

Termékleírás

Az ökoturizmus helyzete Magyarországon

Szerzők: Magyar Zsuzsanna¹–Sulyok Judit²

A Magyarország turizmusában is egyre fontosabb szerepet kapó ökoturizmus több évtizedes múlttra tekint vissza. Jelen tanulmány az ökoturizmus mint turisztikai termék elméleti megközelítéséből kiindulva kíván utánajárni a magyarországi adottságoknak, a keresleti és a kínálati jellemzőknek. A cikk szerkezetében szorosan kapcsolódik a Turizmus Bulletin korábbi számaiban (bor és gasztronómia, valamint vallási turizmus témakörben) megjelent termékleírásokhoz.

A feldolgozott információk alapján elmondhatjuk, hogy a magyarországi ökoturizmus inkább az ún. soft ökoturizmus fogalomkörébe illeszthető be, vagyis a jól kiépített általános és turisztikai infrastruktúra az utazók széles köre számára elérhető közelségbe hozza a természeti értékek megcsodálását, ezzel is formálva szemléletüket és támogatva értékeink megőrzését.

Kulcsszavak: turisztikai termék, ökoturizmus, fenntartható turizmus, természeti értékek.

Bevezetés

Ökoturizmus, zöldszturizmus, fenntartható turizmus, környezettudatos turizmus, természetalapú turizmus – gyakran találkozhatunk ezekkel a fogalmakkal. A mindennapi életet egyre inkább átszövő környezettudatosság a szabadidős célú utazásokat is befolyásolja, ami megmutatkozik a desztinációk kínálatában és a keresleti oldalon a vendégek magatartásában, attitűdjeiben egyaránt. Az ökoturizmus azonban nem új keletű fogalom, több évtizedes múlttra tekint vissza, az alapját adó természet pedig szoros kapcsolatban áll a turizmussal, a vonzerő, illetve az erre épülő turisztikai termék szerves része. Azt is tapasztalhatjuk, talán az utazók attitűdjeire reagálva, hogy dinamikusabban növekszik azon szolgáltatók száma, amelyek valamilyen formában – akár csak a nevükben – ökonak vallják magukat.

Jelen tanulmányban annak kívánunk utánajárni, hogy az ökoturizmus milyen szerepet játszik hazánkban, milyen kínálati és keresleti specifikumok jellemzik Magyarországot. A cikk folytatása a Turizmus Bulletinben korábban megjelent termékleírásoknak³, követve azok struktúráját és figyelembe véve a magyarországi adottságokat. Fontosnak tartjuk továbbá már a bevezetésben leszögezni, hogy jelen összefoglaló az ökoturizmusra mint turisztikai

termékre tekint, és megkülönbözteti a turizmus egészét átható fenntarthatóságtól, vagyis a fenntartható turizmustól.

1. Az ökoturizmus elméleti megközelítése

1.1. AZ ÖKOTURIZMUS FOGALMA⁴

Az ökoturizmus fogalmának vizsgálatához szorosan hozzátartozik az időfaktor, vagyis az ökoturizmus „története”. Hetzer már 1965-ben (idézi FENNEL 1997) lejegyezte a felelős alternatív turizmus kifejezést, aminek négy kritériumnak kell megfelelnie: minimális környezeti hatás, a helyi közösség maximális tiszteletben tartása, maximális előnyök a helyi lakosság számára, valamint maximális rekreáció a résztvevők számára.

Maga az ökoturizmus fogalma az 1980-as évek végén jelent meg először, akkori leírása szerint a tömegturizmus ellenpólusának tekinthető réstermékéről van szó – WEAVER–LAWTON (2007:1170) megfogalmazásában az „alternatív turizmus egy természeti alapú formájáról”, amelynek fontos célja, hogy a turizmus negatív hatásait kiküszöbölje. Az elmúlt évtizedekben a jellemzően védett természeti területekhez kapcsolódó ökoturizmus kereslete és kínálata egyaránt jelentős mértékben kiszélesedett, ami a fogalom átgondolását is szükségessé tette. Az ökoturizmus elismertségét jelzi az is, hogy az ENSZ a 2002. évet az Ökoturizmus Nemzetközi Événak nyilvánította. A tapasztalat ugyanakkor megmutatta, hogy az ökoturizmus nem válik/nem válhat a tömegturizmus valódi alternatívájává, nem szoríthatja ki, mert mindig lesz kereslet a tömegturizmusra is (KHAN 1997).

⁴ Az ökoturizmus fogalmáról összefoglaló olvasható a Turizmus Bulletin 2001/4. számában: Sulyok Judit: Ökoturizmus. pp. 17–20.

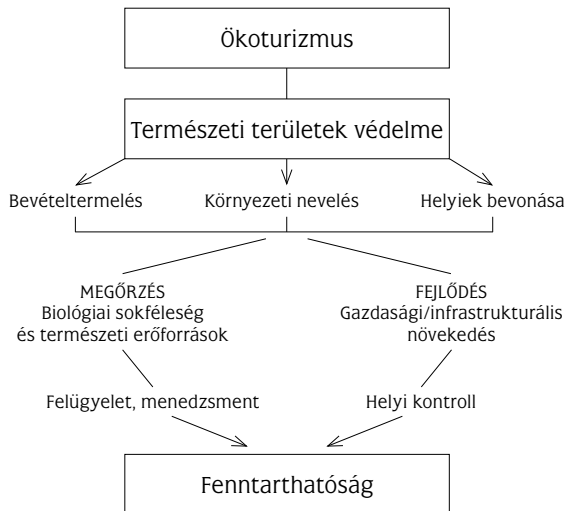
¹ Termékmenedzser, Magyar Turizmus Zrt. Termékmenedzserment Iroda. E-mail: magyar@itthon.hu.

² Vezető kutató, Magyar Turizmus Zrt. Kutatási Iroda. E-mail: sulyok@itthon.hu.

³ Magyar Turizmus Zrt. (2013): A bor és gasztronómia mint turisztikai termék (Turizmus Bulletin 2013/1. szám pp. 45–49.) és Sulyok J.–Mártonné Máthé K. (2014): A vallási turizmus helyzete Magyarországon (Turizmus Bulletin 2014/1. szám pp. 11–20.).

1. ábra

Az ökoturizmus mint a természet megőrzője és a fejlődés lehetősége



Forrás: ROSS–WALL (1999:124) alapján saját szerkesztés

Számos ökoturizmus-definícióval találkozhatunk a szakirodalomban. A fogalom részletesebb bemutatása előtt fontos tisztázni, hogy az ökoturizmus értelmezhető terméként és koncepcióként (Cater 1994, idézi CAMPBELL 1999), vagyis az utazást átható „filozófiaként” (MINTEL 2014). MICHALKÓ (2012) szerint az ökoturizmus a turizmus formáihoz kapcsolható, vagyis a tömegturizmus ellenpólusaként megjelenő alternatív turizmus esetében emeli ki, hogy a környezet gyakran meghatározó, annak megővése érték. Az ökoturizmus és a fenntarthatóság kapcsolatát az 1. ábra szemlélteti.

A fogalmak egy része ún. kritériumokat nevesít, amelyek meghatározzák az ökoturizmust. WEAVER–LAWTON (2007) és COUSINS (2007) tanulmányai szerint az ökoturizmusnak három fő kritériumnak kell megfelelnie: a természeti alapú vonzerők mellett a szerzők kiemelik, hogy a látogatói interakció a tanulásra, képzésre fókuszál, valamint hogy a látogatói élmény és a termékmenedzsment követi az ökológiai, a társadalmi és a gazdasági fenntarthatóság irányelveit. AHMAD (2014) vizsgálatai szerint az ökoturizmus domináns jellemzője, hogy a természet és a kulturális környezet elismertségét növeli, illetve hogy pozitív élményt jelent vendég és vendéglátó számára egyaránt. Idesorolhatók továbbá a nemzetközi szervezetek – köztük a Turisztikai Világszervezet (World Tourism Organization, UNWTO) definíciói is. A UNWTO fogalmi meghatározása⁵ (amit más források is alapul vesznek, például SULLYOK 2001, Országos ökoturizmus fejlesztési stratégiái 2008, MINTEL 2014) szerint az ökoturizmus:

⁵ <http://sdt.unwto.org/en/content/ecotourism-and-protected-areas>

1. Magában foglalja mindazon turizmusformákat, amelyek során a fő motiváció a természet megfigyelése, illetve a természeti területek hagyományos kultúrájának elismerése.
2. Oktatási és interpretációs elemeket tartalmaz.
3. Általában (nem kizárólag) kis csoportokban szervezett és kis, helyi tulajdonú vállalkozások által menedzsel.
4. Minimalizálja a természetre és a társadalmi-kulturális környezetre gyakorolt negatív hatásokat.
5. Támogatja a természeti területek védelmét (gazdasági előnyök/bevételek, munkahelyteremtés, természeti és kulturális értékek elismertségének növelése).

A Nemzetközi Ökoturizmus Társaság (International Ecotourism Society, TIES) meghatározása szerint az ökoturizmus „a természeti területek felelős módon történő felkeresése, ami megőrzi a környezetet, és hozzájárul a helyi lakosság jólétének fejlődéséhez” (MINTEL 2014:1). Ehhez hasonló a World Conservation Union (idézi ROSS–WALL 1999:124) definíciója is, amely szerint az ökoturizmus „a relatíve érintetlen természeti területek és azok lakosságának környezettudatos, felelős módon történő felkeresése a természet megcsodálása céljából (és egyéb kulturális jellemzővel kísérve), ami elősegíti a megőrzést, és kismértékű látogatóhatásokat eredményez”.

A definíció egy másik szempontú megközelítésére utal az ökoturizmus szűkebb és tágabb értelemben vett értelmezése (WEAVER–LAWTON 2007). A szűkebb értelemben vett (ún. hard) ökoturista a természettel való mélyebb, közvetlenebb kapcsolat iránt érdeklődik, előnyben részesíti a fizikailag aktívabb, kihívásokkal teli élményeket (Weaver 2001, idézi COUSINS 2007). A tágabb értelmezés szerint az ún. soft ökoturisták ezzel szemben eseti érdeklődést mutatnak a természet iránt, illetve kisebb mértékben azonosulnak a desztinációval, kevésbé mély a kapcsolat az úti céllal (Weaver 2001, idézi COUSINS 2007) (1. táblázat). Idetartozik, hogy az ökoturizmus egyre inkább kiegészül a vonzerő kulturális dimenziójával, ami nem véletlen, mert tulajdonképpen minden természeti táj magán hordozza az emberi kéz lenyomatát (WEAVER–LAWTON 2007).

Az ökoturizmus számos más turisztikai termékhez kapcsolható, az egyik, talán legambivalensebb példa a 3S-sel fémjelzett tömegturizmusba való beépülése (ökoturisztikai túrák a vízpartokon, itt említendő meg például Thaiföld). Hazánkban az Országos ökoturizmus fejlesztési stratégiában (2008) hivatkozott Országos Területfejlesztési Koncepció az ökoturizmus mint „gyűjtőfogalom” alá tartozó termékek között nevezi meg a falusi turizmust, a vízi és a vízparti turizmust, valamint a természeti turizmust. Európában a falusi turizmus gyakran kötődik az ökoturizmushoz, a két turizmusforma sok helyütt nem válik el szorosan egymástól (SULLYOK 2001).

Az ökoturizmus szűkebb és tágabb értelmezése

A szűkebb értelemben vett (ún. hard) ökoturizmus jellemzői	A tágabb értelemben vett (ún. soft) ökoturizmus jellemzői
Erős környezettudatosság	Felszínes környezettudatosság
Speciális látogatás	Több céllal történő látogatás
Hosszú utazás	Rövid utazás
Kis csoportok	Nagyobb csoportok
Fizikailag aktív	Fizikailag passzív
Fizikai kihívás	Fizikai kényelem
Kevés elvárt szolgáltatás	Szolgáltatások iránti igény
Mély, közvetlen kapcsolat a természettel	Lazább, kevesebb kapcsolat a természettel
Hangsúly a személyes élményen	Hangsúly az interpretáción
Saját szervezés, szolgáltatások megrendelése	Utazási irodák, tour operátorok szerepe

Forrás: WEAVER (2005:447) alapján saját szerkesztés

Az ökoturizmus fogalmának vizsgálatához érdekes adalék, hogy a világ turizmusában egyre fontosabb szerepet kapó, ún. feltörekvő vagy dinamikusan fejlődő küldőpiacok (például ázsiai országok) utazói számára ez a turisztikai termék is eltérő jellemzőkkel rendelkezik – a keleti és a nyugati világ sajátos jellemzőiből, életfilozófiájából adódóan. Idetartozik például, hogy a természet – azon belül a domborzat, természeti képződmények, állat- és növényvilág – más jelentéssel bír (például hegy, víz), ami az európai ökoturisztikai helyszínek sikerét is befolyásolhatja. BUCKLEY et al. (2008) tanulmánya például egy izgalmas témát dolgoz fel: az ökoturizmus kínai (a kínai kifejezés szó szerinti fordítása „ökológiai turizmus” lenne) és angol szakirodalomban történő feldolgozását állítja párhuzamba. A kettő között – számos hasonlóság mellett – fontos különbség, hogy a kínai értelmezésben például az ember, az ember egészsége – vagyis az ökoturizmus pozitív hatása az egyén jóllétére –, valamint a természet és a kultúra kapcsolata jóval fontosabb szerepet kap. Ezzel egyidejűleg a „nyugati” értelmezés kisebb volumenűnek, réstermékeknek tekinti az ökoturizmust, és egy tágabb kontextusba helyezi (például természeti turizmus – ún. nature-based tourism – vagy kalandturizmus keretén belül).

1.2. AZ ÖKOTURIZMUS POZITÍV ÉS NEGATÍV HATÁSAI

Az ökoturizmusban az adott célterület természeti értékeinek fenntartása/megőrzése és a fejlődés egyidejűleg van jelen, aminek következtében sok esetben egymással ellentétes érdekek ütköznek. Az ökoturizmus hatásait nehéz egyértelműen megítélni: WEAVER–LAWTON (2007) tanulmánya az ökológiai, a társadalmi-kulturális és a gazdasági hatások tekintetében egyaránt hoz pozitív és negatív példákat, az egyes desztinációktól függően.

Széles körben elismert az ökoturizmus pozitív hatása a szegénység enyhítésére, a biodiverzitás megőrzésére és a munkahelyteremtésre (CHAMINUKA et al. 2012). Az ökoturizmus előnyei között a szakirodalom kiemeli a gazdasági fejlődésben játszott szerepét, ami fontos érv a kevésbé fejlett országok (például Latin-Amerika, Afrika és Ázsia) számára (WEAVER–LAWTON 2007). A helyi közösség számára nyújtott előnyök között megkülönböztethetünk gazdasági jellegű (például foglalkoztatás/munkahely, bevételek), infrastrukturális (például árukhoz, szolgáltatásokhoz való hozzájutás, egészségügyi ellátás, képzés, közlekedés, telekommunikáció) és társadalmi/jólléti előnyöket (például identitás erősödése) (ROSS–WALL 1999).

A turizmust általánosságban jellemző negatív hatások, mint például a desztináció környezeti terhelése, az ökoturizmus esetében is jelen vannak, sőt, a természet minőségétől történő erőteljes függés még inkább ráirányítja a figyelmet a negatív hatások enyhítésére. Érdekes, gazdasági jellegű felvetésre világít rá AHMAD (2014) tanulmánya, ami szerint a – jellemzően pozitívan értékelt – ökoturizmus ellen szól, hogy kevesebb látogatót vonz, és ez befolyásolja a gazdasági eredményeket/bevételeket.

A pozitív és a negatív hatások kimutatásáról, az ökoturizmus által megfogalmazott célok megvalósulásáról a szakirodalom komplex indikátorrendszereket mutat be (például ROSS–WALL 1999, LI 2004). Az ökoturizmus területén népszerűek az ún. terhelhetőségi limitek (carrying capacity) (BOYD–BUTLER 1996), amelyek azonban nemcsak a látogatók számát, de összetételüket is befolyásolhatják. Az ökoturizmus hatásaival – és egyúttal mérési lehetőségeivel – kapcsolatban LI (2004) komplex indikátorrendszere természeti (például látogatottság, szennyezés), ember alkotta (például létesítmények foglaltsága), társadalmi és gazdasági (például egy lakosra jutó látogatók száma) aspektusokat tartalmaz.

1.3. AZ ÖKOTURISTA JELLEMZŐI

A fogalmi lehatárolás nehézségeiből adódóan az ökoturista más turistától való elkülönítése és sajátos jellemzőinek meghatározása is korlátokba ütközik (WEAVER–LAWTON 2007). Ennek megfelelően a szegmens volumenére vonatkozó adatok is szórványosak, nem egyértelmű, hogy mi alapján, kiket tekinthetünk ökoturistának. Arra több kutatás is rávilágít, hogy általában magasabb képzettséggel és jövedelemmel rendelkeznek, a fejlettebb országok lakosai dominálnak köztük, és – az ökoturizmus fogalmából adódóan – más fogyasztókkal szemben környezettudatosabbak (WEAVER–LAWTON 2007). A UNWTO adatait segítségül hívva azt mondhatjuk, hogy az ökoturisták általában 35 év felettek és kicsit nagyobb arányban nők, az utazás során végzett – igen sokféle – tevékenység közül pedig kiemelkedik a túrázás, valamint a növény- és állatvilág megfigyelése (MINTEL 2014).

Nem kevésbé érdekes az ökoturisták szegmentálása, azon belüli csoportok lehatárolása. WEAVER–LAWTON (2007) tanulmánya az utazók magatartására épülő – az ökoturizmus fogalmánál is használatos – soft/hard dimenziót emeli ki, továbbá az ún. strukturált ökoturista fogalmát, ami azt jelenti, hogy a természeti vonzerők felkeresésekor a hard élményt keresik, egyéb esetben pedig soft ökoturisták (például igénylik a kényelmes szálláshelyet és a finom ételeket). A hard ökoturisták szívesebben utaznak kisebb csoportokban, ezzel szemben a soft utazók a nagyobb csoportokat részesítik előnyben (COUSINS 2007). A nemzetközi szakirodalom fokozott figyelmet szentel a nem hagyományos küldőpiacoknak, például Ázsiának (WEAVER–LAWTON 2007). CHAMINUKA et al. (2012) tanulmánya az ökoturisták eltérő preferenciáira, attitűdjeire világít rá, függően a lakóhelytől (belföldi vagy külföldi turisták) és a jövedelem-szinttől.

Az Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia (2008:8) az ökoturisztikai szolgáltatásokat igénybe vevők négy csoportját különíti el:

- *„Alkalmi zöldturisták:* Nem tartozik elsődleges motívációik közé a természeti környezethez kapcsolódó turisztikai termékek igénybevétele, de utazása során útba ejti a látványosságot kínáló látogatóközpontot, bemutatóhelyet, tanösvényeket. Az ökoturizmus hazai (magyarországi, szerk.) 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 turisták, utazásuk során úgy választják meg az igénybe veendő szolgáltatásokat, hogy a negatív hatásokat minimalizálják, a pozitív hatásokat növeljék.
- *Elkötelezett ökoturisták:* A természet megismerése, az ökológiai szempontú életvitel a mindennapjaik része, utazásaik során is aktívan hozzájárulnak a természeti és kulturális értékek megőrzéséhez.”

1.4. AZ ÖKOTURIZMUS SZEREPE A VILÁG TURIZMUSÁBAN

Az eltérő értelmezésekből adódóan az ökoturizmus iránti kereslet mérése is korlátokba ütközik. MINTEL (2014) tanulmánya szerint a nemzeti parkokat és a védett területeket látogatók száma némi támpontot adhat a szegmens volumenének meghatározásához.

Az egységes fogalom hiányának tükrében a kereslet nagysága is nagy különbségeket mutat az egyes desztinációkban. A UNWTO például 1%-ra becsüli (a 2002. évre vonatkozóan) az ökoturizmusban részt vevő turisták számának részesedését a világ nemzetközi turizmusából, ezzel szemben az Amerikai Egyesült Államok esetében például 10%-os részarányt (www.ecotourism.org hivatkozva az Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia 2008) említenek.

1.5. AZ ÖKOTURIZMUS HELYSZÍNEI

Az ökoturisztikai desztinációk mind a mai napig jellemzően védett természeti területek, annak ellenére, hogy az elmúlt években növekvő figyelem irányult a nem védett (magántulajdonban lévő) vagy például a városi területekre és azok ökoturisztikai lehetőségeire (WEAVER–LAWTON 2007). Az ökoturizmus hagyományos, érett desztinációi jellemzően a fejlődő országokban található (BOYD–BUTLER 1996), de természetesen a fejlett országokban is vannak vonzó ökoturisztikai helyszínek (például Ausztrália, Kanada, Új-Zéland). Más típusú desztinációkhoz hasonlóan az ökoturizmus területén is értelmezhető a turisztikai desztinációk életciklusmodellje, ebben az esetben a kezdetekkor „hard” ökodesztinációnak számító úti célok a népszerűségük növekedésével párhuzamosan „soft” célterületté válhatnak (vagyis elindulnak a tömegturizmus irányába, ami a „tömeges ökoturizmus” fogalom megjelenését is magával hozta) (KRIDER et al. 2010).

A kínálati oldalon a magánszféra szereplői dominálnak, WEAVER–LAWTON (2007) tanulmánya az ökoturizmusra specializálódott és nem specializálódott

szolgáltatókat különíti el, amelyek méretüket tekintve a mikrovállalkozástól a nemzetközi vállalatokig terjedhetnek. A kevésbé fejlett országokban pedig az ún. közösgé alapú modellek játszanak fontos szerepet (WEAVER-LAWTON 2007).

Az ökoturisztikai desztinációk menedzsmentje kapcsán BOYD–BUTLER (1996) – szakirodalmi forrásokra építve – nyolc alapvető tényezőt nevez meg, amelyek a következők:

- elérhetőség, megközelíthetőség (ideértve a marketinget/promóciót, aminek köszönhetően a desztináció a potenciális utazók tudatában is jelen van);
- az ökoturizmus és más erőforrás-használat közötti kapcsolat;
- a régióban található vonzerők;
- turisztikai infrastruktúra megléte;
- szakmai tudás és képességek, készségek;
- szociális interakció (más ökoturistákkal és a helyi lakossággal);
- a látogatói hatások (el)ismerése és kontroll az erőforrás-használat felett;
- hosszú távon biztosítható menedzsment.

Az ökoturisztikai desztinációk sikerességét számos szervezet, szövetség segíti. A MINTEL (2014) tanulmánya a legjelentősebbek között említi a következő kezdeményezéseket:

- az európai védett területek szervezete (European Federation of Parks, EUROPARC),
- a védett területek hálózata (Protected Area Network, PAN),
- a tengerparti területeket érintő kezdeményezés (Global Programme of Action for the Protection of the Marine Environment from Land-based Activities, GPA, idetartozik a Magyarországon is ismert Kék Hullám Zászló minősítés),
- az esőerdőket (Rainforest Alliance),
- a hegyvidékeket (Mountain Partnership),
- a sarkvidékeket (a WWF keretein belül) és
- a városi területeket érintő (Green Tourism Association) szerveződések.

1.6. VÉDJEGYEK, MINŐSÉGI TANÚSÍTVÁNYOK

Számos, a fenntarthatóságot és ezáltal közvetetten az ökoturizmust érintő védjegy, ajánlás, díj létezik a világon, amelyek jellemzően önkéntes alapon jöttek létre, ebből kifolyólag a mögöttük álló tartalom, a védjegyet megszerző szolgáltatással, termékkel szembeni követelmények is változatosak (FONT 2002). A minősítések pozitív hozadéka a turisztikai szakma és az utazók számára is kimutatható. Ahogy arra az Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia (2008) is rávilágít, az ilyen minősítések egyre fontosabb szerepet játszanak az ökoturisták

befolyásolásában. Bár meg kell jegyezni, hogy a látogatók a védjegyekkel magasabb árat társítanak, ami negatívan is befolyásolhatja az árat, az úti célt és az aktivitásokat előtérbe helyező utazási döntéshozatalt.

Európában körülbelül 40 regionális, országos vagy nemzetközi ökovédjegy létezik, az egyik legjelentősebb kezdeményezés az önkéntes alapon működő Voluntary Initiatives for Sustainability in Tourism (VISIT) (MINTEL 2014).

2. Az ökoturizmus magyarországi kínálata

Magyarország területének egytizede természetvédelmi terület, a védett területek sok esetben gazdasági-társadalmi szempontból hátrányos helyzetű térségekben található (Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia 2008). Hazánk ökoturisztikai kínálata – az ország természeti adottságaiból adódóan – igen sokszínű. A 2012. évi adatok szerint⁶ 571 ökoturisztikai létesítmény működik Magyarországon (ezen belül 419 tanösvény és 28 látogatóközpont), amelyekből 293 részben vagy egészben nemzeti park igazgatóság fenntartásában működik. A hazai ökoturizmus meghatározó képviselője a Földművelésügyi Minisztérium felügyelete alatt működő tíz nemzeti park igazgatóság, amelyek – többek között – egyedülálló természeti értékeink, természetvédelmi oltalom alatt álló területeink kezelését, turizmusba való bekapcsolását, valamint oktatási és környezeti nevelési feladatokat látnak el. Az első magyarországi nemzeti park 1973-ban létesült (Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatóság), a tizedik pedig 2002-ben (Órségi Nemzeti Park Igazgatóság).

Nemzeti parkjaink (továbbiakban NP) közül hagyományos turisztikai célterületnek számítanak a régi, nagy múltú nemzeti parkjaink, így a Hortobágyi, a Kiskunsági vagy a Bükk Nemzeti Park, részben természeti, részben hagyományos kultúrtörténeti vonzerőik révén, az itt található desztinációk viszont sokszor nem a klasszikus értelemben vett ökoturizmus fogadóterületei. Fontos turisztikai desztinációk a nemzeti parki területen található természeti, illetve kultúrtáj kategóriában UNESCO világörökségi címet nyert területeink is: az Aggteleki-karszt barlangjai (Aggteleki Nemzeti Park), a hortobágyi puszta (Hortobágyi Nemzeti Park), valamint a Fertő/Neusiedler See kultúrtáj (Fertő–Hanság Nemzeti Park). A kilencvenes évek végén, a kétezres évek elején alakult nemzeti parkjaink szintén jelentős turisztikai potenciállal rendelkeznek, közülük többen tudatos és folyamatos ökoturisztikai

⁶ Forrás: Dr. Rácz András környezet- és természetvédelemért felelős helyettes államtitkár előadása a 2013. június 14-én, Hortobágyon megtartott ökoturisztikai konferencián – az előadás elérhető: http://www.termeszetvedelem.hu/_user/browser/File/Okoturizmus/MNPH_2013_eloadasok/RaczAndras_koszonto.pdf (Letöltve: 2014. május 23.).

fejlesztéseik, valamint a turizmusra való nyitottságuk révén egyre jelentősebb szerepet töltenek be a hazai ökoturisztikai kínálat megjelenítésében és piacra vitelében. Komplex és a külföld felé is eladható ökoturisztikai csomagokkal rendelkeznek a Balaton-felvidéki, az Őrségi, valamint a Fertő–Hanság Nemzeti Park, amelyek a PaNaNet (Pannonian Nature Network) elnevezésű, határon átnyúló ökoturisztikai projekt keretében is együttműködnek.

Nem szabad azonban figyelmen kívül hagyni, hogy az ökoturizmus nem kizárólag nemzeti parki kezelés alatt álló védett területekre, hanem más (sokszor önkéntes, civil szerveződés, egyesület stb.) által kezelt vagy fenntartott, kisebb területű tájegységekre, vidékekre, így például natúrparkokra is irányul. A *natúrparkot* mint helyi, alulról jövő szerveződést a következőképp definiálják a magyar természetvédelem hivatalos oldalán: „A *natúrpark* a természeti értékek fenntartásán alapuló, a helyi önkormányzatok, civil szervezetek és a lakosság összefogása, együttműködése eredményeként létrejövő területfejlesztési együttműködés, amely az ökoturizmus fejlesztésén, a helyi nevezetességek, természeti értékek, a népi kultúra, hagyományok bemutatásán keresztül hozzájárul a természet és a táj értékeinek megőrzéséhez, a munkahelyteremtéshez és a lakosság életminőségének javításához.”⁷ Hazánkban jelenleg hét, miniszteri hozzájárulással működő, elismert natúrpark működik, ezek a Vértesi, az Írottkő, a Sokoró-Pannontáj, a Cserhát, a Szatmár-Beregi, a Hét Patak Gyöngye, valamint a Gerecse Natúrpark. A natúrparkokat működtető egyesületek a szélesebb értelemben vett ökoturizmus, illetve a fenntartható turizmus mellett elkötelezett turisztikai szereplők, turisztikai kínálatuk a védett természeti értékek bemutatásán túl az adott tájegység kulturális hagyományaira, azok megőrzésére és bemutatására is épít.

Különleges helyet foglalnak el hazánk ökoturisztikai kínálatában a földtani értékek bemutatását célul kitűző *geoparkok*. Magyarországon jelenleg két geopark (Bakony-Balaton Geopark a Balaton-felvidéki Nemzeti Park területén, valamint a határon átnyúló Novohrad–Nógrád Geopark) található. Mind a két helyszínen az elmúlt években kezdődtek, illetve jelenleg is folynak az ökoturisták fogadását célzó fejlesztések, turisztikai projektek.

Mind a nemzeti, mind a natúrparkok ökoturisztikai kínálatában meghatározó elemek az általuk fenntartott bemutatóhelyek és ökoturisztikai létesítmények (látogató- és oktatóközpontok, illetve tanösvények), valamint a szakvezetéses túrák. Ezek közül az ökoturisztikai látogatóközpontok és tanösvények évről évre megmérettetnek „Az év ökoturisztikai létesítménye” elnevezésű pályázat keretében.⁸

⁷ Forrás: Földművelésügyi Minisztérium, http://www.termeszetvedelem.hu/index.php?pg=sub_788 (2014. 02. 13.) – letöltve: 2014. május 22.

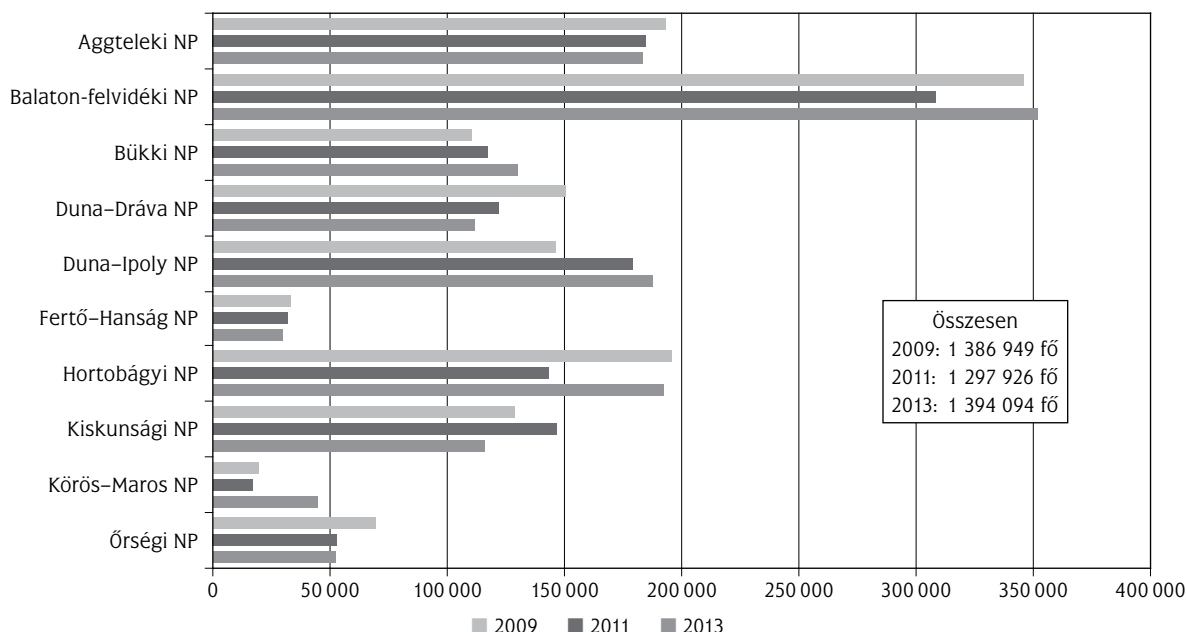
⁸ A pályázatról bővebben a 4. pontban (A Magyar Turizmus Zrt. marketingtevékenysége) olvashatnak.

A többnyire védett természeti területen létesített bemutatóhelyek a természeti vagy a kulturális örökség egy-egy jellemző területének részletes bemutatására szolgálnak – ezek lehetnek természeti képződmények, barlangok, arborétumok, földtani, néprajzi, történelmi vagy kultúrtörténeti szempontból jelentős helyek (geológiai bemutatóhely, tájház, emlékhely stb.). Általában számottevő turisztikai forgalmat bonyolítanak, a látogatók leggyakrabban ezeket a nemzeti park igazgatóságok által kezelt helyszíneket célozzák, például Baradla-barlang (Aggteleki NP); Ipolytarnóci Ősmaradványok Természetvédelmi Terület Bemutatóhely (Bükk NP); Tapolcai-tavasbarlang, Hegyestű Geológiai Bemutatóhely (Balaton-felvidéki NP); Mohácsi Történelmi Emlékhely (Duna–Dráva NP); Ócsai tájház (Duna–Ipoly NP).

Kifejezetten az ökoturizmus igényeinek kiszolgálására kezdődött el hazánkban is természetvédelmi látogatóközpontok és tanösvények kialakítása. A *látogatóközpontok* olyan bemutatóhelyek, ahol a vendég a nemzeti park vagy az adott terület (például natúrpark) képzett munkatársaitól kap tájékoztatást a védett természeti terület bejárásának lehetőségeiről, az interaktív kiállítások pedig időjárástól függetlenül lehetőséget biztosítanak a gazdag természeti és kulturális örökség, valamint a megőrzésük érdekében folytatott természetvédelmi tevékenység megismerésére. A látogatóközpontok sokszor egy-egy természetvédelmi terület „kapujában”, egyfajta fogadóhelyként szolgálnak, és a turisztikai célú bemutatás mellett sokszor környezeti nevelési feladatokat ellátó oktatóközpontokként is funkcionálnak (például Nyugati Kapu Oktató- és Látogatóközpont – Felsőtárkány, Bükk NP; Dráva Kapu Bemutatóközpont – Barcs-Dráva-szentés, Duna–Dráva NP; Csapody István Természetis-kola és Látogatóközpont – Fertőújlak, Fertő–Hanság NP). Némely látogatóközpont interaktív és családbarát elemekkel igyekszik egy-egy szűkebb terület egyedi természeti látnivalóját, örökségét tematikus formában bemutatni (például Levendula Ház – Tihany, Pannon Csillagda – Bakonybél, Balaton-felvidéki NP; Pilisi Len Látogatóközpont – Pilisszentiván, Duna–Ipoly NP; a Szatmár-Beregi Natúrpark látogatóközpontja – Kísar).

Az ökoturisztikai létesítmények másik formája, a *tanösvény* olyan tematikus túraútvonal, amelyen állomáshelyekhez kötődően, táblák és kiadványok segítségével ismerhető meg a terület természeti és kulturális öröksége, jellemzően önállóan, szakvezetés nélkül. Tanösvényekből számtalan létesült a nemzeti parki, natúrparki vagy akár erdőgazdasági, önkormányzati vagy magán-fenntartásban, illetve -kezelésben lévő területeken.

Míg az ökoturisztikai létesítmények jellemzően az önállóan történő megismerést célozzák, az ökoturizmus kínálatának fontos elemei az országszerte a természeti területeken a nagyközönség számára előre meghirdetett *szakvezetéses túrák*, amelyek célja a természeti és

A magyarországi nemzeti parkok látogatóinak száma, 2009, 2011, 2013


Forrás: a Földművelésügyi Minisztérium által rendelkezésre bocsátott adatok alapján saját szerkesztés

a kultúrtörténeti látnivalók felkeresése és bemutatása szakképzett túravezetők (természetvédelmi örök, erdészek, barlangászok, csillagászok) vezetésével. A védett természeti területek egy részén – például a fokozottan védett területeken és az egyéb, látogatással szemben érzékeny területeken – ez az egyetlen módja a természeti örökség megismerésének, kizárólag így látogathatók például barlangjaink (Aggteleki-karszt, Bükk, Budai-hegység barlangjai) vagy védett őslápos területeink (bátorligeti ősláp, szőcei tőzegmohás láprét).

3. Az ökoturizmus magyarországi kereslete

Az ökoturizmus magyarországi keresletének mérése korlátokba ütközik. Tekintettel arra, hogy ez a szegmens viszonylag kicsinek tekinthető, a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatfelvételeiben nem nevesített az ökoturizmus. A belföldi utazások motivációi⁹ közül a természetjárás kategória tekinthető a téma szempontjából relevánsnak. A 2012. évi felmérés¹⁰ eredményei szerint természetjárás motivációval 157 268 fő vett részt többnapos belföldi utazáson (az összes többnapos belföldi utazáson részt vevők 0,9%-a). Ez összesen 616 950 eltöltött napot és 3,2 milliárd forintos költést eredményezett. Az utazók

34,2%-a a harmadik, további 31,8%-a a második negyedévben kelt útra.

A Magyar Turizmus Zrt. (MT Zrt.) megbízásából készült, a magyar lakosság utazási szokásait vizsgáló felmérésekben¹¹ a következőkre vonatkozóan találunk információt. 2012-ben a főutazás (a háztartás számára legfontosabb utazás) helyszínének kiválasztásában döntő tényezők között első helyen állnak az úti cél kedvező természeti adottságai, látnivalói (a belföldi főutazások 40,0, a külföldi főutazások 51,0%-ában említették). A természeti látnivalók megtekintése az utazás során népszerű tevékenység: a belföldi főutazások 34,2, a külföldi főutazások 57,3%-ában említették, előbbi esetében ez a negyedik, utóbbi esetében a harmadik helyet jelenti a választható tevékenységek sorában (az első helyeken a passzív pihenés, a városlátogatás és a strandolás, fürdőzés állnak). A magyarországi adottságok elismerését jelzi, hogy – szintén a 2012. évi eredmények szerint – az utazók belföldi főutazásaik során az ún. környezeti tényezőkkel (idetartozik a tisztaság, a táj és az épített környezet) nagyon elégedettek (1–100-ig terjedő skálán 88,4).

A magyar lakosság ökoturizmussal szembeni attitűdjének feltérképezéséhez közelebb vihetnek továbbá a Magyar Turizmus Zrt.-nek – jelen cikkben nem részletezett – a 2007. évi tematikus év „Zöld Út” kapcsán végzett

⁹ Forrás: KSH Tájékoztató Adatbázis

¹⁰ A cikk írásakor elérhető legfrissebb adat.

¹¹ További információ a 2012. évi felmérésről: [Mester Tünde: A magyar lakosság utazási szokásai 2012-ben](#). Turizmus Bulletin 2013/1. pp. 20–40.

A magyarországi nemzeti parkok látogatottsági adatai, 2013

Nemzeti park	Látogatottság (fő)	Helyszínek, események	Leglátogatottabb helyszínek
Aggteleki NP	182 754	kulturális jellegű rendezvények, csónak- és kenutúra, barlangi kalandtúra	Baradla barlang (81 833 fő), Aggteleki Látogatóközpont (26 845 fő), Vöröstó Látogatóközpont (25 378 fő)
Balaton-felvidéki NP	351 422	szakvezetési túra, nyílt túra, nyílt nap, jeles nap, saját szervezésű rendezvény	Tapolcai-tavasbarlang (106 150 fő), Pannon Csillagda (29 865 fő) Hegyestű geológiai bemutatóhely Monoszló (37 290 fő) Bivalyrezervátum (Kápolnapusztá, 36 445 fő)
Bükki NP	129 253	nyílt nap, jeles nap, saját szervezésű rendezvény	Ipolytarnóci Ősmaradványok Természetvédelmi Terület (47 497 fő) Szent István-barlang (Lillafüred, 24 552 fő)
Duna-Dráva NP	111 318	gyalogos túra, természetismereti oktatás (Tettye Oktatási Központ, 2888 fő)	Abaliget-barlang (40 586 fő), Denevérmúzeum (18 492 fő)
Duna-Ipoly NP	187 509	szakvezetési túra, nyílt túra, barlangi kalandtúra (Mátyás-hegyi-barlang, 4669 fő)	Pál-völgyi-barlang (35 744 fő), Szemlő-hegyi-barlang (28 661 fő)
Fertő-Hanság NP	29 051	szakvezetési túra, nyílt túra, csónak- és kenutúra	Lászlómajor Bemutató Majorság (6156 fő), Kócsagvár (4947 fő)
Hortobágyi NP	191 659	nyílt nap, jeles nap, saját szervezésű rendezvény	Tisza-tavi Vízi Sétány (66 496 fő), Hortobágyi NP Látogatóközpont (31 150 fő), Hortobágyi Pásztormúzeum (17 143 fő)
Kiskunsági NP	115 384	rendhagyó „órák”, Szent Mihály Napi Vigasságok (Bugac), szakvezetési túra, nyílt túra	Páasztormúzeum (Bugac, 16 400 fő)
Körös-Maros NP	44 096	nyílt nap, jeles nap, szakvezetett túra, vándorkiállítások	Mágor-pusztai tanösvény (7349 fő), Körösvölgyi Látogatóközpont (4254 fő)
Őrségi NP	51 648	nyílt nap, jeles nap, szakvezetett túra	Őrségi Népi Műemlékegyüttes (23 748 fő), Harmatfű Természetvédelmi Oktatóközpont (8831 fő)

Forrás: a Földművelésügyi Minisztérium által rendelkezésre bocsátott adatok alapján saját szerkesztés

felmérései, valamint a nemzeti parkok látogatói körében végzett megkérdezések.¹²

A KSH keresletfelmérésének¹³ adatai szerint 2013-ban a hazánkba turisztikai céllal látogatók (14 887 ezer fő) 1,8%-a, 272 ezer fő érkezett természetjárás motivációval. 39,9%-uk a második, további 27,6%-uk a harmadik negyedében látogatott Magyarországra. A természetjárás motivációval érkező vendégek összesen 2,5 milliárd forintot költöttek (a turisztikai céllal érkezők költésének 0,3%-a).¹⁴

¹² Halassy E. (2007): A magyar lakosság nemzeti parkokkal, természetjárással és lovasturizmussal kapcsolatos attitűdjei, utazási szokásai és utazási tervei 2006-ban (Turizmus Bulletin 2007/1–2. pp. 33–43.), Magyar Turizmus Zrt.–M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2008): A Zöld út 2007 kampányév hatékonysága (Turizmus Bulletin 2008/1. pp. 21–29.) és Sulyok J. (2009): A magyarországi nemzeti parkok látogatóinak jellemzői (Turizmus Bulletin 2009/4. pp. 32–39.).

¹³ Forrás: KSH Tájékoztatói Adatbázis

¹⁴ Az alacsony mintaelemszám miatt az adatok tájékoztató jellegűek.

Az ökoturizmus keresletének vizsgálatához tartozik még a nemzeti parkok látogatottsága. A 2. táblázatban és a 2. ábrán olvasható információk arra engednek következtetni, hogy számottevő kereslet mutatkozik az ökoturisztikai szolgáltatások körébe sorolható helyszínek, bemutatóhelyek felkeresése iránt. A leglátogatottabb helyszínek kapcsán egyúttal felmerül, hogy ezek közül több „klasszikus” kirándulási célpontnak tekinthető, vagyis jóval túlmutat ökoturisztikai szerepén. Itt jegyezzük meg, hogy a hazai nemzeti parkok a külföldi látogatók számára vonatkozóan nem gyűjtenek rendszeresen adatot. Egy 2013. évi ad hoc felmérés eredményei szerint a külföldi látogatók aránya 8-10% körüli, amitől a Balaton-felvidéki Nemzeti Park tér el (ott 30% körüli ez az arány) (Földművelésügyi Minisztérium tájékoztatása).

4. A Magyar Turizmus Zrt. marketingtevékenysége

Az ökoturizmus, illetve a tágabb értelmű zöldturizmus önálló turisztikai terméként van jelen az MT Zrt.

marketingtevékenységében, kapcsolódva a turizmus más formáihoz, így a vidéki (falusi) turizmus, valamint az aktív turizmus területéhez. Felismerve a hazai aktív és ökoturisztikai kínálat közötti közös pontokat, a két turisztikai termék egymást kiegészítő voltát, az MT Zrt. e két terméket együtt kezeli a belföldi és a külföldi marketingkommunikációja során. A belföldi marketingkommunikációban a zöld-, illetve ökoturizmus az aktív turizmussal együtt kiemelt, önálló termékként, míg a külföld felé irányuló kommunikációban kiegészítő termékként jelenik meg a hagyományosan kiemelt termékek mellett (egészségturizmus, fesztiválok, nagyrendezvények; Budapest; MICE).

Az MT Zrt. termékstruktúrájában és marketingtevékenységében 2007-ben kapott először komolyabb, egész évre szóló figyelmet az öko-, illetve aktív turizmus, amikor a társaság – a 2006-ban elkezdett tematikus évek koncepcióját folytatva – meghirdette a zöldturizmus évét (Zöld Út). Ennek keretében az MT Zrt. kommunikációjában kiemelt szerepet kapott a természetjárás, valamint a kerékpáros, a vízi és a lovas turizmus. Ekkor szervezte meg először az akkori Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium és hazánk tíz nemzeti park igazgatósága az azóta is sikerrel zajló Magyar Nemzeti Parkok Hetét, amelynek keretében a nemzeti parkok júniusban egy héten keresztül számos kedvezményes kirándulási lehetőséggel, tematikus túrákkal, szakvezetésekkel, kedvezményes belépőkkel és külön erre a hétre szervezett programokkal várják a látogatókat. Az MT Zrt. a kezdetek óta részt vesz az esemény kommunikációjában, valamint a Magyar Nemzeti Parkok Hetét megelőző, évről évre más helyszínen megrendezett ökoturisztikai konferencián és a központi nyitórendezvényen is.

A hazai ökoturizmus egyik legfőbb hazai képviselőjével, a Földművelésügyi Minisztérium Nemzeti Parki és Tájvédelmi Főosztályával szoros szakmai kapcsolatot ápol a társaság, amelyet 2011 óta stratégiai együttműködési megállapodásban is rögzítenek. Az együttműködés keretében jelent meg a minisztériummal közösen készített Vendéglátó nemzeti parkok című, hazánk ökoturisztikai kínálatát bemutató kiadvány, amely az évek során tartalmilag kibővült a natúrparkokat, a geoparkokat, a kivasutakat és az erdei iskolákat bemutató tematikus egységekkel, és jelenleg Zöld utakon Magyarországon címmel szerepel a társaság kiadványportfóliójában.

Szintén az együttműködés jegyében 2010-ben írta ki először pályázatát az akkori Vidékfejlesztési Minisztérium Környezet- és Természetvédelmi Helyettes Államtitkársága, a Nemzetgazdasági Minisztérium Turisztikai és Vendéglátó-ipari Főosztálya és az MT Zrt. „Az év ökoturisztikai létesítménye” cím elnyerésére. A pályázat célja, hogy az ökoturisztikai létesítmények, illetve működtetőik számára lehetőséget adjon kínálatuk látogató- és családbarát jellege alapján történő megmérettetésre. A címet

elnyert létesítményeket a pályázat lebonyolításában közreműködő szervezetek kommunikációs tevékenységük során kiemelten kezelik. A cím elnyerésére ökoturisztikai létesítmények üzemeltetői (nemzeti park igazgatóságok, erdőgazdaságok, önkormányzatok, társadalmi szervezetek, társas és magánvállalkozások stb.) pályázhatnak látogatóközpont és tanösvény kategóriában. Az elmúlt években elbírált pályázatok alapján megállapítható, hogy egyre több szervezet, illetve üzemeltető fordít kiemelt figyelmet ökoturisztikai létesítménye létrehozásakor a fenntarthatósági, látogató- és családbarát szempontok érvényesítésére. Többek között kiváló példái ezen három szempont érvényesülésének a pályázaton az elmúlt években első díjat nyert helyszínek, mint a Balaton-felvidéki Nemzeti Park Igazgatóság által fenntartott tihanyi Levendula Ház és a bakonybéli Pannon Csillagda, az Őrségi Nemzeti Park Igazgatóság Bechtold István Természetvédelmi Látogatóközpontja Kőszegen, valamint az Ipoly Erdő Zrt. Katalinpusztai Kirándulóközpontja Szendehely közelében.

A 2007-es tematikus év sikere után az ökoturizmus mint termék továbbra is fontos és releváns része maradt a turisztikai termékstruktúrának, és 2013-tól a termék-alapú kommunikáció jegyében, az aktív turizmussal karöltve önálló termékcsoporthként jelenik meg belföldön. A 2013-as és a 2014-es marketingtervben is meghirdetett négy évszakos termékkampányok sorát tavasszal az aktív, az öko- és a falusi, összefoglalóan a zöldturizmust középpontba állító „Ébredés” kampány nyitja márciusban, és a termék kiemelt figyelmet kap mind a három tavaszi hónapban, márciustól májusig.

Az ökoturizmus az elmúlt években – a nyomtatott formában történő megjelenés mellett – egyre hangsúlyosabb szerepet kapott az online felületeken is. Az MT Zrt. saját honlapján, az itthon.hu-n belül, a termék-alapú kommunikáció jegyében külön tematikus aloldalt indított a zöld-, illetve ökoturizmus témájában a <http://zold.itthon.hu> cím alatt, valamint a tavaszi Ébredés kampányhoz kapcsolódóan további online aktivitásokkal (Facebook-játék, Google AdWords-kampány stb.) igyekszik felkelteni a célcsoport figyelmét és érdeklődését a fenntartható turisztikai formák és utazás iránt.

Bár az ökoturizmus elsősorban belföldön releváns termékünk, az egészség-, valamint az aktív turisztikai kínálatot kiegészítő termékként a Magyar Turizmus Zrt. külföld felé történő kommunikációjában is szerephez jut, elsősorban újságírói tanulmányutak révén. A zöldturizmust illető külföldi marketingaktivitások fókuszában a nemzeti parkok ökoturisztikai kínálata áll, ebből elsősorban a világörökségi címmel kitüntetett helyszínek (Hortobágyi, Aggteleki, Fertő-Hanság Nemzeti Parkok területe) jelentenek releváns vonzerőt. Hátrányt jelent ugyanakkor a helyszínek Budapesttől való távolága, valamint nehéz megközelíthetősége, ezért nemzeti

parkjaink külföldi látogatói elsősorban a határ menti területekről, illetve a szomszédos országokból érkeznek (Aggteleki Nemzeti Park – Szlovákia; Fertő–Hanság Nemzeti Park – Ausztria, Szlovákia; Őrségi Nemzeti Park – Szlovénia stb.), így az MT Zrt. marketingtevékenysége során is elsősorban ezen célcsoportok felé történik kommunikációjuk.

5. Összegzés

Az ökoturizmus Magyarországon értékes hagyományokkal és egyúttal jelentős jövőbeni potenciállal rendelkezik. A kedvező természeti adottságok és az általános és a turisztikai infrastruktúra fejlettsége alapján a réstér-mékek is tekinthető ökoturizmus hazánkban inkább az ún. soft (szélesebben értelmezett) ökoturizmus fogalmkörébe sorolható. Amellett, hogy védett értékeink, érintetlen tájaink több esetben korlátozottan látogathatók (vagyis ezek a helyszínek az ún. hard ökoturisták számára igazán vonzóak), a természet felfedezése és megbecsülése az utazók széles köre számára elérhető közelségben helyezkednek el. Az Európai Unió 2014–2020-ig szóló tervezési időszakához kapcsolódó Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepció tervezetében is nevesített ökoturizmust országstratégia folyamatos fejlesztés jellemzi. A közelmúltban megnyílt látogatóközpontok, létesítmények népszerűsége is jelzi, hogy a modern turisztikai interpretációs eszközök használata az ökoturizmusban is alapvető. De említhetjük a Bejárható Magyarország elnevezésű programot is, ami az ökoturizmus fejlődését is pozitívan befolyásolja. A hazai ökoturisztikai kínálat piacra vitelét, bel- és külföldi népszerűsítését a turisztikai trendekhez igazodó marketingtevékenység kíséri, aminek eredményeként reményeink szerint az ökoturizmust alapjaiban meghatározó megőrzés és fejlődés egymással harmóniában szolgálja a fenntartható és versenyképes turizmust.

Felhasznált források

AHMAD, A. (2014): The disengagement of the tourism businesses in ecotourism and environmental practices in Brunei Darussalam. *Tourism Management Perspectives*. 10. pp. 1–6.

BOYD, S. W.–BUTLER, R. W. (1996): Managing ecotourism: an opportunity spectrum approach. *Tourism Management*. 17. pp. 557–566.

BUCKLEY, R. et al. (2008): Shengtai Luyou: Cross-Cultural Comparison in Ecotourism. *Annals of Tourism Research*. 35. 4. pp. 945–968.

BUCKLEY, R. (1994): A Framework for Ecotourism. *Annals of Tourism Research*. 21. 3. pp. 661–669.

CAMPBELL, L. M. (1999): Ecotourism in Rural Developing Communities. *Annals of Tourism Research*. 26. 3. pp. 534–553.

CHAMINUKA, P. et al. (2012): Tourist preferences for ecotourism in rural communities adjacent to Kruger National Park: A choice experiment approach. *Tourism Management*. 33. pp. 168–176.

COUSINS, J. A. (2007): The role of UK-based conservation tourism operators. *Tourism Management*. 28. pp. 1020–1030.

FENNEL, D. A. (1997): Ecotourism in Canada. *Annals of Tourism Research*.

FONT, X. (2002): Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects. *Tourism Management*. 23. pp. 197–205.

KHAN, M. M. (1997): Tourism Development and Dependency Theory: Mass Tourism vs. Ecotourism. *Annals of Tourism Research*.

KRIDER, R. E. et al. (2010): Trait and Image Interaction – In Ecotourism Preference. *Annals of Tourism Research*. 37. 3. pp. 779–801.

LI, W. (2004): Environmental management indicators for ecotourism in China's nature reserves: A case study in Tianmushan Nature Reserve. *Tourism Management*. 25. pp. 559–564.

MICHALKÓ (2012): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

MINTEL (2014): *Redefining Ecotourism*. London, United Kingdom.

Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia (2008). http://www.termeszvedelem.hu/_user/downloads/okoturizmus/okoturizmus_strategia_X.pdf. Letöltve: 2014. június 10.

ROSS, Sh.–WALL, G. (1999): Ecotourism: towards congruence between theory and practice. *Tourism Management*. 20. pp. 123–132.

SULYOK J. (2001): Ökoturizmus. *Turizmus Bulletin*. 2001/4. pp. 17–20.

WEAVER, D. B.–LAWTON, L. J. (2007): Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management*. 28. pp. 1168–1179.

WEAVER, D. B. (2005): Comprehensive and Minimalist Dimensions of Ecotourism. *Annals of Tourism Research*. 32. 2. pp. 439–455.

Internetes források

Bejárható Magyarország http://www.oktatas.hu/koznevelés/aktualis_tanev_esemenyei/hireink/bejarhato_magyarorszag

Földművelésügyi Minisztérium <http://www.kormany.hu/hu/foldmuvelesugyi-miniszterium>

Központi Statisztikai Hivatal Tájékoztatói Adatbázis <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/themeSelector.jsp?&lang=hu>

www.magyarornemzetiparkok.hu

World Tourism Organization unwto.org