

HATÁSELEMZÉS A TURIZMUSBAN

A turizmus hatásainak elemzése az 1980-as években kezdődött, elsősorban német és angol nyelvterületen. Az ilyen irányú kutatások létjogosultságát elsősorban a tömegturizmus megjelenése és az annak hatásaira adandó válaszok váltották ki, illetve erre az időszakra tehető a turizmus tervezésének kialakulása, ami pedig feltételezi, hogy a turizmus egyes hatásaival a tervező rendszerek tisztába legyenek. A hatáselemzések irányultsága és csoportosítását a következőképpen lehet feloldani:

- *Környezeti hatásvizsgálatok:* minden egyes turisztikai beruházásnál törvényi szabályozás írja elő az előzetes környezeti hatástanulmányok elkészítését, melynek bizonyítania kell, hogy az adott beruházás nem károsítja, nincs természetromboló hatással környezetére, a természetre.
- *Gazdasági hatástanulmányok:* az előzőnél szélesebb kör tart rá igényt. Nemzeti, önkormányzati és vállalkozói szinten is érdekelték a gazdasági hatástanulmányok elkészítésében, melyek elsődleges feladata, hogy megbecsülje a beruházás megtérülési idejét, a profit keletkezésének időpontját határozzák meg.
- *Társadalmi hatástanulmányok:* itt elsősorban a tudományos szféra illetve a helyi közösségek érdeklődésének köszönhető a turizmus egy-egy területének megfelelően.

A hatástanulmányok mindegyikének célja, hogy a tervezés és végrehajtás során minél kevesebb váratlan, negatív elem kerüljön a kivitelezés és a működtetés kerekébe. Emellett a nemkívánatos tényezők kiküszöbölése, a feltároló akadályok megoldása is feladata a hatástanulmányoknak.

Hatástanulmányok elkészítésére általában konkrét projektek esetében kerül sor. A turizmus hatáselemzéseiben is találkozhatunk *ún. utólagos hatáselemzéssel*, melynek az a célja, hogy választ kapjon a befektető, hogy a megvalósult projekt esetében milyen trendek érvényesülnek, mi történt valójában a tervezés és a kivitelezés közötti időszakban. Valójában a kutatás eredményei egy szükséges, megfelelő tudást biztosítanak egy lehetséges beavatkozást illetően. Az így kapott vizsgálati eredmények egy következő kutatás alapjait is képezhetik.

A turizmus hatásait vizsgáló elemzéseknél jelentős, célban elkülöníthető különbségek figyelhetők meg. Így elkülöníthetünk a magánszektort, a közszeztort és az egyetemeket, kutatóintézeteket által készített elemzéseket. E típusoknak az általános jellemzőit, eltéréseit és azonosságait mutatja az *1. ábra*.

A TURISZTIKAI HATÁSTANULMÁNYOK TÍPUSJELLEMZŐI

JELLEMZŐ	KÖZSZEKTOR	MAGÁNSZEKTOR	TUDOMÁNYOS SZFÉRA
Fő kutatási terület	Környezeti és gazdasági hatások	Gazdasági hatások	Társadalmi, gazdasági, környezeti hatások
Időzítés	Megelőző	Megelőző	Megelőző, utólagos
Mélység	Nagyon részletes, egy pontra összpontosít	Részletes, összpontosított	Részletes, több kérdést felölelő
Kontextus	Specifikus esettanulmány	Specifikus esettanulmány	Specifikus esettanulmány, általános tematikus, regionális tanulmány
Megítélés	Semleges	Pozitív	Pozitív, negatív
Hatása	Általános, kiterjedt	Helyi	Általános, helyi
Alkalmazása	Általános, specifikus	Specifikus	Általános, specifikus, eseti

²¹⁵ PalanCSa Attila egyetemi adjunktus., Nyugat-Magyarországi Egyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing Tanszék.

JELLEMZŐ	KÖZSZEKTOR	MAGÁNSZEKTOR	TUDOMÁNYOS SZFÉRA
Szerepe a döntéshozatalban	Jelentős	Jelentős	Nem jelentős – jelentős
Eredmények hozzáférhetősége	Ritkán vagy sohasem publikált	Ritkán vagy sohasem publikált	Általában publikált, terjesztett, széles körben hozzáférhető
Befektetői szempont	Módosított, általános	Részletes, összpontosított	Jelentős
Számszerűsíthető	Számszerűsíthető	Számszerűsíthető	Számszerűsíthető

Forrás: saját ábra

A turizmus hatásainak jelentős része nem számszerűsíthető, ezért költség formájában sem fejezhető ki. Ez a magánszektor számára elhanyagolható tényezőként jelenik meg. A helyi lakosság támogatása, elfogadása nélkül azonban nem lehet sikeres turizmus létrehozni. Ezért a turisták attitűdjeit és a helyi lakosság életminőségét, attitűdjeinek a vizsgálata minden turizmusban érdekelt szféra részére elengedhetetlen.

A TURIZMUS TÁRSADALMI-KULTURÁLIS HATÁSAINAK VIZSGÁLATA

A turizmus társadalmi-kulturális hatásait vizsgáló, elemzések, kutatások elsősorban a fejlődő országokban, vagy bármilyen szinten fejlettségében elmaradott régiókhoz, térségekhez köthető. Ennek oka igen egyszerű. Ezeken a helyszíneken a turizmus kiemelt szektorként, legtöbbször egyetlen kiugrási, kiemelkedési pontként kezelhető. Így az elmaradott területeken a turizmus bárminemű kiterjesztése, fejlesztése kiugró reményekhez vezethet. Ezek az eredmények lehetnek egyaránt pozitívak és negatívak. A hatásvizsgálatok bizonyítják, hogy első periódusában a pozitív eredmények jelentkeznek, ezek tapasztalhatók, majd a turizmus bizonyos szintű beágyazódása után, esetleg az első negatív turisztikához köthető, helyi eredmények után, a negatív benyomások is előtérbe kerülhetnek, felerősödhetnek. Ahol a folyamat a fentiek alapján megy végbe, ott sokkal intenzívebben jelentkezik a turizmus hatásainak megismerési igénye, a turizmus kedvezőtlen hatásainak kiküszöbölésére történő erőfeszítések. Előremozdító, a kutatásokat segítő tényező, lehet az is, hogy a kezdeti átlagtól egy bizonyos turisztikai fejlettségi szintig eljutó terület változásait – mivel azok relatíve nagyok – könnyebben lehet azonosítani, a válaszokat megadni.

A turizmus nemzetközi piacán azonban a világ fejlett országai játszik a vezető szerepet. Ezért a társadalmi-kulturális hatások vizsgálata itt is elmulaszthatatlan. Az itt tapasztalt társadalmi-kulturális hatások nem jelentkeznek olyan élesen, mint az a turisztikailag fejlődő státuszban levő desztinációk esetében, de a vizsgálatok itt is feltétlenül szükségesek és hasznosak.

A vizsgálatnál mindenképpen meg kell különböztetnünk a következő hatásokat:

- *A turizmus fejlődése által okozott hatás:* itt az üdültulajdonosok megjelenése, a konfliktusok kialakulása és kezelése, esetleg a turizmusból való túlzott függőség okoz.
- *A turizmus fejlődésével együtt járó hatás:* a fogadónépesség gazdasági, társadalmi átrétegződése, új társadalmi rétegek megjelenése, a helyszín imázsának pozitív illetve később negatív megváltozása.
- *Más hatótényezők okoznak:* a társadalmi mobilitás élénkülése, gazdasági hatások átalakulása, életminőség átalakulása.

Abban az esetben beszélhetünk turizmus gazdasági hatásairól, ha a turisták által elköltött pénzeszeget vesszük figyelembe. Itt számításba kell venni a turisták által elköltött pénz effektív mennyiségét: Az eltöltött idő és az elköltött pénzmennyiség függvénye a szolgáltatások minőségétől, területi lefedettségétől és mennyiségétől függ. A fent említett gazdasági tényező legfontosabb összetevő eleme a turisztikai termék/ek (kínálati kosár) megléte, változatos tényezőinek, alkotó eleminek az összessége. Ennek hiányában a turisztikai befolyásoló eszköz az egyes területi egységekben nem valósulhat meg és így turizmus regionális, területi gazdasági hatása is elmarad, vagy legalábbis veszít erejéből.

A turizmus gazdasági hatáselemzése esetében az alábbi tényezők jelentik a prioritást:

- **Központi bevételek és kiadások oldala:** A legérzékenyebb hatások egyikének nevezik a központi bevételek és kiadások oldalát. Az tény, hogy a turizmus megléte, működése jelentős eredményeket, bevételeket produkál az államnak, és az önkormányzatoknak is (2004-ben Magyarországon a GDP 8-12%-ra teszik). Az természetesen más lapra tartozik, hogy ez a bevétel teremtő hatás milyen hatékonysággal képes jelen lenni ezen az oldalon. Megállapítható, hogy a turizmus az egyes gazdasági rendszerek esetében sokkal jelentősebb bevételeket indukál, mint az a költségvetésből kiderül. A magyarországi vállalkozói szektort ismerve a turizmus fekete és szürke gazdasága lényegesen meghaladja a tényleges bevételeket. Ez a TSZSZ (Turizmus Szatellit Számla) bevezetésével jelentős mértékben csökken/hetne.

Ebben a felvetésben érdemes vizsgálni, hogy a turizmus a szektor fejlődése, fejlesztése érdekében jelentős infrastrukturális beruházásokra lenne szükség. A központi költségvetés és a turisztikai lobbik kapcsolata itt ellentmondásos, mert míg állami részről magasan tartják a megtérülési időt, és a turizmusból származtatott jövedelmet, addig a lobbik részről az állam érdeklenségét, a bürokratikus rendszert hozzák fel példának.

- **Gazdasági szerkezet átalakulása:** Abban az esetben, ha egy térségben, régióban hiányoznak a jövedelmező gazdasági tevékenységhez a megfelelő erőforrások, akkor ott a turizmus megfelelő kiindulási alapként működhet, hatása pozitív lehet egy régió gazdasági szerkezetére. Diverzifikálhat szolgáltatásokat, megjelenhetnek a térségben a hagyományteremtő vagy éppen a hagyományos iparágakat/háziipart előtérbe helyező fejlesztések. Emellett lehetőség van arra is, hogy a területi, nemcsak a turizmushoz kapcsolható infrastrukturális fejlesztések megjelenjenek.

Ebben a fejezetben nem lehet elismerni olyan tényezők mellett, mint, hogy egyes területek kizárólagosan a turizmusra építik gazdasági létüket. Ez a fajta „egyhangúság” a fejlődő és tropikus országokat jellemzi, és gazdasági veszélyeket rejt magába (elég arra gondolnunk, hogy a turizmus trendek, divatok is változnak, és míg népszerű desztináció ma egy szigetország, lehet, hogy holnap a hegyvidéki területek nyernek tért).

A gazdasági szerkezet átalakulása és a területi turizmus fejlesztése mindenképpen azt is jelenti, hogy a helyi lakosság életkörülményei javulnak.

- **Multiplikátor hatás:** a turisták kiadásai az egyes területeken jövedelmeket generálnak, amelyek visszaforgatva, továbbgyűrűzve újabb kibocsátásokat és jövedelmeket indukálnak. Ezt a bevételt némileg csökkenteni, de valójában mérni a rendszer nem tudja, az import. Az importra a turizmus esetében azért és akkor van szükség, amikor a turista a saját életterében megszokott termékeket akarja fogyasztani a desztinációban. Ugyanígy csökkentő tényezőként kell számításba venni az adókat, a különböző megtakarításokat és elvonásokat.
- **Foglalkoztatási hatás:** A turizmusban a foglalkoztatás aránya, mértéke időintervalluma, a szonalitás, a humán-erő-gazdálkodás, a szakképzés fontos, a turizmus egyéb hatásait befolyásoló tényezőként jelenik meg. A turizmus szolgáltatás jellegéből eredően a szektor jelentős munkahelyteremtő hatást eredményez. A magasabb szintű szolgáltatások esetében pedig ez a hatás még intenzívebben jelenik meg (pl. wellness-szállodák). Megfigyelhető, hogy a turizmus munkaerő elszívó hatása egyes térségekben jelentős (szakmaspecifikusan megjelenő munkaerőhiány: pincér, szakács) lehet. A munkaerő és foglalkoztatási rendszerben ki kell térni arra a lehetőségre is, hogy szép számú pályázat található a turizmusra vonatkoztatott új munkahelyteremtés megvalósítására.
- **Magasabb árszínvonal:** A turizmus szezonálitása miatt a szezon árak megemelkednek, mert a rövid időszak alatt kell azokat az éves bevételeket produkálni, amit egy relatíve hosszabb szezonnak kellene. Ha a turisztikai szezon hosszú, vagy hosszabb a megszokottnál, akkor az árak emelése nem feltétlenül szükséges.

A KUTATÁS NEHÉZSÉGEI

A turizmus a fogadóterületeken kedvező vagy kedvezőtlen hatásokat generál. E hatások közül egy adott desztinációban általában mindkettő jelentkezik, megfigyelhető. A kérdés csak az, hogy időben és

erősségben melyik és mikor. A turizmus mindenképpen „fogadókörnyezetet formáló tényező”, mely lehet látogatószám növekedése, gazdasági változás, kultúrák találkozása és egymásra hatása stb. Mindezek a fogadóközösségre hatással vannak, igaz, különböző erősségben és mértékben és helyszínen.

Mivel ezek a hatások, változások jelenleg még nem számszerűsíthetők (kivéve a gazdasági hatások bizonyos elemeit), a kutatások értékelésében több probléma is felmerül:

- A turizmus komplex jelenség, a benne szereplő tényezők egymásra hatása sokszor elkülöníthetetlen, a folyamatos kölcsönhatás állandó változásokat eredményez, ezért a turizmuson kívül álló okokat, jelenségeket, azok hatásait nagyon nehéz –vagy értelmezhetetlen – elválasztani egyéb változásoktól, hatásoktól. A turizmus a fogadóterületeken a hatások közül csak az egyiket jelenti általában, így nem tudjuk elkülöníteni, a hatótényezők közül csak mint egy szerepel, ezért nem tekinthető valódi oknak. A turizmus társadalmi-kulturális hatásaira az általános modernizáció, a kommunikációs eszközök megjelenése és széles körű elterjedése teljességgel elkülöníthetetlen a turizmus fejlődésétől, hisz a fogadóközösség viselkedésében, attitűdjeiben gyakorlatilag elkülöníthetetlen, hogy a fellépő változásokat a turisták viselkedése, vagy pl. a médiákon átjövő kommunikáció váltotta ki. Ugyanígy nehezen elkülöníthető az Internet megjelenése és hatása a fogadóközösség attitűdjeiben.
- A turisztikai desztináció hatásainak vizsgálatában sarkalatos pont annak eldöntése, megállapítása, hogy milyen alapállapotot tudunk bemutatni. Az ehhez képest bekövetkezett változásokat nyomon követése nehéz, mert hiányoznak a longitudinális kutatások, vagy ha vannak is, nehéz hozzáférni az adatbázisokhoz. Abban az esetben is viszonylag nehéz elképzelni a turizmus hatásait, ha netán rendelkezésre állnak összehasonlító kutatási eredmények, hisz annak következményeképpen, hogy a desztinációban folyamatos az emberi kultúra jelenléte, azaz az ember állandóan módosította környezetét, nehéz rekonstruálni, hogy milyen lenne az adott környezet az ember beavatkozása nélkül.
- A turizmus komplex jelenség, ezért annak minden hatását leírni szinte teljes lehetetlenség. A különböző tényezők összefüggnek egymással, befolyásolják egymást, így az a változás, amit generálnak az egyes tényezők, végeredményüket tekintve több hatótényező együttes hatását igazolják. Ebben az esetben pedig nem lehetséges kimutatni, hogy az elsődleges hatás milyen egyéb másodlagos, harmadlagos stb. hatásnak az alapja, milyen hatóspirált váltanak ki egymásra hatásukban az egyes tényezők.
- A hatások megállapításában az idő-idő összefüggés feloldása is nehézségekbe ütközik. Ha egy turisztikai fejlesztés időben eltér annak hatásának a megjelenésében, egyébként esetleg látható összefüggést nem is vélünk felfedezni köztük, akkor a hatás mérése is szinte lehetetlen.
- A turizmus hatásainak mérésében, a fejlődés hatásainak mérésében hiányoznak a direkt indikátorok, a számszerűsíthetőség. Nehéz az esetleges indikátorok súlyozása is, hisz a sokszereplős, sok érdekeltségi körű résztvevő sok, különböző érdekel, és céllal rendelkezik. A megfelelő indikátorok megjelölése is nehéz, hisz nehéz megtalálni azokat, melyek a változásokat jól beazonosítják. Emellett az egyes hatások súlya, fontossága sem azonos a résztvevők körében, tehát az indikátorokhoz rendelt súlyoknak is változó szerepet kell képviselniük.

PERCEPCIÓS KUTATÁSOK²¹⁶

A turisták döntéseiben meghatározhatók a „vásárlói döntést meghatározó tényezők”, azok, amelyek jelentős szerepet játszanak a turisták döntési folyamataiban is. Ebben a folyamatban három alapvető irányzat alakult ki.

- Amikor a turista „**racióális döntést hoz**”. Ebben az esetben a turista tökéletes információhalmazzal bír a desztinációról. Elvárásai és majdan a kapott termék és szolgáltatás összhangban van. Tudja mi várható a desztinációtól, ezért csalódás nem is éri. Általában az elégedett turistacsoportokhoz tartozik.
- Amikor a turista döntésében kizárólag az egyéni motivációi játszanak szerepet. Ebben a „**pszichológiai döntésben**” elsősorban a másoktól, a desztinációt ismerőktől hallott információk,

²¹⁶ Percepció: Olyan komplex folyamat, mely során az emberek szelektálják, rendezik és értelmezik az érzékszervi ingereket, összefüggő értelmes képbe rendezve a világot.

netán a desztináció erős marketingjének van meghatározó szerepe.

- Lényegesen összetettebb a „**sokszínű tényezők**” elméletén alapuló döntés, melyben a turista a tapasztalt adatokat, egyéniségének belső motivációit, és az ezeken kívül álló egyéb tényezőket is figyelembe veszi és hozza meg döntését.

A turizmus hatásainak vizsgálatában az elmúlt évtizedek eredményeinek tükrében nagy jelentőséget kapott a helyi lakosságnak a turizmusfejlődéssel kapcsolatos percepcióinak kutatása. A kutatások során bebizonyosodott, hogy a helyiek, illetve rajtuk keresztül egy fogadóterület egésze akkor viselkedik pozitívan a turizmussal szemben, ha a róla kialakult gazdasági, társadalmi jelenségek sorozata is pozitív. A helyes kép kialakításában fontos szerepet játszanak a döntéshozók (állami, regionális, helyi), mert a lakosság csak abban az esetben hajlandó pozitív állásfoglalásra, ha konkrétan ismeri az országhoz, régióhoz, térséghez és elsősorban a településhez kapcsolódó, konkrét és megvalósítható, időtávban elérhető turisztikai terveket, elképzeléseket. Ezek rövid illetve hosszú távú feltérképezésére és ismertetésére szintén fontos szerepet kap az elfogadásban.

Ugyanakkor az elfogadás még nem jelenti a helyiek részéről az aktivitás megjelenését. Egy turisztikai desztináció képének alakítására, a turizmus hatásainak megismerésébe a helyi szinten jelentkező vállalkozásoknak, a turisztikában való aktív részvételnek fontos szerepe van a pozitív attitűdök kialakításában.

Az, hogy a helyiek a turizmus hatásait pozitívnak vagy negatívnak ítélik meg, attól függ, hogy milyen nagyságú és irányú változásokat észlelnek a turizmus megjelenésével és kiteljesedésével. Ezért elengedhetetlen a turizmus hatásainak vizsgálata a lakosság percepcióinak tanulmányozása során. A vizsgálatnak választ kell keresnie arra, hogy a helyiek a környezetükben bekövetkezett változásokat a turizmusnak köszönhetik. Ha ige, akkor az milyen mértékben és irányba következik be, vagy egyszerűen a változások amúgy is bekövetkeztek volna. Emellett, s talán a turizmus fejlődésének további sorsát döntheti el a térségben, hogy a bekövetkezett változásokat, azok hatásait a helyiek pozitívnak vagy negatívnak hatásként észlelik.

A lakosság szemszögéből ítélve az egyes, de ugyanazon változásokat, a helyiek egy részének, különböző társadalmi érdekcsoportok eltérő értékrendszerbe állítják be. Azon csoportok vagy egyének, akik a turizmusban munkavállalóként, munkaadóként vesznek részt lényegesen kedvezőbbnek ítélik meg a turizmus hatásait, a turistákkal szembeni attitűdjeik pozitívak, a turizmus fejlődését (annak hatásait). Befolyásoló tényezőként említhető a turisztikai magterülettől való távolság is. Azok, akik a magterülettől távolabb élnek, de még a turisztikai zóna hatással van rájuk, pozitívabbnak ítélik meg a turizmust és annak hatásait. Ugyanilyen erős befolyásoló tényező, hogy az adott turisztikai zónában mennyi ideje élnek. Azok, akik öslakosnak számítanak kedvezőtlenebb képet festenek a desztináció turisztikai vonatkozásairól, mint azok, akik később települtek be.

Lényeges eltérések tapasztalhatók az egyes hatástípusok megítélésében a helyiek és a kutatók, külső megfigyelők véleménye között. Amíg a helyi lakosok kedvezőnek ítélik meg egyes bekövetkezett változást, mert az életmódjukban, életszínvonalukban, bérezésükben, az úthálózatban, az ellátásban előrelépést, pozitív attitűdöt jelent, addig az egy külső megfigyelői státusból, turistaként az adott közösség „modernizációját”, a hely szellemének elvesztését, az autentikusság elcserélését jelenti. Ez az eltérő megítélés jól megfigyelhető a busmanok életmódjában bekövetkezett változások esetében, illetve ezek megítélésében tapasztalható különbözőségekből. Azon fejlődő országok, ahol a turizmus szinte az egyetlen munkahelyteremtő lehetőségként értékelhető, a munkaerő helyiekből verbuválódott, és a turizmus általános tapasztalatait figyelembe véve, e területeken a munkabérek lényegesen elmaradnak a küldő piacokon tapasztalható turisztikai munkabérektől. Az, ami az egyik félnek elfogadható életszínvonalat jelenti, az a másik számára a nem vonzó munkabér kategóriájába tartozik.

A turizmus megjelenése és kiépítése a turisztika zónákban, még a fejlett országok fogadóterületein is dilemmák elé állítja a helyieket a hatások megítélésének kérdésében. A helyiek eltérő véleményét, a tisztánlátásuk a turizmus pozitív és negatív következményeinek megfogalmazódik bennük azt, hogy a továbbiakban csak úgy részesedhetnek a turizmus hasznából, ha elfogadják a negatív hatások meglétét, sőt a haszon mértéke (anyagi, ismertség, hírnév, image, szép környezet stb.) meghatározza a negatív hatások elfogadásának mértékét is.

A percepció hatások esetében nem elfelejtendő, hogy a tudományos kutatások mellett egyre fontosabb a helyi szereplők percepcióinak vizsgálata. A percepció vizsgálatok elemzésével a lakosság turizmushoz kötődő attitűdjeire is választ kaphatunk. A vizsgálatok esetében figyelni kell a külső környezet befolyásoló tényezőire is. A médiákban felkapott turisztikai desztinációkat érintő hírek a helyiek attitűdjeit jelentős mértékben tudják befolyásolni. Emellett az erős befolyásoló hatás mellett van azonban egy olyan általánosan kialakított kép a helyiekben saját desztinációjukról, melynek alapigazságát a helyiek tartják életben. Ezek az alapigazságok nagyban befolyásolják a helyiek turizmus hatásaira adott válaszait, attitűdjeit.