogy a megismerése és beépítése a hétköznapiakba – élmények, programok, tárgyak formájában – hozzátartozik a minőségi élethez. A konkrét desztináció kiválasztásánál elsősorban annak eredetisége, autentikussága a döntő, döntését befolyásolja az értékek időbeni változása, korlátozott elérhetősége is. E csoport fogyasztói jellemzőiként a következők határozhatók meg:

- Egy-egy védett területet hosszabb időre keres fel, hogy legyen lehetősége a megismerésre, ebből következik, hogy mélyebb kapcsolatot alakítanak ki a helyiakkal, sokszor bekapcsolódnak a helyi munkákba;
- Elsősorban (családi/baráti) kis csoportokban keresi fel a meglátogatott területet vagyis létszámuknál fogva belesimulnak a helyi mindennapokba;
- Amennyiben lehetőségük nyílik rá, helyben előállított termékeket vásárolnak, az élelmiszereknél az organikus, bio élelmiszereket keresnek, fogyaszt, helyi szolgáltatásokat vesznek igénybe;
- Környezeti és kulturális szennyezéssel szembeni tolerancia szintjük rendkívül alacsony, a látható szennyezés mellett a tapasztalataik alapján képesek megítélni a szolgáltatók környezeti menedzsmentjét, ezért környezetkímélő szolgáltatásokat létesítenek előnyben
- Felelősséget éreznek a természeti környezet és a turisztikai látnivalók megőrzéséért, és ennek érdekében helyi értékőrző akciókat támogatnak adománnyal, vagy önkéntes munkával;
- Az outdoor turistához hasonlóan ismeri és kedveli a természet adta rekreációs lehetőségeket, de ez nála nem elsődleges motiváció
- Rendszeresen jár természeti területekre, kedveli a szabadidős tevékenységeket, évszaktól, időjárástól függetlenül

Részaránya az összes látogatón belül: 10-15 %

E csoport által keresett szolgáltatások (mennyiségi és minőségi jellemzők)

- A látványos attrakciók helyett különleges értéket képviselő erőforrások (pl. flóra, fauna, felszíni formák, kőzetek, ásványok, földtani feltárások, stb.) miatt keresik fel a területet
- Hosszabb tartózkodás jellemzi őket
- Kiskapacitású helyi szállás- és vendéglátási szolgáltatások (hagyományos, táj-jellegű ételek) keresnek
- A szálláshely típusa mellékes, ha kell sátorban alszanak.

- A helyi gazdaság, emberek támogatását szem előtt tartják, ahol lehet helyi termékeket vásárolnak
- Helyi közlekedési eszközök bármelyikét igénybe veszik (ló, szekér stb.)
- Tanulási-ismeretszerzési lehetőség, interpretáció fontos a számukra
- Előzetesen is tájékozódnak a felkeresett területről a lehető legszélesebb körű információforrásokat felhasználva
- Önállóan, térkép, iránytű segítségével tájékozódnak vagy különféle értékek bemutatására irányuló szakvezetéssel fedezik fel a terület értékeit

9.6.4 Elkötelezett ökoturista

Rendszeresen járnak természeti területekre, kedvelik a szabadidős tevékenységeket, évszaktól, időjárástól függetlenül

Részaránya az összes látogatón belül: 5-10%

E csoport által keresett szolgáltatások (mennyiségi és minőségi jellemzők)

- A természet szeretete, a környezet tudatossága, fenntartható szemlélet a hétköznapi életüknek is része
- Önkéntes környezet- és természetvédelmi munkát is vállalnak.
- A tevékenységtől és az önkéntes feladattól függően egy napostól hosszabb tartózkodás jellemezheti őket
- Rendszeresen járnak természeti területekre, rendszeresen képezik, bővítik ismereteiket
- A szálláshely típusa mellékes, ha kell sátorban alszanak
- Természetjárás során önállóan, térkép, iránytű segítségével tájékozódnak
- A természetjárás során aktívan hozzájárulnak a természet megőrzéséhez (pl. szemetet szednek, ösvényt takarítanak, jelek felfestésében segítenek)
- Rendszeresen részt vesznek természetvédelmi, természetismereti-hagyományőrző programokon

9.7 Demográfiai szegmensek kor és család szerint

9.7.1 Diákok

A 10-26 éves korosztály jellemzője, hogy önálló jövedelemmel nem vagy csak korlátozottan rendelkezik, utazásaiban így nagyrészt másokra van utalva. Számukra elsősorban az utazás élményszerűsége a lényeges. Ez azonban nem pusztán a meglátogatott hely sajátosságaiból adódik, hanem legalább ekkora szerepet játszanak az útitársak is. Az utazásban az önállóság, a kortárs csoporttal közös fogyasztás jelentős. Ennek megfelelően a program és az együttlét esetükben sokszor lényegesebb, mint a szolgáltatások széles köre és magas színvonala. Ezen az életkori szakaszon belül jelentős különbség van a döntően felügyelettel utazó – pl. erdei iskolába, osztálykirándulásra – 10-16 évesek és a mind inkább önállósuló 16-26 éves fiatalok.

- **Általános- és középiskolások:** A természeti területeket általában osztálykirándulás, tanulmányi kirándulás vagy oktatás keretén belül keresik fel. Kiemelt szerep jut az erdei iskoláknak, amelyekkel kapcsolatos intézkedésekről a termékfejlesztési fejezetben foglalkozunk.
- **Felsőoktatási intézmények hallgatói:** Itt is külön lehet választani a természettudományi karok hallgatóinak szakmai érdeklődésű csoportját, akik inkább a 9.5.3. fejezetben leírt ökoturista szegmenshez tartoznak, és az egyéb, a természetet a

szabadságérzet öröméért, a csoportos együttlétért látogató turistákat, akik a 9.5.2 fejezetben leírt aktív tevékenységeket végzik.

9.7.2 *Fiatal keresők gyermek nélkül*

A kategória szereplői a 18-35 éves sávban, életkortól többé-kevésbé függetlenül – olyan egyedülálló, vagy tartós párkapcsolatban élő fiatal embereket takarja, akiknek életmódjára az újdonságok keresése, a kísérletezés, a testi és szellemi teljesítőképesség kipróbálása iránti igény és a divatirányzatok szoros követése jellemző. A fogyasztott termékek az üdülés aktív időtöltésekkel kiegészítve, valamint a rövid hétvégi út aktív programmal, ill. bor-gasztronómia élvezetére épülő rurális (falusi) turizmus. Az együtt utazók köre baráti és munkahelyi társaságok.

9.7.3 *Családok gyermekkel*

Ennek a csoportnak a tagjait már berendezett élet, az egzisztencia megteremtése jellemzi, de ennek érdekében sok anyagi és családi terhet vállaltak (hiteltörlesztés, kisgyerekek), sokat dolgoznak. Az utazás motivációja kettős: szeretnének a gyerekekkel együtt közös programokon több időt eltölteni, de ugyanakkor a napi rutinból való kikapcsolódásra is időt szakítani. Éppen ezért a gyermekes szülők életstílusát leginkább a gyermek határozza meg, ezért a családok számára döntő fontosságú szempont a szabadidő eltöltésének kiválasztásánál a családbarát jelleg megléte, a gyermekeknek is szóló rendezvények, szolgáltatások. Az ökoturisztikai szolgáltatások jellegükben fogva könnyen családbaráttá alakíthatók, és a szegmens számára jól kommunikálhatók. A szülők beállítódottságától függ az, hogy a látványosság, a kikapcsolódás vagy az ismeretszerzés kap-e nagyobb hangsúlyt. *Ide értendő az unokával érkező nagyszülők csoportja is.*

9.7.4 *Középkorúak és idősebbek gyermek nélkül*

Olyan felnőttek, akik döntéseit gyerekeik már nem befolyásolják, így saját igényeik alapján választanak turisztikai terméket, desztinációt és szolgáltatásokat. Igényeikben a gyerekes családok felnőtteinek és a fiataloknak a szempontjai keverednek: ez a kor egyrészt az újból megtalált önállóságnak köszönhetően ismét az újdonságkeresés, másrészt pedig az életkor előre haladtával mindinkább a kényelmes és biztonságos rekreáció időszakára is. Elsősorban pihenésre, regenerálódásra vágyanak; előnyben részesítik a csendes, nyugodt környezetet, a szép tájat, de új dolgok megismerésére is vágyanak. A szabadidő növekedésével várható ezen szegmens erősödése is.

9.8 Geográfiai szegmensek

A stratégiában nem számítanak külön célcsoport kategóriának, mivel a fő keresletet a fővárosi, és a vidéki nagyvárosok lakossága jelenti. A belföldi és külföldi megkülönböztetésnek az arculat kialakításánál van jelentősége.

9.8.1 *Belföldi*

Vidék, községek és vidéki kisvárosok (rurális környezet, nem nagyvárosból kiköltözött ingázó): A rurális környezetben élők, elsősorban akik onnan is származnak, a természeti környezetet magától értetődőnek tartják, és nem feltétlenül attrakciónak. Számukra inkább a rendezvények azok, amelyek vonzóak lehetnek. A kommunikáció fejlesztésének egyik célja, hogy a turisták a lakóhelyhez közeli úti célok választásánál az eddiginél nagyobb mértékben vegyék figyelembe az ökoturisztikai lehetőségeket is.

Vidéki nagyváros, Budapest: A rurális és természeti környezetbe utazók legnagyobb hányada a nagyvárosokból kerül ki. A turisztikai élmény, bár érzékelésünk teljes spektrumát átfogja, mégis elsősorban vizuális. Más érzéki hatások között a tiszta levegő, a természeti környezet változatossága, a kertgazdaság és az állattartás illatai, a falu zajai, a rusztikus anyagok érintése említendő. A várakozások sokkal inkább egy olyan romantikus vidék-képen alapulnak, amely jellegét tekintve éppen olyan kozmopolita, mint a késő-modern kultúra egésze: a hagyomány

keveredik a divattal, az urbánus a vidékivel, az egyik nemzet sajátossága a másikéval. Olyan vidéket szeretnének, ahol megismerhetik a hagyományokat, az érintetlenséget – mind az emberi kapcsolatok, mind pedig a táji és épített környezet vonatkozásában. Azonban annak pusztá léténél többet várnak a hagyományos környezettől is – nem utolsósorban azt, hogy ne legyen teljesen hagyományos. Elvárás a tisztaság, a "parkosított környezet", a higiénia, a szagok és a látvány civilizációja és legalább ennyire fontos a hely interpretációja. Ezek a vendégek igénylik a tér és a közösség összefonódó történetének tematikus és időbeli kibontását.

9.8.2 Külföldi

Nagyobb számú külföldi látogatóval azokon a területeken lehet számolni, ahol az ökoturisztikai termékeken kívül más, megismerés-orientált turisztikai termékek is jelen vannak (pl. borászatra és gasztronómiára épülő turizmus, falusi és rurális turizmus), és egyelőre alapvetően ezek az attrakciók vonzzák a turistákat az adott területekre (pl. Balaton-felvidék, Tokaj-Hegyalja, stb.). Az előzőekben megfogalmazott termékek kapcsán elsődleges motivációval rendelkező turisták kisebb erőfeszítéssel, míg a külföldiek által is látogatott kiemelt üdülőkörzetek közelében található ökoturisztikai területek vagy a határok közelében levő természeti területek esetében több ráfordítással tehető alkalmi ökoturistákká. A határmenti vonzerők esetében kiemelten kell kezelni a határ másik oldaláról érkező turistákat. A kisebb vidéki, de nemzetközi forgalmat lebonyolító repülőterek környékén az ökoturisztikai programkínálat hozzájárulhat a turisták helyben tartásához. A kommunikációs eszközöknél leginkább az angol és német nyelvű kiadványok és használata szükséges, illetve a határ melletti területeknél az adott ország nyelvének használata alapvető fontosságú. A külföldi látogatók motivációja elsősorban a természeti örökség megismerése. A védett természeti értékek, ritkaságok megfigyelésére (elsősorban vízimadarak) a külföldi természettudományos érdeklődésű turisták érkehetnek, legtöbbször erre specializálódott utazási irodán keresztül vagy önkéntes természetvédelmi táborokba.

10 PRIORITÁSOK

Prioritások → Intézkedések ↓	I. Turisztikai infrastruktúra fejlesztése	II. Kínálatfejlesztés	III. Humán fejlesztés	IV. Kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztése	V. Marketing, értékesítés	VI. Látogatói menedzsment, interpretáció, élményelemek fejlesztése	VII. Szervezeti háttér és térségi menedzsment fejlesztése
1.	Látogatóközpontok létrehozása, fejlesztése	Alkalmi zöldturistákat célzó kínálatfejlesztés, életciklus-csoportok szerint differenciálva	Az oktatás és a természetvédelem hatékonyabb összekapcsolása	Környezetbarát- és tömegközlekedési módok használatának elősegítése	A kínálat tematikus hangsúlyaira épülő arculatépítés	Interpretációs eszközök és technikák céltudatos fejlesztése	A helyi kapcsolatháló kialakítása, részvétel a TDM-szervezetek munkájában
2.	Az aktív, természetjáró infrastruktúra fejlesztése	Aktív zöld kínálatfejlesztés, életciklus-csoportok szerint differenciálva	Helyi közösség bevonása, tájékoztatása, képzése, szemléletformálása	Hagyományos helyi termékek előállításának támogatása	Komplex szolgáltatás-csomagok kialakítása a különböző célcsoportoknak	A korszerű informatikai és kommunikációs eszközökre épülő tájékoztató rendszerek fejlesztése	Az ökoszemléletű minőségbiztosítás rendszerének kiépítése (pl. Öko-védjegy bevezetése)
3.	A természet-megfigyelés létesítményeinek fejlesztése	Ökoturisztikai kínálatfejlesztés, életciklus-csoportok szerint differenciálva részben	Az ökoturizmus területén dolgozók turisztikai és természetvédelmi képzése	Hagyományos helyi termékek arculatformáló termékként való terjesztése	Célpiaconként differenciált kommunikációs tevékenység kialakítása	A helyi sajátosságokhoz, arculathoz igazodó rendezvény-kínálat fejlesztése	Monitoring-rendszer kiépítése
4.	Speciális ökoszálláshelyek (ecolodge) fejlesztése	Tematikus utak kialakítása országos és területi szinten			A közönségkapcsolatok fejlesztése	Látogatói információs hálózat kialakítása	Az erdőgazdaságok és a természetvédelem tevékenységének összehangolása
5.	Falusi és egyéb vidéki szálláshelyek ökoturisztikai igényeknek megfelelő fejlesztése				A helyi kínálati elemek (csomagok, egyedi szolgáltatások) piacra jutásának megszervezése	Irányelvek, etikai kódexek kialakítása, terjesztése	
6.	Vendéglátóhelyek környezet- és egészségtudatos szempontok szerinti fejlesztése						

A fejlesztési prioritások és a hozzájuk tartozó intézkedések egységes, összefüggő rendszerbe foglalva jelenítik meg a stratégia megvalósításához szükséges legfontosabb teendőket. Az ökoturizmus szerteágazó kapcsolatrendszere miatt a fejlesztés kérdései környezetvédelmi, turisztikai, gazdaság- és területfejlesztési vonatkozásokkal egyaránt rendelkeznek, hogy csak a legfontosabbakat említsük. *Fontos hangsúlyozni, hogy a stratégiában bemutatott intézkedések szelektív és elszigetelt, a rendszer többi elemét érintetlenül hagyó megvalósítása még az adott intézkedéshez kapcsolódó részeredmények elérését sem garantálja.* A stratégiában vázolt hatások bekövetkezése ugyanis csak akkor várható el, ha az intézkedések közötti belső összefüggéseket figyelembe vevő, komplex fejlesztésre kerül sor, amelyet körültekintő *tervezés* előz meg – ld. 12. fejezet. Az intézkedések súlyozása és ütemezése természetesen régióként és országosan is rugalmasan alakítható, feltéve hogy a fejlesztések belső logikája és következetessége nem szenved csorbát.

A stratégiai prioritásokat, illetve a hozzájuk tartozó intézkedéseket az alábbi tartalmi jellemzők által meghatározott rendszerbe foglaltuk:

- *Az I.Prioritás* az ökoturisztikai attrakciók – köztük leginkább a védett természeti területek – jobb „használhatóságát” elősegítő fizikai, azaz infrastrukturális fejlesztéseket tartalmazza. Ezek nemcsak az ökoturisztikai helyszínek jobb megközelíthetőségét segítik elő, hanem fokozzák a látogatás élményszerűségét is.
- *A II.Prioritás* tartalmazza a meglévő vagy fejlesztések eredményeképpen javuló adottságok jobb kihasználását célzó programok, szolgáltatások fejlesztését. Ezek a turisztikai termék „puha” komponensének is tekinthetők, melyek révén kedvező körülmények közt akár fizikai fejlesztések nélkül is erősíthető a látogatás élményszerűsége.
- *A III.Prioritás* az ökoturizmus humán komponensére összpontosít, a tevékenység valamennyi kulcsszereplőjére – környezetvédők, turisztikai szakemberek, szolgáltatók, turisták – nézve megfogalmazva az indokolt fejlesztési irányokat. A humán fejlesztésben a szakmai felkészítés mellett kiemelt szerepet játszik a szemléletformálás is.
- *A IV.Prioritás* az ökoturizmusban kiegészítő, „beszállító” szerepet játszó tevékenységekkel foglalkozik, amelyek egyrészt a területek jobb elérését, másrészt a turisztikai kereslet mélyebb kiaknázását – és ezáltal nagyobb helyi jövedelem realizálását – teszik lehetővé.
- *A V.Prioritás* az ökoturisztikai kínálat ismertségének növelését, az ismeretek hangsúlyainak alakítását, valamint a szolgáltatások értékesítésének fellendítését szolgáló marketing-tevékenységeket részletezi, a reálisan alkalmazható kommunikációs eszközök megnevezésével.
- *A VI.Prioritás* a területre érkező látogató-forgalom menedzsmentjével foglalkozik, kitérve az interpretációs technikák alkalmazására, valamint a hatékony helyi tájékoztatási és útbaigazítási rendszerek kialakítására.
- *A VII.Prioritás* foglalja magában a többi tárgyalt terület hatékony szervezéséhez és irányításához szükséges szervezeti rendszer kialakításával kapcsolatos teendőket, valamint az olyan, szervezeti alapon megvalósítandó tevékenységeket, mint a márkanév-használat vagy a monitoring-rendszer.

Az egyes prioritásokhoz tartozó intézkedéseket azonos szerkezetben mutatjuk be, a *célok – indoklás – feladatok – hatások – mutatók* tartalmi ismertetésével. Külön hangsúlyt fektettünk a *célcsoport-specifikus feladatokra*, mivel számos intézkedés más-más konkrét lépéseket igényel a különböző fogyasztási szokások tükrében. A célcsoport-specifikus feladatokat nem alternatívákként, hanem hangsúlyokként mutatjuk be, amelyek akkor helyezendők előtérbe, ha egy adott területen valamelyik kitüntetett csoport (pl. kisgyermekes családok) igényeinek kívánnak elsősorban megfelelni a fejlesztésekkel.

10.1 I.Prioritás: Turisztikai infrastruktúra fejlesztése

Az infrastruktúra fejlesztésének fő területei a kínálatban megjelenő szolgáltatásokat kiszolgáló létesítmények alapfeltételeit foglalják magukban, továbbá a vendéglátóhelyek környezet- és egészségudatos szempontok szerinti fejlesztésének hátterét, falusi, egyéb vidéki szálláshelyek és speciális ökoszálláshelyek megfelelő alakítását a célcsoportok igényei alapján. Az intézkedések természetesen érintik a természetjáró infrastruktúra állapotának javítását, bizonyos esetekben kiépítését. Ezekben a vonatkozásokban sok esetben a már meglévő kínálat átalakítása megfelelő hátteret biztosít a fejlesztéshez, azonban szinte minden kapcsolódási pontnál fontos a családbarát termékek kialakításához való alkalmazkodás, melyben minden kapcsolódó szolgáltatónak részt kell vennie, az ehhez szükséges infrastruktúrális elemeket biztosítani kell. A létesítmények célja továbbá, hogy általuk különböző érdeklődési körrel rendelkező embereknek és korosztályoknak megfelelő programokat kínáljon a terület, ezért a létesítés csak abban az esetben támogatható, amennyiben azok használatára részletes szolgáltatási- és marketing terv is készül, amelyek a térség interpretációs stratégiájába is illeszkednek.

A fenti célokon kívül a megfelelő infrastruktúra kialakítása a turisztikai terhelést is kiegyenlíti, egyrészt a turisták túlterhelt területek felől a még terhelhető területek felé történő irányításával, másrészt a védettségek megfelelő tevékenységi körök fejlesztése révén.

10.1.1 I.Prioritás/1.Intézkedés: Látogatóközpontok létrehozása, illetve a meglévők továbbfejlesztése a célcsoportok sajátos igényei szerint

10.1.1.1 Az intézkedés célja

- Család- és látogatóbarát infrastruktúra kialakítása
- Az igazgatóságoként eltérő szolgáltatási összetétellel rendelkező látogatóközpontok egységes infrastruktúrális háttérrel való ellátása.
- Az ökoturizmus különböző demográfiai célcsoportjainak megfelelő létesítmények létrehozása, amely a kihasználtságot biztosítja.
- A természeti és kulturális értékek *hatékony* bemutatása, tudatosítása, átadása.
- Komplex interpretációs eszköztár és élmények elérhetőségének biztosítása
- A helyi termékek értékesítésének segítése

10.1.1.2 Indoklás

A látogatóközpontok a legkomplexebb ökoturisztikai infrastruktúrát jelentik, mind az információs hálózat, mind a bemutatás, mind az interpretáció szempontjából kulcsfontosságú létesítmény. A látogatóközpontok vendéglátó- és ajándékbolt részében lehetőség van a helyi termékek értékesítésére. A látogatóközpontok és a hozzá kapcsolódó élményorientált tanösvények, illetve a turisztikai alpinfrastruktúra bázisán lehetséges és kívánatos olyanokat is a természet szeretete és élvezete felé fordítani, akik korábban az ilyen látogatás iránt nem mutattak érdeklődést. Ehhez az élmények jelentenek eszközt, amelyhez az élményt biztosító infrastruktúra szükséges.

10.1.1.3 Az intézkedés feladatai

A fejlesztés előtérbe helyezi az *élményszerűség* növelését. A látogatóbarát kialakítások a fogadóképesség növelése és a kényelem felé irányulnak.

Látogatóközpontot a nemzetipark-igazgatóságok, önkormányzatok vagy a civil szervezetek építhetnek, ez utóbbi két esetben a terület természetvédelmi kezelője egyetértésével és felügyeletével.

- Nemzeti parkonként legalább egy teljes körű szolgáltatással bíró látogatóközpont létrehozása, vagy a meglévő fejlesztése szükséges, amelyben a bemutatás mellett egyéb szolgáltatások is helyet kapnak (ajándékbolt, vendéglátóhely, előadóterem, stb.)
 - A bemutatás *élményszerűségét* javító fejlesztések
 - a bemutató-terület növelése,
 - interaktivitás javítása
 - az interpretációs technikák fejlesztése (VI/1. intézkedés)
 - A *fogadás alapfeltételét* biztosító fejlesztések (látogatóbarát fejlesztések)
 - Parkolók kialakítása
 - Megfelelő számú mellékhelyiség biztosítása
 - akadálymentesítés
 - A bevételek bővítését célzó fejlesztések (a látogatóközpont alapelemeihez tartoznak)
 - Vendéglátóhely, elsősorban helyi termékek értékesítésével
 - Ajándékbolt, helyi termékek, környezetbarát szemléletnek megfelelő termékek
 - (Bérelhető) rendezvénytermek, előadótermek, megfelelő technikával felszerelve
- A látogatóközpont környékének fejlesztése
 - tematikus kertek létrehozása (fűszer-, bio, gyógynövény, gasztrokert, stb.)
 - környezetismereti élményösvény hálózat kialakítása, ahol a hangsúly az élményen van, de az ismeretátadás is szerepet kap, a célcsoportoknak megfelelően különböző tematikájú, hosszúságú útvonalak kialakítása
 - érzékelés kertje kialakítása mozgássérülteknek, gyengénlátóknak

A demográfiai célcsoportok által megkívánt speciális elemek a kínálatfejlesztésben

a) családok gyermekkel

- gyermekfoglalkoztató és pelenkázóhelyiség kialakítása
- az ajándékboltban természetismereti játékok (pl. madárhangokat utánozó sípok)

10.1.1.4 *Érintett szervezetek*

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrparkok
- Helyi önkormányzat
- Helyi termék előállítók

10.1.1.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Munkahelyteremtés
- A látogatók elégedettségének növekedése
- Az ökoturizmus keresletének bővülése
- Az egy látogató által felkeresett helyszínek és elsajátított ismeretek bővülése
- A lakosság környezettudatosabbá válása

10.1.1.6 *Indikátorok, mutatók*

- Látogatószám növekedése
- Helyi lakosság jövedelmének növekedése
- A természetvédelem bevételeinek növekedése

10.1.2 I.Prioritás/2.Intézkedés: Aktív, természetjáró infrastruktúra fejlesztése

10.1.2.1 Az intézkedés célja

- Az aktív zöldszturisztikai kínálat infrastrukturális háttérének biztosítása
- A terület megismerését, bejárását szolgáló útvonalak biztosítása
- A turisták nem gépesített közlekedésének elősegítése, a közlekedésből származó zaj-, levegőtisztaság csökkenése
- Család- és látogatóbarát infrastruktúra kialakítása
- Aktív és komplex szolgáltatás-csomagok alapjának megteremtése
- A természeti erőforrások fennmaradásának biztosítása

10.1.2.2 Indoklás

A hazai természeti területekre jellemzően személygépkocsival érkeznek a látogatók, mivel kevés az egyéb alternatíva. A kerékpáros közlekedés régióként eltérő infrastruktúrával rendelkezik, a legtöbb helyen sem a kerékpározás kijelölt útvonala, sem a kerékpárkölcsonzés sem megoldott, vagy nincs róla elég információ.

Az ökoturizmus egyik feltétele a természetbarát közlekedési módok preferálása és elősegítése. Ennek alapja a természetbarát közlekedési útvonalak megléte, turistautak, kerékpárutak és lovas útvonalak kijelölése, biztonságos vízitúra-útvonalak kialakítása, beleértve az útvonalakhoz tartozó egyéb infrastrukturális elemeket is. Kiemelten fontos a meglévő hálózat minőségi javítása, a meglévő információs rendszer erősítése, hatékonyságának növelése. A nagyobb bemutatóhelyek, látogatóközpontok és egyéb szolgáltatások elérhetőek legyenek nem gépesített eszközökkel is, illetve legyen lehetőség a bemutatóhelyről, látogatóközpontból indulva hosszabb-rövidebb túra megtételére is. Az erdőtvény (1996. évi LIV tv.) IX. fejezete 82. § (2) bekezdésében említett kerékpározásnak és lovas közlekedésnek lehetőséget biztosítani, mivel jelenleg nagyon kevés az erre kijelölt útvonal.

Az aktív ökoturizmus esetleges környezetterhelésének csökkentése és az erőforrások megőrzésének érdekében egyértelműen kijelölt útvonalakra és létesítményekre, az ökoturizmus irányába történő elmozduláshoz pedig a természethasználát élményszerűségét és informativitását javító létesítményekre van szükség.

10.1.2.3 Az intézkedés feladatai

A védett területek esetében alapvetően a védettségi fokozat határozza meg a fejlesztést, és a NPIg-ok teljes felügyelete szükséges az erőforrások védelme érdekében. A nem védett, kevésbé sérülékeny területeken nagyobb létszámú befogadóképességgel bíró infrastruktúra is lehetséges.

Az intézkedések egy része demográfiailag differenciált, mert más-más tevékenységi kör, és ehhez kapcsolódóan más-más infrastruktúra jellemzi egy-egy célcsoporthoz tartozó termékeket - a) diákok, b) önálló keresettel bíró fiatalok gyermek nélkül, c) családok gyermekkel d) idősebb felnőttek gyermek nélkül.

Elsősorban a természet adta lehetőségek kihasználását lehetővé tevő infrastrukturális fejlesztéseken van a hangsúly.

- Látogatóközpontok, bemutatóhelyek kerékpárral és gyalogosan történő megközelítésének biztosítása, befűzésük a kerékpáros, gyalogos és lovas útvonalhálózatba.
 - új csatlakozó útvonalak kijelölése és kiépítése
 - kerékpár tárolás/lovak elhelyezési lehetőségének biztosítása
- Kerékpárutak kijelölése, kerékpárral könnyen járható, biztonságos útvonalak, akár földutak, murvás utak kijelölése, jelzésekkel való ellátása, pihenőhelyek kialakítása, kerékpáros információs pontok létrehozása.
- Terepkerékpáros, lovas útvonalak alakítása:

- Természetvédelmi felmérés és tervek (nyomvonal, beavatkozások, jelzésrendszer) készítése, természetvédelmi és erdőgazdálkodási szempontok figyelembe vételével
- Nyomvonal kijelölése, jelzés- és táblarendszer kiépítése
- A meglévő gyalogos turistaútvonalak felülvizsgálata, szükség esetén új útvonalak létesítése a természetvédelemmel és erdőgazdálkodási szervekkel, tulajdonosokkal együttműködve.
- Kilátóhelyek, pihenőhelyek létesítése, meglévők fejlesztése, szükség esetén felújítása, az érintettekkel egyeztetve
- A gyalogos, terepkerékpáros és lovas turistajelzések országosan egységes festése, karbantartása.
- Vízitúra-útvonalak kikötőhelyeinek kijelölése, karbantartása
- Divatos sporttevékenységek területének kijelölése (pl. nordic walking)
- A vendéglátó- és szálláshelyek, attrakciók kerékpárbaráttá tétele (pl. kerékpártárolókkal).
- A nemzetközi kerékpárutakba is bekapcsolódó kerékpárút-hálózat(ok) létrehozása (pl. Duna-menti kerékpárút).
- Extrém (de nem gépesített) sportokra alkalmas területek kijelölése elsősorban *nem védett* területeken (sziklamászás, siklóernyő, stb.)
- A jelzett turistautak, jelzések jogi védelmének megoldása
- Országos támogatás és megoldás/rendszer a túraútvonalak karbantartására.

Célcsoportokhoz kötődő feladatok	
a) Diákok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erdei tornapálya természetismereti elemekkel
b) önálló keresettel bíró fiatalok gyermek nélkül	<ul style="list-style-type: none"> ▪ extrém sportolásra alkalmas útvonalak és jelzésrendszer kialakítása ▪ látványosabb, változatosabb területen, terepen kijelölt túraútvonalak
c) családok gyermekkel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ tematikus vagy nehézségi fokozatok szerinti túraútvonalak kijelölése ▪ kerékpár- és túraútvonalak mentén pihenőhelyek, padok elhelyezése ▪ játszóterek, élmény-elemek (állatok nyomainak felismerése, természeti akadályok, tornapálya) ▪ eszközkölcsonzó és szervízpontok (kerékpár-gyerekszállító utánfutó, kerékpárülés)
d) idősebb felnőttek gyermek nélkül	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kerékpár- és túraútvonalak mentén pihenőhelyek, padok elhelyezése ▪ rövidebb, könnyebb terepen túraútvonalak kijelölése

10.1.2.4 Érintett szervezetek

- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- Erdőgazdaságok
- Magyar Geocaching Közhasznú Egyesület
- A Magyar Víziturisztikai Szövetség tagjai
- Magyar Természetbarát Szövetség
- KEROSZ
- Helyi természetbarát szervezetek
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- Helyi önkormányzatok

10.1.2.5 Elvárt eredmények és hatások

- Az öko-alapelvek érvényesülése a közlekedési módok kiválasztásában.

- Az aktív ökoturista látogatók számának emelkedése.
- A látogatók elégedettsége.
- A környezet állapotának javulása, a levegő minőségének javulása.
- Az ökoturisztikai központokat összekötő gyalogos és kerékpáros hálózat alapjainak megteremtése, a meglévő hálózat minőségi javulása, tartós állagmegőrzése

10.1.2.6 *Indikátorok, mutatók*

- Látogatószám-növekedés az aktív turisztikai termékek igénybevétele során
- Helyi szolgáltatók bevételeinek növekedése.
- A látogatóközpontok, ökoturisztikai bázisok nagyobb forgalma.

10.1.3 **I.Prioritás/3.Intézkedés: A természet-megfigyelés létesítményeinek fejlesztése**

10.1.3.1 *Az intézkedés célja*

- A természeti örökség széleskörű megismerésének elősegítése
- Az ökoturisták tevékenységeinek biztosítása
- Az ökoturisztikai kínálat infrastrukturális hátterének biztosítása
- A védett területeken az ökológiai rendszer megzavarása nélküli tevékenységek végzésének lehetősége
- Nemzetközi érdeklődésre számot tartható kínálat lehetősége

10.1.3.2 *Indoklás*

Az ökoturisztikai infrastruktúra a természeti- és kulturális környezet megismerését szolgálja, és lehetővé teszi, hogy a természet megfigyelését úgy végezzék, hogy az még a védett területek esetében se okozzon semmilyen ökológiai problémát. Tanösvények kijelölésével a területi koncentrálttság időbeni és térbeni csökkentésére van lehetőség, amelynek eredményeként a turisták elkerülik a védett területeket, az attrakciókat (pl. kilátópont) egy adott irányból közelítik meg és az útvonalat végigjárva komplex élményre-tudásra tesznek szert.

10.1.3.3 *Az intézkedés feladatai*

Az infrastruktúrával szemben követelmény, hogy kis csoportok számára, természetes, helyi anyagokból készüljenek, a térségre jellemző építészeti-díszítési stílust kövessék, minimális környezeti hatással üzemeltethetők legyenek. A létesítmények sajátosságainak egy része demográfiai célcsoportok szerint differenciált. - a) diákok b) önálló keresettel bíró fiatalok, c) családok gyermekkel, d) idősebb felnőttek gyermek nélkül.

- Az ökológiai rendszer alapos megfigyelését biztosító infrastruktúra létrehozása
 - Állatmegfigyelő-helyek létrehozása
 - fotózást biztosító leshelyek létesítése
 - a felszerelés biztonságos tárolásának megoldása
 - éjszakai tartózkodást lehetővé tevő, kutatóház jellegű bázisok kialakítása,
- Védett területen kialakított, csak vezetővel látogatható tanösvények *tudatos és szakszerű* tervezése, áttervezése, átépítése
 - tanösvények szakszerű tervezése, áttervezése: interpretációs táblarendszer kialakítása, tájba illeszthetőségének vizsgálata, fejlesztése, az útvonal élményszerűségét biztosító és a látogatókat segítő építmények (híd, magasles, emelt ösvény) létesítése
 - a tanösvényeken való mozgás nyomán keletkező környezeti károk megelőzését, mérséklését célzó fejlesztések (pl. emelt ösvény)
 - védett vízi élőhelyek megfigyelését lehetővé tevő csónakos túrákhoz kikötőhelyek, stégek létesítése, megújítása
- Földtani értékek tanulmányozását biztosító termékek létrehozása

- az értékekhez vezető hidak, emelt ösvények, állványok létesítése

Célcsoportokhoz kötődő feladatok
a) diákok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erdei iskola infrastruktúra fejlesztése <ul style="list-style-type: none"> ○ Speciális, tematikus terepi bemutatóeszközök rendszerének kiépítése (pl. madármegfigyelő torony vagy bódé, meteorológiai állomás, kis élőhelymodellek, odúk, megújuló energiák használatát szemléltető eszközök) ○ Beltéri foglalkozások eszköztárának fejlesztése
c) családok gyermekkel
<ul style="list-style-type: none"> ▪ erdei iskolai szálláshelyek és kutatóházak alkalmassá tétele családok fogadására (pl. szobaméret)

- Bemutatóhelyek alapvetően megismerés-orientált ökoturisztikai létesítmények, de a létesítmény jellege miatt nagyobb számú látogatót is elbírnak, és az alkalmi zöldturisták tekinthetőek a legnagyobb arányú látogatóknak.. A látogatóközponttól az átadott információ mennyisége különbözteti meg, információátadás Ezeknél a bemutatóhelyeknél fontos az élményelemek alkalmazása is, hasonlóképpen a látogatóközpontnál alkalmazandó fejlesztéseknél (I.Prioritás/1.Intézkedés, VI.Prioritás/1.Intézkedés), és a látogatóbarát fejlesztések is (I.Prioritás/1.Intézkedés).

10.1.3.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrparkok
- Erdőgazdaságok
- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek

10.1.3.5 Elvárt eredmények és hatások

- Az ökoturisztikai lehetőségek bővülése, az ökoturista szegmens bővülése

10.1.3.6 Indikátorok, mutatók

- Nagyobb arányú ökoturista az összes szegmenst figyelembe véve
- A védelemre visszafordítható bevételek növekedése
- Az esetleges negatív környezeti hatások csökkenése

10.1.4 I.Prioritás/4.Intézkedés: Speciális ökoszálláshelyek (ecolodge) fejlesztése

10.1.4.1 Az intézkedés célja

- A magasabb fizetési hajlandóságú ökoturisták igényeit maximálisan kielégítő szálláshely infrastruktúra kialakítása.
- A szálláshelyek kialakítása során környezetbarát és öko-orientált szempontok követése.
- A szálláshelyek üzemeltetése során környezetbarát és öko-orientált szempontok követése
- A családbarát szolgáltatásfejlesztés infrastrukturális hátterének megteremtése.

10.1.4.2 Indoklás

Az országban jelenleg nincs olyan magas igényű, az ökoturizmus elveit teljes mértékben figyelembe vevő szálláshely, amely a magasabb jövedelmű és külföldi ökoturisták igénye. Az ökoszálláshelyek mind felépítésükben, mind kínálatukban az ökoturizmus elveit követik, ezáltal hozzájárulnak az öko-szemlélet szélesebb körben való megismeréséhez.

10.1.4.3 *Az intézkedés feladatai*

Az intézkedés inkább a védett és nem védett területeken újonnan létesítendő ökoszemléletű (ebben a szemléletben épített és üzemeltetett) szálláshelyekre vonatkozik. A feladatok révén kidolgozható egy minőségbiztosítási rendszer, amely lehetővé teszi az egységes infrastrukturális háttér biztosítását.

- A helyszín kiválasztásánál az ökológiai szempontok maximális figyelembe vétele
- A homlokzat településképbe való illesztése.
- A szálláshelyhez tartozó zöldterület állandó karbantartása (udvar és utcafront, előkert).
- A belső kialakítás során a helyi kulturális-, társadalmi- és környezeti adottságokhoz történő illeszkedés (környezetbarát bútorzat, helyi kultúrát felelevenítő dekoráció, természetes burkolat, stb.).
- Az építés és az üzemelés során a megújuló energiaforrások kihasználásának folyamatos biztosítása (az épület tájolása, napkollektorok, csapadékvíz-hasznosító rendszerek, fa-és biomassza energiája, komposzt toalett, vízenergia)
- A szelektív hulladékgyűjtés lehetőségének megteremtése.
- A saját és a helyi lakosság által előállított termékek értékesítési feltételeinek biztosítása.
- Energiatakarékos eszközök alkalmazása a vendégek ellátásában és kiszolgálásában (izzók, konyhai eszközök, mosógép, stb.).
- Közösségi tér megteremtése a külső és belső területeken egyaránt.
- Kisgyerekes családok fogadásához szükséges infrastrukturális háttér megteremtése (gyerekágy, fajtékók, etetőszék, játszótér, stb.).

10.1.4.4 *Érintett szervezetek*

- Kereskedelmi szálláshely-szolgáltatók
- Helyi lakosság
- Magyar Szálloda Szövetség
- Nemzetipark-igazgatóság
- Natúrpark Egyesületek
- Önkormányzatok

10.1.4.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Főbb kritériumoknak való megfelelés
- A szálláshelyek infrastrukturális háttérének kialakítása révén a termék minőségi alapjainak megteremtése
- A területek iránti érdeklődés, kereslet növekedése
- A terület ökoszálláshely kínálatának teljessé válása
- A fejlesztések hatására bevételek emelkedése, mely hozzájárul a magasabb életszínvonalhoz.

10.1.4.6 *Indikátorok, mutatók*

- Lakosság bevételeinek változása
- Szálláshely szolgáltatók bevételeinek növekedése
- Egyéb szolgáltatók bevételeinek változása
- Ökoturisztikai szálláshelyek számának változása
- Vendégforgalom összetétele
- Átlagos tartózkodási idő változása
- Vendégéjszakák számának alakulása
- Energiatakarékos eszközök alkalmazásának aránya
- Megújuló erőforrások részarányának növekedése a teljes energiaszükséglethez képest
- Gyerekbarát infrastrukturális eszközök számának változása

10.1.5 I.Prioritás/5.Intézkedés: Falusi és egyéb vidéki szálláshelyek ökoturisztikai igényeknek megfelelő fejlesztése

10.1.5.1 Az intézkedés célja

- A szállásadók szemléletformálása a környezettudatos fejlesztések irányába.
- A szálláshelyek természet-és környezettudatos átalakítása.
- Természetbarát feltételek megteremtése
- A öko-szemlélet bevezetése az üzemeltetés vonatkozásában.
- A családbarát szolgáltatásfejlesztés infrastrukturális háttérének megteremtése.

10.1.5.2 Indoklás

Az intézkedés a már meglévő, elsősorban a falusi turizmus igényeit kiszolgáló szálláshelyek működési elveit érintő szemléletmódosítására vonatkozik, valamint a természetjáró szálláshelyek (turistaházak) revitalizációját foglalja magában. Az infrastrukturális változtatások nem igényelnek feltétlenül nagy beruházásokat a szállásadók részéről, sokkal inkább egymást követő kis lépések végrehajtását. A fejlesztések által bővül a falusi szálláshelyek jelenlegi célcsoportjainak köre, és lehetővé válik az ökoturizmus vérkeringésébe történő bekapcsolódásuk. Az olcsó, hangulatos turistaházak és a kempingek a természetjáró infrastruktúra elengedhetetlen részei, az öko-szemléletű turisták kedvelt szálláshely típusai.

10.1.5.3 Az intézkedés feladatai

A falusi szálláshelyek a közepes jövedelmi szinttel bíró szegmensek számára nyújtnak szolgáltatásokat. A falusi szálláshelyek vonatkozásában nem az új szálláshelyek létesítése javasolt, hanem a már meglévő kínálat infrastrukturális feltételeinek a következőkben bemutatottak szerinti átalakítása. Az ökoturizmus tevékenységi szegmensei szerinti diverzifikációja az infrastrukturális fejlesztések vonatkozásában nem indokolt.

- A szolgáltatók körében az öko-szemlélet megismertetése, elterjesztése különféle eszközök segítségével (best practice, tanulmányút, továbbképzés, stb.).
- a teljes épület és a hozzá kapcsolódó létesítmények tájba ill. településképbe illesztése.
- Alternatív energiaforrások használata, a szelektív hulladékgyűjtés lehetőségének megteremtése
- A szálláshelyhez tartozó zöldterület állandó karbantartása (udvar és utcafront, előkert).
- A belső kialakítás során a helyi kulturális és társadalmi adottságokhoz történő illeszkedés (bútorzat, dekoráció, burkolás, stb.).
- A saját előállítású termékek értékesítési feltételeinek biztosítása.
- Energiatakarékos eszközök alkalmazása a vendégek ellátásában és kiszolgálásában (izzók, konyhai eszközök, mosógép, stb.).
- Kisgyerekes családok fogadásához szükséges infrastrukturális háttér megteremtése (gyerekágy, fajtákok, etetőszék, stb.).
- A turistaház-hálózat revitalizációja
- A turistaház-funkcióra alkalmas, jelenleg használatlan, vagy más funkciójú épületek vizsgálata
- A még használható fizikai állapotban levő épületek rekonstrukciójának elősegítése (önkéntesek bevonása)
- Az épületrekonstrukciók élők munkájának önkéntesekkel való megszervezése
- Az alpesi turistaház-hálózathoz hasonló szerveződés lehetőségének vizsgálata

10.1.5.4 Érintett szervezetek

- Kereskedelmi szálláshely-szolgáltatók
- Fizetővendéglátással foglalkozó szolgáltatók
- Helyi lakosság

- Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége
- Magyar Természetbarát Szövetség
- TDMSz-ek
- Önkormányzatok

10.1.5.5 *Elvart eredmények és hatások*

- A szálláshelyek infrastrukturális hátterének bővítése révén a termék minőségi változásai.
- A falusi szálláshelyek keresletének növekedése.
- A fejlesztések hatására a helyiek bevételeinek emelkedése
- Az öko-szemléletű családok arányának növekedése a falusi szálláshelyeken.
- A tartózkodási idő növekedése.

10.1.5.6 *Indikátorok, mutatók*

- A helyi lakosság jövedelmének változása
- Egyéb szolgáltatók bevételeinek változása
- Szállásadók bevételeinek változása
- Vendégforgalom összetétele
- Átlagos tartózkodási idő változása
- Energiatakarékos eszközök alkalmazásának aránya
- Gyerekbarát infrastrukturális eszközök számának változása

10.1.6 I.Prioritás/6.Intézkedés: Vendéglátóhelyek környezet- és egészségtudatos szempontok szerinti fejlesztése

10.1.6.1 *Az intézkedés célja*

- A vendéglátóhelyeken családbarát infrastrukturális elemek alkalmazásának ösztönzése.
- A vendégfogadó terek egészségbarát kialakítása.
- Az ökoturizmus meghatározása alapján a helyi lakosság által előállított alapanyagok felhasználásának ösztönzése.
- A helyi termelők számára felvevőpiac biztosítása, ezen keresztül bevételeik növelése és életminőségük javítása.

10.1.6.2 *Indoklás*

A vendéglátás a turisztikai termékek kínálatának jelentős hányadát teszi ki, a szolgáltatások körét tekintve turisztikai alapszolgáltatásnak számít. A komplex ökoturisztikai termékínálat fontos részét képezik a vendégek ellátását szolgáló létesítmények, vendéglátóhelyek, mivel az ökoturizmus meghatározásának értelmében ezek nagymértékben hozzájárulnak a helyi kulturális értékek közvetítéséhez, megőrzéséhez, továbbá a lakosság életminőségének javításához. Ebből adódóan elengedhetetlen e szolgáltatók öko-arculatba történő beillesztése. A vendéglátóhelyek működésük során nagymennyiségű hulladékot termelnek, melynek szelektíven történő gyűjtése és feldolgozása az öko- és környezetbarát szemléletet erősítené, és az ökoturista látogatók szemében hozzájárulna a vendéglátóhely értékének növekedéséhez.

10.1.6.3 *Az intézkedés feladatai*

Az intézkedés a célcsoport igényeinek megfelelő termékek és szolgáltatások infrastrukturális hátterének kialakítására vonatkozik. Az intézkedések nem csak az újonnan létesülő építmények kialakítására vonatkoznak, szükséges a jelenlegi infrastruktúra bővítése is.

- A tradicionális gasztronómiai szokások felelevenítése és a kínálati elemekbe történő beépítése.

- A teljes épület és a hozzá kapcsolódó létesítmények tájba ill. településképbe illesztése (vakolat színe, kerthelységben környezetbarát bútorzat használata, reklámfelületek csökkentése a homlokzati felületen).
- A belső kialakítás tájjellegű kiképzése (fa bútorok, a táj kulturális értékeit bemutató fotók, a helyi kézművesek, mesterek által készített edények alkalmazása).
- A szelektív hulladékgyűjtés lehetőségének megteremtése.
- A vendéglátóhely parkolójában szelektív hulladékgyűjtés lehetőségének biztosítása.
- A dohányzó-részek megszüntetése a vendégfogadó térben.
- Az újrahasznosítható eszközök alkalmazásának ösztönzése.
- A gyermekek számára szórakozási és játszási feltételek megteremtése az épületen belül és környékén egyaránt (környezetbarát eszközökből a tájba illő játszótér kialakítása; játszósarok kialakítása).
- Gyermekek számára kialakított bútorok (etetőszék) és eszközök alkalmazása.
- A helyi gasztronómiai különlegességek felkutatása és a kínálatba történő beépítése.
- A helyi specialitások hangsúlyozása az étlapon, bemutatva azok készítési módját.
- A helyi termelőkkel megállapodás kötése az általuk előállított termények (zöldség és gyümölcsfélék, tojás), illetve félkész/késztermékek (pl. lekvár) felvásárlásáról, számukra előny biztosítása
- Az ehhez szükséges jogszabályi háttér biztosítása

10.1.6.4 *Érintett szervezetek*

- Vendéglátó-szolgáltatók
- Helyi lakosság
- Magyar Nemzeti Gasztronómia Szövetség
- Magyar Vendéglátó Szövetség
- Nemzetipark-igazgatóságok
- Önkormányzatok
- TDMSz-ek

10.1.6.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- A helyi termékek értékesítése révén a lakosság növekvő arányban történő bevonása a turizmusba, ezáltal életszínvonaluk növelése/fokozása
- Az életszínvonal javítása által a település lakosságmegtartó erejének javítása
- A vendéglátóhelyek infrastrukturális adottságainak minőségi változása

10.1.6.6 *Indikátorok, mutatók*

- Lakosság bevételeinek növekedése
- Szolgáltatók bevételeinek növekedése
- Újrahasznosított termékek aránya a vendéglátásban
- Helyi termékek aránya az alapanyagokban
- Tradicionális és egyéb ételek aránya a kínálatban

10.2 II.Prioritás: Kínálatfejlesztés

Az öko- és zöld turizmus infrastruktúrájának és szolgáltatásainak kihasználtsága jelenleg messze alacsonyabb az elvárhatónál. A fejlesztésekkel lehetővé válik, hogy a természetvédelem által látogathatóként kijelölt és fejlesztett helyszínek és területek, valamint a nem védett területek több látogatót fogadjanak és ezzel a vidékfejlesztés és az elmaradott térségek felzárkóztatásában a jelenleginél nagyobb szerepet játszanak.

A kínálatfejlesztés során különbséget kell tenni a védett és nem védett területek között, mert a védett területeken elsőbbséget élvez az értékmegőrzés, míg a nem védett területeken a piac

igényei jobban figyelembe vehetők. Az alkalmi és aktív zöldszturistáknak szóló kínálatfejlesztés a nemzeti parki C zónákra, és a védelem által kijelölt, nagyobb terhelést elbíró területekre, és a nem védett területekre koncentrál. Az ökoturistáknak szánt kínálatfejlesztés a védett területeken sem jelent problémát az erőforrások megőrzése szempontjából, hiszen a védettség maga vélhetően a potenciális látogatók kisebb részének jelent vonzerőt (természetbúvárok, túrázók, fotósok), a többség semleges viszonyul hozzá. A védettség jelentősége turisztikai szempontból leginkább az, hogy egyfajta „márkajelzésként” szolgál, kiemeli a különleges értékű elemeket a többi természeti vonzerőn belül. Fontos továbbá hangsúlyozni, hogy a turisztikai termékfejlesztés szempontjából nem elsősorban a védett területeken található konkrét természeti és táji értékek játszanak döntő szerepet, hanem azok a lehetőségek, illetve szolgáltatások, amelyek megengedhetik az adott terület bekapcsolását valamely programba vagy tematikus útvonalba. Természetesen szem előtt kell tartani, hogy a védett értékekkel kapcsolatos elsődleges szempont nem azok turisztikai hasznosítása, hanem megőrzésük a jövő számára.

A kínálatfejlesztésben felsorolt intézkedések, feladatok infrastruktúra-fejlesztés nélkül is megvalósíthatók. Közép- és hosszútávon azonban mindenképpen csak a kívánatos infrastruktúra-fejlesztéssel (I. Prioritás) lehet elérni a kitűzött célokat. Az ökoturisztikai termék sikere ezen kívül abban rejlik, hogy a helyi erőforrásokra épít a termékek kialakítása során, illetve a turistáknak kínált szolgáltatásokat elsősorban a helyi lakosság nyújtja (pl. szállás, vendéglátás, esetenként szakvezetés), ha pedig nem áll rendelkezésre megfelelően képzett munkaerő, az oktatás, továbbképzés szerepe értékelődik fel.

Fontos, hogy a fentiekben leírt fejlesztésekhez piacorientált árképzés kapcsolódjon, mert a létesítmények és szolgáltatások fenntartása hosszú távon csak így képzelhető el.

10.2.1 II.Prioritás/1.Intézkedés: Alkalmi zöldszturistákat célzó kínálatfejlesztés, életciklus-csoportok szerint differenciálva

10.2.1.1 Az intézkedés célja

- A hazai ökoturisztikai szolgáltatások kínálatának minőségi fejlesztése
- Az ökoturisztikai termékek élményszerűségének növelése
- Az ökoturizmus jelenlegi szolgáltatásainak jobb kapacitás-kihasználása.
- Az ökoturizmus különböző demográfiai célcsoportjainak megfelelően differenciált termékek létrehozása, amely az egyes szolgáltatások kihasználtságát és hatékonyságát biztosítja.
- A helyi közösség életminőségének javítása, a helyi termékek piacának bővítése.
- A természeti és kulturális értékek *hatékony* bemutatása, tudatosítása, átadása.
- A zöldszturisták ökoturizmus iránti érdeklődésének elmélyítése, a fogyasztás megismerés irányában történő elmozdulása.

10.2.1.2 Indoklás

A látogatóközpontok, tanösvények, illetve a turisztikai alpinfrastruktúra bázisán lehetséges és kívánatos olyanokat is a természet szeretete és élvezete felé fordítani, akik korábban az ilyen látogatás iránt nem mutattak érdeklődést. Ennek alapfeltétele, hogy a célcsoport – életszakasz szerint differenciált – különleges igényeinek megfelelő módon álljanak rendelkezésre az ökoturizmus azon szolgáltatásai, amelyek a nagyobb létszámú látogató befogadására képes látogatóközpontokat, bemutatóhelyeket és egyéb természetismereti és oktatóközpontokat, a szakvezetést, valamint a szálláshelyeket és vendéglátóhelyeket foglalják magukba. Ezeknek elsődleges feladatuk a természeti és a hozzájuk kapcsolódó örökség-értékek bemutatása, a környezeti nevelés és oktatás. A bemutatás azonban élmény nélkül csak oktatás, és élmény nélkül a szemléletformálás nem valósítható meg. A látogatóközpontokban, bemutatóhelyeken,

oktatóbázisokon és a hasonló jellegű ökoturisztikai helyszíneknél az *élmény jelenti az eszközt* az értékek tudatosítására, a természeti értékek hatékony megismertetésére.

10.2.1.3 Az intézkedés feladatai

A fejlesztések egyaránt vonatkoznak a már meglévő és az új létesítményekre, szolgáltatásokra is – látogatóközpontok, bemutatóhelyek, oktatóközpontok, szálláshelyek, vendéglátóhelyek.

A fejlesztés előtérbe helyezi az *élményszerűség* növelését, amelyek abban az esetben lesznek hatékonyak, ha az interpretációs elemeket széles körben használják (VI/1. Intézkedés).

Az intézkedések demográfiai célcsoportok szerint differenciáltak, mert az egyes célcsoportokhoz más-más tevékenységi kör, és ehhez kapcsolódóan más-más szolgáltatások és interpretáció szükséges: a) önálló keresettel bíró fiatalok, b) családok gyermekkel, c) idősebb felnőttek gyermek nélkül.

Az infrastruktúrára vonatkozó fejlesztéseket az I.Prioritás tartalmazza.

- Szakvezetéses programok biztosítása a célcsoportok igényeinek megfelelően (VI/1. Intézkedés).
- Tematikus túrák vezetése (gyógynövény, kőzet, gomba, bogyók, fűszer, stb.)
- Sporteszközkölcsönzés (pl. kerékpárcölcsönzés) célcsoporttól függetlenül a terület mindenképpen élményszerűbb, sok esetben alaposabb megismerését teszi lehetővé.
- Ajándéktárgy értékesítés
- Helyben előállított termékek, bio-élelmiszerek, fűszerek értékesítése
- A vendéglátóhelyeken helyi termékek árusítása
- A meglévő adottságokra épülve különböző témájú szabadidős rendezvények szervezése (a rendezvényekre vonatkozó fejlesztéseket a VI.Prioritás tartalmazza.)
- Kamratúrák szervezése – az őstermelők termékeire alapulva

A demográfiai célcsoportok által megkívánt speciális elemek a kínálatfejlesztésben

A demográfiai célcsoportok által megkívánt speciális elemek a kínálatfejlesztésben	
a) Diákok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Csoportos foglalkozások a látogatóközpontokban és bemutatóhelyeken, erdei iskolákban
b) önálló keresettel bíró fiatalok gyermek nélkül	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Szponzor-séták célcsoportnak megfelelő híres személyekkel (sportolók, médiasztárok, stb.)
c) családok gyermekkel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Látogatóközpontok, bemutatóhelyek: gyermekanimáció a belső játszótéren (gyermekfoglalkoztatóban) (idényszerűen, nyáron vagy hétvégente), és a külső játszótéren is, természetismereti elemekkel ▪ Szálláshelyeken felnőtt- és gyermekanimáció (pl. vidéki gazdálkodási módok aktív és passzív módon való megismerése ▪ Vendéglátóhelyeken gyermekmenü kínálat, játéksarok
d) idősebb felnőttek gyermek nélkül	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ismert személyekkel való közös séta rendszeres időpontokban.

10.2.1.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- Szálláshelyek

- Helyi önkormányzatok
- Helyi közösség
- Helyi termékeket előállítók

10.2.1.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Az ökoturisztikai termékek kínálatának minőségi javulása
- Hatékonyabb bemutatás, természeti örökségek tudatosítása
- A hatékonyság révén az ökoturista szegmens részarányának növekedése
- Az ökoturizmus keresletének bővülése
- A látogatók elégedettségének növekedése
- A lakosság környezettudatosságának javulása
- A természeti örökség széles körökkel való megismertetése

10.2.1.6 *Indikátorok, mutatók*

- A látogatóközpontok, bemutatóhelyek kapacitás-kihasználtságának növekedése
- Ökoturisztikai szolgáltatók bevételeinek növekedése
- Helyi adóbevételek bővülése

10.2.2 *II.Prioritás/2.Intézkedés: Az aktív kínálat fejlesztése, életciklus-csoportok szerint differenciálva*

10.2.2.1 *Az intézkedés célja*

- A hazai ökoturisztikai szolgáltatások kínálatának bővítése az aktív tevékenységek felé
- Az ökoturizmus különböző demográfiai célcsoportjainak megfelelően differenciált termékek létrehozása, amely az egyes szolgáltatások kihasználtságát és hatékonyságát biztosítja.
- A szabadban végezhető aktív tevékenységek hozzájárulnak az egészséges életmódhoz, ami elengedhetetlen az egészségi prevenció szempontjából.
- A lakosság életminőségének javítása nem csak a fogadóterület, hanem a kereslet szempontjából is.
- Az ökoturizmus számára bevételt is jelentő, fizetőképes fogyasztók megnyerése.
- Az aktív tevékenységeken keresztül a természeti és kulturális értékek tudatosítása, átadása.
- A családok által végezhető aktív ökoturisztikai tevékenységek kínálatának fejlesztése.
- Aktív és komplex szolgáltatás-csomagok alapjának megteremtése
- Az outdoor tevékenységet végzők tudatosabb, megismerés-orientált látogatóvá formálása, az ökoturizmus iránti érdeklődésük elmélyítése.
- A természeti erőforrások fennmaradásának biztosítása.

10.2.2.2 *Indoklás*

A kültéri, természeti sportoknak is a természeti környezet ad területet, ugyanazt a teret és részben hasonló szolgáltatásokat vesznek igénybe, mint az ökoturisták. A hazai lakosság esetében a rendszeres testmozgás hiánya is hozzájárul a rossz egészségi statisztikához. A mozgás egészségre való pozitív hatása miatt bizonyítottan megtérülő befektetésnek minősül a mozgással történő megelőzés. A természeti környezet mint tevékenységi közeg pedig belső harmónia elérését is szolgálja. Ez a törekvés összhangban van a divatos kültéri sportok iránt a piacon megnyilvánuló kereslettel. A természetjárás százezres tömegbázisú tevékenység mind hazánkban, mind nemzetközi célpiacainkon. A gyalogtúrák mellett számos új divatsport és tevékenység is illeszkedik e trendbe, így a terepkerékpározás, a nordic walking, a geocaching, stb. Az aktív zöldturizmus lehetőséget ad a látogatók ökoturizmus iránti érdeklődésének felkeltésére, így ezen keresztül a megismerés-orientált ökoturisták számának bővítésére.

Így elérhetjük azt, hogy az ökoturizmus jelenlegi célcsoportjában viszonylag csekély arányban előforduló fiatal felnőttek és családosok arányát növeljük. A kalandtúra és az egyéb outdoor tevékenységeket kedvelő látogatók fizetőképes keresletet jelentenek, amely hozzájárul az adott terület és az ökoturizmus bevételeinek növeléséhez.

Az aktív ökoturisztikai szolgáltatások során átadott ismeretek hozzájárulnak az ökoturista szegmens bővüléséhez.

10.2.2.3 Az intézkedés feladatai

Az intézkedés védett és nem védett területeken végezhető aktív tevékenységek, mozgási vagy akár sportolási lehetőségek bővítését, valamint kalandtúrák fejlesztését szolgálja. A fejlesztések eredményeként nagyobb hangsúlyt kap a természet megismerése, a helyi természeti és kulturális értékek iránti érdeklődés felkeltése. Az intézkedések demográfiai célcsoportok szerint vannak differenciálva, mert más-más tevékenységi kör jellemzi egy-egy célcsoporthoz tartozó kínálatot - a) diákok, b) önálló keresettel bíró fiatalok gyermek nélkül, c) családok gyermekkel d) idősebb felnőttek gyermek nélkül.

A védett területek esetében alapvetően a védettségi fokozat határozza meg a fejlesztést, és a NPIg-ok teljes felügyelete szükséges az erőforrások védelme érdekében.

A kínálatfejlesztés alapja az infrastruktúra-fejlesztés, amelyet a III/1. Intézkedés tartalmaz.

- Sporteszközök kölcsönzési lehetőségének biztosítása.

A demográfiai célcsoportok által megkívánt speciális szolgáltatások:

Célcsoportokhoz kötődő feladatok
a) Diákok
▪ Sportlehetőségek biztosítása
b) önálló keresettel bíró fiatalok gyermek nélkül
▪ a természetben végezhető mozgást elősegítő, „divatos” termékek fejlesztése védett és nem védett területeken: pl. geocaching, nordic walking, emberi erővel hajtott eszközökkel közlekedés (kenutúra a nádasban).
▪ kalandtúra-lehetőségek biztosítása elsősorban a nem védett területeken
▪ kalandélményekkel színesített szakvezetés biztosítása
▪ csapatépítő tréningek outdoor tevékenységeinek biztosítása
▪ overallos barlangtúrák szervezése (a Nemzetipark-igazgatóságok kontrollja és piaci részesedése mellett)
▪ a vendéglátóhelyeken energiadús és egészséges étrend
c) családok gyermekkel
▪ a szülők mozgásához kapcsolódó gyermekanimáció (pl. a túrázó szülők kezdő és érkezési pontja közötti gyermek szállítása felügyelettel, akár időszakos jelleggel (hétvége))
▪ vendéglátóhelyeken gyermekmenü
d) idősebb felnőttek gyermek nélkül
▪ A vendéglátóhelyek esetében hosszabb tartózkodás esetén ajánlott diétás menü biztosítása (wellnesszel való kapcsolódás)

10.2.2.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Magyar Geocaching Közhasznú Egyesület
- Magyar Természetbarát Szövetség

- Barlangkutató Egyesületek
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- Szálláshelyek

10.2.2.5 *Elvart eredmények és hatások*

- Bővül az ökoturisztikai termékek kínálata
- Az infrastruktúra és a kínált szolgáltatások mennyiségi és minőségi növekedése.
- Az aktív tevékenységek révén több célcsoport megnyerése az ökoturizmus számára
- Az ökoturizmus piaci összetételének elmozdulása a fizetőképes kereslet irányába.

10.2.2.6 *Indikátorok, mutatók*

- A lakosság egészségi állapotának és boldogságindexének növekedése
- Ökoturisztikai szolgáltatók bevételeinek növekedése.

10.2.3 II.Prioritás/3.Intézkedés: Ökoturisztikai kínálat fejlesztése, életciklus-csoportok szerint differenciálva

10.2.3.1 *Az intézkedés célja*

- A hazai ökoturisztikai szolgáltatások kínálatának minőségi fejlesztése
- Az ökoturizmus különböző demográfiai célcsoportjainak megfelelően differenciált kínálat létrehozása, amely az egyes szolgáltatások kihasználtságát és hatékonyságát biztosítja.
- A természeti és kulturális örökség védelme.
- Minőségi erdei iskola kínálat
- A helyi közösség életminőségének javítása, a helyi termékek piacának bővítése.
- A magas hozzáadott értékű szolgáltatások értékesítésének bővítése
- A természeti és kulturális értékek *hatékony* bemutatása, tudatosítása, átadása.
- Elmaradott térségek felzárkózásának elősegítése
- Az ökoturizmusból származó bevételek növelése és helyben tartása
- Az autentikus turisztikai élmény biztosítása
- A természetvédelem számára támogatók megnyerése.

10.2.3.2 *Indoklás*

Az ökoturisztikai termékek kialakítása kínálat alapú fejlesztést igényel, mely nem mesterségesen kialakított attrakciókra, hanem helyi adottságok interpretációjára épül. Az ökoturizmus szempontjából a legfontosabb az egyediség tervezése, a vonzerők típusát tekintve pedig a tájalkotó természeti értékek, fajok sokszínűsége és a kulturális, néprajzi értékek jöhetnek számításba. Az ökoturisztikai kínálat a természeti és kulturális értékek, örökségek bemutatásával, a támogatási, megőrzési lehetőségek ismertetésével a látogatók környezettudatosságát erősíti. Az erdei iskolák az általános iskolások zöld szemléletét alakítja ki, és megtanítja őket a környezet és természet védelmének fontosságára és a hétköznapi életben alkalmazható eljárásokra. A programok részvételi díja megfelelően kialakított térségi üzleti modell működtetése esetén felhasználható a terület védelmére, és az érintett helyi lakosság életminőségének javítására.

Jelen intézkedés célja az ökoturisták számára – a zöldszturizmus keretében nagyszámban érkező látogatóktól részben elkülönített – kínálat fejlesztése. Olyan egyéni látogatókat vagy kis csoportokat fogadó szolgáltatások létrehozása és fejlesztése a cél, amelyek lehetőséget adnak az állat- és növényvilág zavarása nélkül azok megfigyelésére, megismerésére, fényképezésére.

10.2.3.3 *Az intézkedés feladatai*

Az ökoturisztikai kínálat összeállításánál figyelembe kell venni, hogy a turisztikai kínálat egyes elemei is összhangban legyenek az ökoturizmus célkitűzéseivel, vagyis a környezettudatosságnak és az erőforrásokra minimális hatást kifejtő szempontoknak. Ennek érdekében az intézkedés

keretében fejlesztett szolgáltatásokkal szemben követelmény, hogy kis csoportok számára, minimális környezeti hatással kivitelezhetőek legyenek. A kínálat egy része demográfiai célcsoportok szerint differenciált. - a) oktatási intézmények diákjai b) önálló keresettel bíró fiatalok, c) családok gyermekkel, d) idősebb felnőttek gyermek nélkül.

- Elmélyült természeti ismereteket nyújtó tematikus túrák vezetése (geológiai, botanikai, stb.)
- fotóstúrák, fotózási lehetőségek biztosítása felügyelettel (szakvezetővel)

Célcsoportokhoz kötődő feladatok	
a) diákok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Életkornak és ismeretanyaguk megfelelően kidolgozott erdei iskola programok szervezése <ul style="list-style-type: none"> ○ A természetben való viselkedés érthető magyarázatokkal történő átadása ○ A terület földrajzi és kulturális ismereteinek átadása ○ A terület ökológiai ismereteinek átadása ○ A természetvédelem jelentőségének megértetése ○ Az erdő- és vadgazdálkodás megismertetése ▪ Mindezek eszköze az interpretáció (VI/1)
b) önálló keresettel bíró fiatalok gyermek nélkül	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Éjszakai állatmegfigyelő túrák vezetése
c) családok gyermekkel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nyílt erdei iskolai hétvégék rendezése családok számára ▪ Természeti környezet megfigyelését elősegítő kiadványok értékesítése ▪ Népi gazdálkodási módok megismertetése

10.2.3.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Erdei iskola szolgáltatók
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- Helyi önkormányzatok
- Helyi közösség
- Helyi termékeket előállítók
- Szálláshelyek, vendéglátóhelyek
- Erdőgazdaságok

10.2.3.5 Elvárt eredmények és hatások

- Az ökoturisztikai termékek kínálatának minőségi javulása és mennyiségi bővülése
- A hatékonyság révén az ökoturista szegmens részarányának növekedése
- Az ökoturizmus keresletének bővülése
- A látogatók elégedettségének növekedése
- A lakosság környezettudatosságának javulása

10.2.3.6 Indikátorok, mutatók

- A helyi lakosság értéktudatának javulása
- A helyi lakosság szemléletének pozitív irányú formálódása
- A turizmusból származó bevételek növekedése
- A helyi lakosok életminőségének javulása.

10.2.4 II.Prioritás/4.Intézkedés: Tematikus utak kialakítása országos és területi szinten

10.2.4.1 Az intézkedés célja

- A hazai ökoturisztikai kínálat stratégiai megújítása
- Az ökoturizmus különböző demográfiai célcsoportjainak megfelelően differenciált termékek létrehozása, amely az egyes szolgáltatások kihasználtságát és hatékonyságát biztosítja.
- A különféle védett területek turisztikai kínálatának összekapcsolása
- Az ökoturisztikai kínálat versenyképes pozícionálása

10.2.4.2 Indoklás

A hazai nemzeti parkok mind kiterjedésüket, mind pedig a vonzerőket tekintve elmaradnak a világ leglátogatottabb természeti területei mögött. Önálló desztinációként, a külföldi és elsősorban a tengeren túli küldő területek esetében csak nagyon speciális piaci rések elérésére képesek. Indokolt ezért a helyszínek tematikus összekapcsolása mivel így lehetséges az egymást erősítő hatások kiaknázása. Ilyenek az útvonal az különféle helyszínek együttes vonzerejéből adódó nagyobb versenyképesség, az útvonal végiglátogatásából adódó növekvő látogatottság a területen és javuló turisztikai élmény és elégedettség a látogatóknál, valamint a csökkenő fajlagos szervezési és marketing költségek. A tematikus utak előnye, hogy összekapcsolják az attrakciófejlesztést és a kínálat (újra)pozícionálást.

10.2.4.3 Az intézkedés feladatai

A tematikus utak fejlesztése alapulhat

- olyan hasonló természeti adottságokon, amelyek a tematikus út szakmailag egységes keretét biztosítják (pl. szikes gyepek)
- a szakmailag eltérő adottságok egységes tematizálásán a közönség számára (pl. az általános iskola 4. osztályának környezetismeret anyaga)

Területileg a tematikus utak lehetnek

- több régiót/nemzeti parkot átívelő „országos” útvonal, amely lehetőséget ad az ország ökoturisztikai kínálatának egységes keretben történő piacra vitelére és a nemzetközi kereslet felkeltésére is
- egy régiót/nemzeti parkot feltáró „regionális” útvonal, amely a fő, arculatformáló vonzerőkhöz kapcsolva lehetőséget ad a kisebb jelentőségű turisztikai vonzerők, helyszínek feltárására is.

Általános feladatok

- A téma kialakítását megalapozó fejlesztési terv készítése
 - Az épített elemek egységes arculatának biztosítása
 - a tematikus út turisztikai termékfejlesztési tervének elkészítése
 - a tematikus út interpretációs tervének elkészítése
 - a tematikus út marketingtervének elkészítése
- Az egyes helyszíneken az adott témával foglalkozó interpretációhoz kapcsolódó épített elemek, környezet-architektúra elemek elhelyezése
 - a tematikus útba kapcsolt helyszíneken egységes szemléletű és a fő témához kapcsolódó szabadtéri vagy beltéri információs, az adott helyszín vonzerői és szolgáltatásait bemutató installáció készítése
 - a tematikus útba kapcsolt helyszíneken egységes szemléletű és a fő témához kapcsolódó szabadtéri vagy beltéri interpretációs, az adott helyszínen a témához kapcsolódó vonzerők megismerését és magyarázatát adó installáció készítése
 - lehetőség szerint az adott témát érzelmi és tapasztalati úton bemutató eszközök

<p>kialakítása (pl. különböző fák kérgének tapintása, azonos méretű fadarabok eltérő súlyának megismerése)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A tematikus út többi helyszínére vonatkozó információk kihelyezése <ul style="list-style-type: none"> ○ a tematikus útba kapcsolt helyszínek térképes bemutatása a téma megismerésében betöltött szerepük érzékeltetésével ▪ (→ V.Prioritás/2.Intézkedés) A tematikus út állomásait felölelő programcsomagok megtervezése és leszerzése ▪ (→ V.Prioritás/3.Intézkedés) A tematikus utat bemutató kiadványok és honlap elkészítése ▪ (→ VII.Prioritás/1.Intézkedés) A tematikus út szereplőit tömörítő partnerség létrehozása és az út menedzsmentjét ellátó szervezet létrehozása/megbízása

- A Zöldút kezdeményezések támogatása, támogatásuk ösztönzése (a Zöldutak természeti folyosók, ösvények, útvonalak, melyeket ökológiai funkciójuk figyelembevételével használnak sportra, turizmusra, kikapcsolódásra és mindennapi közlekedésre. Egy térségben már meglévő elemek (útvonalak, szolgáltatások, együttműködések, programok) amelyeket fizikailag környezetbarát módon való közlekedési lehetőségekkel kapcsolnak össze. Fejlesztését az aktív civil szervezetek, önkormányzatok és a lakosság különböző tevékenységeikkel segítik.)

Célcsoportoknál figyelembe veendő szempontok
Alkalmi zöldszturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a jelentős és látványos vonzerők kaphatnak szerepet ▪ a népszerű, közérthető bemutatás lényeges ▪ lehetőséget kell adni a további, kevésbé ismert helyszínekre vonatkozó információk megszerzésére
Aktív zöldszturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a tematikus utak többféle eszközzel való bejárhatósága (kerékpáros, lovas, gyalogos) nyitja meg a terméket e célcsoport előtt ▪ az adott sportágnak megfelelő kiegészítő információkkal kell ellátni a marketingeszközöket (pl. magasságprofil) ▪ a tematikus út helyszínein a turisztikai alapszolgáltatásoknál is fel kell készülni a döntően sportolási céllal érkező vendégek fogadására
Ökoturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ speciálisan az e piaci résekre tervezett utak kialakítása szükséges (pl. vízimadarak fészkelőhelyei természetfotósok számára), vagy ▪ a populáris útvonalak helyszínein és kiegészítő kiadványokban többletinformációkat kell biztosítani ▪ a szálláshelyek, a vendéglátás és a közlekedés csomagba foglalásánál illetve kijánlásánál a többi szegmensnél szigorúbb elveket kell érvényesíteni (helyi kínálat, környezetbarát jelleg)
Iskolások
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a tananyaghoz történő direkt kapcsolódás szükséges
Fiatalok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a rövidebb programok iránti igény miatt a tematikus utak szakaszolása célszerű ▪ viszonylag nagyobb mozgás- és aktivitásigény, viszonyt nem túl tartós figyelem jellemző – kerülni kell a monotonitást

Családok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ több generációnak megfelelő, differenciált interpretáció szükséges (óvodás-kisiskolás, illetve felsőbb iskolás gyerekek, valamint felnőttek) ▪ a gyerekek számára játék lehetőség biztosítása
Idősebbek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ viszonylag magasabb költési hajlandóság jellemző, ez a több kényelem vagy a különlegesebb, egyedibb szolgáltatás igényével párosulhat ▪ ez a korosztály nagyobb hajlandóságot mutat a szervezett programok megvásárlására, mint a fiatalabbak

10.2.4.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Helyi önkormányzatok és kistérségi társulások (illetve ezek által létrehozott TDM szervezetek)
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- Zöldút kezdeményezések civil szervezetei

10.2.4.5 Elvárt eredmények és hatások

- Az ország ökoturisztikai kínálatának pozicionálása (országos utak)
- Az ökoturisztikai desztinációk alaposabb megismerése (regionális utak)
- A külföldi látogatók arányának növekedése
- Az egy látogató által felkeresett helyszínek számának növekedése
- A vendégek elégedettségének növekedése
- A látható turisztikai kínálat gazdagodása
- A vendégek visszatérési hajlandóságának növekedése

10.2.4.6 Indikátorok, mutatók

- A tartózkodási idő növekedése az ökoturizmus desztinációban
- Az egy turistára jutó költség növekedése
- Visszatérő vendégek számának növekedése.

10.3 Humán fejlesztés

A humánfejlesztés során különbséget kell tenni a különböző szakmai háttérrel rendelkező szakemberek között, mert az ökoturizmus célrendszerének hatékony érvényesítése komplex háttérrel, ismeretekkel feltételez: a turisztikai, piaci, és a természetvédelmi ismeretek ötvözését.

Az ökoturizmus működéséhez, a turisztikai termékek és létesítmények működtetéséhez alapvető feltétel a megfelelő számú és képzettségű szakemberek biztosítása. Az ökoturizmus célcsoportjába tartozó, különböző mértékben egészség- és környezettudatos fogyasztók igényeinek kielégítéséhez az infrastruktúra megléte mellett elengedhetetlen az adott területet (mind földrajzi, mind szakma-specifikus értelemben) jól ismerő, megfelelően képzett, nyelvismerettel rendelkező szakemberek biztosítása. A felsőoktatásban jelenleg a természetvédelemmel, ökológiával, növény-és állatvilággal kapcsolatos képzések (pl. geológus,

biológus) a hagyományos vagy általános szakmai ismeretek átadására irányulnak, piaci-turisztikai ismereteket kevésbé integrálnak. Fordítva is igaz, hogy a turisztikai felsőfokú képzések közül sem mindegyikben foglalkoznak megfelelő mélységben a természetvédelemmel, a természetvédelmi területek menedzsmentjével, ökoturizmussal.

10.3.1 III.Prioritás/1.Intézkedés: Az oktatás és a természetvédelem hatékonyabb összekapcsolása

10.3.1.1 Az intézkedés célja

- Az oktatási rendszer/intézmények és a természetvédelem/intézmények közötti stratégiai együttműködés erősítése
- A környezettudatos gondolkodás/cselekvés kialakítása (szemléletformálás)
- Természetvédelmi kompetencia nyújtása a társadalom minden szegmensének
- Természetvédelmi ismeretek és tapasztalatok átadása
- A természeti erőforrások fennmaradásának biztosítása.

10.3.1.2 Indoklás

- A gyakorlati természetvédelem tevékenység-rendszerének megismertetése, elsajátíttatása, a természeti és kulturális örökség bemutatása segíti az ökotudatos szemlélet kialakítását és fejlesztését, a természettel való együttélés és a természetben történő eligazodás elsajátítását és az egészséges életmód kialakítását
- A NAT Földünk és környezetünk, Ember és természet műveltségi területei tananyagrendszerében a természetvédelem nem kellő hangsúllyal jelenik meg
- A jelenlegi oktatási rendszer nem elégíti ki az ökoturizmushoz kapcsolódó megfelelő szakemberképzés igényét
- A pedagógusok számára nem nyilvánvaló a hazai ökoturisztikai kínálat, amikor a rendszeres osztálykirándulásokat szervezik.

10.3.1.3 Az intézkedés feladatai

A természetvédelmi kompetenciát mindenkinek elve mentén a környezeti nevelés és az élménypedagógia az óvodai nevelés és az általános iskolai oktatás-nevelés (NAT) szintjén zajlik, a természetismereti oktatás a középiskolához, a természetvédelmi képzés, szakirányú oktatás a szakképzés, a felsőfokú képzés (msc), valamint a posztgraduális képzés szintjéhez kapcsolódik. A gyakorlati bemutatás, a tájékoztatás, az ismeretterjesztés a társadalom teljes vertikumához szól.

- Környezeti nevelési, oktatási programok (tanórai, tanórán kívüli programok; minősített erdei iskolai programok, modulok, tevékenységek, tematikák; témahét; nyári táborok stb.), szakképzési modulok, alapszakok, természetvédelmi szakirányok, valamint posztgraduális képzések kidolgozása
- A szemléltetés és a gyakorlati képzés, a terepi megfigyelés eszközrendszerének létrehozása
- Információhordozó, ismeretterjesztő, tájékoztató anyagok (oktatási segédanyagok, jegyzetek, könyvek, munkafüzetek, periodika) létrehozása
- A terepi bemutatás, gyakorlati képzés infrastrukturális háttérének (természetvédelmi bemutatóerdő, tanösvény, tájékoztató táblarendszer, terepi, barlangi bemutatóhely és gyakorlótér, erdei fedett foglalkoztató) kialakítása
- Oktató- és látogatóközpontok, egyéb bemutatóhelyek kialakítása, fejlesztése
- A természetvédelmi oktatás, környezeti nevelés, a szemléletformálás céljait különböző tevékenységformák révén lehet megvalósítani:
 - Szakvezetett túrák, terepbejárások, tanulmányutak szervezése, lebonyolítása – pedagógusok részére (nem csak természettudományi tantárgyakat oktatóknak)

- Szakképzésben való részvétel, szakmai gyakorlatok, terepgyakorlatok szervezése, irányítása, szakdolgozatok és diplomamunkák témavezetése
- Előadások tartása, természetvédelmi témájú vetélkedők, versenyek, szakkörök, iskolai foglalkozások segítése, kiállítások szervezése
- Táborok szervezése
- Erdei iskolai programszolgáltatás, egyéb programok, modulok összeállítása, szervezése, programelemek kidolgozása
- Természetvédelemmel kapcsolatos jeles napok szervezése, segítése
- Továbbképzések indítása (felnőtt továbbképzések akkreditálása)

A felsőoktatási egyetemek gyakornokainak ökoturizmusban való alkalmazása és képzése a III/4. Intézkedés része.

10.3.1.4 Érintett szervezetek

- Oktatási Minisztérium
- Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium
- Természetvédelmi állami és civil szervezetek (nemzetipark-igazgatóságok, natúrparkok és egyéb civil szervezetek)
- Oktatási intézmények
- Erdei iskola programszolgáltatók
- Önkormányzatok

10.3.1.5 Elvárt eredmények és hatások

- A természetvédelem hazai szervezeti és működési felépítésének, a gyakorlati természetvédelmi tevékenységrendszer ismertségének növekedése
- A tájékozott, felkészült ökoturisták számának növekedése
- Az ökológiai tudatosság erősödése
- A magas színvonalú ökoturisztikai kínálat alapjainak létrejötte

10.3.1.6 Indikátorok, mutatók

- A természetvédelem megítélésének javulása
- Az ökoturisták arányszámának növekedése a fiatal demográfiai szegmensen belül.
- A természettudományi oktatás hatékonyabbá válása

10.3.2 III.Prioritás/2.Intézkedés: Helyi közösségek bevonása, tájékoztatása, képzése, szemléletformálása/humán fejlesztés

10.3.2.1 Az intézkedés célja

- Helyi közösségek érdekeltté tétele, motivációs szintjének növelése.
- A fenntartható helyi ökoturisztikai rendszerben érdekelt szereplők involvációs szintjének fenntartása, fejlesztése.
- A természeti értékek ökoturisztikai bemutatási rendszerben elfoglalt helyének tudatosítása.
- Az ökoturizmus turizmusrendszeren belül elfoglalt helyének, szerepének, létjogosultságának tudatosítása.
- A természeti erőforrások, értékek fennmaradásának biztosítása, általában a turizmus, közvetlenül és kiemelten az ökoturizmus – alaptökéje gondolatának meggyökereztetése.
- A lokális környezeti tudatosságra való orientálás.
- Az adott desztináció helyi természeti, táji, kulturális értékeinek megőrzésére, bemutatására való alkalmassá tétel.
- A helyi foglalkoztatási és jövedelemszerzési lehetőségek bővítése.

- A szolgáltatások mennyiségi és minőségi fejlesztésére alkalmas egyének turizmusszektorba történő bevonása.
- A turizmusszektor helyi szereplői közti együttműködési készség fokozása.

10.3.2.2 *Indoklás*

A helyi turizmusrendszer fenntartható működése megkívánja a helyi közösségek aktivitását, összefogását. Az ökoturizmus, mint a turizmusrendszer egyre dinamikusabban fejlődő, a természet állapotáért legjobban felelősséget érző ágazatának fejlesztésében érdekelt természetesen módon járulnak hozzá a szemléletformálási célok eléréséhez. Természetesen a célok megfogalmazásakor a helyi adottságokat, - és tapasztalati tőkét, az addigi kutatási eredményeket, az országos, regionális, kistérségi, vagy határon átnyúló fejlesztési elképzeléseket együttesen kell figyelembe venni. A tervezés megkívánja az adott desztinációt érintő egyéb stratégiákhoz való illeszkedést, illetve a térségi koncepciókba való ágyazódást. A globális problémákra való érzékenység és a helyi tetterő párhuzamát. A reális cél és feladatkitűzés eredményeképpen jöhet létre egy olyan átfogó fejlesztés, mely hosszú és fenntartható módon szolgálja a helyi közösségek érdekeit. Így téve eleget a célrendszer egészének, hozzájárulva az adott desztináció természeti, kulturális értékeinek megőrzése mellett a bemutatási feltételek javításához, a sikeres értékesítéshez, a multiplikátor hatás erősítése által a helyi eltartó képesség emeléséhez.

10.3.2.3 *Az intézkedés feladatai*

Az intézkedés célkitűzései mentén történő feladat meghatározásban és végrehajtásban nyilván desztinációnként más-más szervezet vagy szervezetek vállalnak kezdeményező szerepet a helyben kialakult erőviszonyok, szokásjog, kapacitás alapján. A feladatteljesítés komplexitása azonban minden esetben megkívánja a folyamat-egészre vonatkozóan a partnerségi elv alkalmazását. A szemléletformálás, azon belül a képzések sikeressége a későbbi turisztikai térségi sikerek letéteményét is jelenti. Társadalmi és gazdasági hatását tekintve is fenntartható, a természetvédelem prioritásait szem előtt tartó turizmusrendszer működtetése megkívánja a helyi közösségekre kiterjedő szemléletformálás egészének értékszemléletű folyamatba ágyazottságát.

- A szemléletformálás egészét érintő helyi stratégiaalkotásba bevonandók körének meghatározása, megszólítása.
- A bevonandó kör számára munka értekezletek, fórumok szervezése, ötletek, igények körvonalazása.
- A szemléletformálási stratégia felállítása, az egyes részterületek felelőseinek kijelölése.
- Részterületenként megvalósuló programalkotás teljes tematikával, feladat, erőforrás és eszköz hozzárendeléssel.
- A konkrét képzések és képzési irányok ütemezése, velük kapcsolatos eljárások lefolytatása, engedélyeztetése, képzésszervezés.
- Képzések megvalósítása, visszacsatolási rendszerek élővé tétele.
- A képzésen kívüli egyéb szemléletformálást segítő eszközök alkalmazása (népszerűsítő kiadványok megjelentetése és terjesztése, ösztönző jellegű rendezvények, akcióprogramok szervezése)
- Értékelési, ösztönzési rendszer kidolgozása és bevezetése a környezetéért felelősséget vállaló egészséges lokálpatriotizmus ébrentartása érdekében.

10.3.2.4 *Érintett szervezetek*

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Zöld szervezetek (egyesületek, alapítványok, kiemelten az országos és megyei hatókörű Természetbarát Szövetségek)
- Települési önkormányzatok
- Többcélú kistérségi társulások
- Vidékfejlesztési irodák

- TDMSz-ek
- Turizmusban érdekelt egyéb civil szervezetek (vendégvárók egyesülete, szállásadók szövetsége)
- Turisztikai szakmai szervezetek
- Megyei iparkamarák aktuális érdekelt tagozatai
- Tourinform irodák
- Regionális Marketing Igazgatóságok

10.3.2.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Megfelelően motivált és érdekeltségét megtaláló helyi közösségek, szervezetek, vállalkozók járulnak hozzá a fenntartható helyi turizmusrendszer működtetéséhez.
- Az adott térség turisztikai szektorának szereplői között nő az együttműködési készség.
- Egyre mélyebben tudatosul az az alapaxióma, hogy a turizmus, kiváltképpen az ökoturizmus eredendő tőkéje a természet.
- Megerősödik az ökoturizmus turizmusrendszeren belüli pozíciója.
- Megvalósul a helyi értékek helyiek által való megbecsülési hajlama, fejlődik az értékőrzők köre.
- Többben válnak alkalmassá a helyi értékek színvonalas, élményszerű bemutatására.
- Nő az adott terület eltartóképessége, és különösen a vidéki desztinációkban, a rurális terekben a helyben maradók számaránya.
- A szolgáltatások színvonala emelkedik.
- A természetvédelmi prioritások tiszteletben tartása mellett emelkedik a vendégéjszakák és a helyi bevételek aránya.

10.3.2.6 *Indikátorok, mutatók*

- Helyi közösség jövedelmének növekedése.
- A térségben eltöltött vendégéjszakák számának változása.
- A helyi turizmuszекtorba tartozó, bejegyzett vállalkozások, szervezetek számának növekedése.
- Megvalósult képzések számának gyarapodása.
- Képzésben részesülők számának növekedése.

10.3.3 *III.Prioritás/3.Intézkedés: Az ökoturizmus területén dolgozók turisztikai és természetvédelmi képzése*

10.3.3.1 *Az intézkedés célja*

- Új, komplexebb (természetvédelmet a turizmussal ötvöző) ismeretekkel rendelkező szakemberek képzése, továbbképzése
- Szükség esetén új munkaerő felvétele, a helyi lakosok bevonása
- Speciális szakismeretek oktatása
- Modulszerűen felépülő képzési struktúra kialakítása
- Természetvédelemben érintett szervezetek és oktatási intézmények együttműködése

10.3.3.2 *Indoklás*

Kiemelt fontossággal bír a különböző, egymással határos szakterületek, tudományterületek alapjait egyaránt ismerő szakemberek képzése. A szakemberek képzésénél érdemes megvizsgálni a helyben rendelkezésre álló munkaerőt. Az ökoturizmus a helyi lakosok számára felkínált munkalehetőségekkel (pl. részvétel a turizmusban túravezetőként), önkéntes szerepvállalással, a számukra nyújtott oktatási lehetőségek megteremtésével (pl. általános szakvezető, túravezető képzés) is hozzájárul a helyi lakosok életminőségének javulásához. A helyiek részvétele a turisztikai tevékenységekben megteremtheti a helyi lakosság, a gazdálkodó és társadalmi

szervezetek körében a természetvédelem és az ökoturizmus céljaival való azonosulást, a tulajdonosi szemlélet kialakulását, az értékek védelme iránti elkötelezettséget és felelősséget. A helyi közösségek tudatformálása többek között az elméleti és gyakorlati oktatás eszközével, illetve az interpretációval (lásd VI/1 Intézkedés.) valósulhat meg.

10.3.3.3 Az intézkedés feladatai

A szakmai képességeken túl egyre nagyobb szerepet kapnak a komplex képességek, kompetenciák, amelyek az esetenként eltérő kultúrájú vendégekkel való kommunikációt, feladat- és problémamegoldásokat segítik. A cél egy olyan képzési rendszer kialakítása, amely a különböző háttérismeretekkel rendelkezők (pl. geológusok, közgazdászok, pedagógusok) számára más tudományterületek, ismeretek (pl. turizmus, marketing, néprajz) megismerését, elsajátítását teszi lehetővé. Modulszerűen felépülő képzési rendszer az alábbi témákat ölelheti fel:

- Természetvédelmi ismeretek
- Turisztikai alapismeretek
- Helyismeret (tágabban honismeret)
- Magasabb szintű speciális ismeretek (pl. turisztikai marketing, interpretáció, környezeti nevelés)
- Képesség- és készségfejlesztő tréningek (problémamegoldás, konfliktuskezelés, kommunikáció-fejlesztés, stresszkezelés, vendégorientáció)
- Olyan túravezető, animátor képzése, alkalmazása, aki a túra közben külön figyelmet fordít a gyermekek tevékenységére
- Idegennyelv-fejlesztés

A modulok kialakítására külső oktatási intézményekkel közösen kerülhet sor. A kidolgozott modulok közül az érintettek korábbi tanulmányokat figyelembe véve az adott kereslet igényei szerint választhatnak.

Az intézkedések az alábbi feladatokat foglalják magukban:

- Általános és speciális szakvezetők képzése
 - Iskolai csoportok mellett családok részére is
 - Speciális szakvezetők: barlangi túra, botanikai, ornitológiai, ökológiai, geológiai, vízi-ártéri képzések, néprajzi értékek stb. ismeretekkel rendelkezők
 - Lovastúrát vezetni képes szakvezetők
- Általános és speciális témában idegen nyelven (elsősorban angolul) vezetni képes szakvezetők képzése
- Általános szakvezetés, túravezetés végzésére alkalmas helyi lakosok képzése
- Igény esetén többnapos szakvezetést nyújtó szakvezetők felkészítése
- Önkéntes rendszer kialakítása és az önkéntes tevékenységek ösztönzése bizonyos feladatok ellátására (pl. úttisztítás, infrastruktúrafejlesztés, megőrzési feladatok stb.)
- Jelenlegi természetvédelmi feladatokat ellátók (pl. természetvédelmi őrk) turisztikai alapképzésének biztosítása
- Jelenlegi turisztikai és oktatási feladatokat ellátó szakemberek természetvédelmi, természetismereti szakirányú képzésének kialakítása, biztosítása (pl. a természetvédelmi törvény ismerete, a védett terület speciális jellemzőinek megismerése, a védett területek látogatási szabályainak, változásainak ismerete)
- Turisztikai marketing és értékesítési feladatokat végzők számára marketing- és értékesítés-orientált tréningek szervezése
- Turisztikai marketing és értékesítési feladatokat végzők számára rendszeres terepbejárás természetvédelmi őrkkel
- Mind a természetvédelem, mind a turisztikai, mind az oktatási területeken dolgozók számára hon-, térség- és helyismeret fejlesztése (ebben kiemelt szerepet kaphatna a történelem, kulturális hagyományos és szokások bemutatása)

- Kommunikációs- (kapcsolatteremtő, előadói készségek), problémamegoldó képességfejlesztő és konfliktuskezelési tréningek biztosítása (kiemelten a turistákkal kapcsolatban álló munkakörökben dolgozóknak), de lehetőség szerint a természetvédelem, oktatás és más, háttérturisztikai feladatokat ellátók számára is javasolt
- Idegennyelvtudás fejlesztése minden munkakör esetében javasolt (kiemelten a turistákkal kapcsolatban álló területeken)
- Csapatpszellelem, csapatépítő tréningek kialakítása az összes dolgozó esetében
- Külföldi tanulmányutak kialakítása egy-egy szakterület alapos tanulmányozása, külföldi gyakorlatok-tapasztalatok megszerzése céljából
- Rendszeres (évente egy-kétszeri) szakmai konzultációk kialakítása tapasztalatcsere céljából más NPIg-oknál hasonló munkakörben dolgozók (pl. szakvezetők, oktatásszervezők) között

10.3.3.4 *Érintett szervezetek*

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- (Öko)turisztikai képzést végző oktatási intézmények
- Önkéntesek, helyi lakosok

10.3.3.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Szakmai kompetencia növelése
- Különböző igények kielégítésére képes szakembergárda
- Hatékonyabb bemutatás, értéktudatosítás
- A terület értékeinek, örökségeinek szélesebb körökkel való megismertetése
- A látogatók elégedettségének növekedése
- Környezettudatosabb helyi lakosság

10.3.3.6 *Indikátorok, mutatók*

- Kompetens turisztikai és természetvédelmi ismeretekkel rendelkező dolgozók arányának növekedése
- Turisztikai munkakörökben dolgozók létszáma
- Oktatási munkakörökben dolgozók létszáma
- Az ökoturisztikai fejlesztések hatékonyságának (megtérülésének) javulása

10.4 IV.Prioritás: Kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztése

A hagyományos és helyi termékek iránti igény növekedési üteme ma messze megelőzi a helyi desztinációk turizmuskínálatának erre adott válaszreakcióját. A turizmus állandó mozgatórugójának tekinthető változatosságigény differenciálódásával párhuzamosan a másság mellett a helyi, a helyben megtermelt termékek nimbusza is markánsan kitapintható. Ez különösen a természetközeli, vidéki desztinációkban tapasztalható. Az élmény nélkülözhetetlen darabját képezi a kipróbálható, hazavihető jellegzetesen helyi termékek csoportja. Sokszor a helyi marketing zászlóshajója is egy ilyen jól meghatározott termék vagy termékcsoporthoz, mely automatikusan magában hordozza a helyben fogyasztó turista fogyasztási döntésének alakítását is. E mellett az egészséges életmód, az ökotudatos fogyasztási szokások más csatornákon való terjedése is a fogyasztási szokások ez irányú változásához járulnak egyre dinamikusabban hozzá. Mindez megkívánja a helyi turizmusrendszer szereplőinek és a helyi termékek előállításában érdekeltnek körének átgondolt összefogását, a programcsomagyszerű értékesítés láncolatába való bekapcsolódás módozatainak kimunkálását. Egyszóval a hagyományos és helyi termékek

előállításával, értékesítésével, és a hozzájuk kapcsolható termékek és szolgáltatások megszervezésével kapcsolatos információáramlás és együttműködés rendszerének kialakítását.

10.4.1 IV.Prioritás/1.Intézkedés: Környezetbarát- és tömegközlekedési módok használatának elősegítése

10.4.1.1 Az intézkedés célja

- Az ökoturisztikai alapelveknek megfelelően a turisták által használt tömegközlekedési eszközök használatának elősegítése.
- Az ökoturisztikai termék részeként kezelhető közlekedési módok fejlesztése.
- A közlekedésből származó zaj-, levegőszennyezés csökkentése.
- A természeti erőforrások fennmaradásának biztosítása.
- Az ökoturisztikai központok elérhetőségének javítása.

10.4.1.2 Indoklás

A természeti területekre látogatók leginkább személygépkocsival érkeznek, a személygépkocsival való közlekedés sok esetben kényszer, mivel helyette kevés alternatíva van az egyes attrakciók vagy szolgáltatások megközelítéséhez.

Az ökoturizmus alapelve a környezetbarát működési feltételek biztosítása. A tömegközlekedés lehetőségeinek javítása hozzájárul ennek a feltételnek a teljesüléséhez. A tömegközlekedés turistabarát szemlélete egyrészt növeli az utazók számát, másrészt növeli az öko-desztinációkra érkezők számát. A tömegközlekedés fajlagosan olcsóbb közlekedési módot jelent, ezért a gépkocsival nem rendelkező rétegnek is elérhető.

Egyes utazási módok – pl. a kisvasutak – az ökoturisztikai termék részei az élmény és a közlekedés jellege miatt.

10.4.1.3 Az intézkedés feladatai

- Menetrendi egyeztetés az érintett közlekedési társaságokkal, hétfévente és a szezonban az ökoturisztikai célpontokra, természeti területekre irányuló járatok indítása, vagy járatok bővítése.
- Csak szervezett busszal járható helyeken környezetbarát vagy gázüzemű járművek alkalmazása.
- A turistabarát menetrend kampányszerű és folyamatos kommunikációja a turisták felé.
- Tavak, folyók esetében menetrendszerű kishajó-járatok indítása szakvezetővel.
- Kisvasutak revitalizációja, a gazdaságos működés lehetőségének vizsgálata és megteremtése.

10.4.1.4 Érintett szervezetek

- MÁV
- Volán-társaságok
- Erdőgazdaságok
- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- Magyar Természetbarát Szövetség
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- Helyi önkormányzatok

10.4.1.5 Elvárt eredmények és hatások

- Az öko-alapelvek érvényesülése a közlekedési módok kiválasztásában.
- A környezet állapotának javulása, a levegő minőségének javulása.

- A szolgáltatók bevételeinek növekedése.
- A turisták elégedettségének növekedése.

10.4.1.6 *Indikátorok, mutatók*

- Kevesebb személygépkocsi érkezése az adott területre.
- Az utazási költségek csökkenése.
- A közlekedési szolgáltatók bevételeinek növekedése.
- A látogatóközpontok, ökoturisztikai bázisok nagyobb forgalma.

10.4.2 **IV.Prioritás/2.Intézkedés: Hagyományos és helyi termékek előállításának támogatása**

10.4.2.1 *Az intézkedés célja*

- Helyi, a hagyományos és helyi termékek előállításában érdekelt szereplők érdekeltté tétele, motivációs szintjének növelése.
- A hagyományos és helyi termékek előállításában, értékesítésében érdekelt térségi szereplők együttműködésének elősegítése.
- A hagyományos és helyi termékek előállításában, értékesítésében érdekelt térségi szereplők innovációs teljesítményének fokozása.
- A hagyományos helyi termékek legális előállítását segítő jogszabályi környezet kialakítása.
- A hagyományos és helyi termékek terjesztési, piacra viteli képességének javítása, terjesztői, árusítói hálózat kialakítása.
- A hagyományos és helyi termékek előállításával kapcsolatos információáramlás elősegítése.
- A helyi, vagy tájra jellemző hagyományok (termelési folyamatok, termékek, mesterségek/tevékenységek, motívumok stb.) megőrzése, tudatosítása;
- A hagyományos és helyi termékek előállításának, forgalmazásának turizmus-egészen, szűkebben az ökoturizmus területén történő hely,- és szerep meghatározása.

10.4.2.2 *Indoklás*

A fejlesztés tárgya azon helyi termelők képzése, infrastrukturális háttérük és termékeik fejlesztése, akik, illetve amelyek az ökoturisztikai szolgáltatások körébe, csomagjába beilleszthetők, vagyis az (öko)turisták érdeklődésére számot tarthatnak.

A helyi termékek előállítása, fogyasztása az elmúlt években több ok miatt is előtérbe került hazánkban. Ezzel egy időben megnőtt az igény a turisták részéről a tájegységre jellemző, helyben előállított termék fogyasztására, vásárlására és előállításának megtekintésére, kipróbálására.

A hagyományos helyi terméket előállítók különböző szinten állnak, sok közöttük magánszemélyként, vagy kedvező esetben kistermelőként, őstermelőként állítja elő a termékét. Sokuknak nincs megfelelő marketingismeretük, infrastrukturális és anyagi háttérük. Több helyi terméktípus előállítását megnehezítik a hazai előírások, amelyek sokszor szigorúbbak a környező EU-s tagállamok szabályozásához képest.

10.4.2.3 *Az intézkedés feladatai*

A hagyományos és helyi termékek előállításának és a kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztésének nincsen általánosan alkalmazható receptje. Minden esetben a helyi viszonyok, hagyományok, vállalkezési és gazdasági-társadalmi környezet adják azt a kiindulási állapotot, melyből akár más példák, útmutatások alapján el lehet indulni az általános célok feladat-centrikus megvalósítása felé. A mai hazai viszonyok között fontos az e témában gyakran változó jogszabályi és vállalkezői környezet naprakész ismerete és természetesen a lehetséges együttműködési

partnerek precíz feltérképezése. Sokszor van szükség az információs csatornák kiépítésére, üzemeltetésére és egy hosszú távú gondolkodást feltételező összefogáspárti alapattitűdre.

Annál is inkább, hiszen akár a hagyományos és helyi termékek előállításával, akár a kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztésével kapcsolatban a gazdaságilag is jelentkező siker csak szívós, kitartó befektetett munkával hosszú távon prognosztizálható.

Az intézkedés egyaránt vonatkozik azokra, akik már hagyományos helyi terméket állítanak elő, illetve csak tervezik, vagy előkészítés fázisában vannak.

A tevékenységek tervezésénél figyelembe kell venni a helyi termelők, illetve a hagyományos helyi terméket előállítani kívánók szociális helyzetét, és a hátrányos helyzetben lévőket nagyobb intenzitással kell támogatni a motiválás, a képzés és a termékfejlesztés során.

- A helyi termékek előállítása jogi háttérének javítása, az indokolatlan túlszabályozás megszüntetése. Az új szabályozási környezet közzé tétele, tudatosítása.
- A hagyományos és helyi termékek előállításában, értékesítésében érdekelt térségi szereplők körének meghatározása, megszólítása.
- A bevonandó kör számára munka értekezletek, fórumok, ötletek, igények körvonalazása.
- Az aktuális piaci, jogszabályi, pályázati környezet feltérképezése, a témáról képzések szervezése. (Lehetőség szerint a képzés akkreditált program keretében valósul meg, speciális oktatási modulok felhasználásával, szakértők és oktatási intézmények bevonásával. A képzést segítik oktatási segédanyagok megjelenítése és internetes oldalak fejlesztése.)
- Új helyi termelők képzésének támogatása, részben meglévő oktatási rendszerek felhasználásával (pl. OKJ-s kézműves, kosárfonó képzés stb.).
- Az együttműködő, bevonandó felek között információáramlást elősegítő adatbázis kialakítása.
- A hagyományos és helyi termékek előállításában és a kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztésében érdekelt tagok között a kialakult igények és képességek közvetítése.
- A helyi piacképes termékek körének meghatározása, célpiaci szegmentáció.
- A külső és a helyi belső piac meghatározása.
- Együttműködési mező meghatározása a piaci és földrajzi térben, majd együttműködési kapcsolatok kialakítása.
- A hagyományos és helyi termékek előállításában, értékesítésében érdekelt térségi szereplők céljait szolgáló közös pályázatok kidolgozása.
- Hagyományos és helyi termékek feldolgozásával, bemutatásával kapcsolatos tevékenységek meg-, illetve újrakonosítása.
- Visszacsatolási rendszer kiépítése és hatékony működtetése.

10.4.2.4 *Érintett szervezetek*

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Öko,- illetve biotermesztésben érdekelt vállalkozók
- Zöld szervezetek (egyesületek, alapítványok)
- Helyi termékekkel, közvetlen kereskedelemmel, ökoturizmussal és környezeti neveléssel foglalkozó civil szervezetek;
- Települési önkormányzatok
- Többcélú kistérségi társulások
- Vidékfejlesztési irodák
- TDMSz-ek
- Biokultúra egyesületek
- Megyei iparkamarák aktuális érdekelt tagozatai

- Tourinform irodák
- Regionális Marketing Igazgatóságok

10.4.2.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- A hagyományos helyi terméket előállítók számának növekedése;
- A hagyományos helyi terméket előállítók vállalkozásfejlesztési, marketing- és jogi ismereteinek bővülése;
- A hagyományos helyi terméket előállítók infrastrukturális hátterének javulása, fejlődése;
- Minőségi hagyományos helyi termékek számának és forgalmának növekedése;
- Helyi termékekhez kapcsolódó hagyományok megőrzőse;
- Az ökoturisztikai termékek kínálatának minőségi javulása, a helyi termékek bevonásával;
- Hagyományos helyi termékek előállítását bemutató helyek számának és látogatottságának növekedése;
- Megtörténik a hagyományos és helyi termékek előállításában, értékesítésében érdekelt térségi szereplők összefogása, szerveződése. (Pl.: egy adott területi egységet összefogó klaszter létrejötte);
- Kiépülnek az érdekelteket összefogó információs csatornák, megvalósul az információk, képességek, igények közvetítése;
- Kialakul a piacképes termékek köre, megszerveződnek az előzetes szegmentáció alapján megcélzott vendégkört elérő piaci csatornák;
- Kialakul a helyben élők és a helybe jövők igényeire épülő forgalmazási struktúra;
- Kialakul és megszilárdul a hagyományos helyi termékek turizmus-egészenben, szűkebben az ökoturizmus helyi rendszerén belüli helye, szerepe. Markánsná válik értékőrző jellege.

10.4.2.6 *Indikátorok, mutatók*

- Helyben képződött bevételek növekedése.
- A hagyományos és helyi termékek előállításában és a kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztésében érdekelt vállalkozások számának növekedése.
- Hagyományos és helyi termékek típusának és mennyiségének növekedése.
- Hagyományos és helyi termékek feldolgozásával, bemutatásával kapcsolatos tevékenységek növekedése.

10.4.3 *IV.Prioritás/3.Intézkedés: Hagyományos helyi termékek arculatformáló termékként (márkatermékként) való terjesztése*

10.4.3.1 *Az intézkedés célja*

- A hazai ökoturisztikai szolgáltatások, termékek kínálatának minőségi fejlesztése, a hagyományos helyi termékek márkatermékként való forgalmazásával;
- A hagyományos helyi termékek előállítási folyamatainak bemutatásán keresztül az ökoturisztikai termékek élményszerűségének növelése;
- A hagyományos helyi termékek iránti kereslet növekedése;
- Az ökoturisták számának növelése a minőségi, komplex ökoturisztikai szolgáltatások, termékcsomagok nyújtásával;
- Gazdasági hasznok növelése a célterületeken, különösen a hátrányos helyzetű térségekben, így a foglalkoztatás bővítése, a jövedelmek növelése stb.;
- A helyi, vagy tájra jellemző hagyományok (termelési folyamatok, termékek, mesterségek/tevékenységek, motívumok stb.) megőrzése, tudatosítása;
- A látogatók és a helyi lakosok környezettudatosságának és közösségi felelősségvállalásának erősítése;
- A helyi közösségek életminőségének javítása.

10.4.3.2 *Indoklás*

Az intézkedés tárgya egyes hagyományos helyi termékek márkatermökké való fejlesztése, és ökoturisztikai szolgáltatások körébe, csomagjába való beillesztése, majd reklámozása.

A hagyományos helyi termékek szerte a világon, így hazánkban is egyre nagyobb szerepet kapnak a turisztikai szolgáltatások, termékek kínálatában. Nemzetközi példák azt mutatják, hogy a hagyományos helyi termékek turisztikai lehetőségeit akkor sikerül a legjobban kihasználni, amennyiben márkajegy biztosítja a minőséget. Ugyanis a turisták számára kiemelten fontos, hogy világos módon, egyszerű eszközzel hozzák tudomására a termék jellegét, és garanciát nyújtsanak a minőségre.

A hagyományos helyi termékek márkatermökként való meghatározása és forgalmazása megteremti a lehetőséget annak, hogy komplex szolgáltatás- és termékcsomagba beillesztve jelentősen nőjön a forgalmazásuk, az eladott termékek mennyisége, és szociális, kulturális, gazdasági és környezeti hasznot hajtson a célterület lakosainak, szervezeteinek, önkormányzatainak, vállalkozóinak, cégeinek.

10.4.3.3 *Az intézkedés feladatai*

A fejlesztések egyaránt vonatkoznak a meglévő, hagyományos helyi termékekre, és azokra az új termékekre is, amelyeket terveznek, illetve létrehozásuk folyamatban van.

Alapvetően négy típusú feladatból áll: egyik feladattípus végrehajtása országos szinten zajlik, az érintett minisztériumok, az országos szervezetek, szakmai érdekképviselői szervek részvételével, és eredménye az országos helyi márkatermék minősítő rendszer felállítása. A második tevékenységi kör térségi (turisztikai desztináció, nemzeti park, tájegység) szinten zajlik. A térségben az érintettek az országos keretet figyelembe véve közösen formálják meg a hagyományos helyi márkatermék kategóriát (pl. Tápó-vidék hagyományos helyi terméke), és ezt követi a márkatermék fejlesztése, így például arculat kidolgozása, megjelenések megtervezése. Harmadik tevékenység típus a hagyományos helyi termékek bevonása minősítés alapján a márkatermék rendszerbe, országos és helyi kampányok támogatásával. Negyedik tevékenységtípus maga a terjesztés, amely egyrészt turistákat célzó országos és térségi kampányokat ölel fel, helyi termékes polcok üzemeltetésével, vásárok szervezésével, honlapok működtetésével, helyi termékes katalógusok megjelenítésével stb.

Az intézkedés feladatainak végrehajtása során központi szervek részéről különböző eszközökkel segíteni kell a hátrányos helyzetű térségek helyi termelőit és egyes lakossági csoportokat. A hátrányos helyzetű térségekben sokszor épp az „elmaradottság” miatt maradtak fenn a hagyományos termelési formák, így a helyi termékek előállításának, fejlesztésének adottságai ebből a szempontból kedvezőek. Ugyanakkor épp a hátrányos helyzetű területeken nehéz motiválni, oktatási programokba bekapcsolni a lakosokat, kistermelőket. A fenti okok miatt szükséges a fokozott támogatás.

Feladatok:

- Hagyományos helyi márkatermékekre vonatkozó országos minősítőrendszer kidolgozása, az érintett állami, civil és szakmai érdekképviselői szervezetek képviselőinek bevonásával.
- Jogszabály előkészítése és elfogadása a hagyományos helyi termékekre vonatkozóan (a jogszabály rendelkezik a helyi termékekre vonatkozó minősítőrendszerekről is);
- Térségi szinteken hagyományos helyi márkatermék-kategóriák megalkotása, ehhez kapcsolódóan márkatermékek fejlesztése, marketingterv összeállítása;
- Országos és helyi kampány folytatása, amelynek célja a helyi termelők megszólítása, a márkatermék-rendszerekbe való bevonása;
- Hagyományos helyi márkatermékek terjesztése, amely a következő promóciós eszközöket, feladatokat foglalja magában:

- Kampány szervezése a hagyományos helyi termékek népszerűsítésére az országos médiumokban;
- Kampány folytatása a térségi szintű, hagyományos helyi márkatermékek népszerűsítésére a térségi, illetve a helyi médiumokban;
- Helyi termékes vásárok rendezése különböző térségekben;
- Térségi katalógusok megjelentetése a hagyományos helyi termékekről;
- Internetes megjelenés fejlesztése, helyi termékes webáruházak üzemeltetése;
- Térségenként szervezve helyi termékes polcok kialakítása és üzemeltetése a turisztikai szolgáltatóknál (vagy „Öko-márkabolt” üzemeltetése a látogatóközpontban) és a boltokban;
- Térségi turisztikai kiadványokban és táblákon a hagyományos helyi termékek megjelentetése, népszerűsítése;
- A hagyományos helyi termékek fejlesztésének, megújításának támogatása, valamint új termékek tervezésének, létrehozásának segítése (lásd IV.3. intézkedést).

10.4.3.4 *Érintett szervezetek, személyek*

- Hagyományos helyi termékeket előállítók (kistermelők, cégek, magánszemélyek stb.);
- (Öko)turisztikai szolgáltatók;
- Nemzetipark-igazgatóságok;
- Helyi termékekkel, közvetlen kereskedelemmel, ökoturizmussal és környezeti neveléssel foglalkozó civil szervezetek;
- Érintett minisztériumok (pl . Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium, Földművelésügyi Minisztérium);
- Érintett szakmai szervezetek (Országos Idegenforgalmi Bizottság, kamarák stb.)
- Helyi közösségek;
- Helyi önkormányzatok, kistérségi társulások.

10.4.3.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Országos rendszer létrehozása a hagyományos helyi márkatermékekre;
- A helyi termékes márkajegy közismertté tétele, népszerűsítése országos szinten;
- Térségi, kistérségi szinten helyi márkatermék-rendszerek felállítása;
- Térségi, kistérségi márkajegyek népszerűsítése, a termékek bevonása a rendszerbe;
- Az ökoturisztikai termékek kínálatának minőségi javulása, a hagyományos helyi termékek, mint márkatermékek bevonásával;
- Minőségi hagyományos helyi termékek számának és forgalmának növekedése;
- Pozitív gazdasági hatások erősödése (helyi lakosok és önkormányzatok bevételeinek növekedése, foglalkoztatási mutatók javulása);
- A látogatók elégedettségi szintjének emelkedése;
- Egyes helyi termékek a márkajegy feltételeinek megfelelő szintre való fejlesztése.

10.4.3.6 *Indikátorok, mutatók*

- Térségi szintű márkatermék-rendszerek száma;
- A hagyományos helyi márkatermékeket ismerők aránya a teljes lakosságban, mind térségi, mind országos szinten (felmérések alapján);
- Hagyományos helyi márkatermékek száma;
- Hagyományos helyi márkatermékeket bemutató honlapok látogatottsága, népszerűsítő, nyomtatott kiadványok példányszáma; rendezvényeket felkeresők száma;
- Hagyományos helyi márkaterméket vásárlók, illetve ökoturisták száma;
- Hagyományos helyi márkatermékek forgalmának összege, mennyisége;
- Térségi, illetve települési foglalkoztatási és gazdasági mutatók;
- A hagyományos helyi márkaterméket vásárlók elégedettségi szintje;

- A márkajegy feltételeinek megfelelő szintre fejlesztett hagyományos helyi termékek száma.

10.5 Marketing, értékesítés

A marketing-tevékenység leglátványosabb, sokak szerint legfontosabb része a termékek és szolgáltatások értékesítését elősegítő kommunikáció. Nem szabad azonban megfedkezni arról, hogy a koordinálatlan, ötletszerű, stabil stratégiai alapokat és folyamatos háttérmunkát nélkülöző kommunikációs tevékenység adott esetben több kárt okozhat, mint hasznot, vagy legalábbis aligha téríti meg a vele kapcsolatban felmerült költségeket. A nemzeti parkok és más ökoturisztikai desztinációk hatékony kommunikációs tevékenységének megvalósítása különösen nehéz feladatot jelent, egyrészt a „termék” komplexitása és megfoghatatlansága, másrészt az egymással sokszor ellentétben álló egyéni érdekeknek való együttes megfelelés szükségessége miatt. Sokhelyütt a parkok/desztinációk el is hanyagolják ezt a területet, részben a nehézségek és a magas(nak vélt) költségek miatt, részben pedig azért, mert úgy gondolják, hogy a szolgáltatók kommunikációs tevékenysége elegendő a potenciális látogatók meggyőzéséhez.

A területi alapú kommunikációs tevékenység megvalósítása mégsem opcionális kérdés. A parkoknak/desztinációknak fel kell vállalniuk azt, mégpedig alapvetően két oknál fogva: egyrészt az egyes szolgáltatók nem vagy csak részben tudják a térség – stratégiai célkitűzésekből fakadó – általános vagy közös érdekeit érvényesíteni kommunikációjukban, másrészt a térséghez kapcsolódó marketingszervezet sokkal hatékonyabban tudja felhasználni a rendelkezésre álló forrásokat (mivel nem aprózza el azokat, ellentétben a szolgáltatókkal).

A kommunikációs célok meghatározásán kívül a sikeres piacralépés, a piaci részesedés növelése érdekében elengedhetetlen a parkok/desztinációk és a kapcsolódó (öko)turisztikai szolgáltatók értékesítési tevékenységeinek fejlesztése. Minden szegmens esetében meg kell találni azokat a sajátos értékesítési pontokat, lehetőségeket, módszereket, melyekkel a számukra legkönnyebb módon vásárolhatják meg az ökoturisztikai szolgáltatásokat és az azokból kialakított komplex termékcsomagokat.

10.5.1 V.Prioritás/1.Intézkedés: A kínálat tematikus hangsúlyaira épülő arculatépítés

10.5.1.1 Az intézkedés célja

- Magyarország vonzó, értékekben gazdag ökoturisztikai desztinációként való tudatosítása a bel- és külföldi célközönség körében.
- A Nemzeti Parkok és az igazgatóságaihoz tartozó területek legvonzóbb sajátosságainak kiemelése, a területek különbségeinek kimutatása a kínálat sokszínűségének érzékeltetésére.
- A kínálat élmény-elemeinek beépítése az általános arculatba.

10.5.1.2 Indoklás

A nemzetközi turizmusban Magyarország nem elsősorban természeti attrakciói, illetve ökoturisztikai adottságai miatt ismert, még a tudatos ökoturisták körében is csekély és esetleges az ismertsége. Az ország kínálatának hangsúlyos elemei (*Budapest, Balaton, gyógyfürdők, kultúra, gasztronómia, valamint aktív üdülés*, lásd www.hungarytourism.hu) explicit módon nem utalnak az ökoturisztikai kínálatra, így nem is várható el az ismertség és a tudatosulás erősödése. Jóllehet a világturizmusban csekély arányt képviselnek a kifejezetten ökoturisztikai céllal utazók, a fokozódó környezeti érzékenység miatt általánosságban is javítja egy ország megítélését, ha az jól látható módon hangsúlyt fektet a környezettudatos turizmus fejlesztésére.

Az ökoturisztikai kínálat meglétének tudatosítása és ismertségének növelése *belföldön* is indokolt, hisz a természeti értékek ismerete az általános műveltségnek megfelelő, vagy akár annál valamivel nagyobb mélységben még nem garantálja a speciális ökoturisztikai tevékenységek lehetőségeire vonatkozó informáltságot.

Belföldön továbbá gondot jelenthet, hogy a potenciális turisták nem ismerik jól a kínálat hangsúlyait, az egyes területek, parkok közötti különbségeket. Így egyrészt korlátozott maradhat a hasonlóan tekintett területek iránti kereslet, hisz sokan gondolhatják úgy, hogy „ugyanazt” látnák mindenütt (pl. folyó menti védett területeken); másrészt ha egyesek eleve kevésbé érdeklődnek egyes terület-típusok iránt (mint pl. a síkságok), a különleges adottságok ismerete híján talán egyik ilyen területet sem fogják felkeresni.

10.5.1.3 Az intézkedés feladatai

Az arculat-építés egy igen összetett feladatot jelent, amely semmiképpen sem szűkíthető le egy-két reklámkampányra. Az arculat-építési tevékenység az alábbi jellemzők mellett folytatandó:

- *folyamatos* – az arculat kialakítása, megerősítése és fejlesztése állandó kommunikációs munkát igényel, jóllehet ennek intenzitása és a felhasznált eszközök változhatnak;
- *többszintű* – minden terület, amely valamilyen szempontból egységet alkot (pl. park, térség, régió, ország), részt vesz az arculatépítésben a rá jellemző tulajdonságok előtérbe helyezésével;
- *összehangolt* – a különböző szinteken zajló arculat-építési tevékenységnek összhangban kell lennie, azaz a nagyobb területi egységnek meg kell jelenítenie a hozzá tartozó kisebbeket (ez nem egyszerű „összegzés” jelent, hanem inkább „súlyozott átlagolást”);
- *következetes* – az arculat-építésnek és -gondozásnak tartalmilag hosszabb időn keresztül is stabilnak kell lennie, ugyanis a gyorsan változó hangsúlyok összezavarhatják az érdeklődőket;
- *többszintű* – az arculat-építés során a marketingkommunikációs eszköztár számos elemét hasznosítva, különböző médiumokon keresztül kell szólni a fogyasztókhoz (a klasszikus reklámtévékenység súlya e tekintetben csekély).

A fentieket figyelembe véve az intézkedés feladatai az alábbiak szerint határozhatók meg:

- *Imázskutatás* elvégzése a hazai ökoturizmus meglévő és lehetséges desztinációira vonatkozóan; a jelenlegi ismeretek, elképzelések feltérképezése, különös tekintettel a hiányosságokra vagy a negatívumokra. Az imázskutatás egy országos kérdőíves felmérés formájában valósítandó meg, akár on-line formában is).
- *Egy érték- és élmény-leltár* készítése az arculatépítő munka megalapozása érdekében. Az értékek számbavételénél a turisztikailag hasznosítható értékekre kell elsősorban támaszkodni (pl. nem számít ilyennek egy fokozottan védett növény, ami turisták számára hozzá nem férhető területen van, ellenben ide tartozik minden különleges tájképi elem vagy helyszín). Az élményanyagot a területen végezhető tevékenységek és az igénybe vehető szolgáltatások határozzák meg.
- *Arculati stratégia* kialakítása a tartalmi elemek felől közelítve, kapcsolódva a kínálat tematikus fejlesztéséhez, jellemzőihez (lásd. II.Prioritás).
 - Az arculati stratégia magját az értékek és élmények jelentik – a területek legfontosabb, *megkülönböztető* értékei, illetve a látogatók által többé-kevésbé garantáltan átélhető élmények. Ezek jelentik azokat a kulcsfogalmakat, illetve jelképeket, amelyeket a verbális és vizuális kommunikáció középpontjába kell állítani.

- A verbális kommunikáció fontos részét képezheti (bár nem elengedhetetlenül fontos) a *slogen*, amely sűrítve, lényegre törően és asszociatíván utal a legfőbb értékekre-élményekre.
- A vizuális kommunikációban fontos szerepet játszhat a *logo*, amely márkavédjegyként használható, de még nagyobb jelentőséggel bír a következetes képhasználat (hasonló stílusú, tartalmú, illetve „filozófiájú” fotók használata).
- Az *arculatterv* hozzáigazítása az arculati stratégiához. Nem feltétlenül van szükség radikális átalakításokra, de ügyelni kell arra, hogy a tartalom legyen mindig az elsődleges, nem pedig a forma (tehát pl. pusztán megszokásból vagy hagyományból ne tartsunk meg logót vagy fotókat, csak ha kifejezik a tartalmi mondanivalót).
- Arculati (elsősorban tartalmi) változtatások végrehajtása a *nemzeti parki honlapokon*, illetve a *nyomatott kiadványokban*. Akár radikális változtatásokra is szükség lehet, hiszen el kell mozdulni az egyszerű értékbemutatótól az élményszerűség felé, nem lemondva az előbbiről sem (pl. olyan szövegeket, fotókat kell készíteni, amelyek a „tapasztalja meg”, „élje át”, „próbálja ki”, „kóstolja meg” stb. típusú kifejezéseket tartalmazzák, illetve jelenítik meg).
- *Nemzeti szintű „arculati szintézis”* megvalósítása az egyes hazai területek (parkok vagy igazgatóságok) arculati elemeire támaszkodva, a külföld felé közvetítendő imázs kialakítása céljából. Külföldre az arculatnak nem szabad túl részletező jellegűnek lennie, inkább arra a néhány elemre célszerű építenie, amiben Magyarország kivételesen jó adottságokkal rendelkezik (pl. vizek – ezekhez köthető a madárvilág és az ártéri erdők világa csakúgy, mint a vízisport-lehetőségek).

Az intézkedés komplexitására és jelentőségére való tekintettel javasolt egy külön *kommunikációs stratégia* megvalósítása, amely jelen stratégiát tekinti kiindulópontnak.

Fontos kihangsúlyozni, hogy az arculatépítés és a teljes kommunikáció sikeréhez nélkülözhetetlen a megfelelő *szervezeti háttér*, amely egyrészt garantálja a szakértelmet, másrészt fenntartja a folyamatosságot.

Lényeges tisztában lenni azzal továbbá, hogy a sikeres arculat-építés *alulról táplálkozik, de felülről vezérelt* – vagyis a tartalmi információkat az egyes helyszínek kezelőinek és az ott tevékenykedő különféle szereplőknek kell szolgáltatniuk, de ezekből az összképet olyan szinten („magasságban”) kell kialakítani, ahol objektív módon, szakértői alapon mérlegelhetők a kínálat súlypontjai és azok turisztikai jelentősége. A legcélravezetőbb kétségekívül egy országosan koordinált és vezérelt arculatépítő tevékenység lenne.

Az arculat *nem differenciált szegmensek szerint* – magában kell foglalnia ugyanis a célpiacok számára eltérő mértékben érdekes kínálati elemek, élmények összességét. A mindennapos kommunikációs és értékesítési tevékenység feladata, hogy az arculat bizonyos elemeit kihangsúlyozva, előtérbe helyezve egy adott szegmens számára vonzóvá tegye a területet.

Az arculatépítés területi hangsúlyai a 11.2. fejezetben találhatóak.

10.5.1.4 Érintett szervezetek

- Magyar Turizmus Zrt. és regionális igazgatóságai
- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek, és egyéb, természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- (Öko)turisztikai szolgáltatók

- TDMSz-ek

10.5.1.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Az ökoturisztikai kínálat ismertségének növekedése bel- és külföldön
- Az ökoturisztikai desztinációk számának növekedése
- Az ökoturizmushoz köthető tevékenységek népszerűségének növekedése
- Az egészséges életmóddal kapcsolatos igények erősödése a turisztikai fogyasztás során
- Az ökoturisztikai kínálat jellemzőinek tudatosulása (a helyszínek különbségeinek felismerésén keresztül)
- Az ökoturizmus, mint kapcsolódási forma vonzóbbá, divatosabbá válása

10.5.1.6 *Indikátorok, mutatók*

- Az ökoturizmus markáns megjelenése a Magyarországot bemutató kiadványokban, honlapokon
- Ökoturisztikai jellegű ajánlatok, szolgáltatás-csomagok számának növekedése (utazásszervezői katalógusokban, honlapokon, reklámokban)
- Öko-desztinációk gyakoribb spontán szereplése a médiában

10.5.2 *V.Prioritás/2.Intézkedés: Komplex szolgáltatás-csomagok kialakítása a különböző célcsoportoknak*

10.5.2.1 *Az intézkedés célja*

- Az ökoturisztikai célterületek látogatóinak ellátása mennyiségi és minőségi szempontból számukra megfelelő szolgáltatásokkal.
- A spontán szolgáltatás-vásárlások bizonyos mértékű terelése, irányítása a turisztikai élmény fokozása érdekében.
- A kevésbé ismert vagy hozzáférhető, ám a turisták számára hasznos szolgáltatások értékesítésének elősegítése, támogatása.

10.5.2.2 *Indoklás*

A látogató, még ha külön-külön is vásárolja meg az igénybe vett turisztikai szolgáltatásokat, végső soron hajlamos fogyasztását egy egységes csomagként értékelni. A fogyasztó korlátozott ismeretei miatt azonban az általa összeállított szolgáltatás-csomag minőségében, tartalmában elmaradhat a számára leginkább megfelelőtől, ami élményének romlásához, elégedettségének csökkenéséhez vezethet.

Míndez indokoltá teszi a *csomag-összeállítást*, vagyis olyan ajánlatok készítését, amelyekben a vendég készen kapja az összehangolt, egymást jól kiegészítő és megbízható színvonalú szolgáltatásokat (szállás, étkezés, aktivitás, vezetés, szórakozás, egyéb programok). Ez nem feltétlenül jelent egy egységes, bonthatatlan csomagban történő értékesítést, elég lehet akár az is, ha a vendég információkat kap a mérvadó szolgáltatásokról. Ez utóbbi esetben azonban ügyelni kell a megfelelő szolgáltatás-hozzáférési lehetőségek biztosítására is, hiszen a tájékoztatás önmagában nem garantálja azt.

10.5.2.3 Az intézkedés feladatai

A védett területekre és más ökoturisztikai desztinációkra irányuló turizmus esetében a csomag-összeállítás nehézségekbe ütközhet, mivel e tevékenységnek nincs „természetes gazdája”. Elvileg az alábbi típusú szereplők foglalkozhatnak ökoturisztikai elemet tartalmazó csomagok összeállításával:

- a területre utakat szervező utazási irodák
- helybéli vagy környékbéli szálláshelyek
- Nemzetipark-igazgatóságok által megbízott szervezőirodák
- helyi vagy regionális TDM-szervezetek.

Az utóbbi két szereplő valamelyike lehet a csomag-összeállítás ideális „gazdája”, mivel elvileg részrehajlás-mentesen, a terület egészének érdekeit szolgálva képes ajánlatokat készíteni. De a másik két szereplő által összeállított csomagok esetében is fontos szerepük van, amennyiben *támogató tevékenységet* kell, hogy folytassanak, mely az alábbi feladatokra összpontosul:

- A szolgáltatók minősítésével és tájékoztatásával (pl. a fogyasztói elégedettségi vizsgálatok eredményeinek visszajelzésével) elősegítik a termékfejlesztési irányokkal összhangban levő csomagok létrejöttét – azaz felhívják a szolgáltatók figyelmét az elégedetlenséget kiváltó, vagy a hiányzó, de a vendégek által igényelt szolgáltatás-elemekre.
- Közvetlen fogyasztói tájékoztatással támogatják a spontán vásárlások révén „összeálló” csomagok tartalmasságát, elemeinek összehangoltságát. E tevékenységnek különös jelentőséget ad az a tény, hogy folyamatosan növekszik az utazásának megszervezéséről egyénileg gondoskodó vendégek részaránya. A fogyasztói tájékoztatásban kiemelt szerep jut az internetnek, amely révén a csomag-összeállítás szorosan összekapcsolódik az értékesítési és promóciós tevékenységgel (lásd a V.Prioritás/3.,5.Intézkedés).

A csomag-kialakításnál az alábbi elvek követését javasoljuk:

- *Tartalmasság* – a csomag nyújtson olyan „értéktöbbletet”, amelyet a szolgáltatásokat külön megvásárló vendég nem vagy csak nehezen tud elérni.
- *Kedvező ár-érték arány* – a csomag összességében kerüljön kevesebbe annál, mintha a vendég külön-külön vásárolná meg a szolgáltatásokat.
- *Arculati kötődés* – a csomagnak legyen egy vagy több olyan hangsúlyos pontja, amely kapcsolódik az adott térség/védett terület valamely arculati eleméhez, illetve turisztikai témájához.

A konkrét csomag-ajánlatokat a szolgáltatók bevonásával, velük szoros együttműködésben kell kialakítani.

Általános feladatok

- Csomag-összeállítással foglalkozó szervezetek, felelősök kiválasztása Nemzeti Parki Igazgatóságokként; a további feladatok e szervezetek hatásköröként értendők
- Piaci információk gyűjtése a turisták igényeire, szokásaira vonatkozóan (erre egyedi kutatási projekt és folyamatos visszajelzés-kiértékelés egyaránt alkalmas lehet)
- Legjobb gyakorlatok (best practice), példák megismerése kül- és belföldi honlapokról, ökoturisztikai kiadványokból, valamint tapasztalatok révén
- Az adott területen igénybe vehető szolgáltatók megismerése, minősítése
- Szolgáltatói együttműködési megállapodások kötése – ezek tartalmilag árkedvezmények biztosítására és/vagy különleges tartalmú szolgáltatásokra irányulhatnak
- Megállapodások kötése szakosodott utazás- és túraszervezőkkel az általuk kialakítandó csomagokba való bekerülés érdekében.

Célcsoportokhoz kötődő feladatok	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ az egyes célcsoportok igényeinek, fogyasztási szokásainak, érdeklődésének leginkább megfelelő, speciális csomag-ajánlatok összeállítása 	
Célcsoportoknál figyelembe veendő szempontok	
Alkalmi zöldturisták	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a természeti vonzerő kiegészítő jellegű, tehát itt a védett terület gazdája inkább csak „beszállító” egy mások által szervezett csomag tekintetében ▪ aktívan keresni kell a kapcsolatot a szervezőkkel, hogy nem mindkét félnek kevésbé jó félmegoldásokra jussanak maguktól 	
Aktív zöldturisták	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ sok a jó fizetőképességgel rendelkező vendég ebben a csoportban, de ez nem mindig jelent magas fizetési hajlandóságot – ezt komoly hozzáadott értékű és/vagy jó ár-érték aránnyal bíró csomagokkal lehet ösztönözni ▪ a sporthoz és az utazásszervezéshez egyaránt értő szakemberekre kell bízni a szervezést ▪ a rövid programoknál fel kell készülni a helyben történő értékesítésre, míg a hosszúak valószínűleg inkább közvetítőkön vagy saját honlapon keresztül adhatók el 	
Ökoturisták	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a szervezés átlagos, a lebonyolítás kiemelkedő szaktudást igényel ▪ csekély és kimagasló fizetőképességű vendégekre egyaránt lehet számítani ▪ a különleges tartalmú programok akár nemzetközi érdeklődésre is számot tarthatnak, ennek megfelelően a nyelvtudás és a nemzetközi szolgáltatási szabványok ismerete elengedhetetlen 	
Iskolások	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ csak csoportos szervezett programokra van lehetőség ▪ a lebonyolítás során pedagógiai készségekre is szükség lehet 	
Fiatalok	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ rövidebb programokra és nagyobbbrészt kiscsoportos (baráti társaságok) vagy kétszemélyes (párok) részvételre lehet számítani ▪ viszonylag nagyobb mozgás- és aktivitásigény, viszonyt nem túl tartós figyelem jellemző – kerülni kell a monotonitást 	
Családok	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a családok nagyobbbrészt külön-külön utaznak, de a különböző családokkal utazó kisebb gyerekek viszonylag könnyen barátkoznak és játszanak együtt – erre a programokban lehetőséget kell adni ▪ hasznos lehet a szülőknek és gyerekeknek külön-külön, párhuzamosan szervezett program is 	
Idősebbek	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ viszonylag magasabb költsési hajlandóság jellemző, ez a több kényelem vagy a különlegesebb, egyedibb szolgáltatás igényével párosulhat ▪ ez a korosztály nagyobb hajlandóságot mutat a szervezett programok megvásárlására, mint a fiatalabbak 	

Példák:

	Alkalmi zöldturisták	Aktív zöldturisták	Ökoturisták
Iskolások	<ul style="list-style-type: none"> ▪ osztálykirándulás barlanglátogatással 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vízitábor (1 hét) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ madárgyűűző tábor (1 hét)
Fiatalok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ romantikus hétvége a hegyekben kisvasutas kirándulással 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ terepkerékpár-túra, kalandelemekkel (3-5 nap) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mesterségek hétvégéje (hagyományismeret + gyakorlás)

Családok	<ul style="list-style-type: none"> vízparti üdülés nemzeti parki rendezvény meglátogatásával 	<ul style="list-style-type: none"> sportos hétvége akadályversennyel, strandolással 	<ul style="list-style-type: none"> „vendégségben az állatoknál” (megfigyelés, simogatás) (3 nap)
Idősebbek	<ul style="list-style-type: none"> városlátogatás „pusztaprogrammal” 	<ul style="list-style-type: none"> lovastúra (1 hét) 	<ul style="list-style-type: none"> vízimadár-fotózás (1 hét)

10.5.2.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- TDMSz-ek
- utazásszervezők
- (Öko)turisztikai szolgáltatók

10.5.2.5 Elvárt eredmények és hatások

- Az ökoturisztikai desztinációk alaposabb megismerése
- Magasabb jövedelem szerzésének lehetősége a célterület egészén
- A vendégek elégedettségének növekedése
- A látható turisztikai kínálat gazdagodása
- A vendégek visszatérési hajlandóságának növekedése

10.5.2.6 Indikátorok, mutatók

- A tartózkodási idő növekedése a célterületeken
- Az egy turistára jutó költség növekedése a célterületeken
- Ökoturisztikai jellegű ajánlatok, szolgáltatás-csomagok számának növekedése (utazásszervezői katalógusokban, honlapokon, reklámokban)
- Visszatérő vendégek számának növekedése.

10.5.3 V.Prioritás/3.Intézkedés: Célpiaconként differenciált kommunikációs tevékenység kialakítása

10.5.3.1 Az intézkedés célja

- Az ökoturisztikai desztinációkra vonatkozó információk terjesztése, a célpiacok minél szélesebb körű tájékoztatása
- A potenciális utazók meggyőzése az ökoturizmus, mint termék előnyben részesítéséről, illetve egy adott ökoturisztikai desztináció felkereséséről
- A kapcsolat és az érdeklődés fenntartása a célterületeken már megfordult látogatók esetében
- A desztinációban található védett területek, illetve a turisztikai szolgáltatók bevétel-növekedésének elősegítése.

10.5.3.2 Indoklás

A parkoknál/térségeknél meglehetősen sajátos a kommunikáció tartalma – míg a vállalkozások a legtöbbször az eladások közvetlen növelésére helyezik a hangsúlyt, a desztinációknak inkább az irántuk való általános érdeklődés felkeltése, az utazási döntés közvetett motiválása a céljuk. Ezért kommunikációjuk lényege az imázs közvetítése, ami mellett inkább csak kiegészítésként jelennek meg a különféle praktikus információk. Ez utóbbiak persze az utazás megvalósulásához rendkívül fontosak lehetnek, ám az üzenetekben elég, ha utalás történik a lehetséges kapcsolatfelvételi pont(ok)ra, ahol beszerezhető minden szükséges tájékoztatás (internet, látogatóközpont, információs iroda).

10.5.3.3 Az intézkedés feladatai

A nemzeti parkok vagy más ökoturisztikai desztinációk kommunikációja alapvetően három pillérre épülhet:

- saját honlap
- nyomtatott kiadványok
- reklámok
- PR tevékenység (Intézkedés 4-ben részletezve).

A *honlap* egyre fontosabb eszközzé válik a marketingkommunikációban, a csekély reklámköltséggel rendelkező hirdetőknél pedig kulcsfontosságúnak minősül. Egy turisztikai honlapnak marketing szempontból a következő funkciókat kell betöltenie:

- *imázs-közvetítés* – a honlap a legolcsóbb kiadvány és egyúttal a legtöbb helyre eljutó is, tehát különös figyelmet kell fordítani arra, hogy méltó „kirakata” legyen a térségnek;
- *a tematizált kínálat megjelenítése* – a különböző témákat látványosan be lehet mutatni egy összegző oldalon, ami mögé korlátlan számú részletező oldalt fűzhetünk, vagyis a témák rugalmasabban alakíthatók, mint a nyomtatott kiadványok esetében;
- *foglalási központ* – a honlapot fel lehet használni arra, hogy rajta keresztül elérhető és értékesíthető legyen valamennyi szálláshely a térségben, még a magánszállásadók férőhelyei is;
- *eladásösztönzés* – a honlapon dinamikusan megjeleníthetők a térségbeli szolgáltatók aktuális ajánlatai, akciói, mégpedig a lehető legpontosabb időzítéssel;
- *közönségszolgálat* – a honlapon hozzáférhetővé tehető és naprakészen tarthatók a látogatók számára fontos információk a menetrendektől kezdve a rendezvénynaptáron át az időjárás adatokig;
- *a szakmai kapcsolatok kiépítésének támogatása* – a honlapon elérhetővé kell tenni azokat az információkat, amelyek a térség vagy a helyi szolgáltatók üzleti partnerei számára fontosak lehetnek az együttműködésben (pl. kontakt-személyek és elérhetőségük, akciókba való bekapcsolódás lehetősége, média-együttműködés stb.);
- *piackutatás* – a honlap lehetővé teszi az on-line vendégelégedettség-mérést, mégpedig a szállodákban használatos szobai kérdőíveknél részletesebben és automatikus adatfeldolgozást végezve; a rendszer elvileg bármilyen szolgáltatás megítélését képes mérni.

A honlap szerkezetére vonatkozóan az alábbi tartalmi elemeket, modulokat javasoljuk:

- *Vonzerők, látóivalók* – tematikusan rendezve, a kínálat sokszínűségét érzékeltetve.
- *Szálláshelyek* – katalógus és on-line foglalási lehetőség.

- *Események, rendezvények, programok* – naptárszerűen, kategóriánkénti kereshetőséggel.
- *Gasztronómia* – éttermek és más, turisztikailag számottevő vendéglátó-egységek katalógusa.
- *Akciók* – speciális csomag-ajánlatok
- *Érdekeségek, háttér-információk* – pl. védett fajok, helyi szokások stb.
- *Fotógaléria* – virtuális séta a parkban + letölthető képernyő-hátterek.
- *Kiadványok* – PDF-formában letölthetően.
- *Praktikus információk* – pl. menetrendek, időjárás, megközelíthetőség, térkép stb.
- *Látogatóközpont* – a nyújtott szolgáltatások bemutatása, megközelítés, parkolási lehetőség.
- *Kiegészítők* – vendégkönyv, üzenetküldés, keresés, szavazás stb.

A *nyomtatott kiadványok* a desztinációk klasszikus bemutatkozó anyagai. Két alaptípusuk használatos:

- Az *imázs- (vagy arculati vagy invitív) kiadványok* alapvető célja az imázsformálás, a régió iránti általános érdeklődés felkeltése, ennél fogva rájuk a fantáziadús kialakítás, a kreativitás, egyfajta „művészi szabadság” a jellemző.
- A *termékiadványok* a már kialakított imázsra támaszkodva egy-egy hely vonzerőivel és a rájuk épülő/építhető termékekkel (programokkal, szolgáltatás-csomagokkal) foglalkoznak. A kreativitás ellenében itt egyfajta „katalógus-szemléletnek” kell uralkodnia: a terméket alaposan, részletesen és precízen célszerű bemutatni.

Az imázs-kiadványokat általában 16-24 oldalas, nagyalakú (A4), bőséges és látványos fotóanyaggal ellátott prospektusok formájában célszerű publikálni, míg a termék-kiadványokat kisebb füzet, harmadába hajtott A4-es lap vagy térkép formájában érdemes megjelentetni. A térkép különösen alkalmas lehet az útvonal-alapú termékek (pl. gyalogos, kerékpáros vagy lovastúrák) bemutatására.

A fizetett hirdetések (*reklámok*) az alábbi formákban és helyeken jelenhetnek meg:

- *Internet* – bár elsődlegesen az ingyenes hivatkozásokra kell helyezni az internetes jelenlét hangsúlyát, néhány erősen frekvenciált oldalon indokolt lehet bizonyos időszakonként hirdetési kampányokat folytatni (*banner- és popup-reklámok* formájában).
- *Direct Mail* – reklám- és hírlevelek postai vagy e-mailen történő kiküldését a térségek esetében csak emlékeztető üzenetként javasoljuk, korábbi vendégek vagy interneten regisztrált érdeklődők részére.
- *Plakátok* (city-poster méretben) – a nagyobb kampányok keretében célszerű egy következetes vizuális stratégiára (arculattervre) épülő plakátsorozat készítése, melynek mindegyik darabja bemutatja az ökoturisztikai időtöltési lehetőségek, élmények valamelyikét.
- *Óriásplakátok* – a fentihez hasonló tartalmi megoldással élve, néhány darab kihelyezése indokolt az adott desztinációba vezető vagy azt átszelő országos főutak mellett.
- *Újsághirdetések* – viszonylag költséges, mégis hatékony eszközök lehetnek. Leginkább utazási és életmód-magazinokban, illetve a természettel foglalkozó kiadványokban érdemes őket elhelyezni.
- *Televíziós reklámok* – főműsoridős tévéhirdetéseket magas áruk és a jelentős pazarlási arány miatt nem célszerű alkalmazni, máskor azonban lehetnek kihasználásra érdemes sávok. Ugyancsak megfizethetőek a kisebb nézettségű, ám jobban szelektált célközönségű tematikus csatornák.

A felsorolt reklámeszközök sorrendje egyúttal a javasolt *preferencia-sorrendet* is jelöli.

A kommunikáció *három pillérének* – internet, nyomtatott kiadványok, reklámok – konkrét használata (arányok, tartalom, technikai kérdések) az egyes célcsoportok jellemzőin múlik (lásd alább).

A nemzeti parkok és más ökoturisztikai desztinációk kommunikációs tevékenységével kapcsolatos feladatok jelen stratégia megvalósításával kapcsolatban az alábbiak szerint foglalhatók össze.

Általános feladatok

- Kommunikációs stratégia kialakítása, illetve megújítása (a megvalósítási időszak kezdetén). Ennek során az alábbi kérdésekre kell választ adni:
 - Mit kell kommunikálni? – az egyes parkok, térségek megjelenítendő termékeinek kiválasztása (illetve ezt megelőzően az arculat megjelenítése, amint arról a Intézkedés 1-ben szó esett).
 - Mikor kell publikálni? – a kommunikációs tevékenység ütemterve, az évszakokhoz, a turisztikai-szabadidős vásárokhöz és a programozók (pl. utazásszervezők) munkamenetéhez igazodva.
 - Milyen formában kell publikálni? – a kiadvány-skála meghatározása és megtervezése (prospektus, brosúra, szórólap, térkép, útikönyv), az internet és a reklámok szerepének meghatározása
 - Mennyit kell kommunikálni? – a nyomtatott kiadványok példányszámának, illetve a reklámok megjelenési adatainak meghatározása
 - Miből kell fedezni a költségeket? – a lehetséges források számbavétele, illetve a hiányzó összegekhez való hozzájutás alternatíváinak kidolgozása.
- Stratégiai kommunikációs partnerek kiválasztása és bevonása
 - Az Igazgatóságok területén található különféle védett területek kezelői
 - Ökotúra-szervezők, utazásszervezők
 - Újságírók
 - A fogadóterületek ökoturisztikai vállalkozásai
 - Véleményformáló személyek, stb.
- A folyamatos és következetes kommunikáció szervezése, megvalósítása – ennek sikere, hatékonysága szorosan összefügg a kommunikáció szervezeti helyével, felelősségi viszonyaival (lásd VII.Prioritás/1.Intézkedés).

Célcsoportokhoz kötődő feladatok

- Az egyes célcsoportok érdeklődéséhez, utazási és média-használati szokásaihoz leginkább illeszkedő kommunikációs tartalmak és formák meghatározása, az alábbi logika szerint:
 - a terméktulajdonságok szerint kialakított szegmensek között a kommunikációt elsősorban tartalmilag kell differenciálni
 - a demográfiai szegmensekre irányuló kommunikációs tevékenységek között főképp formai szempontból kell különbséget tenni (de bizonyos tartalmi különbségtétel is szükséges).

Tartalmi differenciálás a termék-szegmenseknél
Alkalmi zöldturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a „könnyen fogyasztható”, kézenfekvő tevékenységeket kell előtérbe állítani ▪ fontos a szórakozási motívum ▪ kiemelten kell koncentrálni a látogatóközpontokra, illetve az onnan könnyen elérhető, látványos helyszínekre, bemutatóhelyekre ▪ hangsúlyosan kell szerepeltetni a programokat, rendezvényeket ▪ ki kell domborítani a kényelmi szolgáltatásokat (vendéglátás, megközelíthetőség, parkolás, területen belüli közlekedés stb.)
Aktív zöldturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a területen végezhető aktív, sportos tevékenységek, kínálatát kell hangsúlyozni ▪ fontosak a speciális programok, versenyek, a hasonló érdeklődési körűeknek szánt rendezvények ▪ meg kell jeleníteni az útvonalak jól használható térképeit (nyomtatva és/vagy túra-GPS-re letölthető módon), a fontos technikai információkkal együtt ▪ az aktivitáshoz köthető speciális szolgáltatásokat (pl. lovasfogadó, kerékpárkölcsonzó, barlangtúra-szervező stb.) hangsúlyosan be kell mutatni (a kényelmi szolgáltatások mellett)
Ökoturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a térség különleges ökológiai és kulturális értékeit kell hangsúlyosan bemutatni ▪ lehetővé kell tenni az előzetes felkészülést, megismerést részletes leírásokkal, virtuális túrákkal ▪ be kell mutatni a speciális igényekhez igazodó programok, szolgáltatások lehetőségeit (szakvezetés védett területen, madárles-helyek alkalmas időben történő felkeresése) ▪ a terület egyéni megismeréséhez hasznos segédeszközöket kell nyújtani (térképek, GPS-készülékekre letölthető tartalmak, útikalauzok)
Formai differenciálás a demográfiai szegmenseknél
Iskolások
<ul style="list-style-type: none"> ▪ jól használható, könnyen áttekinthető internetes tartalmakra van szükség ▪ a nyomtatott kiadványok elsősorban a pedagógusok meggyőzésére használhatóak ▪ a reklám szerepe csekély
Fiatalok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a technikai újdonságokra leginkább fogékony csoport lévén kiemelkedően fontos az internet és az onnan letölthető tartalmak szerepe ▪ a nyomtatott kiadványok hatása mérsékelt, mivel a csoport kevéssé jut hozzájuk előzetesen; a helyszínen hozzáférhető nyomtatott kiadványok viszont erősen befolyásolhatják a döntéseket (egy szép helyszínről készült fotó spontán érdeklődést kelthet) ▪ a jól elhelyezett hirdetések rendelkezhetnek némi mozgósító erővel
Családok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ennél a demográfiai szegmensnél a legnagyobb a tartalom szerepe – a családosok, speciális fogyasztásai igényeik alapján, a helyszínek család- (gyermek-) barát jellegét előtérbe helyezik a többi tartalmi vonatkozással szemben ▪ az internet szerepe jelentős, bár arányaiban kisebb súlyú, mint az előző csoportnál ▪ ebben a szegmensben az utazásokkal kapcsolatban elsődleges döntési szerepe van a nőknek, tehát az általuk használt médiumokra érdemes hangsúlyt fektetni ▪ a nyomtatott kiadványoknak inkább helyben lehet jelentős szerepük, ám ezeknek nem annyira a helyek részletes, tudományos igényű bemutatására kell törekedni, mint a látványos ismeret-terjesztésre (eltehető, emlékként használható kiadványokra van szükség) ▪ a reklámok, hirdetések szerepe ennél a csoportnál viszonylag nagy, különösen ha azok a családbarát szolgáltatásokat állítják az előtérbe

Idősebbek

- az internet súlya kisebb, mint az előző csoportoknál, bár az idő előrehaladtával ennek a csoportnak is egyre természetesebb lesz a használata
- a nyomtatott kiadványok ennél a csoportnál játsszák a legnagyobb szerepet, mind az előzetes felkészülésben, mind a helyszínen – részletesebb, alaposabb információk adhatók meg
- a reklámok szerepe mérsékelt, bár a pozitív média-megjelenés más formákban (pl. tudósítások, útifilmek) hatásos lehet.

Fontos kiemelni, hogy a fent bemutatott differenciálás nem értelmezendő párhuzamosan, célcsoportonként külön-külön megvalósítandó kommunikációként. A fenti tematikus és formai jellemzők sokkal inkább *hangsúlyoknak* tekintendők, amelyek *strukturálják a kommunikációs tevékenységet* a megcélzott vendégkör alapján.

10.5.3.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek és egyéb civil ökoturizmussal foglalkozó szervezet
- TDMSz-ek
- Magyar Turizmus ZRt. és regionális igazgatóságai
- utazásszervezők
- (Öko)turisztikai szolgáltatók

10.5.3.5 Elvárt eredmények és hatások

- Az ökoturisztikai desztinációk konkrét kínálatának részletes megismerése
- A potenciális és tényleges vendégek ismeretszintjének növekedése az ökoturisztikai desztinációkra vonatkozóan
- Az ökoturisztikai desztinációk kínálatának és az irántuk megnyilvánuló kereslet mennyiségi és minőségi összhangba hozása
- A látogatóközpontok kapacitásának jobb kihasználása
- Az üzleti lehetőségek szélesebb kiaknázása

10.5.3.6 Indikátorok, mutatók

- Az ökoturisztikai desztinációk ismertsége (az adott helyről értékelhető ismeretekkel rendelkezők száma)
- A látogatók száma a célterületeken és azok bemutatóhelyein
- A programok részvevőinek száma
- A célterületek szolgáltatóinál realizált bevételek alakulása

10.5.4 V.Prioritás/4.Intézkedés: A közönségkapcsolatok fejlesztése (sajtcikkek, tévéműsorok, könyvek stb.)

10.5.4.1 Az intézkedés célja

- A már meglévő ökoturisztikai termékek köztudatban való erősítése, szemléletformálás
- Az újonnan kialakított termékek megismertetése, elterjesztése a célcsoportok körében
- A környezettudatos utazás szemléletének elterjesztése

- A különféle PR-eszközök alkalmazásán keresztül a termék imázsának növelése
- A termékről a helyi lakosság, szolgáltatók irányába történő visszacsatolás

10.5.4.2 Indoklás

Az intézkedés szükségességét indokolja, hogy az ökoturizmus, mint turisztikai termék nem annyira közismert a belföldi turisták körében. A PR eszközök befolyásoló hatása kiemelkedő, mivel elsősorban információközvetítő szerepét érzékelik a turisták, nem tekintik jól megfizetett reklámnak. Jelenleg ezek az eszközök nem vagy korlátozottan szerepelnek az ökoszolgáltatók, Nemzetipark-igazgatóságok és egyéb szervezetek eszköztárában, ezért szükséges bevezetésük.

10.5.4.3 Az intézkedés feladatai

Az intézkedés fő feladata a közönségkapcsolatok vonatkozásában az egyes célcsoportok esetében alkalmazandó PR eszközök és a közvetítő csatornák meghatározása, figyelembe véve a szegmensek attitűdjét. A szegmensenként a kommunikációs mixben eltérő eszközkombinációk összeállítása indokolt, mivel az egyes célcsoportok különböző csatornákon keresztül érhetők el.

Általános feladatok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Új fejlesztések esetén sajtótájékoztató tartása a látogatóközpontokban ▪ Tanulmányutak szervezése újságírók és más véleményformálók számára a desztinációk jellegének, szolgáltatásainak, komplex termékeinek megismertetése céljából ▪ Öko-szervezetek adatbázisára építő hírlevelek terjesztése ▪ Nemzetipark-igazgatósági és Natúrpark Egyesületek honlapján élménybeszámoló fórumok, blogok nyitása ▪ Rendszeres kommunikáció, a közönségjelenlét folyamatos fenntartása, a célcsoportoknál részletezett eszközökkel
Célcsoportoknál figyelembe veendő eszközök
Iskolások
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Életkornak megfelelő foglalkoztató füzetek ▪ Internet (NPIG-ek honlapján diákfelület, sulinet, stb.) ▪ Kisiskolásoknak szóló magazinok ▪ National Geographic Kid ▪ Tudományos versenyek (akár interneten – ld. részletesen VI.Prioritás)
Fiatalok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet (iwiw közösségek, NG oldal) ▪ Tematikus magazinok (GEO, NG, A földgömb, stb.) ▪ Tudományos versenyek (akár interneten – ld. részletesen VI.Prioritás) ▪ Rádió-műsorok (pl. életmód-, kulturális és közéleti témákkal foglalkozó műsorok – MR2 Petőfi Rádió)
Családok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet (lap.hu oldalak, stb.) ▪ Tartalmas női és családi magazinok, illetve ezek (tematikus) mellékletei (pl. Nők lapja, stb.) ▪ Tematikus rádió-műsorok (pl. életmód-, kulturális és közéleti témákkal foglalkozó műsorok – MR2 Petőfi Rádió) ▪ Tematikus tv-műsorok (pl. Főtér)

Idősebbek

- Gazdasági, társadalmi vonatkozású hetilapok tematikus mellékletei (pl. HVG szabadidő melléklet, stb.)
- Tematikus magazinok (GEO, NG, A földgömb, stb.)
- Tematikus rádió-műsorok (pl. Oxigén – Kossuth Rádió)
- Tematikus tv-műsorok (pl. Főtér)

10.5.4.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóság
- Natúrpark Egyesület
- Zöld-és aktív célközönségnek szóló (tematikus) magazinok, folyóiratok, honlapok, tv-műsorok, rádió-műsorok
- TDMSz-ek
- Szolgáltatók

10.5.4.5 Elvárt eredmények és hatások

- Az ökoszemlélet beépülése a fogyasztók magatartásába
- A célcsoportok minél szélesebb körű bevonása az ökoturizmusba
- A kínálat szegmensspecifikus kommunikálása

10.5.4.6 Indikátorok, mutatók

- PR cikkek száma
- TV-és rádió-műsorok száma
- Említett internetes oldalak forgalma
- Piackutatói adatok a PR/reklámtevékenység hatásáról
- Blogok és fórumok forgalma

10.5.5 V.Prioritás/5.Intézkedés: A helyi kínálati elemek (csomagok, egyedi szolgáltatások) piacra jutásának megszervezése

10.5.5.1 Az intézkedés célja

- A közvetlen értékesítés feltételeinek megteremtése.
- A nemzeti parki önálló szolgáltatások (pl. tanulmányút, látogatóközpont, szakvezetés, stb.) közvetlen értékesítése.
- A nemzeti parki és kiegészítő szolgáltatásokra (szállás, vendéglátás) csomagok szervezése.
- Közvetett értékesítés feltételeinek megteremtése.

10.5.5.2 Indoklás

Mivel az önálló szolgáltatók és a Nemzeti Parkok nem rendelkeznek a hatékony piacralépéshez szükséges feltételekkel és eszközökkel, a TDM vagy más szervezetek (pl. utazásszervező) bevonása által lehetséges a szolgáltatások és turisztikai csomagok értékesítése. A közvetlen értékesítés során a Nemzetipark-igazgatóságok és az egyéb szolgáltatók további üzleti szervezetek bevonása nélkül közvetlenül (helyben, levélben, telefonon vagy internetes foglalási rendszeren keresztül) értékesítik a turisták számára szolgáltatásaikat, komplex termékeiket. Ezzel szemben a közvetett értékesítés során utazásszervező és/vagy közvetítő is részt vesz az értékesítésben. Ez akkor lehet indokolt, ha a fogyasztók távol vannak a szolgáltatási helytől (pl. külföldön) vagy nem képesek teljes körű szolgáltatásokat magában foglaló utazás összeállítására (pl. idősek, diákok). Az értékesítéssel kapcsolatos feladatok tervezése és megvalósítása során azokat folyamatosan össze kell hangolni a promócióval.

10.5.5.3 Az intézkedés feladatai

Általános feladatok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A nemzeti parki szolgáltatások (pl. szakvezetés) azonnali elérhetővé tétele a helyi lakosság bevonásával. ▪ Online foglalási rendszer létrehozása <ul style="list-style-type: none"> ○ kapacitás-nyilvántartási rendszer kialakítása ○ üzleti modell, érdekeltségi rendszer kidolgozása ○ szerződéses háttér kialakítása, ○ informatikai háttér kiépítése ○ kapcsolódóan térségi webáruház létrehozása ▪ Utazásszervezőkkel és közvetítőkkal való kapcsolat felvétel (nem feltétlenül a szolgáltatók feladata, a TDM bevonása javasolt). ▪ Szegmensspecifikus értékesítési csatornák kialakítása. ▪ Közvetítői (nem értékesítői, inkább információs) hálózat kialakítása (pl. Tourinform irodák, zöld szervezetek, stb.)

Célcsoportoknál figyelembe veendő eszközök
Iskolások
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iskolák és ifjúsági szervezetek megkeresése különféle programlehetőségekkel (pl. erdei iskola, cserkészek) a TDM által.
Fiatalok, családok, idősek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Helyben történő közvetlen értékesítés. ▪ Közvetlen értékesítés a Nemzetipark-igazgatósági (pl. szakvezetés, rendezvények) és a TDM-ek (pl. szálláshely, komplex csomagok) foglalási rendszerén keresztül. ▪ Az előzőekben említett nemzeti parki és TDM-hez tartozó foglalási rendszerek összekapcsolása a szegmens által látogatott speciális honlapokkal (link). ▪ A foglalási rendszerek külföldiek általi elérhetőségének biztosítása (idegen nyelvű verzió). ▪ Külföldi látogatók esetében az ökoturizmusra specializálódott beutaztató szolgáltatókon (pl. Vista, Ecotours) és nemzetközi társ(öko)szervezeteken keresztül történő értékesítés.

10.5.5.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóság
- TDMSz-ek
- Helyi szolgáltatók
- Speciális utazásszervezők és közvetítők
- Külföldi társ(öko)szervezetek
- Hazai zöldszerzetek
- Média
- A célcsoportok szabadidős szervezetei

10.5.5.5 Elvárt eredmények és hatások

- Értékesítői hálózat kialakulása
- Internetes foglalási rendszerek kialakulása
- Közvetett értékesítés (komplex csomagok) arányának növekedése
- Az újonnan kifejlesztett minőségi szolgáltatások hatékonyabb értékesítése révén bevételnövekedés
- Külföldi turisták megjelenése a keresletben

10.5.5.6 Indikátorok, mutatók

- Értékesítési pontok számának változása
- Komplex csomagok értékesítésének aránya
- Interneten keresztül történő foglalás aránya
- Közvetlen és közvetett értékesítés volumene
- Külföldiek arányának változása a vendégforgalomban

10.6 VI.Prioritás: Látogatói menedzsment, interpretáció, élményelemek fejlesztése

A látogatói menedzsment a területre érkező látogatók tájékoztatására, irányítására és koordinálására irányuló tevékenységeket foglalja magában. A látogatói menedzsment több célt szolgál:

- a látogatható területek kijelölésével kontrollálja a látogatók mozgását,
- a fokozottan védett és védett zónákra nehezedő terhelést csökkenti,
- a terület értékeire a lehető legkevesebb negatív hatást kifejtő tevékenységeket, szolgáltatásokat nyújt,
- összefogja ezeket a tevékenységeket és szolgáltatásokat,
- nemcsak a védett területeken alkalmas a tevékenységek jellegének és területi alapú korlátozásoknak az érvényesítésére, hanem a nem védett területek látogatóforgalmát is irányítani képes,
- hozzájárul a látogatók egyedi, különleges élményéhez,
- elősegíti a természeti- kulturális értékek védelmét, megőrzése iránti elkötelezettség kialakítását,
- hozzájárul a környezet- és természettudatos szemléletformáláshoz.

A látogatói menedzsment leggyakrabban és hazánkban is alkalmazott/alkalmazható eszközei közé sorolhatóak az alábbiak:

- *Irányelvek:* olyan viselkedési szabályok, amelyek egy szemléletmód kialakításában játszanak szerepet és normatívan szabályozzák az embereket. Az irányelvek tájékoztatást adnak a helyszínen végezhető tevékenységekről, és mindazokról a korlátozásokról, tiltott tevékenységekről, amely betartása elvárt a látogatóktól. Az irányelvek reklámhordozók is lehetnek, hiszen felhívják a terület kiemelkedő értékeire, adottságaira.
- *Területi lehatárolás:* a védelem alatt álló terület, érték elkerítése lehetőséget ad a fokozott védelemre, másfelől viszont nehéz ellenőrizni, fizikailag lehatárolni több fokozott védettség alatt álló értéket (pl. sasfészek) és területet (domborzati viszonyokból adódó természetes határok miatt). Optimális esetben a fizikai elkerítés mellett más puhább eszközzel, pl. információ-menedzsmenttel, interpretációval kombináltan alkalmazva a fenti célok eredményesen elérhetőek. Az információ szelektív publikálásával a védett területek rejtettsége megőrizhető – a látogató nem próbál olyan területeket felkeresni, amelyekre nem hívják fel figyelmét.
- Szükség esetén *adminisztratív eszközökkel* (pl. engedélyekhez kötött tevékenységek illetve belépési engedélyek) lehet szabályozni a területen végezhető tevékenységeket, látogatószámot. Emellett ahol lehetséges belépőkkel is kontrollálható a kereslet, s az értékeket terhelő negatív hatások megjelenése.
- A látogatók kontrollálását befolyásolja a területen működtetett *információs hálózat* és a rendelkezésre álló *információk*, adatok „csomagolása”, bemutatása, *interpretálása*. Az információs hálózat célja, hogy a területet megközelítő látogató érkezési iránytól függetlenül ugyanolyan mennyiségű és minőségű információhoz jusson. Az információs anyagok célcsoportok igényeinek megfelelően több szintűek: egyfelől különleges, válogatott, figyelemfelkeltő információkat kell közölni az utazást megelőzően, minden helyszínen általános, a teljes palettát bemutató anyagok, adatbázisok álljanak rendelkezésre, míg az egyes helyszíneken legyenek különleges, a helyi adottságokat

részletesen leíró anyagok. Az információnyújtás akkor lehet sikeres, ha biztosítható az, hogy a látogató a terület több pontján is a tervezett turisztikai élmény minden eleméről egységes rendszerbe illeszkedő, koherens információhoz juthat. Az információ átadása különböző kommunikációs eszközök igénybevételével történik az élmény biztosítása érdekében.

- Az élményszerzés, szemléletformálás és értéktudatosításának hatékony eszköze a különböző *rendezvények*, események szervezése. Ezek a rendezvények a szórakoztatás, kikapcsolódás mellett ismeretek átadására, értékek tudatosítására alkalmasak minden korosztály esetében.

10.6.1 VI.Prioritás/1.Intézkedés: Interpretációs eszközök és technikák céltudatos fejlesztése

10.6.1.1 Az intézkedés célja

- A fenntartható szemlélet, az ökoturizmus célrendszerének tudatosítása
- Természeti és kulturális értékek hatékony bemutatása, tudatosítása, átadása
- Élményszolgáltatás, kikapcsolódás biztosítása
- Az ökoturisták csoportjának növelése a hatékony interpretáció által
- Szemléletformálás a látogatók körében

10.6.1.2 Indoklás

A látogatói menedzsment szorosan kapcsolódik az információs hálózathoz és az interpretációhoz, hiszen kizárólag a rendelkezésre álló információk, adatok és felmérések ismeretében lehet megalapozottan kijelölni a látogatható területeket, útvonalakat, meghatározni a végezhető tevékenységeket, valamint a látogatás során nyújtott információk körét és „csomagolását”.

Az információ átadásának egyik módja, az interpretáció alkalmazása, mely a pusztai információközlésen túl az ismeretek élvezetes és szemléletes bemutatásával segít megérteni, és így módon tisztelni az adott terület értékeit, továbbá a tudatosított információ révén hozzájárul a látogatók személyiségformálásához.

A szemléletes bemutatás alapja a pontos, naprakész információnyújtás. A látogatókat meg kell ismertetni a területtel kapcsolatos tudnivalókkal, értékekkel (pl. védett fajok, védelem foka), másrészt be kell mutatni a védett területen található létesítményekkel, kiegészítő szolgáltatásokkal, programlehetőségekkel stb. Az interpretáció alapját képező információközlésnél nem a mennyiségi szempontok dominálnak, annak tervezése kreatív módon, különböző kommunikációs eszközök igénybevételével történik, úgy, hogy az információ egyszerű, közérthető, érdekesség, figyelemfelkeltő, gondolatébresztő legyen. Az alkalmazott eszközök és technikák hátat fordítanak az unalmas leíró jellegű információátadásnak, feltárják a helyszín jelentőségét, a látogatók érzelmeire hatnak és élménydússá teszik a látogatást. A legnagyobb hangsúly az információközlés módján, a bemutatáson van, mely ráébreszteni és tudatosítani képes értékeket, szemléletformáláshoz vezethet.

„A bemutatás az a kommunikációs ösvény, amely a látogatót és a turisztikai erőforrásokat összeköti. A jó bemutatás olyan híd, amely új és izgalmas világba vezet az embereket, új értelmet, új világba való bepillantást, új lelkesedést és új érdeklődést eredményez.”⁴

A szemléltetés célja nemcsak az információ és valamilyen üzenet átadása, hanem a környezeti és a természeti nevelés. Az oktatás, környezeti nevelés a természet értékeinek megőrzésére irányuló pedagógiai tevékenység, melynek célja a természeti- (földtani, víztani, növénytani, állattani-),

⁴ WTO 1998.

tájképi és kulturális, társadalmi értékek megismertetése és bemutatása mellett, felhívja a látogatók figyelmét az értékek védelmére, továbbá környezettudatosságra ösztönzi őket.

10.6.1.3 Az intézkedés feladatai

Az interpretáció akkor hatékony és eredményes, ha az elhangzott/bemutatott ismeretek tudatosulnak, elgondolkodtatásra készítik a látogatókat. A kiválasztott interpretációs eszközök nemcsak az érdeklődési körnek megfelelő ismeretek bővítését és figyelemfelkeltést ösztönzik, hanem kikapcsolódást, élményszerzést segítik elő, valamint elősegítik a szemléletformálást. A szemléltetés alkalmazható eszközeit nagyban befolyásolja a terület erőforrása, a közlendő információ jellege és nem utolsósorban a látogatók érdeklődése, életkora/életciklusa, előzetes ismeretei, elvárásai és ízlése. Az eszközök kiválasztása részben a kreativitás, másrészt pedig a rendelkezésre álló források függvénye. Az interpretációs eszköz kiválasztáskor szempont az adott üzenet, érték átadásának legmegfelelőbb, legszínvonalasabb és a környezetet legkevésbé igénybevevő eszköz, technika kiválasztása.

Az interpretációs eszközöket alábbi csoportjait különböztetjük meg:

- Nyomtatott interpretációs eszközök (információs kiadványok, térképek, eseménynaptárok, játékos foglalkoztató füzetek stb.)
- Vezetett túrák, szakvezetési programok
- Kiállítások, bemutatók (az írott szöveg vizuális médiákkal (pl. fotók, tárgyak) történő kiegészítése, pl. interaktivitásra ösztönző feliratok „keresd meg a kakukktojást”, „nyomd meg ezt a gombot”, élményeket erősítő hanghatások (pl. madárcsicsergés) vagy az érintés segítségével életre keltett a természetben átélhető érzékek (pl. homokdűnére lépés érzése, állat tapintása).
- Informatikai eszközök (számítógépes grafikák, modellek, multimédiás bemutatók, érintőképernyők, számítógépe természetismereti játékok stb.)

Az interpretációs eszközöknek, módszereknek széles körben kell bizonyos témákat feldolgozni, egyrészt a komplexitásra törekvés okán, másrészt a specifikus érdeklődésű látogatók számára. Interpretációra alkalmas témák:

- a terület sajátosságának bemutatása (természetvédelmi szabályozás, kiemelt értékek),
- a természeti-ökológiai környezet (az állat- és növényvilág, a tájképi adottságok),
- a társadalmi környezet (néprajzi értékek, népszokások, építészet stb.),
- gazdálkodási módok,
- helyi termékek,
- természetvédelmi munka,
- a területen folyó kutatások, projektek bemutatása stb.

Az intézkedések az alábbi általános feladatokat foglalják magukban:

- nyomtatott kiadványok célcsoportok szerinti fejlesztése
- gyermekeknek szóló rajzos-képes, egyszerű magyarázattal ellátott kiadványok, játékos foglalkozások anyagai - az interaktivitásra ösztönző feliratok („nyomd meg ezt a gombot”, „keresd meg a kakukktojást” stb.)
- fiataloknak, aktív középkorúaknak a megértést segítő, védelemre ösztönző információs anyagok
- szakemberek számára tudományos igényességgel megszerkesztett kiadványok
- a területről szóló kiadványok mellett az aktuális havi-negyedévi eseményeket, újdonságokat tartalmazó - visitor's guide jellegű - kiadványok megjelenítésével növekedhet a terület ismertsége, s a helyi lakosok környezettudatossága
- az élményelemek különböző eszközeinek alkalmazása
 - az érdekes vagy unikális (egyedi, kizárólagos) dolgok bemutatása, kiemelése

- a látványos, az esztétikus dolgok jelenségek bemutatása, hangsúlyozása (nem a legvédelettebb a legérdekesebb, hanem a „legszebb”)
- szokatlan, figyelemfelkeltő megoldások alkalmazása
- érzékekre, érzelmekre ható elemek pl. vizuális és hanghatások alkalmazása, érintés segítségével életre keltett érzések
- az alaposabb megértést és az élményt segítő médiaeszközök, informatikai eszközök alkalmazása, pl. érintőképernyők, természetismereti játékok, védett madár fészkehez webkamera)
- nyílt napok – helyi lakosok, környékbeliek, érdeklődők számára bepillantás a természetvédelmi munkába
- természetvédelmi akciók, programok (pl. „zöld napok”), vetélkedők
- „mondd el a véleményed” visszacsatolási lehetőségek biztosítása (pl. fórum, doboz, kérdőív)
- „Természetvédelemben, örökségmegőrzésben érdekelt szervezetek” listájának feltüntetése, kapcsolódási lehetőségek megnevezése (helyi és országos természetvédelmi szervezetek, hagyományőrző és kulturális egyesületek, stb.)
- szakvezetési programok kialakítása speciális érdeklődésnek és célcsoportok igényeinek megfelelően, különböző időtartamban
- mozgássérültek, gyengénlátók számára biztosított szakvezetés és interpretáció pl. ún. érzékelés kertje kialakítása, ahol lehetőség van a természeti elemek tapintására, közelebbi megismerésére
- állandó és tematikus kiállítások, bemutatók tervezése, az írott szöveg vizuális médiákkal, érzékekre, élményekre ható elemekkel történő kiegészítése
- a kiállítási tárgyak esetében a feliratok megfelelő tervezése (különböző korosztályok számára is olvasható, élvezetes, megragadó legyen)
- informatikai eszközök széleskörű alkalmazása (számítógépes grafikák, modellek, multimédiás bemutatók, érintőképernyők, számítógépe természetismereti játékok stb.)

Célcsoportoknál figyelembe veendő szempontok
Alkalmi zöldszturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a jelentős és látványos interpretáció, a népszerű, közérthető bemutatás lényeges ▪ igény esetén lehetőséget kell adni a további ismeretbővítésre, a kevésbé ismert helyszínekre vonatkozó információk megszerzésére
Aktív zöldszturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a különböző védettségi fokú területeken folytatható sporttevékenységek ismertetése ▪ az adott sportágnak megfelelő kiegészítő információk nyújtása (pl. magasságprofil)
Ökoturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ az értékek alapos megismerését lehetővé tevő információ nyújtása ▪ kevésbé látványos interpretációs eszközök alkalmazásának lehetősége
Iskolások
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a kiválasztott eszközök változatosak legyenek, kerülni kell a monotonitást ▪ az alkalmazott eszközök kapcsolódjanak az oktatási tananyaghoz, tárgyakhoz ▪ lehetőség van foglalkoztató füzetek, feladatok készítésére ▪ a figyelem hosszabb lekötése érdekében szükség van látványos, érzékekre építő eszközök alkalmazására (pl. számítógép, játékok, kvízek)
Fiatalok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ viszonylag nagyobb mozgás- és aktivitásigény miatt célszerű az oktatást-bemutatót összekapcsolni a szórakozással, mozgással, kerülni kell a monotonitást

<ul style="list-style-type: none"> ▪ lehetőség van foglalkoztató füzetek, feladatok készítésére ▪ a figyelem hosszabb lekötése érdekében szükség van látványos, érzékekre építő eszközök alkalmazására (pl. számítógép, játékok, kvízek)
Családok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ több generációnak megfelelő, differenciált interpretáció szükséges (óvodás-kisiskolás, illetve felsőbb iskolás gyerekek, valamint felnőttek) ▪ tapintható, megfogható kiállított tárgyak alkalmazása ▪ interaktivitásra ösztönző feladatok, játékok alkalmazása ▪ a gyerekek számára játék lehetőség biztosítása ▪ a megértést segítő, védelemre ösztönző információs anyagok nyújtása ▪ a kiállítás installációnál a gyermekmagasság figyelembe vétele (alul gyermekeknek, felette felnőtteknek)
Idősebbek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ kevésbé fárasztó, látványos interpretációs lehetőségeket keresik, amely párosulhat a különlegesebb, egyedibb szolgáltatások igényével ▪ biztonságból, kényelemből a szervezett programok iránti igényük nagyobb, mint a fiatalabb generációknak

10.6.1.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- (Öko)turisztikai képzést végző oktatási intézmények
- Helyi önkormányzat
- Helyi lakosok

10.6.1.5 Elvárt eredmények és hatások

- Élmenyszolgáltatások növelése
- Hatékonyabb bemutatás, értéktudatosítás
- A terület értékeinek, örökségeinek szélesebb körökkel való megismertetése
- A látogatók elégedettségének növekedése
- Az ökoturizmus keresletének bővülése
- Az egy látogató által felkeresett helyszínek és elsajátított ismeretek bővülése

10.6.1.6 Indikátorok, mutatók

- Látogatószám növekedése
- Helyi bevételek növekedése
- Lakosság környezettudatosságának növekedése (pl. megújuló energiaforrások, energiatakarékos eszközök alkalmazása, stb.)
- Tartózkodási idő növelése

10.6.2 VI.Prioritás/2.Intézkedés: A korszerű informatikai és kommunikációs eszközökre épülő tájékoztató rendszerek fejlesztése

10.6.2.1 Az intézkedés célja

- A hazai ökoturisztikai területek turisztikai feltártságának kontrollált javítása
- Személyre szabott szolgáltatások, információ, és foglalási lehetőség biztosítása
- Az ökoturisztikai vonzerők és szolgáltatások piacra jutásának megkönnyítése
- A látogatók biztonságérzetének javítása

10.6.2.2 Indoklás

Az (öko)turisták ma mind szélesebb körben használnak GPS készülékeket, személyi navigációs eszközök vagy éppen mobiltelefonjuk formájában. Ezekhez ma is rendelkezésre állnak letölthető térképek (www.turistautak.hu) POI (Points of Interest)⁵ információkkal. A mai technológia felhasználásával és a közeljövő fogyasztója számára indokolt ezen a szinten túllépve személyre szabott, hely-specifikus és esemény vezérelt virtuális turisztikai információs és foglalási rendszer(ek) kialakítása. Ez korszerű tartalomszolgáltatásként hozzájárul a látogatók által a meglátogatott helyen szerzett élmény javításához. Különös jelentőséggel bír az ilyen rendszer olyan természeti területeken, ahol a különféle vonzerők és helyszínek távolsága sokfélesége és időben változó jellege (elő természeti elemek) a hagyományos, kevésbé rugalmas eszközökkel nem interpretálható teljes körűen.

A rendszer használatának legfontosabb célja, hogy a látogatók az ökoturizmus célterületeit intenzívebben fogyasszák: több turisztikai vonzerőt felkeresve, több szolgáltatást megvásárolva és így nagyobb összeget elkölthetve. A rendszer így az ökoturisztikai célterületek turisztikai kínálatának integrálásával hozzájárul a turizmus jövedelmi hatásainak bővítéséhez, az adóbevételek és a munkahelyek számának növeléséhez. A rendszer előnye emellett, hogy virtuális „szakvezetőként” és „természetőrként” lehetőséget ad a látogatók figyelmeztetésére, ha olyan védett területre téved, amely nem vagy csak korlátozottan látogatható. Emellett segítséget nyújt a tájékozódásban és az esetleges vészhelyzetek kezelésében.

10.6.2.3 Az intézkedés feladatai

Általános feladatok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A technikai partner kiválasztása ▪ A rendszer üzleti modelljének kialakítása és a szükséges térségi partnerek bevonása ▪ A fogyasztói profilok, kontextusok és felhasználható tartalomforrások tervezése ▪ A rendszer tervezése <ul style="list-style-type: none"> ▫ Szolgáltatáskínálat tervezése ▫ Rendszertervezés ▪ A rendszer megvalósítása ▪ Tesztelés, használhatóság vizsgálata ▪ A rendszer piaci bevezetése
Célcsoportokhoz kötődő feladatok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A célcsoportok sajátosságainak beépítése a fogyasztói profilokba ▪ Wiki adatbázisok beépítése a rendszerbe
Célcsoportoknál figyelembe veendő szempontok
Alkalmi zöldturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ általában nem természeti használatra szánt eszközökkel rendelkeznek (autós navigáció)
Aktív zöldturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Közülük sokan használnak GPS készülékeket (tájékozódás, geocaching) ▪ A sporttal kapcsolatos információkat is igényelnek ▪ Saját teljesítmény összehasonlítása lényeges funkció lehet

⁵ POI: hasznos helyek, érdekes pontok. Helyzetmeghatározó programok által használt kifejezés, mely a bárki számára fontos helyek, pontok jelölésére szolgál.

Ökoturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Az időben változó természeti vonzerőkkel kapcsolatos információkat igényelnek
Iskolások
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nyomkövetés, biztonsági funkciók fontosak
Fiatalok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nagyobb arányban bírnak legújabb készülékekkel, így korszerűbb technikai megoldásokat képesek futtatni
Családok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nyomkövetés, biztonsági funkciók fontosak ▪ Családbarát POI szerepeltetése fontos
Idősebbek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A rendszer használatára kevésbé lehetnek nyitottak ▪ Részletesebb tájékoztatást, betanítást igényelnek ▪ Az egyszerűen használható grafikus kezelőfelület kiemelkedően fontos ▪ A készülékek használhatóságát a túl kicsiny kijelző akadályozhatja, a hangos tájékoztatás fontos lehet

10.6.2.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Magyar Geocaching Közhasznú Egyesület
- Magyar Természetbarát Szövetség
- TDM szervezetek
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- Technikai partnerek (pl. mobiltelefon szolgáltatók)

10.6.2.5 Elvárt eredmények és hatások

- Látogatói igények pontosabb nyomonkövetése
- Több helyi szolgáltatás értékesítése
- Személyre szabott ökoturisztikai kínálat biztosítása

10.6.2.6 Indikátorok, mutatók

- A rendszer használóinak száma
- Points of Interest-ek száma, összetétele
- A rendszerben szereplő útvonalak hossza

10.6.3 VI.Prioritás/3.Intézkedés: *Helyi sajátosságokhoz, arculathoz igazodó rendezvény-kínálat fejlesztése*

10.6.3.1 Az intézkedés célja

- Rendezvények által szemléletformálás, a környezet- és természetvédelem tudatosítása
- Az ökoturizmus keresletének bővítése
- Az ökoturisztikai szolgáltatók arculatának kialakítása a rendezvények segítségével

10.6.3.2 Indoklás

A rendezvények kialakítása a termékfejlesztés részét képezi, illetve annak eszköze is egyben. Egy érdekes programra épülő, látványos rendezvényen való részvétel a látogatás fő vonzerejét adhatja,

az ökoturizmus keresletének bővítéséhez is hozzájárulhat. (részletesen lásd II.Prioritás). A rendezvények a védett területek és az ökoturisztikai szolgáltatók arculatának kialakításában is hatékony eszköznek bizonyulnak (lásd V/1. intézkedés)

A rendezvények összetett célt szolgálnak: egyfelől a megőrzésre-védelemre hívják fel a figyelmet, segítik a bemutatás-oktatás élményszerűségét és hozzájárulnak a kikapcsolódáshoz, szórakozáshoz. A környezettudatosságot, az ökoszemléletet a rendezvények jellegében és kivitelezésében is érvényesíteni kell. Jelenleg is számos, ismétlődő-visszatérő hagyományos rendezvényt szerveznek a nemzeti park-igazgatóságok, natúrparkok, természetvédelemmel, örökségvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek, de ezeknek a tényleges megvalósítása, megrendezése erősen függ az aktuális pályázati forrásoktól, támogatásoktól, így kevésbé tervezhetőek. A források bizonytalansága miatt a rendezvényeket gyakran rövid idő alatt kell megszervezni, kivitelezni, amely miatt azok népszerűsítésére már nem marad elég idő. A tervezhetőség nemcsak a rendezők számára releváns a kockázatok elkerülése céljából, hanem a célcsoportok esetében is elősegíti a programok közötti választást. A rendezvények kapcsolódási pontot jelentenek a tematikus kínálatához.

10.6.3.3 Az intézkedés feladatai

A szemléletformálás, tudatosítás élményszerűen a rendezvények segítségével is elérhető, ezért fontos, hogy a rendezvények elsősorban kisléptékűek legyenek és a helyi sajátosságokra épüljenek, nem a tömegrendezvények szervezése a cél, hanem a tartalmas és élménygazdag programok befogadására képes látogatók elérése. A rendezvények kialakításánál figyelembe kell venni a különböző célcsoportok szükségleteit, az életkorból, életciklusból adódó eltérő igényeket, preferenciákat.

Az intézkedések az alábbi feladatokat foglalják magukban:

A célcsoportok igényeinek megfelelően rövidebb- (félnapos-egynapos) és hosszabb tartózkodásra ösztönző (pl. többnapos sportesemények) rendezvények szervezése

Témáját tekintve általános, elsősorban kikapcsolódást nyújtó, szórakoztató, másodsorban megismerést célzó szabadidős rendezvények szervezése

- Természetvédelemmel kapcsolatos jeles napok, szokásokra épülő rendezvények (madarak, fák napja stb.)
- Főzőverseny
- Kirakodóvásár helyi termékekkel stb.
- Tematikus – elsősorban megismerés-orientált – rendezvények szervezése
 - természetvédelemhez, megőrzéshez kapcsolódó rendezvények
 - környezeti nevelési programok diákok és családok részére
 - egyes természetvédelmi és/vagy kulturális értékeket bemutató, védelemre felhívó, bevonó programok
 - valamely örökséghez, értékhez vagy gazdálkodási módhoz kapcsolódó tematikus rendezvényekhez pl. gyógynövényhez, biogazdálkodáshoz, méz-rendezvény
- Egyéb célt szolgáló rendezvények
 - Kistermelők termékértékesítésének ösztönzése, „farmer’s market” kialakítása rendszeresen, előre tervezhető módon (pl. minden hónap első szombatján)
 - Valamilyen cél érdekében alapok, bevételek megszerzését elősegítő rendezvények, pl. a szponzorált séta,
 - Szakmai rendezvények, szemináriumok, konferenciák szervezése szakemberek számára tapasztalatcsere céljából

Célcsoportoknál figyelembe veendő szempontok
Alkalmi zöldturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ látványos és népszerű rendezvények (pl. gasztronómiai fesztiválok, lovasnapok) ▪ presztízsfogyasztást hangsúlyozó programok, rendezvények (pl. lovas-napok)
Aktív zöldturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ az adott sportágat népszerűsítő sportrendezvények ▪ aktivitást biztosító sportrendezvények (pl. kerékpártúra) ▪ divatos sportokhoz kapcsolódó rendezvények, rendezvénysorozatok (pl. geocaching országos-regionális napok)
Ökoturisták
<ul style="list-style-type: none"> ▪ az értékek alapos megismerését célzó rendezvények ▪ örökségvédelemhez kapcsolódó rendezvények ▪ önkéntes természetvédelmi- örökségvédelmi- társadalmi munka/rendezvények (pl. békamentési program, parlagfűmentesítés, szemétszedés) ▪ szakmai előadások, természet- és örökségvédelmet előtérbe helyező szemináriumsorozatok ▪ szakmai rendezvények ▪ többnapos rendezvények ▪ biotermékek, helyi termékek vására
Iskolások
<ul style="list-style-type: none"> ▪ a rendezvények kapcsolódjanak az oktatási tananyaghoz, tárgyakhoz ▪ látványos, szórakoztató programok (pl. jeles napokhoz kapcsolódó szokások-rendezvények) ▪ madármegfigyelő programok („ébredés a természettel”), madarász-iskola ▪ természetvédelmi-környezetismereti vetélkedő, csapatverseny ▪ természetvédelmi, örökségvédelmi kiállítások, előadások (pl. más nemzeti parkokról)
Fiatalok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ sportrendezvények ▪ csapaterősítést szolgáló játékos vetélkedők, sportversenyek baráti társaságoknak
Családok
<ul style="list-style-type: none"> ▪ több generációnak megfelelő, differenciált programok, rendezvények szükségesek (óvodás-kisiskolás, illetve felsőbb iskolás gyerekek, valamint felnőttek) ▪ a megértést segítő, védelemre ösztönző családi programok (pl. nyílt napok) ▪ családi kézműves-programok és kreatív természetvédelmi program (pl. madáretető készítés) ▪ játékos vetélkedő családoknak
Idősebbek
<ul style="list-style-type: none"> ▪ kulturális és zenei rendezvények természeti környezetben (pl. barlangkoncert, szabadtéri koncert) ▪ nyugdíjasnap rendezvények, előadások ▪ hagyományőrző fesztiválok ▪ többnapos rendezvények

10.6.3.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek
- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Helyi önkormányzatok

10.6.3.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Programkínálat bővülése
- Hatékonyabb bemutatás, értéktudatosítás
- A terület értékeinek, örökségeinek szélesebb körökkel való megismertetése
- A látogatók elégedettségének növekedése
- Bevételek növelése
- Helyi lakosok életminőségének javítása a rendezvényekkel

10.6.3.6 *Indikátorok, mutatók*

- Látogatószám növekedése
- Helyi bevételek növekedése
- Lakosság környezettudatosságának növekedése (pl. megújuló energiaforrások, energiatakarékos eszközök alkalmazása, szelektív hulladékgyűjtés, stb.)
- Tartózkodási idő növelése

10.6.4 VI.Prioritás/4.Intézkedés: Látogatói információs hálózat kialakítása

10.6.4.1 *Az intézkedés célja*

- Térben és időben megfelelően elosztva, könnyen elérhető és megbízható információ álljon rendelkezésre a turisták számára.
- A területet bármerről megközelítő látogató előzetes információszerzés nélkül is megtalálja a számára megfelelő szolgáltatásokat.
- A látogatható területek és szolgáltatások megjelölésével a turisták mozgásának kontrollálása.

10.6.4.2 *Indoklás*

Az ökoturizmus jelenlegi kínálata az adott területen áthaladó turista számára nem nyilvánvaló, a turisták tájékoztatása és tájékozódásuk segítése a legtöbb helyen nem megoldott. A térbeli információs hálózat kiépítése a turisták számára alapvető elvárás. Az időbeli információs hálózat a látogatás sikerességéhez, eredményességéhez, és a látogatókkal való további kapcsolattartáshoz járul hozzá.

10.6.4.3 *Az intézkedés feladatai*

A látogatói információs hálózat időben három szinten szükséges:

- A látogatás előtti információszerzésben az internetes honlapoknak, tourinform irodáknak, utazásszervezőknek, programszervezőknek és a kiadványoknak van szerepe. Itt különleges, válogatott, figyelemfelkeltő és az utazáshoz hasznos információkat kell közölni. Az ehhez tartozó feladatok a VI/5. Intézkedés részei.
- Utazás alatti, vagy helyszíni információszerzés (térbeli információs hálózat).
- Utazás utáni információ, amely beszerezhető a helyszínen vásárolt albumokból, szakkönyvekből, kiadványokból, és a szolgáltató által küldött hírlevelekből.

A térbeli információs hálózat kialakítása:

- Az információs hálózat központja a látogatóközpont, ahol a területről, mint egészről és annak speciális területeiről is tájékoztatást kap az odalátogató.
- Az adott terület közelében lévő településeken vagy ott ahol a turisták belépnek a nemzeti park területére, *fogadókapuk* kialakítása, amelyek reprezentálják a terület komplexitását és sokszínűségét, a kínálatát, a megközelítéshez szükséges információkat, praktikus tanácsokat és a programokba való bekapcsolódás lehetőségeit.

- Transzit útvonalakon rendelkezésre álló információs anyagok (tájékoztató kiadványokat, programfüzet, információs tábla, stb.) elhelyezése.
- Az egyes helyszíneken különleges, a helyi adottságokat részletesen leíró anyagok szükségessé.
- Minden helyszínen legyenek általános, a teljes palettát bemutató anyagok, adatbázisok.
- A településeken formális és informális információs pontok legyenek kijelölve (pl. vendéglők, kisküldglők, ajándékboltok, múzeumok, tájházak, szálláshelyek, helyi termék előállítók, egyéb attrakciók, stb.), ahol a látogatók a terület attrakcióiról és szolgáltatásairól kapnak információt szóróanyagok, táblák, és személyes megkerdezés útján.
- A turisták tájékozódását segítő, egységes arculattal rendelkező információs- és útjelző táblák, az attrakciót vagy szolgáltatást jelző, tájbailló, a tájképet nem zavaró táblák elhelyezése.

10.6.4.4 *Érintett szervezetek*

- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrparkok
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- Helyi önkormányzatok
- Tourinform irodák
- Közútkezelő Kht.

10.6.4.5 *Elvart eredmények és hatások*

- A látogatók elégedettségének növekedése.
- A szolgáltatók forgalmának növekedése.
- A helyi lakosok számára az attrakciók meglétének tudatosítása.

10.6.4.6 *Indikátorok, mutatók*

- Helyi szolgáltatók bevételeinek növekedése.
- A látogatóközpontok, ökoturisztikai bázisok nagyobb forgalma.

10.6.5 VI.Prioritás/5.Intézkedés: Irányelvek, etikai kódexek kialakítása, terjesztése

10.6.5.1 *Az intézkedés célja*

- Az értékek tudatosítása, felhívás az értékvédelemre
- A látogatók tevékenységeinek szabályozása a negatív hatások kiküszöbölése érdekében.
- A szállásadók, vendéglátók és helyi lakosok tevékenységének és viselkedésének szabályozása a negatív hatások kiküszöbölése érdekében.
- Felelősségteljes látogató/látogatás kialakítása gazdasági, szociokulturális és természeti szempontból

10.6.5.2 *Indoklás*

Az ökoturisztikai irányelvek kialakítása és tudatosítása a legköltséghatékonyabb látogatói menedzsment eszköz. Az irányelvek kialakítását a természeti és kulturális örökségeket, értékeket bemutató területek iránt megnyilvánuló keresletnövekedés és ezeknek az erőforrások nagymértékű használata tette szükségessé. A legolcsóbb módszer, amivel jó eredményeket lehet elérni a látogatók attitűdjé és tevékenységei szempontjából, mivel tájékoztatják a látogatókat a

korlátozásokról, a negatív hatást okozó tevékenységekről. Az irányelvek azonban nem csak a védelem eszközének tekinthetők, hanem információhordozók is, hiszen a terület értékeire is felhívják a figyelmet.

10.6.5.3 *Az intézkedés feladatai*

Az ökoturisztikai irányelvek megadják a felelősségteljes látogatáshoz szükséges ismereteket. Az etikai kódexek tartalmazznak ökológiai- (hulladékkezelés, ökoszisztéma megőrzése stb.), társadalmi- (helyi szokások, betartandó hagyományok stb.) és gazdasági irányelveket (pl. ajándékvásárlási szabályok).

Az etikai kódexeket különböző szempontok alapján lehet kialakítani

- a) területek etikai kódexe (pl. Nemzeti Park)
- b) tevékenységi kör etikai kódexe (pl. madármegfigyelés, fotózás)
- c) a turizmus különböző szereplőinek etikai kódexe (látogatók, helyi lakosok, szálláshelyek)
 - Az irányelv kialakítási folyamatába be kell vonni a különböző érintett szervezeteket, csoportokat (helyi közösség, vállalkozók, természet- más értékvédelmi szervezetek stb.), akik kapcsolatban állnak a megcélzott közönséggel valamint napi tapasztalatokkal rendelkeznek a tevékenységi köröket illetően.
 - Az irányelvek kialakítása során ügyelni kell arra, hogy azok barátságos hangvételűek legyenek, ne csak tiltást tartalmazzanak, magyarázó jellegűek legyenek, szemléltetés céljából helyenként illusztráltak, pozitív gondolkodásúak és felelősségteljes viselkedésre ösztönzőek legyenek. Tartalmazzanak gyakorlatias tanácsokat, és a terület támogatásának formáit.
 - Formailag és megjelenésében is tükrözzék az ökoturizmus céljait.
 - Az irányelvek terjesztése kulcsfeladat. Lehetőségek:
 - Területről készült térképek, útikönyvek, promóciós és információs kiadványok , tanösvény-ismertető füzet részeként.
 - Szálláshelyen elhelyezve.
 - A látogatóközpontban, a nemzeti park bemutatóhelyein elhelyezve táblán.
 - Belépőjegy mellé adva, vagy hátoldalán röviden ismertetve.
 - Különböző információs táblákon, posztereken bemutatva.
 - Hírlevélben, szakmai folyóiratokban, iskolai újságokban bemutatva.
 - Az irányelveket nemcsak a látogatóknak, hanem a turizmus szektorban érintetteknek is tudatosítani kell.

A felelős ökoturista viselkedésére vonatkozó ajánlás, etikai kódex található a stratégia 1. Mellékletében.

10.6.5.4 *Érintett szervezetek*

- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek, natúrpark egyesületek
- Nemzetipark-igazgatóságok
- Vendéglátóhelyek, szálláshelyek
- Helyi közösség

- Tourinform irodák

10.6.5.5 Elvárt eredmények és hatások

- A látogatók által okozott negatív hatások csökkenése.
- A látogatók értéktudatának növekedése.
- A fenntarthatóság elveit ismerő és annak megfelelően működtetett turisztikai vállalkozások (szállásadás, vendéglátás)

10.6.5.6 Indikátorok, mutatók

- A környezet állapotának javulása
- Bevételek a természetvédelem számára.
- A bevételek helyben maradása.

10.7 VII.Prioritás: Szervezeti háttér és térségi menedzsment fejlesztése

Az ökoturizmus jellegénél fogva csak térségi koordinációra alapozva működhet. Ennek három fő oka a következő:

- Az ökoturizmus fejlesztése és kezelése szempontjából kulcsfontosságú az érzékeny erőforrások védelme: Ennek hiányában a természeti területekre és rurális területekre irányuló turizmus nem alakítható ki hosszú távon fenntartható módon.
- Az optimális esetben helyi KKV-k, civil szervezetek és természetvédelmi kezelők együttműködésében létrejövő ökoturizmus kínálat piacra jutása csak összefogással, a célterület erős arculatára építve lehetséges. Tőke és piacismereti korlátok miatt az egyes szereplők hatékony piaci fellépésre képtelenek.
- A fogyasztók komplex igényeinek kielégítésére létrehozandó szolgáltatáscsomagok megszervezéséhez, kínálatához a térségi együttműködés szükséges

A sokszereplős térben a koordináció eszköze az önkéntes, minden résztvevő számára előnyös együttműködés. Ennek alapja a térségi szereplők közötti információáramlás. A fejlesztés során az eseti és esetleges információcserét fel kell váltani egy olyan formális partnerségnek, amely megteremti a hatékony kollektív cselekvés lehetőségét. Rendszeres fórumok, fejlesztési-kezelési megbeszélések alapozhatják meg egy olyan szervezet létrehozását, amely a terület turizmusának menedzsmentjét hatékony, felhatalmazott és erőforrásokkal kellően ellátott módon látja el. E szervezet aztán elláthatja

- az érdekegyeztetés
- a fejlesztési koordinálása
- a marketing és
- az ellenőrzés

feladatait.

Az ökoturizmus folyamatainak befolyásolása történhet előzetes iránymutatással és utólagos ellenőrzéssel. Az iránymutatás eszközei a védjegyek és irányelvek. Az írásban meghatározott, vállalt szolgáltatások a *látogató* számára a kiszámíthatóságot biztosítják, a *szolgáltatók* számára igazodási pontként szolgálnak: egyértelművé válik, hogy mit, milyen területen kell fejleszteni, *desztináció menedzsment szervezet* pedig annak alapján számon kérheti tagjain az abban vállalt betartását.

A turisztikai kínálat minőségi jellemzőinek biztosítása mellett annak fenntartható kezelése a térségi együttműködés funkciója. Ennek érdekében olyan visszacsatolási rendszerre van szükség amely biztosítja a turisztikai, ökológiai és kulturális folyamatok nyomon követését. A monitoring rendszer sikere egyrészt azon múlik, hogy az indikátorok kiválasztása megfelelően történik-e, azaz ezen keresztül a valós és teljes képet kapják-e a szereplők. A sikeres működés másik kritériuma az, hogy a monitoring és értékelési rendszer által biztosított információkra épüljön a döntéshozatal. Ebben az esetben van mód a feltárt esetleges káros folyamatok megállítására, illetve a kedvező fejlemények felerősítésére.

10.7.1 VII.Prioritás/1.Intézkedés: A helyi kapcsolatháló kialakítása, részvétel a TDM szervezetek munkájában

10.7.1.1 Az intézkedés célja

- A hazai ökoturisztikai kínálat stratégiai megújításához szükséges intézményi háttér kialakítása
- Az ökoturizmus célterületeken a helyi szereplők közötti kommunikáció biztosítása
- A kommunikációra és konszenzusra épülő döntéshozatali mechanizmus kialakítása
- A természetvédelmi kontroll biztosítása a turizmus folyamataiban
- Az ökoturizmus professzionális turisztikai menedzsmentjének kialakítása
- Az ökoturizmusból származó jövedelmek arányos elosztása a szereplők között

10.7.1.2 Indoklás

A sikeres térségi marketingtevékenység az ökoturizmus célterületein érintett különféle – profitorientált és non-profit – szereplők együttműködésére épül. Az ökoturizmus esetében a közös fellépés különösen fontos, hiszen a látogató itt (sem) egy turisztikai attrakció meglátogatásában vagy egy szolgáltatás igénybe vételében érdekelt, hanem egy sajátos, autentikus turisztikai élmény átélésében. Ez csak akkor teljes, ha a különféle térségi szereplők egységes szemlélettel alakítják turisztikai kínálatukat és kommunikációjukat. A különféle szereplők közötti együttműködés alapja a kompetenciák világos körülhatárolása és az együttműködésnek teret adó szervezet kialakítása. A turisztikai termék akkor lesz teljes, megalapozott és piacképes, ha mind a fejlesztés, mind pedig a működtetés szakaszában egymással összhangban és az ökoturizmus jellegének megfelelően valósul meg a szolgáltatások kínálata, a komplex termékek kezelése és marketingje (pl. tematikus utak) és a teljes célterület marketingje is.

Fentiekhez az *érdekegyeztetést* és hatékonyságot szem előtt tartó *döntéshozatalra* és a természetvédelem szempontjait érvényesítő *kontroll mechanizmusokra* van szükség. A döntéshozatali mechanizmus kialakításához a Turisztikai Desztináció Menedzsment (TDM) modell megfelelő alapot nyújt, azonban feltétlenül szükséges a helyi sajátosságokat, a szereplők között létező kapcsolatokat, együttműködéseket és érdekellentéteket figyelembe venni a konkrét struktúra kialakításakor. A védett erőforrások feletti kontroll biztosítása szintén megköveteli az általános TDM modelltől való eltérést, hiszen a védett területekre irányuló turizmus esetében a természetvédelmi szakmai szempontok alapján a terület természetvédelmi kezelőjének ellenőrzési jogköröket kell adni. A kiszámíthatóság érdekében javasolt ezen a téren a turizmus fejlesztői és szolgáltatói számára olyan irányelveket és szabályokat lefektetni, amelyek a folyamatok természetvédelmi szempontú ellenőrzését kiszámíthatóvá teszik.

Az együttműködés, a közös térségi ökoturisztikai kínálatfejlesztés keretein belül célszerű kidolgozni a *jövedelmek térségi megosztását meghatározó üzleti modellt* is. Ebben kell rögzíteni, hogy a közszféra – helyi önkormányzatok, természetvédelem – és a civil szervezetek által elvégzendő

feladatokat a turizmus bevételeiből milyen helyi adók, díjak és szerződésben rögzített fejlesztési vagy fenntartási támogatások finanszírozzák. A feladatok és a bevételek egyensúlya teszi lehetővé azt, hogy a turisztikai kínálat „közjavai” – túrautak, táblák, tisztaság, stb. – folyamatosan, az elvárt minőségben rendelkezésre álljanak. Ugyancsak fontos kérdés, hogy e bevételek fedezzék a turizmus, a látogatók által okozott károk megelőzésének vagy esetleg helyreállításának költségeit. Ellenkező esetben az ökoturizmus hosszú távú fenntarthatósága kerül veszélybe.

Az ökoturizmus alapelve a helyi közösség jólétének biztosítása. A helyi lakosok, vállalkozások azonban piaci információk és esetleg menedzsment ismeretek hiányában nem mindig képesek a *jövedelmi lehetőségek kiaknázására*. A TDM szervezet menedzsmentje képzésekkel, tanácsadással, finanszírozási lehetőségek bemutatásával ebben szerepet kell, hogy vállaljon. Ugyancsak fontos, hogy az olyan szolgáltatások kialakításához, amihez esetleg a helyi befektetési szándék hiányzik, de a turisztikai termék komplexitása szempontjából lényeges, *külső befektető megtalálásában* a közös szervezet részt vegyen. Ezzel a turizmus helyi szereplői a gyakorlatban is kontrollálhatják a turizmus fejlesztési folyamatait és biztosíthatják térségük turisztikai versenyképességét.

A TDM szervezet legfontosabb előnye és funkciója, hogy a turisztikai desztináció és a komplex turisztikai termékek, témák marketingjét egy kézben, professzionális módon tervezi és valósítja meg. A térségi szereplők együttműködése által létrehozott munkaszervezet ellátja a piackutatás, az értékesítés, és a kommunikáció feladatait, illetve beszerzi a szükséges szolgáltatásokat. Részt vesz a termékfejlesztés folyamatában és működteti a térségi monitoring rendszert (az ökoturizmus speciális igényeinek figyelembe vételével).

Fentiek a TDM szervezetek keretein belül valósulhatnak meg. Mivel ezek létrehozását a Regionális Operatív Programok a következő időszakban támogatják, indokolt, hogy az ökoturizmus fejlesztésében és kezelésében érdekelt szervezetek is a következő időszakban kialakítsák az ezekhez való csatlakozással/alapítással kapcsolatos stratégiáikat.

Fontos hangsúlyozni, hogy a TDM szervezetek a Magyarországon javasolt modell szerint *alulról jövő kezdeményezések* folytán jönnének létre, vagyis nincsenek jogi vagy intézményi garanciák arra vonatkozóan, hogy ezek a szervezetek rövid úton belül ténylegesen meg is alakulnak minden olyan térségben, ahol az ökoturizmus fejlesztése szempontjából szükség lenne rájuk. Indokolt, hogy a nemzetipark-igazgatóságok és a civil ökoturisztikai szervezetek játsszanak aktív szerepet a TDM-szervezetek létrehozásában, lehetőség szerint a Magyar Turizmus Zrt. Regionális igazgatóságaival együttműködve. Az igazgatóságok aktivitása nem kell, hogy közvetlen alapítói szerepet jelentsen – bár néhány régióban ez indokolt és elvárt -, de legyen gondjuk rá, hogy kezdeményezik, felkarolják, vagy legalább támogatják az ilyen szervezetek létrejöttét. Az nemzetipark-igazgatóságoknak a TDM három szintje – helyi/kistérségi, regionális, országos – közül főleg középszinten, azaz regionálisan kell aktivitást kifejteniük, hisz itt lehet a leghatékonyabban koordinálni a kínálat mennyiségi és minőségi paramétereit, illetve itt lehet következetes, országosan összehangolt arculati stratégiát megvalósítani, de az egyes kistérségek esetében is szerepet kell vállalniuk. Ugyanakkor a természetvédelemmel és ökoturizmussal foglalkozó további szervezeteknek is meg kell találniuk a kapcsolatot és ki kell alakítaniuk az együttműködést a megfelelő területi szinten levő TDM-szervezetekkel.

10.7.1.3 Az intézkedés feladatai

Az alábbi feladatok elvégzése szükséges a természetvédelem és az ökoturizmus sajátos igényeinek, céljainak biztosításához:

- A szervezeti együttműködés kereteinek, elveinek, szereplőinek azonosítása egy országos ökoturisztikai fórum keretében, melynek előkészítéseképpen a nemzetipark-igazgatóságok és a civil szervezetek regionális szintű egyeztetéseket kell, hogy folytassanak.
- Térségi (regionális és helyi/kistérségi) turisztikai desztináció-menedzsment szervezetek létesítése, infrastrukturális és szolgáltatási feltételeik javítása

- Megvalósíthatósági tanulmány készítése
- Ökoturizmus kezelési terv készítése vagy megújítása
- Az ökoturizmusban érintett természetvédelmi kezelők, szolgáltatók és önkormányzatok közötti egyeztetések lefolytatása
- Előkészítés (jogi, szervezeti)
- Tanulmányutak a helyi szereplők számára
- Együttműködés-fejlesztő tréningek
- Az ökoturizmus tervszerű fejlesztésének megvalósítása. A tervezés során a tervezés rendszerezett és logikailag egymást követő lépésein kell végigmenni. Lehetővé kell tenni alternatívákat is, a tervnek egyes részeinek rugalmasnak kell lenni. A helyi közösséget bevonva, a helyi adottságokra alapozva úgy kell a tervet kialakítani, hogy a bevételek helyben maradjanak. A tervezés folyamatát ismerteti a *12. fejezet*.
- Az ökoturizmusban érintett TDM szervezetek és országos szervezetek (Magyar Turizmus Zrt., érintett minisztériumok, szakmai és civil szervezetek) alapításával Országos Ökoturizmus Marketing Központ létrehozása (ez nem azonos a KvVM keretein belül működő mostani szervezettel), amely a hazai ökoturisztikai kínálat egészét egységes keretben, ugyanakkor differenciáltan képes a megjeleníteni a piacon, és szakmailag segíti a régiós-helyi elképzelések megvalósítását is. A régiós és helyi marketinget a területileg illetékes TDM szervezetek végeznék, hiszen erre megfelelő apparátusuk van, illetve ez alapfeladatuk lesz. A marketing feladatok ellátása a TDM szervezetek hierarchiájának megfelelően működjön – helyi-középső és regionális szint.
 - A Központ működési tervének elkészítése
 - A területi szervezetek és a Központ közötti együttműködés kidolgozása
 - Éves országos marketingtervek készítése, egyeztetése a területi tervekkel
- Helyi befektetéseket ösztönző rendszer kidolgozása
 - Szolgáltatási igények feltárása, megvalósíthatósági tanulmány készítése
 - Befektetési, fejlesztési fórumok szervezése
 - Tanácsadói szolgáltatás működtetése
- Turisztikai információs szolgáltatások infrastruktúrájának fejlesztése
 - Információs irodák kialakítása, vendégbarát megújítása
 - A TDM munkaszervezetek munkatársainak képzése.

10.7.1.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrpark Egyesületek és egyéb természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Helyi önkormányzatok és ezek társulásai
- Tourinform irodák
- (Öko)turisztikai szolgáltatók
- KVVM
- Magyar Turizmus Zrt, Regionális Marketing Igazgatóságok

10.7.1.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- Javul a térségi szereplők közötti együttműködés
- Létrejön egy hatékony területi turizmus menedzsment rendszer
- A professzionálissá váló desztináció-marketing megfelelő háttérrel biztosít az egyes szolgáltatások piacra jutásához
- Létrejön az ökoturizmus integrációja a helyi gazdaságba
- Csökken a helyi szereplők közötti konfliktusok száma, mélysége

10.7.1.6 *Indikátorok, mutatók*

- A TDM-ben résztvevők száma
- A TDM szervezet éves költségvetése
- A térségben regisztrált látogatói forgalom bővülése
- A turizmusból származó közösségi bevételek bővülése

10.7.2 VII.Prioritás/2.Intézkedés: Az öko-szemléletű minőségbiztosítás rendszerének kiépítése (esetleg öko-védjegy bevezetése)

10.7.2.1 *Az intézkedés célja*

- Az ökoturisztikai termékek, szolgáltatások, események meghatározása
- Az ökoturisztikai termékek, szolgáltatások, események összefogása, elterjesztése, minőségük növelése, a fogyasztói igényekhez való igazításuk
- A minőségbiztonság növelése, a fogyasztók védelme
- Minőségbiztosítási rendszer és védjegy létrehozása
- Helyi szolgáltatások, termékek, események megjelenítése az ökoturisztikai piacon, fenntarthatóságuk növelése

10.7.2.2 *Indoklás*

Az ökoturizmus fogalmának meghatározása, elterjesztése széles körben az ökoturisztikai szolgáltatásokon, termékeken, eseményeken keresztül lehetséges. Ehhez szükséges ezek korrekt meghatározása, tartalmi, minőségi szttenderdek kidolgozása. A minőségbiztosítási rendszer és védjegy létrehozása a termékek, szolgáltatások minőségének stabilizálódását, számuk növekedését, a fogyasztók biztonságát, a közvetlen kereskedelmi kapcsolatok kiépülését, a helyi értékek (termékek, szolgáltatások) piaci megjelenését nagymértékben segíti.

10.7.2.3 *Az intézkedés feladatai*

- az ökoturizmushoz kapcsolódó minőségbiztosítási rendszerek feltérképezése (hazai és nemzetközi szinten), elterjeszhetőségük, integrálhatóságuk vizsgálata
- felügyelő szerv/intézmény meghatározása, felállítása
- az érintettek közösségi, érdekvédelmi szervezete létrejöttének előkészítése, segítése
- az ökoturisztikai termékek, szolgáltatások, események feltérképezése
- minőségbiztosítási rendszer és védjegy szempontrendszerének meghatározása (A védjegy a termékek, szolgáltatások azonosítását, egymástól való megkülönböztetését, a fogyasztók korrekt tájékoztatását és a minőség biztosítását szolgáló jogi oltalom.)

- résztvevők (szolgáltatók, termelők) képzése
- marketingtervezés és -megvalósítás
- folyamatos működtetés megszervezése

10.7.2.4 *Érintettek*

- szolgáltatók, termelők, eseményszervezők
- helyi közösség
- Nemzetipark-igazgatóságok
- erdőgazdaságok
- civil szervezetek
- döntéshozók (országos, regionális, helyi szinten)
- utazási irodák

10.7.2.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- az ökoturizmus fogalmának elterjedése széles körben, a turisztikai terület megerősödése
- az ökoturisztikai termékek, szolgáltatások, események minőségének stabilizálódása, fejlődése
- a termékek, szolgáltatások kínálatának szélesedése, számának bővülése
- közvetlen kereskedelmi kapcsolatok számának növekedése; helyi termékek, szolgáltatások piacra kerülése; helyi gazdaságok fejlődése; helyi értékek hosszútávú fennmaradása; hagyományok fennmaradása
- más alternatív turisztikai ágazatok erősödése
- környezeti értékek fennmaradása, környezetkárosító viselkedésformák csökkenése (ld. pl. technikai sportok)
- az ökoturizmus “minőségi turizmus” jellegének megerősítése

10.7.2.6 *Indikátorok, mutatók*

- a meghatározandó ökoturisztikai termék- és szolgáltatástípusok száma
- a termékek, szolgáltatások, események száma
- védjegyre jogosultak száma
- területi lefedettség (bevont térségek száma)
- az ökoturisztikai szolgáltatások, termékek igénybevevőinek száma
- az ökoturizmus gazdasági eredményei, mutatói
- (megőrzött) helyi értékek, hagyományok száma

10.7.3 **VII.Prioritás/3.Intézkedés: Monitoring rendszer kiépítése**

10.7.3.1 *Az intézkedés célja*

- A látogatók keresletének komplex, teljes körű megismerése
- Naprakész adatok gyűjtése a terület iránt megnyilvánuló kereslet mennyiségi és minőségi sajátosságairól

- A turizmus társadalmi-gazdasági-természeti hatásainak nyomon követése
- Egységes módszertan szerinti adatértékelés a döntés-előkészítés számára

10.7.3.2 *Indoklás*

A látogatókról rendelkezésre álló mennyiségi és minőségi adatok teremtik meg a lehetőséget, hogy a fejlesztések fenntartható módon és az igényeknek megfelelően történjenek, a turizmus kezelése pedig ne gerjessen káros folyamatokat. Az adatgyűjtés és a kiértékelés módszertanának rögzítése, egységesítése lehetőséget ad a gyors és megalapozott döntéshozatalra. A kapott információk alapján meghatározható a terület terhelhetősége, optimalizálható a terület látogatószáma. A látogatói igényeknek megfelelően (tovább)fejleszhető az attrakciók és a szolgáltatások köre, a turisztikai élménykínálat változtatható. A környezeti monitoring rendszer megléte a természetvédelem, és ezzel az erőforrások megőrzésének aktív formáját jelenti.

A monitoring rendszer az épített környezet ellenőrzésére is kialakítható, amellyel a karbantartási munkákat lehet hatékonyan megtervezni, átszervezni.

10.7.3.3 *Az intézkedés feladatai*

- Látogatói monitoring rendszer tervezése
 - a látogatók térbeli mozgásának nyomon követése,
 - a látogatók igényeinek és elégedettségének rendszeres felmérése,
 - a költségvetés vizsgálata
- A látogatók létszámának és mozgásának meghatározásához megfigyelő-hálózat kialakítása
 - más okból végzett regisztrációk számbavétele (pl. belépőjegy-adatok)
 - mechanikus és elektronikus forgalomszámláló eszközök telepítése
 - kiválasztott mintán geotracking vizsgálat végzése
- A látogatók véleményének megismerésére szolgáló megkérdezéssel vizsgálat rendszerének felállítása
 - a szolgáltatások alkalmazottainak, helyi lakosoknak és szükség szerint felsőoktatási intézmények gyakornokainak bevonása, felkészítése
 - a kutatási eszközök kidolgozása
- A környezeti hatások rendszeres vizsgálata - turisztikai hatásvizsgálat vagy terhelésvizsgálat elvégzése.
- Terhelésvizsgálatokra és hatásvizsgálatokra vonatkozó kutatások végzése.
- Az ökoturizmusra vonatkozó kutatások végzése.
- A társadalmi és gazdasági hatások vizsgálata másodlagos adatokból és megkérdezésekkel
- Az adatok kiértékelési módszertanának kidolgozása és rögzítése
 - automatikus statisztikai eljárások programozása
 - az adatok értelmezési és bemutatási módszertanának elkészítése
- Az eredmények eljuttatása a térségi szereplők számára

10.7.3.4 *Érintett szervezetek*

- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Natúrparkok
- Vendéglátóhelyek, szálláshelyek
- Helyi közösség
- Természetjárók

10.7.3.5 *Elvárt eredmények és hatások*

- A turisták által okozott negatív hatások csökkenése.
- A turizmus fenntartható kezelése
- A valós bevételek és a valós ráfordítások összekapcsolása
- A látogatók értéktudatának növekedése
- A látogatók elégedettségének javítása

10.7.3.6 *Indikátorok, mutatók*

- Beérkezett kérdőívek száma
- Ellenőrzött helyszínek száma
- Jelentések száma
- A jelentéseket megismerők száma

10.7.4 VII.Prioritás/4.Intézkedés: Az erdőgazdaságok és a természetvédelem tevékenységének összehangolása az ökoturizmus érdekében

10.7.4.1 *Az intézkedés célja*

- Az ökoturizmus alapvető körülményeinek biztosítása a védett területeken.
- A védett területek faállományának egy részének természetvédelmi célú hasznosítása
- Az ökoturizmus feltételeinek megfelelő környezet biztosítása

10.7.4.2 *Indoklás*

Számos nemzetközileg is számon tartott védett természeti területen (még a nemzeti parkok fokozottan védett területein is) a területkezelői jogokat az ÁPV Zrt. – FVM felügyeli, az erdőgazdaságok a terület elsődleges kezelői. A védett hegyvidékeinkben az erdőgazdálkodásból származó nyereségtermelés vagy a nemzeti értékőrzés szintjére emelt természeti értékvédelem jelenleg súrlódásokkal teli.

A letermelt faanyag elszállítását az erdészetek vállalkozókkal – akik környezettudatossága erősen megkérdőjelezhető – oldják meg szállítópark- és bértakarékosan. Többtonnás járműveik az erdőtalajt felsértve, mély, dupla keréknyomokat vágva – melyek patakmederként vezetnek le a csapadékot – több kilométeres környezeti károkozással, sokszor a turistautakat teljes hosszúságukban járhatatlanná téve. Védett hegyvidékeink csak úgy lehetnek versenyképesek, kínálatbővítő ökoturisztikai „termékek”, ha az erős természetvédelem – kezelői jogokkal, megfelelő szervezeti, működési feltétel-háttérrel, általa irányított nonprofit (erdő)gazdálkodással biztosított vonzó, fenntartható környezettel, a környezetbarát turizmus elfogadott formáira tekintettel – az ökoturisztikai marketingrégiók (pl. hegyvidéki nemzeti parkok) védelem alatt álló részének teljes jogú gazdája lesz.

Az erdőgazdaságoknak is érdeke lenne az ökoturizmus fejlesztése, hiszen a természeti területeken található szálláshelyeik kihasználtságát növelni tudnák, és az erdőgazdaságok fakitermelés miatti negatív társadalmi megítélése is változna

10.7.4.3 Az intézkedés feladatai

- A nemzeti parkokban a fenntarthatóság és a védelem érdekeit figyelembe vevő erdőgazdálkodás kialakítása.
- Hegyvidéki védett területeken olyan ökoturisztikai mintaterület létrehozása, ahol a fentebb említett markáns környezetromboló tevékenységek teljesen kizárásra kerülnek. Ezeknek a kisebb területeknek a fakitermelésből származó bevételei a természetvédelemre fordítódna az ökoturizmus elveinek megfelelően.
- Párbeszéd kialakítása mind a két fél kölcsönös érdekeinek egyeztetésével.
- A közös turisztikai kínálat lehetőségének kialakítása a szinergiahatás kihasználásával.

10.7.4.4 Érintett szervezetek

- Nemzetipark-igazgatóságok
- Természetvédelemmel, környezeti neveléssel és ökoturizmussal foglalkozó civil szervezetek
- Erdőgazdaságok

10.7.4.5 Elvárt eredmények és hatások

- Hiteles ökoturisztikai környezet kialakítása
- A természetvédelem bevételeinek növekedése
- A látogatók elégedettségének növekedése

10.7.4.6 Indikátorok, mutatók

- Közös ökoturisztikai kínálat mennyiségének emelkedése
- Az erdei turisztikai infrastruktúra bővülése

11 TERÜLETI HANGSÚLYOK

11.1 A termékfejlesztés területi hangsúlyai

Jelen stratégiának nem célja, hogy a nemzetipark-igazgatóságok illetékességi területén megvalósítható fejlesztéseket teljes körűen és részletező módon felsorolja, hisz a fejlesztési „paletta” kialakításában – az ökoturizmus szellemiségének megfelelően – a helyi szándékoknak kell meghatározó szerepet betölteniük. Éppen ezért az intézkedések kifejtése során felvázolt termékfejlesztési lehetőségek inkább általános példaként értelmezendők, semmint konkrétan és feltétlenül megvalósítandó tervekként. Ugyanakkor szükségesnek tartjuk, hogy javaslatot tegyünk a fejlesztések területi hangsúlyaira, vagyis azokra a lehetőségekre, amelyek az egyes területek adottságai (természeti adottságok, infrastruktúra és programkínálat) folytán kiemelt figyelmet érdemelnek. A hangsúlyok szem előtt tartása, illetve következetes érvényesítése a fejlesztések során megkönnyíti és hatékonyabbá teszi az arculat-építő tevékenységet is. A hangsúlyokat természetesen nem szabad kizárólagos jellegűnek tekinteni.

A termékfejlesztés területi differenciálása elsősorban az infrastrukturális fejlesztések, a programok és a kiegészítő szolgáltatások körében lehetséges – ezek jelen stratégiában az I., a II. és a IV. prioritásnak felelnek meg. Ugyanakkor ezek intézkedései – és konkrét fejlesztési lehetőségei – között is vannak olyan tételek, amelyek lényegi területi különbségek nélkül, az ország bármely ökoturisztikai desztinációjában fejlesztendők. Ezek elsősorban az alábbiak:

- A meglévő vidéki *szálláshely- és vendéglátó-kínálat* környezettudatos, illetve ökoszemléletű továbbfejlesztése (I/5 és I/6 intézkedések)
- A turisztikai infrastruktúra, a programok és a szolgáltatások *családbarát jellegének* erősítése, illetve a hiányzó családbarát kínálat kialakítása
- *Tematikus túrák, útvonalak* kialakítása országos és regionális szinten
- *Erdei iskolák* infrastrukturális és/vagy tartalomfejlesztése
- A *jellegzetes helyi termékek* előállításának, piacra jutásának és márkaterméként való szereplésének elősegítése.

A területenkénti fejlesztési hangsúlyokra – a fent kifejtett értelmezésben – az alábbiak szerint teszünk javaslatot:

Nemzeti park ig. (teljes terület)	Turisztikai infrastruktúra fejlesztése	Kínálat- (program) fejlesztés	Kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztése
Aggteleki NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Látogatóközpont létesítése (Zempléni-hg.) ▪ Terepkerékpáros útvonalak⁶ (Zempléni-hg.) ▪ Lovas útvonalak (Zempléni-hg.) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Overallos barlangtúra ▪ Kalandtúra ▪ Hagyományok megismerése⁷ 	

⁶ A különféle útvonalak feltüntetésével olyan fejlesztésekre utalunk, amelyek alapvetően útvonal-kijelölésként értelmezendők, de magukban foglalják a kiegészítő szolgáltatásokat is (eszközökölcsönzők, szervizpontok, istállók stb.).

⁷ Néprajzi, népművészeti, gazdálkodási, kézműipari hagyományok megismerésének elősegítése a hozzáférhetőség javításával és speciális programok, rendezvények segítségével.

Nemzeti park ig. (teljes terület)	Turisztikai infrastruktúra fejlesztése	Kínálat- (program) fejlesztés	Kapcsolódó termékek és szolgáltatások fejlesztése
Bükki NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Látogatóközpont fejlesztése (Keleti kapu) ▪ Terepkerékpáros útvonalak ▪ Lovas útvonalak 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Overallos barlangtúra ▪ Kalandtúra ▪ Hagyományok megismerése 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kisvasutak
Hortobágyi NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kerékpáros útvonalak (Szatmár-Bereg) ▪ Állatmegfigyelés 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fotóstúra ▪ Hagyományok megismerése 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kisvasutak (Debrecen környéke, Szatmár-Bereg)
Kőrös-Maros NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vízitúra-útvonalak fejlesztése ▪ Állatmegfigyelés 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fotóstúra ▪ Hagyományok megismerése 	
Kiskunsági NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kerékpárutak fejlesztése ▪ Állatmegfigyelés 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fotóstúra ▪ Hagyományok megismerése 	
Duna-Ipoly NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Látogatóközpont fejlesztése (Börzsöny) ▪ Terepkerékpáros útvonalak ▪ Lovas útvonalak ▪ Állatmegfigyelés ▪ Ecolodge 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Overallos barlangtúra ▪ Kalandtúra ▪ Fotóstúra 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kisvasutak
Duna-Dráva NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Látogatóközpont létrehozása (Gemenc) ▪ Vízitúra-útvonalak fejlesztése ▪ Kerékpáros útvonalak ▪ Lovas útvonalak ▪ Állatmegfigyelés ▪ Ecolodge 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kalandtúra ▪ Fotóstúra ▪ Hagyományok megismerése 	
Fertő-Hanság NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Állatmegfigyelés 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fotóstúra 	
Balaton-felvidéki NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Látogatóközpont fejlesztése (Tihany) ▪ Terepkerékpáros útvonalak ▪ Állatmegfigyelés ▪ Ecolodge 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Overallos barlangtúra ▪ Kalandtúra ▪ Fotóstúra 	
Órségi NPIg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terepkerékpáros útvonalak ▪ Lovas útvonalak ▪ Ecolodge 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kalandtúra ▪ Hagyományok megismerése 	

11.2 Az arculatformálás területi hangsúlyai

Az V/1 intézkedés részletesen leírja az arculat-formálással összefüggő feladatokat, valamint utal rá, hogy az intézkedés komplexitására és jelentőségére való tekintettel javasolt egy külön *kommunikációs stratégia* megvalósítása. Ehhez jelen átfogó stratégiában néhány földrajzi és tartalmi támpontot adunk meg, szem előtt tartva a stratégia logikáját és összefüggés-rendszerét.

Az arculat-építés szempontjából kritikus a földrajzi meghatározottság kérdése, vagyis az, hogy pontosan milyen területekre vonatkozik egy-egy arculati definíció. A hozzávetőleges lehatárolás megkérdőjelezné a rendszer számos pontjának értelmét (pl. logo és márkanév használata, helyi termékek autentikussága stb.).

Sajnos a jelenlegi körülmények között nem lehetséges egy minden szempontból megfelelő földrajzi lehatárolás kialakítása. Az alábbi elvi lehetőségek állnak fenn (a pozitívumok és negatívumok a kommunikációs stratégia szempontjából értendők):

Lehatárolás alapja	Pozitívumok	Negatívumok
Nagytájak	<ul style="list-style-type: none"> ▪ természeti adottságok szempontjából viszonylag homogén egységek ▪ fő arculati elemek kiemelése viszonylag egyszerű ▪ a tájak (vagy legalább a tájnevek) ismeretsége a hazai közönség körében erős 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nem adminisztratív egységek ▪ a regionális szintű marketing a jelen helyzetben „gazdátlan” lenne
Nemzetipark-igazgatóságok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ az ökoturizmus alapjául szolgáló értékek jelentős részének kezelői és kiváló ismerői ▪ a nemzeti parkok arculatépítésében már vannak bizonyos tapasztalatok 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ a teljes igazgatósági területek adottságok szempontjából általában eléggé heterogének ▪ egyértelmű, markáns arculat a teljes igazgatósági területekre általában nem alakítható ki ▪ az igazgatósági szervezeteknek nem alapfunkciója a marketing
Turisztikai régiók	<ul style="list-style-type: none"> ▪ a területi marketinget alaptevékenységként üzik ▪ jó lehetőségek az országos és regionális marketing-tevékenység összehangolására 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ a régiók adottságok szempontjából általában eléggé heterogének ▪ egyértelmű, markáns arculat a régiókra általában nem alakítható ki ▪ a régiók neve ökoturisztikai márkánévként nem használható (talán a Balatont kivéve)

A fentiek alapján megfogalmazható az alábbi két lehetőség:

1. A kommunikációs stratégia tartalmi „tisztasága”, következetessége szempontjából *az ideális esetet a nagytájak szerinti földrajzi lehatárolás* jelentené. Ez lenne a leginkább költséghatékony megoldás is, hisz már jól ismert földrajzi egységek „spontán” arculatára lehetne építeni, kiegészítve a legfontosabb ökoturisztikai élmény-elemekkel.

2. Operatív szempontból – jelen körülmények szerint – a *turisztikai régiók szerinti lehatárolás* lenne a legkönnyebben kezelhető, mivel illeszkedne a Magyar Turizmus Zrt. és regionális szervezetei által folytatott arculatépítő tevékenységbe.

A jelen helyzet a második lehetőségnek kedvez, azonban az ökoturisztikai stratégia hosszú távú céljait szem előtt tartva javasoljuk az első megoldás irányába történő határozott elmozdulást. Pontosabban egyfajta hibrid megoldást támogatunk az alábbiak szerint:

1. Az arculat-építés földrajzi egységei a nagytájak legyenek. Az országos ökoturisztikai kínálat megjelenítését szolgáló kiadványok, honlap(ok) fejezeteit, fő tartalmi egységeit e tájak alkossák. A kínálat részletes bemutatását szolgáló kiadvány-sorozat is értelemszerűen nagytájak szerinti bontásban jelenjen meg.
2. Az arculat-kialakítás és a rá épülő folyamatos kommunikációs tevékenység megvalósítója legyen egy dedikált szervezet (munkanévként az Országos Ökoturizmus Marketing Központ megnevezést használjuk, lásd VII/1-es intézkedés), amely képes a különböző összehangolási feladatokat ellátni. A szervezet megvalósulhat önálló formában vagy a Magyar Turizmus Zrt. részeként. Dedikált szervezetre az egyedi földrajzi lehatárolás és a koordinációs igények okán van szükség.
3. Az arculat-építés hangsúlyai, az egyes nagytájak „zászlóshajói” továbbra is a nemzeti parkok és a – turisztikai élmények szempontjából – jelentősebb egyéb védett területek legyenek. Azaz a nagytájakon belül nem szükséges külön arculatépítést megvalósítani a kistájak szintjén, hanem közvetlenül a védett területekre kell koncentrálni.

Kulcskérdés a marketing megvalósítójának tevékenysége. A konkrét szervezeti forma másodlagos lehet, amennyiben garanciák vannak a szükséges tevékenységek elláthatóságára és a finanszírozásra. Javaslatként azonban megfogalmazzuk, hogy a Központ legyen egy specializált országos TDM-szervezet, melynek alapítói egyúttal a legfontosabb együttműködő partnerek is lennének. Ezek a szervezetek az alábbiak lehetnek:

- Magyar Turizmus Zrt.
- ÖKM
- KvVM
- Nemzetipark-igazgatóságok (közvetlenül vagy regionális TDMSz-ek részeseiként)
- Regionális TDMSz-ek
- Szakmai és szakmailag érintett civil szervezetek.

Az együttműködés résztvevői elsősorban információ-szolgáltatással támogatnák a Központot, de a kommunikációs stratégia végrehajtásában is szerepet kapnának a saját illetékességi területükön. A Központ alapfeladata a kommunikációs stratégia megalkotása és végrehajtása lenne.

Amennyiben a fenti, ideálisnak tekinthető eset nem valósítható meg, úgy gondoskodni kell arról, hogy az említett koordinációs és stratégiai feladatokat a Magyar Turizmus Zrt. lássa el, lehetőleg egy speciális ökoturisztikai csoport vagy iroda keretében.

Ami az arculat-építés tartalmi vonatkozásait illeti, még az ideálisnak tekintett nagytáj-alapú földrajzi lehatárolásnál is jelentős feladatok állnak a kommunikáció majdani gazdája előtt. Jól mutatja ezt egy célirányos felmérés is, amit jelen stratégia készítése közben, pótlólagos információk szerzése céljából végeztünk el. A felmérés on-line módon zajlott, a www.geocaching.hu honlapon. A látogatókat arról kérdeztük, mire asszociálnak elsősorban a nemzeti parkok vagy tájegységek neve hallatán. A mintegy 200 válaszadó által megjelöltek alapján az alábbi eredmények születtek (csak a nagyobb számban előforduló említéseket összegeztük):

Nemzeti Park / táj	Motívum 1	Motívum 2	Motívum 3
Aggteleki NP	Barlang	Felszíni karszt, táj	
Bükki NP	Erdő	Hegyek	Fennsík, táj
Északi-középhegység	Hegyek (külön egy-két hegycsúcs kiemelve)	Túrák (túraútvonal, Kerékpáros útvonalak- gyalogtúrák) és	
Hortobágyi NP	Alföld (táj, puszta, síkság, róna, szikes táj szinonimákkal)	Állatvilág (kiemelve: madarak, szürkemarha, ménes)	Kilenclyukú híd
Körös-Maros NP	Folyók (holtágak, ártér, vízi túra)		
Kiskunsági NP	Homok (futóhomok, dűne, bucka szinonimákkal)	Ősborókás	Táj, puszta
Duna-Ipoly NP	Hegyek (Börzsöny kiemelve)	Dunakanyar (táj, látkép)	
Duna-Dráva NP	Folyók (ártér, vízi túrák)		
Fertő-Hanság NP	Fertő-tó és a nádas	Madárvilág	Kerékpárutak és kerékpártúrák
Balaton-felvidéki NP	Balaton és kilátás, panoráma	Hegyek (tanúhegy és vulkanikus hegyek)	Bor
Órségi NP	Falvak, szerek, emberek	Táj (erdők, dombok)	
Dunántúli-középhegység	Hegyek (kiemelve a Bakony)	Erdő	Túrák, várak
Zalai-dombság	Dombok	Falvak	
Somogyi-dombság	Dombok	Falvak	

A fentiekből is látszik, hogy a nemzeti parkoknak és tájaknak van egy kialakult spontán arculata, bár ez nem minden esetben markáns és sok köztük az átfedés is. E spontán arculattól nehéz lenne (és nem is érdemes) nagymértékben elrugaszkodni, de bizonyos finomításokkal, hangsúlyeltolásokkal növelhető lenne az egyes területek iránti érdeklődés.

Jóllehet az országos „arculati mozaik” megalapozott és következetes felépítése egy külön kommunikációs stratégia részeként képzelhető csak el, jelen keretek közt megfogalmazunk egy hipotetikus vázlatot, az alábbi táblázatba foglalva.

Nagytáj	Fő ökoturisztikai értékek	Élmények(példák)	Jelképes megnevezés	Védett területek
Északi-középhegység	Hegyek barlangok erdők falvak	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kalandos túrák ▪ finom borok ▪ meghitt templomok 	<i>Az élő kövek világa</i>	BNP, ANP, Zempléni TK, Mátrai TK, Kelet-Cserhát TK, Hollókői TK, DINP
Nagyalföld	Sztyeppe homok nyugodt vizek madarak	<ul style="list-style-type: none"> ▪ délibábos látképek ▪ végtelen szabadság ▪ vízi kalandok 	<i>A végtelen sztyeppe világa</i>	KNP, HNP, KMNP, Szatmár-Beregi TK
Duna-kanyar ⁸	Hegyek erdők szurdokok panorámák	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vadon karnyújtásnyira ▪ erőpróbák 	<i>Az erőteljes természet világa</i>	DINP
Dunántúli-középhegység	Hegyek erdők barlangok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vártúrák ▪ patakvölgyek ▪ kalandtúrák 	<i>Várak és völgyek világa</i>	Magas-Bakony TK, Vértesi TK, Gerecse TK
Balaton	Tavak panorámák falvak	<ul style="list-style-type: none"> • víz mindenütt • könnyű túrák, szép látvány 	<i>A napsütötte vizek világa</i>	BFNP
Kisalföld	Vizek Madarak	<ul style="list-style-type: none"> • két keréken bárhová • nádlabirintus 	<i>A befogadó természet világa</i>	FHNP, Szigetközi TK
Alpokalja	Dombok erdők falvak	<ul style="list-style-type: none"> • utazás a múltba (falvak) • békesség 	<i>A hagyományok világa</i>	ÖNP, Írottktó TK
Dél-Dunántúl	Dombok folyamok falvak	<ul style="list-style-type: none"> • szelíd erdők, nagyvadak • folyami élet 	<i>A szelíd tájak világa</i>	DDNP, Zselici TK

A „Jelképes megnevezés” oszlopban olyan szlogen-ötleteket mutatunk be példaként, amelyek kifejezhetik (pontosabban amelyek tartalmazhatják) a területre jellemző fő értékeket és élményeket. Olyan szlogeneket aligha lehetne kialakítani, amelyek minden lényeges tulajdonságot kifejeznek, vagyis a fentihez hasonló megfogalmazások csak akkor „működnek”, ha a mögöttes kommunikáció érdemben bemutatja a vonatkozó tartalmakat. Természetesen az itt bemutatott ötleteknél hatásosabbakat is ki lehet alakítani a kommunikációs stratégia megalkotása során.

⁸ Marketing-okoknál fogva (jól ismert „márkanév”) külön tájegységként kezelve.

12 AZ ÖKOTURIZMUS TERVEZÉSE

Az ökoturisztikai termékfejlesztés a fenntartható fejlődés szempontjainak megfelelő fejlesztési lehetőség. Multidiszciplináris megközelítést igényel, valamint alapos tervezést – mind fizikai mind vezetői szinten – megkötések és irányelveket, amelyek a fenntartható működést garantálják. A turisztikai fejlesztések gazdasági, infrastrukturális, vállalkozás és humán erőforrás fejlesztési tekintetben valójában komplex térségi feladatot jelentenek. A desztináció éppen úgy menedzselést igényel, mint egy vállalkozás. A minőségi szolgáltatás és a változó igényekhez történő alkalmazkodás részben szervezési és szervezeti kérdés, részben pedig a közösen elvégzendő feladatok jellegéből adódó kompromisszum-kényszer felismerésétől és elfogadásától függ.

A közszektor aktív részvétele nélkül a fenntartható fejlődés nem teremthető meg. A magánvállalkozásoktól a nyereséget hozó turisztikai létesítmények létrehozása, és szakszerű, szabályos üzemeltetése várható el. A fenntartható fejlődés és a versenyképesség egyidejű elérésének fontos feltétele tehát a köz- és a magánszektor partnersége és jó együttműködése is.

A komplex ökoturisztikai tervezésnek alapjai lehetnek a közeljövőben megalakuló TDM szervezetek. Az eddigi gyakorlat szerint a térségi turizmusfejlesztés – és ez vonatkozik az ökoturizmusra is – a vidéki desztinációkban ott valósul meg sikeresen, ahol a helyi közösséget egy gesztor segíti, innovatív lehetőségekhez juttatja, és a belső lehetőségek kihasználását veszi figyelembe. A gesztor szerepe az, hogy a TDM szervezetek megtalálják a belső forrásokat, idővel közel önfenntartóak legyenek. Közép- és hosszútávon éppen ez lenne a cél, hogy a desztináció önállóan is tudjon működni, a kezdetben felülről jövő fejlesztési javaslatokat és forrásokat a jövőbeli tevékenységeinek megalapozására fordítsa, mert ez is a fenntarthatóság alapja. Az eltérő földrajzi adottságok miatt a külső segítség és a belső források aránya területenként változó lehet.

Adódhatnak olyan kistérségek is, ahol a desztináció-menedzsment létrehozásához külső segítség szükséges. Ez elsősorban olyan területeken merülhet fel igényként, amelyek saját erőből nehezen tudják a desztináció-menedzsment feladatokat megoldani. Itt egy objektív külső segítség szükséges, amely segíti az erőforrások felismerését és felhasználását. Vannak erre is példák, hogy egy terület „beindulását” egy kívülről jött személy vagy szervezet segítette.

Az ökoturisztikai termék és a desztináció sikere nagy részben attól is függ, hogy az ott élő és dolgozó emberek mennyire érzik magukénak a turisztikai fejlesztéseket. A helyi közösséget már a tervezési folyamatokba is be kell vonni. A széleskörű helyi konszenzuson és együttműködésen alapuló fejlesztés előnye, hogy javul a helyi lakosok turisták iránti attitűdje, és a turizmust, a turisták jelenlétét nem konfliktusforrásként, hanem gazdasági és kulturális értelemben is pozitív jelenségként élék meg.

Mindenekelőtt látni kell, hogy egy településen vagy térségben kik és hogyan vesznek részt a turisztikai fejlesztésekben. A résztvevők két csoportját különböztethetjük meg:

Érdekeltek a turizmus fejlesztésében mindazok, akik abból közvetlenül vagy közvetve biztosítják megélhetésüket, és aktív részvételükkel befolyásolják a turisztikai termék minőségét. Érdekeltek közé soroljuk a turizmusban érdekelt egyéni és társas vállalkozókat, a turizmusból adóbevételt elérő állami/önkormányzati szervezeteket és vagyonukat a turizmusban (is) hasznosító non-profit szervezeteket.

Érintettek azok, akiknek nincs közvetlen anyagi hasznuk a turizmus fejlődéséből, de annak (természeti, kulturális, infrastrukturális, stb.) hatásaiból részesülnek, akár pozitív, akár negatív módon. Az érintettek közé soroljuk - az érdekelt szervezetekben dolgozók kivételével - a helyi lakosokat, a turizmust fogadó területen működő – de a turizmusban anyagilag nem érdekelt – non-profit szervezeteket.

Felfogás kérdése, hogy a fentiekén kívül beszélhetünk-e a fejlesztésekben semmilyen módon nem résztvevő (nem érdekelt és nem érintett) szereplőkről, vagy úgy tekintjük, hogy mindenki érdekelt vagy érintett, csak más-más mértékben. A fejlesztés szempontjából nyilván az érdekelteket és az érezhetően érintetteket kell elsősorban figyelembe venni.

A helyi lakosok tehát munkahelyük révén vagy közvetlenül (magánszolgáltatóként vagy az „utca embereként”) számos helyen és módon kerülnek kapcsolatba a turistákkal. A turizmusfejlesztési lehetőségek elemzésekor figyelembe kell venni, hogy a helyi lakosok helyzetüktől függően más-más módon befolyásolják azokat, vagyis hozzáállásukban, attitűdjükben eltérő tényezők lehetnek kritikusak. Indokolt külön-külön kitérni a helyi közösség alábbi csoportjaira:

- *turisztikai befektetők*, (társas és egyéni) vállalkozók - nemcsak a meglévők, hanem a potenciálisak is számítanak; esetükben a befektetési hajlandóság, a fejlesztésekben való együttműködési készség, a hosszú távú előnyök előtérbe helyezésének a szándéka lehet a döntő, hisz ezekre építve mobilizálhatóak és terelhetők egybe a leginkább a különféle helyi szellemi és anyagi erőforrások.
- *turisztikai és turistákat kiszolgáló cégek* – ők azok, akik a turista szemszögéből nézve közvetlen módon értéket szolgáltatnak, azokat a szolgáltatásokat nyújtván, amelyekért az ügyfél fizet; náluk főleg az értékalkotó folyamatban játszott szerep tudatosulása a kritikus pont, annak különféle vonatkozásaival együtt (nyitottság, vendégszeretet, empátia stb.)
- *irányító szervek* – az önkormányzatoknál, társulásoknál, desztináció-menedzsment szervezeteknél dolgozók a település/térség és azon belül a turisztikai termékkínálat egészéért felelősek, ezért náluk kiemelt fontosságú a menedzseri és „közszolgai” mentalitás együttes megléte.
- *szolgáltató intézmények és más non-profit szervezetek* – a kulturális és sportlétesítmények, vonzeró-kezelő szervezetek (pl. nemzeti parkok) elsődlegesen nem a turistákat szolgálják ki, ám nem szabad, hogy érdekeiket figyelmen kívül hagyják; az ilyen szervezeteknél az átlagosnál nagyobb a valószínűsége annak, hogy a turistát inkább csak „zavaró tényezőnek” tekintik, ami nyilván kritikus mentalitásbeli problémát jelenthet.
- *a turistákkal véletlenszerűen kapcsolatba kerülő személyek* – az „utca embere” viselkedésével, gesztusaival, szokásaival a turistát körülvevő „atmoszférát” egyik legerősebben befolyásoló szereplőnek számít, jóllehet ennek többnyire nincs tudatában – éppen ezért a hozzáállás kritikus pontjai itt határolhatóak be a legnehezebben.

A helyi közösség attitűd-vizsgálata során feltárt esetleges negatívumokat figyelembe kell venni a fejlesztések során. Ezek ugyanis alkalmasak a helyi attitűdök javítására azáltal, hogy az érdekeltek körét bővítik, az érintettek egyre szélesebb körét pedig érdekeltté teszik a turizmus fejlesztésében. Ehhez azonban teljesülnie kell néhány feltételnek:

- a döntés-előkészítés és a döntéshozatal során meg kell teremteni az együttműködés szervezeti kereteit, a turisztikai desztináció minden érdekeltjét/érintettjét bevonni képes konzultatív szervezet (egyesület, fórumok) felállításával, mint amilyen a TDM modell, akár informális módon megközelíteni a lakosságot;
- a turizmusból származó bevételeket az érdekeltek lehető legszélesebb köre között kell (vállalkozási, munka- és adójövedelem formájában) megosztani;
- az érintettek érdekeltté válását piaci és szakmai ismeretek nyújtásával kell elősegíteni;
- a fejlesztési programokban a helyi résztvevőket kell preferálni.

Az ökoturisztikai tervezés egyes lépései egymásra épülnek:

1. Küldetés és a tervezés céljainak meghatározása

2. Helyzetelemzés – kínálat és keresletelemzés
3. A kínálat és a kereslet elemeinek összekapcsolása (termékfejlesztési alternatívák, lehetőségek, jövőkép)
4. Fejlesztési célok meghatározása
5. Turisztikai termékfejlesztés, tematizálás, csomagok kialakítása
6. Marketingterv készítése
7. Megvalósítási terv, akcióterv készítése
8. Fejlesztések megvalósítása
9. Ellenőrzés és visszacsatolás (monitoring)

12.1 A küldetés és a tervezés céljainak meghatározása

A küldetés és a célok meghatározásakor az alábbi kérdéseket kell megvitatni:

- Mi az ami nagyon fontos, amit folyamatosan szem előtt kell tartani a tervezés és megvalósítás során.
- Melyek az elsődlegesen megőrzendő értékek.
- A szükségletek kielégítésének mik a lehetőségei
- A helyi lakosság részvételének lehetőségei.

A küldetés elvárás vagy egy kiemelendő értéket jelent, a célok szándékot fejeznek ki, a célkitűzések az elérendő célokat mennyiségileg jellemzik, a stratégia a célokért teendő tevékenységeket foglalja magában. Például: a küldetés a társadalmi és természeti szempontból is felelős turizmus kialakítása, tervezési cél a fenntartható gazdasági fejlődés, a célkitűzés a szemléletformálás, a turisták nagyobb költsége, a szezon hosszabbítása, a negatív hatások megszüntetése, a védettségi foknak megfelelő turizmus fejlesztése. A stratégia a szemléletformáló eszközök alkalmazására, a látogatóbarát eszközök bevezetésére tett javaslat, stb. A fenti küldetéshez lehet tervezési cél a helyi közösség aktivizálása, eszközök a helyi közösségből egy szervezet alakítása vagy helyi befektetőknek a lehetőségek bemutatása.

12.2 Helyzetelemzés⁹

A **kínálatelemzést** a vonzerőkkel érdemes kezdeni. A vonzerők mennyisége és minősége alapjaiban határozza meg egy-egy turisztikai termék fejlesztési lehetőségeit, ezért a helyzetelemzés során, a konkrét helyszín vizsgálatakor ezek felméréséből kell kiindulni. A vonzerők felmérése egy összetett folyamat, melynek nemcsak a fejlesztés kiinduló feltételeinek értékelése szempontjából van jelentősége, hanem a későbbi integritási (állapot- és jellegmegőrzési) vizsgálatokhoz is viszonyítási alapot szolgáltat. A vonzerő-felmérési folyamatot a szakirodalomban általában vonzerőleltár készítésének szokták nevezni.

A folyamat első lépése az értékelésbe bevont terület vonzerő-jegyzékének összeállítása. A területnek nem feltétlenül kell egybeesnie meglévő adminisztratív határokkal, lehet természetesen összetartozó turisztikai desztináció is (pl. egy tó és annak természetes táji közege, egy jellegzetes élőhely stb.). Célszerű azonban, hogy a vizsgált terület azonos legyen egy már létező vagy a fejlesztés kapcsán létrehozandó TDM szervezet(ek) területi illetékességével. A jegyzékbe a létező és potenciális vonzerőket egyaránt fel kell venni.

A vonzerő-jegyzék forrásai lehetnek meglévő (másodlagos) információk, vagy elsődlegesen gyűjtött adatok. A másodlagos információkat általában elsődleges adatgyűjtéssel szükséges

⁹ Dávid-Jancsik-Rátz: Turisztikai erőforrások c. könyv alapján

kiegészíteni, egyfelől az előbbieik körében esetleg figyelmen kívül hagyott erőforrások feltárása céljából, másfelől a „nyers” jegyzékben szereplő vonzerők minősítése, értékelése érdekében. A minősítés során éppenséggel a kezdeti vonzerő-lista szűkítésére is sor kerülhet – a fejlesztések természetvédelmi és gazdaságossági szempontjai ezt sokszor egyenesen megkövetelik. Mindebből következik, hogy jól „működő” vonzerőleltárt pusztán a készen kapott információk mechanikus összegzéséből, specifikusan gyűjtött elsődleges adatokon alapuló szakértői értékelés nélkül nem lehet összeállítani.

Az összegyűjtött és feldolgozott adatok alapján kerülhet sor a vonzerők értékelésére. Az értékelési folyamat részei a következők:

Kategorizálás. A vonzerőket mindenekelőtt célszerű fő- és alkategóriákba sorolni: a természeti, illetve kulturális attrakciók főcsoportjaiba, illetve az azokon belül további csoportokba való beosztás nemcsak az áttekinthetőséget segíti, de támpontot nyújt a hasznosítással kapcsolatos indikátorok kiválasztásához is.

Állapot-értékelés. Az egyes vonzerők állapota alapvetően befolyásolja a hasznosításhoz szükséges fejlesztések költségeit. Az állapot értékelése nem lehet abszolút jellegű: mindig viszonyítani kell azokhoz az igényekhez, amelyek kielégítésére a vonzerőre alapuló termékfejlesztés irányul. A fejlesztésnek mindig együttesen kell szolgálnia a maximális értékmegőrzést és a gazdasági hasznosítást. A vonzerők állapot-értékelése tehát egy alkalmassági vizsgálatot jelent, amely során minden egyes vonzerőre (vagy azok nagyobb csoportjaira) nézve meg kell állapítani, hogy az – optimális hasznosítással számolva – milyen termék kialakítására és mennyire alkalmas. A fejlesztésre adott állapotukban nem vagy csak korlátozottan alkalmas vonzerők esetében pedig meg kell nevezni az alkalmasság tétel legfőbb feltételeit, a további tervezőmunka megalapozása céljából.

Potenciál- (hatókör-) értékelés. A várható hatókör felbecsülése több szempontból is fontos: egyrészt utal az attrakciót érő majdani terhelésre, amihez megfelelő látogatómenedzsment-technikákat kell kialakítani; másrészt jelzi a kiszolgáló létesítmények és a kiegészítő szolgáltatások kapacitásával kapcsolatos igényeket; harmadrészt a megcélozható piaci szegmensekkel összefüggésben támpontot ad a megfelelő interpretációs és kommunikációs technikák kialakításához. A hatókör egy vonzerő tekintetében elsősorban földrajzi alapon adható meg – a látogatók várható száma nagyban függ a terület elérését szolgáló közlekedési infrastruktúra és az ott található turisztikai szolgáltatások (főképp szálláshelyek) kapacitásától. A hatókör megbecslésében elsősorban a potenciális küldőpiacokon folytatott felmérésekre és a hasonló jellegű, illetve helyzetű vonzerők látogatottsági adatainak értékelésére lehet építeni.

Sérülékenység- és fenyegetettség-értékelés. Korunkban bármilyen turisztikai fejlesztéssel kapcsolatban alapvető elvárás a fenntarthatóság szempontjainak messzemenő figyelembe vétele: vagyis a fejlesztésnek nem szabad az alapjául szolgáló erőforrás károsodását, értékének csökkenését eredményeznie. A sérülékenység és a fenyegetettség szorosan összefüggenek egymással, ám míg az előbbi az objektum saját (fizikai és/vagy biológiai) tulajdonságain múlik, addig az utóbbi a látogatók várható létszámán és viselkedésén. Az erőforrások sérülékenységével kapcsolatban szakvéleményt kell kérni a megfelelő képzettséggel rendelkező szakemberektől (botanikusoktól, zoológusoktól, geológusoktól, restaurátoroktól, építészekről stb.), akik számszerű határértékek megállapításával segíthetik a tervezési munkát. Megjegyzendő, hogy a sérülékenység számszerűsített, részletekbe menő szakértői elemzése minden egyes vonzerő tekintetében általában nem fér bele egy turisztikai célú, átfogó vonzerő-elemzés kereteibe, és rendkívül nehéz feladat.

Terhelhetőség-értékelés. A kritikus értékek és tényezők fenti meghatározása nyújt alapot a fenntartható látogatottság, vagyis a terhelhetőség tervezéséhez. A terhelhetőség fogalma három vetületben is értelmezhető. A többfajta (fizikai-ökológiai-társadalmi) terhelhetőség más-más módon és pontossággal fejezhető ki: míg a fizikai precízen megadható a férőhely-számokkal,

addig az ökológiai/műszaki inkább csak becsülhető a helyszín mérhető tulajdonságai és az emberi hatások vélelmezett jellemzői alapján - és meghatározása igen bonyolult, csak nagyon kevés eset ismert, ahol ezek meghatározására sikeres kísérlet történt; a társadalmi terhelhetőség pedig még ennél is bizonytalanabb, hiszen a leendő vendégek jellemvonásain, értékítéletén múlik.

Hasznosítási korlátok és indikátorok megállapítása. A terhelhetőség vizsgálata értelemszerűen megadja azokat a korlátokat, amelyeket figyelembe kell venni a tervezés során. A limitek nemcsak mennyiségi jellemzőket tartalmazhatnak, hanem behatárolhatják a fejlesztések irányait is.

Fontos megjegyezni, hogy a vonzerő-leltár készítése során hagyományosan csak az első három lépést szokás végrehajtani (a hatókör-értékelésig bezárólag), az utóbbi három lépésre általában inkább már a fejlesztésre kiválasztott vonzerők előkészítő-tervező munkálatai keretében kerül sor. Azonban éppen a felelősségteljes kiválasztást segíti elő az, ha már a vonzerő-leltár is alapszintű tájékoztatást nyújt a fenntarthatósági perspektívákról, ezért korántsem felesleges első megközelítésben, áttekintő jelleggel elvégezni ezek elemzését is.

A vonzerők értékelése mellett szükség van *a tulajdonviszonyok felmérésére*, amely a természeti és kulturális erőforrások gazdasági-turisztikai hasznosításának egyik kulcskérdése. Nyilvánvalóan bármilyen hasznosítás csak akkor lehet sikerre esélyes, ha az megegyezik, illetve összehangolható a tulajdonos(ok) érdekeivel. Gyakran előfordul ugyanis, hogy az erőforrás tulajdonosa nem azonos a potenciális hasznosítás legfőbb haszonélvezőjével, vagy a kétféle szereplő más-más elvek mentén, illetve célokkal képzelel el a hasznosítást.

Mindenekelőtt tisztázni kell, hogy a fejlesztésre kiszemelt terület milyen tulajdonosi struktúrával rendelkezik, illetve konkrétan ki(k) a tulajdonosa(i). A fejlesztés jellegétől függően kerülhet sor a tulajdonosi szerepvállalás lehetőségeinek kialakítására, majd ennek megtárgyalására. Az ingatlan-tulajdonos részéről elvileg két módja van az együttműködő szerepvállalásnak: egyrészt eladhatja ingatlanát a fejlesztőnek, másrészt valamilyen tartós együttműködési megállapodást köthet vele (pl. az ingatlan bérbeadásáról vagy a vállalkozásba való beviteléről). Az első megoldás a fejlesztők szempontjából költségesebb, ám általában stabilabb működést eredményez.

A helyzetelemzés részeként tisztázandók még:

Humán erőforrások. A fejlesztés szempontjából a helyi lakosság és a máshonnan ingázó vagy ideiglenesen áttelepülő munkavállalók egyaránt fontosak lehetnek. Ugyanakkor a humán erőforrások a helyszín viszonylag könnyen befolyásolható, illetve kiegészíthető tényezői közé tartoznak, ellentétben pl. az örökség jellegű erőforrásokkal.

Megközelíthetőség. A helyszín adottságai között kitüntetett szerepet játszanak a helyszín megközelíthetőségét és „feltárhatóságát” meghatározó közlekedési hálózatok jellemzői. A közlekedés fejlesztése önmagában is képes megnövelni egy-egy helyszín keresletét, ha a helyszín egyébként is vonzó a fejlesztés révén kedvezőbb helyzetbe hozott célpiac számára.

Meglévő szolgáltatások. A turizmus szolgáltatás-igénye köztudottan igen összetett, így egy adott fejlesztési projekt az esetleges hiányosságokat általában csak részben képes pótolni. Nagy jelentősége van tehát a helyszínen már rendelkezésre álló szolgáltatásoknak. Ezek éppenséggel ronthatják is egy projekt esélyeit, ha elmaradtak és olyan beidegződéseket alakítottak ki a szolgáltatókban, amelyek zavarják a megcélzott új vendégek igényeinek megfelelő kielégítését. A kínálat-elemzés megalapozásához a szolgáltatásokat célszerű rendszerbe foglalni aszerint, hogy milyen jelentőséggel bírnak a megcélzott szegmensek szempontjából (pl. nagy – közepes – csekély), illetve, hogy ki nyújtja azokat (magánvállalkozások, helyi intézmények, külső intézmények). Komplex fejlesztések esetén indokolt lehet először termékenként elvégezni a kategorizálást, hogy az összesítés megfelelő súlyozással valósulhasson meg.

A mennyiségi és minőségi hiányosságok kiküszöbölését szolgálja a szolgáltatás-fejlesztések áttekintő jellegű ismertetése, a megállapított szolgáltatás-kategóriák szerinti bontásban.

Infrastruktúra. Az elemzés ebben az esetben is két megközelítésben vizsgálja a kérdést: egyrészt az infrastruktúra teljessége szempontjából (megvan-e minden szükséges elem a megfelelő színvonalon), másrészt mennyiségi szempontból (összhangban van-e mennyiségileg az infrastruktúra a tervezett vendégforgalom mértékével).

A keresletelemzés kiindulási pontja a meglévő forgalom statisztikai adatainak elemzése (vendégéjszakák száma, tartózkodási idő, turisztikai bevételek, kapacitáskihasználtság, stb.).

Szükséges még a fogyasztói jellemzők és szokások vizsgálata, a célpiacok azonosítása, fogyasztói jellemzők és szokások vizsgálata.

A várható keresletet különböző szempontok alapján lehet megállapítani:

Fogyasztói piacok jellemzői. A turisztikai termékek és helyszínek piacain alapvető fontosságú szempont a vendégek földrajzi hovatartozása: a potenciális küldő területek és piacok közelsége és népsűrűsége döntő mértékben hat az adott helyszínen megvalósítható fejlesztések esélyeire.

Versenyársak jellemzői. Akárcsak a fogyasztóknál, a versenyársak esetében is nagy jelentőséggel bír a földrajzi elhelyezkedés – a konkurencia „súlya” az adott helyszíntől való távolsággal fordított arányban változik. Helyszínek esetében a versenyársak sajátos módon a kínálat erősítésében is közrejátszhatnak: az utazók egy része ugyanis szívesen összekapcsolja több helyszín meglátogatását is, vagyis számukra egy helyszín nem feltétlenül önmagában vonzó, hanem más, kiegészítő kínálattal rendelkező helyszínekkel együtt.

Ismertség és megismerhetőség. A turisztikai fogyasztói döntések meghozatalakor a legtöbben nem rendelkeznek tapasztalatokkal a helyszínnel kapcsolatban, ezért többnyire a valóság ismeretének töredéke alapján választják ki utazási célterületüket. Döntésüket az általuk birtokolt, illetve fellelhető információkra, valamint – az előbbieknél is nagyobb mértékben – a helyszínrre vonatkozó, bennük kialakult képre alapozzák.

Divat. A turisztikai helyszínek esetében is előfordulhat, hogy divatossá válhatnak, ami összefügghet az életstílus változásaival, a célterületek sikeres marketingmunkájával, vagy olyan sajátos külső tényezőkkel, mint pl. a sikerfilmek helyszíneként való szereplés. A divat átmenetileg fokozza a helyszín iránti turisztikai keresletet, ezért komoly hajtóerőt adhat a fejlesztéseknek, önmagában azonban nem garantálja a projekt hosszú távú gazdaságos működőképességét.

12.3 A kínálat és a kereslet elemeinek összekapcsolása

A tervezés kritikus pontját jelenti a meglévő szolgáltatások minőségi jellemzőinek összevetése a fogyasztói igényekkel. A helyszín természeti és kulturális erőforrásainak optimális hasznosítása ugyanis csak úgy lehetséges, ha azok jellegéhez, színvonalához illeszkedő szolgáltatás-kínálat áll rendelkezésre. Az értékeléshez a korábbi vendégektől kapott visszajelzésekből és a hasonló, ám integráltabb kínálatú helyszínek tapasztalatainak vizsgálatából lehet információkat szerezni. A kínálati és keresleti elemek összekapcsolásához ismerjük a fogyasztókat, a szegmenseket, ezekhez hozzárendeljük a megfelelő kínálati elemeket. A folyamat során a szegmensek egyfajta vezérelvet nyújtanak. A fogyasztóorientált, céltudatos fejlesztés egyfelől a természetmegőrzést is szolgálja (megfelelő helyre a megfelelő közönséget), valamint a turisták elégedettségét is (megfelelő turistának a megfelelő helyet). Jelen stratégia ezen elveket figyelembe véve alakította ki az intézkedéseket.

12.4 Fejlesztési célok meghatározása

Az ökoturisztikai fejlesztés céljai több témakör köré csoportosulnak:

- Természeti és kulturális örökség fenntartása
- Társadalmi előnyök (pl. erősödő kötődés a helyi közösségben, növekvő környezettudatosság)

- Gazdasági előnyök, elsősorban a helyi közösség szempontjából (beleértve a természetvédelmet is)
- Turisták kiszolgálása, elégedettsége

A kínálati-keresleti elemek összekapcsolásából adódó lehetőségeket, a piaci mechanizmusokat figyelembe véve kell a célokhoz eszközöket rendelni, az eszközök pedig a termékfejlesztés irányait határozzák meg. A fejlesztési célok az elérni kívánt állapotot tükrözik, a megvalósításra a 12.7. fejezetben vázolt akcióterv szolgál.

12.5 Termékfejlesztés, tematizálás, csomagok

Jelen stratégia I, II., III. és IV. Prioritásában megfogalmazott intézkedések átfogóan mutatják be egy termék komplex fejlesztését a keresletet és a piaci szegmenseket figyelembe véve. A szükséges turisztikai infrastruktúra-fejlesztéseken – attrakciók, szálláshelyek, stb. - át a program- és a szálláskínálatig, valamint a közlekedési rendszer fejlesztéséig minden tevékenység a termék komplexitását szolgálja.

Aszerint, hogy az adott szolgáltatás milyen jellegű és melyik szervezet hatáskörébe tartozik, javaslatot kell tenni a fejlesztés módjára (pl. kapacitás-bővítés, kapacitás-átalakítás, szolgáltatás-, program- vagy menükínálat fejlesztése, intézmény-fejlesztés stb.) és annak felelősére (ez alapesetben a szolgáltatást nyújtó szervezet, de kialakítható egy koordináló szervezet vagy projektiroda is).

12.6 Marketingterv készítése

Az V.Prioritás intézkedései tartalmazzák az ide vonatkozó tevékenységi köröket.

12.7 Megvalósítási terv, akcióterv készítése

A megvalósítási tervben a célok, a hozzájuk tartozó konkrét feladatok, az időterv és a költségek szerepelnek, valamint a megvalósítást végző személyek és szervezetek, a program vezetője és a helyszínek. Az egyes feladatok végrehajtóival meg kell állapodni a fejlesztési együttműködés kereteiről és tartalmáról. Sikertelenség esetén alternatív megoldások kialakítására van szükség.

Az akciótervnek tartalmaznia kell azokat a mutatókat és indikátorokat, amelyekkel meg lehet határozni, hogy a kitűzött cél valóban megvalósult. A monitoring rendszer felállítása is az akcióterv része (VII.Prioritás 3. Intézkedés).

A látogatómenedzsment, a látogatókezelési terv is ebbe a fázisba tartozik. A látogatómenedzsment eszközeit a VI.Prioritás intézkedései tartalmazzák. A látogatókezelési terveknel a területek értékelése és kategorizálása szükséges a látogatók tevékenységeinek szempontjából – elsősorban bemutatathatósági és védelmi szempontok alapján, majd ezután kerül sor az egyes területekre (el)várt látogatói szegmensek meghatározására, az egyes területek turisztikai eredményességét növelő eszközökre: interpretáció, információs hálózat fejlesztése, létesítése. A látogatókezelési terv tartalmazza a látogatói monitoring rendszer kiépítését és a turisztikai hatásvizsgálati módszertant is, valamint az árképzési struktúrát is.

Az akcióterv részét képezhetik más kiegészítő elemek is, amelyek a sikeres ökoturizmust szolgálják:

- Ökoturizmussal, turizmussal és természetvédelemmel kapcsolatos képzések
- Védjegy vagy márkanév bevezetése (VII.Prioritás 2. Intézkedés)
- Study-tour-ok szervezése
- Kutatóprogramok szervezése, kutatási igények felmérése

12.8 Fejlesztések megvalósítása

Professzionális projekt-menedzsmentet igénylő feladat, a terv önmagában nem garantál semmit, ha nincs mögötte egy stabil és szakértői menedzsment. A fenntarthatósági irányelvek közül a komplex tervezés, a szakértők és a helyiek bevonása biztosíthatja a megvalósításhoz szükséges hátteret.

12.9 Ellenőrzés és visszacsatolás (monitoring)

Az akciótervben meghatározott monitoring-rendszer alapján a fejlesztések hatékonyságának folyamatos mérése és értékelése történik. A monitoring során ki kell térni a turizmus minden tényezőre – társadalom, gazdaság, turisták és a természeti- és épített környezet – gyakorolt hatására.

FORRÁSOK

1. A magyar lakosság 2006. évi nyári utazási tervei Magyar Turizmus Zrt/ M.Á.S.T. 2006
2. A magyar lakosság utazási szokásai Magyar Turizmus Zrt. 2006
3. A természetvédelem ökoturisztikai koncepciója, KVVM 2005,
4. A turizmus hatásainak vizsgálata a Balaton-felvidéken, 2002 Tanulmány, Veszprémi Egyetem Turizmus Tanszék, Veszprém
5. Aubert A. (szerk.) (1996): Turizmus tervezés, turizmus marketing. JPTE TTK Pécs
6. Barátságos természetvédelem – A Balatoni Nemzeti Park Igazgatóság stratégiai terve, 2006
7. Barátságos természetvédelem – A Kiskunsági Nemzeti Park Igazgatóság stratégiai terve, 2006
8. Dávid Lóránt – Jancsik András – Rátz Tamara: Turisztikai erőforrások, Globus HEFOP Projekt, Budapest, 2007
9. Duhay Gábor (szerk.): Ökoturizmus védett természeti területeken, KVVM, Budapest, 2005
10. Ecotourism Guide for Managers and Plannert
11. Fact Sheet: Global Ecotourism – Updated Edition, 2006 The International Ecotourism Society
12. Fagence, M (2001) „Strategies for Developing Ecotourism in Pacific Island Countries” presented at the *UNESCAP/SPTO Seminar on Sustainable Development of Ecotourism in Pacific Island Countries*, October, 2001, Suva, Fiji
13. Faragó L. (1999): Készítsünk területfejlesztési programot! Falu-Város-Régió 1-2. sz. pp. 19-21
14. Gyorsjelentés a magyarországi nemzeti parkokfejlesztéséhez kapcsolódó fókuszcsoporthoz kutatásról a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium számára, 2006
15. Hamele, H. (2004) *Ecotrans*, Germany
16. Hazai természetjárási szokások Magyarországon – Szakdolgozat, Hanis Szonja Pannon Egyetem, Veszprém, 2008
17. Iványi Anna – Sallai R. Benedek: Ökoturizmus – A turizmusfejlesztés lehetőségei és kockázatai, a kockázatok megelőzésének módszertana esettanulmányok alapján, Nimfea Alapítvány, Túrkeve, 2006
18. Kelemen Zoltán (2006): Ökoturizmus – természet, kultúra, harmónia. Magosfa Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Alapítvány, Vác
19. Lengyel Márton (2002): A turizmus tervezésének néhány aktuális kérdése In: Kutatás a turizmusban – A turizmus aktuális kérdései Magyarországon PTE Turizmus Tanszék Pécs, 2002 pp. 6-23.
20. Lengyel Márton (szerk.) (2007): TDM működési kézikönyv, Heller Farkas Főiskola, Budapest
21. Kiss, Gábor (2007) Tanösvények tervezése. Módszertani útmutató (Bükki Nemzeti Park Igazgatóság)
22. Michalkó, Gábor. (2003) A fenntartható fejlődés ökoturisztikai aspektusai Magyarországon *Turizmus Bulletin*, ../4.
23. Mikos, Veronika (2005): Az ökoturizmus szerepe a helyi lakosság környezet-tudatosságának növelésében, szakdolgozat, Veszprémi Egyetem,
24. Munt, I. (1994) „Ecotourism or Egotourism, Race and Class”. *Institute of Race Relations*, Vol. 36, pp. 50-51
25. National Ecotourism Strategy and Action Plan for Bulgaria, 2004
26. Puczkó László – Rátz Tamara: A turizmus hatásai, Aula Kiadó, Budapest, 2005
27. Puczkó László – Rátz Tamara: Az attrakciótól az élményig, Geomédia, Budapest, 2002
28. Sulyok, J. (2002) Ökoturizmus Németországban. *Turizmus Bulletin* 6.2. pp. 25-28
29. Turizmus Magyarországon 2006 Magyar Turizmus Zrt.
30. Wight, P. (1997) „Sustainability, Profitability and Ecotourism Markets: What Are They and How Do They Relate?” presented at the *Ecotourism – Balancing Sustainability and Profitability – International Conference on Central and Eastern Europe and the Baltic Sea Region*, 22-23 September, 1997, Pärnu, Estonia

31. WTO (2002) The Italian Ecotourism Market. Special Report, No 13, Madrid
32. WTO Press Release, June 2004, WTO, Madrid
33. www.kirandulunk.hu
34. www.ksh.hu
35. www.mtsz.hu
36. www.naturparkok.hu
37. www.nemzetipark.gov.hu
38. www.oete.de
39. www.okocimke.kvvm.hu
40. www.okoturizmus.hu

MELLÉKLETEK

1.sz. melléklet - A Felelős ökoturista etikai kódexe

A következőkben azt fogalmazzuk meg, hogyan érezheted Magad jól a parkunkban Kedves Látogatónk úgy, hogy a természet a legszebb és legbarátságosabb formáját tudja mutatni Neked most és majd gyerekeidnek, unokáidnak egyaránt!

1. Készülj fel előre a barangolásra mind öltözetedet (praktikus és réteges), mind az egész napra szükséges enni-, innivalóra és egyéb eszközökre vonatkozóan!
2. A kirándulás során fontos a jó társaság is, de ügyelj arra, hogy ne utazz túl nagy csoportokban (max. 10-12 fő), mert az élővilágnak ez túl nagy megterhelést jelent!
3. Ha mégsem hoztál elég elemózsiát, a helyi lakosságtól vásárolj, így biztosan finom és helyi ízekkel ismerkedhetsz meg, és így a település lakóinak megélhetését is támogatod!
4. Ha nem tudtad tömegközlekedési eszközzel megközelíteni a területet, autódat, motorodat és egyéb káros anyagokat pöfögő járművedet hagyd a kijelölt parkolóhelyen vagy erdőszélen, és onnan indulj felfedezőútra gyalogosan, hogy ne zavarj, és jobban megfigyelhesd az erdő és mező sokszínű és változatos élővilágát!
5. A természetjárás során keletkező szemetet ne dobd el, tedd vissza a batyudba vagy hátizsákodba, meglátod így is sokkal könnyebb lesz, mint a nap elején!
6. Vigyázz a források, patakok vizére, mosogatásra váró edényeid levét inkább a szennyvízcsatorna ihassa meg!
7. Ne csak nézz, lásd is meg természetet, de ne akard megváltoztatni, hagyj úgy mindent, ahogy azt megtaláltad, alkalmazkodj hozzá, hogy minél többet megtudhass róla, megismerhessél belőle!
8. Gondolj arra, hogy az általad meglátogatni kívánt terület védett vagy fokozottan védett lehet, ezeket csak engedéllyel látogathatod!
9. A kijelölt útvonalakon közlekedj, amennyiben ez lehetséges, így kevesebb kár okozol Lábnymaiddal a természetben!
10. Ha megéheztél vagy fázol, tarts ki addig, amíg egy kijelölt tűzrakóhelyhez érkezel, és feltétlenül ellenőrizd, hogy elaludt-e a tűz, mielőtt továbbvándorolsz!
11. Ha több napot töltesz el a felkeresett területen, próbálj olyan szálláshelyeket keresni, amelyeket helyiek működtetnek, és törekedj arra, hogy ezek környezetbarát szolgáltatók legyenek. Ha éppen nem találsz ilyet, akkor se szállodát keress, meglátod, jobban fogod érezni magad egy családias falusi szálláshelyen vagy egy kempingben, ahol az élő természet vesz körül!
12. Ha szeretnéd, hogy mások is olyan szép állapotában láthassák a felkeresett területet, mint Te, lehetőségeid szerint támogasd a helyiek értékmegőrző munkáját, keresd az adománygyűjtő dobozokat!
13. A helyi lakosság mindennapi életét ne zavarj feltűnő vagy nem odaillő viselkedéssel, próbálj inkább velük együtt élni, beleolvadni a hétköznapijaikba, amíg a lakóhelyükön tartózkodsz!
14. Emlékként lehetőség szerint a helyi lakosság által készített ajándéktárgyakat vásárolj, és semmiképpen ne vigyél haza sem vásárolt, sem általad begyűjtött védett növényt vagy állatokból készített ajándékokat!
15. Mindenképpen vidd magaddal fényképezőgépedet, így a gyűjtés helyett eredeti környezetükben tudod megörökíteni a látnivalókat úgy, hogy a természet is boldog és érintetlen maradjon!

Ha elolvastad a fenti kéréseinket, ajánlásainkat, kérjük, ne feledd azokat, hogy a természet is jól érezhesse magát, amikor Te, Kedves Turista felkeresed, hogy gyönyörködhess, és jól érezd magad benne!

2. sz. melléklet –Regionális Operatív Programok 2007/2008-as pályázata

Régió	Pályázat megnevezése	Támogatható tevékenységek	Keret-összeg 2007-2008 (M Ft)	Támogatás összege pályázón-ként (MFt)	Támogatás intenzitás
Dél-Dunántúl	2.1.1/A.B - Komplex turisztikai termékcsomagok kialakítása	ökoturizmus és aktív turizmus: multifunkcionális látogatóközpontok kialakítása, kiszolgáló egységekkel, higiénés létesítményekkel	6 186	80-800	ökoturizmus esetén 80-85 %
Nyugat-Dunántúl	2.2.1/C. - A régió történelmi és kulturális örökségének fenntartható hasznosítása és természeti értékeken alapuló aktív turisztikai programok fejlesztése	Tájegységi, öko- és aktív turisztikai programok megvalósítása; kerékpárútszakaszok kiépítése, kitáblázása; természetvédelmi területek látogathatóságát elősegítő fejlesztések; szabadidő aktív eltöltését segítő terek kialakítása: téma- és kalandparkok, szabadidőparkok; vízi turizmus fejlesztése fürdés, evezés céljára; turisztikai célú vasúti mellékvonalak felújítása, fejlesztése.	3 380	20-500	85%

Régió	Pályázat megnevezése	Támogatható tevékenységek	Keret-összeg 2007-2008 (M Ft)	Támogatás összege pályázónként (MFt)	Támogatás intenzitás
Közép-Dunántúl	2.1.1./C - Integrált turisztikai települést vagy térségfejlesztés és tematikus fejlesztések	A helyszín(ek) számára jelentőséggel bíró természeti és táji értékek (őspark, vízfolyás, szikla-együttes, stb.) turisztikai célú, nem vállalkozási alapú fejlesztései. A természeti értékek vállalkozási tevékenység alapú fejlesztése.	2 261	20-400	A helyszín(ek) számára jelentőséggel bíró természeti és táji értékek turisztikai célú, nem vállalkozási tevékenység alapú fejlesztései esetén 85 %. A természeti értékek vállalkozási tevékenység alapú fejlesztései esetében a kis- és középvállalkozásoknál 45 %, egyéb szervezeteknél 40 %.
Közép-Dunántúl	2.1.1/B – Régió arculatát meghatározni képes turisztikai vonzerők	Nemzeti parkok és natúrparkok és más védett természeti területek turisztikai hasznosításához szükséges látogatóbarát infrastruktúra és szolgáltatások fejlesztése (pl. turisztikai fogadóépület - látogatóközpont - kialakítása, tanösvények, túraútvonalak, pihenőhelyek kialakítása, fejlesztése, eligazító és információs táblák kihelyezése stb.) fejlesztések turisztikai célú, nem elsődlegesen jövedelemtermelésre irányuló ösztönzése. A régió kulturális, természeti és helytörténeti értékeihez, emlékeihez kapcsolódó turisztikai célú témaparkok fejlesztése. A természeti értékek vállalkozási tevékenység alapú fejlesztése	6 757	400-800	nemzeti parkok, natúrparkok és más védett természeti területek turisztikai látogathatóságához szükséges közcélú fejlesztéseknél 85 %; a természeti értékek vállalkozási tevékenység alapú fejlesztése esetében a kis- és középvállalkozásoknál 45 %, egyéb szervezetnél 40 %; turisztikai célú témaparkok esetében a kis- és középvállalkozásoknál 45 %, egyéb szervezetnél 40 %.

Régió	Pályázat megnevezése	Támogatható tevékenységek	Keretösszeg 2007-2008 (M Ft)	Támogatás összege pályázónként (M Ft)	Támogatás intenzitás
Észak-Alföld	2.1.1/B - Természeti és környezeti értékekre alapozott turizmus fejlesztése	Örökségvédelem szempontjából jelentős természeti értékekre alapozott turisztikai helyszínek, látnivalók (pl. túraútvonalak, tanösvények, bemutató területek, állat- és növénykertek, vadas- és kalandparkok, natúrparkok, madármegfigyelő helyek stb.) létesítésére, védelmére, megőrzésére és bemutatására irányuló fejlesztések, a hozzájuk kapcsolódó rekreációs szolgáltatások (pl. látogatóközpontok, pihenőhelyek kialakítása, hulladékgyűjtés stb.) kialakítása, eszközök beszerzése. Az EuroVelo kerékpárúthálózatához közvetlenül kapcsolódó (de annak részét nem képező) turisztikai célú kerékpárutak építése, a biztonságos kerékpármegőrzéshez szükséges beruházások, esőbeállók építése.	2007-2009-ig 9 607,02	10-500	Az összes elszámolható költség maximum 90 %-a, kivéve a témaparkok építését és fejlesztését, ahol maximum 50 %.

Régió	Pályázat megnevezése	Támogatható tevékenységek	Keret-összeg 2007-2008 (M Ft)	Támogatás összege pályázónként (MFt)	Támogatás intenzitás
Észak-Magyarország	2.1.1/B - Turisztikai attrakciók fejlesztése	Aktív- és ökoturizmus: Ökoturizmus infrastrukturális feltételeinek megteremtése: jelentős, védett természeti értékekre alapozott turisztikai helyszínek fejlesztése; meglévő turisztikai célú kisvasutak, erdei vasutak fejlesztései	6 524	20-500	90%
Közép-Magyarország	3.1.1/A - A turisztikai vonzerő- és termékfejlesztés előmozdítása	Aktív turizmus (vízi turizmus és természetjárás) infrastruktúrájának és kapcsolódó szolgáltatásinak fejlesztése komponensen belül: Yachtkikötők turisztikai célú telepítése; vízi telepek turisztikai célú létesítése; gyalogtúra útvonalakhoz és zarándokutakhoz kapcsolódó turisztikai infrastruktúra- és szolgáltatások fejlesztése; barlangok turisztikai célú hasznosítása.	2007-ben 250	15-50	25-85 %
Közép-Magyarország	3.2.3 - Erdei iskola hálózat infrastrukturális fejlesztése	Épületrekonstrukció; funkcióbővítés; akadálymentesítés; bemutatóeszközök rendszerének kiépítése; laborfelszerelések beszerzése; beltéri foglalkozások eszköztárának fejlesztése; az erdei iskola rendezési munkálatai.	654,6	10-65	90-100 %

Régió	Pályázat megnevezése	Támogatható tevékenységek	Keret-összeg 2007-2008 (M Ft)	Támogatás összege pályázónként (MFt)	Támogatás intenzitás
Dél-Alföld	2.1.1.B - Múzeumok, tájházak, tematikus bemutatóhelyek, témaparkok és az épített örökség turisztikai célú, látogatóbarát fejlesztése	Meglévő épület funkcióváltásaként interaktív, látogatóbarát bemutatóhelyek kialakítása; intézmények szolgáltatásbővítése, látogatóbarát fejlesztés, turisztikai infrastruktúra fejlesztése, látogatómenedzsment rendszer kialakítása, turisztikai vonzerőt jelentő helyszínek kialakítása; turisztikai fejlesztés.	8 608	100-800	max. 85 %
Balaton kiemelt üdülőkörzet	2.1.1./D - A balatoni térség turisztikai vonzerejének növelés	Ezen belül ökoturizmus: látogatóközpontok kialakítása, túraútvonalak kialakítása, kilátók felújítása és létrehozása; tematikus parkok kialakítása, kisvasutak műszaki fejlesztései.	4 600	20-400	85%

A Környezet- és Energia Operatív Program keretén belüli pályázati lehetősége:

Pályázat megnevezése	Támogatható tevékenységek	Keretösszeg 2007-2008 (millió Ft)	Támogatás összege pályázónként (millió Ft)	Támogatás intenzitás
3.3.0. - Az erdei iskola hálózat infrastrukturális fejlesztése	Épületrekonstrukció, környezettudatos átalakítás, funkcióbővítés, akadálymentesítés, bemutatóeszközök kiépítése, laborfelszerelések beszerzése, megfigyelő- és mérőeszközök beszerzése, oktatási segédanyagok és szemléltetőanyagok fejlesztése, terepi szakemberek képzése.	1 000	10-80	maximum 100%

Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program által nyújtott lehetőség

Pályázat megnevezése	Támogatható tevékenységek	Keretösszeg 2007-2008 (millió Ft)	Támogatás összege pályázónként (millió Ft)	Támogatás intenzitás
<p>ÚMVP III. tengely - A vidéki foglalkoztatás bővítése, a tevékenységek diverzifikálása</p>	<p>A helyi turisztikai szolgáltatások bővítése és minőségének fejlesztése révén a települések vendégfogadó-képességének és egyéni arculatának erősítése. A mezőgazdasági termelés és helyi értékesítés összekapcsolása a falvak turisztikai kínálatával, a falusi értékek megőrzése és hasznosítása. Minőségi szolgáltatásokat nyújtó falusi szálláshelyek létrehozása, a már működő szálláshelyek és szolgáltatások felújítása, korszerűsítése és fejlesztése, valamint a piacra jutás segítése a marketing fejlesztésével. A térség turisztikai szolgáltatók együttműködésének támogatása, informatikai fejlesztések, minősítési szabványok bevezetésének ösztönzése.</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>55-65 %</p>

3. sz. melléklet - Esettanulmányok

1. A Természet és a gyógynövények falva, az ausztriai Irschen¹⁰

A kétezres lélekszámú Irschen Karintiában, Villachtól 40 km-re, észak-nyugatra található, hegyek között. A falu, mint az ausztriai zöld falu projekt díszje, a 90-es években lett világszerte híres.

A „Falusi Turizmus Ausztriában” (Dorfurlaub in Österreich) non-profit szervezet 1991-ben indította el zöld falu projektjét. Az egyesület célja az ökoturizmus támogatása volt, az osztrák falvak hagyományos jellegére építve. A kezdeményezéshez huszonnégy falu csatlakozott, köztük Irschen, vállalva azt, hogy turizmusát a „zöld falu” koncepció előírásainak megfelelően fejleszti: ökológiailag és ökonómiailag kiegyensúlyozott körülményeket teremt, ahol a turizmus harmóniában van az életminőséggel.

A jelentkező falvakkal szemben kemény elvárásokat fogalmaztak meg.

A településeknek a térségre jellemző hagyományos jelleggel kellett rendelkezniük, így az épületek magassága legfeljebb három emelet lehetett, az új épületek nem dominálhattak a falvakban.

Az ökológiai követelményeket a következők alkották:

- a régióra jellemző természetes táj megléte, védett természeti területek közelsége, kímélő tápanyag-utánpótlás alkalmazása;
- szigorú vízminőségi követelmények betartása;
- a településeken belül az átmenő forgalom korlátozása (legfeljebb napi 3-4000 autó, maximális sebesség 30 km/h);
- közösségi közlekedési eszközökkel való jó megközelíthetőség biztosítása, az alternatív közlekedési eszközök infrastruktúrájának (pl. kerékpárutak) kiépítése;
- a települések ipari zajtól és energiasugárzástól való mentessége;
- a hulladék újrahasznosításának, újrafeldolgozásának biztosítása;
- a helyi farmok termékeinek felhasználása a hotelekben, üzletekben
- a farm-üdülés és farmlátogatás széles választékának jelenléte, a farmok direkt értékesítése;
- minőségi kikapcsolódási lehetőségek biztosítása: környezettel összhangban lévő turisztikai lehetőségek, szívélyes vendéglátás, felkészültség gyerekek fogadására.

A szociális és turisztikai minimális követelmények sorába az alábbiak tartoztak:

- a település állandó lakossága legfeljebb 1500 fő lehetett;
- a turisták száma nem haladhatta meg a lakosság lélekszámát;
- a nyaralótulajdonosok aránya nem lehetett több, mint az állandó lakosok negyede;
- vegyes vendéglátási struktúrát kellett fenntartani;
- a falvaknak aktív közösségekkel kellett rendelkezniük (egyesületek, népviselet, hagyományok ápolása);
- a helyi közösségeknek a turizmust érintő tervezésben és szolgáltatásokban részt kellett venniük.

Az összes településre érvényes alapelveken túl Irschen a következőket teljesítette:

¹⁰ Forrás: Kelemen Zoltán: Ökoturizmus – természet, kultúra, harmónia. Magosfa Környezeti Nevelési és Ökoturisztikai Alapítvány, Vác, 2006, 94-98. oldal

- minden fejlesztés a falu határain belül történt meg, a környezettel összhangban;
- minden házat víztakarékos berendezésekkel láttak el;
- a melegvíz-előállítás 80%-ban napenergiával történt;
- minden ház és hotel kifogástalanul szigetelt, ablakaik termoüvegesek voltak;
- a parkolóhelyek az épületektől legalább 80 m távolságban helyezkedtek el;
- minden hotel díjmentesen szállította a vendégeket a vasútállomás és a hotel között, továbbá kerékpárbérlést biztosított;
- kijelölt kerékpárutak segítették a biciklizést, gépkocsi a faluközpontba nem hajthatott be;
- az utcai világítást éjféltkor automatikusan lekapcsolták;
- az ivóvizet források biztosították, így a település nem szorult ivóvíztisztításra;
- az öntözővizet a közeli folyóból nyerték;
- a hotelek, szállások építését, felújítását kizárólag természetbarát anyagokból oldották meg; a szobákban biztonsági kapcsolók akadályozták az elektromágneses terek létrejöttét;
- minden szabadidős tevékenységet a falu természetes életébe illesztettek be;
- megrendelések esetén előnyt élveztek azok a helyi vállalkozások, amelyek ellenőrzött alapanyagokból és technikával dolgoztak;
- a kisiparosok környezetkímélő termelést folytattak, természetes alapanyagokkal dolgoztak, kerülniük kellett a szintetikus anyagok használatát;
- az élelmiszereket helyben termelték, törekedtek a falu önellátására;
- gyógyászati termékeket állítottak elő a helyben termelt gyógynövényekből, az alapanyagot más módon is hasznosították (pl. teát, krémet, aromaolajat, gyógynövényekkel töltött párnákat készítettek).

A fenti alapelvek már nagyon sok konkrét fejlesztést, szolgáltatást is magukban foglaltak. Mindezekon felül a helyi szolgáltatók széles körű sportolási, mozgási lehetőségeket biztosítottak, amelyekhez szorosan kapcsolódott a sportfelszerelések kölcsönzése. A helyiek kiemelt figyelmet szenteltek a turisták információval való ellátásának és a programadásnak. Utóbbiak sorába tartozott a gyógynövény-ismereti kurzus, gyógynövényfesztiválok, vásárok és egyéb kulturális programok (népzenei koncertek, kiállítások, színelőadások, stb.) szervezése. A turisták rendelkezésére állt még könyvtár, gyógyszertár, posta, bank, bankautomata, élelmiszerüzlet, ajándéküzlet, „lost and found” (elveszett és megtalált tárgyak szolgáltatása) és vendéglők. De ami nagyon fontos: minden szabadidő-kínálat a falu természetes rendjébe illeszkedett. Nem volt helye a „csak turistáknak” feliratú programoknak, bemutatóknak, a vendégek falusi tevékenységekben vehettek részt.

A zöld falu projekt számos gazdasági hasznot hozott az irscheni szolgáltatóknak, farmoknak. Ezek sorába tartozott az új, turizmushoz kötődő munkahelyek létrehozása; a bevételek sokszínűvé válásán keresztül a farmgazdaságok mezőgazdasági válságból való kilábalása, illetve a válság elkerülése; a gazdasági, azon belül a turisztikai képzettség emelkedése képzési programoknak köszönhetően. A gazdasági eredmények sorából kiemelkedett a szállóvendégek számának növekedése, akiknek többsége jelentős pénzüsségeket költött az üdülés alatt.

Természetesen a zöld falu projekt nem csak gazdasági hasznot hajtott a helyieknek. Az ökoturizmus segítette életben tartani és hitelesen megőrizni az építészeti és kulturális hagyományokat. A lakosok helyben való boldogulásának alapfeltételeit teremtette meg, ezáltal csökkentette az elvándorlást, illetve a falu elöregedését, hozzájárult a helyiek egészséges

életmódjához, beleértve a környezeti ártalmak csökkentését, a sportolási lehetőségek bővítését, egészséges, helyi termékek fogyasztását.

A település – eredményeinek elismeréseképpen – 1995-ben elnyerte a British Airways „Tourism and tomorrow” nemzetközi díját.

Összességében jól látható, hogy Irschenben minden az ökoturizmus, a fenntarthatóság körül forgott, elvi síkon számos alapelv mutatott ez irányba. A karinthiai falu azért példaértékű, mert az elméletet a gyakorlat is követte: szolgáltatások, megoldások tömkelege segíti a falu zöldítését, a turisták fogadását, elégedettségük biztosítását.

A másik tanulság, hogy a kezdeményezés alulról indult, ezt a szerepet egy non-profit civil szervezet töltötte be. Sok helyütt van így a világban, ahol az állami, önkormányzati szervek, vagy az üzleti szektor nem ad választ a gazdasági, társadalmi és kulturális problémákra.

A harmadik tanulság, és reméljük, ez is hozzájárul az ökoturizmussal kapcsolatos tévhitiek eloszlatásához, hogy a zöld falu projekt többletbevétel eredményezett a helyi szolgáltatóknak, illetve a lakosságnak. Számos szolgáltatás többre került Irschenben, mint Ausztria más részén, mégis kedvező volt a karinthiai falu szálláshelyeinek kihasználtsága. Eszerint az ökoturisztikai szolgáltatásokért a célcsoportok egy része hajlandó és képes is többet fizetni.

2. Kurtakko – a közösségi alapú falu mintája (Finnország)¹¹

Kurtakko falu Lappföld Teuravuoma-Kivijärvenvuoma lápvidékén fekszik, amely Európai Unió Élőhely-védelmi Irányelve (Habitats Directive 92/43/EEC) alapján kiemelkedő fontosságot élvez. Európa lápvidékeinek nagy része Finnországban található, emiatt is komoly felelősséggel tartozik az ország a védelmükért. A lápvidékek élővilága rendkívül változatos, számos endemikus növény-, és állatfajnak ad otthont, a Natura 2000 hálózatnak is része. A lápvidék 5788 hektáron terül el, és három falvat érint, nevezetesen Kurtakko-t, Venejärvi-t és Teurajärvi-t. A terület egyike annak a 49 finnországi helynek, amelyet a Ramsar-i Egyezmény (Ramsar Convention on Wetlands) alapján a fontos vizes élőhelyek közé soroltak. Emellett része a Natura 2000 hálózatnak, Site of Community Importance-nak (SCI), és a Special Protection Area-nak (SPA), valamint szerepel a madártani szempontból jelentős területek országos listáján (FINIBA).

A “Life Project 2000-2005: Lappföld központi részén lévő lápvidék védelme és hasznosítása” keretén belül valósult meg az Európai Unió strukturális alapjai által finanszírozott al-projekt, amely a fenntartható turizmus kialakítását segítette elő a Teuravuoma-Kivijärvenvuoma lápvidéken. Patak menti kaszálóréteket és olyan erdőket állítottak helyre, amelyeket korábban csak fakitermelésre használtak. Emellett lecsapolt területeket is visszaállítottak eredeti formájukba azért, hogy a lápvidék korábbi hidrológiai egyensúlyát visszaszerezze. A projekt kapcsán 6300 hektár földterületet állítottak így helyre. Minden egyes területre külön menedzsment tervet készítettek. Ezekben a menedzsment tervekben a természeti értékek figyelembevételével különböző földhasználati formák is helyet kaptak, mint például a turizmus.

2001-2003 között létrejött a tanösvények és a rekreációs szolgáltatások kialakítását lehetővé tevő projekt, amely a Metsähallitus, Natural Heritage Services és a helyi lakosság aktív közreműködésével valósult meg. A projekt célja a természetvédelem biztosítása mellett a turisztikai szolgáltatások kialakítása volt úgy, hogy ez a terület többféle hasznosítását tegye lehetővé hozzájárulva a helyi lakosság munkalehetőségeinek növeléséhez. Emellett a védett terület valós helyet foglaljon el mind a turisták, mind a helyi lakosság értékítéletében, hozzájárulva ezzel az emberek környezet-tudatosságának növeléséhez.

¹¹ Források: Mikos Veronika: Az ökoturizmus szerepe a helyi lakosság környezet-tudatosságának növelésében, szakdolgozat, Veszprémi Egyetem, 2005
Lapland Tourism Strategy 2003-2006, Regional Council of Lapland

A turisztikai infrastruktúra kialakítása a Teuravuoma-Kivijärvenvuoma lápvidéken 2002 és 2003 között történt meg. Ez az információs táblák kihelyezésén kívül tartalmazott két madármegfigyelő tornyot, egy nyolc kilométer hosszú ösvény kiépítését, aminek nagy része pallóval borított, valamint hat menedékházat tűzrakóhellyel. A környező falvak lakosai a kezdetektől fogva aktívan részt vettek a projektben. Van egy ösvény, amely teljes egészében átszeli a lápvidéket. Az ösvény a már említett három falvat, Kurtakko-t, Venejärvi-t, és Teurajärvi-t érinti. Mindhárom falu kiinduló pontja lehet a túrának, azonban Kurtakko egyedi adottságokkal és turisztikai fejlesztésekkel rendelkezik.

Az úgynevezett „Telatie” ösvény, egy történelmi pallós út szelte át Finnország legnagyobb lápvidékét (Teuravuoma), és kötötte össze Kurtakko és Venejärvi falvakat. Ezt az utat újították fel, hogy hasznot hozzon a vidék és a túrázók számára, akik így megismerkedhetnek a láp egyedülálló élővilágával. A 11 km-es utat először 1878-ban alakították ki azért, hogy összekapcsolja a két falut postai szolgáltatás, vadászat, halászat, gombászat, és szénagyűjtés érdekében. Ez utóbbit a Naamijoki folyó melletti legelők biztosították, ahol állatokat tartottak. A mai napig fennmaradt ott néhány kisebb ház és pajta a 19. század elejéről.

Ennek az ösvénynek a megléte és helyreállítása adta az alapötletet a további turisztikai fejlesztésekhez, amelyek a helyi lakosság kezdeményezésével és részvételével, a fenntarthatóság alapelveinek figyelembevételével valósultak meg.

Kurtakko Lappföld nyugati részén található, kb. 50 házból álló falu. Közigazgatásilag Kolari, a törvényhatósági joggal felruházott város körzetéhez tartozik, amint azt a 3. ábra is mutatja. A közelben található három jelentősebb turisztikai központ: Äkäslompolo (45 km), Levi (70 km) és Rovaniemi (160 km).



Kolari körzete Lappföld nyugati részén (forrás: www.kurtakko.fi)

Turisztikai programkínálatukkal hirdetik, hogy „a természet a mi örömünk és büszkeségünk”. Természetjárás (hiking, trekking), lovaglás, horgászás és kenuzás a Tornio folyón vagy a Kurtakkojärvi tavon, sífutás, és szánózás – ezek a legfontosabb természethez kötődő tevékenységek. Két programcsomagot alakított ki Kurtakko Faluszövetsége, amelyet számos egyéb szolgáltatás egészít ki. Az ún. „Kiephaus” program két fő részből áll: fűzfavessző-fonás és a lapp dob készítéséhez fűződő rejtelmek megismerése. A programokat tavasszal, nyáron és ősszel indítják, péntektől vasárnapig várják az érdeklődőket. A programokon minimum 6, maximum 15 fő részvételére számítanak.

Első nap a falu megismerésével kezdődik, amikor összegyűjtik a látogatókat és a Kesäkiiri faluházban vendégelik meg őket, miközben érdekes elbeszéléseket hallhatnak a falu történetéről

és mindennapjairól a helyi idegenvezetők előadásában. Ez az egyszobás házikó a falu központi részén található, kb. 20-25 ember fér el ott. Az épületnek több funkciója is van: kávézó, étterem és ajándékbolt egyben. Helyi nyersanyagokból, a falu lakosai által készített termékekből válogathatnak az érdeklődők. Emellett egyfajta kiállító teremként is működik, itt mutatják be a helyi művészek és a gyerekek alkotásait. Este a helyi sámán megáldja a vendégeket és a lapp védőszellemek áldását kéri a hétvégére. Ez az egész esemény nagyon misztikus, az erdőben játszódnak a tűz körül. Ezt követően a sámán eltűnik a sötétben, a helyi idegenvezető pedig még hosszasan mesél az érdeklődőknek a „Telatie” ösvényről, a falu történetéről és mindennapjairól, valamint a terület természeti értékeiről. A faluban a kisgyerekektől az idős emberekig mindenki beszél angolul, így a kommunikáció zavartalan a külföldiekkel. Másnap a választott programtól függően vesszőfonással vagy lapp dob készítéssel ismerkedhetnek meg az érdeklődők.

Harmadik nap lehetőség van lovaglásra és szakvezetéses kirándulásra a nevezetes „Telatie” ösvényen. A „Trekking Horses Lapland Ltd.” kínál tereplovaglást izlandi lovakkal. A lovas túrák maximum 5-8 fővel indulnak és igény szerint 2-5 órás vagy egész napos kirándulásokat szerveznek. A hétfégi „Kiephaus” szervezője a Kurtakko Faluszövetség, így a realizált bevételek teljes egészében a faluban maradnak. Természetesen az alapprogramok további széleskörű szolgáltatásokkal egészíthetők ki a tartózkodási idő növelése érdekében.

A turisztikai alapszolgáltatásokat vizsgálva elmondható, hogy a faluban 26 fő elhelyezésére van lehetőség, három különböző szálláshelyen: egy működő farmon, valamint két bérelhető házikóban. A farmon 16 főt tudnak elszállásolni, családok és nagyobb csoportok számára is alkalmas, vendéglátással. Ezekben a házakban felszerelt konyha található, de szervezett étkeztetés nincs. A faluban az egyetlen étkezési lehetőség a Kesäkiiri faluházban van, előzetes megbeszélés alapján. Az egyetlen igénybe vehető közlekedési eszköz egy 6 fős taxi. Ez azonban egész évben, a nap minden órájában rendelkezésre áll.

A látogatóknak lehetősége nyílik megismerkedni a falusi emberek mindennapi életével. Kurtakko Faluszövetségének döntése volt a turizmusba való bekapcsolódás, a helyi lakosság és a turisták közös öröme. Az embereket azonban két farmon különösen szívesen látják. Az egyik farmon, ahol a borkészítést és a birkatenyésztést ismerhetik meg az érdeklődők. Az ajándékboltban gyapjából készült termékeket és saját készítésű bort árulnak, ami az erdő gyümölcseiből készült. A farm engedélyt kapott szeszes ital árusítására, mivel Finnországban ez a jog csak az állami tulajdonban lévő „Alko” üzletekre korlátozódik. A másik farmon a látogatók egy működő farm mindennapi tevékenységeit követhetik nyomon úgy, hogy együtt is laknak a farmon élő emberekkel. Ez egy közepes méretű lapp farm, ahol 1972 óta foglalkoznak tehenészettel. A farmon az erdő gyümölcseiből készült lekvárt és mézet árúsítanak és tradicionális lapp sajt is kapható.

A turisztikai kínálatot különböző rendezvények teszik változatosabbá. A nyár kiemelkedő eseménye az ügető-verseny a falu saját pályáján, ami messze földről is vonz érdeklődőket. A Kurtakko-i iskola diákjai és tanárai minden évben színházi előadással készülnek, ami a falu történetéről, az ott élő emberek mindennapjairól szól. Az előadásokat februártól májusig hetente egyszer tartják.

Az ökoturizmus pozitív hatásainak elérése érdekében sikeres együttműködésre van szükség. Ez a fő döntéshozókon (kormány, non-profit szervezetek, helyi közösségek, turizmus szektor résztvevői) kívül a további támogatókra, résztvevőkre (szponzorok, oktatási szektor, ökoturisták) is érvényes. A fenti példa kapcsán valóban széleskörű összefogás valósult meg. A Környezetvédelmi Minisztériumon keresztül a Natural Heritage Services alszervezete aktívan közreműködött, főként az irányelvek, menedzsment tervek kialakításával és a monitoring rendszer létrehozásával. A Finn Turisztikai Hivatal (Finnish Tourist Board) marketing munkával segítette Lappföld ökoturisztikai imázsának kialakítását.

Nemzetközi fejlesztési ügynökségek a Life Project révén kapcsolódtak be az ökoturisztikai fejlesztésekbe a projekt finanszírozása, a biodiverzitás megőrzése és a kisvállalkozások fejlesztése

érdekében. Mindez az érintett lakosok és Kurtakko Faluszövetségének beleegyezésével és aktív részvételével történt.

A helyi idegenvezetőknek a természeti és kulturális értékek bemutatásán túl kiemelkedő szerepe van abban, hogy segítsék a látogatók hozzájárulását a természetvédelemhez. A cél az, hogy a turizmus a fenntartható fejlődés alapelveinek megfelelően történjen a lehető legkevesebb negatív környezeti és kulturális hatást okozva. A látogatók első kézből ismerkedhetnek meg részletesen a terület természeti-, kulturális-, és gazdasági jellemzőivel, így értik meg igazán a kihívásokat is.

A turisztikai szolgáltatások, a szállás, az étkezés, a programok mind a helyi viszonyoknak megfelelően, a természeti és kulturális adottságok figyelembevételével lettek kialakítva. Új szállásépületek, éttermek, stb. nem épültek a faluban, hanem a régi infrastruktúrát alakították át, újították fel.

A programok lehetőséget biztosítanak, hogy a látogatók ne csak találkozzanak, hanem kapcsolatba is lépjenek a helyi lakosokkal, elősegítve ezzel az ott élők mindennapi életének és hagyományainak megértését. Különösen a farmokon eltöltött idő nagyon hasznos e cél elérése érdekében. Barátságos, vendégszerető, motivált emberek fogadják a látogatókat. A helyiek élnek mindennapi életüket, ha jönnek a turisták, ha nem (de jönnek). Éppen emiatt autentikus az a fajta turisztikai termék, amit ott kínálnak.

A helyi lakosok saját vállalkozásaikat vezetik, a szállás-, és étkezési lehetőségeket, az egyéb szolgáltatásokat, valamint a programokat mind az ott élők alakították ki. A bevételek nem szivárognak el a faluból, a jövedelem elosztását Kurtakko Faluszövetsége végzi.

Országon belül a mai napig megfigyelhető a fiatalok délre vándorlása a jobb munkalehetőségek reményében. A finnországi védett területek eloszlását vizsgálva azonban láthatjuk, hogy a legnagyobb kiterjedésű területek éppen északon vannak. Emiatt a hagyományos gazdálkodás mellett a turizmusnak kiemelt szerepe van az ott élő emberek életében. Lappföld Turizmus Stratégiája szerint, Lappföldön kulcsfontosságú a turizmus, a foglalkoztatottság és a bevételek tekintetében lényegesen jelentősebb, mint az országos átlag. A finnországi régiók közül Lappföldön a legmagasabb a turizmus regionális jelentősége. (Lapland Tourism Strategy 2003-2006, p. 5)

A helyi rendezvények hozzájárulnak a terület természeti és kulturális örökségének nagyra becsüléséhez, ezáltal növelik az ott élő emberek büszkeségét és önértékét. A helyi lakosság ökoturizmusba való bekapcsolódásával nemcsak a szakképzettség növekedése, a nyelvismeret terjedése, az oktatási lehetőségek bővülése volt megfigyelhető, hanem a lokálpatriotizmus erősödése is. A helyiek látták, hogy messze földről is érkeztek turisták azért, hogy megcsodálják a terület természeti és kulturális értékeit. Ez pozitívan hatott az emberek szemléletére és elegendő motivációt biztosított a folytatáshoz. Azonban egy dolgot nem szabad elfelejteni. Az ökoturizmus is üzlet. A jelenség alapja a gazdasági érdek, amely a falu megélhetési forrását biztosítja. Amíg ez nem egyértelmű a helyi lakosság számára, addig hiábavaló erkölcsről és önértékről beszélni.

A fentiek együttesen járultak hozzá a helyi értékek revitalizálódásához, a környezet tisztéletének növekedéséhez, és ezáltal a környezettudatosság fejlődéséhez.

Kurtakko esetében minden úgy történt, ahogy ideális esetben történhetett volna. A falu a közösségi alapú ökoturisztikai fejlesztés mintaképe. Ez a példa egy olyan esetet mutatott be, ahol a kapcsolat gyümölcsöző, és a védett területek jelenlétére nézve negatív hatások nélküli volt a helyi lakosok, a természetvédelmi hatóságok, valamint a védett területek menedzserei között. Finnországban az a különleges helyzet alakult ki, hogy mind a természetvédelem, mind a védett területek menedzsmentje – beleértve a turizmust is – egyetlen állami szervezet, a Metsähallitus fennhatósága alá tartozik.

A Természetvédelmi Világszövetség (IUCN) és a World Travel & Tourism Council, World Tourism Organization és Earth Council által közösen kidolgozott Agenda 21 akcióterv hatására egyre inkább elterjedt az a felismerés, hogy a védett területek csak akkor tudnak eleget tenni a hosszú távú fenntarthatóság kihívásainak, ha valódi értékének megfelelően ítélik meg őket mind nemzetközi és országos szinten, mind a helyi lakosság szempontjából.

3. Dartmoor Nemzeti Park (Anglia)¹²

A Dartmoor Nemzeti Park jövőjére vonatkozóan ez a legfontosabb terv: park stratégiai terve, amely a Dartmoor következő öt évét befolyásoló döntéseket hivatott elősegíteni. A terv az egész Nemzeti Park területén érintettekre vonatkozik, nem csak nemzetipark-igazgatóságra, bár az igazgatóság - sok más érintettel és a helyi közösséggel együtt - kulcsszereplője lesz a menedzsment terv végrehajtásának. A terv minden, a Dartmoor jelenében és jövőjében érdekelt szereplő munkája.

A Dartmoor Nemzeti Park menedzsment terve egy széleskörű tanácskozás, együttműködés eredménye, amely a Dartmoor jövőjében érdekelték között zajlott, többek között a különféle hivatalok és a helyi közösség küldöttei, egyes speciális érdeklődésű csoportok, valamint a közélet szereplői működtek közre. Az egyeztetések 2006 áprilisában egy konferenciával kezdődtek. Ezt számos workshop követte, melyek Dartmoor kínálta különböző sajátosságokat mutatták be, azonosítva azon kérdéseket, melyek valószínűleg hatással lesznek a Park jövőjére; ezen kívül sor került az előrelépés lehetőségeinek feltárására. Ezek után a Dartmoor Nemzeti Park menedzsment tervének vázlata 2007 júniusa és júliusa során keresztülment egy formális tanácskozáson. A végleges tervet úgy alkották meg, hogy figyelembe vették az itt kapott válaszokat.

Ki felelős a nemzeti park céljainak végrehajtásáért?

Az 1995-ös gazdasági törvény 62 cikkelye a releváns hatóságok (pl. kormány részlegek és hivatalok, közhasznú civil társaságok és községi tanácsok) számára kötelezővé teszi, hogy a nemzeti parkok céljait döntéshozataluk és különféle tevékenységeik folytatása során figyelembe vegyék. Ez egyrészt védi a nemzeti park érdekeit, másrészt széleskörűen támogatja a területek és szervezetek törekvéseit.

Partnerkapcsolaton keresztüli közvetítés

A menedzsment terv víziójának és céljainak közvetítése - megosztott felelősséggel – az újonnan létrejövő és már létező, biztos háttérrel működő partnerkapcsolatok feladata. A közvetítés minden, a Dartmoor jövőjében érdekelt résztvevőt bevon a közvetítés feladatába, a nemzeti hivataloktól a helyi szervezeteken keresztül a helyi lakosságig és az önkéntes szervezetekig. Ezek összessége felbecsülhetetlen hozzájárulást jelent a nemzeti park fenntartásához és élvezhetőségéhez, és nagyban hozzájárul Dartmoor jövőbeli fenntarthatóságához.

Fő témák

A menedzsment terven végighaladó törekvések olyan témák, melyeknek fontos szerepük van a Dartmoor Nemzeti Park fenntartható jövőjének biztosításában. Ezek a következők: klímaváltozás, jövőbeli és jelen gazdálkodás, közlekedés, szociális tartalom, bizonyítás és kutatás.

Az eredmények ellenőrzése, monitoring

A menedzsment terv eredményeinek ellenőrzése és az erről készített beszámoló fontos információ a jövőbeli menedzsmentdöntésekhez. Az eredményes monitoring fontos alapadatokat tartalmaz, melyekkel az egyéni célok teljesítése állapítható meg.

¹² Ez az összefoglaló a nagy-britanniai Dartmoor Nemzeti Park menedzsment tervét mutatja be, a teljes terv a www.dartmoor-npa.gov.uk oldalon érhető el.

A Dartmoor Nemzeti Park jövőképe

A Dartmoor középpontjában egy nagy gránit sziklacsúcs áll, ezen kívül sok másik hasonló csúcs veszi körül a középső platót, kialakítva a Nemzeti Park egyedi arculatát. Kísérteties látványt nyújtanak a sziklák, mintha az ősi világ óriási emlékei merednének az ég felé, széltepte hangával körülvéve. De nem csak maga a szikla határos. A látogatót körülveszi az ősi táj mély völgyeivel és sziklafodros dombjaival, régóta működő farmjaival és a bronzkori elődök sírmaradványaival. Ha a napfény megcsillan egy távoli traktoron, emlékeztet rá, hogy ez egy dolgozó közösség része.

A sziklacsúcs és környezete összefoglalja, hogy mi teszi Dartmoort nemzeti kincssé: a nagykiterjedésű mocsaraktól a magas lápokig, erdős vidékektől a körbezárt földekig egy egyedi és változatos táj, számtalan állat- és növényfajjal. Ezen kívül kulturális táj is, ahol széleskörű régészeti leletek bizonyítják a generációkon keresztül emberi tevékenységet. Ugyanakkor egy olyan hely is, ahol emberek élnek, dolgoznak és játszanak.

A gazdálkodás és a turizmus támogatott és kiegyensúlyozott a területen, kezeli a tájat, és lehetővé teszi annak élvezetét. A városok régi szerkezetének megőrzése, falvak és a tanyaházak fontos prioritást élveznek, megőrzésük elsődleges feladat. Ugyanígy a lápot is megvédi az urbanizációtól, mint pl. a fényszennyezés és magas szintű infrastruktúra hatásaitól. A nagyobb településeken megengedett a magas fokú fejlesztés, alkalmazkodva az új elfoglaltságokhoz és gondoskodva a növekvő helyi lakosság letelepítéséről. A természeti erőforrások felelős használata és a megújuló energiaforrások használata melletti elkötelezettség elősegíti a károk minimalizálását, nem csak Dartmoorban, de annak tágabb környezetében is. Mindehhez döntő fontosságú a folyamatos kapcsolat a helyi lakosság és a nemzeti park között. Mind a működő gazdaság iránt érzett elkötelezettség, mind a nemzeti park kulturális azonossága fellelhető a helyi lakosságban. Gondoskodnak a folytonosságról, támogatják az élő örökséget, ami sokkal többé teszi az egyes helyeket, mint egy puszta pont a térképen.

A hely tudata/érzékelése

A Nemzeti Park első célkitűzéseiként a park természeti szépségének, vadvilágának és kulturális örökségének megőrzését és erősítését tűzték ki. Ebben a részben minden törekvés ennek az első célnak az elérését támogatja – megőrizni és erősíteni Dartmoor egyedi értékeit. Csak egyetlen Dartmoor van. Dartmoor környezetének megóvása és erősítése számtalan, az anyagi értékeken felülhelyezkedő előnyt kínál, és melynek egyre nagyobb jelentősége lesz, ahogy a regionális és városi népesség növekszik.

Törekvések

- Táj: Dartmoor őrizze meg a kulturális és természeti környezet széleskörű összefonódását, visszatükrözve az élő és dolgozó felföldi tájat
- Nyugalom és a mindentől távoliság érzése: Dartmoor biztosítson lehetőséget a magány, a békeesség, a sötét éjszakai égbolt és a távolság érzésének felfedezéséhez
- Élőhelyek és vadvilág: Dartmoor nagy összefüggő területeket fogjon körül, optimális állapotban, a maximális biodiverzitást fenntartva. Tartsa fenn továbbra is a területre jellemző növények és állatok védelmét.
- Kulturális különbözőség: Továbbra is biztosítsa és Dartmoor meghatározó jellemzőjeként azonosítsa a helyi közösségek, kultúra és a vidéki élet hagyományainak fenntartását
- Régészeti örökség: Tartsa optimális állapotban Dartmoor széleskörű régészeti és történelmi tájait és sajátosságait
- Történelmi épített környezet: Különböztesse meg Dartmoor történelmi épített környezetét, figyelembe véve a hagyományos stílus, minták, anyagok és gyakorlat használatát

- Vízi környezet: emelje Dartmoor vízi környezetét a legmagasabb minőségűre, maximális környezeti előnyként kezelve és helyi erőforrásként fenntartva

Hozzáférhetőség mindenki számára

Ahogy az 1995-ös Környezeti törvényben is rögzítve van, a nemzeti park második fő célkitűzése az, hogy hirdesse a Nemzeti Park speciális értékeinek megértésének és élvezésének lehetőségét a közönség számára. Dartmoor rekreációs és turisztikai lehetőségei magas értéket képviselnek.

Törekvések

- Interpretáció, információ és kommunikáció: a Dartmoor Nemzeti Parkról magas minőségű és hozzáférhető kommunikáció kialakítása, lehetővé téve speciális értékeinek élvezését és védelmét.
- Tanulás és oktatás: magas színvonalú, különböző tanulási élmények lesznek elérhetőségének biztosítása, bármilyen korú és háttérű ember számára, lehetővé téve, hogy megértésük, értékeljék és hozzájáruljanak Dartmoor a védelemhez és erősítéséhez.
- Rekreáció és élmény: Dartmoor kínálja a lehetőségek széles tárházát mindenki számára, aki ihletet, békés és aktív rekreációt keres, harmóniában a helyi közösségekkel és a térség speciális értékeivel.
- Hozzáférhetőség biztosítása: Dartmoor mindenki számára biztosítsa a hozzáférhetőség lehetőségét.
- Turizmus: Dartmoor magas színvonalon kínálja a turizmus minden formáját a turisták számára, együttműködve a környezettel, a helyi gazdasággal és a nemzeti park közösségeivel.

Közösségek és üzlet

A nemzeti park közösségei és üzletei gondoskodnak a szakértelemről és a „gazdasági motorról”, amely sok szempontból fenntartja és erősíti Dartmoor speciális értékeit. Arra is képesnek kell lenniük, hogy a saját szükségleteiket kielégítsék és a közösség életeterejét fenntartsák, együttműködve Dartmoorral, mint nemzeti parkkal.

Törekvések

- Vidékmenedzsment: Dartmoor speciális értékeinek megőrzésében továbbra is játsszon központi szerepet az életképes vidékmenedzsment
- Közösségi jól-lét: a gyarapodó dartmoori közösségnek kínáljanak széleskörű szolgáltatásokat, kényelmet, letelepedési és munkavállalási lehetőséget
- Gazdasági aktivitás: széleskörű gazdasági aktivitás támassza alá Dartmoor speciális értékeit, igénybe véve a helyi munkaerőforrásokat és felhasználva a helyi kínálati láncot, a helyi gazdaság számára megőrizve a hozzáadott értéket (termelt jövedelmet)
- Új fejlesztések: az új fejlesztések pozitívan befolyásolják a helyi jellegzetességeket. Ezeket szintén magas színvonalon és energiatakarékos módon állítsák elő
- Energia: Dartmoor legyen a mintája az alacsony energiafogyasztásnak és a megújuló energiaforrások előállításának, összegegyeztetve Dartmoor speciális értékeivel
- Katonai gyakorlat: a Dartmoorban tartott valamennyi katonai gyakorlat legyen összegegyeztetve a Nemzeti Park célkitűzéseivel, és a Védelmi Területet kezeljék megőrzési és rekreációs lehetőségként.

A Dartmoor Nemzeti Park számára ezek a törekvések jelentik az egyensúlyt, melyben az állandóság és a változás is előnyös mind a helyi lakosság, mind a látogatók számára, és Dartmoor

speciális értékeit megőrzi és erősíti a jövő generációk számára ugyanúgy, mint a jelenkor lakóinak és látogatóinak.

Összefoglalás

Az Esettanulmányok alapján azt lehet mondani, hogy annak ellenére, hogy minden területen más-más adottságok vannak, és más tényezőket kell figyelembe venni, más célok is vannak, az intézkedéseket és a folyamatokat összehasonlítva sok közös vonás van:

A sikeres fejlesztések mindig figyelembe veszik a helyi adottságokat, és a helyiek megkérdésén, ösztönzésén alapulnak.

Nem mesterséges attrakciókra épülnek, hanem helyi vonzerőket figyelembe véve, elégséges fizikai infrastruktúra építésével alakítják ki a terméket.

A kezdeményezéshez a legtöbb esetben kell egy objektív külső segítség, vagy egy személy, vagy szervezet vagy egy projekt, amely a vidék vagy a település belső erőforrásait innovatív módon életre keltse. Ez a gesztor szerep minden esettanulmányban megjelenik, hol egy nemzetipark-igazgatóság, hol egy civil szervezet jelenik meg gesztorként, vagy akár az állam is.

A helyieket a gazdasági előnyökkel lehet a legjobban aktivizálni, a többi etikai-erkölcsi pozitív hatás csak a gazdasági előnyök élvezése után érezhető. Az is igaz, hogy a gazdasági és egyéb társadalmi előnyök általában együtt jelentkeznek, egymást erősítik, ám arra is kell figyelni, hogy a gazdasági előnyök ne menjenek a társadalmi előnyök rovására (pl. kommercializálódás).

A jól megtervezett projektek a turisták számára egyedi élményt jelent.

A sikeres ökoturizmus a természet állapotának javulását okozza, mivel az erőforrásokra így fokozottan ügyelnek a helyi lakosok is.