Termékleírás

Az aktív turizmus helyzete Magyarországon

Fókuszban a kerékpározás és a természetjárás

Szerzők: Sulyok Judit[1]–Magyar Zsuzsanna[2]

A nemzetközi trendekhez hasonlóan Magyarország turizmusában is megfigyelhető az aktív turisztikai szolgáltatások iránti növekvő igény, ami a hazánkba látogató külföldiek és a belföldi turisták magatartásában, utazási szokásaiban egyaránt visszatükröződik. A – tevékenységhez kötött – aktív turisztikai vonzerők és szolgáltatások között a kerékpározás és a természetjárás, túrázás kiemelt helyet kapnak. Követve a Turizmus Bulletin korábbi számaiban olvasható termékleírások struktúráját, jelen tanulmány a kerékpáros turizmus és a természetjárás, túrázás magyarországi helyzetét mutatja be.

A nemzetközi trendekkel párhuzamosan az elmúlt években Magyarországon is számos, a kerékpáros turizmushoz és a természetjáráshoz kapcsolódó fejlesztés történt, aminek eredményeként ezek az aktív turisztikai termékek a beutazó és a belföldi turizmusban is növekvő népszerűségnek örvendenek. A jó hazai adottságok és az, hogy az aktív turizmus a célcsoportok széles köre számára vonzó, megfelelő alapot nyújt a további potenciálok kiaknázásához. Figyelembe véve a termék sajátosságait, az aktív turizmus fontos szerepet tölthet be a desztinációk fenntartható fejlődésében.

Kulcsszavak: turisztikai termék, aktív turizmus, kerékpározás, természetjárás.

Bevezetés

Az egészséges életmód – ideértve a sport jellegű tevékenységek végzését a napi szabadidő-eltöltés és a mindennapokból történő kikapcsolódást ígérő utazások során – népszerű napjainkban. A motorizációval és a technológiai fejlődéssel egyidejűleg pedig sokak számára vonzó a természet, a nagyvárosi élet ellenpólusát jelentő vidéki területek felkeresése, és ezzel párhuzamosan a környezettudatosság[3] iránt fokozódik az érdeklődés. Mindez kedvez a szabadban végezhető aktív turisztikai tevékenységeknek, köztük a kerékpározásnak és a természetjárásnak, amit tovább erősítenek a turisztikai trendek, például az utazók aktívabbak, több élményt[4] keresnek, a helyi értékek előtérbe kerülnek, növekszik az autentikusság vonzereje.

Az aktív turisztikai lehetőségek/aktív élmények iránt a döntéshozók is fokozott érdeklődést mutatnak nem utolsósorban azért, mert ezek a turisztikai termékek hozzájárulhatnak a desztinációk vendégforgalma erős időbeni és területi/földrajzi koncentrációjának enyhítéséhez[5], a célcsoportok széles körének megszólítása pedig ugyancsak új lehetőségeket teremthet a célállomások számára. A Magyarország turizmusában is fontos szerepet betöltő aktív turizmus témakörével a Turizmus Bulletin hasábjain több alkalommal is találkozhattak az olvasók (például FARKAS–BALOGH 2001, VIZI 2005, HALASSY 2007), amely írások a termék egy-egy aspektusát járták körül részletesen, köztük például a kerékpáros turizmust és a természetjárást.

Miközben az aktív turizmus nemzetközi és hazai szakirodalma folyamatosan bővült az elmúlt években, a magyarországi kínálat és a kereslet is jelentős fejlődésen ment keresztül, ami indokolja, hogy egy átfogó írás keretében áttekintsük a rendelkezésre álló információkat. Jelen tanulmányban az aktív turizmusnak kettő, Magyarországon is fontos szerepet betöltő formáját, a kerékpározást és a természetjárást (túrázás, trekking[6]) járjuk

[1] Vezető kutató, Magyar Turizmus Zrt. Kutatási Iroda. E-mail: Sulyok.Judit@itthon.hu.

[2] Termékmenedzser, Magyar Turizmus Zrt. Termékmenedzsment Iroda. E-mail: Magyar.Zsuzsanna@itthon.hu.

[3] A környezettudatosságoz is szorosan kapcsolódó ökoturizmusról lásd még: Magyar Zsuzsanna–Sulyok Judit: Az ökoturizmus helyzete Magyarországon. *Turizmus Bulletin.* 2014/2. pp. 14–23.

[4] A turisztikai élményről lásd még: Zátori Anita: Élményszemlélet a turizmusban – A turisztikai élményteremtés koncepciói. *Turizmus Bulletin.* 2014/2. szám. pp. 51–60.

[5] A magyarországi turizmus szezonalitásával részletesebben foglalkozik a Turizmus Bulletin jelen számában olvasható tanulmány: Sulyok Judit–Mester Tünde: A magyarországi turizmus szezonalitása. pp. 83–89.

[6] A trekking szó maga a terepen történő túrázást jelenti (gyalogosan, kerékpárral vagy vízen). A turisztikai szolgáltatók ugyanakkor a trekkinget gyakran a nehezebb fizikai aktivitást igénylő hegymászás szinonimájaként használják.

körül, a hazai adottságokra fókuszálva. Itt jegyezzük meg, hogy a tanulmány a kalandturizmust, a sportturizmust, illetve az extrém sportok turisztikai vonatkozásait tárgyaló források közül is hivatkozik néhány releváns szakirodalmi írásra.

1. Elméleti megközelítés

1.1. FOGALMI LEHATÁROLÁSOK

1.1.1. Az aktív turizmus fogalma

Az aktív turizmus fogalmának lehatárolása nemzetközi és hazai szinten egyaránt nehézségekbe ütközik, aminek hátterében meghatározó az idesorolt tevékenységek széles köre és a termék természetközeliségéből adódó szoros kapcsolata más turisztikai termékekkel (például ökoturizmus). A tanulmányban felvonultatott definíciók értelmezéséhez szükségesnek tartjuk leszögezni, hogy jelen cikk az aktív turizmust az aktivitás mint motiváció szemszögéből közelíti meg, illetve a szabadidős célú turisztikai utazásokat helyezi a középpontba.[7]

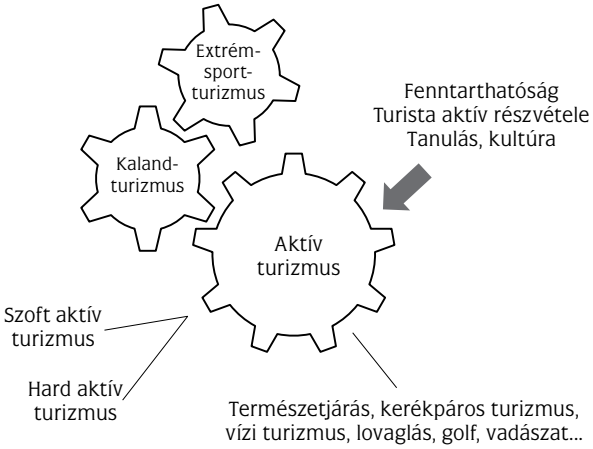
A turizmus termékszemléletű értelmezésében az *aktív turizmus* tevékenységhez kapcsolódó, csoportos turisztikai termékként értelmezhető, amelynek esetében maga a tevékenység és a motiváció szoros kapcsolatban áll egymással (MICHALKÓ 2012).

Az Active Tourism[8] szerint az aktív turizmus a desztinációk felelős módon (responsible) történő felkeresését foglalja magában, ami a turista részéről fizikai és mentális részvételt igényel, és maximalizálja a fenntarthatóságot, a biodiverzitás védelmét és a kultúra megőrzését. Fontos elemei a rekreáció, a tanulás, az elfogadás (respektálás), a szemlélődés, a tevékenység és az aktív részvétel.

Egy, az Európai Unió által finanszírozott aktív turisztikai projekt[9] az aktív turizmust az utazás kaland-, ökoturisztikai és kulturális jellegét egyesítő filozófiaként értelmezi. Ezzel összhangban áll a Turisztikai Szótár (Travel Industry Dictionary[10]) definíciója: ezek szerint az aktív turizmus a szabadidős célú utazások azon stílusát vagy filozófiáját takarja, amely a kaland-, a természeti és a kulturális turizmus elemeit kombinálja, egyúttal törekszik a fenntartható turizmusra.[11]

1. ábra

Az aktív turizmus fogalma



Forrás: szakirodalmi források alapján saját szerkesztés

Az aktív turizmus sport jellegére utal MICHALKÓ (2002)[12]: „Az aktív turizmus olyan utazási forma, amelynek során a turista a hétköznapitól eltérő, intenzív mozgást végez, miközben valamilyenfajta árut vagy szolgáltatást is vásárol." Idekapcsolódik az aktív sportturizmus fogalma, ami a *(sok esetben a versenysporthoz köthető – A szerk. megj.)* sportturizmusnak egyik formája lehet a rendezvényhez kapcsolódó sportturizmus és a nosztalgia-sportturizmus[13] mellett (TOMIK 2013). BÁNHIDI–LEBER (2011) a sportturizmus kapcsán kiemeli, hogy a turizmus során végzett sportban nincs verseny, nincs szükség teljesítményjavulásra, elsődleges az egészség, az egészséges szintű terhelés.

Az aktív turizmushoz tartozik a természetjárás, a kerékpáros turizmus, a vízi turizmus, a lovaglás, a golf, a horgászat, a vadászat és az egyéb szabadidős sporttevékenységek (például kalandturizmus, extrémturizmus).

A fizikai aktivitás fokától függően beszélhetünk szoft (kevésbé veszélyes és többek számára elérhető, könnyebben végezhető) és hard aktív turizmusról, ami a kerékpározásra és a természetjárásra egyaránt igaz (MINTEL 2010). Ahogy arra a nemzetközi szakirodalom is rámutat, a turizmusban a könnyebben végezhető, ezáltal az utazók széles(ebb) körét megszólító aktivitások kapnak kiemelt figyelmet.

Az aktív turizmus fogalmának felvázolásához hozzátartozik, hogy ezek a tevékenységek (köztük a tanulmányban tárgyalt kerékpározás és túrázás) nem turisztikai céllal is végezhetők, vagyis értelmezhetők közlekedési módként. LUMSDON (2000) szerint például a szabadidős

[7] A versenysporthoz kapcsolódó utazásokat nem tárgyalja a tanulmány.

[8] Mexikói székhelyű turisztikai szolgáltató, további információ: www.active-tourism.com.

[9] www.activetourism.org

[10] www.travel-industry-dictionary.com

[11] Ehhez hasonló a kalandturizmus fogalma is, ami a következő három aspektus közül legalább kettőt magában foglal: a fizikai aktivitás, a természettel való kapcsolat és a más kultúrák iránti érdeklődés/tanulás (GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY 2010).

[12] http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch06.html

[13] A nosztalgia-sportturizmus a sportmúzeumok, tematikus bárok és éttermek, sportösszejövetelek felkeresését jelenti (HINCH–HIGHAM 2011).

célú kerékpározást éppen az teszi a mindennapi, közlekedési kerékpározástól eltérővé, hogy maga a tevékenység is örömet okoz. Az aktív turizmus közlekedési vonatkozásai a hatásokat összefoglaló *1.3. fejezetben* is helyet kapnak.

A jelen tanulmányban feldolgozott szakirodalom alapján az aktív turizmus fogalma az *1. ábra* szerint értelmezhető.

1.1.2. A kerékpáros turizmus fogalma

Az Európai Parlament megbízásából 2012-ben készült tanulmány[14] (továbbiakban EUROVELO 2012) – a vidéki területeken és a városokban egyaránt megtalálható – *kerékpáros turizmusként* értelmezi azt, amikor az utazók kerékpárral közlekednek szabadidős céllal. Ezen belül az alábbi fő kategóriákat emeli ki:[15]

- kerékpáros szabadidős célú utazás (legalább egyéjszakás tartózkodással járó utazás, amelynek fő motivációja a kerékpározás),
- utazás közbeni kerékpározás (napi kerékpáros kirándulások az utazás során, amelyek az élmény részét képezik), valamint
- egynapos kerékpáros kirándulás (legalább háromórás, szabadidős célú, otthonról tett kerékpáros kirándulás).

Egy másik meghatározás szerint a kerékpáros turizmus olyan tevékenység, amely a kerékpározáson részben mint közlekedési módon, részben mint kikapcsolódási formán alapszik, és turisztikai szolgáltatások igénybevételével, továbbá 24 órán túli, lakóhelyen kívüli tartózkodással jár (Farkas–Balogh 2001, idézi SZIVA 2009).

A kerékpározás megközelíthető a sport speciális kategóriáin keresztül is: beszélhetünk ezen szempontok szerint országúti kerékpározásról, hegyi- (mountain bike – MTB) kerékpározásról, BMX-Cross kerékpározásról, túrakerékpározásról és különböző egyéb versenyzési szakágakról, mint például a pálya- vagy terembiciklizés (Magyar Kerékpáros Szakági Szövetség 2009 alapján SZIVA 2009). Itt jegyezzük meg, hogy ezeknek a sporttevékenységeknek szabadidős céllal való végzése nem feltétlenül a turizmus keretein belül jelentkezik, vagyis nem generál legalább egy, lakóhelyen kívül töltött vendégéjszakát.

A turisztikai céllal „kerekezők" között a szoft tevékenység iránt érdeklődők vannak többségben, akik számára a kerékpárral történő szabadidős utazás kulturális aspektusa legalább olyan fontos, mint maga a fizikai tevékenység (MINTEL 2009).

1.1.3. A turisztikai célú természetjárás fogalma

A kerékpáros turizmussal szemben a *turisztikai célú természetjárás* értelmezésére tágabb keretet ad a szakirodalom. Az angol terminológiában gyakran használt trekking kifejezés is többféleképpen értelmezhető, olyan desztinációt is találunk (például Svájcot), ahol nem szívesen használják a trekking kifejezést, mert sokan az erőteljes fizikai aktivitást jelentő hegymászást értik alatta (MINTEL 2010). A gyalogosan[16] történő turisztikai célú utazás jellemzően a szoft tevékenységek körébe sorolható, és a szálláshelytől szálláshelyig történő túrázást jelenti (MINTEL 2010), a földrajzi adottságok miatt Magyarország esetében is ez a releváns megközelítés. A természetjáráson belül megkülönböztethetünk kirándulást, a nemzeti parkok/védett területek felkeresését, gyalogtúrát, nordic walking túrát, teljesítménytúrát, hegymászást és barlangászatot.[17]

1.1.4. Kapcsolódás más turisztikai termékekhez

Az aktív turisztikai tevékenységek több más turisztikai termékhez kapcsolódhatnak. Az ún. aktív életmód – ideértve a sportot – egészségre gyakorolt pozitív hatásainak és az utazók számára nyújtott élmény komplexebbé tételének köszönhetően az egészségturisztikai, a vidéki/falusi és a kulturális desztinációkban, továbbá a vallási turizmusban (gondoljunk a zarándokutak mentén kialakított túraútvonalakra) érintett célterületeken egyaránt van létjogosultságuk. Itt fontos megemlíteni azt is, hogy maguk az aktív tevékenységek egymáshoz is jól illenek, a kerékpáros turizmushoz például gyakran kapcsolódik a túrázás, séta (MINTEL 2009). A termék – korábban említett – természetközeliségéből eredően pedig szoros kapcsolat, akár értelmezési átfedés is tapasztalható például az ökoturizmussal vagy a vallási turizmussal.

1.2. DESZTINÁCIÓK ÉS AKTÍV TURISZTIKAI KÍNÁLAT

Az aktív turisztikai lehetőségek a világ számos pontján elérhetők. A legnépszerűbb *kerékpáros úti célok* között Franciaországot és Ausztriát találjuk, ezen túl a kerékpáros turizmus vonzereje, a kerékpáros turisztikai kínálat kiépítettsége nagyobb azokban az országokban – Dánia, Hollandia és Németország –, ahol a kerékpárral való közlekedés általában is népszerű (EUROVELO 2012). A legnépszerűbb kerékpáros útvonalak a vidéki területeken vezetnek át (MINTEL 2009).

A kerékpáros turizmus esetében a desztinációk kiválasztásában az utazáshoz (és nem magához az aktív

[14] http://www.ecf.com/advocary/cycling-tourism/

[15] A versenysport jellegű – speciális készségeket, fizikai erőt igénylő – kerékpározás nem tartozik ide.

[16] A szakirodalom idesorolja az állaton (például lóháton) történő utazást is (MINTEL 2010).

[17] http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch06.html

tevékenységhez) kapcsolódó tényezők, mint például a minőségi szálláshelyek, a szolgáltatások vagy a turista-információ, kisebb szerepet játszanak, ugyanakkor az utazási élményt alapvetően befolyásolják (EUROVELO 2012).

A desztinációk kerékpárral történő felfedezése más élményt nyújt a többi közlekedési eszközhöz képest (MINTEL 2009), magában foglalja a biztonságos és folyamatos útvonalakat, a szép tájakat és a kerékpárosbarát településeket az útvonal mentén, valamint a világos/érthető és megbízható információkat, a kitáblázottságot (EUROVELO 2012). Mindezt ideális esetben a közszféra részéről a megfelelő marketingtevékenység és a forrásallokáció kíséri (MINTEL 2009). Az eredetileg olcsó üdülésnek számító kerékpáros turizmus ma már a minőség teljes spektrumát kínálja az érdeklődőknek, a szabadidős célú nemzetközi kerékpáros utazások többsége az árat tekintve ugyanakkor inkább középkategóriásnak minősíthető (MINTEL 2009).

A *természetjárás, túrázás* tekintetében Európában az Alpok kitüntetett helyet foglal el a túrázók térképén, több útvonal pedig zarándokúthoz kapcsolódik (például El Camino de Santiago de Compostela) (MINTEL 2010).

A túrázás élményéhez is hozzátartozik a vonzó élőhely/élővilág, a szép és érdekes táj, a vendégfogadó helyi közösség, a megfelelő éghajlat, a politikai stabilitás és a megfelelő közlekedési infrastruktúra (MINTEL 2010).

A szabadban végzett rekreációs tevékenységek kapcsán érdemes kitérni a nemzetközi szinten több évtizedes múltra visszatekintő *zöldutakra*[18] (greenways), amelyek turisztikai hasznosítása a szoft aktív turizmus témakörébe tartozhat. „A zöldút fogalmát olyan rekreációs lehetőséget jelentő lineáris zöldfelületként kell értelmeznünk Magyarországon is, amely környezeti és közlekedési veszélyektől mentes vagy elfogadható mértékben terhelt környezetben nyújt többféle nem motoros mozgáslehetőséget úgy, hogy hozzájárul az adott tájak ökológiai értékének megtartásához vagy optimális növeléséhez is" (KAPOVITS 2012:206). A Közép- és Kelet-európai Zöldutak deklarációja szerint a zöldutak „olyan, többfunkciós útvonalak, melyeket a gyalog, lovon, kerékpáron, illetve más motormentes módon közlekedő vagy túrázó emberek számára hoznak létre. Fajtájuk szerint lehetnek zöldfolyósok, történelmi és kereskedelmi útvonalak, folyók vagy vasutak mentén haladó ösvények, vízi utak. A zöldutakat helyi közösségek működtetik a környezeti és gazdasági szempontból is fenntartható társadalom kialakítása és az egészséges életmód elterjesztése érdekében. A zöldutak ideális környezetet biztosítanak a közösségi kezdeményezések, továbbá a természetvédelemmel, kulturális örökségvédelemmel, fenntartható turizmussal és motormentes közlekedéssel kapcsolatos fejlesztések számára. A zöldutakat azzal a szándékkal hozzák létre, hogy a térségben élők és az oda látogatók igényeit egyaránt kielégítse, és élénkítse a helyi gazdaságot."[19]

1.3. AZ AKTÍV TURIZMUS HATÁSAI

Az aktív turizmus esetében az utazókra és a desztinációkra gyakorolt hatások egyaránt azonosíthatók. A pozitív és negatív hatásokat összegezve a szakemberek egyetértenek abban, hogy az aktív turizmus – ezen belül a kerékpározás és a természetjárás – általánosságban a fenntartható turizmus egyik formája lehet (a fenntarthatóság a desztináció és az utazó szempontjából is megjelenik).

Az aktív tevékenységek, a sport jótékony hatásai az egészségre széles körben elismertek, ennek köszönhetően az ilyen jellegű tevékenységek szabadidőben történő végzése – a turizmus általános életminőségjavító hatásán túl – még inkább hozzájárul az utazók egészségéhez. Különösen fontos ez napjainkban, amikor az emberek többsége városlakó [a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatai szerint hazánkban minden tíz emberből heten városban élnek[20]], ennek következtében a természet „hiányából" fakadó betegségek, a természet nélküli életmód negatív hatásai is egyre inkább előtérbe kerülnek (például LOUV 2005).

A turizmust általánosan jellemző pozitív hatások, úgymint a gazdaságélénkítés/bevételek és a munkahelyteremtés vagy a vállalkozási lehetőség, az aktív turizmusban érdekelt célterületeken is azonosíthatók.

Mindezek mellett az aktív turizmus a természeti értékek, a környezet megóvását is támogatja azáltal, hogy a desztinációba történő utazás és a desztináción belüli közlekedés során egyaránt alacsonyabb a szennyezés (vagy nincs is), mert a vendégek nem használnak autót. A környezetre rótt teher az igénybe vett közlekedési eszközön túl azért is kisebb, mert – más turizmusformákhoz képest – környezetbarátabb az igénybe vett szálláshely, továbbá a tartózkodás során végzett tevékenységek is kevesebb negatív hatással járnak (EUROVELO 2012). A környezet megóvása más motivációjú látogatókat is a desztinációba vonzhat (például madármegfigyelés iránt érdeklődőket) (MINTEL 2010), illetve a kevésbé látogatott desztinációk is bekapcsolhatók a turizmus vérkeringésébe (EUROVELO 2012), ami mérsékelheti a turizmus területi koncentrációját. Szintén a kívánatos hatások közé sorolható, hogy a fejlesztések katalizátorként hatnak a desztináció nagyobb, „kapuként" (gateway) szolgáló

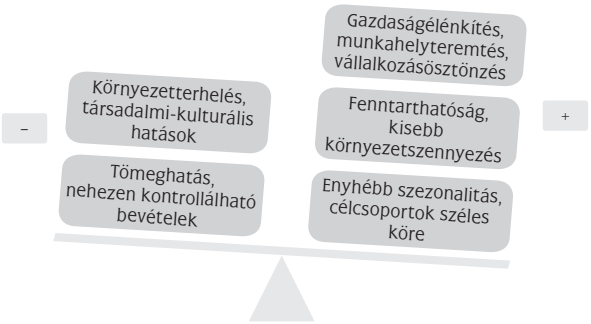
[18] Nem összetévesztendő a Magyar Turizmus Zrt. által 2007-ben meghirdetett Zöld Út tematikus évvel.

[19] Forrás: http://zoldutak.hu/ – elérés: 2014. október 13.

[20] http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_wdsd001.html

2. ábra

Az aktív turizmus hatásai



Forrás: szakirodalmi források alapján saját szerkesztés

városainak fejlődésére is, valamint a látogatók és a fogadóközösség számára nyújtott edukációs, képzési lehetőség hozzájárul a helyi kulturális értékek, hagyományok megőrzéséhez (MINTEL 2010). Nem utolsósorban az előnyös hatások között szükséges megemlíteni az átlagosnál enyhébb szezonalitást, valamint azt, hogy az aktív turizmus a célcsoportok széles köre számára vonzó. Az aktív turizmus sajátosságaiból adódóan népszerűek a közelebbi, illetve a belföldi úti célok, ami értékes potenciált jelent a desztinációk számára (MINTEL 2009).

Az érem másik oldala, hogy az aktív turizmus – éppen a természetközeliségből fakadóan – a környezetet károsítja is (például a turistautak talajromboló hatása, a pihenőhelyek említhetők meg). A kerékpáros turizmus kapcsán érzékelhető közvetlen környezetterhelés az élővilág megzavarását, a desztináció más (motoros) közlekedési eszközzel való elérését jelenti. Ezen túlmenően a kapcsolódó szolgáltatások (például kávézók, éttermek, üzletek) által okozott környezeti károk sem elhanyagolhatók (EUROVELO 2012), és társadalmi-kulturális negatív hatások is azonosíthatók (MINTEL 2010). A sajátos jellemzőkből adódik az ún. tömeghatás, hogy például a kerékpározók és a túrázók egymás jelenlétét „zavarónak" találják (EUROVELO 2012).

Nem egyértelműen pozitív vagy negatív hatásként jelentkezik, hogy a kerékpáros turizmus és a természetjárás sok esetben útvonalszerű utazást jelent, ami együtt jár azzal, hogy az érintett célterületen belül (például a Balatont körülölelő kerékpárút esetében) nem minden település megállóhely (vannak, amelyek rendre kimaradnak) (SULYOK 2014). Szintén a speciális jellemzőkből (például útvonalszerű, a látogatók számára ingyenesen felkereshető/végigjárható) adódóan az aktív turizmushoz kapcsolódó kínálat számottevő, az egyes települések határain túlnyúló beruházásokat igényel (SULYOK 2014). A MINTEL (2010) tanulmánya kiemeli továbbá, hogy a célterület nehezen kontrollálja a bevételeket (a turisták költését). A negatív hatások között szükséges megjegyezni, hogy az aktív turisztikai tevékenységeket is jellemzi egyfajta szezonalitás: elsősorban a tavaszi és az őszi időszak szerepét hangsúlyozzák a szakemberek (SULYOK 2014) (*2. ábra*).

Annak érdekében, hogy az aktív turizmus valóban az adott desztinációt szolgálja, és összességében pozitív legyen a hatások mérlege, LUMSDON (2000) – a kerékpáros turizmus fejlesztése kapcsán – három dologra hívja fel a figyelmet:

- a már meglévő kapacitások, infrastruktúra kihasználása;
- a desztináció/helyi közösség számára biztosított pozitív gazdasági és társadalmi hatások elérésére való törekvés; valamint
- az autós utazások számának csökkentésére való törekvés (környezetszennyezés csökkentése).

1.4. AZ AKTÍV TURISTA JELLEMZŐI

Tekintettel arra, hogy az aktív turizmus fogalomköre sokféle turisztikai utazást foglal magában, illetve hogy az aktív lehetőségek az utazók széles köre számára vonzóak (nem utolsósorban azért, mert sok esetben ingyenesen vagy kis költséggel végezhetők), az „átlagos" aktív turista jellemzőinek feltérképezése is nehézségekbe ütközik. Ennek ellenére az egyes kutatásoknak vannak metszéspontjai, amelyek közelebb vihetnek az aktív turisztikai szegmens megismeréséhez.

Az aktív turizmus keresletének vizsgálatához szorosan hozzátartozik, hogy egyes sporttevékenységek (köztük például a jelen cikkben részletesebben is bemutatott kerékpározás) eredendően készségeket, ügyességet és a mozgás iránti érdeklődést feltételeznek (JENNINGS 2007). Annak ellenére, hogy az egészséges emberek számos sporttevékenység végzésére alkalmasak, a turistákat sokszor visszatartják a külső tényezők (például hőmérséklet) (BÁNHIDI–LEBER 2011). Az aktív turisták több csoportba sorolhatók az eseti jelleggel sportolóktól a profi sportolókig. A turizmus szempontjából fontos, hogy vannak ún. „életstílust" jelentő sportok (például golf vagy vitorlázás, de a kerékpározásnak és a természetjárásnak is vannak ilyen formái), amelyek esetében a szegmensek speciális jellemzőkkel, igényekkel írhatók le (SULYOK 2014). A kerékpározás népszerűségének dinamikus bővüléséről számol be az EUROMONITOR (2014) turisztikai trendeket tárgyaló elemzése, felhívja a figyelmet az ún. MAMIL szegmensre (Middle-Aged Men in Lycra, *középkorú férfiak sportfelszerelésben*), a legnépszerűbb kerékpáros úti célok között pedig Európát is említik.

A *tipikus aktív turista* 18 és 44 év közötti férfi, jó egészséggel, pénzügyi biztonsággal és jó képzettséggel rendelkezik, és általában előnyben részesíti a játékosságot az életében (TOMIK 2013). Az európaiak által legkedveltebb aktív turisztikai tevékenységek a séta, a kerékpározás és a síelés (De Knop 1990, hivatkozza TOMIK 2013).

Az aktív turizmuson belül a rendelkezésre álló szakirodalom lehetővé tette a *kerékpáros turisták* közelebbi vizsgálatát. Ahogy arra az EUROVELO (2012) tanulmánya rámutat, a résztvevők között jelentős különbségek tapasztalhatók a lakóhely szerint is, ami visszavezethető az adott küldőország lakosainak közlekedési és általános utazási szokásaira. A MINTEL (2009) tanulmánya a kerékpáros turizmus kapcsán a legjelentősebb küldőpiacok között Németországot, Hollandiát és az Egyesült Királyságot nevesíti, az EUROVELO (2012) pedig a legalább egyéjszakás tartózkodással járó kerékpártúrák fő küldőterületei között Németországot és Franciaországot emeli ki.

Az EUROVELO (2012) tanulmánya a kerékpáros turisták „általános" profilja kapcsán írja, hogy többségük magasabb képzettséggel és jövedelemmel rendelkezik, középkorú (45–55 éves), illetve párban, gyermek nélkül kel útra. A családalapítás előtt állók, a gyermekkel nem rendelkezők és az idősebb korosztályok mellett ugyanakkor a családok részéről is fokozott igény tapasztalható ezen utazások iránt (MINTEL 2009).

A kerékpáros utazókat elsősorban a természeti adottságok/táj élménye, az egészség/sport, a kerékpározás öröme, a pihenés, a barátokkal, családdal töltött idő és a kultúra, a látnivalók felkeresése motiválja, ezzel szemben az árak és a kényelem nem elsődlegesek (EUROVELO 2012). A motiváció tekintetében a nők és a férfiak között különbség tapasztalható, előbbiek számára a pihenés, utóbbiak számára a sport, vagyis maga a fizikai aktivitás a fontosabb (MINTEL 2009). Az igénybe vett szálláshelyek széles skálán mozognak, a legnépszerűbbek a szállodák és a panziók (EUROVELO 2012). A többségében saját szervezésben, egyénileg útra kelő turisták átlagosan 30 kilométert tesznek meg naponta (MINTEL 2009).

1.5. AZ AKTÍV TURIZMUS SZEREPE A VILÁG NEMZETKÖZI TURIZMUSÁBAN

Más turisztikai termékhez hasonlóan (például ökoturizmus) az aktív turizmus iránti kereslet volumenét és gazdasági teljesítményét is nehéz számszerűsíteni, mert sok desztinációban hiányoznak az erre vonatkozó megbízható, összehasonlítható adatok.

Az Európai Bizottság megbízásából az európai lakosság utazási szokásairól végzett kutatások támpontul szolgálhatnak az aktív turizmus iránti kereslet feltérképezéséhez. A 2014. évi kutatás (Flash Eurobarometer 392) eredményei szerint 2013-ban a legalább négyéjszakás tartózkodással járó szabadidős utazások (holiday) 14%-ának fő motivációja a sporttevékenység végzése volt (ez az egészségturizmushoz – 13% – hasonló arány).[21] Ennél jóval nagyobb arányban (25–25%) játszott szerepet a cseh és az osztrák utazók körében ez a motiváció. Az átlagosnál „aktívabbak" a luxemburgi (20%), a német (20%), a finn (19%), a belga (18%), a lengyel (18%), a holland (17%) és a horvát (16%) utazók is. Ezzel szemben a sporttevékenység végzése miatti, legalább négyéjszakás tartózkodással járó üdülés aránya 5%-os vagy az alatti Málta (5%), Észtország (5%), Törökország (3%) és Ciprus (2%) tekintetében. Magyarország esetében a kutatás eredményei szerint a sporttevékenységek végzése mint motiváció 7%-os részesedést ért el. Kor, nem, képzettség és foglalkozás szerint a kutatás nem mutatott szignifikáns különbségeket a sporttevékenységek iránti érdeklődésben.

Az EUROVELO 2012-ben készült tanulmánya a *kerékpáros turizmusról* szolgál számadatokkal. Európában évente 2,295 milliárd turisztikai célú kerékpáros túrát (cyle tourism trip), ezen belül 20,36 millió legalább egyéjszakás tartózkodással járó kerékpáros túrát (over-night cycle trip) regisztrálnak, amelyek teljes gazdasági hatását 44 milliárd euróra becsülik (ezen belül a legalább egyéjszakás tartózkodással járó túrák gazdasági hozzájárulása 9 milliárd euró) (EUROVELO 2012).[22] Az európai országok kerékpáros turizmus iránti keresletéről az *1. táblázat* ad áttekintést.[23]

2. Az aktív turizmus magyarországi kínálata

2.1. KERÉKPÁROS TURIZMUS

Magyarország adottságai kiválóak a kerékpáros turizmus szempontjából. Az ország természeti szépségekben, műemlékekben, népi építészeti értékekben gazdag, és változatos, látványos táji értékekkel rendelkezik, egymáshoz viszonylagos közelségben, így hosszabb kerékpáros túrával több tájegység is felfűzhető egy kirándulás útvonalára. Az ország domborzati viszonyainak köszönhetően a kerékpáros túrák feltételei széles körben, például családosok számára is adottak. Az éghajlat évi 6-8 hónapos szezont tesz lehetővé, a csapadékos, ezért kerékpározásra kevésbé alkalmas napok száma alacsony.

Hazánkban közel 1500 km turisztikai célra alkalmas, kitáblázott kerékpárúton biciklizhetünk. A kis forgalmú mellékutakat is magában foglaló országos kerékpáros törzshálózat hossza 2500 km-re tehető. Kerékpáros útvonalaink közül a legforgalmasabbak és legnépszerűbbek azok az útvonalak, amelyek egybefüggő túrahálózatot

[21] A vezető motivációk: napsütés/tengerpart (46%), rokonok és barátok meglátogatása (VFR, 34%), természet (30%), kultúra (25%) és városlátogatás (23%) (Flash Eurobarometer 392).

[22] Összehasonlításként: a kalandturizmusból származó bevételeket évi 89 milliárd dollárra becsülik (GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY 2010).

[23] A cikk írásakor a természetjárás turisztikai vonatkozásairól hasonló, nemzetközi szintű elemzést is magában foglaló kutatás nem állt rendelkezésre.

1. táblázat

A kerékpáros turizmus iránti kereslet Európában

Jellemző	*Alacsony*	*Alacsony–közepes*	*Közepes*	*Közepes–magas*	*Magas*	*Nagyon magas*
Kerékpározók aránya a lakosságon belül (forrás: The Gallup Organization, 2011)	*2% alatt*	*2–5%*	*5–8%*	*8–12%*	*12–20%*	*20% felett*
Szakértői becslés a kerékpáros turisztikai utazások arányára	*0,5%*	*1,0%*	*1,5%*	*2,0%*	*3,0%*	*3,7%*
A csoportba sorolható országok	*Bulgária, Ciprus, Luxemburg, Málta, Portugália, Spanyolország, Törökország*	*Egyesült Királyság, Észtország, Görögország, Horvátország, Románia, Litvánia, Macedónia, Norvégia, Olaszország, Szerbia, Írország*	*Csehország, Franciaország, Lettország, Szlovénia*	*Lengyelország, Szlovákia*	*Ausztria, Belgium, Dánia, Finnország, Magyarország, Németország, Svájc, Svédország*	*Hollandia*

Forrás: EUROVELO 2012:35

képeznek vagy a nemzetközi kerékpáros hálózat tagjai. A hazai kerékpáros turisztikai kínálat legjelentősebb elemei a nagy tavaink körül vezető kiépített kerékpárutak, így a Balatont, a Tisza-tavat, a Velencei-tavat és a Fertő tavat megkerülő bicikliutak, amelyekre az elmúlt években egyre jelentősebb háttér-infrastruktúra és speciálisan a kerékpáros turizmust kiszolgáló egységek épültek (szervizek, kerékpáros-pihenőhelyek, kerékpárosbarát szálláshelyek, kerékpárkölcsönzők stb.). Ezen tavaink egyre inkább önálló kerékpáros desztinációként is megjelennek hazánk turisztikai kínálatában.

A kedvező domborzati adottságokból (kis szintemelkedésű, könnyen kerékpározható sík vagy dombvidéki területek) és az alacsony közúti forgalomból adódóan hazánk több vidéki régiója a – jellemzően szoft – kerékpáros turizmus (leendő) fogadóterületei közé tartozik. A kis forgalmú közutakon vagy gátakon kerékpárral is jól bejárható vidékek az Őrség és Dél-Zala, a Kőszegi-hegység (Írottkő Natúrpark), a Káli-medence vagy a szatmár-beregi Felső-Tisza-vidék, amelyek a növekvő belföldi kerékpáros keresletet felismerve a kerékpáros turizmus jövőbeli potenciális célpontjai lehetnek a megfelelő (kerékpáros) turisztikai infrastruktúra kiépülését követően.

A hazai kerékpáros turisztikai kínálat nemzetközi jelentőséggel is bíró része az EuroVelo, az Európai Kerékpárút Hálózat hazánkat is érintő útvonalai. Az EuroVelo keretében az Európai Kerékpáros Szövetség (European Cyclists' Federation – ECF) 12, Európát átszelő kerékpáros útvonal kialakítását tervezi összesen 66 000 km hosszúságban, amelyből 20 000 km kiépítése már megtörtént.

Az EuroVelo utakat az egész kontinenst átszelő kerékpártúrákra tervezik, a már meglévő kerékpárutak összekötésével. Természetesen ezeket az EuroVelo útvonalakat a helyi kerékpáros forgalomban is igénybe lehet venni. Magyarországon jelenleg három EuroVelo útvonal halad át, az EV6, az EV11 és az EV13. Az EuroVelo 11 Európát észak–déli irányban szeli át, magyarországi szakasza a Bodrog és a Tisza partján haladva 410 km, valamint beletartozik a Tisza-tó körüli kerékpárút 80 km-es szakasza is. Az EuroVelo 6, amelyet a „Folyók útjának" is neveznek, nyugat–keleti irányban szeli át Európát, Magyarországon 470 km hosszan halad a Duna mentén. Az EuroVelo 13 magyarországi szakaszát, amely az egykori Vasfüggöny magyarországi vonala mentén halad, 2014 augusztusában adták át. Hazánkban tehát a következő hosszú távú kerékpárutak várják a vendégeket:

- Balatoni Bringakörút – 209 km,
- Fertő tó (osztrák és magyar oldal együtt) – 135 km,
- EuroVelo 11 (magyarországi szakasza 410 km + a Tisza-tó – 80 km),
- EuroVelo 6 – „Folyók útja" (Magyarországon 470 km),
- EuroVelo 13 – „Vasfüggöny kerékpárút" (Fertő tó, Nyugat- és Dél-Dunántúl).

A hazai kínálatot az *1.2. fejezetben* ismertetett, turisztikai vonatkozásokkal rendelkező zöldutak is gazdagítják, Magyarországon a következő zöldutakkal találkozhatunk:

- Buda-vidék Zöldút (Zsámbéki-medence),
- Duna–Ipoly Zöldút,
- Földszíve Pilisi Zöldút,
- Nógrádi Zöldutak,
- Ormánság Zöldút,
- Tanyakör Zöldút,
- Tisza menti Zöldút,
- Városi Zöldút (Vác),
- hosszú távú zöldutak: Vasfüggöny Zöldutak, Borostyánkő Zöldutak, Duna menti Zöldutak.

A – hard aktív turizmushoz sorolható – hegyi kerékpározás (mountain bike) Magyarországon kijelölt hegyikerékpáros utakon űzhető, legjellemzőbb területei az Északi-középhegység (Bükk, Mátra), a Nyugat-Dunántúl (Kőszegi-hegység) és a Dél-Dunántúl (Mecsek). A hegyi kerékpározás lehetőségei a Bükk hegységben országos szinten is a legjobbak közé sorolhatók: Magyarországon itt alakult ki elsőként a teljes területet lefedő hegyikerékpárút-hálózat. A hegyi, illetve extrém kerékpározás (downhill, XCO stb.) híveit pedig ma már Magyarországon is több létesítmény, illetve a hegyekben kijelölt downhill-pálya várja, mint például az eplényi Bringaréna vagy a Mátrában a Kékes aljától Mátrafüredig tartó, 700 méteres szintkülönbségű ösvénypálya, mely Magyarország első downhillpályája is egyben.

Bár nem elsődlegesen a kerékpáros turizmus kínálatába tartoznak, fontos megemlíteni az elmúlt években elindult közbringarendszereket, amelyek több vidéki város (Esztergom, Hévíz, Kaposvár, Szeged) után, 2014 szeptemberétől immár Budapesten (MOL Bubi) is kiszolgálják a turisztikai keresletet is.

2.2. TERMÉSZETJÁRÁS

Hazánk aktív turisztikai kínálata természeti adottságainkból adódóan igen sokszínű, felöleli többek között a természetjárás, a kerékpáros turizmus, továbbá a jelen cikkben nem részletezett barlangi, lovas és vízi turizmus teljes kínálati palettáját.

A gyalogos természetjárás széles körben elterjedt aktív turisztikai forma, egyike a legnépszerűbb szabadidő-eltöltési lehetőségeknek, amelyet Magyarországon tulajdonképpen bárhol lehet gyakorolni, ami a szoft aktivitások közé sorolja a tevékenységet. A domborzati adottságokból adódóan hazánk hegységei nem a magashegyi természetjárás, a hegymászás, illetve az alpinizmus terepei. A hazai gyalogos természetjárás jellemző terepe azonban mégis a hegyvidék – Magyarország dombságai, valamint középhegységei ideális helyszínei a szervezett, illetve egyénileg történő gyalogos kirándulásoknak, túrautaknak. Az itthoni hegyekben való túrázáshoz nem szükséges magashegységi tapasztalat vagy speciális mászótechnika ismerete.

A Magyar Természetjáró Szövetség (MTSZ, korábban Magyar Természetbarát Szövetség) a magyarországi szervezett természetjárás legjelentősebb képviselője. Közel 500 tagszervezete és csaknem 14 000 igazolt tagja van. Az MTSZ tevékenysége a gyalogos, a kerékpáros, a vízi-, a barlangi, a sí-, illetve a hegymászó túrákra terjed ki. Küldetése – egyebek mellett – a természetjárás érdekképviseletének ellátása, szakmai fejlesztése, valamint népszerűsítése és gyakorlásának elősegítése.[24]

Az országot jól jelzett turistautak sűrű rendszere hálózza be. Turistaútvonalnak (röviden turistaútnak) nevezzük azt az útvonalat, amelyet közérdekből, gyalogtúrázási céllal létesítettek vagy e célú használatra (is) ajánlanak, és így a követhetőséget biztosító sűrűséggel turistajelzésekkel láttak el.[25] Magyarországon az 1890-es évektől léteznek jelzett turistautak, a ma használt, egységes országos jelzésrendszer alapjaiban megegyezik az 1930-ban bevezetettel. A színek, amelyek egyben rangsort is jelölnek, a következők: kék, piros, sárga és zöld sáv jelzés, amelyeket különböző leágazó (háromszög – hegycsúcs, kilátó; négyzet – szállás, lakott hely; kör – forrás; ómega – barlang; L – rom, várrom stb.), illetve egyéb (gyalogos) jelzések (irányított kör – körút; T – tanösvény stb.) egészítenek ki. A kék sávjelzést az országos jelentőségű, több tájegységen átvezető utak (például Országos Kéktúra, Balaton-felvidéki Kéktúra), a pirost a több hegységen, de legalább egy hegységen átvezető utak (például Közép-dunántúli Piros, Rákóczi-turistaút), míg a sárga és a zöld jelzést az előbbieken kívüli, helyi jelentőségű, hegységi vándorutak jelzésére használják. Országszerte több mint 11 ezer kilométer kijelölt turistaút várja a kirándulni vágyókat, ebből 2500 km országos, illetve nemzetközi jelentőségű. A jelzett turistaút-hálózat karbantartása és nyilvántartása a Magyar Természetjáró Szövetség kiemelt céljai és feladatai közé tartozik.

A kijelölt turistautak közül a legjelentősebb az Országos Kéktúra, hazánk leghosszabb, valamint Európa első hosszú távú turistaútja, mely E4-es számmal része az Európai Hosszú távú Vándorutak Hálózatának is. A *Vas megyei Írott-kőtől a Borsod-Abaúj-Zemplén megyei Hollóházáig 1118 km hosszúságban vezető, folyamatosan jelölt* útvonalat végigjárva a rendszeres sportoláson túl képet kaphatunk hazánk életéről, fejlődéséről, megismerhetjük mindennapjait, történelmét, föld- és vízrajzát, állatvilágát és természeti szépségeit.[26] *Az útvonalon a Magyar Természetjáró Szövetség létrehozott két jelvényszerző túramozgalmat, az Országos Kéktúrát, illetve a Gyermek Kéktúrát.* A *Kéktúra* hatéves kortól, állampolgárságra való tekintet

[24] Forrás: http://termeszetjaro.hu/rolunk. Letöltve: 2014. október 13.
[25] Forrás: Magyar Természetjáró Szövetség: Turistaútjelzés-festési általános útmutató.
[26] Forrás: http://www.kektura.hu – A Magyar Természetjáró Szövetség hivatalos Kéktúra-oldala. Letöltve: 2014. október 13.

nélkül, bármely irányban, bárhogyan szakaszokra bontva, gyalog vagy sível (vegyesen is) teljesíthető. Teljesítése nincs időponthoz kötve, időtartama sincs korlátozva. Nem verseny, így teljesítéséért nevezési díjat sem kell fizetni. A Kéktúra jelvényszerző túramozgalom, tehát a teljesítéséért díjat, azaz egy jelvényt lehet kapni. A túra teljesítését a kéktúrajelvényt kiadó szervezet, a Magyar Természetjáró Szövetség felé hitelt érdemlő módon igazolni kell. Ez bélyegzéssel és dátumozással történik az útvonalon található ellenőrző pontokon, amelyeknél az MTSZ által kiadott Országos Kéktúra útvonalvázlat és igazolófüzet című kiadvány megfelelő helyére kell pecsételni. Az Országos Kéktúra eredeti, északi tájakon végigvezető útvonala, kiegészülve a Rockenbauer Pál Dél-dunántúli Kéktúrával, valamint az Alföldi Kéktúrával körbeéri az országot, és így, együtt alkotják az Országos Kék Kört, ami a legátfogóbb és legrangosabb hazai túramozgalom.

Az elsősorban a kirándulási célú természetjárást szolgáló jelzett turistautak mellett meg kell említeni a kijelölt zarándoktúra-útvonalakat is, amelyek sokszor önálló jelzéssel (például a Mária út lila M betűje) ellátva a már meglévő turistautak útvonalán vezetnek egy vagy több tájegységen, az egész vagy akár több országon keresztül. Ilyen például a Közép-Európán keresztül vezető Mária út, vagy a Magyar Zarándokút (jelzése: sárga nyíl a kettős kereszttel).[27]

A természetjáró turizmus kínálata nem vonatkoztatható el a hazai ökoturisztikai kínálattól[28], amely magában foglalja a nemzeti parkokat, természetvédelmi területeket, natúrparkokat, tanösvényeket, látogatóközpontokat, arborétumokat, barlangokat stb.

A természetjáró turizmus kínálatát színesítik az országszerte egész évben szervezett teljesítménytúrák is, amelyek a hard aktív turizmus irányába mutatnak. A teljesítménytúra a természetjárás sportosított, versenyszerű változata, amelyet általában turistaegyesületek rendeznek. A célt egy előre meghatározott útvonalon, megadott időkorláton (szintidő) belül kell teljesíteni. A végigjárás igazolására útközben ellenőrző pontokat szoktak felállítani, amelyeken az igazolólapot pecséttel vagy egyéb bejegyzéssel látják el. A szintidőn belüli, érvényes igazolólappal rendelkezőket oklevéllel, jelvénnyel/kitűzővel díjazzák a célban. A Teljesítménytúrázók Társasága összegyűjti a különböző egyesületek és magánszemélyek által rendezett túrák alapvető adatait, hogy ezzel megkönnyítse a tájékozódást és a választást. Információ a túrákkal kapcsolatban az évente megjelenő nyomtatott túranaptárban vagy az interneten, a www.teljesitmenyturazoktarsasaga.hu honlapon érhető el.

3. Az aktív turizmus magyarországi kereslete

Más turisztikai termékhez hasonlóan az aktív turizmus esetében is két fontos adatforrás segíthet a magyarországi kereslet volumenének és jellemzőinek megismerésében. A KSH által végzett keresletfelmérés a belföldi utazók és a Magyarországra látogatók fő motivációiba enged bepillantást. A Magyar Turizmus Zrt. (MT Zrt.) megbízásából a magyar lakosság utazási szokásairól végzett kutatások eredményei pedig az aktív turizmusnak az egy- és a többnapos utazások során játszott szerepéről nyújtanak értékes információkat.

A *KSH keresletfelmérésében* a természetjárás önálló motivációként szerepel, a kerékpározás vélhetően a szórakozás, pihenés, üdülés, sport kategória része, ezért arról nem állnak rendelkezésre pontos és részletes információk. A 2013. évi felmérés eredményei szerint természetjárás motivációval 140 006 fő vett részt többnapos belföldi utazáson (az összes többnapos belföldi utazáson részt vevők 1,0%-a). Az utazók 58,4%-a a harmadik, további 35,6%-a a második negyedévben kelt útra. Ez összesen 589 229 eltöltött napot és 2,4 milliárd forintos költést eredményezett.

Az *MT Zrt. kutatásának eredményei szerint* 2012-ben a nem szokásos életvitelhez tartozó (a turizmus részét képező), *egynapos belföldi utazások* 3,3%-ának a sportolás, sport jellegű tevékenység végzése volt a fő motivációja.[29] Ezekre az utazásokra átlagosan 4843 forintot fordítottak a háztartások. A *többnapos belföldi utazások* legfontosabb motivációi között a sportolás, sport jellegű tevékenység végzése alacsony részesedést mondhat magáénak: az 1–3 éjszakás utak esetében 1,7%, a legalább négyéjszakás utazások esetében 0,1%, összességében tehát 1,2% volt 2012-ben.[30] Az utazások egy háztartásra eső költsége 29 236 forintot tett ki, ami az átlagosnál (23 441 forint) magasabb. A háztartások számára legfontosabb, ún. *főutazás* esetében a sportolás mint fő motiváció részesedése 1,0% volt 2012-ben. Ezen belül az 1–3 éjszakás belföldi főutazások 0,9%-ában, a legalább négyéjszakás belföldi főutazások 1,4%-ában e célból keltek útra.

[27] A zarándokutakról mint a vallási és a természetjáró turizmus sajátos összekapcsolódásáról bővebben: Sulyok Judit–Mártonné Máthé Kinga: A vallási turizmus helyzete Magyarországon. Turizmus Bulletin. 2014/1. pp. 11–20.

[28] Magyarország ökoturisztikai kínálatáról bővebben: Magyar Zsuzsanna–Sulyok Judit: Az ökoturizmus helyzete Magyarországon. Turizmus Bulletin. 2014/2. pp. 14–23.

[29] A szokásos életvitelhez tartozó belföldi egynapos utazások esetében a sportolás nagyobb szerepet játszik, az utazások 4,7%-ának fő motivációja. A szokásos életvitelhez tartozó külföldi utazások esetében pedig az egynapos utazások 9,7%-ában volt a sportolás, a sport jellegű tevékenység végzése a fő motiváció (MT ZRT. 2012).

[30] A legalább egyéjszakás külföldi utazások esetében a sportolás, sport jellegű tevékenység végzésének részesedése jóval magasabb, 9,5% (MT ZRT. 2012).

Az aktív turizmus mint motiváció mellett az *MT Zrt. vizsgálatai* az egyes tevékenységek – köztük az aktív turisztikai szolgáltatások – utazás során tapasztalt szerepére is kitérnek. Az utazás során végzett tevékenységek között a belföldi főutazások 5,6%-ában kerékpároztak, 34,2%-ában természeti látnivalókat tekintettek meg (idetartozik a külön nem nevesített természetjárás is) a vendégek. 2012-ben a főutazás helyszínének kiválasztásában döntő tényezők között első helyen állnak az úti cél kedvező természeti adottságai, látnivalói (a belföldi főutazások 40,0%-ában jelent meg).[31] 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) (MT Zrt. 2012).

Az aktív turizmus iránti belföldi kereslet megismeréséhez vihet közelebb a teljesítménytúrán részt vevők vizsgálata. Jelenleg több mint 300 helyszínen próbálhatják ki magukat a túrázók országszerte (CSEMEZ–MAGYAR 2012). A Teljesítménytúrázók Társasága adatgyűjtésének köszönhetően rendelkezésre álló információk szerint 2011-ben közel 100 ezer fő vett részt – a természeti és az ember alkotta, sok esetben turisztikai vonzerővel rendelkező adottságokat, látnivalókat érintő – teljesítménytúrán Magyarországon, a legtöbb túrát a tavaszi (április–május) és az őszi (szeptember–október) időszakban szervezték (CSEMEZ–MAGYAR 2012). A turisztikai vonatkozások kapcsán jegyezzük meg, hogy a fővároson kívüli teljesítménytúrák esetében többnyire olcsó (tornatermi) szállást biztosítanak a szervezők, és az egyes ellenőrző pontokon enni- és innivaló várja a túrázókat (CSEMEZ–MAGYAR 2012).

Az aktív turizmus iránti hazai kereslet vizsgálata kapcsán említjük meg, hogy a Magyar Turizmus Zrt. megbízásából a 2007. évi Zöld Út tematikus évet megelőzően végzett kutatás eredményei szerint a magyarországi adottságok (kiemelten a nemzeti parkok, a természetjárás és a lovasturizmus vonatkozásában) elismertek, a lakosság attitűdjei pozitívak.[32]

A *hazánkba látogató külföldi turisták aktív turizmus iránti érdeklődéséről* a KSH adatfelvételei szolgálnak információval. KSH keresletfelmérésének[33] rendelkezésre álló adatai szerint 2013-ban a hazánkba turisztikai céllal látogatók (14 887 ezer fő) 1,8%-a, 272 ezer fő érkezett természetjárás fő motivációval. 39,9%-uk a második, további 27,6%-uk a harmadik negyedévben látogatott Magyarországra. A természetjárás motivációval érkező vendégek összesen 2,5 milliárd forintot költöttek (a turisztikai céllal érkezők költésének 0,3%-a).[34]

4. A Magyar Turizmus Zrt. marketingtevékenysége

Az aktív turizmus önálló turisztikai termékként van jelen a Magyar Turizmus Zrt. marketingtevékenységében. Felismerve a hazai aktív és ökoturisztikai kínálat közötti kapcsolódási pontokat, a két turisztikai termék egymást kiegészítő voltát, az MT Zrt. e két terméket együtt kezeli belföldi és külföldi marketingkommunikációja során. A belföldi marketingkommunikációban az aktív turizmus az ökoturizmussal együtt kiemelt, önálló termékként, míg a külföld felé irányuló kommunikációban mint kiegészítő termék jelenik meg, az egészségturizmus, a fesztiválok/nagyrendezvények, Budapest és a MICE/hivatásturizmus mellett. A belföldi keresletet felismerve az MT Zrt. célja az utóbbi években látványos mértékben bővült kínálat minél szélesebb körű ismertté tétele, amelyet közös aktív és ökoturisztikai tematikájú kiadványokkal, valamint a meglévő együttműködések és szakmai kapcsolatok révén kommunikál a társaság.

Az MT Zrt. termékstruktúrájában, valamint 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 Zöld Út évet, amelynek keretében az MT Zrt. kommunikációjában kiemelt szerepet kapott a természetjárás, valamint a kerékpáros, a vízi és a lovas turizmus. A 2007-es tematikus év sikere után az aktív turizmus mint termék továbbra is fontos és releváns része maradt a turisztikai termékstruktúrának. A 2013-as, valamint a 2014-es marketingtervben is meghirdetett négy évszakos termékkampányok sorát tavasszal az aktív, az öko- és a falusi, összefoglalóan a zöld turizmust középpontba állító „Ébredés" kampány nyitotta márciusban, és a termék kiemelt figyelmet kapott mind a három tavaszi hónapban, márciustól májusig. A szezonkezdés idején a tél utáni újjászületésre, ébredésre rímelve ugyanis az MT Zrt. az élményalapú kommunikációt előtérbe helyezve, az „ébredés" és a „kaland" hívószavával szólította meg a belföldi marketingkommunikációs kampány keretében a fenntarthatóság iránt elkötelezett, aktív életmódot folytató, a kihívásokra nyitott felnőtt korosztályt, valamint a családosokat.

[31] Megjegyezzük, hogy a külföldi főutazások 5,4%-ában kerékpároztak, 57,3%-ában természeti látnivalókat tekintettek meg az utazók. A külföldi főutazások 51,0%-ában a desztináció kedvező természeti adottságai befolyásolták a döntést (MT ZRT. 2012).

[32] További információ: Halassy Emőke: 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.

[33] Forrás: KSH Tájékoztatási Adatbázis http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/themeSelector.jsp?&lang=hu.

[34] Az alacsony mintaelemszám miatt az adatok tájékoztató jellegűek. A kerékpáros turizmus önállóan nem szerepel a felmérésben.

Kéktúra Program

A Magyar Természetjáró Szövetség 2013 áprilisában nemzetközi színvonalú komplex szolgáltatás- és programfejlesztési turisztikai rendszer elindításáról számolt be. A szövetség konzorciumi formában, EU-forrásból milliárdos nagyságrendű pályázati támogatást nyert el hét regionális és egy kiemelt pályázati program keretében. A támogatás közel 2000 km turistaút felmérésére, felújítására, jelzésfestésére, kitáblázására ad lehetőséget, 2015 márciusára szerte az országban színvonalas pihenőhelyek, források és kilátóhelyek épülnek.

Forrás: http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/megujul_az_orszagos_kekkor.

Bejárható Magyarország Program

A program célja a belföldi turizmus fellendítése, az egészséges életmódra nevelés ösztönzése, a testmozgás és a természetjárás népszerűsítése. Kiemelt cél a szolgáltatási minőség javítása, mint például a vendéglátóhelyek és szálláshelyek fejlesztése, illetve új, attraktív tematikus túrák bevezetése. A BMP keretrendszerében öt jármód ötvöződik: természetjárás, kerékpározás, lovaglás, túrakenu és vitorlázás. Az akciótervben szerepel több mint 24 000 km gyalogos turistaút felmérése és fejlesztése, turistajelzések felfestése, turistaházak újjáépítése, bicikliutak kialakítása és karbantartása, valamint a hazai turizmushoz kapcsolódó szolgáltatások fejlesztése.

Forrás: http://2010-2014.kormany.hu/hu/kozigazgatasi-es-igazsagugyi-miniszterium/tarsadalmi-kapcsolatokert-felelos-allamtitkarsag/hirek/elkeszult-a-bejarhato-magyarorszag-keretprogram.

A társaság aktív turisztikai marketingtevékenységében jelentős szerepet kap az e területen érintett minisztériumokkal, valamint szakmai szövetségekkel, szervezetekkel való intenzív együttműködés, amelyek közül kiemelendő a Magyar Természetjáró Szövetséggel, az Országos Erdészeti Egyesülettel (OEE), valamint a Földművelésügyi Minisztérium szakmai felügyelete alá tartozó állami erdőgazdaságokkal és nemzeti park igazgatóságokkal történő kooperáció. Magyarország „zöld útjainak" megismertetését az MT Zrt. a Bejárható Magyarország Programban[35] foglalt célkitűzések támogatásával, valamint a hazai aktív és ökoturizmus területén kulcsszerepet játszó erdők, erdőgazdaságok, valamint nemzeti parkjaink nyújtotta sokrétű turisztikai kínálat bemutatásával kívánja segíteni. Mindemellett a Magyar Turizmus Zrt. részt vesz az MTSZ által koordinált Kéktúra Program[36] eredményeinek, az állami erdőgazdaságok közjóléti intézkedéseinek, valamint az általuk szervezett rendezvényeknek a kommunikálásában is. Az említett szervezetekkel együttműködésben több aktív turisztikai kiadvány került kiadásra az elmúlt években: az *52 túra – 52 hétvége* című túraajánló kiadványt az MTSZ-szel, míg a *Zöld utakon Magyarországon* című, a hazai nemzeti parkokat és kisvasutakat bemutató kiadványt a Földművelésügyi Minisztérium jogelődjeivel, az *Erdészeti erdei iskolákat bemutató turisztikai kiadványt* az állami erdőgazdaságokkal együttműködésben készítette el a társaság.

A kerékpáros turizmus területén az MT Zrt. részt vett a kerékpáros turizmusban érintett szervezeteket összefogó, 2013 februárjában alakult Kerékpáros Kerekasztal (KEKE) munkájában is. A KEKE tagjainak közös célja a magyar kerékpáros infrastruktúra, közlekedés, ipar és kereskedelem, illetve a kerékpáros turizmus fejlesztése, valamint a kerékpársport eredményességének növelése. Ennek érdekében 2013-ban elkészítették a Nemzeti Kerékpáros Koncepciót[37], amelyben a jelenleg folyó, az Európai Unió 2014–2020 időszakra vonatkozó költségvetési tervezése során a kormányzat számára ajánlásokat fogalmaztak meg annak érdekében, hogy ebben az időszakban a kerékpározásra a lehető legtöbb forrás jusson, és ezek hatékonyan legyenek felhasználva.

A kerékpáros turizmushoz kapcsolódik az évek óta népszerű *Bringára fel!* című hazai biciklitúra-útvonalakat ajánló országos kerékpáros térkép, valamint az MT Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága által készített *Balatoni aktív túratérkép,* a Balaton körüli kerékpárút részletes bemutatásával. Az aktív és ökoturizmust népszerűsítő további kiadványok között kiemelendő az elsőként a 2013-as Ébredés kampányhoz kapcsolódóan megjelentetett *Aktívan a természetben* című turisztikai imázskiadvány, valamint az évek óta kiadott *Országos kempingtérkép* is. A kiadványokat az MT Zrt. aktív turisztikai rendezvényeken, fesztiválokon, valamint az országos Tourinform-hálózaton keresztül terjeszti.

Az aktív turizmus az elmúlt években – a nyomtatott formában történő megjelenés mellett – egyre hangsúlyosabb szerepet kapott az online felületeken. Az MT Zrt. saját honlapján, az itthon.hu-n belül, a termékalapú kommunikáció jegyében külön tematikus aloldalt indított az aktív turizmus témájában a http://aktiv.itthon.hu cím alatt, valamint a tavaszi Ébredés kampányhoz kapcsolódóan további online aktivitásokkal (Facebook-játék, Google AdWords-kampány stb.) keltette fel a célcsoport

[35] Forrás: http://2010-2014.kormany.hu/hu/kozigazgatasi-es-igazsagugyi-miniszterium/tarsadalmi-kapcsolatokert-felelos-allamtitkarsag/hirek/elkeszult-a-bejarhato-magyarorszag-keretprogram. Letöltve: 2014. október 14.

[36] Forrás: http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/megujul_az_orszagos_kekkor. Letöltve: 2014. október 14.

[37] A Nemzeti Kerékpáros Koncepció itt érhető el: https://docs.google.com/file/d/0B_FpsSyJtKkKbEdYcHZWaDJiVVk/edit.

figyelmét és érdeklődését az aktív turisztikai formák és a természetjárás iránt.

A termék külpiaci marketingje elsősorban a német piacon jelentős, ahol a természetjáró és kerékpáros turizmus iránt hagyományosan nagy az érdeklődés. A német outdooractive.com és a fahrradreisen.de oldalakon a hazai természetjáró és kerékpáros turisztikai kínálat online megjelenítése mellett az MT Zrt. több aktív tematikájú vásáron és kiállításon is megjelenik kiállítóként.

5. Összegzés

Az aktív turizmus fogalmi hátterének és magyarországi helyzetének áttekintése alapján elmondhatjuk, hogy ez a termék a hazai turizmusban is megérdemelten fontos helyet tölt be, egyúttal számottevő jövőbeni potenciállal rendelkezik. Az aktív turizmus kínálatának és keresletének általános jellemzőiből adódóan a desztinációk fenntartható módon történő fejlődéséhez, illetve a célterületek turizmusba való bekapcsolódásához egyaránt jó alapot adhatnak az aktív turisztikai vonzerők. A turisztikai termék komplexitása ugyanakkor felhívja a döntéshozók figyelmét az átgondolt, számos – a turizmuson túlmutató (például egészségügy, sport) – szereplő együttműködésének fontosságára a siker érdekében, aminek eredményeként a magyarországi célállomások az aktív turisztikai motivációval érkezők és az utazásuk során az aktív tevékenységekre nyitott célcsoportok számára is minőségi szolgáltatásokat nyújthatnak.

Felhasznált irodalom

BÁNHIDI M.–LEBER R. (2011): *Sport – Turizmus – Környezet – Magyar és osztrák kontextusban.* Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó, Győr.

CSEMEZ A.–MAGYAR V. (2012): Teljesítménytúra = Honismeret és sport? *In: Konkoly-Gyúró et al.: Tájtudomány – Tájtervezés. V. Magyar Tájökológia Konferencia. Konferenciakiadvány.* Sopron. pp. 208–213.

EUROMONITOR (2014): *World Travel Market Global Trends Report 2014.*

EUROPEAN COMMISSION (2013): *Flash Eurobarometer 392 – Preferences of Europeans Towards Tourism.* http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_392_en.pdf. Letöltve: 2014. október.

EUROVELO (2012): *The European Cycle Route Network Eurovelo. Study 2012.*

FARKAS M.–BALOGH G. (2001): Két kerékkel kevesebb, számtalan eredménnyel több! *Turizmus Bulletin.* 2001/2. pp. 26–33.

GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY (2010): *Adventure Tourism Market Report.*

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.

HINCH, T.–HIGHAM, J. (2011): *Sport Tourism Development.* Channel View Publications.

JENNINGS, G. (2007): *Water-based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences.* Elsevier, New York.

KAPOVITS J. (2012): A zöldúttervezés tájépítészeti keretei a Zsámbéki-medence példáján. *In: Konkoly-Gyúró et al.: Tájtudomány – Tájtervezés. V. Magyar Tájökológia Konferencia. Konferenciakiadvány.* Sopron. pp. 201–207.

LOUV, R. (2005): *Last Child in the Woods – Saving Our Children from Nature-Deficit Disorder.* Algonquin Books.

LUMSDON, L. (2000): Transport and Tourism: Cycle Tourism – A Model for Sustainable Development. *Journal of Sustainable Tourism.* 8. 5. pp. 361–377.

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

MICHALKÓ G. (2002): Az aktív turizmus elméleti megközelítése. *In: Dávid L. (szerk.): Aktív turizmus (Lifelong Learning Füzetek 3.).* Didakt Kiadó, Debrecen. pp. 5–16.

MINTEL (2010): *Trekking Holidays – International.*

MINTEL (2009): *Cycling Holidays – International.*

SULYOK J. (2014): A turisztikai termékfejlesztés helyi sajátosságai vízparti településeken. *In: Tózsa I. (szerk.): Turizmus és településmarketing.* Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék, Budapest. pp. 121–128.

SZIVA I. (2009): *Kerékpáros turizmus háttéranyag.* Magyar Turizmus Zrt.

TOMIK, R. (2013): Active Sport Tourism – A Survey of Students of Tourism and Recreation. *Journal of Tourism, Recreation and Sport Management.* 1/2013. pp. 13–20.

VIZI I. (2005): A magyar lakosság turizmussal kapcsolatos preferenciái és az aktív turisztikai tevékenységek intenzitása. *Turizmus Bulletin.* 2005/4. pp. 30–40.

Internetes források

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