

## HÁTRÁNYOS HELYZETŰ TÉRSÉGEK ESÉLYEI A VIDÉKFEJLESZTÉSBN

A nálunk sokkal gazdagabb országokban sem elegendők az állami költségvetési források a hatékony és eredményes természetvédelemhez. (USA, Kanada, Ausztrália), s többek között ezért egyre nagyobb a kényszer a hivatalos és nem hivatalos természetvédelmi szervezetekben, hogy az erőforrásokkal hatékonyan gazdálkodjanak úgy, hogy eközben a természeti és kulturális örökség megőrzése és védelme is eredményesebbé váljon. E törekvések eredőjeként mindenütt a turizmus került a vizsgálódások középpontjába. Éppen emiatt nem elhanyagolható a turisztikai célú földhasználat a nemzeti parkok és védett területek esetében, sem. Védett területeken a turizmus célja minden esetben csupán a természeti környezet megőrzése, védelme esetleg rehabilitációja, valamint a helyi közösségek életminőségének javítása és a turisták hiteles élményekkel és tudással való gyarapítása lehet. A turizmus ezen funkciói a természetvédelem alapfeladataival egybeesnek: oktatás-nevelés, képzés természeti környezetünk jobb és közvetlen megismertetése révén attitűdöket, értékrendeket változtassunk éppen a hatékony védelem és megőrzés, a felelős magatartás kialakítása érdekében. A nemzeti parkok, védett területek „iskolai tantermekké” válnak a jövőben. Természetesen ebben a folyamatban nem csupán a kisiskolásokkal, vagy egyetemistákkal kell számolnunk, hanem a public- és private szektor valamennyi szereplőjével, valamint sajátos minőségében a védett területeken és azok környezetében élő helyi lakossággal is, akiknek alapvető érdeke a környezetük ismerete, erőforrásaik megőrzése, védelme, ha tudják és ismerik ezen értékeket, s ezek fenntartható módon való használatából ők is részesedhetnek. Ezen értékek természetesen lehetnek természeti/természetes eredetűek, de az ember által kialakított, létrehozott kulturális-történelmi jellegűek is, melyek körébe nem pusztán a kunhalmok, de a száraló erdőművelés a hagyományos kézművesség, szokások és ünnepek, a zenei és díszítőművészeti tradíciók éppúgy beletartoznak, mint a több száz éves ember-természet kölcsönhatásaként kialakult tájkép, esztétikai és vizuális élmény.

Kutatási eredményekből tudható, hogy a természetvédelem törekvései találkoznak/találkoztak a fogyasztók értékrendjének változásaival, a turiz-

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. Válogatás a II. Székelyföld Konferencia előadásaiból  
musban részt vevők motivációinak megváltozásával. Az utazásban való részvétel motívumaként az utóbbi 5-10 évben felértékelődtek az olyan desztinációk, melyek a még tiszta háborítatlan, romlatlan, (nem urbanizáló-dott) környezetet kínálni tudják, egyre markánsabbá váltak az új ismeretek-tudás megszerzésével, a meglátogatott területen a helyi lakossággal közvetlen kontaktusokat biztosító, az aktivitások széles választási lehetőségét kínáló, a terület flóráját, faunáját annak bizonyos területén alapos ismeretek nyújtó turisztikai kínálatok. Természetesen ezt az értékrend változást a természetvédelem képes lehet saját céljainak elérésére, valamint szociális és gazdasági célok érdekében is felhasználni.

A változások okai sokrétűek:

–Költségvetési források csökkenése, élesedő verseny a pluszpénzek megszerzéséért, erősödő adóemelés ellenesség az állampolgárok körében.

–Növekvő környezeti tudatosság az állampolgárok és a szakbürokráciák körében.

–Erősödő igény a természet megőrzésben és védelemben az önkéntes feladatvállalásra a lakosság bevonására.

–Bizalmatlanság a kormányok felelős természetvédelmi politikája iránt.

–Hangsúlyok eltolódása szakapparátusokról az erőforrások irányába, azok védelme érdekében.

–Növekvő érdek a természetvédelemben dolgozóknál, hogy a kutatást, oktatást, management eszközként használják a hatékony megőrzési politika érdekében.

–Egyre erősödő meggyőződés világunkban, hogy a természeti-kulturális-történeti erőforrásokat mint oktatási-képzési-tréning helyszíneként is hasznosítsák.

–Sokkal tudatosabb politika érvényesül a tekintetben, hogy a közösséggel együtt, semmint a közösségért tevékenykedjenek a bürokráciák a közös örökség védelmében.

–Növekszik annak a felismerésnek a hatása, hogy a közösség, vagy az erőforrások használója lehet a hatékony védelem és megőrzés kulcsszereplője.

–A helyi közösség bevonásával van csak remény az erőforrások (természeti-kulturális-történeti) érzékenységét/sérülékenységét figyelembe vevő változások/fejlesztések megvalósítására, melyek az attitűdöket is pozitív irányba változtatják, melynek révén a megőrzés védelem rehabilitáció új etikája jelenhet meg.

–Az interaktív, részvételen alapuló programok szerepe meghatározó a hosszú távú komplex tervezésben, a működésben egyre növekvő a marketing és PR szerepe.

## A világ turizmusának markáns trendjei

- *egyre tapasztaltabb, iskolázottabb, igényesebb turisták fogadására kell felkészülnie a fogadó területeknek;*
- a „value for money” elv erősödő érvényesítése (ár/minőség kulcsfontosságú);
- az utazás szükséglet, egyre kevésbé luxus, kevesek kiváltsága;
- az individualizálódás erősödése fokozódik, egyre szegmentálódik a piac;
- a szervezett csoportos utak háttérbe szorulása mellett növekszik az egyéni szervezett, illetve a kiscsoportos, sokkal rugalmasabb utazási formák, melyek sokkal inkább „testre-igényre, speciális érdeklődésre” szabott;
- egészségorientáció egyre erősödő érvényre juttatása a turizmusban;
- a másság, az újdonság felértékelődése a tradicionális desztinációk mellett/helyett;
- a természeti és kulturális örökség, illetve ezek diverzításának folyamatos felértékelődése;
- a hitelesség, autenticitás, a közvetlen kapcsolatok – kontaktusok – interakciók igényének való megfelelés alapvető értéké válik;
- a kultúra felértékelődése;
- az interpretációknak is meg kell felelniük a növekvő és szerteágazó igényeknek (speciális érdeklődésűek);
- az aktív nyári/téli utak, üdülésék iránti igények növekedése;
- évente több, rövidebb időtartamú, változatosságot kínáló utazások;
- rohamosan nő azon utazók/turisták száma, akik a környezetet, a szabad teret, a természeti- és kulturális, életmódbeli változatosságokat, különbözőségeket, azok egyediségét, az egészséget, a tanulást-megértést és megismerést, valamint a kaland két- vagy több elemét kombinálják (téma és tevékenységorientált, komplex kínálatokra van/lesz növekvő igény);
- a fogadóterületek fejlesztésében elengedhetetlen a helyi lakosság aktív részvétele, az összes érintett és érdekelt partner kooperációja (új szereplők megjelenése a turizmus iparban);
- a marketingnek sokkal célirányosabbnak, esetenként agresszívebbnek, a technika-technológia kínálta új lehetőségek kihasználásában innovatívabbnak kell lennie;
- professzionalizmus elengedhetetlen, mert igen kompetitív piacról van szó, felértékelődik a jól képzett személyzet, speciális ismereteket, képességeket-készségeket is igénylő új posztok megjelenésére is fel kell készülni;
- a képzés, átképzés, a folyamatos tréning előfeltétele a piaci kihívásokra adott adekvát válaszoknak, az üzleti sikernek;

– a turizmus komplex, sok területet átfogó / összefogó iparaggá vált, így a koordinációs stratégiák kimunkálása nélkülözhetetlen (más politikákkal való összehangolás, kompatibilitás);

– a világ turizmusában, az új fejlesztési stratégiákban a fenntartható turizmusfejlesztés az egyik prioritás. (Nem véletlen, hogy 1997. novemberében a World Travel Market/London – fő témája a környezetvédelem!);

– ehhez megfelelő tervezési-, management-, és szervezeti változások szükségesek.

### **A fenntartható turizmusfejlesztés alapelvei**

1. Az erőforrások fenntartható használata.

2. A túlhasználat/túlfogyasztás megakadályozása, a keletkező hulladékok csökkentése.

3. A természeti és kulturális sokszínűség hosszú távú megőrzése és védelme.

4. A turizmus tervezésének integrálása a nemzeti és regionális/helyi tervekbe környezeti hatásvizsgálatok elvégzése.

5. A lokális gazdaság hosszútávú érdekeinek figyelembe vétele, mely tartalmazza a környezeti ráfordítások és eredmények elemzését is.

6. A helyi közösségek bevonása a tervezési folyamatba, az indulástól a folyamatos működésig, a döntések meghozatalában valamint az előnyök/hasznok megosztásában egyaránt.

7. Az összes érdekelt bevonásával együttműködve ésszerű kompromisszumok mentén lehet csak sikeres a természeti és kulturális örökség védelme.

8. A folyamatos oktatás, tréning jelentősége minden szinten (helyi közösség, köz- és magánszektor szereplői, szakbürokráciák, politikai döntéshozói szintek, turisták).

9. Felelős – a természeti-kulturális-történeti örökség sajátosságait figyelembe vevő marketing.

10. Folyamatos kutatás, monitoring, adatgyűjtés és elemzés a negatív hatások kiküszöbölése, valamint a látogatók igényeinek hatékony kielégítése céljából.

11.

### **A fenntartható fejlődés/fejlesztés alapelemei és összefüggésrendszere**

– Minden gazdasági tevékenység erőforrások felhasználásán alapul, ezért a megújuló erőforrások használatát preferálja, illetve takarékosagra, a használatok során a zárt ciklusok kialakítására helyezi a hangsúlyt.

–Természetesen az emberi erőforrások használatában is a fenntarthatóság alapkövetelmény (lokális kultúrák, hagyományok, életmód, épületek, építmények, stb.).

–Nem preferál és ösztönöz olyan terület- és erőforrás használatot, mely a fogyasztást, s az azzal járó hulladék- és szemét fokozódó keletkezését eredményezi.

–A térség fejlesztésének infrastrukturális-, épület- és építményigényének, kialakítandó tevékenységeik – mint turisztikai attrakciók – esetében is kalkulál az externális költségekkel.

–A fejlesztendő terület erőforrásai értékeinek – természeti és kulturális – megismertetésére, védelmére, ezek sajátosságainak tiszteletben tartására nevel.

–Az életfenntartó rendszerek sokszínűségének – a természeti-szociális-gazdasági –, diverzitásának megőrzését, a visszafordíthatatlan káros hatások esélyének minimalizálását célozza a fejlesztés, hiszen az erőforrásbázis hosszú távú fennmaradása biztosíthatja csupán a jövő generációk csorbitatlan életésélyeit.

–A diverzitás védelme, hosszú távú megőrzése a legjobb eszköz az egyoldalú függőség, a monokultúras gazdaság, a végletes kiszolgáltatottság ellen (az egyoldalú függőség a turizmus ipartól, annak egy-egy küldő területéről épp olyan káros, mint a nagytáblás, tömegtermelésre berendezkedett monokultúras mezőgazdaság).

–Ez a fejlesztés csak az erőforrások alapos ismeretén, az egymás mellett létező rendszerek kölcsönhatásainak figyelembe vételén, a természeti és kulturális-szociális teherbíró képesség tiszteletben tartásával valósulhat meg.

–A turizmus fejlesztése révén jelentős többleterőforrások bevonására van lehetőség abban az esetben, ha a turisták speciális igényeit tartósan szolgálni képes a fogadó terület és a helyi lakosság.

–A diverzitás megőrzése egyben a helyi/lokális egyediséget, a másutt nem reprodukálható értékek tartós fennmaradását is jelenti, lehetővé téve ezáltal, hogy más fogadóhelyektől jól megkülönböztető legyen térségünk, turisztikai termékeink, elkerülhetővé váljék a standardizálás szükségszerű kényszere.

–Mindezen követelmények érvényesülését az indikátorok helyes megválasztásával, folyamatos monitoringgal, elemző-értékelő munkával és rugalmas, innovatív management-technikákkal lehetséges.

–Az integrált fejlesztési stratégia követelmény- és eszközrendszere megkívánja, hogy a turizmus stratégiája organikus része legyen a térségi stratégiának, ugyanakkor a turizmus multiszektorális jellegéből következő-

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. Válogatás a II. Székelyföld Konferencia előadásaiból  
en a turizmus valamennyi al- és kapcsolódó rendszere is tárgyát képezze a stratégiai tervezési folyamatnak.

–A stratégiai tervezés hatékonyan tudja szolgálni a hosszú távú célok elérését úgy, hogy közben a nem kívánatos hatásokat minimalizálja, a nem tervezett/nem prognosztizálható eseményeket/folyamatokat érzékelhetővé teszi, ezáltal a beavatkozások szükségességére figyelmeztet. (Elkerülhetők az ellenőrzés és kontroll nélkül megvalósuló, gyors fejlesztések, az adottságokat, a táj léptékeit, méretarányait, a természeti erőforrások immans értékeit sértő fejlesztések, a EIA alkalmazása révén az integrált tervezés, kiegészülve az aktív lokális közreműködéssel maximalizálni képes az előnyöket.)

–A fenntartható fejlesztés a helyi lakosság ellenére nem, de velük szoros együttműködve az objektív helyzetértékeléstől, a célok közös meghatározásával, a megvalósítás különböző fázisaiban speciális ismeretükre, készségeikre építve diverzifikálható a lokális gazdaság.

–A fejlesztés, a helyi lakosság szükségleteinek, aspirációinak figyelembe vételével, azt szolgálendő kell megvalósítani.

–Munkahelyeket, alternatív jövedelemforrásokat, a helyi erőforrások új – más – hatékonyabb felhasználását kell megtervezni, mely egyben felértékeli ezen ismereteket, értékeket, erőforrásokat, esetleg piacósítani képes az idáig nem értékesíthető vagy „általában” nem piacósított erőforrásokat.

–Ilyen módon – a piaci mechanizmusokra alapozva is – lehetséges a jövedelmek újraelosztását a hátrányos helyzetű/elmaradott térség javára átcsoportosítani.

–A tervezőknek különös gonddal kell ügyelni arra, hogy a képződő jövedelmek minél szélesebb körben osztódjanak el a helyi közösségben, s lehetőleg minél kevesebb képződő jövedelem szivárogni ki a térségből.

–Marginális területeken a turizmus képes olyan integrátor szerepet betölteni, mely a fenti kívánalmakon túl – semmilyen más gazdasági ágazattól nem elvárhatóan – monopolpozíciókat képes teremteni a turizmus piacán, annak minden előnyével együtt.

–Képes integrálni a környezeti célokat a gazdaság hosszú távú fejlesztési stratégiájába, felértékeli a lokális természeti és kulturális erőforrásokat, a helyi ismereteket, készségeket-tudásokat, ezáltal nagyon élőlakóigényes diverz lokális gazdaság organikus fejlődésének lehetőségét megteremtve úgy, hogy a fizetőképes keresletet „importálja” a térségbe.

–Természetesen a helyi közösség aktivitása elengedhetetlen a térségben, fejlesztésben, folyamatos működésben, valamint az ellenőrzés-beavatkozás fázisaiban egyaránt.

–Az ilyen típusú fejlesztések – szemben a tömegturizmus igényeivel – általában kisebb tőkeigényűek, minden tekintetben a lokalitásban gyöke-

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. Válogatás a II. Székelyföld Konferencia előadásaiból  
reznek, az érintettek- és érdekeltek tartós kooperációjával működőképeseek, a lokalitás erőforrásait, a tradíciókat és kreativitást innovatív módon felhasználva eredményezhetik a különleges, egyedi, helyi termékeket, szolgáltatásokat.

– A történetileg örökölt hátrányos helyzet (alacsony technológia, relatíve alacsony hulladék, helyi anyaghasználat, lokális célszerűség, stb.) az általában alacsony input- és output a fenntarthatóság szempontjából stratégiai előnnyé vált napjainkra a turizmusban.

– A hosszú távú, organikus fejlődés/fejlesztés megteremtése eredményezi a helyi lakosság jól-létének növekedését, opciói gyarapodását, s egyben előfeltételeit teremti meg a turisták/vendégek maradandó élményekkel, tudással, helyi, de másutt is releváns készségekkel való ellátását (a közvetlen kontaktusok, az aktív részvétel, a toleranciaszint növekedése, a másság elfogadása, az attitűdök-értékrendek megismerésen alapuló változása a lakóhelyre visszatérve maradandó élmény és érték lesz).

– A fenntartható turizmus fejlesztése integrátor szerepéből következően széleskörű és folyamatos partnerséget követel, mivel igen eltérő értékek és érdekek harmonizálását kell elérnie, és meg kell találni az ökológiai, szociális és gazdasági egyensúlyokat időről-időre, hiszen hosszú távon kell megőriznie az életfenntartó rendszereket.

– A fenntartható fejlesztés céljainak megfelelően a szükséges képzettséggel rendelkező munkaerő biztosítása, a változó fogyasztói igényekhez illeszkedő folyamatos képzésük-átképzésük-tréningjük alapkövetelmény a programban résztvevő minden aktornál, a hierarchia valamennyi szintjén.

– A helyi lakosság felkészítése, tréningje, a szükséges információ és tudás elsajátítása speciális feladatokat jelent számunkra, s a turizmusban ez elengedhetetlen feltétele a sikernek, hiszen új szakmákat kell megtanulni, igen különböző társadalmi-kulturális háttérrel rendelkező emberekkel kell dolgozni, s sok esetben ez idáig nem létező funkciókat is el kell látni hatékonyan.

– Az oktatás, képzés ugyanakkor szerves része a turisztikai termékünknek, tehát nem pusztán különleges tudással rendelkező szakemberekre, gyakran szakértőkre van szükség, hanem ezen ismereteket (ökológiai, zoológiai, botanikai, stb.) átadni képes, a hallgatóság figyelmét –bizalmát szabadidős tevékenységek keretében tartósan megtartani képes nevelő-szórakoztató specialistákra is szükség van.

– A fenntarthatóság közgazdaságilag is megvalósítható/fenntartható mechanizmusokat, működő szervezeteket – modelleket feltételez, tehát a lokális ismeretek mellett a természeti-, szociális-, kulturális- és közgazdasági tudnivalókat is integrálni kell a képzési programokba, hogy a modern turizmus ipar komplexitása megvalósítható legyen.

– Ösztönözni kell a multikulturális oktatást, valamint a tudatosságot és felelősséget a fogadó terület jobb megismertetése érdekében csakúgy, mint a turisták gazdagabb élményszerzése, megelégedettsége, preferenciák, motivációk mind teljesebb megértése érdekében.

– A felelősségteljes marketingnek az a célja, hogy sikeresen értékesítse turisztikai termékeinket, az adott térséget egy igen kompetitív piaci közegben, éppen ezért marketingstratégiánknak potenciális piaci szegmenseink motivációit, preferenciáit ismerni kell.

– A fenntartható fejlesztés esetén a marketing alapja a teljes körű és őszinte/igaz információ-szolgáltatás a fogadó területről, a kínált termék(ek) sajátosságairól, a szolgáltatásokról, a térség hosszú távú céljairól, ezen belül a természeti erőforrások megőrzésében elért eredmények és nehézségek éppen úgy érdekesek, mint a helyi lakosság társadalmi-szociális sajátosságai, a turizmusban betöltött szerepük.

– A fenntarthatóság alapkövetelménye, hogy a marketing stratégia is célozza meg és szolgálja a természeti értékek megőrzését, védelmét, a kulturális örökség megóvását, segítse elő a helyi közösségek jól-létének megteremtését, és segítségével képes legyen a fogadó terület számba venni és elismertetni a környezeti vagyon és az externáliák használatát is, mutatva és kalkulálva ezáltal a jövő generációk jogos szükségleteivel is.

– A tudatos és felelős marketing stratégia a fogadó területet reálisan mutatja be, egyben képes a tudatos választást, döntést befolyásolni, elősegítem a felkészülést a helyi kulturális és természeti értékek megismerésére, az unikális értékek, különlegességek élvezetére és a megfelelő viselkedésre is felkészít, ösztönöz az új élmények, tapasztalatok kipróbálására, megismerésére (helyi gasztronómiai specialitások, helyi kultúra és életmód-életstílus, stb.).

– Elősegíti a felkészülést a meglátogatandó terület kulturális, vallási, történelmi, életmódbeli sajátosságainak megismertetésével és a követendő viselkedési, érintkezési normák sajátosságainak bemutatásával.

– Nem lehet pusztán eladást ösztönző címke a *green*, vagy *eco*.

– A turizmus sajátossága, hogy interdiszciplinaritást követel elemzése, vizsgálata és megértése, a praxisban pedig multiszektorális kapcsolatrendszerre, működési mechanizmusai miatt igényel összetett vizsgálati módszereket, különböző – gyakran igen eltérő – szaktudásokat, hogy mint gazdasági-társadalmi tevékenység, céljait hatékonyan képes legyen megvalósítani.

– A felelős, fenntartható fejlesztés kutatásigényessége még inkább fokozódik, hiszen számos tudományterületen eredendően hiányosak a rendelkezésre álló adatok, információk, speciális részterületekre kell adaptálni tudományos eszköztárat, rendszertant, s ráadásul sok tudományterület rész-

A kulturális térségek szerepe a regionális fejlesztésben. Válogatás a II. Székelyföld Konferencia előadásából  
eredményeit kellene viszonylag rövid távon egy más, új rendszerben értelmezhető és értékelhető információkká transzformálni.

–A pro-aktív megközelítés, ami sokkal inkább a problémák megelőzését/kikerülését, semmint a problémák megoldását eredményezné, megkívánja a tudományos előrelátást, s fokozottan felhívja a figyelmet a kutatók szükségességére.

–A potenciális problémák jelentkezésének előrelátása, ezek kialakulásának megelőzése rövid távon ugyan költséggel jár, de időbeni felismerésük, megoldásuk mindig olcsóbb; egyszerűbb és kisebb időigényű, mint az utólagos megoldások megtalálása.

Az OECD tagországok gazdasági stratégiáiban és hosszú távú turizmuspolitikáiban a fenntartható fejlődés az egyik kiemelt preferencia. Ugyanakkor a fejlődő országok jelentős csoportja a fenntartható turizmusfejlesztési programjaik révén kerültek be a világ legjelentősebb turisztikai desztinációi sorába (Costa Rica, Belize, Nepál, Kambodzsa, Botswana, Ruanda, stb.).

### **A természetvédelem, a turizmus és a területfejlesztés komplex és kompatibilis kezelésének egyéb előnyei**

–Nem a tömegturizmust ösztönzi, jelentősen mérsékeli a szezonalitást, az erőforrások sokkal komplexebb felhasználását teszi lehetővé oly módon, hogy tiszteletben tartja azok immanens tulajdonságait;

–olyan erőforrásokat tud piacósítani, amelyeket egyetlen más turisztikai modell sem képes, igen élőlátás-igényes, ezért jelentős munkahelyteremtő, jövedelmeket generáló hatása lehet, közvetlen és direkt kontaktusokat teremt a vendéglátó közösség és turisták között, így autentikus élményeket kínál;

–marginális földterületek racionális használatát teszi lehetővé, elősegítve ezzel a rurális területek fejlesztését;

–nem fogyasztásorientált, viszont igényes a „szellemi javak”, a megismerhetőség, megtanulhatóság, a megértés, a direkt interakciók, a másság, a különlegesség és sokszínűség (természet, kultúra és tradíciók, eltérő életstílus- és értékrend, lokális díszítőművészet, népviselet, gasztronómia, hiedelemvilág, stb.) iránt;

–megtettesíti mindazon posztmaterális értékeket, melyek a világunk paradigmaváltását jelzik és sürgetik, sokkal nagyobb tudatosság természeti környezetünk, az eltérő kultúrák az egészség-egészségesség, a szellemi javak- és értékek tisztelete, megbecsülése terén;

– a turizmus képes integrátor ágazatává válni a rurális térségeknek, ezáltal hagyományos gazdasági tevékenységek számára piacokat, jövedelmeket foglalkoztatási lehetőségeket teremtve (multiplikátor-hatás).

A speciális érdeklődésű piaci szegmensek utazási motivációi, szükségleteiknek, igényeiknek megfelelő infrastrukturális elvárásaik, a fogadó területeken rendelkezésre álló programok és aktivitások terén is különböznek a hagyományos tömezturizmus jegyeitől.

## **Fejlesztési stratégiák**

### *Tömezturizmus*

Spontán fejlődés

Beruházás/befektetés vezérelt programok

Helyi szintű tervezés csupán

Szétszórt fejlesztések

Meglévő településeken kívüli fejlesztések

Intenzív fejlesztések a legszebb, legértékesebb tájakon, területeken

Új épületek, új növekvő ágyszámok

Beruházások/fejlesztések nem ismert, spekulatív jövőbeni keresletre (demand-led)

Turisztikai fejlesztések bárhol

Külső idegen befektetők fejlesztései

Foglalkoztatottak elsősorban idegenek

Kifejezetten befektetés-jellegű fejlesztések, cél a profit maximálása

Mezőgazdaság hanyatlása, munkaerő áramlása a turizmusba

A helyi közösség viseli a szociális terheket és költségeket

Közlekedés az autóhasználatra épül

Kapacitások a főszezoni keresletre épülnek

Természeti és történelmi „akadályok” eltüntetése

Városi jellegű építészet

Fejlett technológia, automatizált turisztikai eszközök/berendezések (csúcstechnológia)

### *Alternatív turizmus*

Komplex tervezés, csak azt követően fejlesztés

Programvezérelt fejlesztések

Térségi, regionális koordináció a fejlesztésben

Koncentrált fejlesztések

A fejlesztések meglévő településeken

Legértékesebb, legszebb területek megőrzése, védelme

Meglévő épületek újrahasznosítása – a kapacitások/ágyak hatékonyabb kihasználása

A fejlesztések/beruházások korlátainak megállapítása, rögzítése (supply-led)

Fejlesztések csak ott, ahol a helyi szolgáltatások már biztosítottak

Csak helyi fejlesztések/beruházók/befektetők

Foglalkoztatás a helyi potenciáloknak, adottságoknak megfelelően

Gazdasági-szociális-ökológiai szempontok teljes körű mérlegelése

Mezőgazdálkodás fenntartásával a turizmus révén diverzifikálni a helyi gazdaságot

Társadalmi költségeket a beruházók viselik

A forgalom a tömegközlekedésre és a helyi lehetőségekre épül

Átlagos keresletre méretezett kapacitások

Természeti és történeti emlékek/értékek megőrzése

Helyi, lokális építészet, anyaghasználat, technológia, formavilág, arányok, léptékek

*Forrás:* Butler, R.: *Alternative Tourism: The Thin Edge of the Wedge.*

In: *Tourism Alternatives*, Ed. by: Valene L. Smith and William Edington. Chichester-New York-Brisbane-Toronto-Singapore, 1992, John Wiley & Sons

A fenntarthatóság szellemében az ilyen típusú fejlesztéseket jellemzik:

*low technology* – hagyományos, helyi technológiák;

*low investment* – kis beruházási, fejlesztési költség;

*low risk* – alacsony kockázat/pénzügyi;

*low cost* – alacsony fajlagos működési költség;

*low waste* – a keletkező hulladék kis mennyisége;

*low infrastructure* – alacsony infrastrukturális fejlesztési igények/költségek;

*low impact* – a környezetre gyakorolt alacsony negatív hatás. Érvényesülnie kell a „bűvös 4R”-nek: *reuse* – *reduce* – *recycle* – *reclaim*-elveknek, mert e technológiák adott területen megvalósuló működtetése önmagában is turisztikai attrakció, a lehetséges interpretációk tárgya és mert ezek révén biztosítható, hogy létesítményünk maga is „ablak a természetre”, mivel az épített környezettel szemben is elvárás, hogy inspiratív legyen, járuljon hozzá a spirituális élmények kiteljesítéséhez. (A lokalitás jelentősége itt is tetten érhető a helyi anyagok, szakértelem, design, léptékek és tradíciók formájában!)

**Felhasznált irodalom**

- Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry. Towards Environmentally Sustainable Development*: WTO, Madrid, 1998
- BLAMEY, Russell K: *The Nature of Ecotourism*. Bureau of Tourism Research, 1995
- BRAMWELL, B.: *Shades of Green: Working Towards Green Tourism in the Countryside*, London, 1990
- Developing Sustainable Tourism*. WTO, Madrid, 1998
- The Ecodge Sourcebook*. Ed. by: Dr. D. E. Hawkins, Megan Epler Wood&Sam Bittman. The Ecotourism Society, North Bennington, 1995
- Ecotourism: A South Australian Design Guide for Sustainable Development*. South Australian Tourism Commission, 1994
- Guiding Principles of Sustainable Design*. United States Department of the Interior, National Park Service, Denver Service Center, 1993
- International Tourism: A Global Perspective*. Editor: Chuck Y. Gee - Eduardo-Fayos-Sola, World Tourism Organisation, Madrid, 1997
- JAMIESON, W.: *Maintaining and Enhancing the Sense of Place for Small Communities and Regions*, University of Calgary, 1990
- MCLAREN, Deborah *Rethinking Tourism and Ecotourism, The Paving of Paradise and What You Can Do to Stop It*, Kumarian Press, West Hartford, 1995
- National Ecotourism Strategy*. Commonwealth Department of Tourism, Australia, 1994
- Rural Tourism. A Solution for Employment Local Development and Environment*. World Tourism Organisation, 1997
- Tourism Alternatives*, Ed. By: Valene L. Smith and William Edington. John Wiley & Sons, Chichester-New York-Brisbane-Toronto-Singapore, 1992.
- Tourism on the Farm*. Ed. by: John Feehan. Environmental Institute, University College Dublin, 1992
- Tourism Strategies and Rural Developments*, OECD, Paris, 1994