

Környezettudatosak-e a hazai turisták?

Are Hungarian tourists environmentally conscious?

Szerzők: Gonda Tibor¹ – Raffay Zoltán²

A turizmus alig néhány évtized alatt igazi tömegjelenséggé vált. Dinamikus fejlődése bár számos társadalmi-gazdasági előnnyel jár, a mai tömegturizmust vizsgálva nem tekinthetünk el a nyilvánvaló társadalmi és környezeti mellékhatásaitól: egyes desztinációkban már rontja az ott élők életminőségét, és veszélyezteti a természeti környezetet. Fenntartható fejlődésének érdekében változásra van szükség a kínálatban éppúgy, mint a fogyasztók keresletében. Tanulmányunk egy friss reprezentatív kutatás eredményeire is építve azt vizsgálja, vajon a hazai lakosság hajlandó-e utazásai során környezettudatos és felelősségteljes fogyasztói magatartás tanúsítására, ökoturistákra jellemző viselkedésre. A turizmus esetében kevésbé kutatott terület a különböző generációkhoz tartozó személyek szemléletmódjának, fogyasztói magatartásának kutatása, amely elengedhetetlen feltétele a sikeres piaci működésnek és a turisztikai ágazaton belüli sikeres innovációnak, ezért a tanulmány kitér a korosztályok közti eltérések bemutatására is.

By becoming in itself a real mass phenomenon, tourism has generated several positive phenomena. However, if we consider the impacts of today's mass tourism, its unwanted side-effects from social and environmental perspectives are also to be seen. In some destinations today the living conditions of the residents have deteriorated and the natural environment has suffered. For tourism to be sustainable, changes are needed, both in the supply of tourism and the demand of consumers. This paper, using the findings of a recent representative survey, looks at how open the Hungarian population is to adopting environmentally conscious and responsible behaviour during their travels. The survey of attitudes and consumer behaviour of different generations, a less intensively researched area in the field of tourism, is vital for a successful market operation and for successful innovation within the tourism sector, and so the paper also deals with the presentation of the reasons for the differences among generations.

Kulcsszavak: környezettudatosság, fenntartható turizmus, kérdőíves felmérés, generációs különbségek, ökoturizmus.

Keywords: environmental consciousness, sustainable tourism, questionnaire survey, generational differences, ecotourism.

1. Bevezetés

Alig egy emberöltő alatt a turizmus hihetetlen fejlődésen ment keresztül. A huszadik század közepétől napjainkra olyan fontos társadalmi jelenséggé vált, amely komoly hatással van az emberek életminőségére, az emberi élet kiteljesedésére. A turisztikai világpiac egy összefüggő, interdependens rendszert alkot, melyben a keresleti és a kíná-

lati oldal térben és időben is jelentős változásokon megy keresztül, mind a mennyiségi, mind a minőségi összetevőket tekintve. Újabb és újabb területek kapcsolódnak be a nemzetközi és a belföldi turizmusba egyaránt, a kieleződő versenyben pedig csak az az attrakció, desztináció, vagy turisztikai szereplő maradhat talpon, amely vagy aki képes megfelelni a mind magasabb minőségi elvárásoknak (TÖRŐCSIK–CSAPÓ 2018).

Tény ugyanakkor, hogy a tömegturizmus számos környezeti és társadalmi probléma okozója. Napjaink politikai és társadalmi diskurzusának egyik kiemelt témája az éghajlatváltozás (ma már egyre inkább: klímaválság) és Földünk jövője. Nem véletlen ezért az sem, hogy a turizmuskutatásban is előtérbe kerül a fogyasztói magatartás vizsgálá-

¹ egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, gonda.tibor@tk.pte.hu

² egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, raffayz@tk.pte.hu

lata, és azon belül a környezeti fenntarthatóság kérdésköréhez való fogyasztói viszony. Jelen tanulmány szerzői számára a lehetőséget új eredmények feltárására egy EU támogatással megvalósult kutatás keretében lebonyolított reprezentatív mintavétel tette lehetővé. A kutatás eredményeinek gyors elemzése megtörtént (CSAPÓ et al. 2018), az ennek a munkafolyamatnak a részét képező kutatásunkban és tanulmányunkban a hazai lakosság környezettudatos magatartáshoz és az ökoturizmus elvárásaihoz való viszonyulását, fogyasztói attitűdjét vizsgáltuk.

Vannak olyan jelentős kérdések, a tömegturizmus által generált kockázatok, amelyeket egy turisztikai vállalkozás önállóan nem képes kezelni, de a fogyasztói értékrend kedvező változása elősegítheti a helyzet javulását. Szerencsére az utazók is változnak: egyre többen elégelek meg a tömegturizmus nyújtotta tematikus kínálatot, válnak tudatos turistává, és az egészség-, valamint környezettudatos fogyasztói attitűddel felvértezve, felelősen gondolkodva keresik a biztonságos és értékrendjüknek megfelelő helyszíneket (TÖRŐCSIK-JAKOPÁNECZ 2011). Kutatásunk arra fókuszál, hogy megismerjük, vajon a hazai lakosság mennyire viselkedik környezettudatos fogyasztóként az utazásai során. Tekinthejtük vizsgálatunkat egyfajta pillanatfelvételnak is arról, hogy honfitársaink értékrendjében milyen mértékben jelenik meg a környezettudatosság.

2. Szakirodalmi áttekintés

Azzal, hogy a turizmus tömegjelenséggé vált, nemcsak mindennapjainkat befolyásoló társadalmi és gazdasági tényező lett, hanem a környezetünkre erős hatást gyakorló faktor is. A turizmus volume-ne elérte azt a szintet, hogy ma már nem túlzás *totális turizmusról* beszélni, ahol (1) a Föld teljes felszínét turisztikai desztinációként értelmezhetjük, (2) a népesség legnagyobb része utazóként vagy a fogadó területek lakosságaként érintett a turisztikai áramlásokban, (3) az államok, önkormányzatok, integrációk és az egyének is törekszenek erőforrásaik minél jelentősebb hányadát a turizmusban hasznosítani (MICHALKÓ 2005, AUBERT 2010). A hazai turisztikai terminológiában egyre gyakrabban használják az angol *overtourism* megfelelőjeként a *túlturizmus* kifejezést nemcsak a politika és gazdaság szintjén (lásd például: <https://azuzlet.hu/cimke/tulturizmus/>), hanem a tudományos szférában is (CSAPÓ-LŐRINCZ 2020).

Az emberiség ökológiai lábnyoma az 1980-as évekre akkora lett, ami már meghaladja a Föld hosszú távú biokapacitását (WACKERNAGEL-REES 2001). A turizmus korábban egyoldalúan

hangsúlyozott pozitív hatásai mellett már évtizedekkel ezelőtt felfigyeltek az ágazat generálta negatív hatásokra. Egyes szerzők általánosan közelítve (PUCZKÓ-RATZ 2005), mások egy-egy konkrét térség vizsgálata révén (KOVÁCS 2017, MARTON et al. 2016) állapítják meg, hogy a turizmus egyre nagyobb terhelést jelent a környezetre, mert elkerülhetetlen környezethasználattal jár. A legnagyobb környezeti károk a legnépszerűbb turisztikai desztinációkban jelentkeznek (GONDA 2017). A látogatások – amennyiben különleges értékek, természeti ritkaságok bemutatásáról van szó – gyakran a védett területek, nemzeti parkok felé irányulnak (HORVÁTH-RIMÓCZI 2011). A környezeti terhelés gyakran nemcsak térben, hanem időben is koncentrált, a szektorra jellemző szezonális miatt. A tömegturizmus zsúfoltságával és az azzal járó közlekedési káosszal számos területen érzékelteti kellemetlen hatását, és terheli, károsítja a környezetet.

A környezet terhelésével, károsításával legtöbbször éppen az az erőforrás kerül nyomás alá, amely a turisztikai vonzerőt jelenti (MICHALKÓ 2003, MAGYAR-SULYOK 2014). Csak megfelelő ellenőrzés és menedzsment mellett gyakorolhat a turizmus pozitív hatást, vagy legalábbis járhat negatív hatás nélkül, a természetes környezetre.

A fenntartható turizmus lehet a válasz a kihívásokra. Számos meghatározás született már rá, az UNWTO is kidolgozta saját ezirányú definícióját, és ezt használja az Európai Unió is: „A fenntartható turizmus fejlesztése oly módon elégti ki a mai turisták és vendégfogadó régiók igényeit, hogy egyben megóvja és fejleszti a jövő lehetőségeit. ... gyakorlása az erőforrásokkal való gazdálkodás olyan formáit segíti elő, amelyek révén kielégíthetők a gazdasági, társadalmi és esztétikai igények, párhuzamosan a kulturális integritás, az alapvető ökológiai folyamatok, a biológiai sokféleség és az élővilág rendszereinek fenntartásával.” (UNEP-UNWTO 2005:11.).

Az elmúlt két évtizedben számos olyan irányzat erősödött fel, amely a turizmus negatív hatásait csökkenteni, pozitív hatásait pedig optimalizálni kívánja. Egyaránt a kutatások fókuszába került a turizmus és területfejlesztés (AUBERT et al. 2007, DÁVID et al. 2010), a turizmus és fenntarthatóság (CSAPÓ 2013a, 2013b), valamint a felelősségteljes turizmus (ASHLEY et al. 2001, CSAPÓ 2015) kérdésköre. A környezetet kímélő utazási formák közül az ökoturizmus az, amelyik a leginkább törekszik a turizmus negatív hatásainak mérséklésére vagy akár megszüntetésére, és a pozitív környezeti hatások maximalizálására (DOMBAY-MAGYARI-SÁSKA 2010). Akárcsak a fenntartható turizmusra, az ökoturizmusra sem született

még egységes, mindenki által elfogadott definíció. Legelterjedtebb talán az IUCN (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources) Ökoturizmus Programjának definíciója, amely szerint „az ökoturizmus a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából, úgy, hogy kíméli azokat a látogatás káros hatásainak mérséklésével, valamint a helyi népesség társadalmi, gazdasági előnyökhöz juttatásával” (CEBALLOS-LASCURÁIN 1996:25).

Az ökoturizmus gyűjtőfogalom és szemlélet is (FENNELL 1999, DOMBAY et al. 2008): gyűjtőfogalomként a turizmus olyan formáit jelenti, amelyek a természeti, biológiai erőforrások fenntartható használatán alapulnak, az adott ökoszisztéma teherbíró képességén belül; szemléletként a turizmus összes formájának fenntarthatóvá tételét célozza, hogy a turizmus hozzájárulhasson az ökoszisztéma megőrzéséhez vagy helyreállításához. Optimális esetben az összes turisztikai tevékenységnek és az összes piaci szegmensnek tükröznie kellene ezt a szemléletmódot, de különösen fontos ez a természeti és kulturális örökségre alapozott turizmus esetében, ahol potenciálisan magasabb a kockázata annak, hogy a célállomás környezete, illetve társadalmi-gazdasági szerkezete károsodik.

Az ökoturizmusban részt vevő, növekvő árnyú (számszerűségében azonban még nem igazán jelentős) látogatók távolról sem képeznek homogén csoportot, természet- és környezetvédelem iránti elhivatottságuk, elsődleges utazási motivációjuk alapján több szegmensre oszthatók (PANNON EGYETEM-AQUAPROFIT ZRT. 2008). A leggyengébb elhivatottsággal bíró és legcsekélyebb környezeti előnyökkel kecsegtető csoport az összes ökoturista mintegy 50-60%-át kitevő úgynevezett *alkalmi zöldturista*: számukra az ökoturizmus nem elsődleges motiváció és a természet is csak a turisztikai tevékenység háttere, díszlete. A mintegy feleekora tömeget kitevő *aktív zöldturisták*, avagy *outdoor turisták* környezettudatosságának szintje valamelyest magasabb, de ennél a két csoportnál a természetért tenni akarás gyakran megmarad verbális szinten, utazásaik során is megkövetelik azokat a kényelmi szolgáltatásokat, amelyek ökológiai lábnyoma magas. Az *igazi ökoturisták*, a legelhivatottabb, a desztinációt ökológiai szempontok alapján kiválasztó, a környezetért akár aktívan tenni kész és annak védelmére érdekében kényelmi szolgáltatásokról lemondani – sőt azok hiányáért és a túra bizonyítottan öko jellegéért többletet fizetni – hajlandó turisták aránya az összes ökoturista leg-

feljebb ötöde-hatoda, Magyarországon talán még ennél is kisebb része (GONDA et al. 2016).

Környezetünk állapotának romlása, illetve a turizmus tovább növekvő volumene és a környezet-szennyezéshez való hozzájárulásának erősödése miatt hosszú távon várhatóan nem lesz más út a turisztikai ágazat számára, mint az ökotudatosság drasztikus erősítése az utazási szektoron belül. Van egy másik lehetőség, amely azonban nem szolgálja a turizmus növekedését: a turisták kategorikus kitiltása vagy számuk adminisztratív eszközökkel történő drasztikus korlátozása, amint arra egyre több helyen találunk példát a világban. A trendek mindenesetre az ökotudatos turisták számának és arányának növekedését vetítik előre (TÖRŐCSIK 2011, RAFFAY et al. 2016). Az alternatív turizmus többi formájával együtt az ökoturizmus lehetővé teszi, hogy a turisták számára eddig ismeretlen, vagy rég elfeledett helyek (ismét) turisztikai desztinációkká váljanak. Így komoly terület- és főleg vidékfejlesztő tényezővé válhat, ráadásul mivel nem fogyasztja el erőforrásait (*non-consumptive*, lásd FENNELL 1999) és a helyi közösség aktív bevonására épít, hosszú távú fenntarthatósága is biztosíthatónak tűnik.

Az ökoturizmus közösségfejlesztő hatásáról kevesebb szó esik, pedig a környezet védelmén túl a helyi közösség összekovácsolásában, kohéziójának erősítésében is komoly szerepet kaphat (STONEWALL 2004, WINKLER 2012). Számos más lassú turisztikai termékkel van szinergikus kapcsolata. Az ökoturista átlagosan több időt tölt a desztinációban, mint a tömegturista, több és mélyebben átélt élményre tesz szert, közelebbi kapcsolatba kerül a helyi közösséggel, ezáltal kapcsolódik az ökoturizmus a falusi turizmushoz. A helyi közösséggel való kapcsolattartás mellett célcsoportja előnyben részesíti a helyben termesztett, előállított élelmiszereket, ami a gasztroturizmus felé jelent kapcsolódási pontot.

A turizmus összes formájánál igaz, hogy ellenőrizetlen fejlődése több kárt okoz, mint hasznot, és csak megfelelő keretek között, szabályozás mellett várható előnyeinek érvényesülése, és a káros következményeinek mérséklődése vagy elmaradása (INSKEEP 2000). Az ökoturizmusra ez fokozottan érvényes. Ha egy nyaralóhely vagy egy város (túl)telítődik látogatókkal, a probléma kezelhető. Környezettudatos infrastruktúra-fejlesztésekkel, a látogatóforgalom arányosabb elosztásával, stb. a turisztikai vonzerő fenntartható vagy akár fejleszthető. Ha azonban egy ökoturisztikai desztinációba nem felelősségteljes ökoturisták érkeznek, hanem felelőtlen tömegturisták, akkor sérülhet a természeti környezet és a fogadóterület veszíthet vonzerejéből. Ennek egyenes következménye,

hogy a desztináció iránti ökoturisztikai érdeklődés csökkenni fog (RAFFAY 2018, SAARINEN 2006).

3. Módszertan

Egy EFOP projekt keretében 1085 fős online megkérdezést végeztünk 2018 április-májusában abból a célból, hogy a magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódását vizsgáljuk generációs vetületben (CSAPÓ et al. 2018). A megkérdezés reprezentatív volt a 15-74 éves magyar lakosságra nézve a nem, a korcsoportok és a lakóhely régiója alapján. A kérdőívek kitöltését erre szakosodott szervezet végezte. Az eredmények feldolgozását két részletben bonyolítottuk: az elsődleges (gyakorlati) elemzéseket demográfiai háttérelmzések követték. Ennek során statisztikai módszerekkel vizsgáltuk, hogy vannak-e statisztikailag igazolható eltérések az egyes demográfiai csoportok egyes kérdésekre adott válaszaiban. Az elemzésbe bevont változók a következők voltak: nem, generációk, lakóhely településtípusa, iskolai végzettség foka, jövedelmi helyzet szubjektív megítélése.

Jelen tanulmány a környezettudatosságra és az ökoturizmus kínálata iránti fogékonyságra vonatkozó kérdésekre adott válaszok elemzésével foglalkozik. A válaszadókat 3 korcsoport szerint vizsgáljuk: fiatal, 15-29 éves kor között (a vizsgálatba bevont személyek száma e csoportban 262); középkorú, 30-59 éves kor között (555 válaszadó); idős, 60-75 éves kor között (268 fő). Az általános eredmények ismertetésén túl külön kiemeljük azokat a kérdéseket, ahol az SPSS statisztikai szoftver segítségével kapott eredmények és a válaszadók korcsoporthoz való tartozása között szignifikáns kapcsolatot találtunk. A fent felsorolt többi változó vizsgálata nem képezi jelen tanulmány tárgyát.

Hasonló kérdőíves kutatást végeztek néhány éve a legnépszerűbb portugáliai desztinációban, Algarve-ban (GUERREIRO et al. 2016), ahol a cél szintén a területre érkező turisták környezettudatosságának vizsgálata volt. A kérdőíves felmérés a hagyományos *sun and beach* motivációval érkező turisták körében készült. A 384 kitöltő közel kétharmada nem először járt a régióban, és körükben sokkal magasabb volt a természeti értékek iránti érdeklődők aránya, mint az Algarve-ot első ízben látogatók között. A kérdőívben feltett kérdések azonban, a jelen tanulmányban feltett kérdésekhez képest, kevésbé szóltak a turisztikai tevékenység során mutatott környezettudatosságról, sokkal inkább az ember és a környezet viszonyáról általában. Az utazás során gyakorolt turisztikai tevékenységek közt egyértelműen azok dominálnak, amelyek az ökoturisták által kevésbé preferáltak.

Szóban tehát erősebb környezettudatosságot mutattak a (főleg brit) válaszadók, mint tetteikkel.

4. Kutatási eredmények

4.1. KÖRNYEZETTUDATOSSÁG A VÁLASZADÓK VÁSÁRLÁSI ÉS UTAZÁSI DÖNTÉSEIBEN

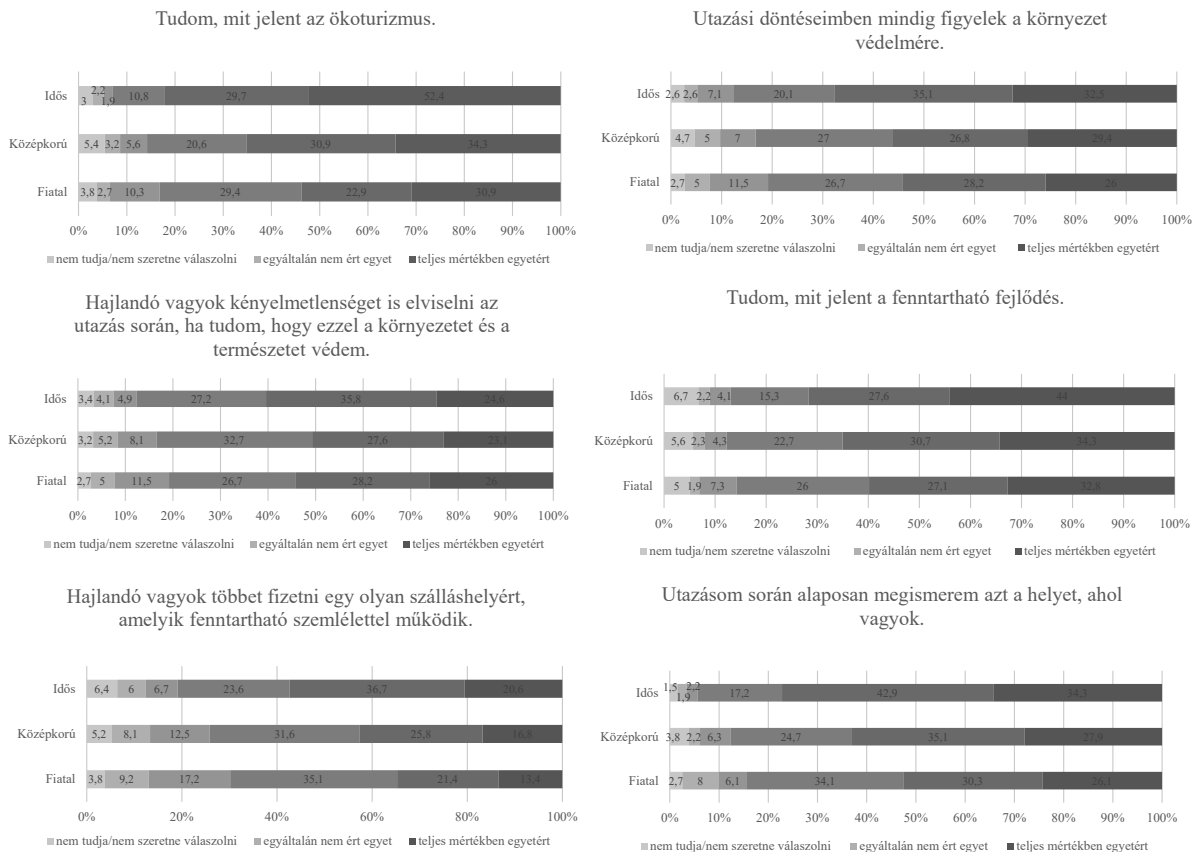
A kutatás során két kérdéscsoport irányult a válaszadók környezettudatosságának, a környezeti szempontok vásárlási és utazási döntésekben való megjelenésének, vizsgálatára. Az első kérdéscsoportban 1-től 5-ig terjedő skálán kellett egyetértésük mértékét kinyilvánítani összesen kilenc állítással kapcsolatban (1: egyáltalán nem értenek egyet az adott állítással; 5: teljesen egyetértenek).³ A kilenc állítás a következő volt:

- Utazási döntéseimben mindig figyelek a környezet védelmére.
- Hajlandó vagyok kényelmetlenséget is elviselni az utazás során, ha tudom, hogy ezzel a környezetet és a természetet védem.
- A lehető legkevesebbet közlekedek személygépkocsival.
- Hajlandó vagyok többet fizetni egy olyan szálláshelyért, amelyik fenntartható szemlélettel működik.
- Tudom, mit jelent a fenntartható fejlődés.
- Tudom, mit jelent az ökoturizmus.
- Utazások előtt gyűjtök információt arról a helyről, ahová utazom.
- Utazásom során alaposan megismerem azt a helyet, ahol vagyok.
- Részt veszek/vennék környezetvédő akcióban (békamentés, szemétszedés stb.).

A válaszadók jelentős része fogalmazta meg, hogy utazási döntéseiben mindig odafigyel a környezet védelmére, a két legerősebb kategória részesedése 29-29%. Egynegyedük számára ez a kérdés közömbös (3-as érték), 8%-uk számára kevésbé fontos, és mindössze 5%-uk számára egyáltalán nem fontos (4% nem akart/tudott válaszolni erre a kérdésre). Az eredmények mélyebb elemzéséből kitűnik, hogy a környezet védelme iránti elkötelezettség a kor előrehaladtával folyamatosan erősödik. A fiatal korosztályhoz tartozó válaszadók esetében 54,2%-nak volt ilyen irányú szándéka (5-ös és 4-es skála-érték), a középkorúaknál 56,2%-nak, míg az idősek esetében már 67,6%-nak. Az 1. ábra a korosztályok közti különbségeket mutatja be azon állítások esetében, ahol szignifikáns volt az eltérés a három generáció válaszaiban.

³ Természetesen megadtuk a nem válaszolás lehetőségét is, amellyel számos esetben éltek is a megkérdezettek.

Generációs különbségek a válaszadók környezettudatosságában



Forrás: saját szerkesztés

A meglehetősen általános első állítást olyanok követték, amelyek a környezetért tenni akarás konkrét lépéseire vonatkoztak. Nem meglepő módon itt már visszafogottabban jelezték egyetértésüket a válaszadók. Akár a kényelmetlenségek elviselését, akár a korlátozott személygépkocsi-használatot, akár az ökotudatos szálláshely felárának kifizetését, akár a környezetvédelmi akciókban való aktív részvételi hajlandóságot tekintjük, jelentősen kisebb azok aránya, akik ezek szellemében cselekszenek. Kérdőíves vizsgálatunk alapján azonban e téren sem igazán rossz a helyzet, hiszen akik a kényelmetlenséget is egyértelműen bevállalják a környezettudatosságért (22,5%) és akik mutatnak erre valamelyes hajlandóságot (28,9%), együttesen meghaladják a válaszadók 50%-át. A kényelmes középértéket választók aránya a legmagasabb (3-as érték: 31,8%). Akik nem hajlandóak kényelmetlenséget vállalni a környezet védelméért cserébe (és ezt be is vallják), a válaszadók mintegy hetedét teszik ki (semmit

nem tesz 5,4% és csekély erőfeszítésre hajlandó 8,3%). A megkérdezettek 3,1%-a nem válaszolt. A kérdéskör megítélésében igen szembetűnő a generációs különbség. A fiatalok kevésbé önfeláldozók a környezet- és természetvédelem támogatása érdekében, míg az idős korosztálynak példás a hozzáállása (1. ábra). A válaszadók negyede teljes mértékben egyetért az állítással és további több, mint harmaduk az inkább egyetértést kifejező 4-es skálaértéket választotta.

A kényelmetlenségek sorában előkelő helyen szerepel a személygépkocsi nyújtotta kényelemről való lemondás. A válaszadók több, mint ötöde (21%-a) igyekszik elkerülni a személygépkocsi-használatot, és további 15% is inkább egyetért ezzel az állítással. Együttesen 36%-os arányuktól nem sokkal marad el azoké, akik nem akartak egyértelműen állást foglalni (3-as érték: 29%), és számszerűségükben csaknem elérik őket azok, akik nem vagy csak vonakodva hajlandóak lemondani a személygépkocsi előnyeiről (1-es érték: 14%, 2-es: 18%). Mindössze 3% nem foglalt

állást a kérdésben. A válaszokat vizsgálva nem volt jellemző a generációk közti eltérés.

Igazi környezettudatosságra az vall, ha valaki felárat is hajlandó fizetni a bizonyítottan öko szállásért és egyéb szolgáltatásért, illetve ha valaki nemcsak elviseli, de akár értéknek is tekinti a kényelmi, ám a környezetet erősen terhelő, szolgáltatások hiányát. Egyes szállodák szakosodtak is az e célcsoporthoz tartozó utasok igényeinek kielégítésére⁴. Legtöbbször e szempont tekintetében is az állást nem foglalók vannak (3-as érték: 31%), biztató ugyanakkor, hogy akik a nemes ügy érdekében többet is hajlandók fizetni, jelentősen többen vannak, mint akik nem (teljes mértékben egyetért 17%, nagyjából egyetért 27%, míg egyáltalán nem ért egyet 8% és inkább nem ért egyet 12%). Mindössze 5% nem nyilatkozott a kérdés kapcsán. Az állítással kapcsolatban született válaszokban itt is megfigyelhető a generációs különbség: a 4-es és 5-ös értéket jelölő válaszadókat egybeszámolva az idősek 57,3%-os arányával áll szemben a fiatalok 34,8%-os aránya (1. ábra).

A tudatos turista tudatában van bizonyos dolgoknak, például tisztában van azzal, hogy mit jelent a fenntartható fejlődés és az ökoturizmus. Ennél a kérdéskörnél a 4-es és 5-ös kategória együttesen 65%-ot tesz ki, ami véleményünk szerint elfogadhatóan magas arány. Az idős generáció a fenntartható fejlődéssel kapcsolatban magasabb százalékos arányban (71,6%) állította, hogy tudja, mit jelent, mint a középkorúak és a fiatalok (1. ábra). A válaszadók 36%-a állítása szerint tökéletesen tisztában van a fenntartható fejlődés fogalmával, és csaknem ennyien vannak, akik nagyjából tudják, mit takar ez a fogalom (29%). Az együttesen 65%-os arányukat meg sem közelíti az e fogalommal egyáltalán nem (2%) vagy alig (5%) tisztában lévőké. 6% nem mondott semmit e kérdés kapcsán, és 22% volt az, aki nem foglalt állást (a 3. érték jelölésével). Az ökoturizmus mi-benlétével csaknem ugyanilyen arányban voltak tisztában válaszadóink. Itt még magasabb, 67%, vagyis több, mint kétharmad jelölte meg, hogy tökéletesen (38%) vagy nagyjából (29%) tudja, mit takar ez a fogalom. Csak 20% nem foglalt egyértelműen állást (3. válasz), és további 4%-uk nem válaszolt a kérdésre. Akik bevallottan nem tudnak semmit az ökoturizmusról, az összes válaszadó 3%-át alkotják, a keveset tudók pedig további 6%-ot.

Az előző kérdések eredményeit megismerve már nem meglepő, hogy az ökoturizmus iránt is

az idősek nyitottabbak. Több, mint 80%-uk véli úgy, hogy tudja, mi az, hogy ökoturizmus. Ugyanez az érték a középkorúaknál 65,2%, míg a fiataloknál csak 53,8% (1. ábra).

A tudás azt is jelenti, hogy az utazó aktívan információt gyűjt utazása előtt a meglátogató desztinációról. Saját bevallása szerint a válaszadók döntő többsége beszerzi a szükséges információkat utazása előtt: 48% teljes mértékben egyetért az állítással, további 31%-ukra pedig alapvetően jellemző ez. Ez együttesen 79%, ami impozáns arány, míg mindösszesen 13% gondolta úgy, hogy az állítással éppen annyira ért egyet, mint amennyire nem (3. érték), és együttesen is csak 5% azok aránya, akikre ez az állítás egyáltalán nem (2%) vagy csak korlátozottan érvényes (3%). 3% nem tudott vagy óhajtott választ adni erre a kérdésre. Érdekes módon a vizsgálat nem mutatott generációs eltéréseket a kérdés megítélésében.

A válaszadók döntő többsége számára az információszerzés nem merül ki az utazás előtti tájékozódásban, helyben is igyekeznek minél többet megtudni a desztinációról. A válaszadók 29%-a utazása során alaposan megismeri a desztinációt, és további 36% nagyjából egyetért ezzel az állítással. Pontosan egynegyedük nem tudta eldönteni, hogy az állítás igaz-e rá vagy sem, és csak 2% állította, hogy egyáltalán nem igyekszik megismerni a helyet, ahol tartózkodik. További 5% erőfeszítései pedig mérsékelt maradtak ez ügyben. A nem válaszolók aránya, akárcsak az előző kérdésnél, 3% volt. Az idősebbek e tekintetben is aktívabbnak mutatkoznak (1. ábra).

Az egyik legizgalmasabb, és a valódi ökoturistát az alkalmi zöldturistától elkülönítő ismérv a természet- és környezetvédelemért aktívan tenni akarás. Válaszadóink kevesebb, mint ötöde tartotta ezt magára nézve abszolút igaznak (17%), míg 19% szerint ez inkább jellemző rá, ami együttesen is csak 36%, a válaszadók alig több, mint harmada. További közel harmaduk nem foglalt állást az ügyben vagy azzal, hogy a középső értéket jelölte meg (27%), vagy azzal, hogy nem is válaszolt erre (5%). Akik bevallottan nem, vagy kis valószínűséggel vennének részt ilyen akciókban, a válaszadók újabb csaknem harmadát alkotják (32%): 1. érték, semmiképpen: 15%; 2., nem szívesen: 17%. A kérdések közül itt a legkiegyenlítettebb tehát a pozitív, a negatív és a semleges válaszok megoszlása. Generációs különbségekből adódó eltérő megoszlás ennél az állításnál sem volt megfigyelhető. A válaszok megoszlása az 1. táblázatban követhető nyomon.

⁴ A zöld szállodák értékrendjét és a velük szemben támasztott fogyasztói preferenciákat számos tanulmány taglalja (HAJMÁSY 2018, HORVÁTH 2019, ÁSVÁNYI-KOMÁR 2018).

A válaszok megoszlása az egyes állítások esetében

Állítás	Az állítással való egyetértés mértéke, % és db					Nem tudja/nem válaszol	Átlag	Módusz
	1	2	3	4	5			
Utazási döntéseimben mindig figyelek a környezet védelmére.	4,4%	8,1%	25,3%	29,2%	29,3%	3,7%	3,73	5
	48	88	275	317	318	40		
Hajlandó vagyok kényelmetlenséget is elviselni az utazás során, ha tudom, hogy ezzel a környezetet és a természetet védem.	5,3%	8,3%	31,8%	28,9%	22,6%	3,1%	3,57	4
	58	90	345	314	245	34		
A lehető legkevesebbet közlekedek személygépkocsival.	14,2%	17,7%	29,6%	14,7%	21,2%	2,7%	3,11	3
	154	192	321	160	230	29		
Hajlandó vagyok többet fizetni egy olyan szálláshelyért, amelyik fenntartható szemlélettel működik.	7,8%	12,2%	30,5%	27,4%	16,9%	5,2%	3,35	3
	85	132	330	297	183	56		
Tudom, mit jelent a fenntartható fejlődés.	2,2%	5,0%	21,7%	29,1%	36,3%	5,7%	3,98	5
	24	54	236	315	395	63		
Tudom, mit jelent az ökoturizmus.	2,9%	5,8%	20,3%	28,7%	38,0%	4,4%	3,97	5
	32	63	222	310	412	47		
Utazások előtt gyűjtök információt arról a helyről, ahová utazom.	1,5%	3,0%	13,3%	31,2%	48,2%	2,9%	4,25	5
	16	33	144	338	523	31		
Utazásom során alaposan megismerem azt a helyet, ahol vagyok.	1,8%	5,3%	25,1%	35,9%	29,1%	3,0%	3,87	4
	20	58	273	389	314	32		
Részt veszek/vennék környezetvédő akcióban (békamentés, szemétszedés stb.).	15,5%	16,5%	27,5%	18,8%	17,1%	4,6%	3,05	3
	168	179	298	204	185	50		

Forrás: saját szerkesztés

4.2. KÖRNYEZETTUDATOSSÁG A VÁLASZADÓK HÉTKÖZNAPI GYAKORLATÁBAN ÉS UTAZÁSAIK SORÁN

A második kérdésblokkban összesen 15 eldöntendő kérdést tettünk fel a válaszadók fogyasztási és utazási döntéseiben megjelenő környezettudatossággal kapcsolatban. A kérdések nagy részénél az *igen* válasz jelentette a környezethez való pozitív viszonyulást, egyetlen kérdés volt, ahol ez a válasz a környezettel szembeni valamelyest érzéketlenségre engedett következtetni („Nem érdekel az ökoturizmus”). Az egyes kérdésekre adott *igen/nem* és *nem tudja/nem válaszolt* válaszok aránya a 2. ábrán látható.

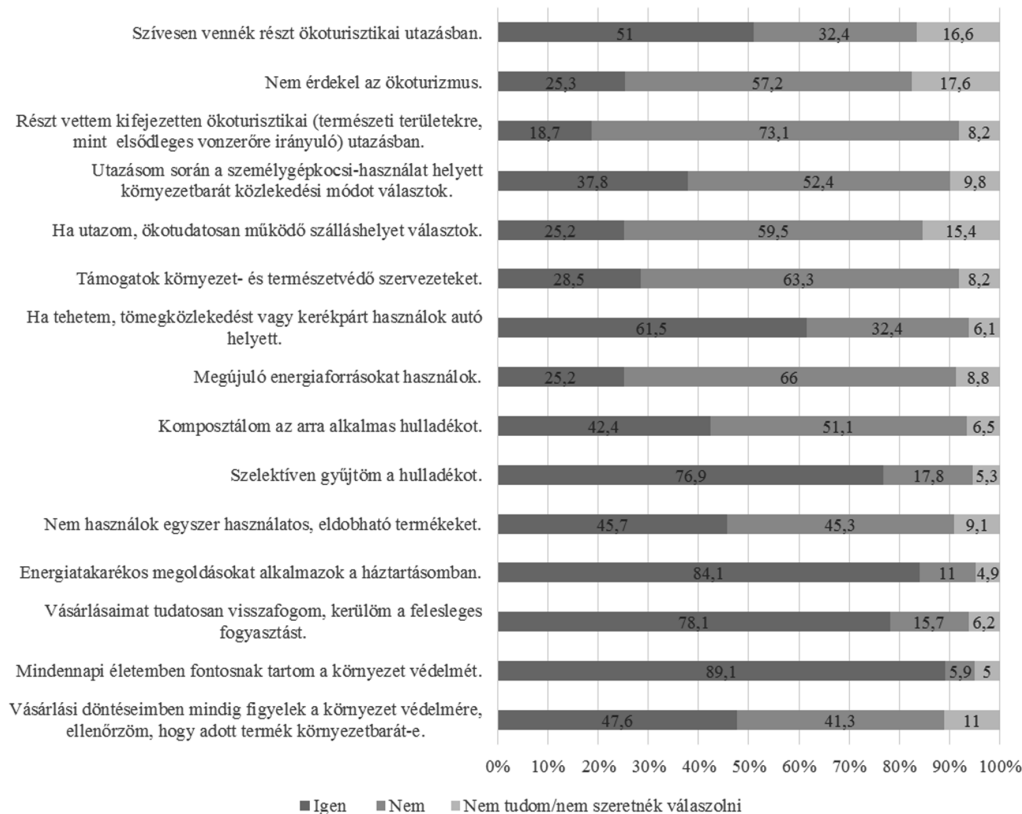
A válaszokból kitűnik, hogy legmagasabb arányban a meglehetősen általános „Mindennapi életemben fontosnak tartom a környezet védelmét.” kérdésre kaptunk pozitív választ, a válaszadók 89,1%-ától, és mindössze 5,9% jelezte, hogy ez számára nem fontos. (Ez volt az egyetlen kérdés,

ahol a nemleges válaszok aránya 10% alatt maradt, az összes többi kérdés, úgy tűnik, jobban megosztotta a válaszadókat. A második leginkább pozitívan értékelt kérdés, a 84,1%-os arányban *igennel* megválaszolt „Energiatakarékos megoldásokat alkalmazok háztartásomban.” esetében is 11% volt a *nemmel* válaszolók aránya.)

Megjegyzendő, hogy az összes kérdés közül a „Mindennapi életemben fontosnak tartom a környezet védelmét.” volt a legáltalánosabb, a többen konkrétumokra kérdeztünk rá. Az is tény, hogy az energiatakarékos megoldások alkalmazása nem feltétlenül a lakosság környezettudatosságának tükröződése, sokan valószínűleg anyagi érdekből és gondos kalkuláció után vásárolnak és használnak ilyen termékeket.

Kifejezetten magas elfogadottságot regisztráltunk további két állítás esetében: „Vásárlásaimat tudatosan visszafogom, kerülöm a felesleges fogyasztást.” és „Szelektíven gyűjtöm a hulladékot.” (*igen* válasz 78,1%, illetve 76,9%-ban). Igaz, megle-

Környezettudatosság a vásárlási és utazási döntésekben (n=1085)



Forrás: saját szerkesztés

hetősen magas volt a nemmel válaszolók aránya is (15,7%, illetve 17,8%), alacsony arányú válaszmegtadagadás mellett (6,2%, illetve 5,3%). A hulladékot nem szelektíven gyűjtők magas aránya nem feltétlenül a környezettudatosság hiányára utal, elképzelhető, hogy a válaszadók lakhelyén egyszerűen nincs lehetőség a hulladék szelektíven történő gyűjtésére.

Az összes többi kérdés esetében drasztikusan kevesebb igen válasszal találkoztunk. Ha teheti, tömegközlekedést vagy kerékpárt használ autó helyett a válaszadók 61,5%-a, azonban elgondolkodtatóan magas azok aránya, akik nem mondanak le a személygépkocsi nyújtotta kényelemről: 32,4%. Mindössze 6,1% nem tudott vagy akart válaszolni erre a kérdésre.

Egyetlen kérdésre válaszoltak még a megkérdezettek 50%-ot meghaladó arányban igennel (50,1%): szívesen venne részt ökoturisztikai utazásban. Igaz, egyharmaduk (32,4%) nem szívesen. Az igen válaszok e nem túl magas aránya nem meglepő annak fényében, hogy saját bevallásuk szerint a válaszadók nagy része nem teljesen van tisztában az ökoturizmus fogalmával és gyakorlatával. Erre utal az is, hogy az összes kérdés közül a második

legmagasabb, 16,6%-os arányban (minden hetedik válaszadó) nem adtak választ erre a kérdésre.

Megközelítette az igen válaszok aránya az 50%-ot további két állítás esetében: „Vásárlási döntéseimben mindig figyelek a környezet védelmére, ellenőrzöm, hogy az adott termék környezetbarát-e.” és „Nem használok egyszer használatos, eldobható termékeket.”. Egészen pontosan 47,6%, illetve 45,7% válaszolt pozitívan. Ugyanakkor e két kérdésnél a nemleges válaszok aránya megközelítette az igen válaszokét: 41,3% elutasította a környezetvédelmi szempontok figyelembevételét a vásárlási szempontok mérlegelése során, míg az eldobható termékek mellőzésére csak 45,3% mondott nemet.

Az összes többi válasz esetében a nemmel válaszolók aránya meghaladta az 50%-ot, sőt két kérdésnél a 60%-ot is. Alig több, mint a válaszadók 40%-a (42,4%) komposztálja az arra alkalmas hulladékot. A tevékenység elutasításában objektív okok, a lehetőségek hiánya is közrejátszhat, vagyis nem feltétlenül a válaszadó ökotudatosságának alacsony fokát jelzi, amint azt az 51,1%-os elutasításból gondolhatnánk.

Ennél árnyaltabb a kép a személygépkocsi-használtnál környezetkímélőbb utazási módok választásánál: a válaszadók mindössze 37,8%-a teszi ezt meg, és 52,4%-a elutasítja (a 9,8%-nyi nem válaszoló vélhetően az utóbbi csoportot gyarapítaná). Tény, hogy hazánkban a tömegközlekedés képes kihívások elé állítani az utazókat, de a magas elutasítási arány mögött feltehetően a kényelemről való lemondás elutasítása áll.

A válaszadók mindössze 28,5%-a támogat környezet- és természetvédő szervezeteket, 63,3%-uk nem (a nem válaszok harmadik legmagasabb aránya az összes vonatkozó kérdés közül). A 8,2%-nyi nem válaszoló aligha tartozik az adott szervezeteket pártoló és tevőlegesen támogatók táborába, vagyis a lakosság csaknem háromnegyede semmit nem tesz aktívan a környezet- és természetvédő szervezetek támogatása érdekében, pedig erre lakhelytől függetlenül gyakorlatilag mindenkinek lenne lehetősége, akár anyagilag (például a személyi jövedelemadó 1%-ának felajánlásával), akár önkéntes munka végzésével.

A válaszadók 25,2%-a mondott *igent* ökotudatosan működő szálláshelyek választására, illetve a megújuló energiaforrások használatára vonatkozóan. A nemleges válaszok aránya valamelyest eltérő a két esetben: 66% nem használ megújuló energiaforrást (a nem válaszok második legmagasabb aránya) és 59,5%-nak nem szempont a szállás kiválasztásánál annak öko mivolta. (Akiknél ez nem szempont, azok közül 15,4% nem is válaszolt a kérdésre, szemben a megújuló energiaforrások használatáról nem nyilatkozóak mindössze 8,8%-os arányával).

Messze legmagasabb arányban az alábbi kérdésre kaptunk negatív, és értelemszerűen legkevésbé pozitív választ: „Részt vettem kifejezetten ökoturisztikai (természeti területekre, mint elsődleges vonzerőre irányuló) utazásban.”. A megkérdezettek 73,1%-a nem vett részt ilyen utazáson, szemben a 18,7%-kal, aki igen (8,8% nem válaszolt). Ez egybevág az ökoturizmusról való ismeretek – más kérdéseknél már felszínre került – viszonylag alacsony szintjével.

5. Összegzés

A környezettudatos szemlélet erősödése, erősítése a turizmusban nem opció, a globális éghajlati változás és az ahhoz hozzájáruló túrturizmus tényének ismeretében sokkal inkább elengedhetetlen szükségesség. Noha nem a turizmus a környezetet legerősebben károsító emberi tevékenység, de negatív környezeti (és kulturális-társadalmi) hatásai mindenképpen szembeötlőek, ráadásul a szektor évtizedek óta tartó szinte szakadatlan növekedésével

(tekintsünk itt el a 2020-as évtől, a Covid-válság bizonytalan kimenetelétől) ezek a hatások erősödnek, a turizmus ökológiai lábnyomának aránya pedig az összes emberi tevékenységet tekintve növekedni fog.

Egyelőre sajnos illúzió a turizmus szektor környezeti hatásainak drasztikus csökkentése, már csak az egyre nagyobb számban útra kelő tömegek utazásaiból adódó környezeti hatások miatt is, ez azonban nem jelenti azt, hogy nincs lehetőség és szükség a cselekvésre. Az utazások környezetbarátabbá tételében jelentős szerepet játszik kínálati oldalon a szolgáltatók működésének környezettudatosabb alapokra helyezése, míg a kereslet oldaláról a turisták környezettudatosságának erősítésére van szükség. A tanulmány ez utóbbi szempontból, a magyar utazóközönség környezettudatosságának oldaláról vizsgálta a turizmus zöldítésének lehetőségét. A tanulmány alapjául szolgáló kutatás eredményeiből is jól érzékelhető, hogy a fenntarthatóság és a környezettudatosság kérdései a fogyasztói magatartást is erősen befolyásolják. Noha a turizmus ágazaton belül még kétségkívül a tömegturizmus kínálata és kereslete dominál, már egyre magasabb azok száma, akik tisztában vannak a turizmus környezetre gyakorolt negatív hatásaival, és utazásaik során törekednek arra, hogy ezeket minimalizálják, illetve elkerüljék. A 9 környezettudatos fogyasztói magatartást vizsgáló kérdés közül 6 esetben erős szignifikanciát véltünk felfedezni egy adott korosztályhoz való tartozással. A generációs különbségeket vizsgálva megállapíthatjuk, hogy az idős korosztály viszonyul a legtudatosabban a kérdéskörhöz, számára a legfontosabb a környezeti fenntarthatóság és a környezettudatos utazási gyakorlat megvalósítása. Leginkább ők vannak tisztában az ökoturizmus mibenlétével, utazási döntéseiket áthatja a környezettudatosság. Hajlandóak áldozatot hozni, kényelmetlenséget vállalni, ha tudják, hogy ezzel a környezetet védik. Az is megállapítható ugyanakkor, hogy összességében kedvező a kép a hazai lakosság környezettudatos magatartásával, értékrendjével kapcsolatban. A környezettudatos fogyasztói attitűd erősödése várhatóan a turisztikai szolgáltatókat is a környezettudatosabb gyakorlat irányába fogja mozdítani, ami a turizmus hosszútávú fenntartható fejlesztése szempontjából rendkívül kívánatos lenne.

Köszönetnyilvánítás

Jelen publikáció/kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.1-16-2016-00004 azonosítójú, „Átfogó fejlesztés” című projekt keretében készült.

tések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” című projekt keretében jött létre.

Felhasznált irodalom

- ASHLEY, C. – ROE, D. – GOODWIN, H. (2001): *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work For The Poor – a review of experience*. Pro-Poor Tourism Report No. 1. London: Overseas Development Institute (ODI), International Institute for Environment and Development (IIED), and the Centre for Responsible Tourism (CRT).
- ÁSVÁNYI K. – KOMÁR Z. (2018): Érték-e zöldnek lenni? Zöld szállodák és vendégeik. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 3(1). pp. 20–33.
- AUBERT A. (2010): A globális turizmus jellemzői és trendjei geográfiai megközelítésben. In: Tóth J. (szerk.): *Világföldrajz*. Akadémiai Kiadó, Budapest. pp. 646–666.
- AUBERT A. – CSAPÓ J. – GONDA T. – HEGEDÜS V. – SZABÓ G. (2007): Turizmus és a terület-, valamint vidékfejlesztés. In: Aubert A. (szerk.): *A térségi turizmuskutató és tervezés módszerei, eredményei*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi Intézet. pp. 76–132.
- CEBALLOS-LASCURÁIN, H. (1996): *Tourism, Ecotourism, and Protected Areas: The State of Nature-Based Tourism Around the World and Guidelines for Its Development*. Island Press, Washington DC.
<https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.1996.7.en>
- CSAPÓ J. (2013a): A turizmustervezés fenntartható aspektusainak vizsgálata Béda-Karapancsa területén. *Modern Geográfia*. 8(4). pp. 1–8.
- CSAPÓ, J. (2013b): Energy Efficiency in Tourism: Towards a More Sustainable Travel Industry. *Geographical Locality Studies*. 1(1). pp. 44–57.
- CSAPÓ, J. (2015): Responsible Tourism Destinations: A Win-Win Situation for Sustainable Tourism Development? *Geographical Locality Studies*. 3(1). pp. 624–644.
- CSAPÓ J. – GERDESICS V. – GONDA T. – RAFFAY Z. – TÖRŐCSIK M. (2018): *Turizmus. A magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal*. Kézirat. EFOP-3.6.1-16-2016-00004. Pécs, PTE KTK.
- CSAPÓ J. – LŐRINCZ K. (2020): A turizmus gazdaságban betöltött szerepe és irányai Magyarországon a COVID-19 előtt és után. *Geometodika*. 4(3). pp. 5–16.
<https://doi.org/10.26888/GEOMET.2020.4.3.1>
- DÁVID L. – KOVÁCS T. – TÓTH G. – BUJDOSÓ Z. – PATKÓS CS. (2010): A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben. In: Süli-Zakar I. (szerk.): *A terület- és településfejlesztés alapjai II*. Budapest; Pécs: Dialóg Campus Kiadó. pp. 447–466.
- DOMBAY, I. – MAGYARI-SÁSKA, ZS. (2010): The Management of a Sustainable Touristic Activity at the Lacul Roșu Resort within the “Cheile Bicazului Gorge – Haghimașul Mare” National Park. In: Christofides, G. – Kantiranis, N. – Kostopoulos, D. S. – Chatzipetros, A. A. (eds): *Proceedings of the XIX. Carpathian-Balkan Geological Association Congress*. Thessaloniki.
- DOMBAY I. – MAGYARI-SÁSKA ZS. – LÁSZLÓ P. S. (2008): *Ökoturizmus. Elmélet és gyakorlat*. Kolozsvári Egyetemi Kiadó, Kolozsvár.
- FENNELL, D. A. (1999): *Ecotourism. An introduction*. Routledge, London–New York.
<https://doi.org/10.1002/jtr.283>
- GONDA T. (2017): *A „tájékalótól” a tudatos turistáig. A környezettudatosság erősödése a turizmusban*. Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Szekszárd.
- GONDA T. – RAFFAY Z. – SPIEGLER P. (2016): Az ökoturizmus fejlesztési lehetőségei és irányai a dél-dunántúli ökoturisztikai klaszter eredményei tükrében. In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 1(1). pp. 4–18.
- GUERREIRO, M. – PINTO, P. – MENDES, J. (2016): Nature-Based Tourism in The Algarve: a Fact Or a Myth? *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*. Cinturs – Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being, University of Algarve. 4(3). pp. 265–277.
- HAJMÁSY GY. (2018): Társadalmi felelősségvállalás a magyarországi szállodákban: különös tekintettel a környezetvédelmi aspektusra. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 3(3). pp. 4–27.
- HORVÁTH, A. (2019): The Analysis of the Eco-Touristic Accommodation Labelling in Hungary and Croatia. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 4(1–2). pp. 114–121.
DOI: 10.15170/TVT.2019.04.ksz1-2.10
- INSKEEP, E. (2000): *A fenntartható turizmus fejlesztése. Irányelvek a turizmus tervezőinek és szervezőinek*. Geomédia szakkönyvek. Geomédia kiadó, Budapest.
- KOVÁCS T. (2017) A kisújszállási rizsföldek: lehetséges új szereplő a hazai ökoturizmus területén (?) *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 2(3). pp. 44–57.
- MAGYAR ZS. – SÜLYÖK J. (2014): Az ökoturizmus helyzete Magyarországon. *Turizmus Bulletin*. 16(2). pp. 15–23.

- MARTON G. – RAFFAY Z. – PRISZTÓKA GY. – RAFFAY Á. – KISS R. (2016): A Dráva-mente, mint határmenti, periférikus tér turizmusfejlesztésének problémái. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 1(2). pp. 34–48.
- MICHALKÓ G. (2003): A fenntartható fejlődés ökoturisztikai aspektusai Magyarországon. *Turizmus Bulletin*. 7(4). pp. 13–21.
- MICHALKÓ G. (2005): *Turizmusföldrajz és humánökológia: fejezetek a természet, a társadalom és az ember turizmushoz fűződő viszonyáról*. MTA FKI – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár.
- PANNON EGYETEM TURIZMUS TANSZÉK – AQUAPROFIT ZRT. (2008): *Országos Ökoturizmus Fejlesztési Stratégia*. Veszprém-Budapest.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. (2005): *A turizmus hatásai*. 4. javított kiadás. Budapest: Aula Kiadó.
- RAFFAY Z. (2018): Mennyi az elég és mennyi a túl sok? Ökoturisztikai desztinációk marketingtevékenysége Magyarországon. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia (Generációk a turizmusban). Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing és Turizmus Intézet, Pécs.
- RAFFAY, Z. – TÖRŐCSIK, M. – GERDESICS, V. (2016): Fast and slow tourism: tourism planning on the basis of pace of life. Mašek Tonković, A. (ed): *5th International Scientific Symposium "Economy of Eastern Croatia – Vision and Growth"*. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku. pp. 288–297.
- SAARINEN, J. (2006): Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*. 33(4). pp. 1121–1140.
DOI: 10.1016/j.annals.2006.06.007
- STONE, M. – WALL, G. (2004): Ecotourism and Community Development: Case Studies from Hainan, China. *Environmental Management*. 33(1). pp 12–24.
DOI: 10.1007/s00267-003-3029-z
- TÖRŐCSIK M. (2011): *Fogyasztói magatartás. Insight, trendek, vásárlók*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
DOI: 10.1556/9789630597371
- TÖRŐCSIK M. – CSAPÓ J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó J. – Gerdesics V. – Törőcsik M. (szerk.): *Generációk a turizmusban: I. Nemzetközi Turizmus Konferencia*. Tanulmánykötet. pp. 8–22.
- TÖRŐCSIKM. – JAKOPÁNECZE. (2011): A fogyasztói félelem – kockázateszleléstől az ellenállásig. In: Fojtik J. (szerk.): *Felelős marketing: MOK 2011: a Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 17. országos konferenciája*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. pp. 13–21.
- WACKERNAGEL, M. – REES, W. E. (2001): *Ökológiai lábnyomunk. Hogyan mérsékeljük az ember hatását a Földön?* Föld Napja Alapítvány, Budapest.
- WINKLER, T. (2012): *Ecotourism as Community Development Tool: Development of an Evaluation Framework*. Master thesis, Karl Franzens Universität, Graz.

Internetes források

- HORVÁTH P. – RIMÓCZI CS. (2011): *Ökoturizmus*. www.eturizmus.pte.hu, Letöltve: 2020. október 20.
- UNEP – UNWTO (2005): *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*. <https://www.sustainablesids.org/wp-content/uploads/2016/11/UNEP-WTO-2005-Making-tourism-more-Sustainable-A-guide-for-policy-makers.pdf>, Letöltve: 2018. augusztus 3.