

SZAKDOLGOZAT

Szécsi Nóra

2009

**BUDAPESTI GAZDASÁGI FŐISKOLA,
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és
Idegenforgalmi Főiskolai Kar**

A magyarországi barlangok kalandturisztikai hasznosítása

Konzulens:
Nagy Adrienne
Főiskolai tanársegéd

dr. Tardy János

Készítette:
Szécsi Nóra
IV. évfolyam
Idegenforgalmi és szálloda szak
2009.

NYILATKOZAT

Alulírott Szécsi Nóra, a Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar, Idegenforgalmi és szálloda szakos, nappali tagozatos végzős hallgatója nyilatkozom, hogy

A magyarországi barlangok kalandturisztikai hasznosítása

címmel bírálatra és védésre benyújtott szakdolgozat saját munkám eredménye, amelynek elkészítése során a felhasznált irodalmat a szerzői jogi szabályoknak megfelelően kezeltem (a szükséges hivatkozásokat, valamint az ábrák hivatkozását megfelelően helyeztem el).

Budapest, 2009. április 27.

.....

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	3
1. A KALANDTURIZMUS ELMÉLETI MEGKÖZELÍTÉSE	5
1.1. Nemzetközi turisztikai trendek	5
1.1.1. Társadalmi-gazdasági változások	5
1.1.2. Az új irányzatok	6
1.1.3. Élményturizmus	7
1.2. A kalandturizmus	8
1.2.1. A kalandturizmus térhódítása	8
1.2.2. A kalandturizmus fogalma és fajtái	9
1.2.3. Aktív-, sport-, kockázatturizmus	10
1.2.4. A kaland lélektana, motivációk	12
1.2.5. Vendégszegmens	13
1.2.6. A kalandturisztikai piac kínálati elemei	14
1.2.7. A kaland és a természetvédelem	16
1.2.8. A hazai kalandturizmus	17
2. A BARLANGOK KALANDTURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSA	20
2.1. Barlangturizmus Magyarországon	20
2.1.1. A hazai barlangok	20
2.1.2. A kaland-barlangok	24
2.1.3. Csodabogyós-barlang és a Mátyás-hegyi-barlang	26
2.2. Barlangi kalandturizmus a nagyvilágban	28
2.3. A barlangi kalandtúrák	32
2.3.1. Szervezési kérdések	32
2.3.2. Veszélyforrások	34
2.4. Természetvédelem a barlangban	35
2.5. A barlangi kalandturizmus ökoturisztikai vetülete	37
3. A KALAND-BARLANGOK LÁTOGATOTTSÁGI STATISZTIKÁI	40
3.1. A kaland-barlangok összehasonlítása vendégforgalom alapján	40
3.2. A Csodabogyós-barlang látogatottsága	45
3.3. A Mátyás-hegyi-barlang látogatottsága	47
4. A BARLANGLÁTOGATÓKKAL VÉGZETT KÉRDŐÍVES VIZSGÁLATOK	50
4.1. A Mátyás-hegyi-barlang belföldi látogatói	51
4.2. A Mátyás-hegyi barlang külföldi látogatói	54
4.3. A Szemlő-hegyi-barlang látogatói	57
5. ÖSSZEFOGLALÁS	59
MELLÉKLET	63
IRODALOMJEGYZÉK	73

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Társadalmi-gazdasági változások és a turizmusban megfigyelhető trendek összefüggései.....	6
2. ábra: A kalandturizmus viszonyrendszere az alternatív turizmuson belül....	11
1. táblázat: A kalandturisztikai piac kínálati elemei.....	15
2. táblázat: A barlangturizmus fajtái Magyarországon.....	22
3. ábra: Magyarország kaland-barlangjainak földrajzi elhelyezkedése.....	25
4. ábra: A látogatók számának éves változása a kiemelt kaland-barlangokban	40
5. ábra: A látogatók számának éves változása a Mátyás-hegyi- és Csodabogyós-barlangokban 2004 és 2008 között.....	43
6. ábra: A Csodabogyós-barlang látogatottsága 2006-ban túratípus szerint....	45
7. ábra: A Csodabogyós-barlang látogatottsága 2007-ben túratípus szerint....	46
8. ábra: A Mátyás-hegyi-barlang látogatottsága havi bontásban 2005-ben korosztály szerint.....	47
9. ábra: A Mátyás-hegyi-barlang látogatottsága havi bontásban 2007-ben korosztály szerint.....	48
10. ábra: A földalatti földrajzórák száma 2005-ben és 2007-ben a Mátyás-hegyi-barlangban.....	49
11. ábra: A Mátyás-hegyi-barlang látogatóinak demográfiai jellemzői.....	50
12. ábra: A Mátyás-hegyi-barlangra vonatkozó információk forrása a belföldiek szemszögéből.....	52
13. ábra: A Mátyás-hegyi-barlangban túrázó belföldiek motivációinak megoszlása.....	53
14. ábra: A Mátyás-hegyi-barlangra vonatkozó információk a külföldiek szemszögéből.....	55
15. ábra: A külföldi látogatók motivációinak a megoszlása.....	57

BEVEZETÉS

Kutatásom témája a barlangi kalandturizmus Magyarországon. Minthogy a 21. század jellemző nemzetközi trendje, az élményorientáltság hazánkat is elérte, és az utóbbi években újabb és újabb barlangok kapták meg a kalandturisztikai hasznosítás engedélyét, így a növekvő kereslet az extrém típusú túrákra és az egyre bővülő kínálat megkívánja a jelenség szakmai vizsgálatát. A kalandturizmus fogalma a nemzetközi szakirodalomban már évek óta vizsgálódás tárgya, egyre több olyan elemzés lát napvilágot, amely a trend társadalmi hátterét, motivációit és főbb célcsoportjait vizsgálja.

Dolgozatom célja, hogy a nemzetközi szakirodalmon alapuló elméleti feldolgozás mellett (1. fejezet) egy konkrét területen keresztül mutassam be a kalandturizmus helyzetét és jellemzőit Magyarországon. Tehát elsősorban a barlangturizmus új formájával foglalkozom, a barlangászatot mint új kínálati elemet jellemzem és kiemelem jövőbeli lehetőségeit (2. fejezet). A kalandturizmus jogi hátterére és feltételeire vonatkozó információim forrásául a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium Barlangtani Osztályvezetőjével folytatott interjú szolgált.

Elemzem a Mátyás-hegyi-barlang és a Csodabogyós-barlang látogatottsági statisztikáit az éves változás, a szezonális és a helyrajz szempontjából, és összevetem más idegenforgalmi barlangokra vonatkozó statisztikákkal (3. fejezet). Emellett kérdőíves vizsgálatot végzek a Mátyás-hegyi-barlangban overállos túrán résztvevőkkel (4. fejezet). Céлом, hogy azonosítsam a konkrét vendégszegmenst, feltérképezzem a túraszervezők marketingtevékenységének eszközeit és hatékonyságát, valamint felmérjem a szerzett élmény intenzitását és következményeit.

Az adatok alapján a következő téziseket szeretném vizsgálni. Először is, a kalandturizmus a belföldi és beutazó idegenforgalom gyorsan növekvő szegmense. Másodsor, itt is megfigyelhető a Magyarországot jellemző centralizáltság, Budapest és a Balaton dominanciája. Harmadszor, a tömegturizmus és a marginalizált extrémturizmus közötti határvonal az utóbbi években elmosódott, és a határmezsgyéjén egyre nagyobb szerephez jut a „soft” kalandturizmus.

Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozom Takácsné Bolner Katalinnak, a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium Barlangtani Osztálya vezetőjének a barlangok statisztikai adatainak és térképeinek rendelkezésemre bocsátásáért, valamint a kalandturisztikai hasznosítás jogi hátterére vonatkozó személyes interjúért. A barlangfotók a Barlangtani Osztály egy másik munkatársától, Egri Csabától származnak. A Csodabogyós-barlanggal kapcsolatos adatokat és információkat Korbély Barnabástól, a Balaton-Felvidéki Nemzeti Park geológiai és barlangtani szakreferensétől kaptam. Statisztikai adatokat szolgáltatott még Gruber Péter, az Aggteleki Nemzeti Park barlangtani referense, valamint Ferenczy Gergely, a Bükki Nemzeti Park barlangtani referense. Köszönet illeti Vörös Péter és Turi László barlangtúra-vezetőket a kérdőívek kitöltésében nyújtott segítségükért a Mátyás-hegyi-barlang esetén, illetve Hegedűs András a Szemplő-hegyi-barlang esetén. Pete Kenyon és Sthepen A. Craven, továbbá Charles J. Yonge, a Nemzetközi Szpeleológiai Unió tagjai a külföldi esetekre vonatkozó kutatásaimhoz nyújtottak jelentős segítséget. Végül, de nem utolsó sorban a dolgozat megszületését segítették Nagy Adrienne és Tardy János konzulensek is, akiknek iránymutatását ezúttal is köszönöm.

1. A KALANDTURIZMUS ELMÉLETI MEGKÖZELÍTÉSE

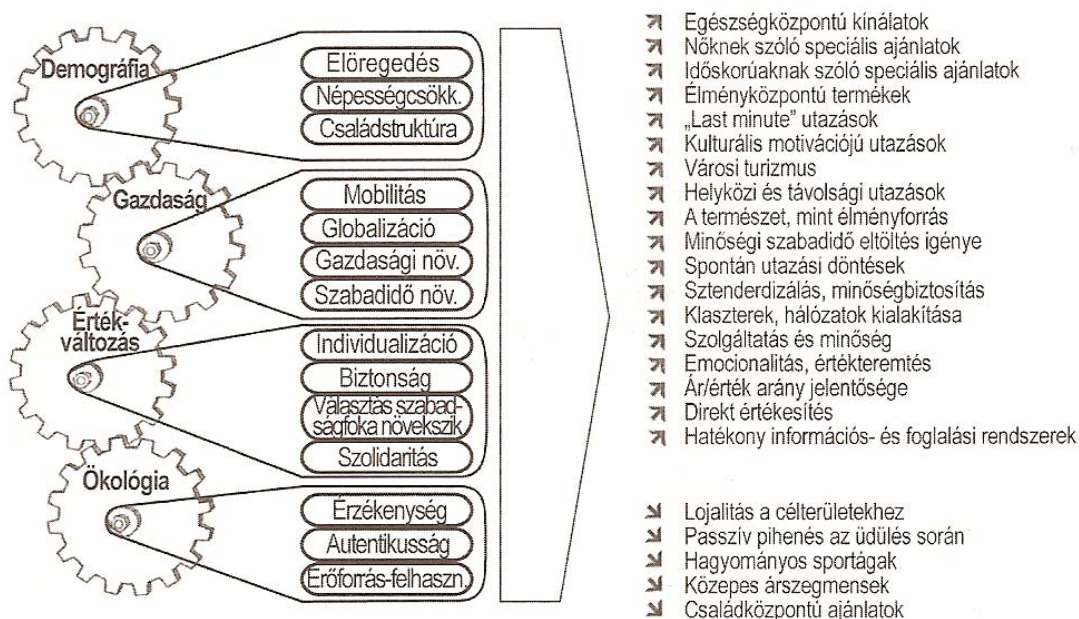
1.1. Nemzetközi turisztikai trendek

1.1.1. Társadalmi-gazdasági változások

A mai értelemben vett turizmus a 20. század második felében jelent meg, és az azóta eltelt időben gyökeres átalakulásnak lehetünk a szemtanúi. A változásokat nem csak a fő fogadó országok és régiók esetén érzékeljük, hanem ehhez szorosan kapcsolódva a preferált terméktípusok piaca is folyamatosan módosul (Aubert-Berki [2007]). A technika újabb és újabb vívmányaival párhuzamosan a desztinációk köre is fokozatosan bővült. Az utazások mind könnyebbé, egyszerűbbé, és ami még fontosabb, a hétköznapi ember számára is elérhetővé váltak. De az okokat másban is kereshetjük: a legegyszerűbb motiváció maga az emberi kíváncsiság. A turisták igénylik az újdonságot, az ismeretlent, így jelenhettek meg a klasszikus úti célok mellett az egyre szokatlanabb és messzebb található helyszínek is.

Napjainkban, a 21. század küszöbén a változások még gyorsabban és intenzívebben jelentkeznek a társadalmi és gazdasági környezetben, így az idegenforgalom piacán is. A turizmust a demográfia, a környezeti kérdések, a kultúra, de a politika és közbiztonság kérdése is egyaránt befolyásolja.

Tehát a társadalmi-gazdasági változások és a turizmusban megfigyelhető trendek szorosan összefüggnek. A trendek mindig az emberi élet keretfeltételeinek a változását jelzik, amelyek hatására az életvitel, a prioritások és a döntések megváltoznak. Ennek megfelelően a keresleti oldalon megjelenő növekvő fogyasztói elvárások, az értékekben bekövetkező eltolódások, a demográfiai változások, új igények érdemi kihívást jelentenek a kínálati oldal szereplőinek (1. ábra).



1. ábra: Társadalmi-gazdasági változások és a turizmusban megfigyelhető trendek összefüggései

Forrás: Aubert – Berki [2007]

1.1.2. Az új irányzatok

A legalapvetőbb, főbb trendek között is tetten érhetők az extrémítás, a kaland irányába ható tényezők. A hagyományos sportágak és a passzív pihenés iránti érdeklődés csökkenése egyértelműen befolyásolja a turisztikai termékstruktúra alakulását. Emellett a természet és az élmény jelenik meg kulcspozícióban az urbanizált ember szabadidő-eltöltési motivációi között.

A modern társadalmakban – bár az előírt munkaidő csökkent – az emberek többségénél a munkával töltött órák száma megnőtt, így a hétköznapiakban fokozódó nyomás ellensúlyozására alkalmas rekreáció egyre fontosabbá válik a mindennapokban és utazások során is. Ennek megfelelően a természetorientált, az egészségközpontú és az aktív időtöltéssel kombinált utazások kereslete egyértelmű pozitív változást mutat. Ellentmondás, hogy éppen az urbanizáció hatására csökkenő zöldterületekkel párhuzamosan jelenik meg ezeknek a természeti értékeknek az idegenforgalmi hasznosítása.

A turizmus megatrendjei közé illeszkedik az individualizáció igénye is. A tömeges mennyiségben előállított standardizált termékeket egyéniesíteni kell. A nyugati társadalmakat már nem fenyegeti a napi megélhetés kockázata, így fokozott figyelem koncentrálódik a szabadidő eltöltésére. Az individualizáció lényegében azt

jelenti, hogy mindenki azt tegye utazásai közben is, amit csak akar. Az utazásszervezőktől megkövetelik, hogy az élmény személyre szabott legyen és az egyedi szükségleteiket elégítse ki (Rupe [2000]). Fontos mindazonáltal megemlíteni, hogy ezek a változások természetesen nem okozták a csoportos utazások megszűnését, csupán arról beszélhetünk, hogy ezek a csoportok kisebbé, intimebbé váltak. Az alkalmazkodás életbevágó az utazásszervezők szempontjából, mivel egyre többen maguk szervezik meg az utazásaikat, elsősorban az Interneten keresztül, így nem megfelelő kínálat esetén lemaradhatnak magukról a vevőkről.

A fent említett trendekhez kapcsolódik az a nemzetközi irányzat is, hogy ezt a nagyobb jelentőséggel bíró szabadidőt az emberek több részletben töltik el, nem korlátozódik a pihenés a nyárra. A főüdülések hosszának a rövidülésével egyre gyakoribbak az elő- és utószezont érintő szabadidős utazások, melyek során az aktív programok szerepe növekszik.

Az az ember, akinek a mindennapi életét az egészséges életmód jellemzi, és akinek a sport, a mozgás tevékenysége napi rutinná vált, a nyaralásai során is törekedik arra, hogy a turisztikai tevékenységét aktív testmozgással párosítsa. Azonban ebben az esetben már nem elégszik meg a szokásos sporttevékenységek felsorakoztatásával, hiszen ezeket otthon is bármikor igénybe veheti. Az utazások célja a 21. században az élményszerzéssel párosuló fizikai aktivitás, ily módon az ökoturizmus és a kalandturizmus szervezői számára is további lehetőségek nyílnak a potenciális vendégkör bővülésével.

1.1.3. Élményturizmus

A tapasztalatok azt mutatják, hogy a turizmus motivációi között napjainkban az első helyen az élményszerzés áll. Az európai turisztikai piac változása is követi ezt a trendet, az élménymarketing vált a turizmuspolitika legfontosabb fogalmává, hiszen ezek az újfajta élmények jelenthetik a piac fokozatos bővülését is (Jandala [1997]). A hagyományos utazások ma már nem tudnak megfelelni a követelményeknek, elvesztették az újdonság varázsát, így a figyelem a turizmus alternatív formái felé irányult. A felpörgetett életvitel a nyugalmas tengerparttal, a „Sun, Sea, Sand and Sex” kombinációval nem összeegyeztethető. A jólétben felnőtt új generációk és az idősebb korosztályok is mind több élményt várnak el a nyaralásuktól (Bokor [2000]).

De mi is az élmény? Olyan benyomások sorozata, melynek során a hétköznapitól eltérő, különleges valamit tapasztalunk meg, azáltal, hogy kilépünk a megszokott környezetből és körülményekből. Ennek a feltételnek a tömegturizmus nem tud megfelelni, a jól szervezett programok, a „tökéletes” helyszín idővel kénytelenül unalmassá válik. Emiatt az élménymarketingnek a stratégiai turizmustervezés központi elemévé kell válnia. Ez utóbbi megállapítás figyelembe vétele különösen a turisztikai vállalkozások számára fontos, hiszen a tartós versenyben maradásnak elengedhetetlen követelménye – a színvonalas szolgáltatásokon kívül – az egyre magasabb élménytartalmú kínálat nyújtása. Mindezek az igények is jelentős mértékben hozzájárultak ahhoz, hogy mára a Föld egésze a turisztikai élményszerzés zónájává alakult.

Az élmény legbiztosabb forrása maga a kaland. Amikor eltérünk a hétköznapi kulturális szabályoktól, kiszakadunk a megszokott környezetből, nem élhetünk a modern civilizációk megszokott technikai kellékeivel, próbára tesszük a teljesítőképességünket: ez mindenki számára egyértelműen a kalandot jelenti. Az magasabb élményértéket pedig „a fokozódó veszély” jelenti. Fontos megjegyezni, hogy a turizmus keretei között zajló „kaland” során mindig kontrollált, szabályozott veszélyforrásokról beszélünk.

1.2. A kalandturizmus

1.2.1. A kalandturizmus térhódítása

A nemzetközi szakirodalom egybehangzó véleménye szerint a kalandipar a turizmus piacán belül gyorsan növekvő szektor. A növekedés okai a kiterjedt vendégkörben rejlenek. Több társadalmi változás is elősegíti az egyre népszerűbbé válást. Az első fontos tényező, hogy eltolódott a gyermekvállalás időszaka, így a fiataloknak több ideje és felhasználható jövedelme marad a kalandok kipróbálására. A másik tényező, hogy a korábbi kalandorok a gyerekvállalás után is szeretnék a családi életüket aktívan tölteni. Végül, de nem utolsó sorban, az öregedő társadalmakban az idősebb generációknak is egyre nagyobb az igénye a sportos szabadidőtöltésre. A növekvő keresletnek és a széleskörű elvárásoknak meg kell felelni, ami biztosítja a piac folyamatos bővülését (Dunford [2008]). A

kalandturizmus jelentőségének növekedése azt is magával vonja, hogy egyre komolyabb szakmai érdeklődés övezi. Nemzetközi szervezetek – például: *Adventure Travel Trade Association* – és konferenciák – például: *Adventure Travel World Summits* (Nemzetközi Kalandturisztikai Csúcstalálkozó) – jöttek létre az utóbbi években. Angliában a 2008-as *Adventure Travel Show* kiállítói már több mint 200-an voltak. A helyzet hasonló a szakmai oktatásban is, Kanadától kezdve Anglián át több főiskolán lehetőség van kalandturisztikai szakosodásra.

1.2.2. A kalandturizmus fogalma és fajtái

Utasok és utazásszervezők tömegei vesznek részt a kalandutazásokon, illetve ezek a lebonyolításban, mégis alig még van a turizmusnak más olyan szegmense, amelyik ennyire kevésbé ismert és tanulmányozott volna a szakirodalomban. Pontos, jól körülhatárolt definícióról nem beszélhetünk, gyakran már az is gondot okoz, hogy elhelyezzük a turizmus más típusain belül. Sokan összekeverik a kockázat-, az aktív-, vagy éppen a sportturizmussal, de a kalandturizmus egy önálló turizmuságazat, amely emellett természetesen magában hordozza a fent említett turizmusfajták több jellemzőjét is.

Az általánosan elfogadott definíció szerint a kalandturizmus olyan aktív utazásokat foglal magába, amelyek a legtöbb esetben természeti környezetben mennek végbe, és a fő cél egy veszélyérzettel, izgalommal kombinált élmény szerzése. Azonban ennek a megfogalmazásnak a gyengeségét az adja, hogy a kaland szubjektív fogalom, minden embernek mást jelent, így nehezen meghatározható, hogy mi is az az izgalmas élmény, ami már kalandnak számít.

Az Amerikai Egyesült Államokban alapított *Adventure Travel Trade Association* (Kalandturisztikai Szakmai Szövetség) megállapítása szerint minden olyan tevékenység kalandturizmusnak számít, amelyik az alábbi három feltétel közül legalább kettőnek megfelel: 1. fizikai tevékenység, 2. természeti környezetben megy végbe, 3. kulturális értékcsere és kölcsönhatás jön létre (Dunford [2008]). Azzal a kitételrel kiegészítve, hogy a kalandturizmus mindenkor a napi rutintól való elszakadást szolgálja azáltal, hogy a biztonságos komfort környezet elhagyásával az ember valami újat fedez fel, miközben próbára teszi, feszegeti a saját korlátait.

A viszonylag tág definíció következtében a kalandturizmus számtalan formát ölthet, a vadvízi evezést éppúgy magában foglalja, mint a hagyományos gyalogtúrázást.

Nehéz felosztani különböző típusokra, mégis alapvetően két jól elkülöníthető fajtáról beszélhetünk a „veszélyességi” fokozat és a fizikai teljesítmény szerint. Az első a „soft” kalandturizmus, amely mindenki által elérhető és teljesíthető. Az utazásszervezők célja, hogy a soft ajánlatokkal az idősebb korosztályokat, a családokat, vagy éppen a hölgyeket célozza meg. A másik a „hard” kalandturizmus, amely már magasabb veszélyességi fokozatot jelent. Ez jó fizikai kondíciót feltételez a résztvevők részéről, ezzel együtt az adrenalin-szintet igazán fokozó élményt nyújtja.

1.2.3. Aktív-, sport-, kockázatturizmus

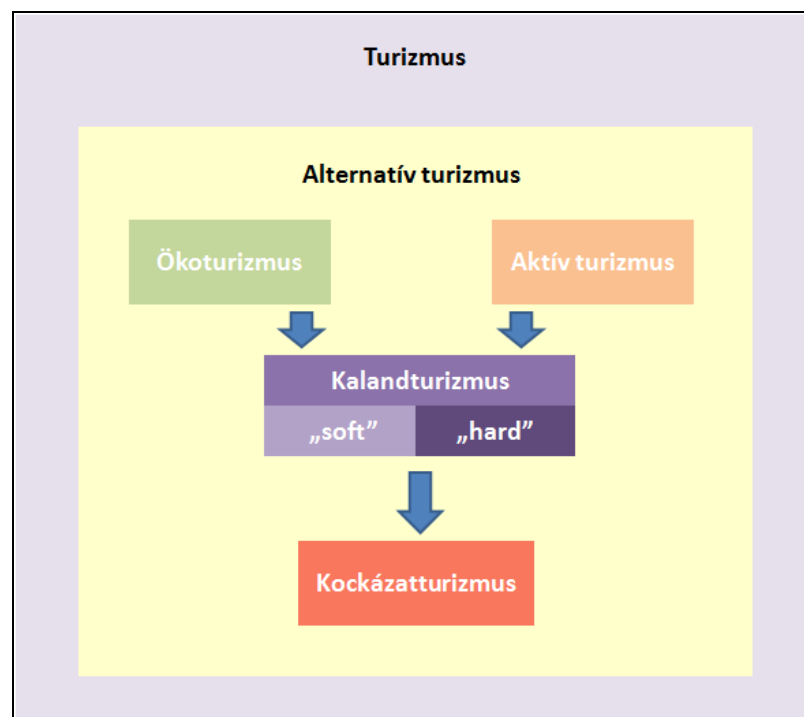
Az elmúlt évtizedek gazdasági-társadalmi változásai során bekövetkezett szemléletváltásra a turizmus alternatív formái adtak választ. Az újfajta, magasabb minőségű, kultúra- és környezettudatos turizmusfajták közé sorolható az aktív turizmus is. Definíció szerint ez olyan utazás, amely során a turista a hétköznapitól eltérő, intenzív mozgást végez, miközben valamilyen fajta árut vagy szolgáltatást is vásárol (Michalkó [2002]). E meghatározás alapján megállapítható, hogy a kalandturizmus is az aktív turizmus fajtái közé sorolható, azzal a kitéttel, hogy az utóbbinak szerves része a mesterséges veszélyérzet és feszültség.

Tévesek azonban azok a megállapítások, amelyek túlzott párhuzamot vonnak a sport és a kaland között. A sportturizmus alatt mindenkor a versenysportot értjük, ahová résztvevőként a versenyzők, szurkolók és edzők tartoznak. Tehát minden esetben sportturizmusról beszélünk, amikor az utazás nem kedvtelésből, hanem a teljesítmény összemérése érdekében történik. Ebben az értelemben itt nemcsak kaland-, hanem aktív turizmusról sem beszélhetünk, hiszen a tevékenység nem tér el a megszokottól (Michalkó [2002]).

Ha az élményturizmus által kínált korlátozott veszélyhelyzetek sem elégitik ki a turistát, akkor nem marad más hátra, mint a valódi életveszély. A 21. században kialakult a kockázatturizmus, amelynek helyszínei a harci frontok, katasztrófahelyzetek, válságövezetek. Elegendő pénz és vakmerőség esetén az ember

ma már bárhova eljuthat. Nem véletlen, hogy a külügyminisztériumok külön tanáccsal látják el a katasztrófa által sújtott térségekbe utazókat, hiszen szükség van az ilyen támogatásra is, mivel ma már él és virul a katasztrófaturizmus, ahol az élményt mások tragédiája adja és – ellentétben a kalandturizmussal – a veszélyhelyzet nincsen kontrollálva (Jandala [1997]).

Összefoglalva, a kalandturizmust tekinthetjük az aktív turizmus egy bizonyos, a mesterséges veszélyérzet élményének megszerzésére irányuló típusának, azonban különbözik a sport- és kockázatturizmustól, hiszen nem beszélhetünk sem versenysportról, sem pedig valóban életveszélyes szituációkról. A kalandturizmussal járó kockázat szabályozott, és a biztonság a legfontosabb kritériumok között szerepel. A következő ábra a turizmus viszonyrendszerében helyezi el a kalandturizmust, és demonstrálja, hogy ez a turizmusfajta elkülönül az alternatív turizmus típusain belül.



2. ábra: A kalandturizmus viszonyrendszere az alternatív turizmuson belül

Forrás: a szerző

Bár az ábra azt sugallja, hogy az öko-, aktív, kaland-, vagy éppen a kockázatturizmus között egyértelmű határ húzható, valójában a folyamatábra nyilainak a célja, hogy szemléltesse, hogy ezek a típusok egymásból alakultak ki, így a gyakorlati alkalmazás során az elméletben definiált típusok keverednek, egy

utazásnak egyszerre lehetnek például öko-, illetve kalandturisztikai aspektusai is, ahogy a 1.2.7 fejezetből részletesebben is kiderül.

1.2.4. A kaland lélektana, motivációk

A kalandturizmus megértéséhez vagy éppen a piacon való részvételhez elengedhetetlen a jelenség pszichikai hátterét, speciális szükségleteit és motivációit is vizsgálni, hogy ezáltal pontosabb képet kapjunk, kik is azok a „kalandorok” és mi jellemző rájuk.

A kalandturizmus jelenségével párhuzamba állíthatók az olyan trendek, melyek során felértékelődik maga az ember, és az egészség vagy éppen maga a test kerül a középpontba. Az újfajta életmód megköveteli az egót, az önmagunkra figyelmet, ahol egyszerre ápoljuk a lelkünket és a testüket, ám ez számtalan különböző módon történhet. Ebből adódóan a kalandorok részéről is többféle fizikai-pszichikai motivációról beszélhetünk. Fizikai-fiziológiai szükséglet a menekülés a monotonitásból, ahol a cél a hétköznapi ellensúlyozása. Fontos a testi épség megőrzése, a test karbantartása a fizikai aktivitás során. Erősíti a valahová tartozás érzését, hiszen a kaland társas program, gyakran csapatmunka. Növeli az önbecsülést, ugyanis a kívülállók is elismerik a teljesítményt, az emberben pedig a „megcsináltam!”-érzés okoz eufórikus örömet. A kalandor által megtapasztalható természeti környezet vagy éppen kulturális sokszínűség esztétikai élményt nyújt.

A kaland tehát az önmegvalósítás, önkifejezés egyik kiváló, hatékony eszköze, amelynek pozitív hatásai a megszokott otthoni életbe való visszatérés után is érezhetők. A fizikai vagy szellemi kihívás teljesítése a magabiztosság megnövekedését eredményezheti a mindennapokban is. Olyan egyedülálló tapasztalatot és emléket biztosít a résztvevőknek, amelyet később is újra át akarnak élni (Sung [2004]).

De mi is adja a kaland-érzetet a teljesítményen kívül? A szükséges technikai felszerelés és a ruházat több célt is szolgál. Természetesen a fizikai aktivitás elengedhetetlen kelléke, de több is annál. A kalandfelszerelés – a hőszigetelő ruha, overáll, sisak, viharásátor, fejlámpa, kötél, túrabakancs stb. – tovább erősíti a hétköznapi sémáktól való eltérést, a ruházat mint jelmez segít a tömegtől való elszakadásban (Jandala [1997]).

Manapság már az „outdoor” kifejezés a köztudatba is átkerült, a reklámokból és plakátokról számtalan kép és film buzdít a speciális ruhák viselésére. Önálló iparág épült ki, hogy kiszolgálja az „outdoor-boom” által növekvő igényeket (Buckley [2003]).

1.2.5. *Vendégszegmens*

A kalandturizmus életkortól független, különbség csak abban látszik, hogy kik választják a „hard” vagy a „soft” fajtáját. Mindenki megtalálhatja a maga szintjén a saját kalandját, így a keresleti oldalon nem beszélhetünk egy jól meghatározott csoportról.

A fenti állításokat bizonyítja két felmérés is. Az egyiket a Kalandturisztikai Kereskedelmi Szövetség (ATTA) végezte 2006-ban a legnagyobb amerikai kalandutazás-szervezők között. A felmérés megállapította – rációfólva a fiatalabbak szerepével kapcsolatos sztereotípiákra –, hogy az átlagéletkor a különböző vállalatoknál 42-47 év közé esett, és a legnagyobb számban a 41-60 év közé eső korosztály képviseltette magát a résztvevők között. Hasonló eredményre jutunk a *Adventure Travel Show* (Londoni Kalandturisztikai Kiállítás) látogatóinak a vizsgálatakor is, a fiatalabb, 19-32 év közé eső korosztályok mellett a 41 évtől fölfelé eső korúak száma az összes látogató számának több, mint 55 %-át tette ki.

Szintén kiegyensúlyozott megoszlást tapasztalhatunk akkor, amikor a nemek arányát vizsgáljuk. A 2006-os ATTA felmérés szerint a résztvevők 55%-át alkották a hölgyek, és az ő átlagéletkoruk is 42-47 év közé esett, míg a 2007-es Londoni kiállításon a látogatók 51 %-a volt nő. A női vásárlók inkább a „soft” túrákat, míg a férfi résztvevők a „hard” kalandokat kedvelték (Dunford [2008]).

Megállapíthatjuk, hogy a világszerte tapasztalható demográfiai változások hatása a kalandturizmus piacát is befolyásolja. Jól látszik, hogy az ún. szeniorturizmus nem csak a gyógy- és egészségturizmus részeként jelenik meg, hanem létezik az az aktív idősebb réteg, amelynek igénye van a szabadidő egyedi, sportosabb eltöltésére. Az utazásszervezőknek tehát diverzifikált kínálatot kell biztosítaniuk, extrém túrák mellett meg kell jelenniük a soft kalandtúráknak is. Hangsúlyt kell fektetni a külön családoknak, az idősebbeknek, vagy éppen a hölgyeknek szánt túrákra.

1.2.6. A kalandturisztikai piac kínálati elemei

A kaland mint idegenforgalmi termék sokféleképpen jelenhet meg a piacon. A kalandturizmust nem csak a nehézség, hanem a terméktípusok alapján is lehet osztályozni. Az összeállításból is megállapítható, hogy a piac kínálati oldala megosztott. A széles termékválasztékot a sportszövetségektől kezdve a kisebb privát utazásszervezők tömegein át a nagy idegenforgalmi vállalatok is kínálják. Az utazások a rövid „akciókon” át a több hetes expedíciókig is tarthatnak (1. táblázat a következő oldalon).

Jól látszik az az új igény is, hogy az utazó egyedül kívánja felfedezni a kalandot, így jelenhettek meg a piacon az egyénileg összeállított, személyre szabott túrák. Az ilyen utazásokra jellemző, hogy gyakran órákra lebontott napirendet bíznak az utazókra a szervezőirodák. Emellett azonban többségben vannak a szervezett utazások, hiszen – a kivételektől eltekintve – pont a túrák speciális volta miatt szükséges a szakképzett vezetés, hogy a veszélyhelyzet valóban szabályozott legyen. Az expedíciós utazásoknál különösen jellemző a kis létszám, azonban ez a többi túratípus esetén is elmondható. A létszám minden esetben korlátozott a résztvevők biztonsága érdekében.

Kiegészítésül fontos megemlíteni, hogy a kaland gyakran incentive utazások vagy csapatépítő tréningek része is. Utóbbinak elsődleges célja a csoportkohézió növelése, a csoporttagok kapcsolatrendszerének tökéletesítése és a csapatszellem kialakítása, egyszóval a szociális viszonyok fejlesztése abban a reményben, hogy ez – közvetett módon – növelni fogja a munka hatékonyságát. E célok megvalósítására tökéletesen megfelel a kalandturizmus, hiszen társas programokról beszélünk, melyek során a teljesítéshez általában a kalandorok együttműködése, egymás segítése szükséges.

A kalandturisztikai piac kínálati elemei

1. táblázat

Kínálati elem	Jellemzői	Szervezők	Példa
Expedíciós utazások	Olyan utazások, amelyek egzotikus országokba vagy érintetlen természeti környezetbe vezetnek. Jelentős fizikai teljesítményt követel a résztvevőtől.	Általában nagy utazásszervezők kínálják, a magas utazási költségek és a kis létszám miatt.	Himalájai expedíció, kutyaszánnal Grönlandon keresztül
Extrém sport utazások	Elsősorban veszélyes extrém sportok üzésére ad alkalmat.	Kisebb, akár privát utazásszervezők kínálata.	Mountainbike-túra, hegymászás, rafting
Fun & Action	Olyan, rövid időre szóló ajánlatok, ahol a cél a „veszély” érzetének kipróbálása. Nem igényel jelentős fizikai teljesítményt.	Gyakran helyi, kisebb, privát vagy nyilvános túraszervezők kínálata.	Bungee jumping, tandem-ugrás
Tanfolyamok	Adott sportág továbbképzési lehetősége.	Különböző sportszövetségek, egyesületek és iskolák kínálata.	Vadvízi evezés-, sziklamászás-, ejtőernyősugrás-tanfolyam
Vezetett túrák	Szakképzett túravezető által vezetett kalandtúrák.	Különböző sportszövetségek és egyesületek, vagy kisebb, akár privát utazásszervezők kínálata.	Hegymászás, barlangászat
Egyéni utazás (FIT)	Utazásszervezők által személyre szabottan összeállított túrák, ahol egyénileg kell utazni.	Speciális utazásszervezők- és közvetítők kínálata.	

Forrás: Rupe [2000], ford.: a szerző.

1.2.7. A kaland és a természetvédelem

A kalandturizmus során általában a táj sajátos arculata és az abban végezhető tevékenység jelenti az egyik legfőbb vonzerőt. A táj sajátos arculata azt jelenti, hogy az egyes tájaknak külön látványa, illata, hangulata van, ezek összességéből formálódik ki az ún. hely szelleme, ami a turisztikai kínálat és kereslet sarkalatos eleme (Szalai-Szilágyi [2007]). A kaland során az érintetlen természeti környezet esztétikai értéke keveredik a kihívással, így alkotva egyedi élményt. Ugyanakkor kalandturizmus számtalan veszélyt hordoz magában, hiszen a nem megfelelően tervezett és szervezett utazások esetén a helyi ökoszisztémák is károsodhatnak, megjelenhetnek a nemkívánatos negatív hatások, és a kaland a természet pusztítását eredményezheti.

A kalandturisztikai hasznosítás során tehát nem szabad elhanyagolni a fenntarthatóság kritériumát. Az új erőforrások kiaknázása mellett a megóvásra is gondolni kell, hiszen a cél, hogy a kaland élményét a jövő generációi is élvezni tudják. Az *International Ecotourism Society* (Nemzetközi Ökoturisztikai Társaság) meghatározása szerint „az ökoturizmus olyan felelősségteljes utazásokat foglal magában, amelyek gyakorlatilag érintetlen természeti területek megismerésére irányulnak, ugyanakkor aktívan igyekeznek megőrizni a természeti és kulturális értékeket, és hozzájárulnak a helyi lakosok jólétéhez”.

Ennek megfelelően egyre általánosabban felismert igény, hogy az ún. „viselkedési kódex” (*Code of Conduct*) szabályainak ismeretét és betartását maguk az utazásszervezők is kötelezővé tegyék az utasaik számára. Ez utóbbi alapján került kidolgozásra a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztériumban „A felelős ökoturista etikai kódexe” (lásd Melléklet I.), természetesen a hazai viszonyokat és különbségeket mindenkor figyelembe véve. Magyarország területének közel 10 %-a természetvédelmi oltalom alatt áll (és ahogy látni fogjuk, minden barlangot valamely területileg illetékes nemzeti parki igazgatóság kezel), így különösen fontos egy központilag meghatározott, egységes ajánlás megjelenése és kommunikálása a turisták felé a kívánt magatartási formákról. A kulcsszó jelen esetben az ajánlás, hiszen ez a kódex nem kötelező érvényű, kivételt csak a természetvédelmi törvényben meghatározott szigorúan védett természeti jelenségek, növények és állatok képeznek. Ennek ellenére a tiltást sohasem nyíltan megfogalmazó, a

látogatók józan belátására apelláló etikai kódex a környezeti szemléletformálás egyik fontos eszköze, így kiemelt jelentőségű az azonos megjelenés nemzeti parkonként az egyes látogatóközpontokban, bemutatóhelyeken.

A kalandturizmus természetesen nem egyenlő az ökoturizmussal, a természet más aspektusaira teszi a hangsúlyt, ezzel együtt a környezettel kapcsolatos felelősséget, érzékenységet és tudatosságot kíván a résztvevők részéről. Ugyanakkor az ökoturizmus funkciói – a természeti környezettel rendelkező területek megóvása, a bevételteremtés, az oktatás, a helyi lakosság bevonása és a kapacitásbővítés – mind megvalósíthatók a kalandturizmus során is. A kalandturizmus a helyi lakosok számára olyan bevételforrást jelenthet, amelyet visszaforgatva a védett terület megóvására is használhatnak (Ross-Wall [2001]). A kalandturizmus ökoturisztikai vetületét a magyarországi kalandbarlang-túrák esetén a 2.5. fejezetben vizsgálom részletesebben.

1.2.8. A hazai kalandturizmus

A magyarországi kalandipar természetesen nem összehasonlítható méretében és fejlettségében a nyugati országok kalandturizmusával, de a jelenség nálunk is tapasztalható és az igény folyamatosan nő. Ma már sok utazási iroda (például: a Baraka Utazási Iroda vagy az Eupolisz Utazási Iroda) foglalkozik hazai és külföldi kalandtúrák szervezésével, gyakran akár egy-egy tevékenységi formára is szakosodva. Az európai úticélok mellett az expedíciós, távoli kontinensekre irányuló utazások is szerepelnek a palettán. Emellett hazánkban is sorra alakulnak a kalandparkok, olyan tematikus helyszíneken, ahol a vendégeknek lehetősége nyílik különböző extrém sportok kipróbálására kontrollált körülmények között. Ezek elsősorban a szabadidő aktív eltöltését szolgálják, és fő szolgáltatásuk a személyesen megélt élmény. Fontos kiemelni, hogy ezek a parkok minden esetben igyekeznek a széles kínálattal minél több korosztályt megszólítani. A kalandpark nem csak a fiatalok szórakozása, hanem a kisgyermekes családoktól kezdve a fiatalokon át egészen az aktív idősebb rétegig mindenki jól érezheti itt magát.

A jelenség nem egyedi, hiszen az erdei kalandparkok a nemzetközi szabadidős tevékenységnek is robbanásszerűen fejlődő szereplői, az USA-tól kezdve egészen Új-Zélandig – ami magának a kalandturizmusnak is a szülőhazája –

üzemeltetnek hasonló jellegű parkokat. A számuk ma már 10 fölött van Magyarországon is, és évente újabbak nyílnak. Megtalálhatóak a Mecsekben, a Mátrában, a Balaton mellett, a Dunakanyarban, a Zselic táján vagy éppen a Nyugat-Dunántúlon. A felsorolásból Budapestet sem szabad kihagyni, ahol rögtön két pálya is rendelkezésére áll a kalandra vágyódnak. Most még szétszórtan helyezkednek el hazánkban, azonban előbb-utóbb felvetődik a piac telítettségének a kérdése, ahogy a parkok később akár egymás konkurenciáivá is válhatnak. A folyamatos fejlesztéseket egyrészt a belföldi turizmus erősödésével indokolják, és az előrejelzések szerint ez a tendencia fokozódik, hiszen egyre többen döntenek úgy, hogy a külföldi utak helyett inkább a belföldön utaznak el rövidebb időre, de többször (KSH [2007]). Ennek az igénynek a kalandparkok tökéletesen meg tudnak felelni, egy napos, akár hétvégi kirándulások gazdag programválasztékkal rendelkező célpontjai lehetnek. Másrészt az építkezéseket az egyes kalandparkok vendégkörének az összetétele is indokolhatja, hiszen elsősorban az adott térség, a közeli nagyvárosok lakosai utaznak el egy-egy kalandparkba. Tehát a látogatók régióként megoszlának, átfedést csak országos szinten tapasztalunk: a mobilizálható Budapest és Közép-Duna vidék lakosait minden egyes park igyekszik megcélozni, ám az egyes parkokban az ezekből a térségekből érkező turisták száma százalékos szinten elenyészik. Összességében azonban mégis fontos lesz figyelni arra a jövőben, hogy az egyes létező parkok és tervbeli projektek legalább térségi szinten ne érintsék egymás vonzáskörzetét.

A kalandparkoknál is érdekes kitérni az üzemeltetés kérdésére, amely nem olyan egyértelmű, mint például a barlangok esetében, ahol kizárólag a nemzeti parkok jelenhetnek meg vagyongazdálkodóként (lásd 2.1.2.). A tematikus parkok üzemeltetői között állami és magán vállalkozásokat is találunk, illetve megkülönböztetést tehetünk állandó parkok és mobil kalandpark szolgáltatók között. Ez utóbbiak nem törekednek egy helyhez kötött bázis kialakítására, hanem szolgáltatásaikat megrendelésre kihelyezik adott helyszínre, és jellemzően magáncégekhez kötődnek. Az állami szolgáltatók között elsősorban önkormányzatokat, erdészeti társaságokat találunk, például a Mecsextrém park tulajdonosa a Mecseki Erdészeti Rt., ahol a hagyományosan erdőgazdálkodásra alapuló részvénytársaság tevékenységét diverzifikálva a turizmusba is bekapcsolódott.

Azonban a magyarországi lehetőségek koránt sincsenek kiaknázva. Természeti értékeink mind nemzeti parkjainkban, mind azokon kívül számtalan kalandtúra célpontjává válhatnának. Az extrém sportok terjedése és az utazások sablonjainak visszaszorulása jelzi, hogy az emberek nálunk is vágnak a hétköznapi sémáktól való elszakadásra, így fontos, hogy megteremtsük a lehetőséget erre a belföldi utazás keretein belül is. A másik elengedhetetlen vendégcsoportot a külföldi utazók jelentik. Több olyan tanulmány született, amely a Közép- és Kelet-Európai feltételeket vizsgálta a kalandturizmus szempontjából. Bár a piac még valóban fejletlen, ám a viszonylag háborítatlan természet, az alacsonyabb költségek és a nyugati gyakorlathoz hasonlóan igénybe vehető szakképzett vezetők és sportegyesületek csábítják az utasokat (McKelvie [2005]). A hazai szakma az aktív turizmus keretein belül évek óta a lovaglásra, a vízi sportokra és a természetjárásra koncentrált. Fontos lenne, hogy tudatosítsuk, hogy más lehetőségeink is vannak. Országszerte kitűnő sziklamászó helyszínek találhatók, a folyóink kenu és kajak túrákra, a hegyeink a terepsportokra (futás és mountainbike) alkalmasak. Egyre többen űznek légi extrém sportokat, mint a sárkányrepülés, az ejtőernyőzés, a paplanernyőzés, a műrepülés.

Végül, de nem utolsó sorban Magyarország barlang-hatalom. A világon egyedülálló módon az ország fővárosa alatt kilométerhosszú barlangok találhatóak. Ennek megfelelően a programkínálat változásának tendenciái tetten érhetők még egy olyan szűkebb szegmensen keresztül is, mint a barlangi kalandturizmus. Az utóbbi években a barlangi túrák is megjelentek az utazási irodák tematikus ajánlatai között. A rövid, egynapos hétvégi programokon kívül, melyek esetében a cél egy-egy hazai barlang látogatása (például a Solymári-ördöglyuk az Eupolisz utazási iroda esetében) akár hosszabb túraprogramok részeként is kiemelten jelennek meg a barlangok (például a Pádis-fennsík barlangjai egy erdélyi gyalogtúra esetében a Baraka utazási irodánál). A következő fejezetben részletesen foglalkozom a barlangok turisztikai hasznosításának lehetőségeivel, elsősorban a kalandturizmusban rejlő lehetőségek szempontjából.

2. A BARLANGOK KALANDTURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSA

2.1. Barlangturizmus Magyarországon

2.1.1. A hazai barlangok

A természetvédelmi törvény szabályozása szerint: a barlang a Föld szilárd kérgében természetes úton keletkezett, zártszelvényű üreg, melynek hossz tengelye meghaladja a két métert, tehát ember számára járható méretű. A barlang elvileg a földkéreg bármely kőzetében kialakulhat, ha ehhez adottak a feltételek. A nem karsztosodó kőzetnél a tenger, a fagy, a szél, a kéregmozgás és a lávafolyás hozhat létre üregeket. Azonban a hazai barlangok túlnyomó többsége karsztkőzetekben keletkezett. Ezekben a szén-dioxidban dús víz hatására a kőzetek csaknem teljesen feloldódnak. A szénsavas víz elszállítja a feloldott anyagokat, majd megfelelő körülmények között leadja azokat. Így jönnek létre a cseppkövek. A cseppkő emberi léptékkal mérve roppant lassan, egy évszázad alatt nagyjából fél centit növekszik (Ötvös [2005]).

Magyarországon ma már több mint 3000 barlangot ismerünk, amelyek együttes hossza meghaladja a 100 kilométert. Ezt a számot akkor tudjuk igazán értékelni, ha figyelembe vesszük, hogy a karsztosodásra alkalmas karbonátos kőzetek az ország felszínének csupán 1,5 %-át alkotják. Legfontosabb karszterületeink: a Gömör-Tornai-karsztvidék, a Bükk, a Balaton-felvidék és a Bakony, a Cserhát, a Mecsek, a Pilis, a Keszthelyi-hegység és végül a Budai-hegység is. A felsorolásból is látszik, hogy a területek elszórtan helyezkednek el és csaknem Magyarország minden régiójában található egy. A barlangok típusa és formája igen gazdag a hazai viszonylatokat tekintve: a patakos-tavas barlangoktól a kristályokkal bélelt üregeken át a függőleges kiterjedésű víznyelőig, zombolyokig terjed.

E titokzatos, felszín alatti világ megismerését és felfedezését szolgálja az a tevékenység, amit ma barlangászatnak hívunk. Azonban a gyökerek csaknem az őskorba nyúlnak vissza, hiszen ezek az üregek minden korban védelmet és menedéket biztosítottak az emberek számára. Magyarországon már Árpád-kori írott források is említést tesznek különböző barlangokról tulajdoni viszonyok kapcsán.

A tudományos barlangkutató megindulását a 19. század második felére teszik és a virágkorát a 20. század első felében élte, amikor olyan nagynevű tudósok kutattak, mint például: Kadič Ottokár, Kessler Hubert, Cholnoky Jenő.

Napjainkban a barlangászat két fő területre oszlik. A barlangkutató során a cél a még ismeretlen, új barlangok vagy éppen járatok felfedezése, ám emellett megjelent a sportbarlangászat is. A sport-barlangtúrázás során a barlangászok egy már ismert barlangot járnak be, a barlang szépségeire és képződményeire figyelve, miközben megküzdnek a nehézségekkel, melyeket földalatti tavak, patakok, mély aknák vagy éppen vízesések jelentenek. A 20. században a barlangkutató és a sportbarlangászat mellett megjelent az az igény, hogy a hétköznapi ember is átélhesse a felszín alatti világ csodáit, így kezdődött meg több barlang idegenforgalmi hasznosítása. A klasszikus barlangturizmus során kiépített járdákkal találkozunk, ahol utcai ruhában sétálhatunk és világítás is van. Az országban elsőként az aggteleki Baradla-barlangot fedezhette fel a nagyközönség, és kiemelendő, hogy ez ma már a szlovák Domica-barlangrendszerrel együtt a világörökség részét képezi. Ezen kívül beszélhetünk még nyolc idegenforgalmi barlangról – a lillafüredi Szent István- és Anna-barlang, a budapesti Pálvölgyi- és Szemlőhegyi-barlang, a balatonfüredi Lóczy-barlang, a tapolcai Tavas-barlang, az idén megnyitott Tettyei-mésztufabarlang, valamint a Pécshez közeli Abaligetibarlang –, két barlangi fürdőről Miskolcon és a Budavári labirintusról és várbarlangról.

A barlangturizmussal párhuzamosan jelent meg a barlangok gyógyászati hasznosítása, azonban a barlangi levegő gyógyhatására már évszázadokkal korábban felfigyelt az ember. A kutatások bizonyították is ezt a feltételezést. A barlangok hőmérséklete állandó, 10°C körüli, a levegő páratartalma csaknem 100%-os, széndioxid tartalma magasabb a felszínen mértnél, szennyezőanyag-tartalma minimális, mikrobiológiai szempontból a levegő steril. Mindezeket összegezve a barlang kitűnően alkalmas allergiás és légúti betegek terápiás kezelésére. Jelenleg hazánkban összesen öt helyen folynak barlangi gyógyászati kezelések (Szablyár [2004]).

Az utóbbi évtizedben új tendenciákat figyelhetünk meg a hazai és a nemzetközi barlangturizmusban. Egyre nagyobb az igény arra, hogy a barlangokat minél érintetlenebb állapotukban tekinthesse meg a turista. Megjelent a barlangi zöldturizmus, amely során nem áll rendelkezésre kiépített, betonozott út, és a

túrázóknak gyakran saját világitást is vinniük kell magukkal. Magyarországon a borsodi Esztramos-hegy belsejében található Rákóczi-barlangban, a jósvafői Vas Imre-barlangban, illetve a Bükk Nemzeti Park területén is lehetőség van ilyen túrákra. Ezek a túrák nem igényelnek magas fizikai teljesítményt, sem speciális felszerelést a meleg ruházaton kívül.

A barlangturizmus fajtái Magyarországon

2. táblázat

Tömegturizmus	Zöldturizmus
Abaligeti-barlang (Abaliget) Anna-barlang (Lillafüred) Baradla-barlang (Aggtelek) Budai Vár-barlang (Budapest) Lóczy-barlang (Balatonfüred) Pálvölgyi-barlang (Budapest) Szemlő-hegyi-barlang (Budapest) Szent István-barlang (Lillafüred) Tavas-barlang (Tapolca) Tettyei-mésztufabarlang (Tettye)	Balla-barlang (Répáshuta) Baradla-barlang (Aggtelek) Büdös-pest (Miskolc) Esztramosi Földvári Aladár-barlang (Bódvarákó) Istállós-kői-barlang (Szilvásvár) Kecske-lyuk (Miskolc) Pongor-lyuk (Répáshuta) Rákóczi 1. számú barlang (Tornaszentandrás) Vas Imre-barlang (Jósvafő)
	Kalandturizmus
	<i>Béke-barlang (Aggtelek)</i> Bolhási-Jávorkúti-barlangrendszer (Miskolc) <i>Csodabogyós-barlang (Balatonederics)</i> Esztáz-kői-barlang (Felsőtárkány) Gyurkó-lápai-barlang (Varbó) Hillebrand Jenő-barlang (Parasznya) Kő-lyuk (Parasznya) Körös-barlang (Szilvásvár) <i>Kossuth-barlang (Jósvafő)</i> <i>Létrási-vizes-barlang (Miskolc)</i> <i>Mátyás-hegyi-barlang (Budapest)</i> <i>Mészégető-források-barlangja (Orfű)</i> <i>Meteor-barlang (Bódvaszilas)</i> <i>Solymári-ördöglyuk (Solymár)</i> <i>Szentgáli-kőlik (Szentgál)</i> <i>Trió-barlang (Orfű)</i> <i>Szuadó-barlang (Orfű)</i> Vénusz-barlang (Parasznya)
Gyógyturizmus	
Abaligeti-barlang (Abaliget) Béke-barlang (Aggtelek) Kórház-barlang (Tapolca) Szent István-barlang (Lillafüred) Szemlő-hegyi-barlang (Budapest)	
Fürdőturizmus	
Miskolctapolcai-tavasbarlang (Miskolc)	
Szagrális turizmus	
Gellért-hegyi-barlang	

Az adatok forrása: KVVM Barlangtani Osztály nyilvántartása, 2008

A zöldszturizmus továbbfejlesztésével jelentek meg az overállos barlangi kalandtúrák, amikor a turista a barlangászokhoz hasonlóan küzd le a barlang adta fizikai nehézségeket, természetesen szakképzett vezető segítségével. Ebben az esetben már jó fizikai kondíció, speciális ruházat és felszerelés szükséges.

A 2. táblázat szemlélteti a különböző hasznosítási lehetőségek megoszlását a hazai barlangturizmusban. Fontos kiemelni, hogy a táblázatot a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium által kiadott engedélyek típusai alapján állítottam össze, így megtévesztő a kalandturisztikai barlangok magas száma, ugyanis kimutatható látogatószáma csak a dőltbetűvel kiemelt 11 barlangnak van, illetve több barlang esetében - Hillebrand Jenő-barlang, valamint a Kő-lyuk a Bükkben – a hasznosítás valójában a zöldszturizmushoz áll közelebb. A Bükki Nemzeti Park ökoturisztikai programjai közt is külön könnyű, közepesen nehéz, illetve extrém kategóriákba vannak besorolva az eredetileg kalandturisztikai engedéllyel rendelkező barlangok.

Érdekességként megemlíthető, hogy a barlangi bűvármerüléseknek is hagyománya van Magyarországon. Ezeknél a speciális közeget ugyan a barlang jelenti, azonban mint sporttevékenység a bűvárkodáshoz tartozik, így a barlangi turizmus típusai közé nem sorolható. A barlangi bűvármerülések a barlangok látogatásának és kutatásának egy extrém személyi és tárgyi feltételeket igénylő módját képviselik. A 2002 januárjában bekövetkezett, szerencsés kimenetelű esztramosi bűvárbaleset óta a merülési engedélykérelmeket egy újonnan kialakított egységes szigorú szempontrendszer alapján bírálják és adják ki.

A barlangi bűvármerülések céljuktól függően három fő csoportba sorolhatók. Az egyik legfontosabb a kutatási célú merülés, mely ismeretlen barlangok, barlangszakaszok víz alatti feltárását, továbbá azok tudományos megismerését célozza (például: a Budapesten található Molnár János-barlangban). A második csoportba a sport célú merülések tartoznak, melyeket akár víz alatti barlanglátogatásnak is hívhatjuk: ide tartoznak a tapasztalt barlangi bűvárok által, nem kutatási céllal végrehajtott merülések. Ezeket a látogatásokat akár kalandtúráknak is lehetne tekinteni, ahol a közeget a barlang jelenti, azonban sporttevékenységként inkább a bűvárkodáshoz tartoznak, és csakis speciális képesítéssel vehetők igénybe, így turisztikai terméként nem hasznosíthatók. (A barlangokat szinte kizárólag barlangi bűvár minősítéssel rendelkezők látogathatják, ez egy igen szűk csoportot jelent Magyarországon.) Azonban lehetőség van eseti merülésekre is, ezeket a szakirodalom „discovery”-merülésnek hívja, ebben az esetben elegendő az általános

búvárképesítés is, és – függetlenül attól, hogy a résztvevő a speciális barlangi búvárvizsgára készül-e – az oktatási célú merülések közé sorolják.

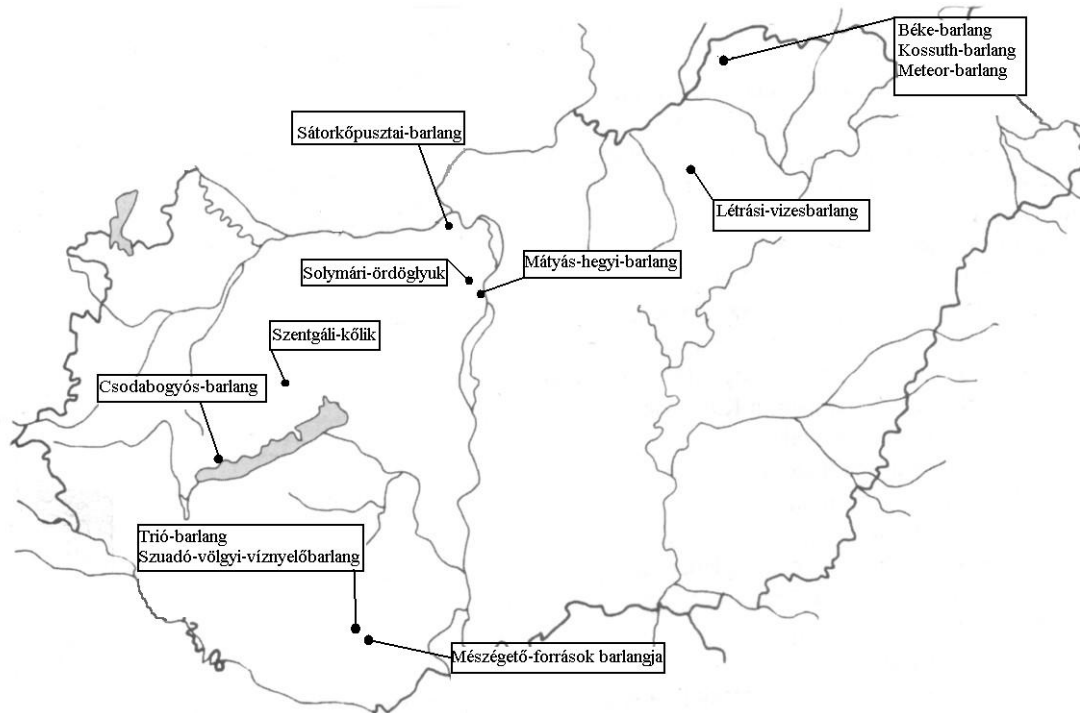
A hazai barlangok közül erre a célra a technikai és természetvédelmi szempontok együttes figyelembevételével általánosan csak 6 barlang alkalmas, melyek közül kizárólag a Baradla rövid-alsóbarlang látogatható gyakorisági korlátozás nélkül. A további barlangok (Hévízi-forrásbarlang, Tapolcai Kórházbarlang, Tapolcai-tavasbarlang, Rác-fürdői-forrásbarlang, Molnár János-barlang) kizárólag létszám is időtartam korlátozás mellett kereshetők fel.

2.1.2. *A kaland-barlangok*

A hazai barlangok kalandturisztikai hasznosításának úttörői a pilisi Sátorkőpusztai-gipszbarlangot üzemeltető Benedek Endre Barlangkutató és Természetvédelmi Egyesület (jelenleg ez a barlang nem szerepel a KvVM nyilvántartásában, ennek ellenére a hasznosítási tevékenység továbbra is folyik), illetve a Solymári-ördöglyukat hasznosító Duna-Ipoly Nemzeti Park voltak, amelyek már 1995-ben megkapták a hasznosítási engedélyeket. A következő mérföldkő 2002 és 2003 volt, amikor további barlangok csatlakoztak: a budai Mátyás-hegyi-barlang és a mecseki Trió- és Szuadó-barlangok. Az utóbbi években indultak túrák az Aggteleki Nemzeti Park területén a Meteor-, Kossuth- és Béke-barlangokba, a bükki Létrási-vizes-barlangba, a Balaton-felvidéken található Csodabogyós- és Szentgál-kölik barlangokba, végül az Orfűn található Mészégető-források-barlangjába. Tehát összesen 11 barlangba vezetnek kalandtúrákat ma Magyarországon, bár ahogyan már az előző részben is említettem, engedély 18 barlangra van kiállítva. A tanulmányom során később két barlangot kiemelek – Mátyás-hegyi-barlang és Csodabogyós-barlang – és részletesen elemzek a látogatottsági statisztikák alapján. A felsorolás ellenére a turizmus e fajtája még mindig *niche* a piacon, de nem csak nálunk, hanem nemzetközi szinten is. A 2008-as év februárjában például India tartott konferenciát a barlangok kalandturisztikai hasznosításának lehetőségeiről (Dunford [2008]).

A legtöbb barlang valamelyik nemzeti park területén található, kivételes esetekben pedig különböző barlangkutató egyesületek lesznek az üzemeltetők, azonban minden barlang Magyarországon az Állam tulajdonát képezi. Az overállos turisztikai hasznosításnak az engedélyét mindenkor a Környezetvédelmi és Vízügyi

Minisztérium Barlangtani Osztálya állítja ki, amely bármikor vissza is vonhatja ezeket. Ezek az engedélyek nemcsak a barlangokra, hanem a barlangon belül kötött útvonalakra is szólnak, hogy minimálisra csökkentsék a környezeti károkat. Az egyes nemzeti parkok vagyongazdálkodói jogosítvánnyal bírnak, azonban a turisztikai hasznosítást nem csak ők maguk végezhetik, hanem alvállalkozónak is kiadhatják, akiknek beszámolási kötelezettsége van a nemzeti park igazgatósága felé, illetve a Barlangtani Osztálynak éves hasznosítási jelentést kell küldeniük.



3. ábra: Magyarország kaland-barlangjainak földrajzi elhelyezkedése

Forrás: a szerző

Az egyes barlangok nehézségi szintje természetesen eltérő, így adott esetekben korhatárt is szabhatnak az engedélyekben, a legnehezebb barlangokba az alsó korhatár 14 év. A gyerekek esetében kiemelő, hogy mindig szükség van a szülők írásbeli engedélyére a túrán való részvételhez. További szabályozás, hogy minden egyes túráról naplót kell vezetni, mely tartalmazza a túra résztvevőinek számát, a leszállás és feljövétel időpontját, és adott esetben rögzíteni kell a rendkívüli eseményeket, illetve jegyezni kell a felszíni ügyeletes adatait is. A kalandtúrákon mindenki saját felelősségére vesz részt és erről írásbeli nyilatkozatot kell tennie.

2.1.3. Csodabogyós-barlang és a Mátyás-hegyi-barlang

A dolgozatom következő fejezetében a kalandturisztikai barlangok látogatottságának részletes elemzését végzem, melynek középpontjába a címben említett két barlangot helyezem. Így érdemes ezeknek a barlangoknak az általános adatait, legfontosabb jellemzőit, illetve a kalandturisztikai hasznosítás feltételeit tárgyalni.

A Csodabogyós-barlang Balatonederics közelében, a Keszthelyi-hegység keleti peremén nyílik. Magyarország hetedik, a Dunántúlnak pedig harmadik leghosszabb barlangja. A barlang vagyongazdálkodója a Balaton-felvidéki Nemzeti Park, a kalandturisztikai hasznosításra az engedélyt 2006 májusában kapták és a tevékenységet alvállalkozónak adták ki. Érdekes nevét a bejárat mellett is látható *szúrós csodabogyó* nevű örökzöld cserjéről kapta. A barlang járatainak hossza összesen 5200 m, mélysége a bejáratától mérve -121 m, a barlangtúrák ennek a hosszúnak csupán töredékét érintik. A barlang járatait hasadékfolyosók, termek és aknák jellemzik változatos képződményekkel. Méreteiből, látványos formakincséből és viszonylag könnyen járható jellegéből adódóan kiválóan alkalmas a „tanbarlang” szerepre, azaz kezdő barlangászok, jelen esetben „kalandorok” is bátran felkereshetik (a barlang térképét lásd: Melléklet II./a).

A túrák egész évben indulnak, de a naponta indítható túrák és résztvevők száma limitálva van. Két típusú – alap és extrém – túrát üzemeltetnek útvonal és nehézség szempontjából. Közvetlenül a turisztikai hasznosítás előtt, biztonsági szempontból a terepviszonyok könnyítése végett létrák, kapaszkodókötelek stb. kerültek beépítésre. A látogatók fogadására ún. bázis épületet hoztak létre, így biztosítva megfelelő helyet az előkészületeknek, tájékoztatásnak, és a parkolóban a gépjárműveknek is. A barlangot a bázistól kizárólag gyalogosan lehet megközelíteni, ez körülbelül 40 perces sétát jelent. A szervezők védőruhát, sisakot és világítóeszközt biztosítanak, valamint a részvételi díj magában foglalja a sportbiztosítás díját is.

A Nemzeti Park többféle promóciós tevékenységet végez a túrák népszerűsítése céljából. A barlang saját weboldallal rendelkezik, a népszerűséget az is bizonyítja, hogy a túrákra való jelentkezések 90 %-a email-en történik. Ezen kívül

magyar, angol és német nyelvű szóróanyagot, illetve képeslapokat nyomtattak, ez utóbbi nemcsak a barlangnál, hanem a Nemzeti Park egyéb bemutatóhelyein is megtalálható.

A Mátyás-hegyi-barlang Budapest területén, a III. kerületben található. A Szépvölgyi úttól keletre, az idegenforgalmi célból kiépített Pál-völgyi-barlanggal szembeni Mátyás-hegy oldalában nyílik. Ez utóbbival 2001 óta közvetlen összeköttetésben áll, így jöhetett létre Magyarország jelenleg második leghosszabb barlangja, a 18,7 kilométer hosszú Pál-völgyi-Mátyás-hegyi-barlangrendszer. Ebből a Mátyás-hegyi-barlang ismert hossza 5152 m, mélysége a bejáratától mérve -107 m. A barlang bonyolult járatrendszere ellenére a tájékozódás, a túrázás viszonylag egyszerű azok számára, akik néhányszor már bejárták (a barlang térképét lásd: Melléklet II./b). Így nem véletlen, hogy a Mátyás-hegyi-barlangot is tanbarlangként tartják számon, a Csodabogyós-barlanghoz hasonlóan.

A járatok formakincs-világa szegényes, csak néhol látható cseppkőlefolyás, esetleg kristályképződmény, és bár a barlang így kevésbé szemet gyönyörködtető, de egyúttal kevésbé sérülékeny is. A barlang vagyongazdálkodója a Duna-Ipoly Nemzeti Park, a kalandturisztikai hasznosítást 2002 óta végzik alvállalkozó segítségével. A kínált túrák széles skálán mozognak, lehetőség van családoknak, baráti társaságoknak együtt túrázni, de földalatti földrajzóra, osztálykirándulás, barlangi csapatépítő tréning vagy akár barlangi születésnap is szerepel a listán. A földalatti földrajzórák során a diákok nem csak végigmásznak a barlangon, hanem a barlang jellegzetes részein tájékoztatást kapnak a vezetőtől a Budai-hegységről és barlangjairól, valamint azok keletkezéséről, a különböző ásványkiválásokról, ősmaradványokról.

A túrákhoz mindenkinek biztosítják a szükséges felszerelést, overállt, sisakot és világítást. Átöltözni a Pál-völgyi-barlang kezelőépületében kialakított öltözőkben lehet. A túrák egész évben indulnak, melyekről a Duna-Ipoly Nemzeti Park által működtetett idegenforgalmi barlangokban – Pálvölgyi- és Szemlő-hegyi – informálódhat a turista. Azonban ami még fontosabb, hogy a túravezetők néhány utazási irodával is kapcsolatban állnak, illetve Budapest-szerte a youth hosteleekben szórólapok vannak elhelyezve. Továbbá a Mátyás-hegyi-barlangnak külön weboldala van, ahol email-en is lehet jelentkezni, vagy akár egy utalvány vásárlásával barlangi túrát is lehet ajándékozni.

2.2. Barlangi kalandturizmus a nagyvilágban

Szakedolgozatom témája a magyarországi barlangi kalandturizmus helyzetének az ismertetése, azonban fontosnak tartom, hogy a hazai viszonyokat és jellemzőket globális szinten is megvizsgáljam, összehasonlítsam már országok gyakorlatával, valamint az egyedi természeti képződményeink, a barlangok jogi helyzetének és védelmének a különbségeire is rámutassak világviszonylatban.

A kutatómunkámhoz segítséget a Nemzetközi Szpeleológiai Unió (UIS – *Union Internationale de Spéléologie*) tagjaitól kértem. Az UIS egy nonprofit nemzetközi szervezet, melyet 1965-ben alapítottak, célja, hogy támogassa és összekösse a különböző nemzetek barlangászeit, barlangkutatóit, illetve mindenki mást, akinek a munkáját – akár tudományos, gazdasági, kulturális aspektusból is – érinti a barlangok helyzete. A szervezetet az egyes nemzetekből delegált tagok irányítják, segítségükkel csaknem húsz ország barlangkutatóival léptem kapcsolatba Kanadától kezdve Közép-Amerikán át egészen Ausztráliáig.

A vizsgált kérdések egységesen a következők voltak: az adott országban létezik-e a barlangok kalandturisztikai hasznosítása, ha igen, milyen külső, akár jogi feltételekkel valósul meg, továbbá a konkrét esetekben a kalandtúrákat milyen szervezetek vezetik. Összefoglalva annyi állapítható meg előzetesen, hogy a barlangok védelmének és a látogatásukra irányuló turizmusnak a jogi szabályozása minden országban eltérő, nem csak a tengerentúlon, hanem Európában is. A hazai viszonyok, a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium Barlangtani Intézetének az engedélyezési és ellenőrzési rendszere, a nemzeti parkok közigazgatási szerepe egyedi eset a világban. A kalandturisztikai hasznosítás szinte kivétel nélkül mindenütt az üzleti szféra hatáskörébe esik, azonban azt is elengedhetetlen megemlíteni, hogy a helyszínek túlnyomó részén speciálisan képzett szakértői gárda foglalkozik ezzel, akik között magas számban fordulnak elő geológusok, illetve tudós emberek. A konkrét vállalkozások esetében úgy tűnik, hogy a cél általában nem a barlangok értékeinek a degradálása a gyors haszon reményében, hanem a túrák fenntartható szervezése és vezetése környezeti károk okozása nélkül. Továbbá az egyedi esetek nem korlátozódnak kizárólag barlangi túrák szervezésére, a barlangok mindig egy nagyobb léptékű turisztikai szolgáltatás keretébe integrálódnak, ahol más extrém programokon kívül a turisták szálláshelyet, étkezést,

akár több napra szóló komplex programcsomagot is igénybe vehetnek. A továbbiakban adott országokat ismertetek, mellyel a célom, hogy kiemeljem az ún. *best practise* eseteit, olyan pozitív példákat, ahol a kalandturisztikai tevékenység összetett módon, természeti ártalmak nélkül, mégis a turisták igényeit maradéktalanul kiszolgáló rendszerben valósul meg.

Az európai viszonyok igen csak eklektikusak. A norvég és olasz barlangkutatók arról panaszkodtak, hogy nincsen egységes szabályozási rendszer, és ez egyértelműen a barlangok elhasználódását, képződményeinek a pusztulását okozza hosszútávon. A szomszédos Szlovéniában ugyan 2004 óta külön törvény rendelkezik a barlangok védelméről és turisztikai hasznosításának lehetőségeiről, ahol a kalandturisztikai hasznosítás is külön definiálásra került, a gyakorlati szabályozás mégsem valósult meg. A Svájci Szpeleológiai Társaság (SSS – *Société Suisse de Spéléologie*) szigorú rendszere ennek az ellenkezőjéről számol be. Mivel az SSS a barlangok látogatását minden esetben magas kockázatúnak találja, részletes ajánlást dolgoztak ki a túraszervezők számára, amely a résztvevők számát 10 alatt korlátozza, illetve minimum 3 szakképzett túravezetőt tart szükségesnek csoportonként, és a további szigorításokat a barlang technikai nehézségétől, horizontális és vertikális kiterjedésétől teszi függővé. Ezen szabályok és az általuk kidolgozott barlangi etikai kódex betartatásának letéteményese maga a társaság, amely a túrák vezetését SSS tagsághoz is kötné. Svájc legnagyobb kalandturizmussal foglalkozó vállalkozása a *Trekking Team*, melynek bázisa Schwyz kantonban, Muotatal mellett van. A barlangi kalandtúrák fő célpontja a Hölloch barlangrendszer, azonban további 6 kisebb barlangba is vezetnek túrákat. A túrákat különböző nehézségek és időtartam szerint vezetik. A legrövidebb kalandok csupán másfél órással, azonban akár hét órással extrém kalandon is részt lehet venni. A szervezők a szükséges felszerelést biztosítják, azonban a sportbiztosítást nem. A *Trekking Team* tevékenysége nemcsak egyéni barlangtúrákra korlátozódik, hanem a magyarországi Mátyás-hegyi-barlanghoz hasonlóan csapatépítő tréningeket is rendeznek, illetve az egyes túrákat egyéb felszíni élménytúrákkal is lehet kombinálni. Nemcsak hazai látogatókra építenek, az egyéni barlangtúrák elsődleges célcsoportját a külföldiek alkotják.

A tengerentúlról a barlangi kalandturizmus leginkább Kanadában, Ausztráliában, Új-Zélandon és Malajziában örvend nagy népszerűségnek, azonban Közép- és Dél-Amerikában is megtalálhatjuk a nyomait Brazíliában, Costa Ricán,

vagy éppen Guatemalában. Az utóbbi csoportból Braziliát lehetne kiemelni, mivel a hagyományos kalandtúrákon kívül itt külön kirándulásokat szerveznek a mozgássérült turistáknak nem kiépített barlangokban is (Nunes *et al.* [2008]). Továbbá a Közép-Amerikai Karszt és Szpeleológiai Intézet (ICEKE – *Instituto Centroamericano de Estudios Karsticos y Espeleológicos*) beszámolója szerint épp ez év tavaszán végeznek egy átfogó felmérést a Guatemalai Turisztikai Hivatal megbízásából a barlangok kalandturisztikai lehetőségeinek a feltárására.

A kanadai kalandturisztikai piacról két vállalkozást is ki lehet emelni, melyek nemcsak barlangi kalandtúrákat kínálnak, hanem az adott barlangok közelében komplex bázist hoztak létre. Az egyik az Amerikai Egyesült Államok határához közel, Kanada nyugati részén, Canmore város mellett, a másik a Vancouver-szigeten, a Horn-tó mellett található. A két vállalkozás együttes vizsgálta során megállapítható, hogy a Kanadai időjárási viszonyok miatt – esős, illetve száraz időszak – ugyan a túrák széles választékát kínálják, azonban szezonális jelleggel. A barlangok védelme tartományi szinten is eltérhet, azonban a legtöbbször a Nemzeti Fejlődés Minisztériumához (Ministry of Community Development) tartozik. Mindkét barlang-bázis nemzeti parkokhoz közel, természetvédelmi területeken helyezkedik el. A Canmore Barlangász Kft. (Canmore Caverns Ltd.) 12 éve vezet barlangi kalandtúrákat, a látogatottsági statisztikák a 2000-es évtől kezdve állnak a rendelkezésemre. Érdekes, hogy a barlangi túrák igénybevevőinek száma fokozatosan emelkedett fel a 2000-es évben mért 911 főről 2008-ra 2863 főre, ami szinte megegyezik a magyarországi Csodabogyós-barlang látogatottságával (lásd következő fejezet). Továbbá a túrák szezonális megoszlást is mutatnak, a júliustól-szeptemberig tartó időszak jelenti a fő idényt Kanadában. A szolgáltatásokhoz kiegészítésül meg kell jegyezni, hogy itt is megtalálható a földalatti geológia oktatás iskolás korú gyerekek részére, sőt tematikus nyári táborokat is szerveznek igény szerint. A barlangászat iránt mélyebben érdeklődők pedig barlangjáró tanfolyamon vehetnek részt, melyeket Magyarországon a barlangász egyesületek hirdetnek meg, tehát kívül esnek a turizmus szektoron. A Horn-tó melletti barlangtúrák típusai megegyeznek az előbbiekkal, itt is kialakítottak külön kempinget, szálláshelyeket és a barlangi túrák különböző fajtáit kínálják nehézségtől függően. Érdekes, hogy itt a legnehezebb extrém túra esetén a jelentkezőket olyan barlangi szakaszokra is elviszik, ahol a vendégek kötéltechnikával találkoznak, azaz mély aknába ereszkednek le és másznak vissza a kötélre, emiatt ezt a túrát több órás felszíni

oktatás előzi meg. Bár a hazai barlangok többsége vertikális kiterjedésű, tehát az aknarendszerben beszerelt kötél segítségével lehet mozogni, és így lehetőség lenne ennek a technikának a kipróbálására, ilyen típusú kalandtúra nálunk nem létezik, ugyanis a speciális, külön gyakorlást igénylő kötéltechnika és felszerelés használata a laikusok számára olyan magas veszélyfaktort jelent a magyarországi megítélés szerint, melyet már nem lehet biztonságosan kontrollálni.

Az Új-Zéland északi szigetén elterülő Waitomo közelében fekvő Luckie Strike-barlangrendszerben is a kanadai vállalkozásokhoz hasonló módon működő barlangi kalandtúraszervezéssel találkozunk, továbbá kiemelendő példa az Ausztrália déli partján található, Sydney-hez közeli Jenolan-barlangrendszer is, mely elnyerte a bronz fokozatú NSW (*New South Wales*) Turizmus díjat a kalandturizmus kategóriában. Ezekon a helyszíneken is olyan turisztikai programkínálatot alakítottak ki, amelyben a barlangi túrák csupán részszolgáltatásként jelennek meg, eltérve a magyar gyakorlattól, ahol kizárólag a túravezetés vehető igénybe. A fent említett vállalkozások követendő mintát jelenthetnek a hazai szolgáltatóknak, amennyiben a külföldi esetekben már kalandturisztikai csomagajánlatokról, és nem pusztán szolgáltatásokról beszélhetünk. A turistákat nem csak órákra, hanem akár több napos, egy hetes aktív üdülésre is le tudják kötni. Ennek ellenére figyelemreméltó, hogy a kanadai Canmore-ban sem haladta meg az összelátogatottság a 3000 főt, melyet a hazai Csodabogyós-barlang a kizárólagos túraszolgáltatással is elért.

Végül érdemes megemlíteni az olyan egyedülálló eseteket is – a magyarországi Aggteleki-karszt helyzetéhez hasonlóan –, ahol világörökség-helyszíneken valósult meg a kaland-, illetve tömegturisztikai hasznosítása a barlangoknak. Két kitűnő példa a dél-afrikai „Az emberiség bölcsője” néven ismertté vált térség, valamint a Malajziához tartozó Borneó szigetén található Gunung Mulu Nemzeti Park. Mindkét esetben betekintést nyertem a hasznosítás kapcsán előálló visszas helyzetekbe, mivel konkrét állami szabályozás híján igen nehéz a természetvédelem és a turizmus konfliktusát feloldani, hiszen a cél az, hogy az értékes területek védelmét a konkrét látogatási tilalom nélkül oldják meg. Az ellentétes érdekek dacára a turisztikai hasznosítás megvalósult, bár a kalandturizmus csupán kiegészítő szolgáltatás a kiépített barlangok mellett. A nemzeti parkok célja a fenntartható üzemeltetés, ám ameddig a vonatkozó jelenségek részletes vizsgálata nem történik meg, és nem végzik el a hasznosítás hatásainak értékelését, addig nem is fogják tudni hosszútávon kontrollálni a turizmus negatív hatásait.

2.3. A barlangi kalandtúrák

2.3.1. Szervezési kérdések

Minden kalandtúra lebonyolítása előzetesen szakszerű tervezést és szervezést igényel. Ebből adódik az a szabály is, hogy mindig előzetesen be kell jelentkezni a túrákra, hiszen a szervezés legfontosabb kritériuma a résztvevők számának és legfontosabb jellemzőinek ismerete. Egy kisiskolásoknak szánt földalatti földrajzórát másképp kell megszervezni, mint egy céges csapatépítő tréninget. Azonban a barlang olyan speciális terep, ahol az átlagosnál több szempontot kell figyelembe venni.

A barlangi túrázásnak három alapszabálya van. Első a legnagyobb biztonság elve, ennek eszköze a második szabály, a célok és lehetőségek összhangjának figyelembe vétele. Tehát a túrának a típusát, sebességét, hosszát és egyéb feltételeit mindig maguknak a résztvevőknek a személye szabja meg. Tilos túlvállalni magunkat, még tapasztalatlan túrázókkal veszélyes terepre menni, a baleset kockázatát mindig minimálisra kell csökkenteni. A harmadik szabály a túravezető egyszemélyi felelőssége, amelyet lentebb ismertetek. A barlangi túrázáshoz kapcsolódó fontos kérdés még a túrázók sorrendje, erről is mindig a túravezető dönt.

Célszerű figyelembe venni a résztvevők fizikai erejét, gyakorlottságát, a világítás típusát. Emellett általános biztonsági előírás, hogy mindig látó-, illetve hallótávolságon belül kell maradni. A kívülállók a barlangászatot rendkívül veszélyes sportágnak tartják, mivel jóformán csak a barlangi balesetek kapcsán hallanak erről a tevékenységről, de nem szabad elfelejteni, hogy ezek az esetek ritkák, évente egy-kettőről tudunk, és ezek is leggyakrabban emberi felelőtlenégből történnek. A sportbarlangászatnak külön szigorú oktatási rendszere van, minden leendő barlangásznak hosszú elméleti és gyakorlati képzésen kell részt vennie. Természetesen egy kalandtúra esetén erre nincs lehetőség, de a szervezés során ügyelni kell az általános szabályok még pontosabb betartására, illetve nem szabad elfeledkeznünk arról, hogy a túrák vezetői mindig barlangi túravezetői igazolvánnyal rendelkeznek. Az igazolvány megszerzéséhez vizsgák sora és több éves barlangi múlt szükséges, így az ő személyük garantálja a biztonságot. A barlangi túravezetőnek szakmai, erkölcsi és büntetőjogi felelőssége is van, ő felel a túra során esetlegesen bekövetkező balesetekért. A felelősséghez természetesen jogok is tartoznak. Mindenki köteles betartani a túravezető javaslatait és utasításait, és csak

az általa engedélyezett tárgyakat lehet levinni. Ezenkívül alkohol, drog és egyéb tudatmódosító szerek befolyásoltsága alatt állóknak tilos részt venni barlangi túrán, valamint krónikus betegség és gyógyszeresedés esetén is tájékoztatni kell a túravezetőt.

A barlangi túrázás társas sport, egyedül senki nem mehet barlangba. Még a szakképzett barlangászok számára is előírt a minimális négy fős létszám betartása. Emiatt is kitűnően alkalmas csapatépítő tréningekre. A közös teljesítéshez a gondos odafigyelés szükséges saját magukra és az előttünk és mögöttünk haladóra egyaránt. A barlangtúra szervezésének a célcsoport és a szabályok figyelembevételén kívül egy másik sarkalatos pontja magához a barlanghoz való eljutás. Szerencsés esetben közvetlenül közúton megközelíthető – ilyen a budapesti Mátyás-hegyi-barlang –, de általában rövidebb-hosszabb gyalogtúrát kell tenni a barlangig, és ezt az időintervallumot célszerű szintén a kalandhoz kapcsolni, hogy ne csak a „sötét, titokzatos” barlang számítson kihívásnak, hanem a felszíni odajutás is képezze a kaland aktív részét.

Közvetlenül a túrát megelőző feladat a megfelelő számú és méretű felszerelés beszerzése. A kaland-barlangtúrát kínáló túraszervezők a legtöbbször belekalkulálják a felszerelés használatát az áraikba. Amire minden résztvevőnek szüksége van, az a barlangász alapfelszerelés. Elemei közé tartozik: az overáll, olyan ellenálló felsőruházat, amelyben a kalandor képes sérülés nélkül csúszni-mászni; gumicsizma, ami tökéletes a speciális barlangi körülményekhez, hiszen ennek talpa kevésbé csúszik. Továbbá szükség van sisakra és világítóeszközre. A meleg alöltözetről mindig maguknak a turistáknak kell gondoskodniuk.

A túra lebonyolításának legfontosabb feladati közé tartozik a tájékoztatás és az ellenőrzés. Fontos az információk átadása a barlang típusáról, a lehetséges veszélyekről, a viselkedési szabályokról és a felszerelésről. Emellett elengedhetetlen a résztvevők felszerelésének végső vizsgálata is. Ezeken kívül ellenőrizni kell, hogy mindenki megfelelő fizikai és pszichikai állapotban van-e, hiszen egy betegség, legyen az akár lelki, komoly gondot okozhat a felszín alatt.

2.3.2. Veszélyforrások

A túrázás során objektív és szubjektív veszélyforrásokról beszélhetünk. Az első csoportba a tőlünk független veszélyek tartoznak. Elsők között a sötétséget említhetjük, hiszen hiába világítunk, nem vehetünk észre mindent, illetve a folyamatos koncentráció és figyelem rendkívül fárasztó. További objektív tényezők a barlangi terep sajátosságai, amely néhol nedves-csúszós, gyakoriak a vizes szakaszok, szakadékok, omlások, szűkületek. Természetesen a legnehezebb szakaszokon minden esetben biztonságot szolgáló eszközök (létrák, kapaszkodókötelek, lépőcsavarok stb.) vannak beépítve. Ezekon kívül a klimatikus viszonyokat, azon belül is a hőmérsékletet fontos figyelembe venni, mivel az állandó 10 °C kellemes sportolásra, de kényeszerű várakozás esetén a kihülés veszélyét jelenti. Végül de nem utolsó sorban az objektív veszélyek közé kell sorolni a mentési nehézségeket. A nehéz terepi körülmények a hordágy szállítását és az orvosi ellátást különösen bonyolulttá teszik.

Az objektív veszélyeket a szubjektív tényezők egészítik ki. Ez utóbbi mindig olyan emberi hibát jelent, amely balesetet okozhat. Ezek közé tartozik a nem megfelelő fizikai-pszichikai állapot, az elégtelen edzettség, a felszerelések hiánya vagy minősége, rossz időgazdálkodás, kapkodás, sietség, illetve a hiányos információk a barlangról és a veszélyekről. Azonban a gondos odafigyeléssel, tervezéssel, szervezéssel és végül lebonyolítással ezeket csaknem minimálisra csökkenthetjük.

Végül meg kell említeni a biztosítás kérdését is. Baleset esetén mindig a Barlangi Mentőszolgálatot kell értesíteni, amelynek tagjai ingyen vállalják a segítségnyújtást. Azonban egyéb költségek is felmerülnek, mint például magának a mentésnek és a kórházi ellátásnak a költségei. Nagyon fontos az előzetes tájékoztatás ebben a kérdésben, hiszen sajnos ma már a társadalombiztosítás nem támogatja az ilyen baleseteket. Nem csak a barlangászat, hanem több hasonló sportág is extrémnek van minősítve, ezáltal kikerültek a támogatási körből. Az ilyen helyzetekre jelentek meg a különböző sportbaleset biztosítások, melyeket egy kalandtúra esetén mindig meg kell kötni. E kérdésben eltérő a túraszervezők gyakorlata, van olyan barlang – Csodabogyós-barlang és Szentgáli-kőlik –, ahol

egyértelműen ki van emelve, hogy a részvétel ára az eseti sportbiztosítást is tartalmazza, azonban más barlangok esetében elmarad a tájékoztatás.

Összefoglalásképpen kiemelendő, hogy egy kalandtúra szervezése mindig plusz feladatokkal jár, nem lehet általános túratervet felállítani, minden túra eseti és egyedi. Minden extrém sportnak, így a barlangászatnak is megvannak a maga speciális kockázattényezői, azonban a megfelelő szervezéssel ezeket racionálisan kezelhetjük. A fejezet során ismertetett alapszabályok betartása és betarttatása elengedhetetlen a túraszervezők számára, ha hosszútávon szeretnének a kalandiparban dolgozni. A gondos munka eredményeként pedig a kalandbarlangtúrák a természet megismerésének látványos és izgalmas módját adják, lehetővé teszik, hogy a „valódi” barlangot a turisták testközelből tapasztalják meg. Nem utolsó sorban aktívan tud hozzájárulni a környezettudatos magatartás fejlesztéséhez.

2.4. Természetvédelem a barlangban

Magyarországon minden barlang a természetvédelmi jog szempontjából *ex lege* védett természeti érték. Azaz kizárólagos állami tulajdon, forgalomképtelen, tehát nem lehet értékesíteni. Minthogy a jogszabály értelmében a barlangok – a védetté nyilvánított természeti területekkel egyenrangúan – védett természeti területnek minősülnek, az ezekre általánosan vonatkozó előírások szerint a barlangokban végzendő kutatás, kísérlet és gyűjtés végzéséhez a természetvédelmi hatóság engedélye szükséges. Mindezek a rendelkezések a barlangok általános védelmét szolgálják, azonban nem elég csak a törvények betartása, a túrák folyamán maguk a résztvevők is sokat tehetnek, hogy ezek az egyedülálló képződmények a jövő generációinak is a rendelkezésére álljanak.

Fontos bizonyos szabályokat a túra folyamán betartani. Legérzékenyebb a változásra talán a biológiai élettér, amelyben hatalmas változást idézhet elő a szemét. Ezzel kapcsolatos szabály, hogy amit a barlangba levittünk, azt hozzuk is ki. Lehetőleg barlangban ne étkezzünk, ám amennyiben ez mégis szükséges, ügyelni kell arra, hogy ne szórjuk el, hiszen a talajra hullott morzsa, szerves anyag hamarosan penészedésnek indul.

A barlangokban haladjunk a már jól kitaposott úton és a képződményeket, cseppköveket ne érintsük! Ha utunk cseppköves szakaszon vezet keresztül, figyeljünk az előttünk járók nyomaira, és ezeket a lépéseket, fogásokat használjuk mi is. Természetesen semmilyen képződményt ne törjünk le és a még magától letört képződményeket se hozzuk ki (Székely-Bajna [1995]).

A barlangvédelem kérdése nemzetközi szinten is aktuális probléma. Külön szervezet – *European Cave Protection Commission* (Európai Barlangvédelmi Bizottság) – foglalkozik a földalatti értékek megóvásával, idén rendezték az első konferenciájukat – *EuroSpeleo Protection Symposium* (Európai Barlangvédelmi Csúcstalálkozó) – is az ügy érdekében. Az egyesület több mint ötvenezer tagot számlál Európa-szerte, köztük barlangászokat, tudósokat, és olyan embereket, akik a szívükön viselik a barlangok védelmét. Sajnos európai szinten nincsen olyan törvény, rendelkezés vagy egyezség, amely külön kiemelve tárgyalná a barlangok védelmének kérdését. Azonban 2008 őszén az Európai Parlament elé lett terjesztve egy nyilatkozat, amely a barlangok mint kulturális, természeti és természetvédelmi örökségek kiemelt protekciójára vonatkozó előírások kidolgozását szorgalmazta (lásd Melléklet III.). Fontos megjegyezni, hogy az előterjesztők között van Dr. Tabajdi Csaba, Magyarország egyik Európai Parlamenti képviselője is.

A nyilatkozat kimondja, hogy a barlangok az archeológiai és szpeleológiai örökség részei, a további társadalmi-gazdasági fejlődés alapját képezik, ezzel erősítve az európai integrációt. Az archaikus barlangrajzok alkotják a barlangok kulturális örökségét, az Európa szerte megtalálható több ezer denevérfaj erősíti a biodiverzitást, a karsztvizek alkotják a Föld ivóvízkészletének 25 %-át és végül, de nem utolsó sorban a különböző barlangi képződmények és formák az évmilliók alatt lezajlott klimatikus változások nyomait őrzik. Továbbá javaslatot tesz a barlangok és környezetük európai szintű felmérésére és külön jogszabályok bevezetésére, hogy az új épületek telepítése és az ipari tevékenységek végzése szabályozva és korlátozva legyen a barlangokhoz tartozó védett felszíni területeken. A felterjesztés azonban nem járt sikerrel, 2008 decemberében lezárult az aláírásgyűjtés az Európai Parlament képviselői között és sajnos nem érte el a kívánt minimumot.

2.5. A barlangi kalandturizmus ökoturisztikai vetülete

Az első fejezetben a kalandturizmus természetvédelmi vonatkozásai kapcsán világossá vált, hogy bár a kaland- és ökoturizmus közti határ elméleti szinten, a definíciók tekintetében meghúzható, ám a kalandturizmus több, ökoturizmusra jellemző tulajdonsággal rendelkezik, és a két turizmus-fajta tevékenységi körében gyakran összefonódik egymással (1.2.7). Ez különösen jól látszik a barlangok kalandturisztikai hasznosításának hazai gyakorlatában. Ahogy korábban láttuk (2.1.2), a barlangokra vonatkozó állami tulajdonjog kezelőiként a közigazgatáshoz tartozó nemzeti parkok szerepelnek. Bár az egyes nemzeti parkoknál különböző osztályokhoz, szervezeti egységhez tartozhat a barlangok hasznosításának kezelése, az azonban kivétel nélkül megegyezik, hogy a kalandturizmusnak minősülő barlangi kalandtúrák az ökoturisztikai programcsomagok elemeként jelennek meg. Emiatt szükséges a barlangi kalandtúrákat ökoturisztikai szempontból is megvizsgálni, különös tekintettel a nemzeti parkok turizmusban betöltött szerepére. Információim fő forrásául a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium által 2008-ban megjelentetett Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia, valamint a 2005-ben létrejött „A természetvédelem ökoturisztikai koncepciója” című tanulmány szolgált, mely utóbbi az ökoturizmus speciális formájának tartja a barlangi turizmust, így az ehhez tartozó barlangi kalandturizmust is.

A természeti adottságok önmagukban is jelentős vonzerőt képviselnek, azonban megfelelő infrastruktúra nélkül nem képeznek piacképes terméket. A turisztikai attrakcióként való hasznosítás az ökoturizmus potenciális letéteményeseinek számító nemzeti parkok igazgatóságainak feladata, sőt a természetvédelmi törvény alapján kizárólagos joga, hiszen csak általuk biztosítható, hogy a bemutatás minimális természeti kárral valósuljon meg (Michalkó [2003]). Ugyan a meglévő ökoturisztikai kínálat – beleértve a kaland-barlangokat is – igen gazdag és széles, azonban a hazai lakosság jelentős része nem ismeri ezeket a lehetőségeket, bár a látogatószám emelkedése egyértelműen tetten érhető, ami a helyzet javulását mutatja. A nemzeti parkok látogatóinak a száma az elmúlt két évben robbanásszerű növekedést mutat, 2007 után a 2008-as évben is újabb 15 %-kal növekedett a turisták száma, így éves szinten az elérte az 1,3 milliót (az adatok

forrása a KvVM Tájvédelmi és Ökoturisztikai osztálya). Ezen belül a barlangi kalandturizmus speciális szegmense is növekedést mutat, amit a következő fejezetben részletes statisztikai adatokkal is alátámasztok.

Érdemes kitérni arra, hogy milyen tényezőknek köszönhető ez a mérhető kiugrás a nemzeti parkok látogatottságában. Elsősorban két elemet fontos megemlíteni, az egyik, hogy a 2007-es év a zöld turizmus éve volt hazánkban, a másik, hogy ez évtől kezdve a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. közös marketing tevékenységet folytat, mely a közösen lebonyolításra kerülő Nemzeti Parkok Hete rendezvénysorozatban, közös kiadványokban és szintén közös kutatási tevékenység folytatásában nyilvánul meg. Összefoglalva megállapítható, hogy a nemzeti parkok szerepét nem lehet kikerülni, amikor az ökoturizmusról beszélünk hazánkban, az ő feladatuk, hogy egy hatékonyabb marketing tevékenységgel és kommunikációval a potenciális látogatókat megszólítsák. Ennek ellenére arról sem szabad megfeledkezni, hogy ezen parkok elsődleges feladata maga a természetvédelem, így amíg a turizmusorientált tevékenységek koordinálására nem alkalmaznak kellő számú és képzettségű szakembereket, az egyes igazgatóságoknak nem lesz kapacitása a turisztikai feladatok megfelelő ellátására. Bár a Magyar Turizmus Zrt.-vel való együttműködés gyümölcsöző volt, azonban ez csak központi szinten valósult meg, a problémák az egyes nemzeti parkok esetén továbbra is fennállnak.

Az ökoturizmus további kisebb szegmensekre bontásával jutunk el a barlangi kalandturizmushoz, ami a nemzeti parkok kínálatában „overállos barlangtúrák” néven szerepel. Ezen szolgáltatás növekvő keresletét a már említett KvVM és MT Zrt. közös kutatási tevékenysége is alátámasztja 2008-ban. A kutatás kérdőív segítségével történt, melyeket a nemzeti parkoknak kellett kitölteniük és visszaküldeniük a kutatócsoportnak. A cél a nemzeti parkokba látogatók jellemzőinek, igényeinek és elégedettségének a felderítése volt. A kutatás részletes eredménye nem tárgya a dolgozatomnak, így kizárólag a legfontosabb jellemzőkre, illetve az overállos barlangtúrákra vonatkozó kérdésre koncentrálok. Módszertani kiegészítésként megjegyzendő, hogy összesen 746 kérdőívet küldtek vissza a nemzeti parkok – majdnem az összes, bár a Kiskunsági Nemzeti Park kimaradt a felméréstől –, a kérdőívet kitöltők többsége 58,2 %-a nő, 41,8 %-a férfi volt, a mintavétel nem tekinthető reprezentatívnak. A kérdőív alapján a látogatók fele családjával, további egy-egy negyede barátaival, illetve szervezett csoport tagjaként

érkezett. A vendégek kétharmadának fő utazási célja maga a nemzeti park látogatása volt. A kérdőív az aktuálisan igénybe vett programokon túl a következő alkalommal igénybe venni tervezett szolgáltatásokra is rákérdezett. A nyolc előre megadott válaszadási lehetőség között szerepelt az overállos barlangtúra, melyet az összes válaszadó 27,2 %-a jelölt meg, tehát több mint az egynegyede (a kérdőívet lásd: Melléklet IV). Ez több szempontból is kiemelendő, először is már maga a tény jelentős, hogy választási lehetőségként kezeli a kérdőívet összeállító kutatócsoport, másrészt az eredmény alátámasztja azt a növekvő népszerűséget, ami a dolgozatom témaválasztásának az apropójául szolgált.

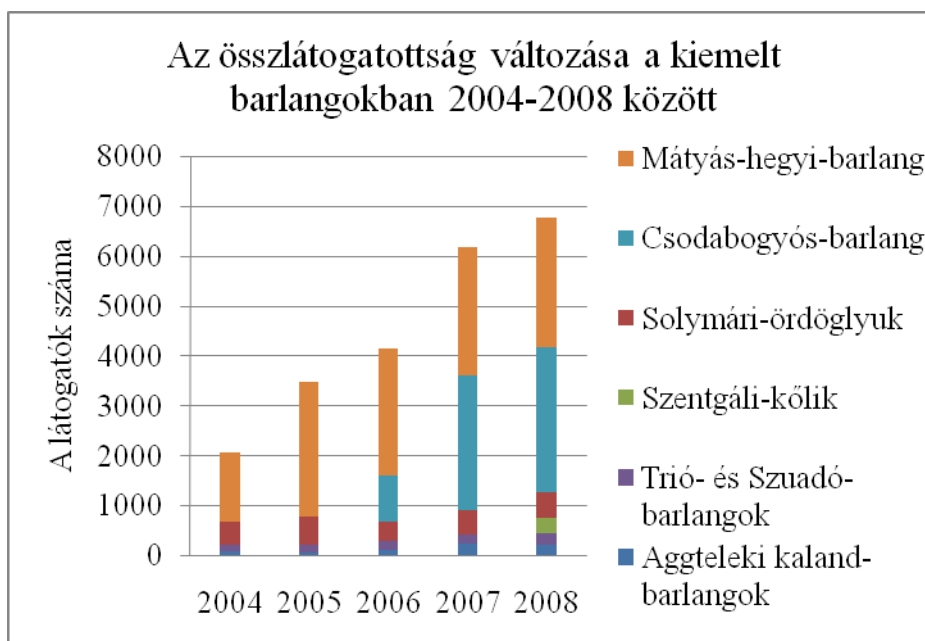
A barlangi kalandturizmus több, mint aktív sportteljesítmény, a környezeti nevelés és szemléletformálás egyik lehetséges eszköze, ezért is lehetséges akár az ökoturizmus egyik fajtájaként is megnevezni. Azon túl, hogy Magyarországon ma már lehetősége van a diákoknak földalatti, barlangi földrajzórakon való részvételre, a barlangtúra során a kaland és az oktatás ötvözése az aktív tanuláshoz olyan egyedülálló formáját jelenti akár a felnőttek számára is, amely az ismeretek interaktív átadását teszi lehetővé. Ugyan hatása nem mérhető, de egyértelműen a társadalom hasznára van, hiszen az ökotúrák a látogatók szemléletét megváltoztatják, így a később otthonába visszatérő kiránduló továbbadhatja másoknak is a friss tudását (Stratégia [2008]).

Összefoglalva megállapítható, hogy az ökoturizmusban és a barlangi-kalandturizmusban is a nemzeti parkoknak kulcsfontosságú szerepe van, a közvetlen természeti kezeléssel túl a parkokban képzett szakemberek várják a látogatókat. A parkok által ilyen módon nyújtott magas minőségű öko-szolgáltatások indokolják az állami támogatást is, hiszen a cél az ökoturisztikai piaci részesedés megőrzése, hogy valóban azok hasznosítsák a természet föld feletti és alatti értékeit, akik első kézből tudják biztosítani a környezet és az élővilág zavartalan fennmaradását.

3. A KALAND-BARLANGOK LÁTOGATOTTSÁGI STATISZTIKÁI

3.1. A kaland-barlangok összehasonlítása vendégforgalom alapján

A dolgozatom fő tézise, hogy a barlangi kalandturizmus résztvevőinek száma nő, így a hazai turizmusban egyre jelentősebb szerephez jut. Az első statisztikai tábla (4. ábra) ezt az állítást támasztja alá. Bár hivatalosan 18 barlang rendelkezik a kalandturisztikai hasznosítás engedélyével Magyarországon (lásd feljebb 2. táblázat), a látogatottság eltérő. Ebben a fejezetben kizárólag azokkal a barlangokkal foglalkozok, melyek éves látogatószáma statisztikailag kimutatható, vagyis a látogatók száma meghaladta a 200 főt 2008-ban. Az aggteleki kalandbarlangokat – Béke-, Meteor- és Kossuth-barlang –, illetve a Trió- és Szuadó-barlangokat együtt kezelem a barlangok földrajzi közelsége miatt.



4. ábra: A látogatók számának éves változása a kiemelt kaland-barlangokban
Az adatok forrása: KVVM Barlangtani Osztály

Az oszlopdiaagram jól mutatja a kiemelt barlangok összlátogatottságának változását 2004 óta. A kalandturisták száma a 2004-es bázis évhez képest több mint háromszorosára nőtt 2008-ban, így csaknem 7000 ember vett részt különböző kalandtúrákon barlangokban. A kiugrás 2007-ben történt, amikor a Csodabogyós-barlang a nyitása utáni első teljes statisztikai évet realizálta. A Balatonederics község mellett található, a Balaton-felvidéki Nemzeti Park által üzemeltett barlang olyan

sikeres lett, hogy 2008-ban újabb barlangot, a Szentgáli-kőlikat is megnyitották a nagyközönség számára. A 2008-as év összlátogató számát kördiagram formában mutató táblázat (lásd Melléklet V.) jól szemlélteti az egyes barlangok között tapasztalható különbségeket. A látogatók száma több mint 80 %-ban két barlang közt oszlik meg, míg a fennmaradó 19 %-ot további 6 barlang adja. Míg a balatoni Csodabogyós-barlangot átlagosan évente több mint 2700 turista látogatja meg, ami az összes látogató minimum 40 %-át adja, az Aggtelek környékén található kaland-barlangokban csupán 200 fő túrázott éves szinten, ami 3 %-nak felel meg. Az elmúlt évek változását is megfigyelhetjük, ha a korábbi évek megoszlását mutató ábrákkal is összehasonlítjuk a 2008-as adatokat. Jól látszik egyfajta átrendeződés a barlangok között, míg a Csodabogyós-barlang átvette az egyértelmű vezető szerepet, a Mátyás-hegyi barlang látogatottsága stagnál évi 2500 fő körül.

A turisztikai termék alapját képező barlangok között természetesen nincs jelentős eltérés minőség, szépség, az általuk szerezhető élmény tekintetében, mégis a vizsgált négy év azt mutatja, hogy a hasznosítás sikeressége minden esetben az egyedi adott helyszínek speciális, kötött jellemzőin túl maguknak az üzemeltetőknek a megfelelő turisztikai és marketing tevékenységén is múlt. A statisztikai adatokat szemre vételezve azonnal feltűnik a látogatók számának változása a földrajzi elhelyezkedés szerint, hiszen Budapest és a Balaton dominanciája egyértelmű, mégis fontos a további egyedi eseteket is vizsgálni. Ezek alapján először a látogatottság szempontjából kevésbé jelentős kaland-barlangok vendégforgalmának éves változását elemzem, és kísérletet teszek az alacsony látogatószám okainak a felderítésére.

Az alacsony látogatottságú barlangok közé sorolom az Aggteleki Nemzeti Parkban található kaland-barlangokat, a Budapest melletti Solymári-ördöglyukat, illetve a Mecseknél látogatható Trió- és Szuadó-barlangokat. Az újonnan nyílt Szentgáli-kőlikat nem elemzem, mivel egy félév adatai nem elegendőek a tendenciózus vizsgálatra. Előzetesen megállapítható, hogy a látogatottság éves szinten sehol sem haladja meg az 560 főt évenként, az utóbbi adatot 2005-ben a Solymári-ördöglyuk esetén mérték. A tendenciákat tekintve emelkedő, illetve stagnáló látogatottságról beszélhetünk az egyes barlangok esetén.

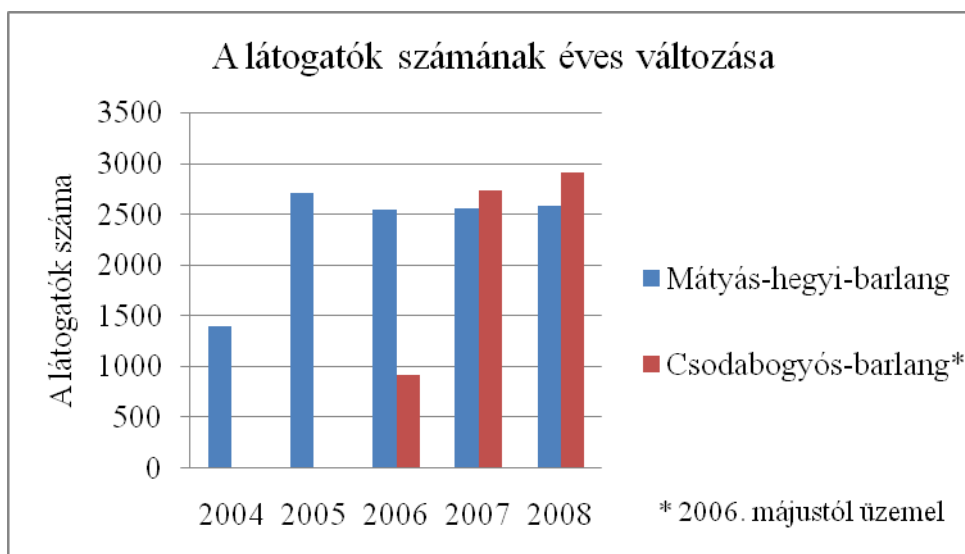
Az Aggteleki kaland-barlangokban igen alacsony volt a vendégforgalom. Kiugrás csak akkor történt, amikor 2007-ben a meglévő Béke-barlang mellett további kettőben – Meteor-barlang, Kossuth-barlang – indult meg a kalandturisztikai

hasznosítás, de még így is csak alig haladta meg az összesített forgalom a 200 főt éves szinten. Ez a tény azért érdekes, mivel az Aggteleki Nemzeti Parknak kimagasló a látogatottsága, 2007-ben a Baradla-barlang kiépített szakaszát több mint 140.000 ember látogatta meg, így bár a nemzeti park viszonylag nehezen közelíthető meg a távolság és utak rossz minősége miatt az adott kistérségben, ez nem lehet magyarázat a kaland-barlangok iránti alacsony érdeklődésre. Továbbá a zöldturizmus keretei közé tartozó Baradla-barlangi speciális Retek-ági túrán is az említett évben 535 fő vett részt. Ez utóbbi számadat is mutatja, hogy a hagyományos, tömegturizmus által látogatható barlangi sétákon kívül igény van az aktívabb, sportosabb túrákra is. Azonban mindenképpen számít az a tény, hogy a nemzeti park közvetlen közelében nem található megfelelő mennyiségű minőségi szálláshely, pedig az olyan utazók, akik csak a helyszínen értesülnek a kalandtúrákról és részt kívánnak venni bennük, az előzetes bejelentkezés szükségessége miatt megszállni kényszerülnek. Emiatt a vendégek nem szállnak meg, sokszor nem is fogyasztanak, így a turizmus haszna nem kellő mértékben csapódik le a helyiek számára. A kistérségnek olyan fejlesztési irányvonalat kellene kijelölnie, melyben a cél, hogy olyan komplex turisztikai termékeket alakítsanak ki, melyek arra kényszerítik a látogatót, hogy ne csak alkalmi kirándulás, hanem eleve huzamos ott tartózkodás szándékával induljon el az adott területre (Stratégia [2008]). Azonban fontos kiemelni, hogy az utóbbi évben elkezdődött a szálláshelyfejlesztés, felújították az Aggteleken található kempinget és turistaházat, így ezek további forgalmat fognak várhatóan generálni.

A Solymári-ördöglyuk látogatottsága stagnál, annak ellenére, hogy Budapest vonzáskörzetében található. Bár a barlang elhelyezkedése, nagysága és jellege alapján jelentős turisztikai terméket jelenthetne (a bejáratok lezárása előtt közkedvelt sportbarlangászati célpont volt), ám a barlangot üzemeltető Ifjúsági Barlangtúra és Barlangi Sportterápia Egyesület a túrákat kizárólag csak külön érdeklődők esetén, illetve terápiás céllal indítja. Érdekesség, hogy ennek ellenére volt olyan kalandturizmussal foglalkozó utazási iroda – Eupolisz Utazási Iroda –, amely 2008-ban olyan egynapos hétvégi túraprogramot szervezett, ahol a cél kizárólag a Solymári-barlang bejárása volt, így várható, hogy a barlang további szervezett túrák célpontja lesz a jövőben.

A harmadik helyszínrre, a Trió- és Szudó-barlangokba a Szegedi Karszt- és Barlangkutató Egyesület vezet túrákat. Mivel a szegedi székhelyű egyesületnek csak

ritkábban van alkalma a Mecsekhez elutazni, így a barlangoknak alig van mérhető idegenforgalmi vonzereje pusztán a számok alapján. Az éves látogatottsága alig haladta meg a 200 főt 2008-ban, ennek ellenére önálló magyar és angol nyelvű szóróanyaggal jelentek meg a dél-dunántúli régió standjánál a 2009-es Utazás Kiállításán Budapesten. Ez alapján kijelenthető, hogy profiljukat szélesítve a Duna-Dráva Nemzeti Park vagyonkezelése alá tartozó barlangokba már nem csak kalandtúrákat, hanem kimondottan gyermekeknek szánt földalatti földrajzórákat, vagy akár barlangos ismeretterjesztő gyermektáborokat is szerveznek. A barlangkutató egyesület és a pécsi, illetve örfői Tourinform irodák együttműködése egyedi eset, azonban véleményem szerint ennek a hatékony közös munkának 2009-ben a látogatottság terén is mutatkozni fog az eredménye. Fontos még kitérni arra, hogy az örfői térségben maga a nemzeti park is üzemeltet két éve egy kalandbarlangot – Mészégető-források-barlangja –, ám ezt éves szinten csupán 30 ember látogatta.



5. ábra: A látogatók számának éves változása a Mátyás-hegyi- és Csodabogyós-barlangokban 2004 és 2008 között

Az adatok forrása: KVVM Barlangtani Osztály

A következőkben a két, kalandturisztikai szempontból legjelentősebb barlang éves látogatottsági statisztikáját elemzem (5. ábra). Azonnal feltűnik, hogy az előző barlangokkal szemben 2007-ben és 2008-ban is mindkét barlang forgalma meghaladta a 2500 főt éves szinten. Míg a Mátyás-hegyi-barlang esetében négy évre visszamenő adatok állnak a rendelkezésünkre, a Csodabogyós-barlanggal való összehasonlítást nehezíti, hogy ott csak 2006 közepén indultak meg a túrák, így az évi adat nem számít mérvadónak.

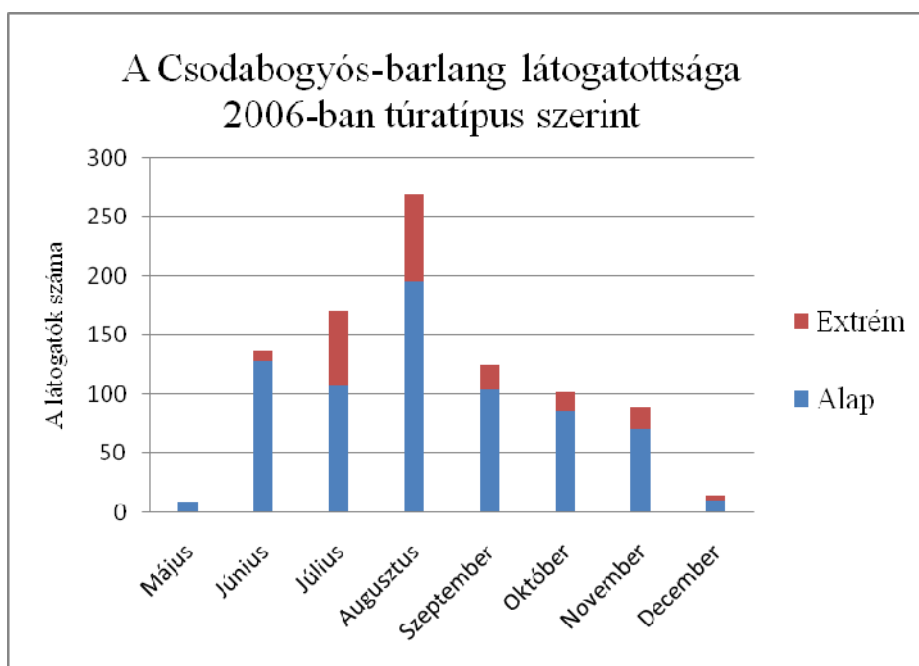
Egyértelműen kijelenthető, hogy a Mátyás-hegyi-barlang látogatottsága az utóbbi években stagnál, elérte a 2700 fő/év maximumot, és ezt nem képes meghaladni. A stagnálás alapvetően a nem megfelelő kommunikáció következménye, környezettudatos és marketing szemléletű értékesítésre volna szükség. Környezettudatos, mert a fenntarthatóság megköveteli a természeti vonzerő hosszú távú megóvását, és marketingszemléletű, hiszen egy rendkívül dinamikus piacon versenyhelyzetben kell helytállni (Stratégia [2008]). A lehetőségek még koránt sincsenek teljesen kiaknázva, így várható a látogatószám további bővülése. A barlang látogatói között végzett kérdőíves vizsgálatom a következő fejezetben jól fogja szemléltetni a fejlesztésre váró területeket.

A Csodabogyós-barlang megnyitása után gyorsan felzárkózott ehhez a látogatottsági szinthez, sőt az első teljes évben meg is haladta és 2008-ban is megőrizte a vezető szerepét. Az okok a kitűnő marketingtevékenységben keresendők (lásd. 2.1.3. fejezet), a Balaton-Felvidéki Nemzeti Park a kalandtúrákat aktívan beépítette a profiljába és kiemelten kezeli. A turisztikai hasznosítás sikerességét misem bizonyítja jobban, mint a már említett második barlang – Szentgáli-kőlik –, melyet bekapcsoltak a kalandturizmusba. Eltérést csak az okoz, hogy ez a barlang november és március hónapok között nem látogatható a denevérzárlat miatt. Azonban ez a tény a barlang éves látogatottságát kevésbé fogja befolyásolni, mivel ahogy a Csodabogyós-barlang később ismertetésre kerülő havi adatai alapján is kiderül, a balatoni térség általános szezonális jellegű forgalma itt is érvényesül, és a forgalom jelentős része a nyári hónapokban realizálódik.

Az érvényben lévő jogszabályok nem szabályozzák, hogy a barlangok vagyongazdálkodásának milyen formátumban kell az éves hasznosítási jelentést a Barlangtani Osztálynak benyújtani. Az adatok gyűjtésének módszerei, éves vagy havi bontása ebből kifolyólag barlangonként eltérő. A Csodabogyós- és Mátyás-hegyi-barlangok esetén a közös adatsor kizárólag az éves és a havi összesített látogatószám volt, az eltérő típusú és gyakoriságú túrák miatt egyéb releváns módon nem lehet összehasonlítani a két barlangot. Továbbá az adatok késői feldolgozása és kiértékelése miatt a 2008-as évre kizárólag éves és havi szintű összesített látogatószámról áll a rendelkezésemre pontos statisztikai adat, így a következőkben a részletes havi szintű elemzést túratípusokra, illetve korosztályokra lebontva 2007-ig tudom elvégezni.

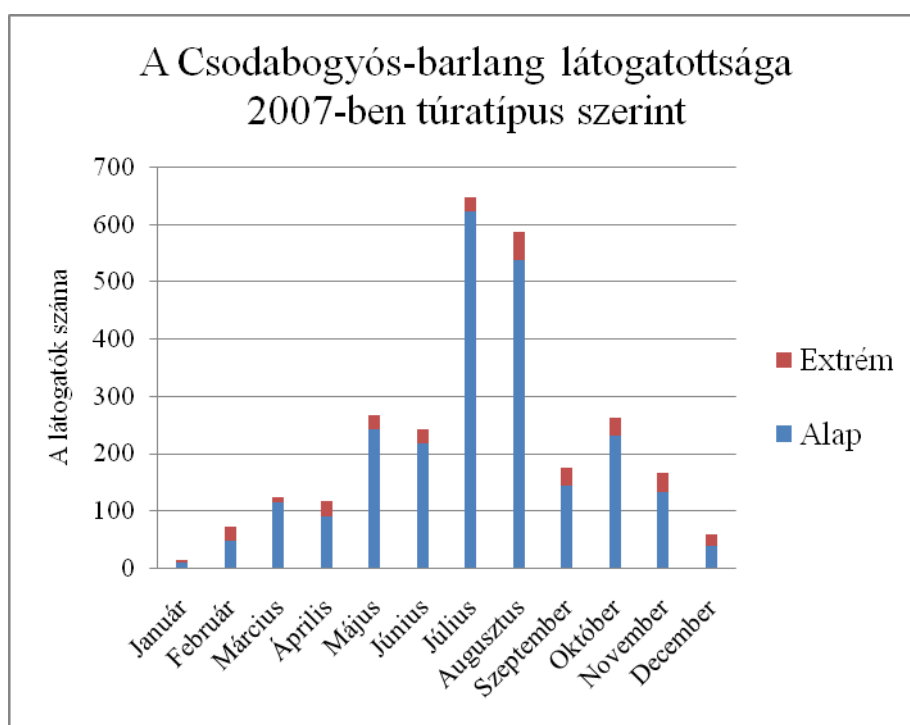
3.2. A Csodabogyós-barlang látogatottsága

A Csodabogyós-barlang 2006-ban mért vendégforgalmát szemlélteti az alábbi diagram (6. ábra). A már említett szezonális jól látszik, a legmagasabb látogatottságot június, július és augusztusban mérték, és annak ellenére produkálta a barlang ezeket a viszonylag magas vendégszámokat, hogy május közepén indultak a túrák. A diagram azt is megmutatja, hogy a már korábban (2.1.3. fejezet) említett két túratípus hogyan oszlik meg: az alaptúrák az összes túra többségét, 77,3 %-át alkotják. Ezek a túrák rövidebb időtartalmúak és technikailag is könnyebbek, így a „soft” kalandturizmus feltételeinek jobban megfelelnek. A jelenség alátámasztja a bevezetőben említett harmadik hipotézisemet, melynek lényege, hogy az extrém kalandturizmus mellett egyre jelentősebb ennek a „soft” ága, melynek a lényege, hogy a mindennapi ember a hétköznapiakból kiszakadva megtapasztalhatja kaland „ízét”, azonban szigorúan kontrolált körülmények között szinte elenyésző veszéllyel. A turistáknak nem kell kivételes fizikai képességekkel rendelkezni ahhoz, hogy egyedi élményt szerezzenek, és ez egyre több embert vonz, akár utazási céllal is egybekötve.



6. ábra: A Csodabogyós-barlang látogatottsága 2006-ban túratípus szerint
Az adatok forrása: Balaton-Felvidéki Nemzeti Park

A barlang 2007-es adatai már jobban szemléltetik a forgalom változását havi szinten, mivel a teljes évre vonatkoznak (7. ábra). A maximumot itt is a nyári szezon képviseli, azonban az őszi és a tavaszi időszak is hangsúlyos. A túrák megoszlása még inkább az alaptúrák felé tolódott el, az összes alkalom több mint 89 %-át teszik ki. A könnyebb túra népszerűségét az is magyarázhatja, hogy a 2007-ben számlált látogatók 41,8 %-át a 18 év alattiak alkották, indultak külön túrák kizárólag gyerekcsoportoknak is. Ez utóbbiak 62 %-a a május, június, július hónapokra esett, azaz a tavaszi osztálykirándulások, illetve a nyári szünet rendjébe illeszkedett.

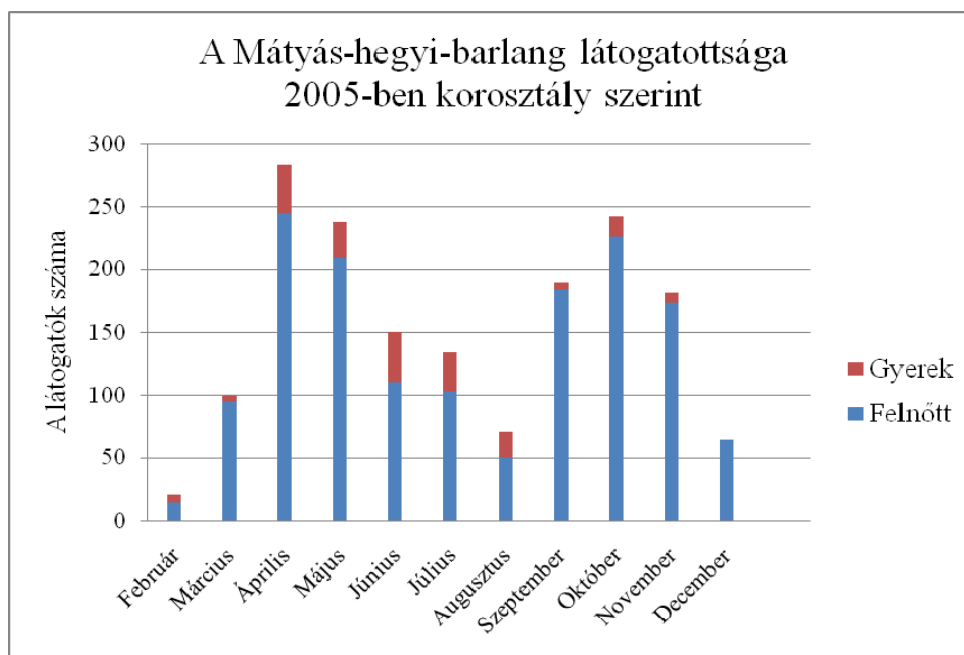


7. ábra: A Csodabogyós-barlang látogatottsága 2007-ben túratípus szerint
Az adatok forrása: Balaton- Felvidéki Nemzeti Park

Továbbá a Balaton-Felvidéki Nemzeti Park adatai arról is beszámolnak, hogy az összes látogató 40 %-át alkották a külföldi turisták, akiknek 75 %-a július és augusztus hónapokban jelent meg. Így összefoglalva megállapítható, hogy a szezonális csökkenést a belföldi látogatók számának növelésével érhető el. A külföldi vendégforgalom kizárólag a főszezonban intenzív, amikor a Balaton mellett töltik a nyári szabadságukat. Az iskolás csoportok is fontos vendégsegmenst alkotnak, akár föld alatti földrajzórakkal is összeköthetőek lennének a barlangi kalandtúrák a számukra.

3.3. A Mátyás-hegyi-barlang látogatottsága

A statisztikai táblák alapjául szolgáló adatokat a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium Barlangtani Osztályától kaptam, emiatt az adatbázisban hiányosan szereplő 2006-os évet nem elemzem a Mátyás-hegyi-barlang esetén. A változások tendenciáinak szemléltetéséül a 2005-ös évet választottam bázisul.

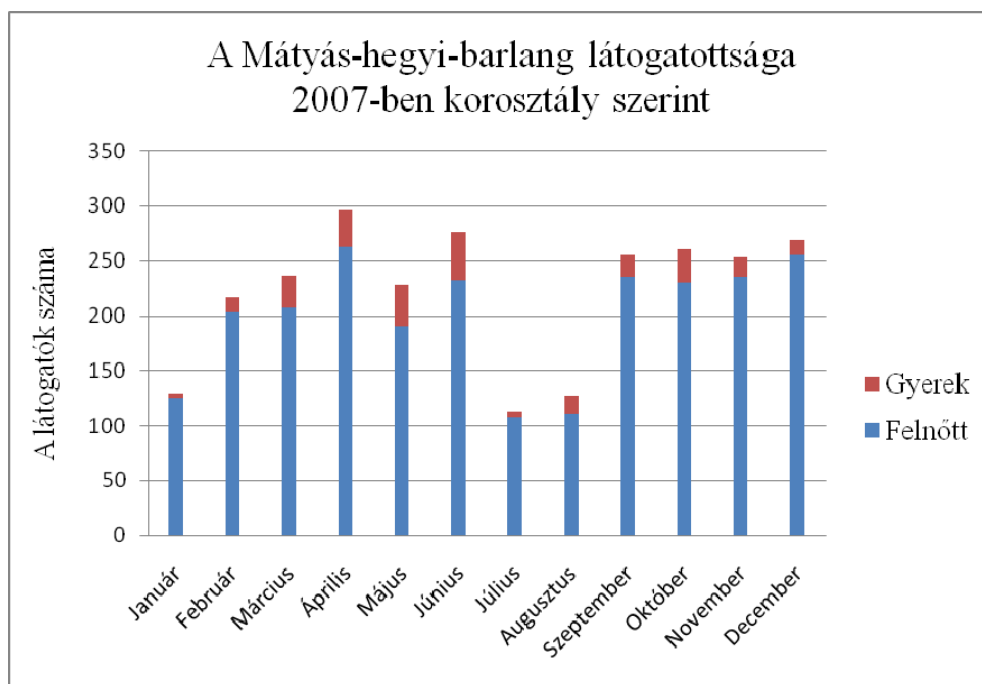


8. ábra: A Mátyás-hegyi-barlang látogatottsága havi bontásban 2005-ben korosztály szerint

Az adatok forrása: KVVM Barlangtani Osztály

A fenti diagram (8. ábra) a Mátyás-hegyi-barlang havi látogatószámát mutatja korosztály szerinti bontásban, hiszen e barlang esetében a túrák nincsenek nehézségi szint szerint külön típusba sorolva. Az adatok alapján megállapítható, hogy a 18 év alatti túrázók száma csupán 7,3 %-a az összes látogatónak. A másik azonnal látható speciális jellemző az eltérő szezonális eloszlás a Csodabogyós-barlanghoz képest. Míg az előbb említett barlangnál a nyári hónapok tartoztak a főszezonba, addig a Mátyás-hegyi-barlangnál egyértelműen a tavaszi és az őszi hónapokban a legmagasabb a látogatottság, azzal együtt, hogy a kisebb százalékban szereplő 18 év alatti iskolás gyerekek 46 %-a, azaz jelentős része a szünidőt jelentő nyári hónapokban túrázott. A másképpen alakuló szezonális eloszlás oka a barlangok földrajzi elhelyezkedése, a Csodabogyós-barlang a Balaton mentén található, a Mátyás-hegyi-barlang közvetlenül Budapesten helyezkedik el. A fővárosból nyaranként jelentős

számban utaznak el a belföldiek és ez a havi adatokon is látszik, pont ebben az időszakban ugrik meg a Csodabogyós-barlang látogatottsága, hiszen a Balaton az egyik legkedveltebb nyári desztináció hazánkban.

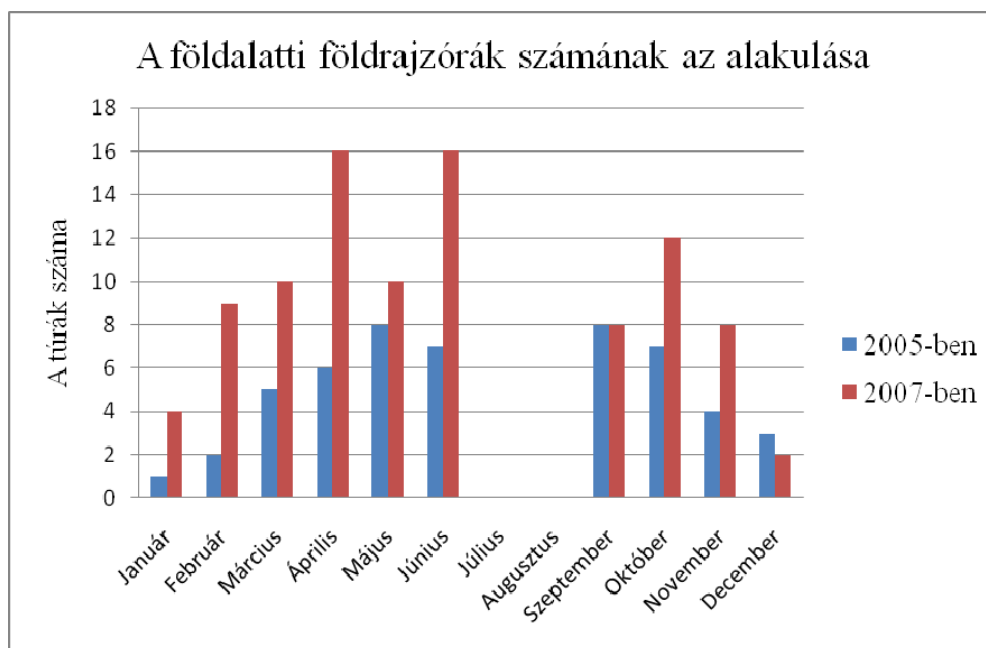


9. ábra: A Mátyás-hegyi-barlang látogatottsága havi bontásban 2007-ben korosztály szerint

Az adatok forrása: KVVVM Barlangtani Osztály

A 2007-es évi havi látogatottsági adatok hasonlóan alakulnak 2005-höz képest (9. ábra). A szezonális arányai még inkább eltolódtak, a július és augusztus (valamit a január) hónapokon kívül a barlang minden hónapban hasonló látogatószámot realizál. A 18 év alatti korosztály is nagyobb hangsúllyal szerepel, ebben az évben már az összes túrázó 10,4 %-át alkotják. Valószínűleg ennek az oka az iskolás csoportok megnövekedett száma. A következő fejezetben ismertetésre kerülő kérdőíves vizsgálatom is kimutatja, hogy döntő többségben a fiatalabb korosztály látogatja a barlangot elsősorban oktatási, környezeti szemlélet formálási célból, illetve a kalandot keresve.

A már említett iskolás csoportok növekvő számát bizonyítja az alábbi ábra is (10. ábra), amely a 2005-ben és 2007-ben lebonyolított földalatti földrajzórák számának az alakulását szemlélteti. A július és augusztus mindkét évben holt szezon, hiszen ezek a földrajzórák az iskolai tantervbe illeszkednek, így nyáron a szünet miatt nincsen igény rájuk. Azonban a többi hónapban a 2007-es évre szinte megduplázódott az órák száma.



10. ábra: A földalatti földrajzórák száma 2005-ben és 2007-ben a Mátyás-hegyi-barlangban

Az adatok forrása: KVV M Barlangtani Osztály

A Mátyás-hegyi-barlang statisztikai adatait tekintve megállapítható, hogy 2005 óta a szezonális tekintetében és a 18 év alattiak számában pozitív változás történt, azonban az összes látogató száma 151 fővel csökkent, miközben a korábbi vezető szerepét is elvesztette a Csodabogyós-barlang látogatottságának dinamikus növekedésével. Összefoglalva kijelenthető, hogy 2009-ben is ez a két barlang lesz a barlangi-kalandturizmus fő bázisa, azonban megfigyelhetők olyan tendenciák, amelyek abba az irányba mutatnak, hogy további helyszínek is – Aggtelek, Órfű térsége – megpróbálnak felzárkózni, valamint a piacon szolgáltatóként egyszerre lesznek jelen a nemzeti parkok, illetve a barlangász egyesületek. Az összlátogatottság Magyarországon dinamikusan emelkedik, a 2007-os évi kiugrás után 2008-ban is 15 %-os növekedést tapasztalunk, az előzetes várakozások alapján ez a jelenség 2009-ben is folytatódik.

A következő fejezetben a Mátyás-hegyi-barlangban overállos túrán résztvevőkkel végzett kérdőíves vizsgálatom eredményeit ismertetem, amelyben majd rámutatok az üzemeltetéssel kapcsolatos hiányosságokra és fejlesztési lehetőségekre az adott barlangban, melyek által a látogatottságot is növelni lehetne a jövőben. Továbbá megpróbálom meghatározni, hogy ki is az a kalandturista, mik a demográfiai jellemzői, motivációi, az információforrásai.

4. A BARLANGLÁTOGATÓKKAL VÉGZETT KÉRDŐÍVES VIZSGÁLATOK

Az eredmények részletes ismertetése előtt fontos a módszertanra kitérni. Összesen kétféle kérdőíves vizsgálatot végeztem két helyszínen. Az egyik a Szemlő-hegyi-barlangba látogatók között zajlott, ahol a cél annak a felmérése volt, hogy egy kiépített barlangban szerzett élmény milyen hatással van a turistákra, a következő barlangi látogatás alkalmával részt vennének-e akár egy overállos túrán is.

A másik, nagyobb volumenű felmérésemet a Mátyás-hegyi-barlang overállos kalandtúráinak résztvevői körében végeztem, a továbbiakban először ezt kívánom ismertetni. A kérdőíves vizsgálat a barlang üzemeltetőinek segítségével 2008. október 1. és november 1. között zajlott (a kérdőíveket lásd: Melléklet VI.). A kérdőíveket minden esetben a kalandtúra után kapták kézhez a résztvevők, hogy a szerzett élményt is vizsgálni lehessen. Ez idő alatt összesen 102 kérdőívet töltöttek ki a külföldi és belföldi résztvevők. A 2008-as statisztikai év lezárása után pontosan tudni lehet, hogy ebben a hónapban 216 fő kereste fel a Mátyás-hegyi-barlangot kalandtúra során, így ez tekintem alapsokaságnak. A megkérdezettek 64,7 %-a belföldi és 35,3 %-a külföldi résztvevő volt. A kérdőívek magyar és angol nyelven készültek, a kérdések struktúrája megegyezett, a válaszadási lehetőségek között azonban eltérés volt a hazai, illetve a külföldi viszonyoknak megfelelően. Emiatt szükséges, hogy a míg a demográfiai adatokat együtt elemzem, addig a részletes vizsgálatot szétválasszam belföldi, illetve külföldi adatszoportokra.

A válaszadók demográfiai jellemzői (%)

3. táblázat

Nem	Férfi		Nő			Összesen	
		46,5%		53,5%			100%
Korosztály	-10	11-19	20-29	30-39	40-49	50+	Összesen
	3%	17,6%	61,8%	12,7%	4,9%	0%	100%
Iskolai végzettség *	Alap		Közép		Felsőfokú		Összesen
	16,7%		45,4%		37,9%		100%

Forrás: a szerző

* Kizárólag a magyar látogatók megoszlása

Összefoglalva megállapítható, hogy az adott időszakban a tipikus kalandtúrázó a 20-as éveiben járó személy volt. A több mint 100 fős mintát vizsgálva a női résztvevők aránya volt a magasabb, ez az arány azonban eltolódik, ha különbséget teszünk belföldi és külföldi látogatók között, ahogy ezt a következő fejezetekben részletesen tárgyalom. A korcsoportok szerinti felosztás jól mutatja a 30 év alatti korosztályok dominanciáját, egyértelműen a „fiatal felnőttek” vannak többségben. A barlangi látogatóforgalom ingadozása és a Mátyás-hegyi-barlang kizárólag a fiatalabbakra összpontosuló értékesítési politikája miatt sajnos a kérdőíves vizsgálat nem mutatta ki azt az aktív idősebb korosztályt, aki a „soft” kalandturizmusba bekapcsolódva akár barlangi kalandtúrákon is részt venne.

Fontos a korosztály kapcsán a végzettséget is megemlíteni a hazai látogatók esetében. A résztvevők 37,9 %-a rendelkezik felsőfokú végzettséggel, és 45,4 % és 16,7 % rendelkezik alap-, illetve középfokú bizonyítvánnyal. A kérdőíveket végigtekintve az is megállapítható, hogy két kivétel mellett a 30 év feletti mindegyike felsőfokú végzettséggel rendelkezik, így le lehet vonni azt a következtetést, hogy az alap- és középfokú végzettséggel rendelkezők jelenléte főként a fiatalabb korosztályok hangsúlyos szerepléséből fakad. Megjegyzendő, hogy a kalandsportok iránt érdeklődők között általában viszonylag magas a felsőfokú végzettségűek aránya, amit a felmérés is híven tükröz.

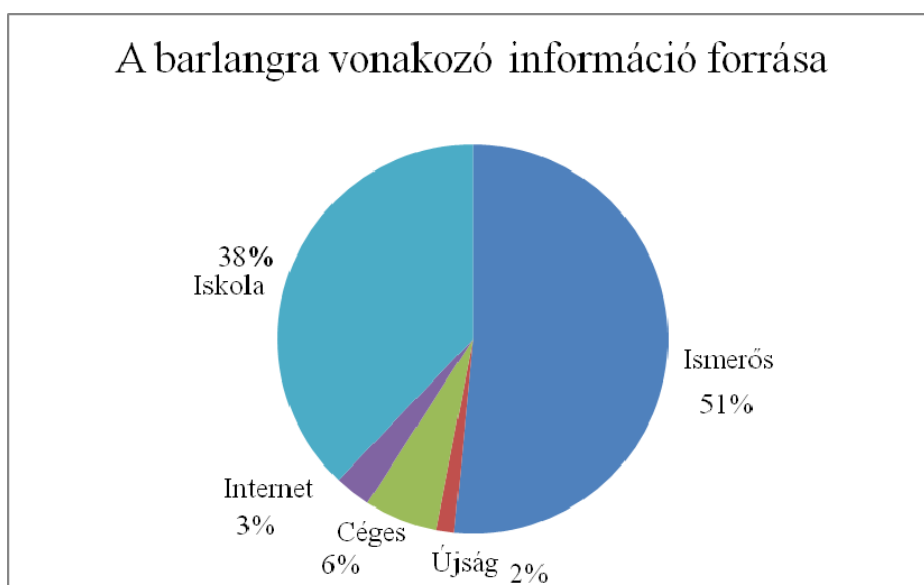
4.1. A Mátyás-hegyi-barlang belföldi látogatói

A belföldi megkérdezettek 62,1 %-a nő volt, ennek megfelelően a férfiak a résztvevők 37,9 %-át adták. Ez a megoszlás jól mutatja azt az eltolódást, amire már az előzőekben is utaltam, a belföldiek esetében a nemek aránya még inkább a nők felé tolódott el, a külföldi látogatók esetében pedig pont fordított lesz ez a jelenség.

A látogatók kor megoszlását a Melléklet VII. fejezete mutatja, a diagramok jól szemléltetik az arányokat. Kimagasló a középső oszlop, a 20 és 29 év közöttiek korosztálya, akik az összes belföldi látogató 53 %-át teszik ki. A 11 és 19 év közötti korosztály, illetve a 30 és 39 év közötti korosztály arányos mértékben, 23, illetve 15 %-kal képviselte magát. A legszélső oszlopok is hasonlóak, a legfiatalabb és a legidősebb réteg az összes látogató 4,5 - 4,5 %-át alkotja. Az 50 év feletti korosztály hiányzik, ez az a korcsoport, amely a kiépített Szemlő-hegyi-barlangba nagy számban ellátogatott a kérdőíves vizsgálat időszakában (lásd később), de a

kalandtúrán már nem venne részt, ennek ellenére fontos újra kiemelni, hogy ezeket a kalandtúrákat az aktív idősebb réteg is teljesíteni tudja megfelelő fizikai kondícióval. Összefoglalva az eredményeket azonban az állapítható meg, hogy hazai viszonylatban az 50 év alatti korcsoportok jelentik a megcélozható, potenciális résztvevőket, viszont ezen belül a különböző korcsoportokat természetesen külön ajánlatokkal, programokkal személyre szabottan kell megszólítani. Bár a legmozgathatóbb réteg a huszonévesek korosztálya, akik még fiatalok, több szabadidővel és szabadon felhasználható jövedelemmel rendelkeznek – hiszen a családalapítás valószínűleg még nem történt meg, mivel ez ma már egyre inkább kitolódik –, de mellettük a többi korosztály is megjelent kisebb számban. A kérdőívekből az is kiderül, hogy a 20 év alattiak gyakran iskolával érkeznek, szervezett, akár szakköri keretek között, a 30 év feletti korosztály pedig legtöbbször cég által szervezett csapatépítő tréningen vett részt.

A továbbiakban azt vizsgáltam, hogy a látogatók honnan szereztek tudomást a kalandtúrák létezéséről, illetve milyen motivációk sarkalták őket arra, hogy részt is vegyenek.

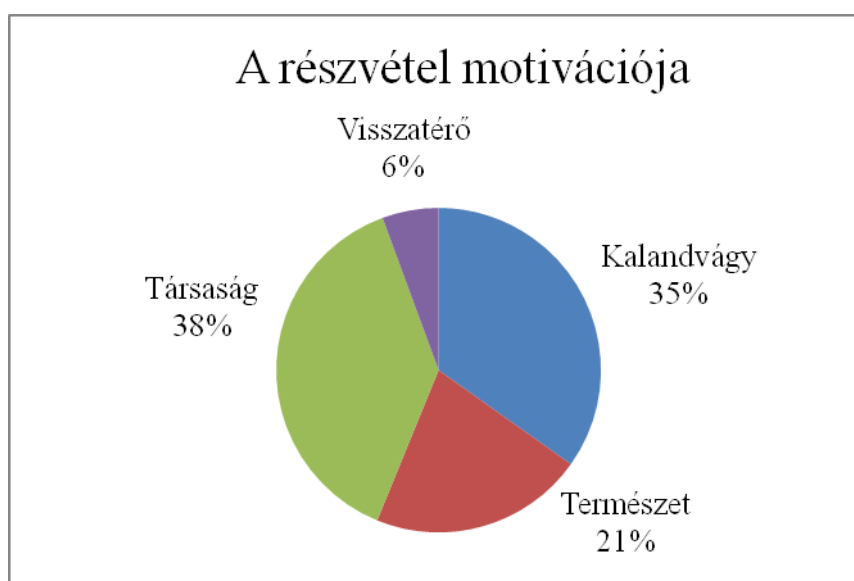


11. ábra: **A Mátyás-hegyi-barlangra vonatkozó információk forrása a belföldiek szemszögéből**
Forrás: a szerző

A 11. ábra alapján első helyen az ismerősök szerepelnek, ezt a válaszadók 51 %-a jelölte meg elsődleges forrásául a barlangra vonatkozó információknak. Ez egyrészt arra utal, hogy a résztvevők számára a személyes ajánlás a legmegbízhatóbb forrás, másrészt azt is mutatja, hogy a belföldiek tájékoztatására szolgáló egyéb

reklámeszközök nem elég hatékonyak. Ez utóbbi állítást támasztja alá, hogy a második leghangsúlyosabb információforrás az iskola: az általános- és középiskolák jelentős részt vesznek ki a tájékoztatásból, legtöbbször a tantervbe illő földrajzoktatás folyik a barlangban, vagy a már gimnazista osztályok a testnevelés óra keretében jutnak el oda. A harmadik leggyakoribb forrás a résztvevők munkahelye, ez alatt a cég által szervezett tréningek értendők – ez utóbbira egyre nagyobb az igény, hiszen a barlangászat mindenekelőtt a csapatkohéziót erősíti, ráadásul a Mátyás-hegyi-barlang Budapesten könnyen elérhető és megközelíthető.

Összességében a válaszadók 95 %-ának vagy személyesen ajánlották a barlang túrákat, vagy szervezett keretek között látogatott ide, csupán 5 % volt az, aki a médiából értesült a kalandtúrák létezéséről. Ez alapján még inkább indokolt az a megállapítás, hogy overállos barlangi túrák nincsenek megfelelően kommunikálva a nyilvánosság felé, annak ellenére, hogy magának a barlangnak a vagyongekezelője, a Duna-Ipoly Nemzeti Park szerepelteti a túrákat az éves programajánlójában, a mini leporellójában, illetve a környéken található kiépített barlangok pénztárainál – Szemlő-hegyi-, illetve Pál- völgyi-barlang – szóróanyag is elhelyezésre került.



12. ábra: A Mátyás-hegyi-barlangban túrázó belföldiek motivációinak a megoszlása

Forrás: a szerző

A látogatók motivációinak megoszlását a fenti ábra mutatja. Fontos megjegyezni, hogy ebben az esetben több lehetőséget is meg lehetett jelölni. Az egyik legfontosabb motiváció maga a kalandvágy, tehát sokak számára a barlangászat egy fajta erőpróbát, igazi kalandtúrát jelentett. A társaság szerepe, a

barlangászat mint csapatsport is hasonló hangsúllyal szerepel, hiszen a legtöbben valakinek a tanácsára vagy szervezett formában látogattak el, így meg kell állapítanunk, hogy a kalandban elengedhetetlen a „bajtárs”, akivel közösen „küzd” az ember. A harmadik jelentős vonzó tényező maga természet, a barlangi környezet. Érdekesség, hogy a kérdőíveket tanulmányozva feltűnik, hogy a természetet motivációként megjelölők között a 30 év feletti korosztályok dominanciája a jellemző. Végül pedig a visszatérő kalandtúrázók a legkisebb százalékot képviselik.

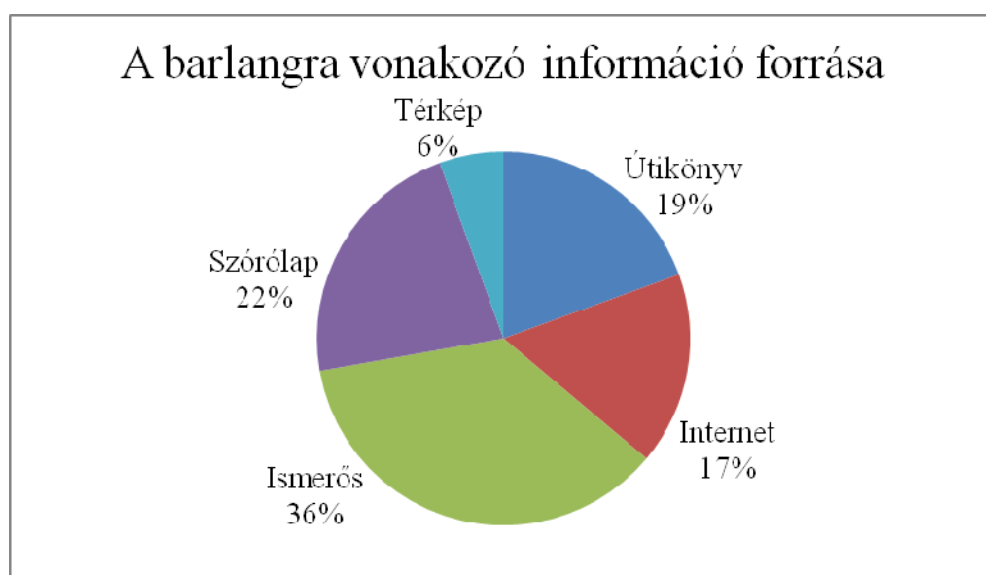
Az utolsó kérdéscsoporttal az előzetes várakozások és a szerzett élmény kapcsolatának, valamint az élmény utólagos következményinek a felmérését céloztam meg. A válaszok egy-két kivételtől eltekintve szinte 100 %-ban megegyeztek. Minden résztvevőnél a szerzett élmény és az előzetes elképzelések tökéletesen megfeleltek egymásnak, és ami még fontosabb, ez az élmény ugyancsak 100 %-ban pozitív volt. Az összes látogató ajánlana a túrát az ismerőseinek, sőt ha teheti, újra részt venne, visszatérne a barlangba. Ez utóbbi annak fényében különösen fontos, hogy a motivációkra vonatkozó kérdés alapján visszatérők igen kis arányban szerepelnek, vagyis a piac még komolyan bővíthető. Ez számtalan lehetőséget kínál a szervezők számára, hiszen ha van rá igény, újabb és újabb típusú túrákat lehet szervezni, akár nehézség, hosszúság vagy éppen útvonal alapján. Emellett más barlangokra is nézve ez kiemelendő, mivel ha a „kalandor” már ráérezte a „kaland” ízére, valószínűleg a nyaralás során is előnyben részesíti a sportosabb programokat. A belföldi utazások számos lehetőséget kínálnak újabb barlangok felfedezésére, Budapesttől eltávolodva délre, keletre, nyugatra is találunk kaland-barlangokat, ahogy ezt már a korábbi fejezetben szemléltette Magyarország barlangokkal kiegészült térképe (lásd 3. ábra).

4.2. A Mátyás-hegyi barlang külföldi látogatói

A külföldi látogatók az összes résztvevő 35,3 %-át alkották. A nemek aránya némileg eltér a belföldiekéhez képest, itt a többséget a férfiak alkották 61 %-kal, míg a megkérdezettek 39 %-a volt nő. A belföldi és külföldi kérdőívek között csupán egy kérdésnyi különbség volt: míg a belföldiek esetén a végzettségre voltam kíváncsi, a külföldi résztvevőknél a küldő ország felderítése volt a cél, továbbá a barlangra

vonatkozó információ forrásaként a válaszadási lehetőségeket a külföldi viszonyokhoz illeszkedve alakítottam ki (lásd: Melléklet VI/a.).

A vizsgált időszakban legtöbben az Amerikai Egyesült Államokból érkeztek, ezt követték Ausztrália és Írország, de többen jöttek Új-Zélandról is, ezen kívül Svédországból, Dániából, Kanadából, Namíbiából és Törökországból, Ciprusról érkezett egy-egy ember. A demográfiai adatokat tekintve a kormegoszlás eltérő a belföldiekhez képest (lásd: Melléklet VII.). Egyértelműen látszik a 20 és 29 év közötti korosztály dominanciája, az összes külföldi látogató 78 %-át teszik ki, a többi korosztály egyike sem haladja meg a 8 %-ot. Ez két tényezőre is utalhat, egyrészt az országokból is látszik, hogy a többség a tengeren túlról jött, és a tipikus „bevallalós” fiatalabb generációhoz tartozik, másrészt nagy részük valószínűleg olyan hátizsákos turista, aki Budapesten *youth hostele*kben lakik. Ezt onnan lehet tudni, hogy a Mátyás-hegyi-barlang túráiról több hostelben szórólapokat helyeztek el a túraszervezők, amint azt a résztvevők is megjelölték a barlangra vonatkozó információ forrásaként. Így számukra maga az utazás is egy kaland, és a barlangi túra tökéletesen illeszkedik az utazás kalandjainak a sorozatába.



13. ábra: A Mátyás-hegyi-barlangra vonatkozó információk a külföldiek szemszögéből
 Forrás: a szerző

A következő vizsgált kérdés a már említett információszerzés forrására vonatkozott. Itt is eltéréseket mutat a külföldi megoszlás a belföldihez képest, és már maguk a választási lehetőségek is módosultak a külföldi turisták jellemzőinek a figyelembe vételével (13. ábra).

A három fontosabb információforrás, a személyes ajánlás után hasonló hangsúlyt kapott. Ezek közül az első helyen a már említett szórólapok szerepeltek, ezek alapján mindenképpen megfontolandó a hostelek körének a bővítése, vagy a szórólapok akár más szálláshelyeken, információs központokban való terjesztése is. Emellett konferenciaszállodák megkeresése és a barlangi kalandtúráknak exkluzív, a hosszú konferenciákat követő, aktív sportos kikapcsolódásként való értékesítése is lehetséges. A második helyen szerepelnek az útikönyvek, melyek minden külföldre utazó ember elsődleges információforrásául szolgálnak. Ami érdekes, hogy a belföldiekhez hasonló domináns szereppel bír a személyes ajánlás, ami az előbbieknél könnyebben volt magyarázható, azonban a külföldiek esetében egyértelműen bizonyos hiányosságokra utalhat. Az okok újra csak a hiányos marketingtevékenységben keresendők, hiszen általában kevés turistának van helyi ismerőse, így ennek a nagy aránya szintén azt mutatja, hogy a barlang nem megfelelően kerül reklámozásra. Bár az üzemeltető vállalkozó elmondása szerint több utazási irodával is kapcsolatban állnak, ennek eredményét a vizsgált egy hónapban nem tapasztaltam, pedig igény lenne rá. Az első fejezetben példának hoztam fel az Eupolisz Utazási irodát, amelyik a Budapest agglomerációjához tartozó Solymárra szervezett barlangi kalandtúrát. A Mátyás-hegyi-barlang Budapest közigazgatási területén található, könnyen megközelíthető, akár nagyobb csoportoknak is, így a külföldi vendégek még óriási potenciált jelentek az üzemeltetők számára. Fontos lenne több idegenforgalmi vállalat, szálláshely, Tourinform megkeresése, akár az utazás kiállításon való szereplés legalább önálló szóróanyag formájában. Más kalandturisztikai barlangokkal való közös megjelenés is erősíthetné a szerepét, ilyen társbarlang lehetne egyrészt a Solymári-ördöglyuk, de további budapesti barlangok – például Ferenc-hegyi-barlang – kalandturisztikai hasznosításba való bekapcsolása is megoldás jelentene. Ezekkel a lépésekkel a vendégkör nagy valószínűséggel bővülne és véget érne a stagnálás a látogatók számában, melyet a statisztikai fejezetben már részletesen kifejtettem.

Végül a külföldi turisták motivációit is megvizsgáltam (14. ábra). Itt már közel sem azonos súllyal szerepelnek a különböző inspiráló tényezők. A kalandvágy egyértelműen uralkodik, annak ellenére, hogy a résztvevők akár több motivációt is megjelölhettek volna. A kalandvágy dominanciájának magyarázata valószínűleg a kormegoszlásban keresendő, ahol a 20 és 29 év közötti korcsoport kimagasló arányát figyelhetjük meg.



14. ábra: **A külföldi látogatók motivációinak a megoszlása**
Forrás: a szerző

A második helyen a szervezett túrák állnak, így megállapíthatjuk, hogy a külföldiek nem csak magukban érkezhettek, hanem szervezett keretek között is. Itt emelendő ki az egyes utazási irodák szerepe, ahol lehetőség van csoportos barlangtúrára is befizetni. Ez utóbbi holtversenyben áll a természet megismerésére irányuló motivációval, ennek magyarázata az, hogy egyszerre több lehetőséget is be lehetett jelölni.

Az utolsó kérdéssorozattal itt is az élmény hatását és a várakozásokkal való kapcsolatát tanulmányoztam. A válaszok abszolút egyezést mutattak a belföldi látogatók véleményével. A külföldieknek is 100 %-ban helyesek voltak az előzetes elképzeléseik, adott esetben ajánlanák ismerőseiknek vagy akár vissza is térnének egy újabb kalandtúrára.

4.3. A Szemlő-hegyi-barlang látogatói

A Mátyás-hegyi-barlangban végzett vizsgálat mellett a Szemlő-hegyi-barlangban is kérdőíves vizsgálatot folytattam a látogatók között. A párhuzamos vizsgálat célja az volt, hogy felmérjem egy rövid kérdőív segítségével, mennyire kelti fel az érdeklődést egy idegenforgalmi barlang megtekintése, a turista részt venne-e legközelebb akár egy kalandtúrán is. A 2008. október 1. és november 1. között eltelt intervallumban összesen 20 kérdőív kitöltésére volt lehetőségem a

túravezetők bevonásával, miközben törekedtem arra, hogy minél több vezetett túrára jusson a kérdőívekből. Nemcsak a magyar résztvevőkre koncentráltam, egy angol nyelvű kérdőívvel a külföldiek véleményét is felmértem. Bár a kevés rendelkezésre álló adat nem ad alapot a részletes statisztikai elemzésre és messzemenő következtetések levonására, ám megkockáztathatunk néhány általános megállapítást.

A válaszadók 50 %-a a Szemlő-hegyi-barlang után akár egy barlangi kalandtúrán is részt venne. A látogatók 30 %-a abszolút elutasítja a kalandtúrán való részvételt, ez utóbbi csoport teljes egészében az 50 év feletti korosztályából került ki. A megkérdezettek 20 %-a pedig már korábban élt a kalandturizmus lehetőségével és járt már kiépítés nélküli barlangban. A belföldi és külföldi résztvevők aránya pontosan 50-50 % volt, a külföldiek 80 %-ban az 50 év feletti korosztályba tartoztak, így többségében elutasították a kalandtúrát. A látogatás okára is rákérdeztem a kérdőívben, az előre megadott lehetőségek közül a válaszadók 70 %-a jelölte meg a természet szeretetét mint motivációt. Itt fontos megemlíteni, hogy lehetőség volt egyszerre több motiváció megjelölésére is. Utóbbi kérdéssorozatból az is kiderült, hogy a látogatók 50 %-a korábban már járt idegenforgalmi barlangban.

Összefoglalva a vizsgálat eredményét megállapítható, hogy a vizsgált időszakban a Szemlő-hegyi-barlang megkérdezett látogatóinak 70 %-a szívesen kipróbálna egy barlangi kalandtúrát vagy már élt is ezzel a lehetőséggel. A látogatók között főleg a fiatalabb korosztályokat érdekli egy kiépítés nélküli barlang. Ennek ellenére a tapasztalatok alapján a túravezetők nem adnak automatikusan felvilágosítást erről a lehetőségről, bár a kalandtúrák szórólapja megtalálható a pénztár mellett és érdeklődés esetén bővebb információval tudnak szolgálni. Azonban a szórólapokat nem mindig tekinti meg a látogató, „nagyobb reklám” esetén valószínűleg több ember érdeklődését is fel tudná kelteni a Mátyás-hegyi-barlang, és akár közvetlenül már a pénztárban is vásárolhatnának jegyeket a kalandtúrákra.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

A turizmus folyamatosan változik. Nemzetközi trendek jelennek meg és tűnnek el, hiszen világunk állandó alakulásával párhuzamosan az emberi élet keretfeltételeit biztosító gazdasági és társadalmi környezetek is módosulnak. Az idegenforgalmat a fogyasztói igények alakítják, a 21. században a külső környezet hatására új prioritások és másfajta életvitel került az előtérbe, melyekhez a turizmus szektornak is alkalmazkodni kell.

A tömegturizmuson túl az emberek elkezdtek keresni a turizmus alternatív formáit. A jövő az egyénre szabott utazásoké, a cél, hogy eltérjünk a megszokott sémáktól, kitörjünk a hétköznapiakból. Emellett a kor embere egészségközpontú, a mozgás a mindennapi élet természetes tartozéka. A passzív szabadidőtöltés elveszti régi értékét, az élményszerző fizikai aktivitás kerül előtérbe. Az élmény legbiztosabb forrása maga a „kaland”. De mi is az a kalandturizmus? A szakma egyik meghatározó szervezete szerint: minden olyan tevékenység kalandturizmusnak számít, amelyik az alábbi három feltétel közül legalább kettőnek megfelel: 1. fizikai tevékenység, 2. természeti környezetben megy végbe, vagy 3. kulturális értékcseré és kölcsönhatás jön létre. Azzal a kitételrel kiegészítve, hogy a kalandturizmus mindenkor a napi rutintól való elszakadást szolgálja azáltal, hogy a biztonságos komfort környezet elhagyásával az ember valami újat fedez fel, miközben próbára teszi, feszegeti a saját korlátait. Ezek alapján a turizmus ezen ága tökéletesen eleget tesz az individualizáció és az élményorientáltság új igényeinek.

Fontos azt is hozzátenni, hogy élményen túl pozitív élettani hatásokról is beszélhetünk. A kaland az önmegvalósítás, önkifejezés egyik kiváló, hatékony eszköze, amelynek pozitív hatásai a megszokott otthoni életbe való visszatérés után is érezhetők. Olyan egyedülálló tapasztalatot és emléket biztosít a résztvevőknek, amelyet később is újra át akarnak élni, ami a kalandturizmus jövője szempontjából is szükséges feltétel. Ezenkívül a környezeti nevelés és szemléletformálás egyik lehetséges eszköze is, mely során a kaland és az oktatás ötvözése az aktív tanuláshoz olyan egyedülálló formáját jelenti, mely az ismeretek interaktív átadását teszi lehetővé. Emellett a nemzetközi szakirodalom egybehangzó véleménye alapján is megállapítható, hogy a kalandipar a turizmus piacán belül gyorsan növekvő szektor. A

növekedés okai a kiterjedt vendégkörben rejlenek, hiszen a kalandturizmus kortól független, mindenki megtalálhatja a maga szintjén a saját kalandját. A magyarországi kalandipar is folyamatosan bővül, egyre több utazási iroda foglalkozik hazai és külföldi kalandtúrák szervezésével, illetve a tematikus kalandparkok száma is növekszik országszerte. A tematikus hazai programkínálat is lassan átrendeződik, a változás tendenciája egyértelműen tetten érhető, ezt misem bizonyítja jobban, mint a barlangok megjelenése az utazási irodák ajánlatai között.

A kalandturizmus idegenforgalmi szempontból történő elemzése mellett hangsúlyoztam, hogy a turizmus e speciális típusa esetén is törekedni kell a fenntarthatóságra, hogy a „kaland” a természet felelősségteljes felkeresése és ne öncélú rombolása legyen. A környezetvédelemnek nemzetközi szinten is kitüntetett szerepe van, a természetre háruló növekvő terhelés megkívánná a hazai és az európai szintű törvényi szabályozást és védelmet. Az etikai kódex egységes megjelenése a nemzeti parkok területén csupán az első lépés.

Dolgozatom második felében a magyarországi barlangturizmus jelenlegi helyzetét ismertettem a kalandturizmusra fókuszálva. Meghatároztam a barlangturizmus fajtáit és bemutattam, hogy hogyan mosódott el a sportbarlangászat és a turizmus közti határvonal. Az utóbbi években újabb és újabb barlangok kapták meg a kalandturisztikai hasznosítás engedélyét, így összesen 18 barlangot soroltam ebbe a kategóriába, melyek közül 11 barlangban folyik aktív hasznosítási tevékenység. A hazai viszonyokat összehasonlítottam a külföldi helyzettel, megállapítottam, hogy a Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztérium Barlangtani Intézetének engedélyezési és ellenőrzési rendszere, a nemzeti parkok közigazgatási szerepe szinte egyedi eset a világban. A kalandturisztikai hasznosítás szinte kivétel nélkül mindenütt az üzleti szféra hatáskörébe esik, és általánosságban az egyedi esetek nem korlátozódnak kizárólag barlangi túrák szervezésére, mivel a barlangok mindig egy nagyobb léptékű turisztikai szolgáltatás keretében integrálva, a turisták komplex programcsomagot vehetnek igénybe.

A magyarországi kutatómunkám középpontjába a vendégforgalom szempontjából két legjelentősebb barlangot: a Csodabogyós-barlangot és a Mátyás-hegyi-barlangot állítottam. Ezek esetében az általános jellemzőkön túl részletes statisztikai adatokat is vizsgáltam, mely során három fontos megállapítást tettem. A dolgozatom fő tézise, hogy a barlangi kalandturizmus résztvevőinek száma nő. A kalandturisták száma a 2004-es bázis évhez képest több mint háromszorosára

emelkedett 2008-ban, így csaknem 7000 ember vett részt különböző kalandtúrákon barlangokban. Továbbá a növekedés kapcsán megjegyeztem, hogy egyfajta átrendeződés történt az utóbbi két évben a meghatározó barlangok között, így a balatonedericsi Csodabogyós-barlang egyértelműen átvette a vezető szerepet. A következő téziseim voltak, hogy a magyarországi barlangi kalandturizmus esetén is megfigyelhető a hagyományosan népszerű desztinációk, mint a Balaton és a főváros dominanciája, illetve, hogy ezeket a célterületeket eltérő szezonális jellemzi. Míg a balatoni Csodabogyós-barlangnál a nyári hónapok tartoztak a főszezonba, addig a budapesti Mátyás-hegyi-barlangnál egyértelműen a tavaszi és az őszi hónapokra esett a legmagasabb látogatószám. Összefoglalva megállapítottam, hogy bár a turisztikai termék alapját képező barlangok között természetesen nincsen jelentős eltérés minőség, szépség, az általuk szerezhető élmény tekintetében, mégis a vizsgált négy év azt mutatja, hogy a hasznosítás sikeressége minden esetben az egyedi adott helyszínek speciális, kötött jellemzőin túl maguknak az üzemeltetőknek a megfelelő turisztikai és marketing tevékenységén is múlt. Így ez magyarázhatja a Mátyás-hegyi-barlang évek óta stagnáló látogatószámát, különösen akkor, ha a dolgozatomban lezárásaként ismertetett kérdőíves vizsgálat eredményeit is figyelembe vesszük, melyek az esetleges fejlesztési területeket is feltárták.

A kérdőíves vizsgálat a Mátyás-hegyi-barlang overállos kalandtúráinak részvevői körében zajlott 2008 október hónapjában. A 216 fős alapsokaságból 102 fős mintát vizsgáltam az adott időszakban. A vizsgálat során arra voltam kíváncsi, hogy ki is az a kalandturista, melyek a demográfiai jellemzői, mi motiválja, illetve mi az információjának forrása. A megkérdezettek között megközelítőleg kétharmad-egyharmad arányban szerepeltek a belföldi és a külföldi látogatók. A demográfiai adatok tekintetében megállapítható, hogy míg a külföldi látogatók jelentős része a huszoneves korosztályhoz tartozott, a belföldiek koreloszlása szélesebb skálán mozgott. Az iskolai szervezéseknek köszönhetően a gyerekek és a fiatalkorúak is nagyobb arányban jelentek meg a hazai túrázók között, továbbá a harminc év feletti korosztály is képviseltette magát, elsősorban a csapatépítő tréningek alkalmával.

A barlangra vonatkozó információ forrásaként kiemelendő a személyes ajánlások jelentősége mind a külföldiek, mind a belföldiek körében, ennek oka a nem megfelelő kommunikációban keresendő. Hiszen ha az üzemeltetők marketingtevékenysége hatékony lenne, az információforrások között további eszközök is domináns szereppel bírtak volna. Bár a külföldiek között a *youth*

*hostelek*be eljuttatott szórólapok, illetve az útikönyvek is szerepelnek igénybe vett információs eszközként, százalékban kifejezve értékük nem elégséges. A Mátyás-hegyi-barlangnak környezettudatos és marketing szemléletű értékesítési politikára volna szüksége. A külföldi pozitív példák esetén, ahol már megtalálható a komplex gazdag programcsomagok kínálat, egyetlen egy barlangi bázis sem rendelkezik azzal az egyedülálló vonással, hogy az adott ország fővárosában helyezkedik el.

Továbbá minden résztvevőnél a szerzett élmény és az előzetes elképzelések tökéletesen megfeleltek egymásnak, és ami még fontosabb, ez az élmény ugyancsak 100 %-ban pozitív volt. Az összes látogató ajánlaná a túrát az ismerőseinek, sőt ha teheti, újra részt venne, visszatérne a barlangba. Ez utóbbi annak fényében különösen fontos, hogy a motivációkra vonatkozó kérdés alapján visszatérők igen kis arányban szerepelnek, vagyis a piac még komolyan bővíthető. Ezért is kell kiemelten kezelni a hazánkba látogató külföldi vendégeket, mivel a fiatalokon kívül akár a más korosztályok is megszólíthatók lennének, az üzleti céllal érkező vagy konferencián résztvevő turistáktól kezdve egészen az aktív, sportos idősebb rétegig.

Összefoglalva megállapítható, ahogy a Mátyás-hegyi-barlang példája is mutatja, hogy a hazai potenciál koránt sincsen kihasználva, a vendégkör egyértelműen bővíthető. Erre többféle megoldás is elképzelhető. Az egyik a különböző kaland-barlangok összefogása lehetne, hiszen a kérdőív is mutatja, hogy aki egyszer kipróbálja és tetszik neki, az újra szeretne hasonló élményt átélni. Ez a lehetőség elsősorban a belföldiek esetében jól alkalmazható. A külföldi turistáknál a földrajzilag egymáshoz közel eső barlangok közös promóciója bizonyulna hasznosnak. Ilyen már a Balaton mellett megvalósult Csodabogyós-barlang és Szentgáli-kölik kettőse, de a jelentős külföldi látogatóval rendelkező Budapest esetében is alkalmazni lehetne, akár további barlangok kalandturisztikai hasznosításba való bekapcsolásával, természetesen a természetvédelmi szempontok betartása mellett. Az egyedi esetekben pedig megfelelő marketingre, ezen belül is hatékony reklámtevékenységre van szükség, hiszen hiába nyújt egyedi élményt egy szolgáltatás, ha nem tudunk róla. Így ezek alapján javasolható, hogy az üzemeltetés folyamataiba ne csak a sport és tudomány emberei, vagyis olyan barlangászok és nemzeti parkos munkatársak kapcsolódjanak be, akik egyébként kitűnően értenek a barlangokhoz, a természetvédelemhez és a tevékenység fenntartható, környezetkímélő végzéséhez, hanem idegenforgalmi és marketing szakemberek is, akiknek bevonása az eladás, értékesítés folyamatát jelentősen elősegítené.

MELLÉKLET

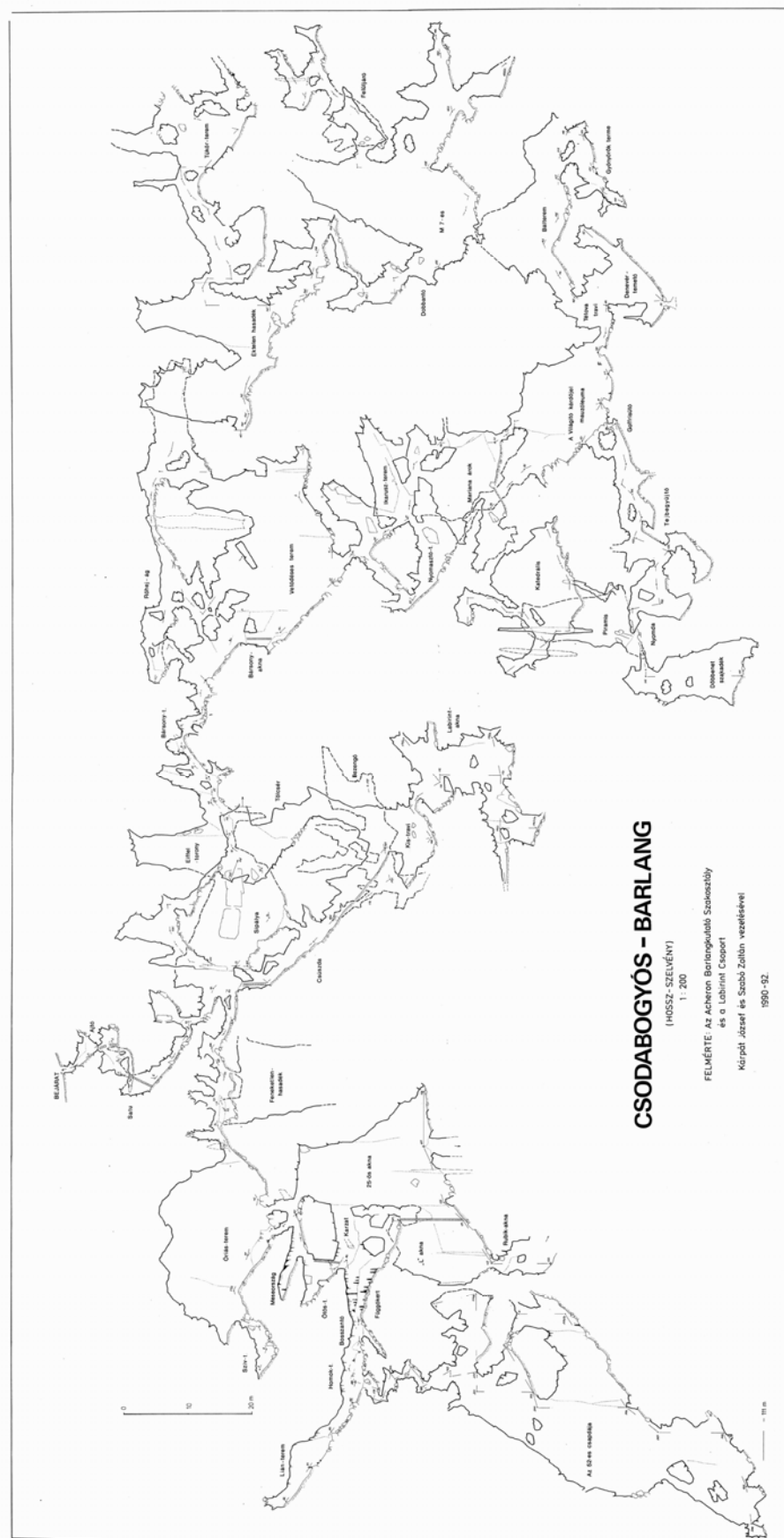
I. A felelős ökoturista etikai kódexe

A következőkben azt fogalmazzuk meg, hogyan érezheted Magad jól a parkunkban Kedves Látogatónk úgy, hogy a természet a legszebb és legbarátságosabb formáját tudja mutatni Neked most és majd gyerekeidnek, unokáidnak egyaránt!

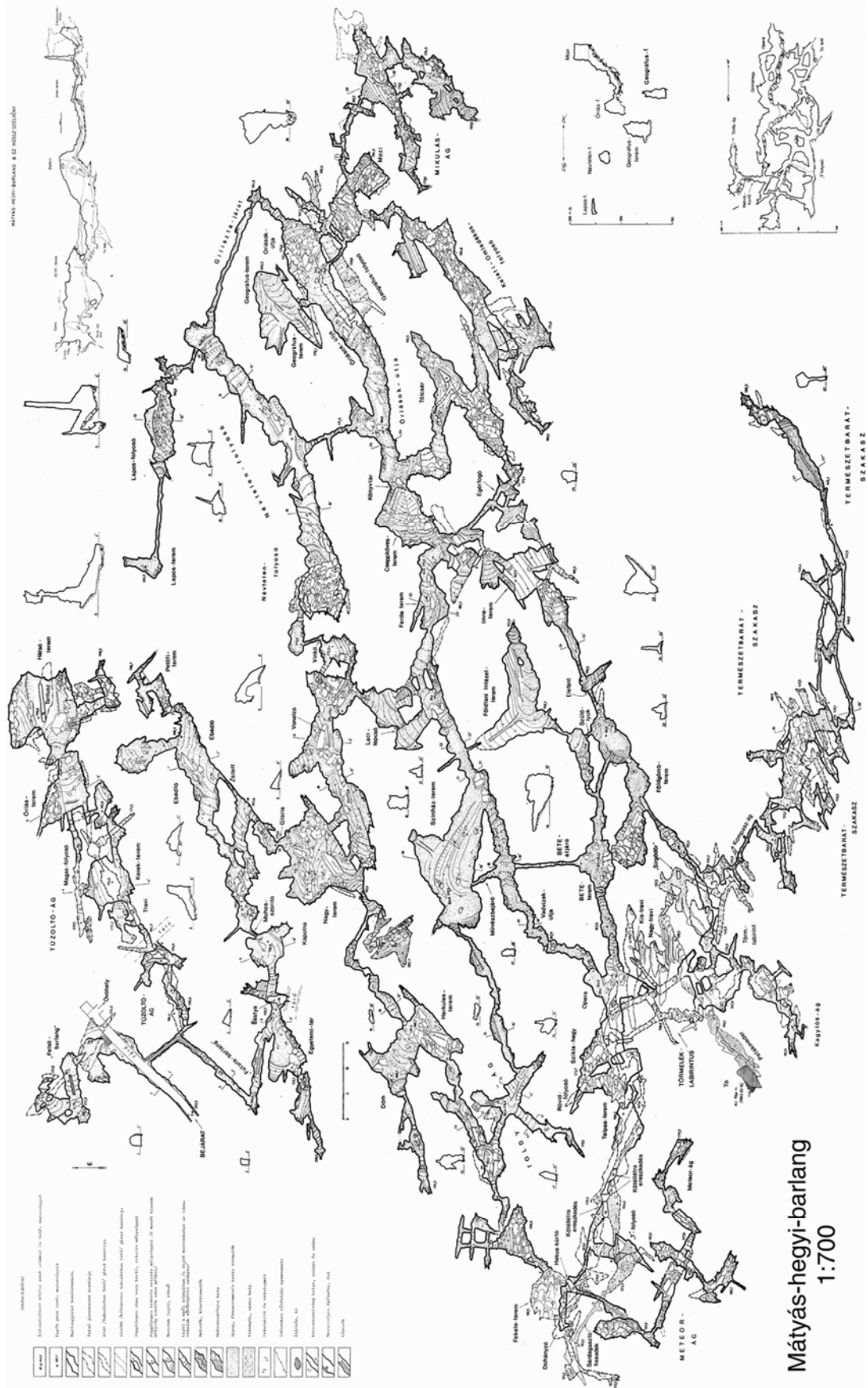
1. Készülj fel előre a barangolásra mind öltözetedet (praktikus és réteges), mind az egész napra szükséges enni-, innivalóra és egyéb eszközökre vonatkozóan!
2. A kirándulás során fontos a jó társaság is, de ügyelj arra, hogy ne utazz túl nagy csoportokban (max. 10-12 fő), mert az élővilágnak ez túl nagy megterhelést jelent!
3. Ha mégsem hoztál elég elemőzsiát, a helyi lakosságtól vásárolj, így biztosan finom és helyi ízekkel ismerkedhetsz meg, és így a település lakóinak megélhetését is támogatod!
4. Ha nem tudtad tömegközlekedési eszközzel megközelíteni a területet, autódat, motorodat és egyéb káros anyagokat pöfögő járművedet hagyd a kijelölt parkolóhelyen vagy erdőszélen, és onnan indulj felfedezőútra gyalogosan, hogy ne zavarj, és jobban megfigyelhesd az erdő és mező sokszínű és változatos élővilágát!
5. A természetjárás során keletkező szemetet ne dobd el, tedd vissza a batyudba vagy hátizsákodba, meglátod így is sokkal könnyebb lesz, mint a nap elején!
6. Vigyázz a források, patakok vizére, mosogatóra váró edényeid levét inkább a szennyvízcsatorna ihassa meg!
7. Ne csak nézz, lásd is meg természetet, de ne akard megváltoztatni, hagyj úgy mindent, ahogy azt megtaláltad, alkalmazkodj hozzá, hogy minél többet megtudhass róla, megismerhessél belőle!
8. Gondolj arra, hogy az általad meglátogatni kívánt terület védett vagy fokozottan védett lehet, ezeket csak engedéllyel látogathatod!
9. A kijelölt útvonalakon közlekedj, amennyiben ez lehetséges, így kevesebb kár okozol Lábnyomaiddal a természetben!
10. Ha megéheztél vagy fázol, tarts ki addig, amíg egy kijelölt tűzrakóhelyhez érkezel, és feltétlenül ellenőrizd, hogy elaludt-e a tűz, mielőtt továbbvándorolsz!
11. Ha több napot töltesz el a felkeresett területen, próbálj olyan szálláshelyeket keresni, amelyeket helyiek működtetnek, és törekedj arra, hogy ezek környezetbarát szolgáltatók legyenek. Ha éppen nem találsz ilyet, akkor se szállodát keress, meglátod, jobban fogod érezni magad egy családiás falusi szálláshelyen vagy egy kempingben, ahol az élő természet vesz körül!
12. Ha szeretnéd, hogy mások is olyan szép állapotában láthassák a felkeresett területet, mint Te, lehetőségeid szerint támogasd a helyiek értékmegőrző munkáját, keresd az adománygyűjtő dobozokat!
13. A helyi lakosság mindennapi életét ne zavarj feltűnő vagy nem odaillő viselkedéssel, próbálj inkább velük együtt élni, beleolvadni a hétköznapjaikba, amíg a lakóhelyükön tartózkodsz!
14. Emlékként lehetőség szerint a helyi lakosság által készített ajándéktárgyakat vásárolj, és semmiképpen ne vigyél haza sem vásárolt, sem általad begyűjtött védett növényt vagy állatokból készített ajándékokat!
15. Mindenképpen vidd magaddal fényképezőgépedet, így a gyűjtés helyett eredeti környezetükben tudod megörökíteni a látnivalókat úgy, hogy a természet is boldog és érintetlen marad!

Ha elolvastad a fenti kéréseinket, ajánlásainkat, kérjük, ne feledd azokat, hogy a természet is jól érezhesse magát, amikor Te, Kedves Turista felkeresed, hogy gyönyörködhess, és jól érezd magad benne!

II/ a. A Csodabogyós-barlang hossz-szelvényi térképe



II/ b. A Mátyás-hegyi-barlang térképe



III. Az Európai Parlament elé felterjesztett nyilatkozat a barlangvédelemről

0066/2008

Írásbeli nyilatkozat a barlangok, mint kulturális, természeti és természetvédelmi örökségek védelme

Az Európai Parlament,

- tekintettel a világ kulturális és természeti örökségének védelméről szóló UNESCO-egyezményre,
 - tekintettel eljárási szabályzata 116. cikkére,
 - mivel a barlangok és azok tartalmának védelméről egyetlen európai jogszabály vagy irányelv sem rendelkezik,
 - mivel a barlangok az európai örökségben belül egyedülálló geotópok, amelyeket csak maguk és környezetük védelmével lehet megőrizni,
 - mivel az archeológiai és szpeleológiai örökség részei a további társadalmi és gazdasági fejlődés alapját képezik, ezzel erősítve az európai integrációt,
1. felhívja a Bizottságot a kultúra védelmének az EK-Szerződés 151. cikke szerinti hatékony végrehajtására, figyelembe véve a természeti helyeket képező karsztokat és barlangokat, illetve a kulturális településeket annak biztosítása érdekében, hogy valamennyi uniós politika tartalmazza az ezeket elősegítő intézkedéseket;
 2. úgy véli, hogy ezen ágazatok fejlesztésének tartalmaznia kell:
 - a) a barlangok és környezetük, környezetvédelmi és archeológiai jelentőségük módszeres felmérését;
 - b) a védelmüket biztosító jogalkotási keret létrehozását, illetve olyan intézkedéseket, amelyek biztosítják, hogy az új épületek és ipari tevékenységek összeegyeztethetők a közelükben található környezetvédelmi és archeológiai örökséggel;
 - c) a barlangok megőrzésére irányuló ösztönzőket, amelyek biztosítják, hogy olyan szakértők fogják a vizsgálatokat végezni, mint a szpeleológusok, geo(morfo)lógusok, archeológusok, biológusok, éghajlatváltozási szakértők stb.;
 - d) pénzügyi támogatást a projektek, a megőrzés és a helyreállítás számára;
 3. felhívja a tagállamokat, hogy a Bizottsággal együttműködve segítsék elő a barlangok és azok archeológiai öröksége védelmét és megőrzését;
 4. utasítja elnökét, hogy továbbítsa ezt a nyilatkozatot az aláírók nevével együtt a tagállamok kormányainak, illetve a regionális és helyi hatóságoknak.

IV. A Magyar Turizmus Zrt. 2008-ban készült kérdőíve a nemzeti parkok látogatóinak számára

Kedves Látogatónk!

Köszönjük, hogy felkereste nemzeti parkunkat és igénybe vette szolgáltatásait. Kínálatunkat az Ön igényeihez szeretnénk igazítani, ezért kérjük véleményét a parkban szerzett tapasztalatairól. Válaszadása önkéntes és név nélküli, ugyanakkor sokat segít munkánkban. **Válaszát köszönjük!**

Járt már korábban ebben a nemzeti parkban?

- Igen Nem

Ha igen, melyik bemutatóhelyünket, tanösvényünket kereste fel?

.....

Kivel érkezett?

- Egyedül Barátokkal Családdal Szervezett csoporttal

Mennyi időt szándékozik a nemzeti parkban eltölteni?

- Néhány órát Fél napot
 Egy napot Egynél több napot

Utazásának fő célja a nemzeti park felkeresése volt, vagy eredetileg más céllal (például városnézés, fürdés, rokonlátogatás stb.) kelt útra?

- Nemzeti park felkeresése Más utazási cél

Mivel tölti a nemzeti parkban az idejét? (Több válasz is adható!)

- Passzív pihenés Sétálás, túrázás Biciklizés
 Lovaglás Evezés Hagyományos ételek kipróbálása, borkóstolás
 Tanösvények és egyéb bemutatóhelyek felkeresése Szervezett, szakvezetési programokon való részvétel Egyéb, éspedig:

Ön milyen szolgáltatásokat vett igénybe nemzeti parkunk felkeresésekor? (Több válasz is adható!)

- Egyszerű, olcsó szálláshely Középkategóriájú szálláshely Kifejezetten igényes szálláshely
 Étkezés Utaztatás Szervezett, szakvezetési program
 Kerékpárkölcsonzés Kenubérlés Egyéb, éspedig:

Honnan tájékozódott a nemzeti park felkeresése előtt? (Több válasz is adható!)

- Internetes honlapok Televízióműsor
 Internetes fórumok Térképek
 Korábban ott járt személyek, ismerősök Tourinform iroda
 Ott lakók Utazási iroda
 Nemzeti parki prospektusok Utazási kiállítás
 Egyéb prospektusok Útikönyvek
 Rádióműsor Egyéb, éspedig:

Véleménye szerint mi a fő vonzereje nemzeti parkunknak? (Kérjük, fontossági sorrendben sorolja fel!)

.....

Össességében elégedett-e nemzeti parkunk kínálatával és szolgáltatásaival?

Teljes mértékben Többnyire igen Többnyire nem Egyáltalán nem

Ha nem elégedett, mit hiányolt?

.....

Mi az, ami leginkább elnyerte tetszést?

.....

Tervezi-e, hogy más alkalommal is felkeres nemzeti parkot? (Több válasz is adható!)

Igen, ide máskor is visszajövök Más hazai nemzeti parkot Külföldi nemzeti parkot Nem tervezem

Ajánlaná-e barátainak és ismerőseink nemzeti parkunkat? (Egy válasz adható!)

Biztosan igen Valószínűleg igen Valószínűleg nem Biztosan nem

Legközelebbi látogatásakor milyen jellegű szervezett programot venne igénybe nemzeti parkunk felkeresésekor? (Több válasz is adható!)

Szervezett, szakvezetéses túra Lovaskocsizás Természetismereti program gyermekek részére
 Vadon élő növények megismerése Vadon élő állatok, madarak megfigyelése Kőzet- és ásványismereti túra
 Barlangi overallos kalandtúra Régi magyar háziállatok megismerése Egyéb, éspedig:

Hallott-e a „Magyar Nemzeti Parkok Hete” című rendezvénysorozatról?

Igen Nem

A feldolgozást segítik az alábbi információk:

Az Ön neme: Nő Férfi **Kora:** év **Lakóhelye:**.....

..

A kérdőív kitöltésének helyszíne:

Amennyiben további információt szeretne kapni a nemzeti parkokról, kérjük adja meg adatait!

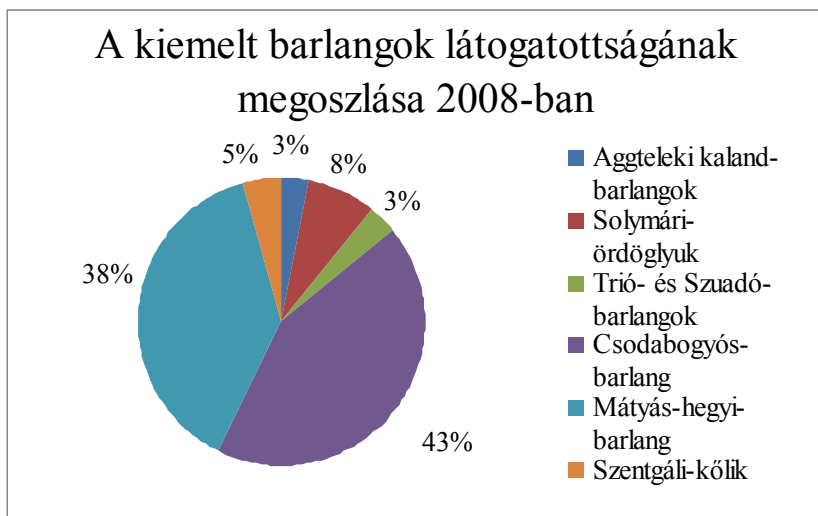
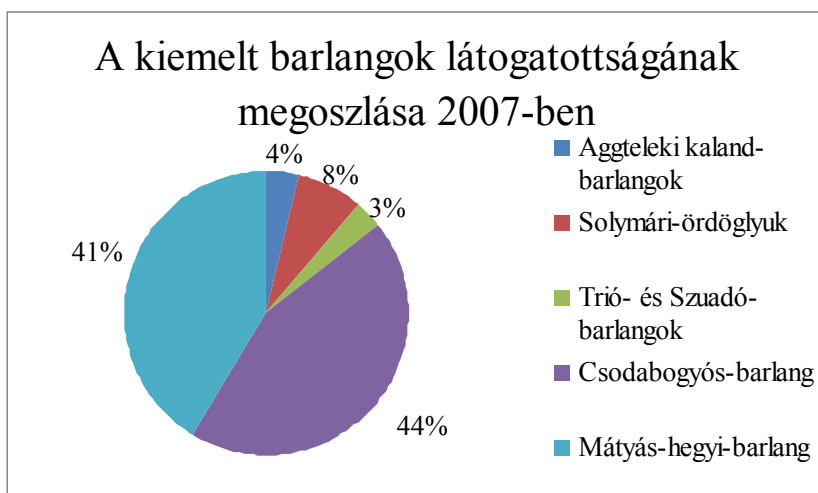
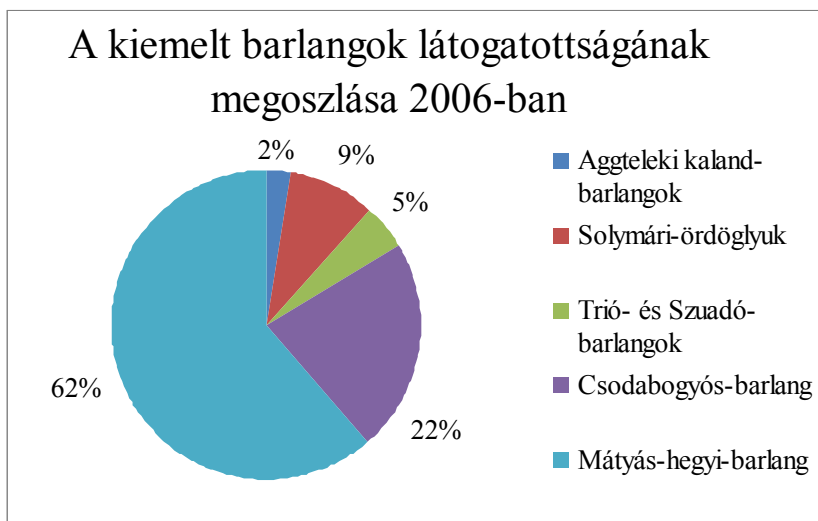
Név:.....

Postacím:

E-mail:

A fenti adatok kitöltésével hozzájárul ahhoz, hogy a Magyar Turizmus Zrt. felhasználja személyes adatait saját marketingakciói és kutatásai során. Az MT Zrt. kötelezi magát, hogy az adatokat harmadik személynek nem adja tovább. Adatkezelési nyilvántartási azonosító: 359-0008.

V. A kiemelt kaland-barlangok látogatottságának a megoszlása 2006 és 2008 között kördiagram formájában



VI/ a. A Mátyás-hegyi-barlang kérdőívei

Kedves Barlanglátogató!

Végzős hallgató vagyok a Budapesti Gazdasági Főiskolán, a szakdolgozatomhoz kutatómunkát végzek a barlangturizmussal kapcsolatban.

Kérem, szánjon néhány percet az alábbi kérdőív kitöltésére! Karikázza be a megfelelő válaszokat.

Köszönöm a segítségét!

Szécsi Nóra

1. Neme

- Nő
- Férfi

2. Életkora

- 10
- 11-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-

3. Legmagasabb iskolai végzettsége

- Alapfokú
- Szakmunkásképző
- Középfokú
- Felsőfokú

Dear Visitor!

I am an undergraduate student at the Budapest Business School. I am conducting a research on cave tourism in Hungary.

I would greatly appreciate if you spent a minute on filling out the form below. If you are willing to help me, please indicate your answers.

Thank you very much for your assistance!

Nóra Szécsi

1. Gender

- Female
- Male

2. Age

- 10
- 11-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-

3. Country of origin:

.....

4. Honnan értesült a barlangtúráról?

- Ismerőstől
- Újságcikkből
- Céges szervezés
- Az Internetről
- Egyéb úton:

5. Mi motiválta, hogy eljöjjön a túrára?

- Kalandvágy / Fizikai állóképesség felmérése
- Természet szeretete / Természettudományos érdeklődés
- Társasági / Szervezett program
- Már voltam hasonló barlangi túrán
- Egyéb:

6. Várakozásainak megfelelt-e az élmény?

- Igen
- Nem

7. Ajánlaná ismerőseinek?

- Igen
- Nem

8. Részt venne újra barlangi overállos túrán?

- Igen
- Nem

4. How did you first learn about this cave?

- Guide book
- Internet
- Personal recommendation
- Other:

5. Why did you chose to try this cave tour?

- For the sake of adventure
- I admire many different aspects of nature
- Organised group excursion
- I have already visited some caves
- Other:

6. Did this experience live up to your expectations?

- Yes
- No

7. Would you recommend this cave to your friends?

- Yes
- No

8. Would you like to participate in similar tours in the future?

- Yes
- No thanks

VI/ b. A Szemlő-hegyi-barlang kérdőívei

Kedves Barlanglátogató!

Végzős hallgató vagyok a Budapesti Gazdasági Főiskolán, a szakdolgozatomhoz kutatómunkát végzek a barlangturizmussal kapcsolatban.

Kérem, szánjon néhány percet az alábbi kérdőív kitöltésére! Karikázza be a megfelelő válaszokat.

Köszönöm a segítségét!

Szécsi Nóra

1. Neme

- Nő
- Férfi

2. Életkora

- -10
- 20-29
- 40-49
- 11-19
- 30-39
- 50-

3. Legmagasabb iskolai végzettsége

- alapfokú
- szakmunkásképző
- középfokú
- felsőfokú

Dear Visitor!

I am an undergraduate student at the Budapest Business School. I am conducting a research on cave tourism in Hungary.

I would greatly appreciate if you spent a minute on filling out the form below. If you are willing to help me, please indicate your answers.

Thank you very much for your assistance!

Nóra Szécsi

1. Gender

- Female
- Male

2. Age

- -10
- 20-29
- 40-49
- 11-19
- 30-39
- 50-

3. Country of origin:

.....

4. Honnan ismeri a Szemlő-hegyi-barlangot?

- Ismerőstől
- Újságcikkből / az Internetről / TV-ből
- Az iskolából
- Egyéb úton:

5. Mi motiválta, hogy eljöjjön a barlangba?

- Kíváncsiság, újfajta élmény igénye
- Természet szeretete / Természettudományos érdeklődés
- Szervezett csoportos program
- Már voltam barlangban
- Egyéb:

6. Várakozásainak megfelelt-e az élmény?

- Igen
- Nem

7. Ajánlaná ismerőseinek?

- Igen
- Nem

8. Kedvet kapott-e ahhoz, hogy kipróbáljon egy overállos túrát is egy nem kiépített barlangban?

- Igen
- Nem
- Már voltam ilyenkorábban

4. How did you first learn about this cave?

- Guide book
- Internet
- Personal recommendation
- Other:

5. Why did you chose to visit the cave?

- I have never visited a cave before and I was curious
- I admire many different aspects of nature
- Organised group excursion
- I have already visited some caves
- Other:

6. Did this experience live up to your expectations?

- Yes
- No

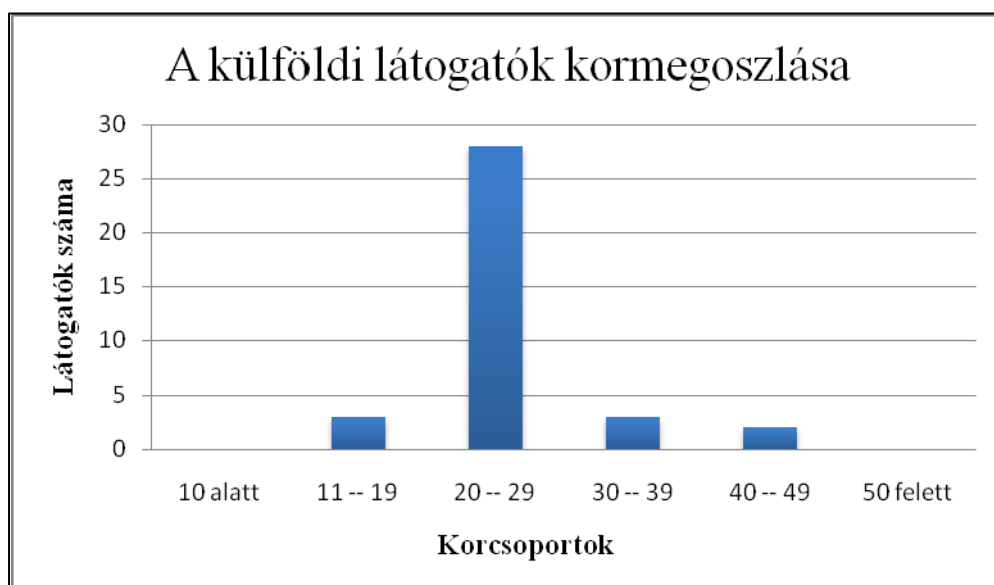
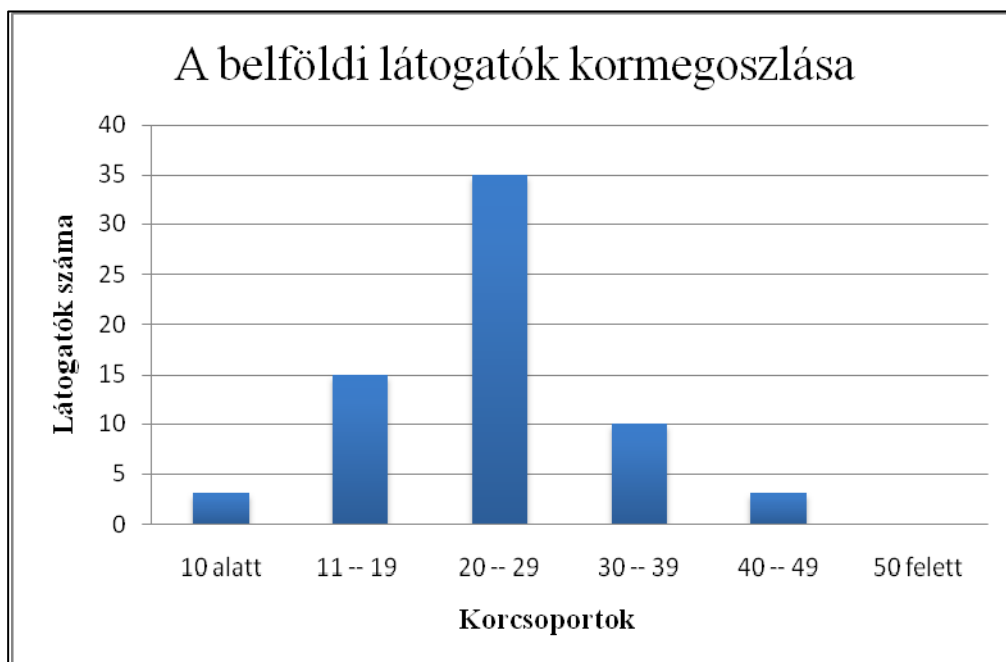
7. Would you recommend this cave to your friends?

- Yes
- No

8. Would you like to try an adventure cave tour as well?

- Yes
- No thanks
- I have already tried it

VII. A Mátyás-hegyi-barlang látogatóinak kormegoszlása külön belföldi, illetve külföldi felosztásban



IRODALOMJEGYZÉK

Aubert Antal – Berki Mónika [2007]: A nemzetközi és hazai turizmus területi folyamatai, piaci tendenciái a globalizáció korában. *Földrajzi Közlemények*. 119-131. o.

Bokor József [2000]: *Kalandturizmus*. Booklands Kiadó, Békéscsaba.

Buckley, R. [2003]: Adventure tourism and the clothing, fashion and entertainment industries. *Journal of Ecotourism*: 126-134.

Cseri Péter [2008]: Túrák túsarkúban, nyakkendőben, overállban *Népszabadság* 2008.06.09.

Dunford, J. [2008]: Adventure Tourism – Europe. *Travel & Tourism Analyst* 8.

Jandala Csilla [1997]: Az európai utazási szokások alakulása. *Turizmus Panoráma Bulletin* 1997/2.

McKelvie, R. [2005]: Adventure Travel: Central and Eastern Europe. *Travel & Tourism Analyst* 2.

Michalkó Gábor [2002]: Az aktív turizmus elméleti megközelítése. In: *Lifelong Learning Füzetek – Aktív Turizmus*. Debrecen. 5-15. o.

Michalkó Gábor [2003]: A fenntartható fejlődés ökoturisztikai aspektusai Magyarországon. *Turizmus Panoráma Bulletin* 2003./4.

Németh Tamás [1995]: Barlangi veszélyforrások, Barlangi balesetek, Barlangi mentés. In: *A barlangjárás alapjai*. Budapest.

- Nunes, É. *et al.* [2008]: „Social inclusion of individuals with especial needs and tourism in natural areas: evaluation of six cavities state of São Paulo.” *Turismo e Paisagens Carsticas* 2008/1: 77-88.
- Ötvös Zoltán [2005]: Négyezer magyar barlang csodái. *Népszabadság* 2005.10.03.
- Puczkó László – Rátz Tamara [2002]: *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei.* Geomédia Kiadó, Budapest
- Ross, Sh. – Wall, G. [2001]: Ökoturizmus: Erőfeszítések az elmélet és a gyakorlat összeegyeztetése érdekében In: BGF Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar, Szemelvények a Nemzetközi Idegenforgalmi Szaksajtóból.
- Rupe, Ch.[2000]: Trend im Abenteuersport – Touristische Vermarktung von Abenteuerlust und Risikofreunde. Lit Verlag, Hamburg.
- Sung, H. [2004]: Classification of Adventure Travelers: Behavior, Decision Making and Target Markets. *Journal of Travel Research*: 343-355.
- Szablyár Péter [2004]: Föld alatti Magyarország. Panoráma Kiadó, Budapest.
- Szalai Katalin – Szilágyi Zsuzsanna [2007]: A táj a turizmus fókuszában. *Földrajzi Közlemények*: 147-155.
- Székely Kinga – Bajna Bálint [1995]: Barlangvédelem. In: *A barlangjárás alapjai.* Budapest.
- Székely Kinga (szerk.) [2003]: *Magyarország fokozottan védett barlangjai.* Mezőgazdasági Kiadó, Budapest.
- Tomor Tamás [2002]: Ökotúrák szervezési kérdései. In: *Lifelong Learning Füzetek – Aktív Turizmus.* Debrecen. 117-124. o.

Internet

1. 1996. évi LIII. törvény a természet védelméről.
In.: <http://www.fsz.bme.hu/mtsz/torveny/tved00.htm>
(Letöltve 2008.10.20)
2. Bánhidi Miklós: A sportturizmus alapjai – Motiváció.
In.: <http://www.hupe.hu/spm/okt/bm/motivacio.pdf>
(Letöltve 2008.10.20)
3. A Bükk Nemzeti Park overállos túrái.
In.: <http://www.bnpi.hu/?c=turizmus/tura/barlang/overalllosturak>
(Letöltve 2008.03.15)
4. Canmore Caverns Ltd. honlapja.
In.: <http://www.canadianrockies.net/wildcavetours/index.html>
(Letöltve 2009.03.29)
5. A Csodabogyós-barlang honlapja.
In.: <http://www.csodabogyos.hu>
(Letöltve 2008.10.28)
6. Az Európai Parlament elé terjesztett barlangvédelmi törvény tervezet.
In.: <http://www.cavedeclaration.eu/index.html>
(Letöltve 2008.11.03)
7. A kanadai Horn-tó melletti barlangi kalandturisztikai bázis honlapja.
In.: <http://www.hornelake.com>
(Letöltve 2009.03.29)
8. Jelentés a turizmus 2007. évi teljesítményéről.
In.: <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/jeltur07.pdf>
(Letöltve 2008.10.25)

9. Az ausztrál Jenolan-barlang honlapja.
In.: <http://www.jenolancaves.org.au>
(Letöltve 2009.03.30)

10. A Mátyás-hegyi-barlang honlapja.
In.: <http://www.barlangaszat.hu>
(Letöltve 2008.10.28)

11. Országos ökoturizmus fejlesztési stratégia.
In.: http://www.termeszetvedelem.hu/index.php?pg=menu_557
(Letöltve: 2009.03.07)

12. A Svájci Szpeleológiai Társaság honlapja.
In.: <http://www.speleo.ch>
(Letöltve 2009.03.30)

13. A svájci Trekking Team honlapja.
In.: <http://www.trekking.ch>
(Letöltve 2009.03.29)

14. A természetvédelem ökoturisztikai koncepciója.
In.: http://www.termeszetvedelem.hu/index.php?pg=menu_557
(Letöltve: 2009.03.07)

15. Az új-zélandi Waikato melletti barlangi kalandturisztikai bázis honlapja.
In.: <http://www.tourism.net.nz/listings/frame/unknown/26010?from=http://www.tourism.net.nz/new-zealand/attractions/adventure/caving-and-canyoning/waikato/absolute-adventure/index.html>
(Letöltve 2009.03.29)

A kézirat lezárásának időpontja: 2009. április. 27.

