

SZAKDOLGOZAT

Sebők Lili

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szent István Campus

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Turizmus-vendéglátás alapképzési szak

A turizmus trendjei

A fenntartható turizmus trendjének vizsgálata a piaci kereslet szempontjából

Belső konzulens: Dr. Molnár Csilla
egyetemi docens

Belső konzulens Vidékfejlesztés és Fenntartható
intézete/tanszéke: Gazdaság Intézet,
Fenntartható Turizmus Tanszék

Készítette: Sebők Lili

Gödöllő

2024

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	2
2. Elméleti háttér	4
2.1 A turizmus értelmezése és rendszere	4
2.1.1 Turizmus trendjei	7
2.2 A teherbíróképesség értelmezése a turizmusban	9
2.3 A fenntartható turizmus értelmezése	12
2.3.1 A fenntartható turizmus alapelvei és irányzatai	14
2.3.2 Értékelési módszerek	18
2.3.3 A turizmus érdekeltjeinek és érintettjeinek szerepe a fenntartható turizmusfejlesztésben	21
2.3.4 Zero waste és a green tourism	26
3. Anyag és módszer	29
3.1 A vizsgálat tárgya	29
3.2 Alkalmazott kutatási módszerek	29
3.3 A kutatás körülményei	30
3.4 Kutatási kérdések és a kutatás hipotézisei	30
4. Eredmények	32
4. Következtetések és javaslatok	40
Összefoglalás	45
Irodalomjegyzék	47
Internetes források	50
Ábrák és táblázatok jegyzéke	53
Mellékletek	55
Függelékek	65

1. Bevezetés

Szakedolgozatom témájaként a fenntartható turizmusfejlesztés lehetőségeinek vizsgálatát választottam.

A fenntarthatóság egyre fontosabbá válik napjainkban. Nemcsak mindennapi életünket érintő kérdésről van szó, de a turisztikai fogadóterületek és vállalkozások számára is egyre jelentősebbé válik. A desztinációk és turisztikai szolgáltatók igyekeznek környezettudatos döntéseket hozni, és egyre inkább alapvető elvárássá válik a keresletet megtestesítő utazók, vendégek oldaláról is. „Zöld”-nek lenni ma már nem csak divatszó, de egyre több ember gondolkodását hatja át, döntéseit befolyásolja a fenntarthatóság kérdése.

A Turisztikai Világszervezet (UNWTO) 1999-ben elfogadott Turizmus Globális Etikai Kódexének 3. alapelve a turizmust, mint a fenntartható fejlődés tényezőjét határozza meg (Csorba G. , 2017) (Gonda, 2022). A Fenntartható Turizmus Chartáját az első fenntartható turisztikai világkonferencián Lanzarote szigetén fogadták el 1995-ben (UNWTO, 1995)majd ugyanebben az évben a Fenntartható Fejlődési Célok végrehajtásáról szóló javaslatcsomagot, amely 17 célból és 169 célkitűzésből áll. (ENSZ, 2015) A fenntartható fejlődés alapdokumentumának tekinthető az Agenda 2030 (The 2030 Agenda for Sustainable Development) cselekvési program, melyet 182 kormány fogadott el az ENSZ Környezetvédelmi és Fejlesztési Konferenciáján 1996-ban, amely célként jelölte meg, hogy 2030-ra megszüntesse a szegénységet, megvédje a bolygót és jólétet biztosítson minden ember számára (ENSZ, 2015). Az ENSZ az ökoturizmus évének nyilvánította a 2002-es évet. A kanadai Québecben megtartott Ökoturisztikai Világtalálkozón elfogadott Nyilatkozatban az ökoturizmust, mint a fenntartható turizmus eszméjét megvalósító turisztikai terméket helyezték a középpontba, majd ugyanebben az évben a Dél-afrikai Köztársaságban elfogadták a Cape Town-i Nyilatkozatot, melyben a résztvevők leszögezték, hogy a felelősségteljes turizmusért való összefogásra valamennyi turisztikai szereplő – így a keresleti oldal - részvételére szükség van. A Rio+20 Nemzetközi konferencia 2012-ben, majd az ENSZ Fenntartható Fejlődés Csúcs 2015-ben és az UNWTO 23. közgyűlése Szentpéterváron egyaránt fontos lépésnek számítanak a felelősségteljes turizmus szempontjából (Ásványi, 2019).

Mivel a turizmus mozgatórugója valójában a kereslet, a keresleti oldalon megjelenő utazók felelősségteljes, a fenntarthatóságot fontosnak tartó fogyasztói magatartása egyre nagyobb jelentőséggel bír. Éppen ezért szakedolgozatomban elsősorban a fogyasztók témához való hozzáállását szeretném körüljárni. Kíváncsi vagyok arra, hogy a magyarok mennyire környezettudatosak utazásuk során, van-e különbség a belföldön és a külföldre való utazások

tekintetében, döntéshatározó tényező-e számukra, hogy egy céldesztnáció, illetve egy turisztikai szolgáltató „zöld” szemléletű-e. Érdekel, hogy mennyire tartják saját magukat is felelősnek, ha a fenntartható turizmusról van szó. Kutatásomban kitérek arra is, hogy van-e különbség az egyes korosztályok között a kérdésben, hogy a környezettudatos szemlélet kialakulásában van-e/volt-e hatása az elmúlt évek környezeti változásainak (Covid-19 világjárvány, energiaválság stb.).

Az 5 fejezetből álló szakdolgozatomban először a kutatás elméleti háttérét mutatom be a turizmus rendszerszemléletű megközelítésének elveit alkalmazva, a kapcsolódó magyar és külföldi szakirodalmak felhasználásával. A turizmus trendjeinek bemutatását különösen fontosnak tartom, majd a teherbíróképesség és a fenntartható turizmus értelmezését, alapelveit és értékelési módszereit járom körül. Saját kutatásom során – ahogy azt szakdolgozatom címe is mutatja – a keresleti oldal fenntarthatósággal kapcsolatos gondolatait, viselkedését vizsgálom a kérdőíves megkérdezés módszerét segítségül hívva.

2. Elméleti háttér

A szakdolgozatomhoz kapcsolódó kutatómunkát a turizmus általános elméletéhez, a turizmus trendjeihez és a fenntartható turizmusfejlesztéshez kapcsolódó hazai és külföldi szakirodalmak megismerésével kezdtem.

2.1 A turizmus értelmezése és rendszere

Thomas Cook (1808-1892) nevéhez kötjük az első szervezett utazást, azonban az emberek már jóval ezelőtt is utaztak. A turizmus történelmét társadalmi- és művelődéstörténeti mozzanatokhoz, illetve a közlekedési eszközök fejlődéstörténetének fordulópontjaihoz köthetjük. Bár a nomadizmus az egész emberiség történetében jelen volt, ennek a helyváltoztatásnak más oka nem volt, csupán az életben maradás. A hivatás végzéséhez kötődő helyváltoztatást a görög és római civilizációkhoz köthetjük, e mellett megemlíthetjük az egészséghez, a sporthoz és a valláshoz kapcsolódó utazásokat is, melyek a szabadidős utazások tárgykörébe tartoznak és a Római Birodalomban váltak jellemzővé. Már a görög városállamokban is létezett a vendégfogadás intézményrendszere, a Római Birodalom már fejlett úthálózattal rendelkezett, amelyet a „*curcus publicus*” intézménye felügyelt és információval is ellátta az utazókat. A korai középkorban az utazások valamely szinten megakadtak, és a bezártság lett jellemző Európára. Az utazásoknak határt szabott a röghöz kötés, mely miatt a jobbágyak számára eleve nem volt lehetőség az utazásra a földművelés miatt, a másik határ pedig a vallás volt, mivel az egyház zárkózottságot és stabilitást hirdetett. Ebben az időszakban hivatásból legfőbbképp a királyok és főurak, illetve azok udvartartásai utaztak és a nemesek, illetve a papok és egyházi személyek különböző tanácskozásokra. Serkentették a zarándoklatok népszerűségét, amely hozzájárult a későbbi kereszteshadjáratok elindulásához. A zarándokutakat vezeklés végett egyházi személy előírhatta, de bizonyos zarándokhelyeket népszerűvé tett a pápai körlevél is. Szintén hivatáshoz köthetőek a XI. századtól megrendezésre kerülő vásárok, melyek a kereskedők számára találkozóhelyet biztosítottak és az áruk nagytételben kerültek cserére. A Grand Tour I. Erzsébet szorgalmazására indult el, amely során egy nagy európai körutazáson vettek részt az angol arisztokraták és Erzsébet udvarában lévő fiatal nemesemberek. Az utazás három évig tartott, és a nyelvtanulás, kapcsolatépítés fontos szerepet játszott alatta. Az ipari forradalom a népesség számának megnövekedését és a társadalom szerkezetének átalakulását eredményezte. A gőzgép feltalálása, majd a vasútépítések lehetővé tették az emberek számára a gyorsabb és

kényelmesebb haladást, a nagyobb távolságokra való biztonságos eljutást. Megjelentek az első körutazások, majd a Thomas Cook nevéhez köthető első szervezett utazás is. A robbanómotor feltalálása, majd a gépkocsik elterjedése a közúti közlekedés és a kapcsolódó szolgáltatások fejlődésére hatott, majd a 20. század elején, 1903-ban az első repülő is megjelent és az alig 10 évvel később Floridából felszállt a világ első menetrendszerinti repülőjárata. Az első világháborút követően a technika fejlődése lehetővé tette az egyre nagyobb és biztonságosabb repülőgépek gyártását, elindult a polgári légitársaságok. A XX. századtól a dízelmotoroknak köszönhetően egyre nagyobb sebességű és méretű hajók jelentek meg, átadták a Szezei- és a Panama-csatornákat, majd az évszázad végére elkészült Duna – Majna - Rajna csatorna is. Mindez a vízi közlekedés gyors és látványos fejlődéséhez, a sétahajók, komphajók elterjedéséhez vezetett és tette a vízi közlekedést a turizmus mind fontosabb részévé. A fejlődés a szálláshelyek piacán is megmutatkozott, elterjedtek a ma is ismert nagy szállodalánccok először a tengerentúlon, majd Európában is. A turizmus a 20. század végére a világgazdaság egyik legjelentősebb üzleti ágává vált. (Michalkó, 2016)

1980-ban a turizmusról világkonferenciát rendeztek Manilában, és az úgynevezett Manilai Nyilatkozatban már megjelent **a turizmus** első korszerűnek nevezhető **definíciója** is: *„Az emberiség társadalmi, kulturális és gazdasági fejlődésével foglalkozó valamennyi elemzésnél figyelembe kell venni a belföldi és a nemzetközi turizmust, ezek ugyanis ma már az élet szerves részét képezik. Tekintettel a turizmus jelentőségére, és arra, hogy az emberek egyre nagyobb számban utaznak turisztikai vagy egyéb céllal, a hatóságoknak nagyobb figyelmet kell fordítaniuk a belföldi és a nemzetközi turizmus alakulására, hogy azok a társadalom más alapvető tevékenységeivel összhangban fejlődjenek.”* (Tasnádi, 1998, old.: 300)

A Turisztikai Világszervezet (akkor még WTO, mai nevén UNWTO) 1989-ben megfogalmazott Hágai Nyilatkozatában így értelmez a turizmust: *„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyén kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.”* (Michalkó, Turizmológia, 2016) (UNWTO, 1989)

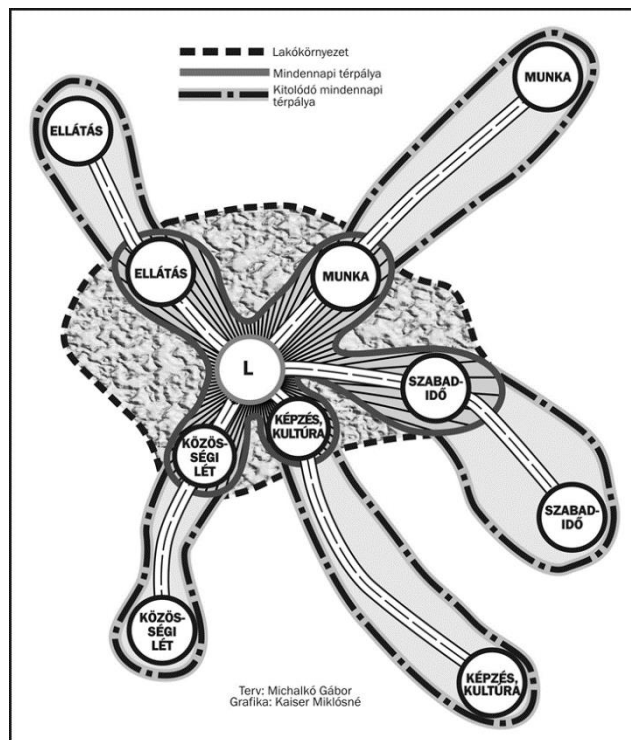
Az azóta eltelt közel három és fél évtized azonban az ezt a definíciót már kissé idejementűtette, hiszen mára a lakó- és munkahelyén kívüli minden szabadhely változtatás nem elég konkrét (lásd második otthonok, nyaralók, téliesített üdülőházakkal, lakóautók és vendégszobák), melyek lassan feloldják a lakóhelyek igazgatási kategóriáját a turizmus rendszerében. Másrészt a lakóhely elhagyására pont a munkahelyen kívüliség adhat okot. A helyhez kötöttség nélküli információ áramlás, és a nemzetközi vállalkozások külföldi telephelyei is szerepet játszanak benne, nem tudhatjuk, hogy egy vendéglátó egységben turistákkal vagy pedig munkájukat

végző emberekkel találkozunk. Michalkó 2007-ben mindezek alapján már a turizmust az egyén élményszerzéssel párosuló környezetváltozásaként értelmezte, amelynek során szolgáltatások igénybevételére kerül sor. Véleményem szerint ez a definíció jól szemlélteti, hogy napjainkra az élmény milyen kulcsfontosságú tényezővé vált a turizmusban. Egyfajta hajtó erő, és az élmény keresése, annak elérése a cél. Természetesen az, hogy kinek mi lesz az élmény egy utazás folyamán az szubjektív. Míg egyes embereknek maga az út az élmény, másoknak azok a tevékenységek lesznek, amelyet csinálnak alatta, vagy pedig a desztináció meglátogatása.

Amiben valamennyi turizmuskutató egyetért, hogy a turizmus létrejöttéhez környezetváltoztatás szükséges. Ez akkor következik be, amikor az utazó, az egyén elhagyja a lakókörnyezetét és helyváltoztatást egy nem gyakori, új útvonalon végez, ami kiesik a rutinjából. Mivel a lakókörnyezet magába foglalja otthonunkat, azt a települést, ahol az évben legtöbbet tartózkodunk, az itt igénybe vett szolgáltatáskínálat igénybevétele nem minősül valójában turizmusnak. Azt azonban mindenképpen meg kell jegyezni, hogy ez nem azt jelenti, hogy a helyben élőkre a turisztikai szolgáltatóknak nincs szükségük. Gondoljunk például csak a vendéglátóhelyekre, fürdőkre, kulturális létesítményekre, akiknek jellemzően a törzsvendégei a helybéliek. Igaz, szállás szolgáltatást nem – vagy csak igen ritkán – vesznek ők igénybe, de például egy szálláshely rendezvénytermének adhatják vendégkörét (1. ábra).

1. ábra: Turizmus térpályái

Forrás: Michalkó (2016, p.7)



A turizmust – ahogy arra már Lengyel (2004) is rámutatott - nyílt **rendszer**ként kezeljük, mivel **környezetétől** nem különíthető el, és olyan alkotóelemekből épül fel, amelyek kölcsönhatásban állnak egymással. A természeti-, gazdasági-, társadalmi és kulturális, politikai- és jogi-, továbbá technológiai környezet tényezői befolyásolják a piac működését úgy, hogy közben egymással kapcsolatban állnak. A kereslettől és a kínálattól sem lehet a környezet tényezőit elkülöníteni, hiszen a környezet változása a piac mindkét oldalára hat. Az interdependencia – azaz a kölcsönös függés – azt jelenti, hogy maga a turizmus is visszahat a környezetre pozitív, vagy éppen negatív változásokat okozva. A turisztikai **keresletet** maga az utazó jelenti, létrejöttéhez motiváció, szabadidő (illetve hivatásturizmus esetén az utazásra fordítható idő) és szabad rendelkezésű jövedelem szükséges. A **kínálati** oldal legfontosabb, a motivációval szoros kapcsolatban lévő eleme a vonzerő (ez az, amiért a látogató útra kel). Ahhoz, hogy egy fogadóterületen a turizmus megjelenhessen természetesen szükség van általános- és turisztikai infrastruktúrára, valamint turisztikai szuprastruktúrára, melyen belül is a megfelelő mennyiségben, minőségben és struktúrában rendelkezésre álló szállás- és vendéglátóhelyek megléte különösen hangsúlyos. A keresletet a kínálattal a **közvetítő szektor** köti össze. A marketing – mint a rendszer fontos eleme - az utazási döntést befolyásolja. Ehhez természetesen ismerni kell a fogyasztói igényeket és vásárlási szokásaikat, majd ehhez kell kialakítani a kínálatot, amelyet értékesíteni akarunk. (Mill - Morrison, 2002) (Lengyel, 2004) (Michalkó, 2016)

2.1.1 Turizmus trendjei

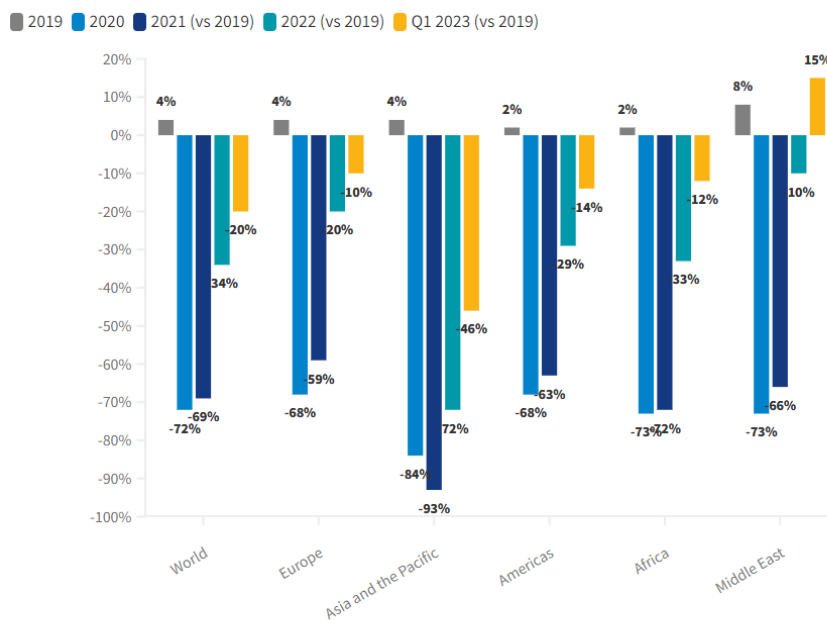
A turizmus trendjeivel a Turisztikai Világszervezet (UNWTO) és a Turisztikai és Utazási Világtanács (WTTC) mellett a piackutató intézetek (például a Horwath HTL és a Boston Consulting Group) is foglalkoznak, valamint számos hazai és külföldi publikáció is megjelent e témában az elmúlt években. A 2019-ben kitört COVID-19 világjárvány számos korábbi prognózist megváltoztatott, illetve új jelenségekre hívta fel a figyelmet.

Az utóbbi évtizedekre visszatekintve globális szinten **a turisták eloszlása** nem volt egyenletes, de a világ legnagyobb fogadóterülete évtizedek óta Európa. A legdinamikusabb emelkedés Ázsiában és a Csendes-óceán térségében volt megfigyelhető, amit Amerika, Afrika és a Közel-Kelet követ. A turizmus 2021. évi újra indulása után ez utolsó három kontinensen a növekedés egyre dinamikusabb. Természetesen ezeken a régiókon belül sem egyenletes az eloszlás, Európán belül a vezető régiók Dél- és Nyugat-Európa, de Közép-Kelet-Európa országai is egyre több vendéget fogadnak. (UNWTO, 2022) (2. ábra)

2. ábra: A nemzetközi turizmus alakulása 2023 első negyedét beleszámítva

Forrás: World Tourism Organization (UNWTO) <https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023>

International Tourist Arrivals, World and Regions



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©
Data as collected by UNWTO, May 2023. Published: 09/05/2023

A nemzetközi turizmus **motivációit** vizsgálva vezet a szabadidő és rekreáció (leisure tourism), ezt követi a rokonok és barátok meglátogatása (VFR), az egészségügyi és kulturális okokból történő utazások, majd a hivatásturizmus ((UNWTO), 2018). A turizmus világválság utáni újra indulása ugyanezeket a motivációkat mutatja.

Szinte valamennyi általam megismert tanulmány foglalkozik a **demográfiai- és társadalmi változásokkal** (közte a szenior – 65 év feletti – és a fiatal – 30 év alatti - korosztály turizmusban való részarányának növekedésével vagy új szegmensek megjelenésével); az egészségtudatosság és – a szakdolgozatom témája szempontjából különösen fontos - környezettudatosság elterjedésével; továbbá az **információ- és kommunikációtechnológia** (IKT) térnyerésével. Az **élményközpontúság** változatlan hajtóerő. Növekszik az **aktivitás iránti vágy** és az aktív turizmusban való részvétel. A rekreáció és kikapcsolódás mellett a **tanulás és tapasztalatszerzés** egyre többek **igénye**. Az alternatív turizmus fajtái – közte a kulturális-, a kaland-, az etnikai vagy akár a dark turizmus – is sokakat vonzanak (Csapó, 2019). Az **utazók** egyre **tudatosabbak**, **döntéseiket** gyakran **az utolsó pillanatra halasztják** és a szolgáltatóktól **rugalmasságot várnak el**. Elvárás a **magas minőségi színvonal**, jellemző az egyedi és **személyre szabott szolgáltatások** iránt megnövekedett igényt. (Szerdahelyi, 2021)

A pandémia után négy fajta turizmus trend alakult ki, amelyek úgy tűnnek, hogy velünk is fognak maradni. Ezek a mikroturizmus, a regeneratív turizmus, az utolsó esély turizmus és a sürgősségi turizmus – ahogy az (Ipacs, 2022) munkájában olvasható. A mikroturizmus igazából rövid, ritka és egyedi turizmusról beszél, legyen szó nyaralásról, fesztiválról vagy múzeumokról. A regeneratív turizmus lényege, hogy a turista jobb állapotban hagyja a meglátogatott helyszínt, mint amikor oda ment nyaralni, egyfajta cselekvőt csinálva a turistából. Az utolsó esély turizmus olyan helyszínek meglátogatásáról szól, amelyeknek esélyük van eltűnni vagy jelentősen megváltozni elsősorban az éghajlatváltozás miatt. A sürgősségi turizmus tartalma, hogy oda megy a személy, ahova csak akar, nem feltétlenül egy úti cél irányába, hanem maga az utazás folyamata miatt, amíg azt megteheti korlátok nélkül.

Bár a széles értelemben vett **biztonság** eddig is fontos volt a turizmusban, 2020 után az emberek még több figyelmet fordítanak erre. A személyi-, a köz- és vagyonbiztonság mellett a politikai és jogbiztonság, a közlekedés-, az egészség és az információ biztonsága is egyre nagyobb szerepet kap.

A szakdolgozatom központi témájául választott és a későbbi fejezetekben részletesen is kifejtésre kerülő **fenntarthatóság** egyre fontosabbá válik, és egyre inkább a vállalkozások és fogadóterületek versenyképességét meghatározó tényező lesz. A fenntarthatóság összetett kérdésköre ma már a turizmus minden szegmensében megjelenik, a termékfejlesztés központ elemévé válik. A felelősségteljes turizmus fogalmát a Fokvárosi Nyilatkozatban (International Conference on Responsible Tourism in Destinations) definiálták 2002-ben, az azóta eltelt két évtizedben világ és Európa-szerte elterjedt. A felelősségteljes utazóknak szánt tanácsok listáját 2005-ben, majd 2020-ban is összeállította és kiadta a világszervezet.

2.2 A teherbíróképesség értelmezése a turizmusban

A turizmus fejlődése létre jöhet spontán módon, vagy tervezett körülmények között. Előző esetben előfordulhat, hogy a negatív hatások – legyen az természeti-, gazdasági- vagy akár társadalmi következmény – nagyobb mértékben jelentkeznek, míg a tervezett fejlesztések során előre meghatározott, végig gondolt, hatástanulmányokkal is alátámasztott célok érdekében valósulnak meg a fejlesztésre vonatkozó tevékenységek. Tapasztalatok szerint sokkal költségesebb egy már bekövetkezett negatív változást helyreállítani, mint gondoskodni arról, hogy az ne következzen be (Lengyel, 2004).

A **teherbíró-képesség fogalma** a turizmussal összefüggésben az 1960-as években jelent meg, majd egyre nagyobb jelentőségűvé vált. A teherbíróképesség a turizmusban egy

desztináció befogadóképességét jelenti addig, amíg azt minőségromlás nélkül elbírja. Mathieson és Wall (1982) szerint „*egy turisztikai célterület teherbíró-képessége azt a képzeletbeli látogatómennyiséget jelenti, mely még elfogadható, mind a helyi lakosság, mind a turisták számára, amely nem jár elviselhetetlen következményekkel a természeti, a társadalmi és a gazdasági környezetre, valamint hosszútávon is fenntartható*” (Puczkó, 1999, old.: 32)

A jelenség **több szempontból vizsgálható**: a teherbíróképeség lehet fizikai, ökológiai, gazdasági, társadalmi és pszichológiai is. A turisták számával azt a mértékű terhelést jelzi, amelyet még éppen elviselhető mértékű terhelést okoz. Fogadóterület szempontjából azt a létszámot nézzük, amely a terület szállás, közlekedés és ellátás tekintetében nem fogja ökológiai környezetét megkárosítani és nem vált ki ellenszenvet a helyi lakosságból. Ezen küszöbérték átlépése nem csak a környezetet terheli meg és veszélyezteti, hanem magát a turistát is hiszen az élményszerzés csökken, és a desztináció veszít vonzerőjéből. Fontos, hogy a gazdasági nézőpontok optimálisak legyenek, hogy a beszállítók képesek legyenek kielégíteni a turizmus igényeit és ne maradjanak a helyi lakosok sem ellátatlanul, ne sérüljenek az ágazati harmóniák a turizmus miatt. A teherbíró-képesség függ a turisták számától, típusától, viselkedésétől, értékrendszerétől, és fogyasztási szokásaitól, hogy egy pár példát felsoroljak. Egy desztináció turisztikai kapacitása pedig lehet infrastrukturális, ökológiai és szociálpszichológiai jellegű. A teherbíró-képességgel kapcsolatban szót kell ejtenünk a szelíd és a keményturizmus fogalmáról. Míg a szelídturizmus inkább társadalmilag felelős és környezetvédő vendégforgalmat jelent, sokszor együtt használják ezt a kifejezést az alternatív, zöld- és fenntartható turizmussal együtt. Ezzel szemben a kemény turizmushoz fog tartozni a tömegetturizmus, a luxus- és bevásárlóturizmus. (Kardos, 2011) (Dávid – Jancsik - Rátz, 2007) (Gonda – Kaposi – Raffay – Varga, 2020).

Utóbbival kapcsolatban az overtourism, azaz **túlturizmus** jelenségéről kell említést tennünk, ami az utóbbi évtizedekben kezdett néhány területen olyan mértéket ölteni, ami már a lakosság panaszait is kiváltotta, sőt helyenként még turistákkal szembeni agressziót, turizmusellenes tüntetéseket is okozott annak fizikai és társadalmi következményei miatt. A lakásárak emelkedése, a megélhetés költségeinek növekedése, a turisták hangoskodása főleg az éjszakai életben, a közterületen való alkoholfogyasztás, tiszteletlen viselkedés, utcán vizelet egyaránt előfordulnak, ami a helyiek elvándorlásához vezethet. A turisták sokszor nem megfelelő viselkedése, fizikai károkozása egy-egy látványosságban gyakran helyrehozhatatlan károkat okoz és a helyreállítás, karbantartás költségei a helyi adófizetőket terheli. Az overtourism azonban nem csupán a befogadó helyekre van hatással, hanem magukra a turistákra is, hiszen a terület elveszítheti autentikus voltát, az utazás élménye is csorbul. Európában

elsősorban a városi célterületeket érintette az overtourism a világjárvány előtt. Egyebek mellett Velence, Róma, Amsterdam, Barcelona, Dubrovnik és Budapest is elszenvedője volt. Természetesen nem csak a városok vannak ilyen helyzetben, nagyon sok természeti látnivaló is veszélybe került a tömegturizmus hatására és elveszítette egykori szépségét, többek között a Plitvicei-tavak és a természeti környezet terhelésének hatására az UNESCO világörökség státusza is veszélybe került. Egyes desztinációk előálltak több fajta kezelési javaslattal: turista forgalom korlátozása, turistaadók, szálláshelyek korlátozása pár példa erre. A turizmus újraindítása most a döntéshozókat előre gondolkodásra készíti sok helyen. (Irimiás - Jászberényi - Michalkó, 2019) (Ásványi, 2022)

A szóválasztás – overtourism - sok desztináció által nem kedvelt, inkább nevezik a sikerrel való megbirkózás nehézségének. Amiben azonban az érintett területeken szinte mindenki egyetért, az az, hogy hatással van a helyiék életszínvonalára és az árakra, de ezen kívül sajnos megfigyelhető a kultúrák össze ütközése is a viselkedést illetően, gyakran alkoholos ital befolyása alatt. Szóval mit tehetünk ez a jelenség ellen? Sokan úgy érzik, hogy a turizmus jellegének megváltoztatása, lesz a kulcs a vendég-vendéglátó közötti kapcsolat javulására. Mások úgy gondolják, hogy a turizmus adóztatásában rejlik a válasz. A „demarketing” egy következő érdekes koncepció, amely célja a turisták elkedvetlenítése annak érdekében, hogy a negatív hatások csökkenjenek. Ez történhet az árak növelésétől kezdve, a promóciók csökkentésén át akár a minőség csökkenésének szóbeszédben történő terjesztésén keresztül a különféle – a turistáknak nem kifejezetten kedvező – szabályok, rendeletek bevezetéséig (Goodwin, 2016).

A **WTTC** bemutatott egy egyszerű tényekre alapozott diagnózist, hogy segítsen a desztinációk vezetőinek meghatározni és szembenézni a nehézségekkel. Egyszerűbb megelőzni a desztináció túl keresletét, minthogy ebből később kilábalni. A megfogalmazott **prioritások**: egy átfogó tényekből álló alap építése és rendszeres frissítése; egy fenntartható növekedési stratégia létrehozása hosszú-távra alapozva; a társadalom minden rétegének bevonása a döntésekbe; új források keresése a finanszírozáshoz. Azon desztinációk számára, amelyek már a túlturizmussal küszködnek, a következő öt megközelítés bizonyult eredményesnek a felmérés során.

- Az érkező vendégek eloszlataása egész évre és szezonokra érkezési limit és jegyek.
- A látogatók szétosztása különböző helyszínek között, új attrakciók létrehozásával.
- Az árazások hozzáigazítása a kereslet és kínálatnak megfelelően, például többszintű árképzési rendszerek bemutatásával.
- Szálláshelyek szabályozása otthon-megosztás és további hotel szobák szabályozásán keresztül.

- Súlyosabb helyzetekben pedig a hozzáférhetőség és tevékenységek limitálása a kultúra és természet megőrzése érdekében (McKinsey&Company, 2017).

Az utóbbi két évben tartó COVID-19 járvány után lehetőség nyílik egy **újfajta turizmus** irány felé tenni lépéseket, amely fenntartható megoldásokat is magába foglal. A tömegturizmus megváltoztatása és hazai belföldi úticélok népszerűsítése is mind lépéseket jelent a fenntartható turizmus irányába. Budapesten a buliturizmus kulturális és egészségturizmusra történő leváltása, illetve az így megüresedett Airbnb-k diákok számára való kiadása, ezzel az oktatási turizmus elősegítése is megjelenik az ötletek között (Szántó, 2020). „*Ha jövőt meg akarjuk menteni, akkor az élet minden területén, így a turizmus területén is újragondolásra, egyfajta fenntarthatósági fordulatra van szükség.*” – hívja fel a figyelmet Kovács Balázs, a bécsi székhelyű GD Consulting vezetője (Kovács, 2023) hangsúlyozva, hogy „*Az új megközelítésben a turizmus fókuszába az önző, saját érdekeit követő homo turisticus helyett az ember kerül.*”. A **körforgásos látogatógazdaság** a mennyiség helyett a minőségre és fenntarthatóságra helyezi a hangsúlyt. Ez jelenik meg Ausztria 2019-ben bemutatott, Masterplan T nevű új turizmusstratégiájában is amely a, a jövő turizmusának alapjait fekteti le. Hangsúlyozza, hogy a turisztikai fogadóterületeknek a jövőben már nem csak a turistafogadás helyszíneiként kell megjelenüek, hanem egyfajta „*minőségi élményterekké*” kell válniuk, ahol „*...a turista és a helyi lakosság egyaránt jól érzi magát*”. A jövő fenntarthatósági szabályai jelennek meg az UNWTO Globális Fenntartható Turizmus Tanácsának (GSTC) kritériumaiban is, melyek nem csak a desztinációk, de a turizmus valamennyi szereplője (közte a szálláshelyek és utazásszervezők) számára nemzetközileg is elfogadott minősítési szempontokat jelentenek. (GSTC, 2022)

2.3 A fenntartható turizmus értelmezése

A **fenntartható turizmus** „*az az idegenforgalom, amely teljes mértékben figyelembe veszi a jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat, valamint a turisták, az iparág, a környezet és a befogadó közösségek igényeit.*” (UNEP-WTO, 2005). Az UNWTO 1999-ben fogadta el a Turizmus Globális Etikai Kódexét, melynek 3. alapelve a turizmust a fenntartható fejlődés tényezőjeként határozta meg (Csorba G. , 2017).

A fenntarthatóság lényege, hogy az emberiség jelenlegi szükségleteit kielégítve, a jövő generációja számára megőrizve használjuk fel a környezeti és természeti erőforrásokat, hogy aztán ők is ki tudják velük elégíteni szükségleteiket. Három pillére van a fenntarthatóságnak, ezek: a társadalom, a gazdaság és a környezet. Ahogy a társadalom száma folyamatosan

növekszik, úgy kell azzal a gazdaságnak is lépést tartania, viszont ezzel szemben a környezet magától nem képes ezeket a fejlődéseket követni, ezért az emberek felelőssége gondoskodni róla. Az utóbbi évszázadokban a társadalom robbanásszerű növekedése és az ipari forradalom következményeképp a fennálló harmónia a három pillér között megingott, a fogyasztói igények növekedésével a gazdaság is folyamatosan elkezdett növekedni, hogy utolérje, és kielégítse azokat. Az ENSZ első körben három alapelvet fogalmazott meg a fenntarthatósághoz. Az első szerint, amit a környezetbe kibocsátunk, az nem haladhatja meg a környezet befogadóképességét. Második, hogy amit kitermelünk, nem haladhatja meg a környezet újratermelő képességét. Végül pedig a harmadik alapelv, az, hogy a nem-megújuló erőforrások használatának mértéke nem haladhatja meg azt az ütemet, amellyel arányosan helyettesíteni és pótolni tudjuk ezeket megújuló energiaforrásokkal (Eionet, 2018). Természetesen a három alappillér közül egyik sincsen teljesen betartva jelenleg, de a világ vezetői és vállalatai próbálnak lépéseket tenni ez felé, többek között a turizmus is.

2015 őszén fogadták el a **Fenntartható Fejlődési Célok** (Sustainable Development Goals) végrehajtását, amely az ENSZ eddigi egyik legnagyobb vállalkozása. Ez egy javaslat csomag, amely 17 célt tartalmaz 169 alcél mellett, köztük ilyen a fellépés az éghajlatváltozás ellen, az éhezés megszüntetése, felelős fogyasztás és termelés, illetve fenntartható városok és közösségek. Jelenleg az Agenda 2030 (The 2030 Agenda for Sustainable Development) a fenntartható fejlődés legfontosabb dokumentuma. A javaslatcsomag összefonja a három pillért kitevő társadalmi, gazdasági és környezeti feladatokat, mert az alapnézete, hogy a jelentkező problémák is összefonódnak.

Az emberiség kihívása a magas jóllét elérése úgy, hogy alacsony maradjon az ökológiai lábnyom ennek elérése közben. Az utóbbi évtizedekben a jóllétről kapcsolatos gondolatok átalakulóban vannak. Eddig anyagi jóllétet jelentett leginkább, úgy gondolták az emberek, hogy aki gazdag az boldog is, és fordítva: csak az boldog, aki gazdag. Ezt az angol „wealth” és „wellfare” szóval jelölték, amelynek maga a jelentése is anyagi jóllét.

Mára a jóllétet jelentő szóként mást használnak, „well-being”, amely magyarra lefordítva is csak ennyit tesz: jóllét. Boldogságot globálisan mérve azt fedezték fel, hogy nem a jómódú államokban élnek a boldogabb emberek. Innen is láthatjuk, hogy anyagi jólét helyett, a jóllét a biztonság, az örömet és közösségeket takar.

Az **ökológiai lábnyom** megmutatja, hogy egy népesség igényei kielégítéséhez és a hulladékok abszorbeálásához mekkora szárazföldi és vízi területre van szükség. A biokapacitás pedig azt mutatja meg, hogy mekkora termelőterület jut egy főre. Ez a két összetevő alapján el

tudjuk dönteni, hogy egy adott ország természeti tőkéje elég lesz-e a termelés és a fogyasztás tevékenységének fenntartásához. (Eionet, 2018)

A Turisztikai Világszervezet fejezet elején már idézett megfogalmazása alapján a fenntartható turizmus figyelembe veszi a jelenlegi és a jövőbeni gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat, a turisták, a környezet, az ágazat és a vendéglátó társadalom igényeit kielégítve.

A megfogalmazásból következően, a fenntartható turizmusnak optimálisan kell felhasználni a környezeti erőforrásokat, amelyeknek kulcsszerepe van a turizmus fejlesztésében, megfelelő ökológiai termelést fenntartva és a természeti örökséget és biodiverzitást megtartásának segítése. Ezen felül a vendéglátó közösség kultúrájának, az épületek és élő kulturális hagyományok és örökségek tisztelete, interkulturális megértés és türelem. Végül pedig egy használható, hosszútávú gazdasági operáció, társadalmi-gazdasági előnyökkel minden résztvevő számára, amelyek igazságosan vannak szétosztva, beleértve állandó munkahelyeket és jövedelem keresési lehetőségeket a vendéglátó közösségek számára, hozzájárulva a szegénység csökkentéséhez.

A fenntartható turizmus fejlődése megköveteli a jól informált érdekelt személyeket az erős politikai vezetőség mellett, hogy széleskörű részvételt és megegyezést biztosítson. A fenntarthatóság elérése egy folyamatos eljárás, amely a befogadás ellenőrzését, szükséges megelőzési és/vagy korrekciós tevékenységek bemutatását és alkalmazását biztosítja amikor ezek szükségesek.

Ezek mellett a fenntartható turizmusnak magas keresleti megalégedést kell fenntartania és sokatmondó élményeket biztosítani a turisták számára, a fenntartható turisztikai gyakorlatokat népszerűsítse és felhívja a figyelmet a fenntarthatósággal kapcsolatos problémákra. (Green Ideas For Tourism, 2015)

Mindezeket értelmezve elmondhatjuk, hogy mintsem egy pontos irányzat helyett, a fenntartható turizmust elvek összességéként kell értelmezni.

2.3.1 A fenntartható turizmus alapelvei és irányzatai

2015-ben 12 főcél tűzött ki a fenntartható turizmussal kapcsolatban a World Tourism Organization és az **United Nations Environment Program**, amelyek a következők:

1. gazdasági megvalósíthatóság (turisztikai desztinációk hosszútávú jóllétének és versenyképességének biztosítása),

2. helyi prosperitás (turizmus hozzájárulásának maximalizálása a vendégfogadó környezet gazdaságának),
3. foglalkoztatás minőség (helyi munkák számának és minőségének erősítése a turizmusban),
4. szociális egyenlőség,
5. látogatók kiszolgálása (biztonságos és kielégítő tapasztalatok nyújtása a látogatók számára mindenféle diszkrimináció nélkül),
6. helyi kontroll (helyi közösségek bevonása és erősítése a döntéshozatalba és tervezésbe),
7. közösségi jólét (életminőség fenntartása és javítása),
8. kulturális gazdagság,
9. természeti integritás (mind természeti mind a rurális táj minőségének fenntartása és javítása),
10. biológiai diverzitás (természeti térségek konzerválásának támogatása),
11. erőforrás hatékonyság a nem újra használható energiaforrások minimalizálása turisztikai létesítményekben) és végül
12. környezeti tisztaság, amely a környezet szennyezés minimalizálását jelenti. (UNWTO, 2015)

Az előbb felsorolt tizenkét cél alapján a következő hat pontot mondhatjuk **a fenntartható turizmus alapelveinek**:

1. A természeti értéket rejtő célállomások lehetnek mind lakottak és lakatlanok, de minden esetben valamilyen védettség alatt állnak.
2. A beavatkozások minimalizálása: mind a keresleti, mind a kínálati oldalt szabályozza. Próbálja minimalizálni a turisztikai infrastruktúrák káros hatásait és szabályozza a turisták viselkedését. Ilyen például a turisták számának korlátozása, a alacsony mobilitási szint, környezetbarát közlekedés.
3. Környezet-tudatosság kialakítása: A fogadó terület és kultúra megismertetése a turistákkal, hogy a negatív hatásokat csökkentsék mind a környezetre mind a kultúrára. Egy jó fenntartható turisztikai projekt hozzájárul a közösség és társadalom oktatásához a fogadóországban.
4. Pénzügyi bevételek a természetvédelem számára: Pénzügyileg támogatja a környezetvédelmet, annak kutatását és az oktatást.
5. Jövedelem a helyi lakosság számára: a helyi és őslakos közösségeket be kell vonni a turisztikai tervezésbe, fejlesztésbe és annak működésébe, ezzel biztosítva részvételüket. Ezek mellett kézzel fogható szolgáltatásokat (pl. ivóvíz) kell biztosítani a helyben

lakóknak, a létesítményeket a helyi közösségekkel kell működtetni, vagy velük partnerségben. A gazdasági és politikai irányítás a helyi közösségek kezébe kerüljön.

6. Helyi kultúra tiszteletben tartása: tiszteletben tartja a helyi kultúrákat, és arra minimális hatást gyakorol. A turista előzetesen tájékozódik a desztináció kultúrájáról és azokat a szabályokat és szociális normákat tiszteletben tartva látogat el a desztinációba. (CEETO, 2018)

A **fenntartható turizmusnak** több **irányzata** is van, ilyenek a felelősségteljes turizmus, a pro-poor turizmus, a közösség alapú turizmus, az ökoturizmus, a zöldszturizmus, vagy az agroturizmus, melyek mindegyike a tömegturizmus ellentétjei. (Gonda, 2022)

A **felelősségteljes turizmus** célja, az idegenforgalom természetire, társadalomra és a kulturális környezetre gyakorolt negatív hatások minimalizálása. Segít széleskörű gazdasági bevételt generálni a helyi lakosok számára, ezzel is fokozva jólétüket azzal, hogy bevonja őket az őket is érintő döntésekbe. Minden pozitívan járul hozzá a kulturális és természeti örökségek megőrzéséhez. Egyik megkülönböztető jegye az, hogy megjelenik az etikus viselkedés fontossága, elvárás mind a fogyasztók mind a szolgáltatókkal szemben.

A **pro-poor turizmus** (vagy szegénypárti turizmus) csak az utóbbi három évtizedben jelent meg, pont ezért a hazai szakirodalomban nem szerepel csak a már többször idézett Gonda Tibor tesz róla említést, de nemzetköziben is csak el-elvétve. A lényege, hogy jövedelmet generál a szegénységben élők számára. Célja a szegénység mértékének csökkentése és a rászorulóknak a bevétel növelése, ez mellett a turizmus fejlődésének hozzájárulása a szegénység mértékének csökkentésének biztosításához biztosítása. Sokkal inkább egy szemléletmód, mint turisztikai termék. Alapvetően gazdaságilag elmaradott térségekre irányul az ún. harmadik világ országaiban, de ugyanúgy alkalmazható nagyvárosi szegénységek kezelésére is. Számtalan országnak, amelyek szegénységgel küzdenek, épül a gazdasága a turizmusra, de legalábbis meghatározó elemei közé tartozik. A szemléletmód alapja, hogy a helyi közösségek bevonásával a turizmusba a szegénységet csökkenthetik, hiszen munkahelyeket biztosítanak az embereknek, és többek között a nők számára is elérhető munkalehetőség. Természetesen fennáll a kockázat hogyha nem megfelelően terveznek, akkor a turizmus hatására további elszegényedés fog bekövetkezni, áremelkedések mellett és az erőforrások nehéz hozzáférhetősége miatt. A törekvés központjában sok szándék állhat, de három fő csoportba sorolhatók a hozzá fűződő stratégiák: a szegénység párti szervezetek létrehozását célozzák, a gazdasági haszon növelését és nem a gazdasági tényezőket célozzák. Ezekhez tartozó stratégiák a munkahelyteremtés, turizmushoz fűződő képzések biztosítása az emberek számára. A pro-poor turizmus és más alternatív turizmus fajták sok helyen

összefonódnak, de összességében elmondható, hogy céljuk a turizmus ipar hatásainak pozitív irányba elmozdítása. (Gonda, 2022) (Ashley - Roe - Goodwin, 2001)

A **közösség alapú turizmus** egy olyan kezdeményezés az alternatív turizmus alfajain belül, amelyet a helyi közösség tagjai kezdeményeznek, tervezik meg, irányítják és ellenőrzik. A témát kutató szakemberek szerint ez egy olyan lehetőség, amely a tömegturizmus által sújtott területeken helyi szintű és fenntartható turizmust hoz létre ezzel is hozzájárulva a társadalmi és gazdasági fejlődéshez, és növeli a helyi közösségek önbecsülését és összetartó erejét, míg csökkenti a szegénységet a régióban. A tömegturizmussal szemben, a közösség alapú turizmuson belül a helyi közösség irányítja és élvezi a turizmus gazdasági hasznát a magánvállalatok és a kormány helyett. Fontos, hogy az értékesített termékeknek tekintettel kell lennie a helyi közösség igényeire és kapacitására, illetve erőforrásaira is. Különbözik a tömegturizmustól abban, hogy a helyi közösségeknek tudatosan és megfontoltan kell szerepet vállalniuk ahhoz, hogy saját idegenforgalmukat tudják működtetni. Másik fontos dimenziója, hogy fontos gyakorlólékhelyként szolgáljon a helyi közösségek számára új képességek elsajátításához. Mivel az elsajátított képességek nem csak a turizmusban hasznosíthatók, ezek helyes megtanulása, hogy alkalmazhassák más ágazatokban is (ilyen például az irányítás, marketing és pénzügyi ismeretek). Nem tekinthetők önellátó gazdasági szereplőként, együttműködésekre van szüksége, amely jelentős profitot jelent mindkét fél számára. (Gonda, 2022) (cbi.eu, 2023)

Az **ökoturizmus** az UNWTO szerint minden olyan formája a turizmusnak, amelyben a fő cél a megfigyelés, megbecsülés és hozzájárul a kulturális örökség és természeti környezet megőrzéséhez, ezekre csak minimális hatást kifejtve. Ez mellett egy alternatív bevétel forrást biztosít a helyiek közösségek számára, támogatja a természetvédelmet és általában kis csoportok számára van szervezve, amelyhez oktatást is gyakran párosítanak. Az igény az ökoturizmusra, a természet értékeinek megismerésére, és természetben végezhető tevékenységek iránt növekszik a nemzetközi trendekben, főleg az utóbbi két év hatása után. A természeti értékekben gazdag és gyakran védett területek ugyanakkor sok esetben olyan térségekben helyezkednek el, amelyek hátrányos helyzetűek, vagy infrastruktúrájuk nem elég kiépített. Egyrészt ez megnehezíti a turizmus dolgát, másrészt viszont pont ez az, ami eddig megóvta őket az iparosodástól és a mezőgazdaságtól. Ebből következik, hogy ezeken a helyeken az ökoturizmus és a térségfejlesztés kiemelkedően fontos, de nem csak a turizmus számára. Hazánkban az ökoturizmus infrastruktúrája kiépültnek mondható hiszen sok nemzeti parkkal, tanösvénnyel, kiépített barlangokkal és látogatóközponttal büszkélkedhetünk, mégis mindez ellenére nem terjedt még el a kívánt mértékben a kereslet rá. Mindezek mellett az

ökoturizmus egyszerre jelent egygyűjtőfogalmat és szemléletet. A gyűjtőfogalom alá azok a turizmus fajták tartoznak, melyek fenntartható használatán alapulnak a természeti erőforrásoknak, és amelyek megőrzik az ökoszisztémát, ezt nem károsítva. Szemlélete pedig annyit jelent, hogy a turizmus valamennyi formája lépjen fel és járuljon hozzá az ökoszisztéma megvédéséhez és helyreállításához, ne eredményezzen negatív hatásokat a természetre. Az ökoturizmus más alternatív típusokkal egybefügg, ezért fontos, hogy nem tudjuk teljesen elkülöníteni a már említett fenntartható turizmustól, hiszen ennek egy segítő formája: védelmet nyújt a kulturális és természeti erőforrások számára. Mivel az ökoturizmus a helyi természeti és kulturális adottságokra épül, így ezek változóak országonként, ebből kifolyólag egy pontos definíciója sincs a fogalomnak, más szektorban és kontinensen más elvárások vannak az ökoturizmussal szemben. (Gonda, 2022)

Végül az **agroturizmus**, amelyet „...a mezőgazdasághoz, élelmiszer feldolgozásához, kézműves termékek előállításához kötődő élményszerű turisztikai tevékenységként lehet meghatározni.” (NAK, 2024) Az agroturisztikai szolgáltatók egyrészt attrakciót hozhatnak létre (lásd élménygazdaságok), másrészt gasztronómiai szolgáltatást is nyújthatnak. is. E turisztikai terméknek szerepe lehet a vidék népességmegtartó erejének fokozásában, segítheti a helyzetű térségek felzárkóztatását, fejlesztését. Sok esetben egybefügg a falusi turizmussal, Magyarországon a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége foglalkozik vele. Maga az agroturizmus túságat biztosít az érdeklődők számára a mezőgazdasággal kapcsolatban, és fontos szerepet játszik a termelők és az ügyfelek közötti kapcsolat kialakításában. Segít benne, hogy az emberek megértsék és meglássák honnan és hogyan származnak ételeik. (Wedding Stars, 2021)

2.3.2 Értékelési módszerek

Annak érdekében, hogy a fenntarthatóság meg is valósuljon és ne csak egy elvont fogalom maradjon, fontos, hogy a döntéshozók ismerjék az indikátorokat, és megfelelő döntéseket hozzanak. Az **indikátorok** feladata, hogy időben felhívja a figyelmet az esetleges problémára, hogy segítsen felismerni a lehetséges megoldásokat és a döntések következményeit. A fenntarthatósághoz kapcsolódó indikátorok előtérbe helyezik a gazdasági, környezeti és társadalmi környezet kapcsolódásait (Vargáné Csobán, 2005). Az indikátorok segítenek eldönteni, hogy hol vagyunk, milyen messze célunktól, amelyet el akarunk elérni (UN, 2007). Bár az elmúlt évtizedekben több kísérletet is tettek egy egységes, a gyakorlatban felhasználható modell alkotására, ám a mai napig nem tudtak egy általánosan elfogadott és alkalmazható

értékelési módszerrel előállni, ezért az IISD (International Institute for Sustainable Development) megbízásából 1996-ban kidolgozott, majd 2009-ben felülvizsgált **Bellagio Alapelveket** veszik legtöbbször iránymutatásnak, amelyek a következők (Hardi - Zdan, 1997) (Csete, 2011):

1. Irányadó jövőkép és célok: nem szabad szem elől téveszteni a fenntartható fejlődés megvalósítását, mint fő cél.
2. Holisztikus perspektíva: az egész rendszerre, és annak részekre és változásaira is ki kell terjednie az értékelési folyamatnak.
3. Alapvető elemek: foglalkozni kell a generációk közötti és a jelen generáción belüli egyenlőtlenség és egyenlőség kérdésével, fokozott tekintettel az emberi jogok, az erőforrás-használat és a szegénység kérdéseire.
4. Megfelelő terjedelem: kellően hosszú időintervallumot és földrajzi távolságot kell vizsgálni az értékelésnek, hogy hosszútávon és a térben távolabbra eső hatásokat is figyelje.
5. Gyakorlat-központúság: az értékelés olyan modellen alapul, amely a célkitűzéseket indikátorokhoz vagy értékelési kritériumhoz köti, standardizálja méréseit, és a kapott értéket összeveti a kitűzött értékekkel.
6. Nyitottság: az adatok és módszerek mindenki számára hozzáférhetőek legyenek.
7. Hatékony kommunikáció: törekednie kell a közérthetőségre, az értékelésnek a nyilvánosságot kell szolgálnia.
8. Széleskörű részvétel: a társadalom minden rétegét be kell vonni az értékelésekbe, hogy minél különbözőbb értékeket képviseljenek.
9. Folyamatos értékelés: a változó trendeknek és igényeknek megfelelően kell módosítani az módszereket, amelyhez ismételt mérések szükségesek.
10. Intézményi kapacitás: biztosítani kell az adatgyűjtésre, -kezelésre és dokumentációra szükséges intézményi háttérrel.

Mivel a téma több különböző perspektívából megközelíthető, így egy bizonyos jelzőszám sem sikeres a turizmus vizsgálatára, helyette az alkalmazható mutatók kiválasztása többféle képen történik. Számos kutató megegyezik abban, hogy elméleti síkon bár meghatározható a legjobb indikátor, de az a gyakorlatban vagy nem létezik, vagy nem állnak rendelkezésre a megfelelő adatok, vagy pedig módszertani hiányosságok miatt nem lehet a meglévő adatokból kiállítani. A fenntartható fejlődéshez a következő követelmények szükségesek egy mutatóhoz:

1. Legyen könnyen érthető.
2. Tegye lehetővé az összehasonlítást.

3. Legyen költséghatékony.
4. Legyen megbízható.
5. Legyen mérhető. (Miller, 2001)

Számos más szerző is foglalkozott az **ideális indikátor jellemzőinek** megtalálásával, és ezek közül kiemelten fontos jelentőséget tulajdonítottak annak, hogy a változást okozó tényező hatásmechanizmusa világossá váljon a vizsgálat során, ezzel pedig a turizmus menedzsmentje képes lesz döntéseit javítani és megváltoztatni. Mint ahogy már említettem egy előző bekezdésben, több ezzel foglalkozó szervezet is hangsúlyt fektetett a nyilvánosság tájékoztatására. Az egyik ilyen szervezet, a Sustainable Measures 2000-ben a következő alapvető jellemzőket gyűjtötte össze egy hatékony útmutatóhoz:

- releváns: a vizsgálandó rendszer leírására alkalmas
- könnyen érthető: közemberek számára is
- megbízható: az információ hiteles
- elérhető adatok az alapja: olyan adatok, amelyek időben megszerezhetők. (Vargáné Csobán, 2010)

Az 1990-es évek elején három nemzetközi turisztikai szervezet: a WTTC (World Travel and Tourism Council), a WTO és az Utazásszervezők Nemzetközi Szövetsége (International Federation of Tour Operators) is kezdeményezett kutatásokat a turisztikai indikátorok kidolgozása céljából, ám ezek között jelentős eltérések vannak épp ezért nem is használhatóak egységesen bármely desztinációra, vagy pedig magára a fenntarthatóság értékelésére. Pont ezért fontos, hogy a vizsgálat előtt először is meghatározzuk, hogy mely indikátorok lesznek azok, amelyeket tudjuk kutatásunk során használni. A 2000-es évek elején kutatók átfedést találtak a **fenntarthatóság és az életminőség** mérésének témája között, amelyet el is kezdtek vizsgálni. A Rahman-modell alkalmazásával megkezdődött a turizmussal összefüggő életminőség-index kidolgozása. Az alap koncepció szerint két vetülete van:

- a turizmus hatása a helyben lakók életminőségére egy adott desztinációban
- egy adott személy étellel való elégedettsége a turizmusban való aktív részvétel hatásával.

A felsorolt két alapkoncepción tudunk egy **szubjektív elégedettséget** mérni, majd ebből egy aggregált indexet készíteni a következő szempontok szerint:

- a turizmus személyes (családi, baráti) viszonyok alakulásában való szerepe
- az érzelmi jólléthez való hozzájárulása,
- egy adott település anyagi jólétéhez való hozzájárulása (Vargáné Csobán, 2010).

Az előző fejezetben már említett GD Consulting (2023) felhívja a figyelmet arra is, hogy „...az újturizmushoz új mérőszámok is kellenek. Az előbb említett jó gyakorlatok megalkotói szerint a látogató és turistaforgalom mindenáron való növelése helyett az érték-teremtésre kell koncentrálni. Ennek megfelelően kell a célokat, s azok elérését mérő indikátorokat is kialakítani. A vendégéjszaka helyett olyan mérőszámok szükségesek, mint pl. a látogatók és a városban élők elégedettsége a turisztikai infrastruktúrával és szolgáltatásokkal, a környezetvédelmi tanúsítvánnyal rendelkező vállalkozások számának alakulása, a fenntartható mobilitást szolgáló járművel érkező látogatók aránya, vagy például a látogatógazdaság által teremtett hozzáadott érték.” (Kovács, 2023)

2.3.3 A turizmus érdekeltjeinek és érintettjeinek szerepe a fenntartható turizmusfejlesztésben

Ahogy azt már a teherbíróképességgel kapcsolatban is említettem, vele együtt a fenntarthatóság, mint eszme is az 1960-as évektől megjelent a köztudatban és nem csak a politika színterére korlátozódott.

A **turizmusban résztvevő látogatókat**, illetve a **helyi lakosokat** magába foglaló csoportokban is megjelent a vágy, hogy tudatosan alakítsák életstílusukat. Fontos szerepet játszott megmozdulásukban a környezetvédelem és a fogyasztásról lemondás. Ezeket az irányzatokat ún. „korai ökoaktivistáknak” hívták, akik az alapszükségletekhez igazodó életmódot folytattak. Az 1990-es évekre az ideológiai komponens háttérbe szorult és a fogyasztást már nem az ökológia ellenségének tekintették, hanem inkább megpróbálták felfedni a kettő közötti különbséget. A cél már nem a lemondás volt, hanem az, hogy a fenntarthatóság életörömet okoz. Ekkor több társadalmi csoport is felkarolta az ökológiai témát. Az utóbbi húsz évben a fenntarthatóság egy új dimenziót nyert, előtérbe került az éghajlatváltozást, így az erre ható fogyasztói hatások is. E mellett a fogyasztók érzékenyebbe váltak arra, hogy milyen termékeket vesznek, honnan származik és hogyan kerültek bizonyos ételek és élelmiszerek forgalmazásba, amely sokszor élelmiszerbotrányhoz vezetett. Mindez rámutatott a nagyipari termelés gyenge pontjaira, ezzel is készítette a fogyasztókat, hogy befolyásolják a piacot. Mindezek egy új mozgalomhoz vezettek, ami Lifestyles of Health and Sustainability (LOHAS) néven vált ismertté. Fontos megemlíteni, hogy nem egy kimondott életstílusról van szó, hanem különböző életstílusokról, amelyek középpontjában a fenntarthatóság és az egészség áll. Választásuk nem csak az élelmiszereknél, de higiénés termékeknél, textíliák vásárlásánál és áram szolgáltatók kiválasztásánál is megmutatkozik, ebből következik, hogy ez a társadalmi csoport nyitott az alternatív turizmus kínálatára. Jellemző rájuk a társadalmi szerepvállalás:

támogatják a különféle petíciókat a fenntarthatósággal kapcsolatban, és bojkottálják azokat a cégeket, amelyek bizonyítottan károsítják a környezetet. Ez természetesen nem azt jelenti, hogy nem hajtanak fejet és fogadnak el korlátokat, ha az a fenntarthatóság érdekében vannak meghozva (például magasabb adók). A fenntartható termékek igényének hatására bizonyos piacok is megváltoztak, előálltak egy „ökobarát” alternatívával: az élelmiszer piacon megjelentek a biotermékek, a mobilitásban az elektromosság és a hibridautók, a wellnessben egyre több a természetes kozmetikum, ruhák biopamutból készülnek, és elterjedt az ökoárammal való energiaellátás is. A környezetvédelem és egészségtudatosság elterjedése ezen vásárlóknak köszönhetően hatással volt az egészség- és az ökoturizmus dinamikus fejlődésére, ez mellett utat nyitva más alternatív turisztikai termékekre is. (Gonda, 2022)

Egy másik hasonló csoport a Lifestyle of Voluntary Simplicity (LOVOS), melynek tagjai önkéntesen mondanak le felesleges fogyasztásról. A rohanó világgal szemben lelassulásra törekednek és nem igénylik a komplexitást. Céljuk az élet ritmusának tudatos csökkentése és a fogyasztásuk csökkentése. Ez nem azt jelenti, hogy a turizmust feleslegesnek tartják, szimplán más szolgáltatásokat vesznek igénybe: a főszezonokat a turizmusban elkerülik, olcsóságra törekedve, népszerűbb helyszínek számukra a nem felkapott desztinációk, nincsenek igényel komplex utazási csomagokra, közeli úticélt választanak és itt önellátóak, a helyi lakosokkal megpróbálnak integrálódni. Az előnyök és hátrányokat illetően elmondható, hogy hasonlít a lassú turizmus gyakorlatára. Bár kisebb környezetterheléssel jár, és az olcsó szolgáltatások kimagasló élményeket nyújtanak, mindez alacsony gazdasági hatást gyakorol a fogadó helyre. (Gonda, 2022)

A turizmusban résztvevő egyéneken kívül a **turizmus irányításnak** is fontos szerepe van a fenntartható turizmus fejlesztésében. A fenntarthatóság mértékét nagyban befolyásolják a turizmusfejlesztésre ható törvények és jogszabályok. Hazánkban a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 határoz meg hosszútávú fejlesztési terveket és célokat, amelyeknek érvényesülni kell a turizmussal kapcsolatban, többek között a fenntarthatóságot, a környezet- és klímatudatosságot és a turizmus helyi közösségekre gyakorolt hatását. (Irimiás – Jászberényi – Michalkó, 2019)

Mivel a területfejlesztés egy adott térség komplex fejlesztése, pont ezért a fenntarthatóság irányába tett lépések a fejlesztésen belül a helyszín típusától fog függeni, és hogy a helyi turizmus életciklusában hol tart jelenleg. Pont ezek a tényezők miatt nehéz egy általános elvrendszer és eszközrendszer kialakítása a fenntartható fejlesztés érdekében. Abból adódóan, hogy a turizmus rendszere összefonódik más ágazatokkal is, ha nem történik meg időben a negatív hatások megelőzése és kiküszöbölése, ez a társadalmi és a környezeti

dimenziók sérüléséhez vezethet, az egyre népszerűbb turisztikai desztinációk területén pedig az overturizmus fog nőni. Ebből következik, hogy a fenntartható térfejlesztéssel már nemzetközi szervezetek is foglalkoznak, amelyeknek célkitűzése a fenntartható turisztikai fejlesztés, a fejlesztési normák létrehozása és menedzselése; ezzel foglalkozik a **Globális Fenntartható Turizmus Tanácsa**, amely 2010-ben alakult meg. Egy másik hasonló szervezet is létre jött három évvel később, mely adatgyűjtéssel és ezek elemzésével foglalkozik, amelyek arra szolgálnak, hogy segítsenek felmérni egy desztináció fenntartható turizmus fejlesztését, ez a szervezet az Európai Turizmus Indikátorok Rendszere (ETIS). Egy a desztinációk népszerűsítésére a kulturális és környezeti fenntarthatóság elveire épülő program a Kiváló Európai Desztinációk.

Egy virtuális beszélgetés keretein belül **UNWTO** tagok és a **United Nations Food and Agriculture Organization (FAO)** ültek össze, hogy megvitassák, milyen módon lehetne a turizmus potenciálját kezelni, ami hatással van a vidéki térségekre és csoportokra. Valentina Superti a Tourism and Proximity in the European Commission's DG GROW igazgatója szerint az eddigi egészségügyi krízis utáni felépülés már most a turizmus szektor átformálásához vezet, amely csak az Európai Unióban ad munkát 23 millió embernek. Az agroturizmus az egyik kulcselemként lett meghatározva az országok gazdaságának fenntartásában és a felépülésben. Több területet is kihangsúlyoztak, amely segítené a turizmust; több vonzó munkalehetőség teremtése, az infrastruktúra fejlesztése (hotelek és közlekedési útvonalak) és a digitális technológia jobban történő bevonása a turizmusba. Az Európai Mezőgazdaság és Vidékfejlesztés igazgatója, Maciej Golubiewski úgy véli, hogy az agroturizmus megegyezik a fő céljaival a jelenlegi közös agrárpolitikával az Európai Unión belül. Ezt segíti a 2021-ben indított, évente választott legjobb turisztikai falvak (Best Tourism Villages) nemzetközi verseny, amely 2022-ben futotta második évét. (UNWTO, 2022)

Egy szintén fenntartható turisztikai program a **Global Tourism Plastics Initiative (Globális Turisztikai Műanyag Kezdeményezés)**, amely egyesíti turisztikai szektor mögött lévő víziót, és felszólítja a mögötte lévő műanyag szennyezés gyökereit. Segít a vállalkozásoknak, az államnak és más a turisztikában résztvevő érdekelteknek lépést tenni a fenntarthatóság felé. Különböző turisztikai szervezeteket arra ösztönöz, hogy 2025-ig tegyenek meg konkrét lépéseket: szabaduljanak meg a felesleges műanyagcsomagolástól és műanyag árucikkektől, tegyenek lépést az egyszer használatos műanyagról való áttérésre, mozduljanak, hogy a műanyag csomagolások 100%-ig újrahasznosíthatók, komposztálhatóak vagy lebomolhatóak legyenek, tegyenek lépéseket hogy az újrahasznosított csomagolások és cikkek használata

nőjön, társuljanak és fektessenek be, hogy az újrahasznosítás és komposztálás nőjön, és évente publikusan számoljanak be ezek a célok iránt tett lépéseikről. (Oneplanetnetwork, 2021)

A *Hotel Energy Solutions* (HES) az UNWTO egy másik projektje a fenntarthatóság érdekében, amely célja, hogy az energia hatékonyságot és az újrahasznosítható energiafelhasználást növelje a szektorban. A hotel szektor nem csak a legtöbb munkahelyet adja és a legtöbb gazdasági bevételt termeli a turizmuson belül, de a leg- energia intenzívebb is, pontosabban 2%-át a széndioxid kibocsátásnak a turisztikai szektor 5%-ból, ez a szektor teszi meg. A projekt lényege, hogy áthidalja a létező lyukat az újrahasznosíthatóenergia technológiák és ezek tényleges használata az SME (small and medium-sized enterprises) között. (UNWTO) Az ENSZ glasgow-i éghajlatváltozás konferenciáján (COP26) előálltak egy kordinált ötlettel a turizmusnak, ami segíteni fog felére csökkenteni a kibocsájtásokat 2030-ra. (UNWTO, 2022)

Egy **turisztikai vállalkozás, vagy létesítmény** esetében a fenntarthatóság és a fenntartható fejlesztés függeni fog a környező térség és a helyi társadalomra tett hatásaitól, ugyanakkor az sem mellékes, hogy egy új létesítmény megépítéséről vagy pedig egy meglévő és átalakítandó épületről van szó. Nemzetközi viszonylatban is védjegy ajánlások segítik a vállalkozókat fenntartható fejlesztések irányába, és a turistákat választásukban. Magyarországon a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége indította el a „Zöld szálloda” védjegyet, amelyet két évre nyernek meg a pályázó tagszállodák. Jelenleg a 2023-24-es évre 18 arany, 19 ezüst és 2 bronz fokozatú hotel rendelkezik a címmel. A **zöld szálloda** minősítés során (1. melléklet) a szállodáknak

- el kell érniük a minimum követelményeket,
- az éves bevallásokat időben be kell adniuk a környezetvédelmi hatóságok felé,
- rendelkezniük kell Környezetvédelmi szabályzattal,
- a pályázat mellé mellékelniük kell a következőket: fotó a hulladékgyűjtésről, a kiszámolt szénlábnyma és a melegkonyhához tartozó zsírfogó alkalmazásról nyilatkozatot,

A megszerzett kategória függ attól, hogy az „alap” kritérium hány százalékát kapják. Arany fokozat 90 % felett, ezüst fokozat 75-89 % között, bronz fokozat 60-74%, aki pedig ez alatt teljesít nem kap díjat. (Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége, 2022)

A Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (FATOSZ) lehetőséget biztosít az **ökoporta** minősítés megszerzésére. Az ökoporta egy környezetbarát vendégfogadó, amely három vagy négy napraforgós minőségkategóriába tartozik, környezetbarát és ez mellett hagyományőrző kialakítású, egy természetvédelmi érték/értékek közelében fekszik, kulturális tradíció őrző és helyi termékeket, élelmiszereket értékesít (baranyavidek.hu)

A környezettudatosság és a fenntarthatóság iránti elkötelezettség az éttermek világában is hódít. A világ legjobb éttermei és séfjei között is sokan törekednek az ökolábnyom csökkentésére és a fenntartható szemlélet beépítésére a vállalkozásukba. A *Dining Guide Römerquelle* 2020-ban adta át az első Fenntarthatósági Díjat, amelyet egy olyan étterem kapott, amely egész éven át komoly munkát folytatott a környékbeli elfeledett alapanyagot felfedezésében, és a „farm-to-table” koncepció megvalósításában, a díjat pedig az őrszentpéteri Pajta étterem séfje, Farkas Richard kapta. A díj elnyeréséhez első körben a következő kérdések merülnek fel: milyen a növényi és állati eredetű alapanyag aránya; a kínálat tartalmaz-e importált alapanyagokat; mennyire használja a környezetében beszerezhető alapanyagokat és végül mennyire veszik figyelembe a szezonalitást. Egy erős törekvés figyelhető meg a hazai alapanyagok felhasználására az éttermek részéről, ám ennek beiktatása a gyakorlatba és állandó jóminőségű alapanyagok beszerzése még nem egyszerű. A magyar állattartásnak és mezőgazdaságnak is fejlődnie kell hozzá, erre a fogyasztók gondolkodása és igényei is hatnak. Az (izeselet.hu, 2020) portál szerint az éttermek szempontjából a fenntarthatóságot két oldalról közelíthetjük meg: az alapanyag-felhasználás az egyik, másik pedig a csomagolóanyagok, hulladékok kezelése, ha lehet ezek újrahasznosítása, illetve a használt tisztítószeres és vegyi anyagok környezetbarát alternatív változatainak használata.

A **KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdaságért** zöld rendezvény védjegyét 2021-ben vezette be. A rendezvények minősítése során a környezeti vonatkozásai kerülnek górcső alá, beleértve a helyszínt, az étkezést, a szállítót, a közlekedést, a kommunikációt, az energiahasználatot és a környezetszennyezés megelőzését is. (KÖVET Egyesület, 2018)

Ahogy azt a fenti példák is mutatják, a turizmusban érintettek többek között a következő intézkedésekkel járulhatnak hozzá a fenntartható turizmus segítéséhez:

1. energiafelhasználás: megújuló energiaforrások használata, a környezetbarát gépészeti megoldások, energiatakarékos izzók és gépek használata, a megfelelő hőszigetelés és a szállodákban elektronikus zárrendszer bevezetésével a szoba áramellátására
2. hulladékkezelés: hulladékszelektálás, leselejtezett eszközök adományozása, újrahasznosítás, hulladék keletkezésének megelőzése például csomagolásmentes vásárlással, az egyszerhasználatos műanyag dobozok, evőeszközök leváltásával.
3. beszerzés: közeli termelőktől közvetlenül nagyobb kiszerelesben
4. vízhasználat és szennyvízkezelés: környezetbarát tisztítószeres használata, kétfázisú toalett és a víztakarékos csapok, környezetbarát vízforgató rendszerek alkalmazása és a csapadékvíz-hasznosítás, szürkevíz hasznosítása és a zsíros szennyvíz megfelelő kezelése. (Irimiás - Jászberényi - Michalkó, 2019)

A szezonális mind ahog gazdasági, úgy társadalmi és környezeti tekintetben is hatással van, így a kapacitástervezés és a kihasználtság tervezése szintén fontos lépés. A munkaerőgazdálkodás hatással van a társadalmi és gazdasági fenntarthatóságra, érdemes olyan képzéseket tartani, amelyek segítik a kollégák környezettudatosságának elmélyítését. Társadalmi felelősségvállalást segíti a különféle csapatépítő programok, és az adományozások.

A 2023 februárjában megrendezett Hungexpon a „*Vágyak és törekvések a fenntartható turizmusáért*” című konferencián hangsúlyt kapott, hogy a pandémia után újra nyitó turizmusnak zöldebbnek és fenntarthatóbbnak kell lennie, Gál Pál Zoltán ezzel magyarázta a témaválasztást. A konferencia során felmerült a balatoni kerékpáros turizmus élénkítése, a kerékpáros desztinációk piacra vitele. Emellett a Német Turisztikai Hivatal (DZT) fenntartható törekvéseit mutatta be Czeiszing Miklós, amiből megtudhattuk, hogy 2013 óta minden témájuk a fenntarthatósággal köthető össze, és 2015 óta a meghatározott 17 fenntarthatósági cél mentén szervezik a turizmust. A VIMOSZ (Turisztikai és Vendéglátó Munkaadók Országos Szövetsége) is több projekten dolgozik a fenntarthatóság érdekében, mint megtudhattuk Böröcz Lajos előadásában, ilyen projektek a jövő szakembereinek kinevelése, a vállalkozások segítése a „túlturistasodás” veszélyeivel szemben. A Budapest Airport tudatosan bánik erőforrásaival, törekszik az épületek hőszigetelésére, a hőközpontok korszerűsítésére és a hulladék újrahasznosítására. (Pintér, 2023)

2.3.4 Zero waste és a green tourism

A zero-waste mozgalom egy olyan új fajta filozófia, amely az embereket a hulladék termelés csökkentésére ösztönzi, és az erőforrások megőrzését is jelenti. A kifejezés először az 1970-es években bukkant fel egy amerikai vegyész, Paul Palmer használatában, akinek elve azon alapult, hogy minden anyagot újra kell használni, nem pedig kidobni. Cége, a Zero Waste Systems idővel a Szilícium-völgyben kidobott vegyi anyagok mindegyikének talált egy új felhasználási területet. Szó szerint lefordítva a kifejezés jelentése „nulla hulladék”.

Az 2002-ben létrejött **Zero Waste International Alliance** (Zéró Hulladék Nemzetközi Szövetség) célja egy standard meghatározása és a „zero waste” fejlődésének segítése volt a világban. 2018-ban újra definiálták, amely már magában tartalmazta a mozgalom irányító elveit, hogy egy globálisan elfogadható jelentéssel álljanak elő, ez pedig a következő lett: Zero waste: az erőforrások felhasználása felelősségteljes termeléssel, felhasználással, újra használatával és a termékek, csomagolás és felhasznált anyagok visszanyerése égetés nélkül és a

vízre, talajra és levegőre nincs kibocsátás, ami veszélyeztetné a környezetet vagy az emberi egészséget. (ZWIA, 2018)

A mozgalom **öt alapelvre** (5R) épül:

1. a refuse (elutasítás) lényege, hogy utasítsuk el a pazarlást és azt, amire nincs szükségünk, ezáltal is csökkentve a szennyezést és a hulladék termelését;
2. a reduce (csökkentés), azaz a felesleges vásárlás elhagyására, élelmiszerpazarlás és csomagolás nélküli vásárlás;
3. a reuse (újrahasználat) azt mondja, hogy kerüljük az egyszerhasználatos dolgokat, és használjunk újra felhasználható eszközöket a mindennapi életben, illetve azoktól a tárgyaktól amire már nincs szükségünk eladással, vagy elajándékozással váljunk meg, hogy csökkentsük a hulladék termelést, elromlott dolgaink megjavítása is jó példa erre;
4. a recycle (újrahasznosítás), amiben segíthet a hulladék szelektálása;
5. a rot (komposztálás) az élelmiszerek és szerves anyagok komposztálását jelenti, így természetesen le tud bomlani és kevesebb üvegházhatású gázt fog termelni.

A gazdaságban ez a módszer kevesebb fogyasztást jelent, hiszen csak a szükséges termékeket vásároljuk meg, ezzel is lassítva a gazdasági körforgást valamely szinten, viszont nem csak a természeti környezet és a közegészségügyet védi, de a globális felmelegedés lassításában is segít. (Greendex, 2022)

A **hulladékmentes turizmushoz** maguk a turisták is hozzá tudnak járulni, ha figyelnek arra, hogyan utaznak, és hogy a lehető legkevesebb hulladékot termeljék utazásuk során. Utazóként sokat segít a saját higiénés eszközök zero-waste változatának vitele. Újra használható eszközök vitele, mint például a saját palack, tote-táska, saját evőeszközök és ételhordó dobozok pakolás. Elemmel működő elektromos eszközök esetén, ha lehetséges egy hulladék-mentes alternatíva használata is sokat segíthet. Nyomtatott jegyek és dokumentumok helyett, sok esetben ezek a dokumentumok letölthetők és a telefonunkon tartható, térkép helyett egy alternatív megoldás az Offline Térkép használata a Google Térképtől. A szálláshelyen lehetséges jelezni, hogy nem kérünk törülköző és ágynemű cserét. Mindezek mellett pedig a zero-waste 5R alapelvének észben tartása is segíteni fog. (<https://jillonjourney.com/zero-waste-travel/>, 2022)

Nem csak az utazók tehetnek a zero-waste turizmusért, hanem a desztinációk is, különféle bevezetett gyakorlatokkal. Szardínia 2008-ban vezetett be egy új hulladék kezelési gyakorlatot, amelyek a következők voltak: biohulladék külön gyűjtése, hulladéklerakó adó növekedése, hogy egy párat megemlítsek, ezek segítségével 2016-ra már 60%-ot értek el, biohulladékból. Milánóban például három gyűjtési rendszert vezettek be: speciális

hulladékgyűjtés a vendéglátóhelyek, szállodák és üzleti tevékenységek számára, külön a háztartások számára és külön a szabadtéri piacok számára. Az organikus hulladék szétválasztásával az összes fennmaradó hulladék csökkent. Az első zero-waste hotel Szlovéniában egy szigorú szabályzattal állt elő a hulladék csökkentésére, a hulladék szelektálásával, törülközők és ágynemű újra használatával, sampon és szappantartók újra töltésével, ez mellett a hotel éttermében az alapanyagok és ételek újra használható dobozban tartásával. Mindez a helyi termelőkkel való közreműködésnek köszönhetően lett megvalósítható. (Bonnici - Bortolato, 2022)

A **zöldturizmus** hasonló fogalom az ökoturizmushoz és a fenntartható turizmushoz. Eleinte a fogalom és a zöldturizmus arra ösztönzi az embereket, hogy természeti helyeket látogassanak meg, és hatásukat a környezetre minimalizálják. Sajnos a kifejezésnek gyakran inkább van negatív jelentése, mint pozitív, ahogy egyre több szálláshely használta azt anélkül, hogy akármilyen lépést is tettek volna a fenntarthatóság érdekében, hamis üzenetet közvetítve a fogyasztók felé. (tudatosvasarlo.hu, 2022)

Azok a szálláshelyek, amelyek mégis tartják magukat a fenntarthatósághoz, általában felsorolják, hogy mivel is járulnak hozzá a környezet védelméhez. Ilyenek lehetnek például a környezetbarát tisztítószer használata, újrahasznosító programjaik vannak, vagy éppen a szobák kulcsát készítik fenntartható anyagokból. Érdelesebb a fenntarthatóturizmusra és az ökoturizmusra rákérteni, ha ilyen hotelben szeretnénk megszállni, hiszen azok újabbak, és van közöttük különbség is. Ezeket már egy előző fejezetben kifejtettem. (Parrish, 2020)

Az UNWTO 2021-ben előállt egy javaslat könyvvel a zöld utazáshoz, turizmushoz és gazdasághoz való áttéréshez. A biodiverzitás megőrzése az első pont, amit megemlítenek. Az értékek megőrzése a turizmuson keresztül magába foglalja az ellenőrző intézkedések támogatását az ökoszisztémára, ezzel is utat adva a turizmus szektornak, hogy hasznosítsa a megőrzési erőfeszítéseket. Ez mellett az élővilág megvédése az orvvadászoktól és eladásuktól, valamint a beható idegen fajok féken tartása a turizmuson keresztül is a helyreállító tervek között szerepeljen. Ezek mellett a kulturális és történelmi helyszínek rezerválásához is hozzájárul a turizmus. A természet alapú megoldásoknak megvan a lehetősége, hogy a további innovációkat a turizmusban egy fenntartható irányba vigyék el, miközben a turizmus környezetre kiható hatásait csökkentik. Az éghajlat intézkedésekbe tartozik a szénmonoxid termelés megfigyelése és jelentése turisztikai tevékenységekből, lelassítani a turisztikai műveletek karbon-dioxid kibocsájtását, és bevonni a turizmus szektort a karbon eltávolításába, mind természetes és technológiai módszerek használatával. (UNWTO, 2021)

3. Anyag és módszer

3.1 A vizsgálat tárgya

Kutatásom célja a magyar utazók fenntartható turizmushoz való hozzáállás, utazási szokásainak vizsgálata volt. Kíváncsi voltam arra, hogy a magyarok mennyire környezettudatosak utazásuk során, van-e különbség a belföldön és a külföldre való utazások tekintetében, döntéshatásoló tényező-e számukra, hogy egy céldesztnáció, illetve egy turisztikai szolgáltató „zöld” szemléletű-e. Vizsgálatom tárgyát képezte az is, hogy mennyire tartják saját magukat is felelősnek, ha a fenntartható turizmusról van szó, illetve, hogy van-e különbség az egyes korosztályok között a kérdésben, valamint, hogy a környezettudatos szemlélet kialakulásában van-e/volt-e hatása az elmúlt évek környezeti változásainak, elsősorban Covid-19 világjárványnak és az energiaválságnak.

3.2 Alkalmazott kutatási módszerek

A turisztikai kutatások módszertana rendkívül széleskörű, azt, hogy egy kutató melyik módszert választja leginkább a vizsgálat tárgyától, a kutatási kérdésektől és a hipotézisektől függ, hiszen a módszereknek a kérdésekre kell választ adniuk és alkalmasnak kell lenniük a hipotézisek igazolására (Mitev, 2019). Fontos, hogy a kutatást követően ésszerű és logikus következtetéseket tudjunk levonni.

Saját kutatásom során kvantitatív kutatási módszerem a kérdőíves megkérdezés volt. Úgy gondolom, hogy ennek a módszernek a lényege, hogy jól strukturált kutatást tudunk lefolytatni és könnyen átlátható, gyorsan feldolgozható adathalmazhoz juthatunk hozzá. A módszer hátránya, hogy a válaszadókkal nincs közvetlen kapcsolatunk a megkérdezés során, így az eredmények csak a feltett kérdések alapján értékelhetőek, mélyebb összefüggésekre nem kapunk választ. Előny azonban, hogy megfelelő kérdésfeltevés esetén maga a kutató nem befolyásolja a válaszadást, így nem az előzetesen felállított hipotézisek megerősítését támogatja Mitev (2019) és (Boncz, 2017) ajánlásai szerint a kérdések összeállításakor fontos figyelni arra, hogy a kérdésekre a megkérdezettek tudjanak és akarjanak is válaszolni, azaz egyrészt ne használjunk szakszavakat, másrészt ne feszegezzünk kellemetlen témákat. Ugyanígy fontos, hogy a válaszadás ne járjon túl sok erőfeszítéssel (ne tegyünk fel túl sok nyitott kérdést), hiszen az csökkenti a kérdőív kitöltésének hajlandóságát.

3.3 A kutatás körülményei

A nem reprezentatív kérdőíves megkérdezésemhez használt kérdőív (2.melléklet) 19 kérdést tartalmazott. Próbakérdezést követően a kérdőívet a Google kérdőívszerkesztő program segítségével véglegesítettem és önkitöltős módszert alkalmazva 2024. március 8-án osztottam meg saját Facebook és Instagram oldalamon, illetve más FB csoportokban, melyek a következők:

- Minden, ami utazás: <https://www.facebook.com/groups/490888378612923>
- Utazás hírek, turizmus, vendéglátás fórum – hírek hitelesen: <https://www.facebook.com/groups/utazashirek>

A felülreprezentáltság elkerülése érdekében hólabda módszert alkalmaztam, azaz arra kértem a kérdőív kitöltőket, hogy azt ők is osszák meg saját ismerőseik körében. A megkérdezést, melyre összesen 150 választ kaptam 2024. március 30-án lezártam.

3.4 Kutatási kérdések és a kutatás hipotézisei

Kutatási kérdéseim a következők voltak:

- Mennyire foglalkoztatja a magyar utazókat a fenntarthatóság kérdésköre utazásaik során? Jelent-e előnyt, ha egy szolgáltató egyértelműen „zöld” vagy „öko”?
- Aki a mindennapi életében fontosnak tartja a környezet védelmét, vajon utazásai során is elsődleges szempontként kezeli-e ezt?
- A környezettudatos utazók hajlandóak-e akár többet is fizetni a fenntartható szolgáltatásokért?
- Mennyire vannak tisztában a kérdőív kitöltői az „overtourism” fogalmával és problematikájával?
- Van-e különbség az egyes korosztályok szemléletében a fenntarthatósággal, környezettudatossággal kapcsolatban?

A kapcsolódó szakirodalmak megismerését követően összesen 5 hipotézist fogalmaztam meg:

- H1: A 35 év alattiak környezettudatosabban utaznak, és vesznek igénybe környezetbarát turisztikai szolgáltatásokat, mint az idősebb korosztályok.
- H2: Azon utazók, akik a mindennapi életük során is környezettudatosan élnek, az utazásaik során is betartják a fenntarthatóság alapelveit, fontosnak tartják, hogy fenntartható megoldásokat vegyenek igénybe utazásaik során is.

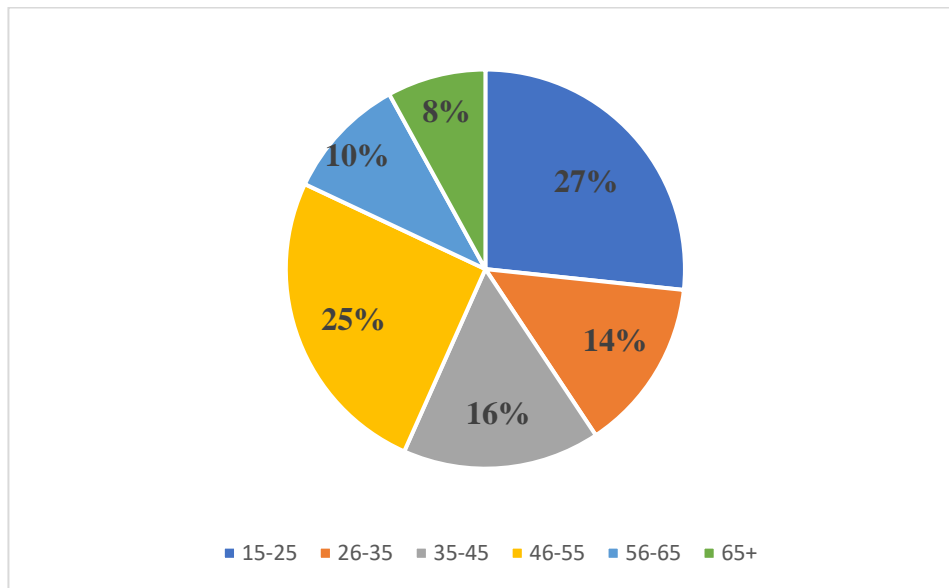
- H3: A fenntarthatóság és a környezetbarát szemlélet a legkevésbé a közlekedési eszköz kiválasztásánál érvényesül, míg leginkább a választott desztinációval és szálláshellyel szemben vannak elvárások.
- H4: Az emberek online felületeken több, a környezettudatos utazásra felhívó cikkekkel és tippekkel találkoznak, mint offline (pl.: újságokban), ezért az internet hatással van a környezettudatos szemlélet elterjesztésére.
- H5: A fenntartható szálláshelyért a kérdőívet kitöltők nem hajlandóak többet fizetni.

4. Eredmények

A kérdőívemre összesen 150-en válasz érkezett, válaszadóim 70 %-a – ahogy az általában a szolgáltatásokra vonatkozó kutatásokban megfigyelhető – hölgy volt. A legtöbb válasz a 15-25 éves korcsoportból érkezett (27%), velük szinte azonos a 46-55 éves korosztály részaránya (25%), míg a legkevesebb válaszadót a 65 év feletti korosztály adta (8%). (3. ábra)

3. ábra: A válaszadók (n=150) életkor szerinti megoszlása

Forrás: saját kutatás és szerkesztés



Mivel az utóbbi években a „fenntarthatóság” fogalma egyre jobban bekerült a köztudatba, a média is folyamatosan foglalkozik vele, biztos voltam abban, hogy az emberek ismerik a kifejezést. Ezzel ellentétben úgy gondoltam, hogy maga a fenntartható turizmus annyira nem lesz ismert az emberek számára. A válaszokból azonban kiderült, hogy a megkérdezettek 59%-a már találkozott magával a fogalommal, a legtöbben a 46-55 közötti korosztályból kerültek ki (23 fő, 30 %), míg a legkevesebben (4 fő, 5 %) a 65 év feletti korosztály tagjai.

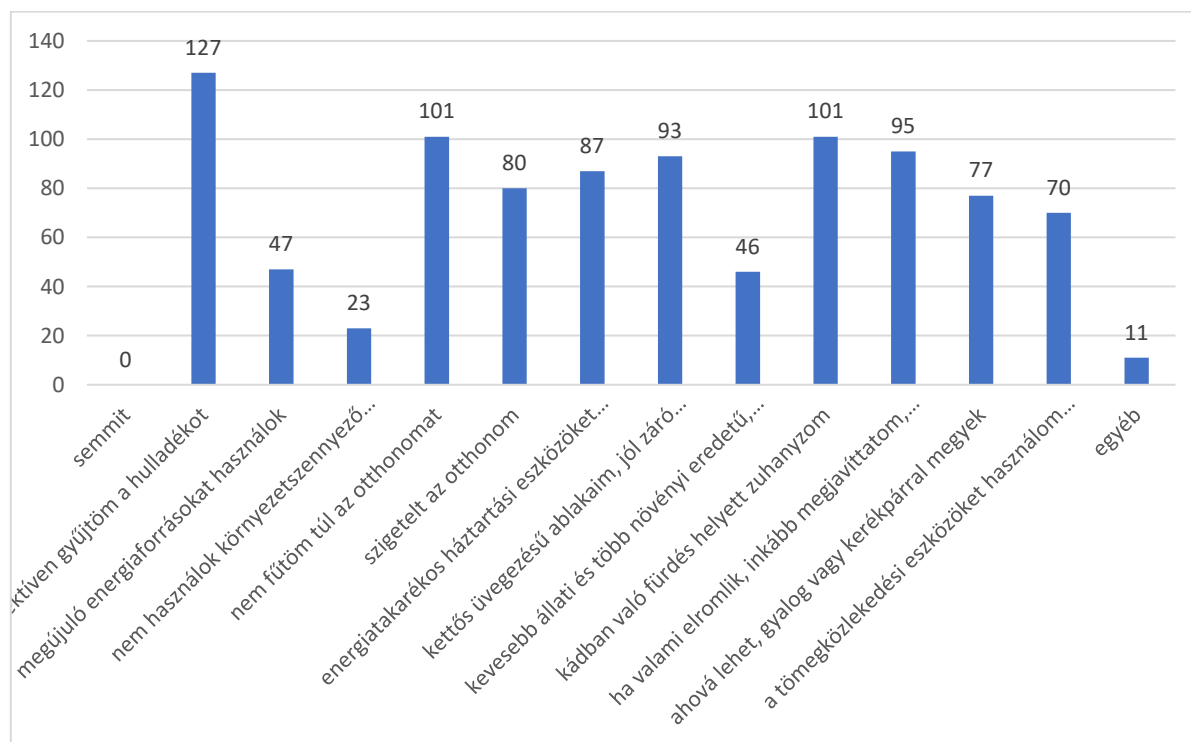
Spontán asszociációs kérdéssel akartam megtudni, hogy mi az, amit a fenntartható turizmussal összekötnek a válaszadók (4. ábra). Összesen 23 olyan választ kaptam, hogy a válaszadó nem ismeri, nem tudja, nem jut eszébe semmi a fogalomról. Jelentős különbség nem mutatkozott azok között, akik magával a fogalommal már találkoztak és azok között, akik még nem (lásd előző kérdés). Az összesen 62 nemleges válaszból 23 válaszadó nem tudott mit válaszolni a kérdésre. A legtöbbet előforduló válaszokat a 4. ábrán lehet olvasni.

A környezet védelme érdekében tett intézkedések közül a legtöbben szelektíven gyűjtik a hulladékot, amit a „nem fűtöm túl az otthonomat” és a „zuhanyozom kádban fürdés helyett” válaszok követtek (6.ábra). Az egyéb lehetőségeken elül a következőket válaszok érkeztek:

- nem vásárolok feleslegesen
- megpróbálok kevesebbet fogyasztani, vásárolni
- zero waste menstruációs eszközöket használok
- komposztálok,
- saját palackot használok az eldobható műanyag palackok helyett,
- mosható pelenkát használok gyerekeimnél,
- összeszedjük a szemetet az utcán,
- kertészkedem.

6. ábra: A környezet védelme érdekében tett intézkedések a mindennapokban

Forrás: saját kutatás és szerkesztés



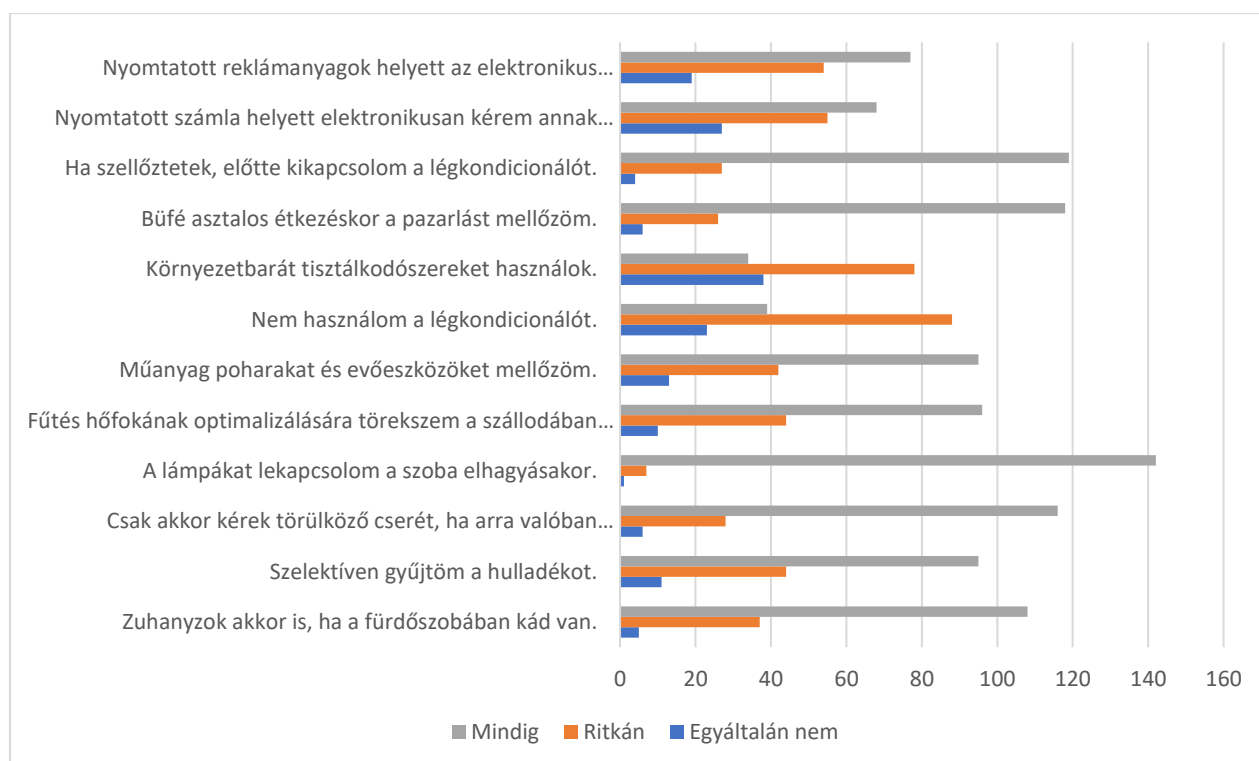
A válaszadók összességében közepes mértékben tartják magukat környezettudatos utazónak (3,4 súlyozott átlaga az összes kitöltésnek). Egyáltalán nem tekinti annak magát 1 fő, ő a 26-35 év korosztály tagja. Nagyon kicsit tekinti magát környezettudatosnak 4 ember, ők szintén a 26-36 év közötti korosztály tagjai. Az utazások során is teljes mértékben környezettudatosnak vallja magát 20 fő, többségük 36-45 évesek (7. ábra).

A válaszadók 72%-a számára nem fontos az igénybe vett szálláshely környezetvédelmi minősítése, azaz, hogy rendelkezzen „zöld” védjeggyel, és akik számára fontos (28%) szempont, is csak kevesebb, mint fele (43%) arányban lennének hajlandóak többet fizetni, hogy a szálláshely fenntarthatóan működjön.

Vizsgálva, hogy az utazások során a válaszadók mit tesznek a fenntarthatóság érdekében tartozó fenntartható kérdésekre a legtöbben a lámpák lekapcsolását említették mielőtt elhagyják szobájukat. Ezt – szinte azonos számban – követik, hogy nem igényelnek törülköző cserét feleslegesen, szellőztetés során a légkondicionálót kikapcsolják és büféasztalos étkezéseknél nem szedik túl tányérjukat, így is kerülve a felesleges pazarlást. Amelyre a leginkább nem figyelnek az emberek, az a környezetbarát tisztálkodó szerek használata. Ezt követően az elektronikus számla és reklámanyag következik. Ez számomra nem meglepő, hiszen az elektronikus reklámanyagról sok embernek inkább a spam e-mailek jutnak eszébe ezért nem akarnak ilyet kapni. (9. ábra)

9. ábra: Fenntarthatóságot támogató aktivitások a szálláshelyen tartózkodás során

Forrás: saját kutatás és szerkesztés



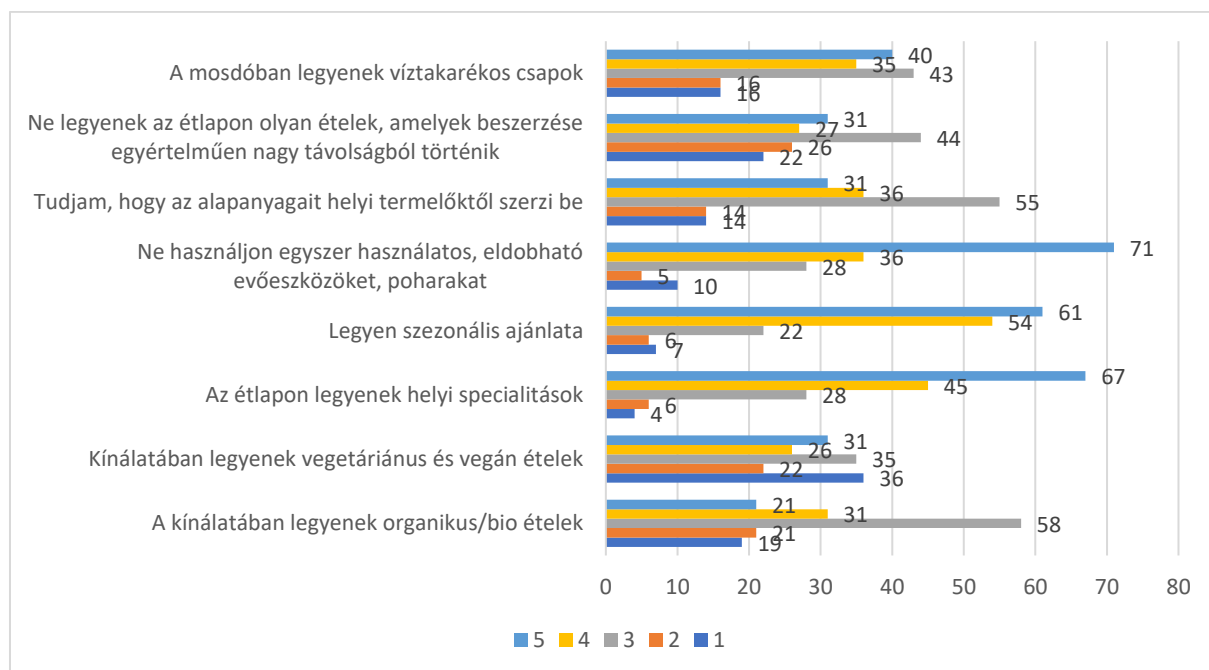
A vendéglátás fenntarthatóságát támogató „Felelős Gasztrohős” programról a kitöltők 76% még nem hallott annak ellenére, hogy az alapítvány gyakran szervez lakossági kampányokat, tippeket és recepteket osztanak meg, több programjuk szól tanulóknak (Gasztrohős Padtárs az

általános iskolásoknak, középiskolásoknak a Diák PróbátÉtel) is. Ismét vizsgálva az egyes korosztályok közötti eltéréseket legtöbbször a 46-55 közötti korosztályból ismerték a programot, bár közülük is csak tízen, míg legkevesebben a 15-25 közötti korosztályból hallottak róla eddig.

Ezt a gondolatmenetet követve, következő kérdésem az emberek vendéglátással kapcsolatos fenntartható elvárásait vizsgálta ismét 1-től 5-ig terjedő skálán, ahol 1-egyáltalán nem fontos, 5-teljes mértékben fontos a meghatározott szempont vonatkozásában. A legtöbbször teljes mértékben fontosnak tartották, hogy a vendéglátóhely ne használjon egyszerhasználatos műanyag evőeszközöket és poharakat, az étlapon legyenek helyi specialitások és a kínálat legyen szezonális. A legkevésbé fontosnak tartott szempontok, hogy a kínálatban szerepeljenek vegetáriánus és vegán ételek, illetve, hogy az étlapokon ne szerepeljen olyan étel, amely beszerzése nagy távolságból történik. (10.ábra).

10. ábra: Fenntarthatósági intézkedések fontossága a vendéglátásban

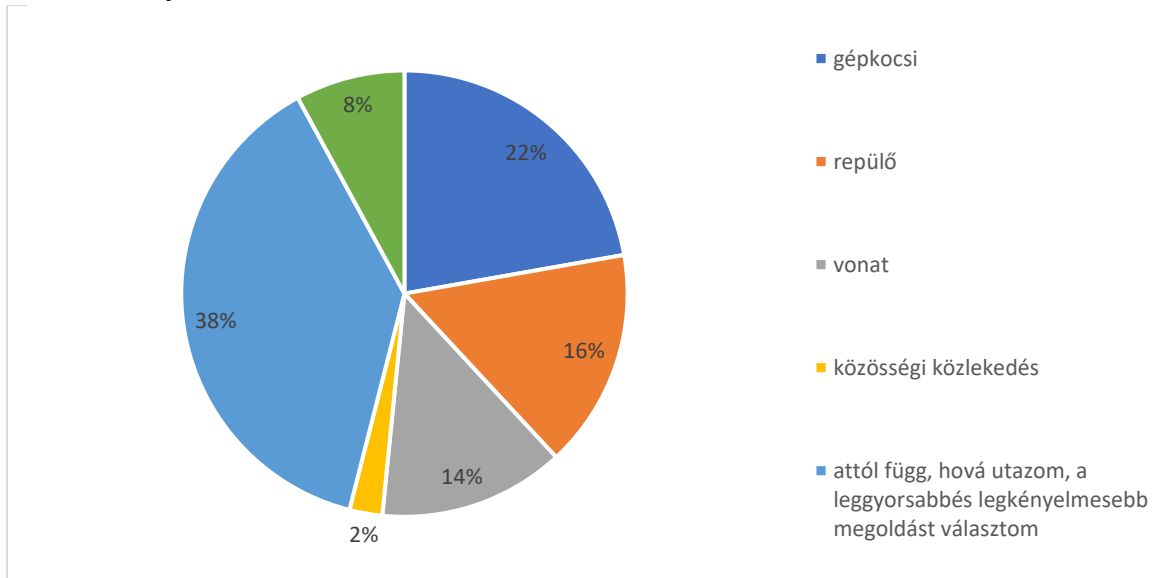
Forrás: szerkesztés és kutatás saját gyűjtött adatból



A fenntartható turizmus fontos területe a közlekedés, ezért válaszadóim közlekedési eszközökkel kapcsolatos preferenciáit is megvizsgáltam Külföldi utazásoknál a válaszadók 38%-a a felkeresni kívánt országba eljutást biztosító leggyorsabb és legkényelmesebb megoldást választja. A leginkább környezetbarát vasúti közlekedés csak a megkérdezettek 14%-nál jelent meg. (11. ábra)

11. ábra: Külföldre utazásnál preferált közlekedési eszközök

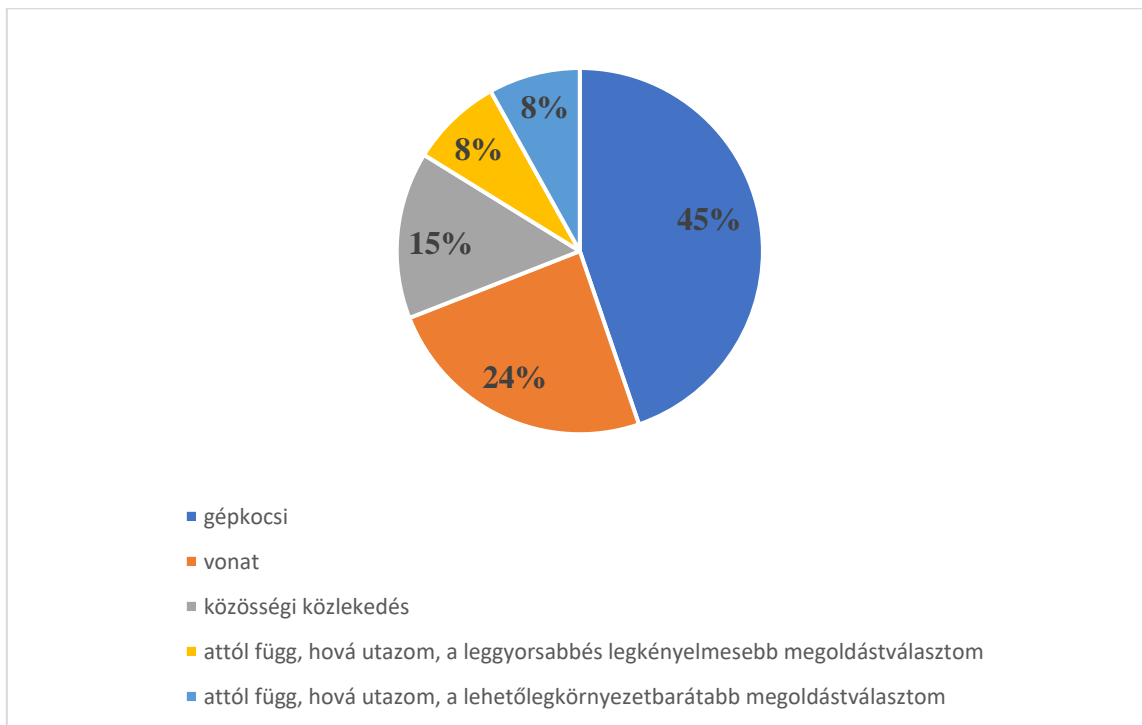
Forrás: saját kutatás és szerkesztés



A belföldi utazások esetében (12. ábra) a gépkocsi áll az első helyen (45%), amit a vonat (24%) követ. A lehető leg környezetbarátabb megoldást mindössze a válaszadók 8%-a választja. Közöttük a legnagyobb arányt a 15-25 év közötti korosztály képviseli.

12. ábra: Belföldi utazás során preferált közlekedési eszköz

Forrás: saját kutatás és szerkesztés



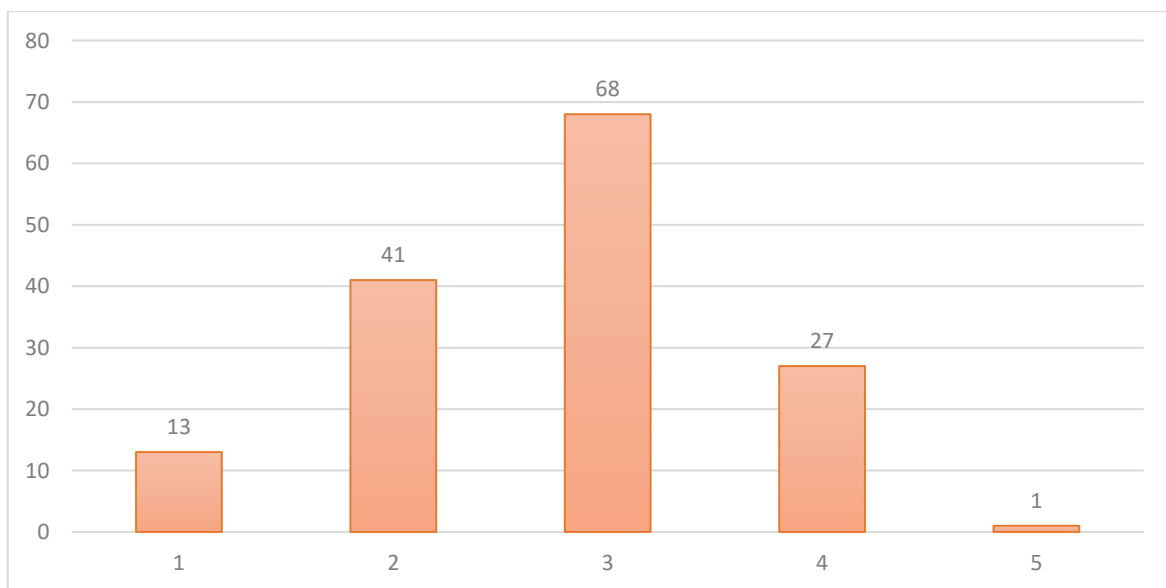
Környezetbarát utazási tippekkel, a kitöltők 33%-a közösségi médiában már látott. Online cikkben 22% online olvasott róla., míg 13% figyelmét e lehetőségre ismerőse hívta fel. A TV-

ből 8%, nyomtatott újságcikkéből 6% értesült. A kitöltők 18%-a még nem találkozott környezetbarát utazási tippel.

Kérdőívem utolsó kérdésével azt szerettem volna megtudni, hogy a válaszadók mennyire látják fenntartható ágazatnak a turizmust. A kérdést ismét egy 1-től 5-ig terjedő Likert-skálán kellett értékelniük, ahol az 1- egyáltalán nem, az 5 pedig teljes mértékben fenntarthatót jelentett. A legtöbben a közepes értéket (3) választották tartózkodva a valódi véleménynyilvánítástól. A válaszadók több, mint egyharmada (54 fő, 36%) nemleges irányba helyezte választát (13.ábra).

13. ábra: A kitöltők véleménye a turizmus környezetbarát voltáról

Forrás: saját kutatás és szerkesztés



4. Következtetések és javaslatok

Az előző pontban bemutatott kutatásom, illetve annak eredményei alapján kijelenthetem, hogy a kutatás megkezdése előtt megfogalmazott öt hipotézisem közül hármat igazolni tudtam, míg kettőt elvettem. (1. táblázat).

1. táblázat: Hipotézisek

(Forrás: saját szerkesztés)

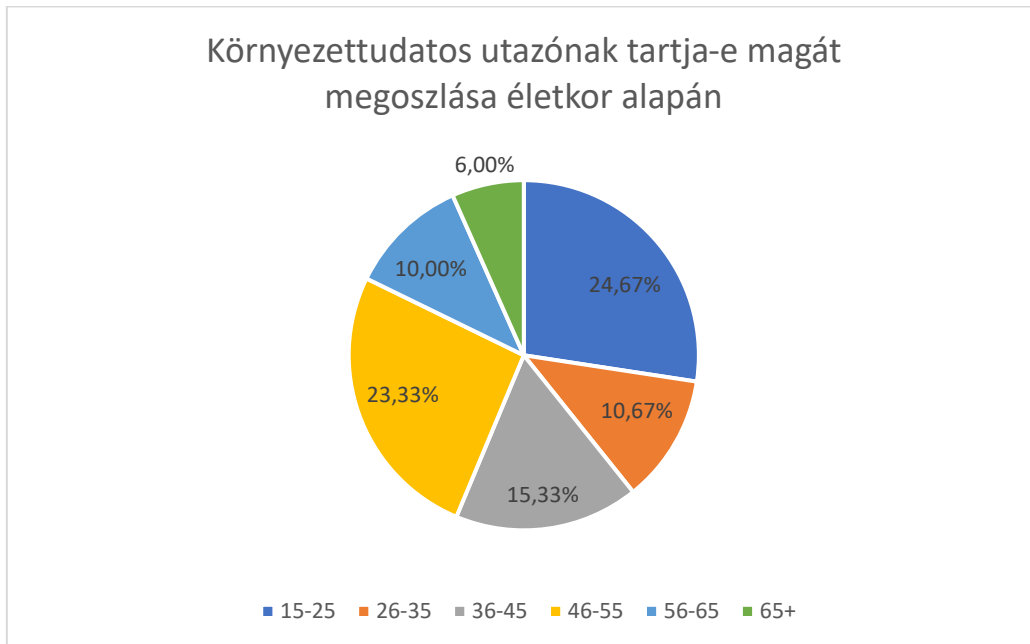
Hipotézis	Bizonyítás eredménye	Alternatív hipotézis
A 35 év alattiak környezettudatosabban utaznak, és vesznek igénybe környezetbarát turisztikai szolgáltatásokat, mint az idősebb korosztályok.	Nem igazolt	Mind az idősebb, mind a fiatalabb korosztály próbál arra figyelni, hogy környezettudatosabban utazzanak.
Azon utazók, akik a mindennapi életük során is környezettudatosan élnek, az utazásaik során is betartják a fenntarthatóság alapelveit, fontosnak tartják, hogy fenntartható megoldásokat vegyenek igénybe utazásaik során is.	Igazolt	Azon utazók, akik a mindennapi életük során is környezettudatosan élnek, az utazásaik során is betartják a fenntarthatóság alapelveit, fontosnak tartják, hogy fenntartható megoldásokat vegyenek igénybe utazásaik során is.
A fenntarthatóság és a környezetbarát szemlélet a legkevésbé a közlekedési eszköz kiválasztásánál érvényesül, míg leginkább a választott desztinációval és szálláshellyel szemben vannak elvárások.	Nem igazolt	A fenntarthatóság és a környezetbarát szemlélet addig érvényesül előnyben, amíg ez nem jelent plusz költséget, vagy nem okoz kellemetlenséget az utazó számára.

Az emberek online felületeken több, a környezettudatos utazásra felhívó cikkekkel és tippekkel találkoznak, mint offline (pl.: újságokban), ezért az internet hatással van a környezettudatos szemlélet elterjesztésére.	Igazolt	Az emberek online felületeken több, a környezettudatos utazásra felhívó cikkekkel és tippekkel találkoznak, mint offline (pl.: újságokban), ezért az internet hatással van a környezettudatos szemlélet elterjesztésére.
A fenntartható szálláshelyért a kérdőívet kitöltők nem hajlandóak többet fizetni.	Igazolt	A fenntartható szálláshelyért a kérdőívet kitöltők nem hajlandóak többet fizetni.

H1: Az első hipotézisem el kellett vetnem, ugyanis az adatok, amelyek kijöttek kérdőívemből cáfolják ezt. Én azt állítottam, hogy a 35 éven aluliaknak környezettudatosabban utaznak, viszont miután elvégeztem a számításaim ezzel kapcsolatban ez meg lett számolva. Hogy ezt kiszámítsam, két kérdést vettem alapul a kérdőívemből (2.melléklet), a kitöltők korára vonatkozóan, illetve a 7.kérdést, amely arra kérdez, rá, hogy mennyire tartja környezettudatos utazónak magát a kitöltő. Mivel skálán kellett megadni a választ, így azokat a válaszokat számítottam, amely 3 és felette volt (a skála 1-től 5-ig terjedt, 1 = egyáltalán nem, 2 = teljes mértékben), mivel úgy gondoltam, hogy ezeknek az utazóknak már fontos a környezettudatos utazás valamilyen szinten. Az eredményeim alapján az összes kitöltő 35,33%-a volt 35 év alatti és tartja magát környezettudatos utazónak, míg 54,67% 36 év feletti és tartja magát szintén környezettudatos utazónak (14.ábra).

14. ábra: Környezettudatos utazónak tartja-e magát megoszlása életkor alapján százaléokban

Forrás: kutatás és szerkesztés saját gyűjtött anyagból



H2: A második hipotézisemet is igazolni tudtam, hiszen azok a kitöltők, akik számára fontos a környezetvédelem, utazásaik során is figyelnek a fenntarthatóságra. Ezt két kérdésemből vettem össze, az 5.kérdésemből és a 7.kérdésemből (2.melléklet) amelyek arra kérdeznék rá, hogy mennyire fontos a kitöltőnek a környezetvédelem a mindennapokban, és mennyire tartja magát környezettudatos utazónak. Mivel mindkét kérdésre skálán kellett meghatározni a választ, így mindkét esetben azokat a válaszokat vettem alapul, amelyek a nagyon fontos végletet választották (4-5 pont a skálán). Ezek alapján kijött, hogy a válaszadók 100%-a környezettudatos utazónak tartja magát, aki a magánéletben és környezettudatosnak gondolja magát.

H3: Ez a hipotézisemet a kutatás eredményei megcáfolták, mivel a kérdések, amelyeket alapul vettem (2. melléklet) a zöld szálloda védjegyre és arra vonatkoztak, hogy az emberek hajlandóak lennének-e többet fizetni fenntarthatóan működő szálláshelyen szálljanak meg, és mindkét kérdésre több nemleges válasz érkezett. Míg a másik két kérdés, amit alapul vettem az utazók közlekedési szokásait elemezte, melynél belföldi utazásnál a gépkocsit választották legtöbben, míg külföldi útra a leggyorsabb és legkényelmesebb opciót.

H4: Hipotézisemet igazolja a 18.kérdésem (2.melléklet), ahol a kitöltők közül a legtöbben online felületeken találkoztak környezetbarát utazó cikkekkel.

H5: Hipotézisem a 12.kérdés (2.melléklet) igazolja, ahol a válaszadók többsége nemmel szavazott arra vonatkozóan, hogy fizetnének-e többet egy fenntarthatóan működő szálláshelyért.

Az UNWTO – ahogy arról szakdolgozatomban is szót ejtettem - több olyan szervezetet hozott létre az elmúlt évtizedekben, amelyek a turizmusban a fenntarthatóságra buzdítják a fogadóterületeket és a szolgáltatókat (ilyenek például: Kiváló Európai Desztinációk, Hotel Energy Solutions, Global Tourism Plastics Initiative és Best Tourism Villages stb.). Összevetve a fenntarthatóság érdekében tett intézkedéseket kutatásom eredményeivel, úgy gondolom, hogy mind a vendégek mind pedig a vendéglátók oldaláról egyre fontosabbá válik a kérdés. Fontos, hogy a szálláshelyek és desztinációk maguk is cselekedjenek a fenntarthatóság érdekében, ami egyrészt gazdálkodási (költséghatékonysági), másrészt versenyképességi tényező. Erre akkor is szükség van, ha a vendégek egy része erre még nem figyel oda. Vannak olyan lépések, amiket az utazások során maga az utazó tehet meg, hogy utazását felelősségteljesebbé, környezettudatosabbá tegye. Ezeket a desztinációk és a turisztikai szolgáltatók támogathatják. Ilyen lehet például, hogy a marketing tevékenység során hangsúlyt fektetnek a felelős utazást biztosító döntésekre, köztük például hangsúlyozzák,

- ha egy szolgáltató helyi tulajdonban van és/vagy helyből szerzi be az alapanyagokat (élelmiszerek, italok, megvásárolható ajándéktárgyak stb.), így ezek igénybevételével a vendég a helyi gazdaságot támogatja;
- hogy az egyszerhasználatos evőeszközök, vagy a műanyag palackok erős környezeti terhelést jelentenek, ezért azokat maguk sem használják, illetve lehetőséget biztosítanak például utántölthető palackok megvásárlására;
- ha zöld megoldásokat alkalmaznak az erőforrások terén és erre ösztönzik a vendégeket is konkrétan megnevezve, hogy mit tehetnek ők a környezet védelméért (a szállás és vendéglátóhelyek honlapján és közösségi média felületein, a létesítményben elhelyezett „zöld-sarkok” tájékoztató anyagai, interaktív játékaik segítségével stb.)

Mindenképpen fontosnak tartom megjegyezni, hogy a fenntartható, környezetbarát, felelősségteljes turizmussal kapcsolatos kommunikációban a tiltások és túlszabályozás helyett célravezetőbb olyan üzeneteket közvetíteni a látogatók, vendégek felé, amelyek a helyes, tudatos viselkedésük pozitív hatását hangsúlyozzák. Pozitív hatása lehet, ha a környezettudatos és felelős viselkedést kedvezményrel jutalmazzuk. Jó példa erre a francia Accor szállodalánc, amely extra törzsvendég pontokkal jutalmazza azokat a vendégeket, akik nem kérnek napi takarítást. Szintén érdekes megoldást alkalmaznak például Dániában, ahol egy vízi túrát meglehetősen magas áron szervező cég a vendégeknek kedvezményt ad, ha azok a túra során hajlandóak összeszedni a szemetet. A kedvezmény mértéke az összegyűjtött szemét mennyiségétől függ. Az út előtt a vendégek tájékoztatást kapnak arról, hogy tevékenységükkel milyen hasznot hajtanak a környezet számára.

A kutatásból kiderült, hogy azok számára sem elsődleges kérdés, hogy egy szolgáltató (például szálloda) „zöld” védjeggyel rendelkezzen, akik a mindennapokban alkalmaznak környezettudatos megoldásokat és felelős utazónak vallják magukat. Véleményem szerint ez abból is származik, hogy nincsenek tisztában azzal, hogy mit is jelent, ha egy szolgáltató jogosult ennek használatára. Ennek erőteljesebb kommunikálása is szükséges lenne.

A preferált belföldi és külföldi utazóeszköz használatára tett kérdésem eredményei sem tették egyértelművé a valódi környezettudatos szemléletet. Ahhoz, hogy belföldön például többen válasszák a közösségi- és tömegközlekedés valamilyen módját, elengedhetetlen az ehhez kapcsolódó infrastruktúra kiépítése és megfelelő üzemeltetése. Tapasztalatból tudom, hogy nehéz úgy tervezni például egy vasúttal való utazást, ha még az IC vonat is jelentős késéssel érkezik meg, vagy ha nincs megfelelő csatlakozás. A gépkocsi használata például így sokkal kényelmesebb és kézenfekvő sokak számára. Fontos a kerékpárút-hálózat kiépítése, fejlesztése, kerékpárkölsönzési lehetőségek biztosítása. Az elektromos és hibrid autók számára rendelkezésre álló töltőállomások megléte szintén ide tartozó kérdés.

Fontosnak tartom, hogy a fenntartható programokat nemzeti szinten is hirdessék. Bár hazánkban kitűzött hosszútávú célokat a Nemzeti Turisztikai Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 program, úgy gondolom ezeket kevesen ismerik. Fontos lenne ezeket jobban reklámozni és a köztudatba hozni, beépíteni az emberek mindennapjaiba. Sok válaszadóm például közömbösen állt ahhoz, hogy a turizmus ágazat mennyire környezetbarát, inkább az egyáltalán nem felé hajolva. A legtöbben szinte kizárólag online felületeken találkoztak környezetbarát utazási tippekkel. Integrált marketing kampányokkal a szemléletformálás és az emberek figyelmének felkeltése kívánatos lenne. Mivel a gyermek és fiatalkori szemléletformálás a leghatékonyabb, érdemes lenne az MTÜ „Kajla” programjába ezt jobban beemlíteni.

Egyetértek a GD-Consulting (2023) és Rátz (2024) felvetésével, hogy az utazások során a vendégekkel hosszabb ideig közvetlen kapcsolatban lévő munkatársak (elsősorban az idegenvezetők) sokat tehetnek a fenntarthatósági üzenetek átadására és a vendégek viselkedésének befolyásolására.

A fenntartható és felelősségteljes utazások elterjedéséért tehát mind a keresleti, mind a kínálati oldalnak dolgoznia kell. Úgy vélem, hogy a kínálati oldalnak kell megtenni az első lépéseket a fenntartható turizmus elterjedése és betartatása végett.

Összefoglalás

Szakedolgozatom témájának a fenntartható turizmust választottam. A turizmus a világ és nemzetgazdaságok kiemelt gazdasági ágazata, melynek számos pozitív hatása mellett vannak negatív hatásai is a környezetre, a helyi kultúrára és lakosokra. Fontos, hogy ezeket a negatív hatásokat csökkentsük. A helyi kultúra tisztelete, a környezeti erőforrások optimális felhasználása, a természeti örökség és biodiverzitás védelme a keresleti és a kínálati oldal feladata is. Az utazó öko-lábnymának csökkentésével, a szolgáltatók zöld megoldások alkalmazásával, a döntéshozók a helyi társadalom érdekeit figyelembe vevő fenntartható stratégiával és megfelelő kommunikációval tehetnek ezért.

A hozzám közelálló témát aktuálisnak tartom, úgy gondolom, hogy a fenntartható turizmus és a felelősségteljes utazások kérdései a köztudatban nem kapják meg azt a figyelmet, mint amire szükség lenne. Mivel a turizmus mozgatórugója valójában a kereslet, az utazók felelősségteljes, a fenntarthatóságot fontosnak tartó fogyasztói magatartása egyre nagyobb jelentőséggel bír. Kutatásom elsődleges célja éppen ezért elsősorban a magyarok témához való hozzáállásának megismerése volt.

Szakedolgozatomban először a kutatás elméleti háttérét mutattam be a témához kapcsolódó magyar és idegennyelvű szakirodalmak és egyéb forrásmunkák felhasználásával. A turizmus piacának bemutatását a rendszerszemléletű megközelítésének elveit alkalmazva végeztem. A turizmus trendjeinek bemutatását különösen fontosnak tartom, hiszen ezek ismerete elengedhetetlen mind a turisztikai fogadóterületek, mind pedig a vállalkozások számára. Mivel a tudatos és felelős fogyasztói magatartás terjedésére, a fenntartható fejlesztések fontosságára valamennyi általam megismert forrás kitért, ez alátámasztotta témaválasztásom helyességét és fontosságát. A teherbíróképesség és a fenntartható turizmus értelmezésének, alapelveinek és az az értékelési módszereinek bemutatását fontosnak tartottam, külön részletesen kitértem a turizmus érdekeltjeinek és érintettjeinek szerepére.

A szakirodalmak megismerése és feldolgozása után öt hipotézist fogalmaztam meg. Ezek bizonyítása és kutatási kérdéseim megválaszolása érdekében saját kutatást végeztem. Ahogy arra szakedolgozatom címében is utaltam, kérdőíves felmérésben a keresleti oldal fenntarthatósággal kapcsolatos gondolatait, viselkedését vizsgáltam. Hipotéziseim közül hármat igazoltam, míg kettőt elvettem. Ezt követően javaslatokat fogalmaztam meg.

Összességében úgy gondolom, hogy céloimat teljesítettem, kutatási kérdéseimet megválaszoltam. Kutatásom során további kérdések is felmerültek bennem, például:

- Az emberek, ha tudatában lennének annak, hogy az utazás céljául választott desztinációban túlturizmus van, illetve pontosabban ismernék annak hatásait, utaznának-e ezekre a helyre, vagy inkább választanának más desztinációt? Vajon az érdektelenség, vagy az információhiány jellemzőbb-e?
- Magasabb lenne-e a valóban környezettudatos utazók és utazások aránya, ha ez nem jelentene plusz költséget egyes esetekben?
- Mi az, amiért az utazók nem tartják fenntarthatónak a turizmus ágazatát? Milyen információkra alapozzák véleményüket?
- A COVID-19 járvány alatti pozitív változások a természetben mennyire ismertek? Ezek tudatában fontosabbnak tartja-e az utazó a fenntartható turizmust, mint korábban?

Remélem, hogy szakdolgozatom egy helyes áttekintést nyújtott a turizmusra, annak problémáira, és lehetséges megoldásokra, amelyek elterjesztése a köztudatban nem csak az ágazatot, de bolygónkat is segítené.

Irodalomjegyzék

1. Ashley, C., Roe, D., & Goodwin, H. (2001). Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor. *Development Southern Africa*, 19 (1), 61-82. doi:10.1080/03768350220123855
2. Ásványi, K. (2019). Felelős Turizmus. In A. Irimiás, M. Jászberényi, & G. Michalkó, *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése* (old.: 182-192). Akadémiai Kiadó. doi:10.1556/9789634544081
3. Ásványi, K. (2022). *Fenntarthatóság a turizmusban*. Akadémiai Kiadó. doi:10.1556/9789634547860
4. Boncz, I. (2017). *Kutatásmódszertani Alapismeretek*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar. Letöltés dátuma: 2024. 04. 03, forrás: https://www.etk.pte.hu/protected/OktatasiAnyagok/%21Palyazati/sport/Kutatasmodszertan_e.pdf
5. Bonnici, T., & Bortolato, A. (2022. 09. 28). *Working towards zero waste in touristic destinations*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 06, forrás: [zerowastecities.eu: https://talpalatnyitortenetek.hu/hulladekmentes_utazas/](https://talpalatnyitortenetek.hu/hulladekmentes_utazas/)
6. Csapó, J. (2019). *A turizmuspolitika és turizmusirányítás elmélete és gyakorlata az Európai Unióban*. Akadémia Kiadó. doi:10.1556/9789634544838
7. Csete, M. (2011). *Regionális és környezetgazdaságtan*. Budapest: Edutus Főiskola. Letöltés dátuma: 2024. 02. 14, forrás: https://dtk.tankonyvtar.hu/bitstream/handle/123456789/11936/2010-0017_15_reg_kornygazdtan.pdf?sequence=1&isAllowed=y
8. Csorba, G. (2017. 05.23). Fenntartható turizmus. Letöltés dátuma: 2023. 01. 03., forrás: https://www.parlament.hu/documents/10181/1202209/Infojegyzet_2017_41_fenntarthato_turizmus.pdf/47b870e8-9c07-4268-b7e6-db0466b02da3
9. Dávid, L., Jancsik, A., & Rátz, T. (2007). *Turisztikai erőforrások: A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása*. Budapest: Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt. Letöltés dátuma: 2023. 06. 12, forrás:

- https://www.kodolanyi.hu/konyvtar/images/tartalom/File/kiadvanyok/david_jancsik_rat_z_turisztikai_eroforrasok_2.pdf
10. Gonda, T. (2022). *Alternatív turizmus*. Budapest: Akadémia Kiadó. Letöltés dátuma: 2022. 10. 27., forrás: <https://mersz.hu/gonda-alternativ-turizmus/>
 11. Gonda, T., Kaposi, Z., Raffay, Z., & Varga, G. (2020). *A vendéglátás jövője*. elektronikus kiadás: PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet. Letöltés dátuma: 2023. 03 05, forrás: <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23658/gonda-kaposi-raffay-varga-a-vendeglatas-jovoje-pte-ktk-pecs-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 12. Goodwin, H. (2016. 10. 27). *Overtourism: What is it and how do we address it?* Letöltés dátuma: 2023. 03. 02, forrás: [responsibletourismpartnership: https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/](https://responsibletourismpartnership.org/overtourism/)
 13. Hardi, P., & Zdan, T. (1997). *Principles is Practice*. Canada: The International Institute for Sustainable Development. Letöltés dátuma: 2023. 10. 18., forrás: <https://www.iisd.org/system/files/publications/bellagio.pdf>
 14. Ipacs, T. (2022. 07. 12). *A jövő turizmus trendjei*. Letöltés dátuma: 2022. 12. 30, forrás: [trademagazin.hu: https://trademagazin.hu/hu/a-jovo-turizmus-trendjei/](https://trademagazin.hu/hu/a-jovo-turizmus-trendjei/)
 15. Irimiás, A., Jászberényi, M., & Michalkó, G. (2019). *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai Kiadó. doi:10.1556/9789634544081
 16. Kardos, Z. (2011). *Turisztikai ismeretek*. Keszthely: Pannon Egyetem. Letöltés dátuma: 2022. 12. 30, forrás: https://dtk.tankonyvtar.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/8154/turisztikai_ismeretek.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 17. Kovács, B. (2023. 04 22). *Újturizmus receptje: összetevők 27 tételben*. Letöltés dátuma: 2024. 04 14, forrás: [good-deal.at: https://www.good-deal.at/turizmuskocka-27tetelben/](https://www.good-deal.at/turizmuskocka-27tetelben/)
 18. Lengyel, M. (2004). *A turizmus általános elmélete*. Budapest: Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája. Letöltés dátuma: 2023. 06. 12
 19. McKinsey&Company. (2017. 12. 20). *Coping With Success Managing overcrowding in tourism destinations*. Letöltés dátuma: 2023. 03. 02, forrás: [mckinsey.com: https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations](https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations)

20. Michalkó, G. (2016). *Turizmológia*. Akadémia Kiadó. doi:10.1556/9789630597173
21. Mill, C. R., & Morrison, M. A. (2002). *The Tourism System* (hatodik. kiad.). Dubuque: Kendall Hunt Publishing Company. Letöltés dátuma: 2023. 06. 13
22. Miller, G. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers. *Tourism Management*, 351-362. Letöltés dátuma: 2023. 10. 18, forrás: [https://pdf.sciencedirectassets.com/271716/1-s2.0-S0261517700X00465/1-s2.0-S0261517700000674/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEI7%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJGMEQCIHpTs4PPVpJ2jpynUm0FK68qx54iSgnV4SKD1dlw%2FI5FAiBO1kFO3LpxWF](https://pdf.sciencedirectassets.com/271716/1-s2.0-S0261517700X00465/1-s2.0-S0261517700000674/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEI7%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJGMEQCIHpTs4PPVpJ2jpynUm0FK68qx54iSgnV4SKD1dlw%2FI5FAiBO1kFO3LpxWF)
23. Mitev, A. Z. (2019). *Kutatásmódszertana turizmusban*. Letöltés dátuma: 2024.04.02, Budapest: Akadémia Kiadó. doi:10.1556/9789634544135
24. Parrish, T. (2020. 04. 21). *The Differences Between Green Tourism, Ecotourism and Sustainable Tourism*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 06, forrás: [theculturetrip.com: https://theculturetrip.com/north-america/usa/articles/what-is-the-difference-between-green-eco-and-sustainable-tourism/](https://theculturetrip.com/north-america/usa/articles/what-is-the-difference-between-green-eco-and-sustainable-tourism/)
25. Pintér, T. (2023. 02. 23). *Zöldebb és fenntarthatóbb turizmusra van szükség*. Letöltés dátuma: 2023. 03. 03, forrás: [turizmus.com: https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/a-korabbinal-zoldebb-es-fenntarthatobb-turizmusra-van-szukseg-1185465?utm_source=turizmus.com+bulletin&utm_campaign=56bccaee0f-EMAIL_CAMPAIGN_2023_02_23_08_32_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_a522800983-48b64e2eea](https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/a-korabbinal-zoldebb-es-fenntarthatobb-turizmusra-van-szukseg-1185465?utm_source=turizmus.com+bulletin&utm_campaign=56bccaee0f-EMAIL_CAMPAIGN_2023_02_23_08_32_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_a522800983-48b64e2eea)
26. Puczko, L. (1999). 32. Budapest. Letöltés dátuma: 2023. 01. 06., forrás: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/204/1/puczko_laszlo.pdf
27. Szántó, Z. (2020. 12. 15). *Fenntartható turizmus a koronavírus-járvány után*. Letöltés dátuma: 2023. 03. 02, forrás: [turizmus.com: https://turizmus.com/szabalyozas-orzagmarketing/fenntarthato-turizmus-a-koronavirus-jarvany-utan-1172868](https://turizmus.com/szabalyozas-orzagmarketing/fenntarthato-turizmus-a-koronavirus-jarvany-utan-1172868)
28. Szerdahelyi, K. (2021). Turizmus a pandémia után. *Turizmus.com*, 28-30. Letöltés dátuma: 2023. 06. 12

29. Tasnádi, J. (1998). *A turizmus rendszere*. Szolnok: Kereskedelmi és Gazdasági Főiskola.
Letöltés dátuma: 2022. 12. 30
30. Vargáné Csobán, K. (2005). A turizmus fenntarthatóságának értékelése. *Agrártudományi Közlemények*, 414-421. Letöltés dátuma: 2024. 02. 14, forrás: https://www.researchgate.net/publication/336214997_The_Assessment_of_Sustainable_Tourism
31. Vargáné Csobán, K. (2010). *A fenntartható turizmus vidékfejlesztési összefüggései az Észak-Alföldi régió példáján*. Debrecen: Debreceni Egyetem. Letöltés dátuma: 2023. 10. 18, forrás: <https://dea.lib.unideb.hu/server/api/core/bitstreams/ac23b1cc-1464-4690-b0c3-6955523d1e37/content>

Internetes források

1. baranyavidek.hu. (dátum nélk.). *Ökoporták*. Letöltés dátuma: 2023. 12. 05, forrás: baranyavidek.hu: <https://www.baranyavidek.hu/hu/okoportak.htm>
2. cbi.eu. (2023. 06. 08). *The European market potential for community-based tourism*. Letöltés dátuma: 2024. 04. 03, forrás: cbi.eu: <https://www.responsibletravel.com/holidays/community-based-tourism/travel-guide>
3. CEETO. (2018). *Kézikönyv a fenntartható turizmus jó gyakorlatáról a védett területeken*. 10-12. Letöltés dátuma: 2023. 01. 02, forrás: <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/Handook-Sustainable-Tourism-HU-CEETO-Interreg.pdf>
4. Eionet. (2018. 12. 18). *A fenntartható fejlődés fogalma*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 02, forrás: Európai Környezeti Információs és Megfigyelő Hálózat: <https://eionet.kormany.hu/a-fenntarthato-fejlodes-fogalma>
5. ENSZ. (2015). *Agenda 2030*. Letöltés dátuma: 2023. 12. 05, forrás: ensz.kormany.hu: <https://ensz.kormany.hu/agenda-2030>
6. gasztrohos.hu. (dátum nélk.). *Felelős Gasztrohős*. Letöltés dátuma: 2024. 03. 29, forrás: gasztrohos.hu: <https://www.gasztrohos.hu/misszionk>
7. Green Ideas For Tourism. (2015). *Sustainable tourism*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 02, forrás: Green Ideas For Tourism: <http://www.greentourism.eu/en/Post/Name/SustainableTourism>

8. Greendex. (2022. 03. 29). *Zero Waste*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 06, forrás: greendex.hu: <https://greendex.hu/zero-waste/>
9. GSTC. (2022). *GSTC Industry Criteria*. Letöltés dátuma: 2024. 04. 14, forrás: for Hotels & Tour Operators: <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria/>
10. <https://jillonjourney.com/zero-waste-travel/>. (2022. 10. 18). *Zero waste travel- 14 ways to avoid trash on your next trip*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 06, forrás: jillonajourney.com: <https://jillonjourney.com/zero-waste-travel/>
11. izeselet.hu. (2020. 03. 10). *Legyen zöld! Hódít a környezettudatosság az éttermek világában*. Letöltés dátuma: 2023. 03.03, Forrás: Ízesélet a gasztrobarangoló: <https://izeselet.hu/magazin/legyen-zold-hodit-a-kornyeztudatossag-az-ettermek-vilagaban/>
12. KÖVET Egyesület. (2018). *Zöld Rendezvény Minősítés*. Letöltés dátuma: 2023. 03. 03, forrás: KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdaságért: <https://kovet.hu/zold-rendezveny-minosites/>
13. Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége. (2022. 07. 13). *Zöld Szálloda 2023-24 pályázat*. Letöltés dátuma: 2023. 03. 03, forrás: hah.hu: <https://www.hah.hu/palyazatok/zold-szalloda/zold-szalloda-2023-24-palyazat/>
14. NAK. (2024. 02. 19). *Készül az agroturizmus stratégiája*. Letöltés dátuma: 2024. 04. 03, forrás: nak.hu: <https://www.nak.hu/tajekoztatasi-szolgalattas/rel-egyuttmukodes/106833-keszul-az-agroturizmus-strategiaja>
15. Oneplanetnetwork. (2021). *Sustainable Tourism Programme Global Tourism Plastics Initiative*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 05, forrás: One planet handled with care: <https://www.oneplanetnetwork.org/programmes/sustainable-tourism/global-tourism-plastics-initiative>
16. tudatosvasarlo.hu. (2022. 06. 20). *Mi az a greenwashing, a zöldre festés, és mi a baj vele?* Letöltés dátuma: 2023. 12. 05, forrás: tudatosvasarlo.hu: https://tudatosvasarlo.hu/zoldre-festes-kisokos-mi-a-greenwashing/?gclid=Cj0KCQiAsburBhCIARIsAExmsu5VmxUG8GKx3k9RuTFTM0UM22oU5eJP7ScoGW2FpyRGPoI86FO_O8waAjImEALw_wcB
17. UN (2007): *Indicatore of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies* (harmadik. kiad.). New York: Division for Sustainable Development. Letöltés dátuma:

2023. 10. 18, forrás:
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/guidelines.pdf>
18. UNEP-WTO (2005): Letöltés dátuma: 2023. 01. 05., forrás:
https://www.parlament.hu/documents/10181/1202209/Infojegyzet_2017_41_fenntarthato_turizmus.pdf/47b870e8-9c07-4268-b7e6-db0466b02da3
19. UNWTO. (1989). The Hague Declaration on Tourism. World Tourism Organization (UNWTO). 3., old.: 3-24. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). doi:10.18111/unwtodeclarations.1989.03.01
20. UNWTO (1995. 04. 27): Charter for Sustainable Tourism. Lanzarote, Spanyolország. Letöltés dátuma: 2023. 12. 05, forrás:
<https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/03.%20Charter%20for%20sustainable%20tourism.PDF>
21. UNWTO (2021): Recommendations for the transition to a green travel and tourism economy. Madrid, Spanyolország. doi:10.18111/9789284422814 Letöltés ideje: 2023. 01. 09
22. UNWTO (2022): *Climate Action*. Letöltés dátuma: 2023. 01 05, forrás: unwto.org:
<https://www.unwto.org/sustainable-development/climate-action>
23. UNWTO (2022. 04. 08): *The taste of sustainability: a virtual coffee on agrotourism, food and better life*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 05, forrás: unwto.org:
<https://www.unwto.org/news/the-taste-of-sustainability>
24. UNWTO (2022. 11. 23): *Tourism recovery accelerates to reach 65% of pre-pandemic levels*. Letöltés dátuma: 2022. 12. 30, forrás: unwto.org: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-11/UNWTO_Barom22_06_November_EXCERPT.pdf?VersionId=kNOL3rNMSaYFz0XizmRo0EU8x3cVZpOk
25. UNWTO (2023. 01. 17): *TOURISM SET TO RETURN TO PRE-PANDEMIC LEVELS IN SOME REGIONS IN 2023*. Letöltés dátuma: 2023. 07 04, forrás: unwto.org:
<https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023>

26. UNWTO (dátum nélk.): *Hotel Energy Solutions (HES)*. Letöltés dátuma: 2023. 01 05, forrás: unwto.org: <https://www.unwto.org/hotel-energy-solution>
27. UNWTO: (2018. 09 20). UNWTO Tourism Highlights - 2018 Edition. Madrid, Spanyolország. doi:10.18111/9789284419685 Letöltés dátuma: 2022. 12. 30
28. Wedding Stars (2021. 06. 03): *Mi az agroturizmus? - Kisvállalkozási trendek*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 03, forrás: Wedding Stars: <https://weddingstars.hu/mi-az-agroturizmus-kisvállalkozasi-trendek/>
29. ZWIA (2018. 12. 20): *Zero Waste Definition*. Letöltés dátuma: 2023. 01. 06, forrás: [zwia.org: https://zwia.org/zero-waste-definition/](https://zwia.org/zero-waste-definition/)

Ábrák és táblázatok jegyzéke

1. ábra: Turizmus térpályái	6
2. ábra: A nemzetközi turizmus alakulása 2023 első negyedévét beleszámítva.....	8
3. ábra: A válaszadók (n=150) életkor szerinti megoszlása.....	32
4. ábra: Fenntartható turizmussal kapcsolatos asszociációk	33
5. ábra: Környezetvédelem fontossága a mindennapokban.....	33
6. ábra: A környezet védelme érdekében tett intézkedések a mindennapokban.....	34
7. ábra: Önértékelés az utazás alatti környezettudatosságról.....	35
8. ábra: A túlturizmussal kapcsolatos asszociációk (n=114 válasz)	35
9. ábra: Fenntarthatóságot támogató aktivitások a szálláshelyen tartózkodás során	36
10. ábra: Fenntarthatósági intézkedések fontossága a vendéglátásban.....	37
11. ábra: Külföldre utazásnál preferált közlekedési eszközök	38
12. ábra: Belföldi utazás során preferált közlekedési eszköz	38
13. ábra: A kitöltők véleménye a turizmus környezetbarát voltáról.....	39
14. ábra: Környezettudatos utazónak tartja-e magát megoszlása életkor alapján százalékban	42
1. táblázat: Hipotézisek.....	40

Mellékletek

1. számú melléklet

A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége „Zöld szálloda” önértékelő táblázata

Sorsz.	Megnevezés	Max. pont	Megjegyzés, szükséges igazolások
1. téma: Tájékoztatás			
1.	A hotelnek van környezetvédelmi felelőse és környezetvédelmi programja	2	Megnaezés, feladatai, jegyzőkönyvek
2.	A menedzsmnt és a dolgozók kapnak környezetvédelmi oktatást	2	Oktatási anyag vázlata, jelenléti ív
3.	Évente legalább egy átfogó környezet-védelmi és energetikai ellenőrzést tartanak a szállodában, az eredményeket és az akcióttervet dokumentálják	2	Jegyzőkönyv kivonat + akcióterv
4.	Tájékoztatják a vendéget a szálloda környezetvédelmi munkájáról	2	Tájékoztató anyag, fotó
5.	Van kapcsolat környezetvédő szervezettel, tevékeny részvétel környezetvédelmi akcióban	2	<i>pl. Szemétszedés, faültetés</i> Fotók, tevékenység igazolása
6.	Környezetbarát közlekedést ajánlanak a vendégnek	2	<i>pl. Green taxi, tömegközlekedés, kerékpár</i> Fotók, tájékoztatók
A témában elérhető pontszám:		12	
2. téma: Energia			
1.	A fogyasztások napi mérése / gáz, villamos energia	6	Írásos dokumentáció, mérőlapok, mutatószámok: 1 kiadott szobára jutó...
2.	Energiatakarékos égők használata a közösségi helyiségekben	2	<i>pl: Fénycsövek (T5, T8, kompakt), LED-es világítótestek</i> (Fotók)
3.	Energiatakarékos égők mindenhol, ahol lehet LED	4	<i>Közösségi terek, állandó megvilágítású helyiségek. Elfogadott megoldások pl. Fénycsövek (T5, T8, kompakt), LED-es világítótestek</i> (Fotók)
4.	Alkalmaznak hővisszanyerős megoldást	3	<i>pl. Légkezelő berendezések hővisszanyerővel; Hulladékhő hasznosítás; Hővisszanyerés melegvizes rendszereken Termásvíz hőhasznosítás, stb.</i> (Fotók vagy műszaki rajz)
5.	Fázisjavító berendezést alkalmaznak	1	Fotó
6.	Megújuló energiaforrást használnak	7	<i>pl. Hőszivattyúk, napkollektorok, napelemek, stb</i> Fotó, dokumentáció
7.	A gépészeti berendezések csövei, csőrendszerei hőszigeteltek	2	<i>pl. szigetelés a fűtési, hűtési, melegvíz rendszereken</i> Fotó

8.	Az épület ablakai hőszigeteltek/hővédő fóliával ellátottak, alkalmaznak árnyékolási technikát	2	Fotó
9.	Az épület szerkezet hőszigetelt	1	Fotó vagy dokumentáció
10.	Szobai kártyás kapcsoló / főkapcsoló használata a vendégszobában	2	<i>A világítás, a szobai dugaljak, illetve a légkondicionáló berendezés csak a jelenlét esetén üzemel</i> Fotó vagy dokumentáció
11.	A közösségi és személyzeti terekben jelenlétérzékelős világítási rendszer	2	Illusztráció, fotó
12.	Épületfelügyeleti rendszer használata	2	<i>pl. Épületautomatika / épületfelügyeleti rendszer van kiépítve, amely az épületgépészeti és épületvillamossági rendszereket vezérli, felügyeli</i> Fotó, dokumentáció
13.	Energiatakarékos berendezések beszerzése	2	<i>pl. "A" / magas energiasztályú berendezések beszerzése, új beszerzésnél a legkedvezőbb energiasztályú berendezést preferálják</i> Beszerzés igazolása, megnevezése
A témában elérhető pontszám:		36	
3. téma: Víz			
1.	Naponta mérik a vízfogyasztást	3	Írásos dokumentáció Mutatószámok: 1 kiadott szobára jutó...
2.	Víztakarékos csaptelepeket/perlatorokat alkalmaznak; víztakarékos zuhanyfejek	3	Fotó, dokumentáció
3.	Víztakarékos WC tartályok kettős öblítő rendszerrel, piszoárok érzékelőkkel	2	Fotó
4.	Hűtőtornyok vízkezelése	1	<i>Az épületben nem alkalmaznak nyitott (átfolyós) vízhűtési megoldást...</i> Fotó, dokumentáció
5.	Vendégtörölköző/ágynemű csere a vendég kérése alapján	2	Brossúra, fotó
6.	Csapadékvíz hasznosítás	2	<i>pl. kert öntözésre</i> Fotó
7.	Fűtő kút locsoláshoz	2	Fotó
8.	Automata öntözőrendszer	1	Fotó
9.	Wellness részleg és úszómedencék az ÁNTSZ "Üzemeltetési szabályzat közhasználatú fürdők részére" alapján működnek/ üzemnapló szabályos, csak OTH engedélyes vegyszert használnak	4	<i>121/1996 (VII.24.) Korm. rendelet</i> <i>37/1996 (X.18) NM rendelet</i> Dokumentáció, fotó
A témában elérhető pontszám:		20	

4. téma: Szennyvíz		
1.	A konyhai (zsíros) szennyvíz kezelése megoldott	3 <i>pl. zsírfogó, homokfogó berendezés használata</i> Fotó, dokumentáció
2.	Nem engedik a közcsatornába a főző olajat, biológiai, szerves hulladékot, ételmaradékot	3 <i>Összegyűjtés, elszállítás, pl. Biofilter Kft, újrahasznosítás. komposztálás</i> Fotó, dokumentáció
3.	"Szürkevíz" hasznosítás	2 Használt ivóvíz, de nem szennyvíz Fotó, dokumentáció"
A témában elérhető pontszám:		8
5. téma: Hulladék gazdálkodás		
1.	A veszélyes hulladéokra vonatkozó szabályokat betartják, elkülönítve tárolják, a megsemmisítés útját követik	2 <i>pl: vegyszeres kannák, elem, izzók, akkumulátorok, étel maradék</i> Írásos dokumentáció, fotó
2.	Újrahasznosított anyagokat használnak	2 <i>pl. papír, csomagolóanyag, kéztörölő</i> Dokumentáció, fotó
3.	Az elszállított hulladék mennyiséget naplózzák, az éves hulladékbevallást készítik	2 Bevallás
4.	Szelektív hulladékgyűjtés	2 <i>pl. külön gyűjtik a papírt, üveget, műanyagot</i> Szállítólevelek, fotó
5.	Szelektív hulladékgyűjtés a vendégszobákban	1 <i>A szobákban is megvalósul a szelektív gyűjtés, pl: osztott szemetesek alkalmazása</i> Illusztráció, fotó
6.	Külön gyűjtik az elektronikus hulladékot és a szárazelemeket	2 Szállítólevelek, fotó
7.	A keletkezett hulladék mennyiségét újrahasznosítással csökkentik	2 <i>pl: hulladék tömörítés, komposztálás</i> Illusztráció, fotó
8.	Az ételmiszerpazarlás csökkentésére lépéseket tesznek	3 <i>pl: vendégtájékoztató, személyzeti szemléletformálás, tudatos menü összeállítás és beszerzés, adományozás</i> Illusztráció, fotó
9.	Leselejtezett eszközök/készletek újrahasznosítása, adományozása	2 <i>pl. Textíliák újrahasznosítása, karitatív felajánlások, kiárusítás, tovább értékesítés</i> Fotó, dokumentáció
A témában elérhető pontszám:		18

6. téma: Ózonréteg védelem

1.	Nem használnak CFC gázokkal működő berendezéseket	2	<i>A még működő, lecserélés előtt álló CFC-vel működő berendezéseket évi rendszerességgel ellenőrzik/szivárgás/Írásos dokumentáció, számlák</i>
2.	Nem dohányzó hotel	2	<i>A szálloda teljes területe nem dohányzó, dohányzás csak az erre kijelölt helyen engedélyezett</i> Fotó, tájékoztatók
3.	Töltő állomás létesítése elektromos járművek részére	3	Fotó
A témában elérhető pontszám:		7	

7. téma: Zöld beszerzés

1.	Csak környezetvédelmi tanúsítvánnyal rendelkező, illetve környezetbarát anyagokat használnak	2	<i>pl. tisztítószer, vegyszer, bekészítések</i> Fotó, számlák
2.	A vegyszeres göngyöleget visszaviszi a beszállító	1	Szerződés, dokumentáció
3.	Nagy kiszerelesben vásárolnak, amit lehet	3	Leírás, számla
4.	Van többféle bio élelmiszer	4	<i>Nem vegyszerezett élelmiszerek, bio sarok</i> Fotó, illusztráció, számla
5.	Fair-trade árut vásárolnak	2	Fotó
6.	A szállodához legközelebb eső helyről szerzik be az élelmiszereket/ helyi termelő/, egyéb árukat	3	Tanúsítvány, szállítólevél
7.	Előnyben részesítik a hazai terméket	2	Nyilatkozat, számlák vagy egyéb dokumentáció
A témában elérhető pontszám:		17	

8. téma: Zöld iroda

1.	Az irodá(k)ban természetes fény van	3	Fotó
2.	Az asztalok az egészséges fényviszonynak megfelelően vannak elhelyezve, illetve tökéletes a megvilágításuk	1	Fotó
3.	A bútorokat, berendezéseket, padlóburkolatokat nem kezelték káros anyagot kibocsátó festékekkel, vegyszerrel	1	Tanúsítványok, leírás
4.	A bútorok környezetvédelmi tanúsítvánnyal rendelkeznek	1	Tanúsítványok, leírás, illusztráció
5.	Energiatakrékos, alacsony károsanyag kibocsátású berendezések használata	2	<i>pl. modern monitor, magas frekvenciájú képernyők, irodatechnika</i> Fotó, termék-leírás

6.	A bútorok az ergonómiai előírásoknak megfelelnek	2	Fotó
7.	Élő növény az irodában	2	Fotó
8.	Az irodaszerek környezetbarát anyagból készültek	1	Fotó vagy termékleírás
9.	Legalább 80%-ban újra hasznosított papírt használnak	2	Fotó vagy utasítás
10.	Szelektíven gyűjtik az irodai hulladékot: papír,elektronikai hulladék, toner	2	Fotó
A témában elérhető pontszám:		17	
Összesen elérhető pont:		135	Kritérium pontszám:

Forrás: <https://www.hah.hu/palyazatok/zold-szalloda/zold-szalloda-2021-2022-palyazat/>

Letöltés ideje: 2023. 12. 05

Nagyközönségi kérdőív

Kedves Válaszadó!

Nagyon szépen köszönöm, hogy válaszaival segíti a szakdolgozatomhoz kapcsolódó kutatómunkámat, melynek témája a fenntarthatóság fontosságának vizsgálata a magyar utazók körében.

Sebők Lili
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Turizmus- vendéglátás szak

1. Az Ön neme

- Férfi
- Nő

2. Az Ön életkora

- 15-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 65+

3. Ön találkozott már a fenntartható turizmus fogalmával?

- igen
- nem

4. Mi az a 3 szó, ami a „fenntartható turizmus” fogalmáról önnek elsőre eszébe jut?

.....

5. A mindennapokban mennyire fontos önnek a környezet védelme? (Válaszát kérem

1-5 skálán adja meg, ahol 1=egyáltalán nem fontos, 5= nagyon fontos)

1 2 3 4 5

6. Mit tesz Ön a környezet védelme, öko-lábnyomának csökkentése érdekében?

(Több választ is megjelölhet!)

- semmit
- szelektíven gyűjtöm a hulladékot
- energiatakarékos izzókat használok
- megújuló energiaforrásokat használok

- nem használok környezetszennyező vegyianyagokat (mosó- és tisztítószereket, kozmetikumokat stb.)
- nem fűtöm túl az otthonomat
- szigetelt az otthonom
- kettős üvegezésű ablakaim, jól záró nyílászáróim vannak
- energiatakarékos háztartási eszközöket (mosógépet, hűtőt, porszívót stb.) használok
- csak akkor indítom el a mosógépet/mosogatógépet, ha már tele van
- kádban való fürdés helyett zuhanyzom
- kevesebb állati és több növényi eredetű, lehetőleg helyben termelt élelmiszert vásárlók
- ha valami elromlik, inkább megjavítatom, addig használom, ami még működik.
- a tömegközlekedési eszközöket használom gépkocsi helyett
- ahová lehet, gyalog vagy kerékpárral megyek
- egyéb.....

7. Ön mennyire tartja önmagát környezettudatos utazónak? (Válaszát kérem 1-5 skálán adja meg, ahol 1=egyáltalán nem, 5= teljes mértékben)

1 2 3 4 5

8. Fontos Ön számára, hogy az úti cél környezetbarát legyen?

- igen
- nem

9. Hallott már Ön az overtourism – „túlturizmus” fogalmáról?

- igen
- nem

10. Mi az a 3 szó, ami a „túlturizmus (overtourism)” fogalmáról önnek elsőre eszébe jut?

.....

11. Fontos Ön számára, hogy a szállás rendelkezzen „zöld szálloda” védjeggyel?

- igen
- nem

12. Hajlandó lenne-e Ön többet fizetni azért, hogy fenntarthatóan működő, zöld szálláshelyen szállhasson meg?

- Igen
- Nem

13. Egy szálláshelyen való tartózkodása során figyel-e az alábbiakra?

Fenntartható intézkedések	Egyáltalán nem	Ritkán	Mindig
Zuhanyzok akkor is, ha a fürdőszobában kád van.			
Szelektíven gyűjtöm a hulladékot.			
Csak akkor kérek törülköző cserét, ha arra valóban szükségem van.			
A lámpákat lekapcsolom a szoba elhagyásakor.			
Fűtés hőfokának optimalizálására törekszem a szállodában is.			
Műanyag poharakat és evőeszközöket mellőzöm.			
Nem használom a légkondicionálót.			
Környezetbarát tisztálkodószereket használlok.			
Büfé asztalos étkezéskor a pazarlást mellőzöm.			
Ha szellőztetek, előtte kikapcsolom a légkondicionálót.			
Nyomtatott számla helyett elektronikusan kérem annak elküldését.			
Nyomtatott reklámanyagok helyett az elektronikus felületeket használom.			

14. Hallott-e már a „Felelős Gasztrohós” programról?

- igen
- nem

15. Fontosak-e önnek egy vendéglátóhelyen a következők? (Válaszát kérem 1-5 skálán adja meg, ahol 1=egyáltalán nem, 5= teljes mértékben)

	1	2	3	4	5
A kínálatában legyenek organikus/bio ételek					
Kínálatában legyenek vegetáriánus és vegán ételek					

Az étlapon legyenek helyi specialitások					
Legyen szezonális ajánlata					
Ne használjon egyszer használatos, eldobható evőeszközöket, poharakat					
Tudjam, hogy az alapanyagait helyi termelőktől szerzi be					
Ne legyenek az étlapon olyan ételek, amelyek beszerzése egyértelműen nagy távolságból történik					
A mosdóban legyenek víztakarékos csapok					

16. Ha külföldre utazik, mely közlekedési eszközt preferálja?

- gépkocsi
- repülő
- vonat
- hajó
- attól függ, hová utazom, a leggyorsabb és legkényelmesebb megoldást választom
- attól függ, hová utazom, a lehető legkörnyezetbarátabb megoldást választom

17. belföldi utazásai során, mely közlekedési eszközt preferálja?

- gépkocsi
- vonat
- közösségi közlekedés
- attól függ, hová utazom, a lehető legkörnyezetbarátabb megoldást választom
- attól függ, hová utazom, a leggyorsabb és legkényelmesebb megoldást választom

18. Ön találkozott már környezetbarát utazási tippekkel? (Több választ is

megjelölhet!)

- még nem
- igen, a közösségi médiában (Facebook, Instagram, Tik-Tok stb.)
- igen, online cikkekben
- igen, a televízióban
- igen, újságcikkekben
- ismerősöktől hallottam már róluk

- egyéb forrásból, és pedig:.....

19. Mennyire gondolja a turizmust környezetbarát ágazatnak? (1- egyáltalán nem az míg az 5- abszolút az)

1 2 3 4 5

NYILATKOZAT

a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Sebők Lili
A Hallgató Neptun kódja: ZLV24L
A dolgozat címe: A fenntartható turizmus trendjének vizsgálata a piaci kereslet szempontjából
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
A konzulens tanszékének a neve: Turizmus és Vendéglátás Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2024 év 04 hó 16 nap

Hallgató aláírása

NYILATKOZAT

SEBŐK LILI (hallgató Neptun azonosítója: ZLV24L) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem

Kelt: Gödöllő, 2024. április 14.



belső konzulens