

**Pécsi Tudományegyetem**  
**Természettudományi Kar**  
**Földtudományok Doktori Iskola**

**Felelősségteljes turizmus, avagy környezeti és társadalmi  
felelősségvállalás vizsgálata a turisztikai szereplők körében**

PhD értekezés

**Horváth Andrea**

Témavezetők:

**Dr. Aubert Antal**, egyetemi tanár

**Dr. Jónás-Berki Mónika**, adjunktus



**Pécs, 2023.**

## Tartalomjegyzék

1.	Bevezetés .....	5
2.	Célkitűzések .....	9
2.1.	Szolgáltatói attitűdkutatás a környezeti felelősségvállalás témakörben ..	9
2.2.	Turisztikai szolgáltatók felelősségvállalása, mint hozzáadott érték vizsgálata egy vendégkörfelmérés alapján .....	9
2.3.	Társadalmi felelősségvállalás és a turisztikai szolgáltatók HR kapcsolatának vizsgálata.....	10
2.4.	Felelősségvállalás és turizmusbiztonság .....	10
3.	Kutatói kérdések .....	12
4.	Szakirodalmi áttekintés.....	13
4.1.	A fenntartható fejlődéstől a fenntartható turizmusig - A turizmus fenntarthatóságának rövid történeti háttere .....	13
4.2.	Felelős (felelősségteljes) turizmus - Responsible tourism .....	18
5.	Kutatási módszerek.....	31
5.1.	Szekunder kutatás .....	31
5.2.	Primer kutatási módszerek .....	31
6.	Eredmények .....	34
6.1.	Szolgáltatói attitűdkutatás a környezeti és társadalmi felelősségvállalás témakörében	34
6.1.1.	Környezeti felelősségvállaláshoz kapcsolódó országos “Zöld Szálloda” díj és ökomínósítési rendszerek a Dél-Dunántúlon és Horvátországban .....	34
6.1.2.	Környezeti felelősségvállaláshoz kapcsolódó országos “Zöld Szálloda” díj	40
6.1.3.	Környezetbarát minősítési rendszerek .....	49
6.1.4.	A turisztikai szolgáltatók környezettudatossága a Dél-Dunántúlon ...	54
6.2.	Környezeti felelősségvállalás egy dél-dunántúli vendégkör felmérés alapján	59
6.2.1.	A felmérésben részt vevő turisták általános demográfiai jellemzői ...	60

6.2.2. A vendégkör környezettudatosságához való viszonyulása a kérdőíves felmérés alapján.....	60
6.3. Az ember, mint turisztikai erőforrás kezelésének kérdései a fenntarthatóság és versenyképesség érdekében.....	68
6.3.1. Társadalmi felelősségvállalás és a turisztikai humánerőforrás kapcsolata	68
6.3.2. Felelősségvállalás a MSZÉSZ Dél-dunántúli tagságának humánerőforrás gazdálkodásában.....	71
6.3.3. A szállodai foglalkoztatás általános jellemzői a Dél-Dunántúlon .....	75
6.3.4. Kihívások a szállodavezetés során.....	76
6.3.5. A szállodai munkaerőt érintő problémák okai és megoldási lehetőségei	78
6.3.6. A munkavállalók lojalitása .....	79
6.3.7. Munkavállalók továbbképzése.....	81
6.3.8. Munkaerő toborzás .....	81
6.4. Az egyéni felelősségvállalás és turizmusbiztonság.....	82
6.4.1. Turizmusbiztonság kérdése a tudományos publikációkban.....	83
6.4.2. Egészségbiztonság és turizmus.....	87
6.4.3. Az egyéni felelősségvállalás és turizmusbiztonság kérdőíves vizsgálatának eredményei - A felmérésbe bevont turisták általános demográfiai jellemzői	88
6.4.4. A felmérésben résztvevők tipikus utazási motivációi és a SARS CoV-19 hatása turisztikai utazásaikra .....	89
6.4.5. A legmagasabb iskolai végzettség és az egészségbiztonsági tényező fontossága közötti kapcsolat.....	94
6.4.6. Az életkor és a biztonsági tényezők fontossága közötti kapcsolat .....	96
6.4.7. A legmagasabb végzettség, valamint annak a kapcsolata, hogy a válaszadók szerint kinek a felelőssége a turisták egészségbiztonságának megteremtése	

6.4.8.	A járvány hatása a motivációra.....	104
7.	Eredmények összefoglalása.....	108
8.	A kutatás további irányai.....	113
9.	Köszönetnyilvánítás .....	114
10.	Irodalomjegyzék .....	116

## 1. Bevezetés

Visszatekintve az elmúlt néhány évtizedre, mind a nemzetközi, mind a belföldi turizmus növekedése figyelhető meg, amely egyes országokban jelentős mértékben járul hozzá a GDP-hez, ebből következtethető, hogy a turizmus egy fontos, meghatározó gazdasági ág.

Napjaink turizmusa gyökeres változásokon megy keresztül. Egészen 2020-ig töretlenül nőtt a turizmusban résztvevők száma, és senki nem gondolta volna, hogy a globálisan is meghatározó gazdasági ág ilyen sokkot fog átélni. A Turisztikai Világszervezet (UNWTO) adatai szerint 2019-ben a nemzetközi turisták utazása elérte az 1,5 milliárd főt, amely az eddigi évekhez képest egy kiemelkedő szám volt. A SARS CoV-19 járvány megjelenése előtt a 2020-as évre vonatkozó előrejelzések még növekedést prognosztizáltak (World Tourism Organisation (UNWTO), 2020a), azonban a járvány jelentősen átírta ezt, sőt Gössling és társai szerint maga a turizmus nagyban elő is segítette a járvány terjedését (Gössling, Scott, & Hall, 2021). A pandémia 2020 első negyedében 22 százalékos visszaesést okozott a nemzetközi turistaérkezések számában, ami milliók munkahelyének elvesztéséhez, és a fenntartható fejlődési célok (Sustainable Development Goals) előrehaladásának megtorpanásához vezetett (World Tourism Organisation, 2020b). A 2022 év első 10 hónapjának adatai alapján az UNWTO forgatókönyve szerint az ágazat 2022 végéig eléri a járvány előtti szint 65%-át (World Tourism Organization (UNWTO), 2022). Hirtelen megváltoztak az utazási szokások, előtérbe kerültek a közeli desztinációk, belföldi utak. Számos turisztikai vállalkozás volt kénytelen felfüggeszteni a tevékenységét és közülük nem mindegyik tudja folytatni a jövőben, mivel más megélhetési forrást kellett keresniük. Ám azoknak a vállalkozásoknak, amelyeknek sikerül túlélni a gazdasági összeomlást, egy újrainyitást követően fel kell készülniük a turisták megváltozott igényeinek kielégítésére.

A turizmusfejlesztés negatív hatásai tönkreteszhetik azokat a környezeti erőforrásokat, amelyek a turisztikai piac alapelemei, a vonzerők bázisát adják, tehát amelyektől függ. A turizmus nem megfelelő fejlesztésének eredménye pedig az, hogy az folyamatos nyomást gyakorol a desztináció környezeti állapotára és kulturális örökségére, gyakran degradálva azt. A túrturizmus pressziója alatt álló desztinációk nem új keletű jelenségek, de ezzel is egyre gyakrabban szembesülünk: a helyi lakosok szenvednek a tömezturizmustól, illetve ez negatív élmény a látogatók számára is. Sajnálatos, hogy

negatívumként legtöbbször csupán a környezeti károk kerülnek említésre, holott egy-egy desztináció esetén gyakran súlyosabb problémát okoz a szociokulturális hatás. Az úgynevezett „overtourism” jelenségtől számos, turisták által közkedvelt úti cél szenved, amely már konfliktusokat generál (Milano, 2018; Goodwin, 2017; Horváth, 2017). Olyannyira, hogy ennek hatására megjelent a turizmofóbia kifejezés is, amelyet többek között Spanyolország turisztikai minisztere, Álvaro Nadal 2016-ban a berlini ITB eseményén használt azokra a lokális közösségekre, amelyek fellázadtak a túlzott turistaáradat miatt, a tömegetturizmus ellen (Cañellas, 2016). A két kifejezés azonban szorosan összefügg és a fenntarthatatlan turisztikai növekedéshez kapcsolódik (Milano, 2017).

A tömegetturizmus negatív hatásait csökkenteni hivatott turizmus típusok, mint az ökoturizmus, szelíd turizmus, zöld turizmus már a XX. század végén megjelentek. A szemlélet változása, a környezetért felelősséget vállaló turista utazásának fő motivációja többek között a védett természeti és kulturális értékek felkeresése lett. A turisztikai szuprastruktúra fontos pillérei, vagyis a turisztikai szolgáltatók számára is szükségessé vált ez a szemléletváltás. A turizmus fenntarthatóságának célja kettős. Egyrészt „morálisan” felelős azért, hogy ne okozzon visszafordíthatatlan károsodást a világ természeti, társadalmi és gazdasági környezetében. Másrészt a turizmusnak üzleti szempontból is fontos a környezet fenntarthatósága, mivel a turizmus nem megfelelő fejlődése éppen a kínálatának alapjául szolgáló természeti és kulturális környezetet károsíthatja vagy pusztíthatja el (Putzko & Rätz, 2002).

Kutatásom során a negatív hatások megelőzésében fontos szerepet játszó turisztikai felelősségvállalás kérdéskörét kívánom körbejárni. Témaválasztásomat nem csak annak aktualitása indokolja. Már régóta foglalkoztat, hiszen környezetemben számos olyan turisztikai kezdeményezésnek és jó gyakorlatnak lehettem tanúja, amelyek inspiráltak. Ugyancsak ez a magyarázata a területi fókuszának is, hiszen Pécs és a Dél-Dunántúl olyan attrakciókban gazdag terület, amit véleményem szerint, ha nem is mellőznek, de mindenképp a sokadik helyre sorolják desztinációválasztáskor a turisták. A térségben működő felelősen gondolkodó turisztikai szolgáltatóktól olyan impulzusokat kaptam, amelyek ösztönöztek arra, hogy a témát ne csak egyoldalúan, egy résztémára koncentrálni vizsgáljam.

Mivel már munkám kezdetén világossá vált, hogy a témát csak komplexen lehet vizsgálni, így arra vállalkoztam, hogy a lehető legsokoldalúbban végezzem a kutatásokat, hogy minél inkább láthatóvá tegyem annak sokrétegűségét és összefonódásait. Fontosnak tartottam, hogy átfogó képet alkossak, ezért a hatalmas témát több altémára bontottam. Ez az oka, hogy a disszertáció szerkezetében némiképp eltér az értekezések megszokott felépítésétől.

A szakirodalmi áttekintés egy jelentős része az egyes eredmények alfejezeteinél kapott helyet, azért, hogy az elméleti háttér az adott kutatást és a kapcsolódó eredményeket érthetőbbé tegye, egyúttal a gondolati ívhez illeszkedjen. Munkám során jellemzően mikro szintre fókuszálok, amely ez esetben a turisztikai szolgáltatókat jelenti, hiszen ők azok, akik lokálisan hatással vannak egy-egy desztináció fenntarthatóságára és a felelősségteljes turizmus előmozdításának egyik legfontosabb szereplői.

Az empirikus kutatásokra alapozó alfejezetek sorát egy reprezentatív mintán végzett szolgáltatói attitűdkutatás képezi, mely a szolgáltatói körben jellemző hozzáállást, viszonyulást tárja fel a mintaterületen, ami ez esetben a Dél-dunántúli Régió. Ezt követően a környezeti felelősségvállalás szintjeit és területeit kívánom részletesen megvizsgálni, olyan jó gyakorlatokat kívánok feltárni és elemezni, értékelni, melyek mintaként szolgálhatnak más turisztikai szereplők számára. Ha felelősen gondolkodunk felmerül az a kérdés, hogy vajon az ökoszállások jelenthetik-e a megoldást? A zöld technológiák szálláshely-iparban való alkalmazásának ötlete nem új keletű. Az ökoszállás az ökoturizmus egyik olyan szállástípusa, ahol az ökoturizmus filozófiája és alapelvei találkoznak. A turisztikai ágazat számára a tanúsítási rendszerek használatának fő ösztönzői közé tartoznak a minősítésre sikeresen pályázóknál jelentkező előnyök (pénzügyi megtakarítások, marketing haszon, márka ismertsége stb.). Az energiahatékony építkezés és a környezetbarát anyagok a környezetbarát üzleti filozófia kezdetei (Bradić, Kosar, Djeri, Vukosav, & Garača, 2017). Az ökotanúsítvánnyal rendelkező szálláshelyek száma és az irántuk való érdeklődés alacsony, ezért indokoltnak láttam a kutatást erre a témakörre is kiterjeszteni, továbbá az összehasonlítás végett annak földrajzi dimenzióját kiszélesíteni egy olyan szomszédos országra, amely szezonálisan magas turistaszámmal rendelkezik.

A korábbi kutatások alapján felismertem, hogy nem mellőzhető annak vizsgálata, hogy maga a vendégkör miként fogadja a környezetért felelősséget vállaló turisztikai

magatartást. Második alfejezetben az ehhez kapcsolódó eredményeket kívánom bemutatni, amelyek egy nagyobb kutatás részét képezték a Dél-dunántúli Régióban.

A harmadik fejezetben a társadalmi felelősségvállalás és a turisztikai szolgáltatók HR kapcsolatának vizsgálatával foglalkoztam. A turizmus az új technológiák, mint például a robot concierge, ellenére még mindig munkaerő-igényes ágazat, amire napjainkban igen nagy hangsúlyt kell fektetni. Ezen a téren a turisztikai szolgáltatók számos kihívással és problémával szembesülnek, ami sajnálatos módon már régóta fennáll. Úgy gondolom, hogy a felelős turisztikai hozzáállás mindenképp szem előtt tartja a humánus fontosságát személyzeti kérdésekben. Az empirikus kutatásaimban a felelős turizmus irányából közelítettem meg a témát, amely nem azonos az elsősorban vállalati szférában ismert CSR gondolatvilágával. A kutatásnak nem célja a felelősségvállalással összefüggő tevékenységet kísérő szakirodalom régóta fennálló vitáját eldönteni a tekintetben, hogy az milyen üzleti magatartásnak minősül.

Negyedik résztémaként, némiképp a helyzetre reagálva, úgy gondoltam nem mellőzhetem az egyéni felelősségvállalás kérdését a turizmusbiztonságot illetően. Nyilvánvaló volt, hogy a SARS-Covid 19 járvány okozta lezárások és utazási korlátozások feloldását követően egy sokkal szenzitívebb légkörben indulhat újra a turizmus, amikor egy utazáshoz kapcsolódóan az egészségbiztonság előtérbe kerülhet. Ebben a kérdésben azonban lényegesnek tartottam vizsgálni, hogy beszélhetünk-e egyáltalán az utazók, utazni vágyók egyéni felelősségvállalásáról, vagy az egészségbiztonságot fókuszba állítva (hangsúlyozva az épp aktuális járványügyi intézkedéseket) a turisták másoktól várják el.

Fentiekhez hozzá kell tennem, hogy a disszertáció terjedelmi korlátai miatt több altémát nem érint. Ilyen például a turizmushoz való hozzáférés kérdésköre. E tekintetben egy igen sikeres, aktív és innovatív megoldásokat alkalmazó pécsi egyesület (People First Egyesület) hatalmas előrelépést tett, hiszen felkarolták az akadálymentes turizmus népszerűsítését, valamint a fogyatékkal élők turisztikai szolgáltatásokhoz való hozzáférhetőségének elősegítését. Már néhány évvel ezelőtt megismerkedtem a témakörrel, részben foglalkoztam a hátrányosabb helyzetű közösségek és egyének, valamint a nemzetiségek turizmusban való részvételének lehetőségeivel (Horváth, 2018, Aubert, Horváth, Jónás-Berki, & Szeidl, 2016). Ezek alapján kialakult az a meggyőződésem, hogy a felelős turizmuson belüli társadalmi felelősségvállalás ezen irányelve sokkal nagyobb volumenű vizsgálatokat indokol, mint ami egy alfejezetbe belefér.



## **2. Célkitűzések**

### **2.1.Szolgáltatói attitűdkutatás a környezeti felelősségvállalás témakörben**

Munkám kiindulópontja egy szolgáltatói attitűdkutatás, mely a szolgáltatói körben jellemző hozzáállást, viszonyulást tárja fel a mintaterületen. A kutatásban a turisztikai szolgáltatók körében vizsgálom a környezeti fenntarthatóság kérdéskörét. Elsősorban energetikai területen találkozhatunk ilyen irányú kezdeményezésekkel, melyek energiahatékonyság központúak. Kutatásomat azonban ennél lényegesen szélesebb bázisra kívánom helyezni, kiterjed attitűdkutatástól kezdődően a konkrétan megtett lépésekig környezeti és társadalmi szinten.

Az ökotanúsítvánnyal rendelkező szálláshelyek száma és az irántuk való érdeklődés alacsony, ezért indokoltnak láttam a kutatást erre a témakörre is kiterjeszteni, továbbá az összehasonlítás végett annak földrajzi dimenzióját kiszélesíteni egy olyan szomszédos országra, jelen esetben Horvátországra, amely szezonálisan magas turistaszámmal rendelkezik. A fejezet célja a választott minősítési (öko, zöld) rendszerek összehasonlítása.

### **2.2. Turisztikai szolgáltatók felelősségvállalása, mint hozzáadott érték vizsgálata egy vendégkörfelmérés alapján**

A turisztikai szektorban, mint meghatározó gazdasági ágazatban, napjainkban egyre nagyobb teret kap a fenntarthatóság kérdésköre. Magyarországon a turisztikai szolgáltatók évek óta pályázhatnak Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program keretében olyan fejlesztésekre, amelyek növelik a fenntarthatóságot, legyen az gazdasági vagy környezeti jellegű. Ugyanakkor, növekszik azon szolgáltatók száma is, akik felismerve környezeti és társadalmi felelősségvállalásuk fontosságát, üzletpolitikájuk részévé tették a fenntarthatósági szempontokat, továbbá, ezen elvek mentén folytatják tevékenységüket és alakítják jövőbeli terveiket. Éppen ezért nem mellékes, hogy a turisztikai szolgáltatók ezirányú törekvései milyen fogadtatásban részesülnek a vendégek, a kereslet oldaláról.

Célkitűzéseim között szerepelt kideríteni, hogy van-e, és ha igen milyen mértékű hozzáadott értéke a turisztikai szolgáltatók fenntarthatósági törekvéseinek, felelősségteljes fejlesztéseinek a vendégek szemszögéből. A vendégkörfelmérésen alapuló attitűdvizsgálat a járvány kitörését megelőzően kezdődött a dél-dunántúli régió területén.

### **2.3. Társadalmi felelősségvállalás és a turisztikai szolgáltatók HR kapcsolatának vizsgálata**

Napjainkban az emberi erőforrások a gazdaság egyik legfontosabb eszközévé váltak, ami jelentősen befolyásolja az országok versenyképességét is. A munkaerő elvándorlása Magyarországról ma is folyamatos, a legintenzívebben a nagy munkaerőigényű turisztikai szektorban jelentkezik, így a probléma ma már a versenyképesség keretein túl gazdasági fenntarthatósági kérdéseket is felvet. A turisztikai szolgáltatóknak jelentős szerepük van egy desztináció fejlettségi szintjében és további fejlődésében, ezért fontos, hogy miként kezelik a munkaerővel kapcsolatos kihívásokat. A kutatás középpontjában az állt, hogy feltárjam, melyek a legjellemzőbb problémák, amelyekkel a turisztikai szolgáltatóknak ebben a kérdésben szembe kell nézniük, és megvizsgáljam, milyen megoldásokat lehetne hatékonyan alkalmazni. A mintaként választott terület, a dél-dunántúli turisztikai régió nem tartozik a legnépszerűbb desztinációk közé, fontosnak tartottam, hogy a szolgáltatókat, elsősorban a szállodákat kérdezzem, hogy feltárhassam a társadalmi felelősségvállalásuk szempontjait a munkavállalóikkal kapcsolatban, hiszen a felelős magatartás ma már elvárás a vállalkozásokkal szemben.

### **2.4. Felelősségvállalás és turizmusbiztonság**

A fejezet célja, hogy felmérjem a potenciális turisták hozzáállását a turizmusbiztonság kérdésében, azon belül az egészségbiztonság kérdésében. A témakörön belül arra kerestem a választ, hogy milyen felelősséget vállalnak az egészségbiztonsághoz kapcsolódóan, ha egyáltalán hajlandóak felelős magatartásra. A turisztikai szolgáltatók számára vannak nyilvánvalóan kötelező előírások, de kutatásomban azt is vizsgáltam, hogy a potenciális turisták tőlük várják-e a biztonságuk megteremtését. A felelősségteljes magatartás, mint elvárás elsősorban a szolgáltatók felé irányul, vagy esetleg más szereplők (beleértve magukat az utazókat is) által foganatosított intézkedések miatt érzik magukat biztonságban egy desztinációban. Kérdésként fogalmazódott meg, hogy a COVID 19 járvány vajon hatással volt-e a turizmusbiztonsági tényezők fontosságára az utazók körében? Ezen kívül, kérdés, hogy az egyéni felelősség megjelenik-e a turistáknál az egészségbiztonsághoz kapcsolódóan?

Ezek a témakörök és a kapcsolódó kutatások mindegyike a felelős turizmus irányelveihez illeszkedik (*1. ábra*).

## 1. ábra Vizsgált témák a felelős turizmus irányelveihez illeszkedve



Forrás: saját szerkesztés, 2022

### 3. Kutatói kérdések

Fenti, látszólag több szálon futó vizsgálatok alapján az alábbi kutatói kérdésekre keresem a válaszokat:

K1: A vizsgálatokhoz választott geográfiai fókuszterületen lehet-e felelősségteljes turizmusról beszélni? A turisztikai szolgáltatók túllépnek-e és ha igen, milyen módon az energetikai célú fenntarthatóság kérdéskörén? Vannak-e olyan hatékony kezdeményezések, amelyek best practise-ként további szolgáltatók számára is megvalósíthatók, követhetők?

K2: A környezeti felelősségvállalás a működtetéshez nélkülözhetetlen előírásokon túl, a rendelkezésre álló pályázati forrásoknak köszönhetően egyre szélesebb körű. A környezettudatosság a társadalom körében is egyre többször jelenik meg követendő szemléletként és igényként. Felmerül az a kérdés, hogy a turisztikai szálláshelyszolgáltatók által követett és alkalmazott környezettudatos üzletpolitikának van-e hozzáadott értéke a turizmus keresleti oldaláról?

K3: A társadalmi felelősségvállalás (elszakadva a CSR-tól) meg tud-e jelenni elsődlegesen a turisztikai szálláshely-szolgáltatók körében? A társadalmi felelősségvállalás miként jelenik meg a dél-dunántúli szálláshelyszolgáltatóknál, miközben a régióban több hátráltató tényező van?

K4: A pandémia miatt megváltozott helyzet, számos a turizmushoz társított szemléletet megváltoztatott. Ráirányította a figyelmet arra, hogy turizmusbiztonság többszereplős, amelyben a felelősség és felelősségvállalás lényeges, napjainkban nem mellőzhető kérdés. Kutatói kérdésként az fogalmazódott meg, hogy vajon változott-e a turisták hozzáállása a felelősségteljes turizmushoz a COVID-19 járvány hatására? Lehet-e egyéni felelősségvállalásról beszélni a turizmusban?

Határozott célom a felelős turizmus irányelveinek érthetőbbé tétele, hogy a magyarországi gyakorlatba való könnyebb beilleszthetősége, alkalmazása és érvényesülése az elmélettől elszakadhasson és mind szemléletben, mind praktikumban egy pozitív irányú elmozdulást segítsen.

## 4. Szakirodalmi áttekintés

### 4.1. A fenntartható fejlődéstől a fenntartható turizmusig - A turizmus fenntarthatóságának rövid történeti háttere

A norvég Gro Harlem Brundtland vezette Környezetvédelmi és Fejlesztési Világbizottság (World Commission on Environment and Development- WCED) 1987-ben tette közzé *„A közös jövőnk”* (Our Common Future) című jelentését, amelyben nem csak a fejlődés fenntartható módon való kivitelezését hangsúlyozták, hanem megfogalmazták a mára már közismert fenntartható fejlődés fogalmát is: „Az emberiség képes fenntarthatóvá tenni a fejlődést, hogy biztosítsa a jelen szükségleteinek kielégítését anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek képességét saját szükségleteik kielégítésére. A fenntartható fejlődés fogalma valóban korlátokat jelent - nem abszolút korlátokat, hanem a technológia és a társadalmi szervezethez jelenlegi állapota által a környezeti erőforrásokra, valamint a bioszféra azon képessége által szabott korlátokat, hogy elnyelje az emberi tevékenységek hatásait” (WCED, 1987, p. 16). A fogalom leginkább az első mondat alapján vált más fenntarthatósággal kapcsolatos definíciók alapjává.

Kiemelkedő jelentőségű volt az ENSZ égisze alatt 1992-ben Rio de Janeiróban megrendezett Környezetvédelmi és Fejlesztési Világkonferencia, amely végérvényesen elfogadta a fenntartható fejlődés koncepcióját, mint a fejlődés és a környezet problémáinak egyetlen megoldását. A világ 179 országának vezetői és magas rangú tisztségviselői, önkormányzati, üzleti szféra, tudományos, civil és egyéb szervezetek képviselőit tömörítő konferencián a következő dokumentumokat fogadták el: Agenda 21, Nyilatkozat a környezetről és a fejlesztésről, az Éghajlatváltozásról szóló keretegyezmény, A biológiai sokféleségről szóló egyezmény és az erdőkre vonatkozó Globális megállapodás (United Nations, 1992).

Az 1992-es konferenciát követte a 2002-ben Johannesburgban megtartott esemény, majd 2012-ben újra Rio de Janeiróban tartották (Rio 2012 Earth Summit vagy Rio+20 néven), ahol egy célzott politikai eredménydokumentum született, amely immár világosabb és gyakorlatiasabb intézkedéseket tartalmaz a fenntartható fejlődés megvalósítására (United Nations (UN), Future We Want - Outcome document, n.d.). Az eseményt követően a tagállamok úgy döntöttek, hogy elindítanak egy folyamatot a fenntartható fejlődési célok kidolgozására, amelyek a millenniumi fejlesztési célokra épülnek és a 2015 utáni fejlesztési menetrendhez konvergálnak. Az ENSZ 2015 szeptemberében tartott

fenntartható fejlődési konferenciáján (UN Sustainable Development Summit) elfogadták a fenntartható fejlődésről szóló 2030-ig tartó menetrendet (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development), amelynek középpontjában 17 fenntartható fejlődési cél áll (Sustainable Development Goals-SDGs) és 169 célkitűzés ( (Unated Nations (UN), Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development A/RES/70/1, 2015)Unated Nations (UN), 2015). Bár mind a 17 célnak van turisztikai relevanciája, ezek közül kiemelhető három, amely a turizmushoz szorosabban kapcsolódik, azokban nevesítve is van (2. ábra) (Unated Nations (UN), Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development A/RES/70/1, 2015).

## 2. ábra Fenntartható fejlődés turizmust érintő céljai



**Forrás: Unated Nations (UN), n.d. alapján saját szerkesztés, 2022**

A 8. cél 9. pontja hangsúlyozza „2030-ig olyan politikák kidolgozását és végrehajtását, amelyek elősegítik a fenntartható, munkahelyeket teremtő, valamint a helyi kultúrát és termékeket népszerűsítő turizmust” (Unated Nations (UN), Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development A/RES/70/1, 2015, p. 20). A 12.b cél megfogalmazza, hogy szükséges „A munkahelyeket teremtő és a helyi kultúrát és termékeket népszerűsítő fenntartható turizmus fenntartható fejlődési hatásainak nyomon követésére szolgáló eszközök kidolgozása és alkalmazása” (Unated Nations (UN), 2015, p. 23). A 14.7. cél pedig leírja, hogy „2030-ra növelni kell a kis fejlődő szigetállamok és a legkevésbé fejlett országok számára a tengeri erőforrások fenntartható használatából származó gazdasági előnyöket, többek között a halászat, az akvakultúra és a turizmus fenntartható kezelése révén” (Unated Nations (UN), 2015, p. 24). Ezek mindegyikéből jól látszik, hogy egyre konkrétan fogalmazódnak meg az elérendő, ambíciózusnak nevezhető fenntarthatósági célok. A tematizálás pedig segítheti azok alkalmazását a rendszer minden szintjén, így a turizmusban is.

A turizmus hatásaival több hazai és külföldi kutató foglalkozott (Lengyel, 2004; Dávid, Vargáné Csobán, Kovács, & Vasa, 2012; Putzkó & Rátz, 2002; J.R. Brent & Crouch, 2003; Petrić, 2003; Lanza, Markandya, & Pigliaru, 2005; Page, 2007; Michalkó, , 2004; Michalkó, 2012; Gonda, 2022). Bár különböző szemszögből közelítenek a kérdéshez, de lényegében azonos következtetés vonható le a munkákból. A turizmusnak igen nagy hatása van egy desztináció szociokulturális, gazdasági és természeti, fizikai környezetére.

Alapvetően egyet kell értenünk a következő megfogalmazással: „...a turizmus nem természeténél fogva veszélyes a környezetére, hanem csak akkor, ha spontán módon alakul, tervszerűtlenül és ellenőrizetlenül nő. A negatív hatások mérséklése vagy eltüntetése és a pozitív hatások erősítése – végső soron a fenntartható turizmus megteremtése – csak tudatos fejlesztéssel érhető el” (Lengyel, 2004, p. 245). Ezt a tudatos fejlesztést szolgálják a különböző szintű fejlesztési stratégiák. Ideális esetben megalkotásukba nélkülözhetetlen az aktorok bevonása, hisz a felülről megfogalmazott és vezérelt célok eredményessége kétséges, ha az nem illeszkedik a lokális, azaz a fogadó terület társadalmának elképzeléséhez. A turizmus tudatos tervezéséhez és fejlesztéséhez kapcsolódóan említhető az ENSZ szakosított szervezetének, a World Tourism Organisation (WTO) két kiemelt eseményén elfogadott nyilatkozata. Az egyik az 1980-ban Manilában tartott Világkonferencia a turizmusról, a másik az 1989-ben Hágában rendezett Interparlamentáris Konferencia a Turizmusról, ahol már megfogalmazódott, hogy a szektorban nem csak gazdasági, hanem társadalmi, környezeti és etikai szempontokat is figyelembe kell venni. Továbbá, rögzítették, hogy szükséges az állami és magánszektor közötti együttműködés a tervezésben és hangsúlyozza a turisztikai erőforrások megőrzésének fontosságát,

Az 1992-es ENSZ *Környezet és fejlődés* konferencián Rio de Janeioban (1992 United Nations Conference on Environment and Development) „AGENDA 21- Feladatok a XXI. Századra” nevű dokumentum akciótervei átfogó fenntarthatósági célokat fogalmaztak meg (ENSZ Környezet és Fejlődés Világkonferencia, 1993). A turisztikai szektor felismerte, hogy nem csak a felelőssége nagy, hanem az ágazat fejlődése is azon múlik, hogy mennyire törekednek az erőforrások fenntartható használatára, hisz alapvető érdeküket szolgálja azok megléte.

Bramwell & Lane 1993-ban úgy fogalmaztak, hogy „A fenntartható turizmus olyan

pozitív megközelítés, amelynek célja, hogy csökkentse az idegenforgalmi ágazat látogatói, a környezet és a nyaralóknak otthont adó közösségek közötti összetett kölcsönhatásokból eredő feszültségeket és súrlódásokat (Bramwell & Lane, 1993, old.: 2)”. Ez egy viszonylag enyhe problémára utaló megközelítés, ami így három évtized távlatából úgy tűnhet, hogy némiképp bagatelizálták a kérdést, de munkájukban elismerték, hogy egy desztinációban meg kell dolgozni azért, hogy a természeti és emberi erőforrások hosszútávon életképesek legyenek és a turisztikai növekedésnek vannak határai.

1996-ban a WTO (World Tourism Organisation), a WTTC (World Travel and Tourism Council), valamint Earth Council megalkották az **Agenda 21** az utazásról és turizmusról című programot (Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmental Sustainable Development). A dokumentum a fenntarthatóság alapelveit tartalmazza, valamint meghatároz prioritásokat, feladatokat, hangsúlyozva a gyakorlati megvalósíthatóságához, eredményességéhez a partnerséget a kormányzati szervek, turisztikai hivatalok és szakmai szervezetek, vállalatok között (World Travel and Tourism Council, World Tourism Organization, & Earth Council, 1997; Putzkó & Rátz, 2002, p. 328).

Az 1999-ben Santiagóban (Chile) megalkotott Turizmus Globális Etikai Kódexe (UNWTO, Global Code of Ethics for Tourism, 2001), a turizmust a fenntartható fejlődés tényezőjeként fogalmazza meg, továbbá, cikkelyeiben a turizmuspolitika környezeti és társadalmi felelőssége is említésre kerül.

Swarbrooke (1999) szerint a fenntartható turizmus azt jelenti: gazdaságilag életképes, de nem pusztítja el azokat a forrásokat, amelyektől a turizmus jövője függ, nevezetesen a fizikai környezet és a fogadó közösség társadalmi szerkezete (Swarbrooke, 1999). Továbbá, megjegyzi, hogy a fenntartható turizmus szoros kapcsolatban áll több olyan turizmus típussal, amelyet gyakran helytelenül szinonimaként használnak (3. ábra).



### 3. ábra A fenntartható turizmus és más turizmus típusok kapcsolata Swarbrooke szerint



**Forrás: Swarbrooke, 1999, p. 14**

Az egyik nemzetközileg elfogadott definíció szerint a fenntartható turizmus „az a turizmus, 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, p. 12).

Minden esetben az egyértelművé válik, hogy a fenntartható turizmus elvei és céljai különös hangsúlyt kapnak a dokumentumokban, csakúgy, mint más szerzők munkáiban (Butler R. W., 1993; Rátz & Putzkó, 1998; Swinton, 2001). Bár a kódex foglalkozik a környezet, a társadalom és a gazdaság kölcsönhatásaival (Hajnal, Hársas, & Kékesi, 2009), a fenntarthatóság fogalma nem vált nyilvánvalóvá és magától értetődővé a turisztikai szolgáltatók számára (sem). Elsősorban egyfajta ideológiává vált, amelyet marketingszlogenként használnak annak érdekében, hogy jobb képet alakítsanak ki a vállalkozásokról vagy úti célokról.

Az alternatív-, öko-, természetbarát-, soft-, felelősségteljes turizmus mindegyike a fenntarthatóság irányába mutat, mégsem jelenthető ki, hogy fenntartható turizmusról van szó, hiszen gyakran áltevékenységeket alkalmaznak annak érdekében, hogy bizonyítsák a szereplők fenntarthatóság iránti elkötelezettségét, mint például pusztán környezetbarát anyagok (bútor, textília) használata révén.

A fenntartható turizmus kérdéskörével számos további szerző foglalkozik. Happ (2014) kiemeli, hogy a fenntartható fejlődésre épülő *fenntartható turizmus* három pillére a gazdasági, a természeti és kulturális környezet (Happ, 2014).

Az Európai Unió kiemelten foglalkozott vele az elmúlt években, illetve a pandémia időszakában és annak mérséklődési idejében a jövőre vonatkozóan. „A fenntartható turizmusra vonatkozó uniós stratégia” témájú, az Európa Parlament által 2021 márciusában

elfogadott állásfoglalásában hangsúlyosan jelenik meg a „fenntartható, felelősségteljes és intelligens turizmusra való átállás” erősítése. Ennek érdekében a célok között szerepel az Európai Turisztikai Ügynökség létrehozása is (Európai Parlament, 2021).

Napjaink tudatos fogyasztói számára a környezetbarát termékek és szolgáltatások nem teljesen ismeretlenek. Ugyanakkor, számos példát találhatunk arra, hogy pusztán marketing céljából olyan termékekre vagy szolgáltatásokra is ráaggatják a bio, öko, környezetbarát jelzőket, amelyek attól nagyon távol állnak. A turisztikai vállalkozások esetében, például gyakran találkozhatunk azzal, hogy egy szelektív hulladékgyűjtő kihelyezésével oldják meg a környezetbarát látszat fenntartását.

Fentiek alapján is látható, hogy immár több évtizede számos szinten és formában (programok, tematikus évek stb.) megjelenik a fenntarthatóság. Mégis egyet kell értenem Butler (2015) ama kijelentésével miszerint, ha a fenntartható fejlődésnek és a turizmusnak hármasszögű alappillére van, akkor ezek közül az egyik a gazdaság, és ezt nem lehet figyelmen kívül hagyni a környezeti vagy a társadalmi/kulturális nyomások javára, mint ahogy a gazdasági érv sem élvezhet elsőbbséget más szempontokkal szemben (Butler R. , 2015). Összességében úgy tűnhet, hogy a fenntarthatóság szlogenje mögött rejlő tartalom már nem jut el kellő mélységgel a szereplőkhöz.

#### **4.2. Felelős (felelősségteljes) turizmus - Responsible tourism**

A fenntartható turizmushoz képest a felelős turizmus kevésbé ismert Magyarországon. Ez jórészt annak köszönhető, hogy könnyen azonosnak vélhető a fenntartható turizmussal, továbbá maga a fogalom sem teljesen tisztázott.

A desztinációk és turisztikai szervezetek egyre inkább elfogadják és követik a felelősségteljes turizmust, mint a fenntartható turizmushoz vezető utat. A felelős és fenntartható turizmusnak ugyanaz a célja – a fenntartható fejlődés. A felelős turizmus pillérei egyenrangúak mondhatók a fenntartható turizmussal – a környezeti integritás, a társadalmi igazságosság és a gazdasági fejlődés. A fő különbség köztük az, hogy a felelős turizmusban az egyéneknek, szervezeteknek és vállalkozásoknak felelősséget kell vállalniuk tetteikért és azok hatásáért. Ez a hangsúlyeltolódás feltehetően azért következett be, mert egyes érdekcsoportok úgy vélték, hogy a riói Föld-csúcstalálkozó óta nem történt elegendő előrelépés a fenntartható turizmus megvalósításában. Ez részben azzal magyarázható, hogy mindenkitől elvárták a fenntartható magatartást anélkül, hogy a megfogalmazott elvek mellett a konkrét cselekvéshez segítséget nyújtott volna.

Harold Goodwin neve összeforrt a felelős turizmussal, hisz ő a Felelős Turizmus Nemzetközi Központjának alapító igazgatója (2002), a Felelős Turizmus Partnerség ügyvezető igazgatója, valamint a Manchester Metropolitan University professzor emeritusa aki az elmúlt két évtizedben számos olyan tisztséget betöltött, és mai napig aktívan betölt, ami a felelős turizmushoz kapcsolódik. Goodwin Krippendorf munkásságához köti a felelős turizmus megjelenését, hisz elsőként említi, hogy minden egyes turista épít vagy rombol utazás közben (Krippendorf, 1984; Krippendorf, 1987), továbbá már akkor megfogalmazta a felelősségvállalás etikájának fontosságát, amikor a szakmabeliek még a fenntartható turizmus mellett érveltek (Goodwin, 2016). A felelősségvállalás hangsúlyozása a felelős turizmusban azt jelenti, hogy minden turizmusban érintett – kormányzat, terméktulajdonosok és -felhasználók, szállítók, közösségi szolgáltatók, civil és közösségi szervezetek, turisták, helyi közösségek, ipari szövetségek – felelősséggel tartozik a felelős turizmus céljainak megvalósításáért. A felelősségteljes turizmus több, mint a turizmus egy formája, hiszen a turizmus kezelésében egy szemléletet képvisel, függetlenül attól, hogy valaki turista, munkáltató, helybéli, vagy bármilyen más érdekcsoport szerepét tölti be. Hangsúlyozza, hogy minden érdekcsoport felelős azért, hogy milyen típusú turizmust fejleszt vagy folytat. Bár a különböző csoportok eltérő módon közelítenek a felelősséghez, közös az a vélemény, hogy a felelős turizmusnak a turizmus javulását kell eredményeznie. A turizmusnak „jobbá” kellene válnia a felelős turisztikai megközelítés következtében. A jobbá tétel mögött az a gondolat rejlik, hogy az egymásnak ütköző érdekeket egyensúlyban kell tartani. Fontos elmondani, hogy a felelős turizmusnak nincs stratégiája, vagyis az, hogy mi minősül felelősségteljesnek, desztinációnként és kultúránként változhat. Tehát a felelős turizmus egy olyan törekvés, amely a világ heterogén piacain és különböző desztinációiban eltérő módon valósulhat meg. Ennek megvalósításához Harold Goodwin és Justin Francis 2001-ben létrehozta a Responsible Travel utazásközvetítő irodát, amelyen keresztül a felelős turizmus szemléletéhez illeszkedő utazási csomagokat kínálnak az érdeklődőknek. Számos turisztikai termék szerepel az ajánlataik között, mint például az aktív turisztikai termékek (horgászat, búvárkodás, hegymászás, szörfözés stb.), kulturális turisztikai termékek (európai körutazás vonattal, kézműves-műhelylátogatás, festés és művészet stb.), természetalapú turisztikai termékek (medve-, madárles, bálna- vagy delfin megfigyelés, hópárduc nyomkövetés, vadvilág megőrzéséhez vagy tengervédelemhez kapcsolódó utak, kutyaszán/husky szafari stb.), köztük olyanok is, amelyek tükrözik a felelős hozzáállást, mint például a kerekesszékes közlekedők vagy vakok és gyengénlátók számára szervezett

utak, multigenerációs családoknak, 50 év felettieknek kínált termékek, önkéntes turizmus családoknak családoknál vagy akár önkéntes turizmus állatokhoz kapcsolódóan stb. (Responsible Travel, 2023.). Egy másik fontos, említésre méltó kezdeményezés a 2004-ben létrehozott Felelős Turizmus Díj (Responsible Tourism Awards), későbbi nevén Felelős Turizmus Világdíj (World Responsible Tourism Awards), amellyel a felelős turizmus legjobb innovációit és gyakorlatait emelik ki világszinten, így azok afféle jó gyakorlatként követendő példaként szolgálnak. A későbbi regionális, az ír, dél-afrikai és indiai Felelős Turizmus Díjakat ugyanazon bírálati szempontjaik alapján hozták létre. A díj 2017-es átalakításáig számos kategóriában hirdettek győztest, mint például a legjobb szálláshely mozgáskorlátozottak számára, szálláshelyszolgáltató a foglalkoztatáshoz, a szegénység csökkentésének és a társadalmi befogadásnak a legjobb eszköze, a legjobb a gyermekvédelem szempontjából, a legjobb állatjóléti kezdeményezés, utazásszervezői innováció, felelős turisztikai kampány és a sor még folytatható. 2017 óta a díjat a World Travel Market (WTM) keretein belül, továbbra is Harold Goodwin zsűrielnök aktív részvételével működő bizottsági döntés alapján, ám már új kategóriákban ítélik oda az arra érdemeseknek, melyet jellemzően az évente megrendezésre kerülő Felelős Turizmus Napján (november 8-án) adnak át (Responsible Travel, 2023.).

A 2002-ben Johannesburgban tartott Fenntartható fejlődésről szóló világcsúcstalálkozó (World Summit on Sustainable Development (WSSD)) mellett egy másik eseménynek is otthont adott a Dél-afrikai Köztársaság. Kísérőrendezvényként a Felelős Turizmus Partnerség és a Western Cape Tourism szervezésében került sor a Fokvárosi konferencia a felelősségteljes turizmusról a desztinációkban (The Cape Town Conference on Responsible Tourism in Destinations) nevű rendezvényre, amelyen 20 ország 280 küldöttje vett részt.

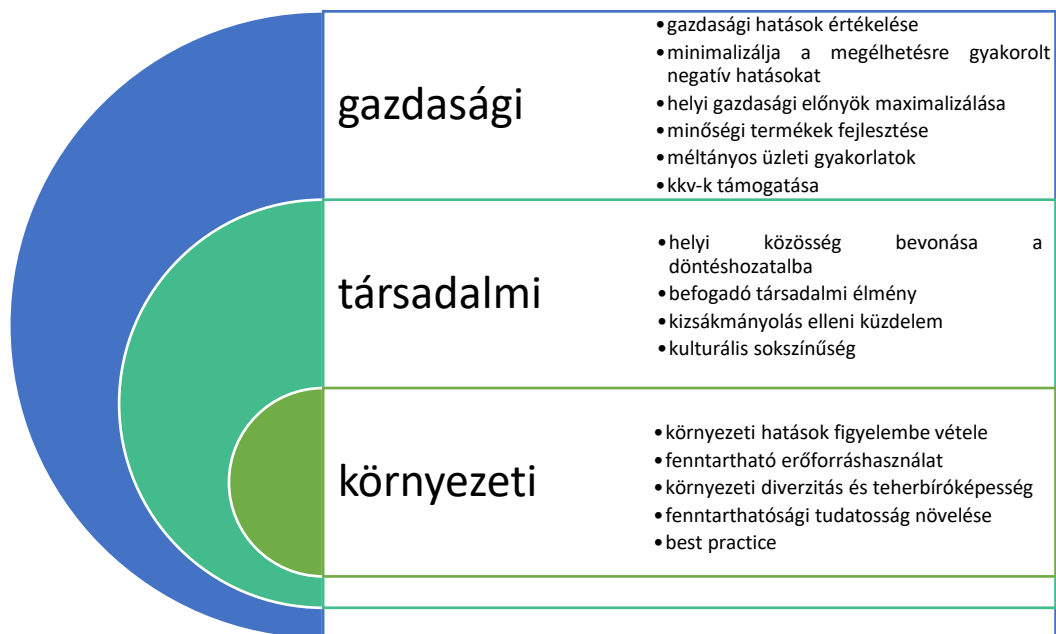
Jelen kutatásban elsősorban az ekkor született fokvárosi Felelős Turizmusról szóló Nyilatkozat (Cape Town Declaration) szerinti jellemzőkkel és értelmezésben tekintek rá, ami alapján a felelős (szinonimaként megjelenik a felelősségteljes elnevezés is) turizmus:

- minimalizálja a negatív gazdasági, környezeti és társadalmi hatásokat
- nagyobb gazdasági hasznot generál a helyi társadalomnak, növelve ezzel a helyi közösség jólétét
- javítja a munkakörülményeket és az iparhoz való hozzáférést

- a döntésekbe bevonja a helyi lakosságot, mivel azok kihatnak a mindennapi életükre és életminőségükre
- pozitívan járul hozzá a természeti és kulturális örökség diverzitásának megőrzéséhez
- maradandó és sokszínű élményt nyújt a turistáknak azzal, hogy közvetlen kapcsolatba kerülnek a helyiekkel, jobban megismerik a helyi kultúrát, a társadalmat és a befogadó környezetet
- hozzáférést biztosít a fogyatékkal élők számára
- kulturálisan érzékeny, erősíti a turisták és a házigazdák közötti tiszteletet, növeli a helyi lakosság büszkeségét és magabiztosságát (International Conference on Responsible Tourism in Destinations, 2002)

Ezen a konferencián elfogadták a felelős (felelősségteljes) turizmus irányelveit, a korábban már említett három pilléres felosztásban is, azaz a társadalmi-, gazdasági- és környezeti felelősségvállalás bontásában (4. ábra).

**4. ábra A felelős turizmus három pillérén nyugvó irányelvei**



**Forrás: International Conference on Responsible Tourism in Destinations, 2002 alapján saját szerkesztés, 2022**

A felelős turizmus gazdasági felelősségvállalás irányelvei:

- A turizmus fejlesztése előtt értékelje a gazdasági hatásokat, és részesítse előnyben azokat a fejlesztési formákat, amelyek a helyi közösségek javát szolgálják, és minimalizálják a helyi megélhetésre gyakorolt negatív hatásokat (például az erőforrásokhoz való hozzáférés elvesztése révén), elismerve, hogy a turizmus nem mindig a legmegfelelőbb formája a helyi gazdaságfejlesztésnek.
- A helyi gazdasági előnyök maximalizálása a kapcsolatok növelésével és az elszivárgás csökkentésével, annak biztosításával, hogy a közösségek részt vesznek a turizmusban és hasznot húznak belőle. Ahol csak lehetséges, az idegenforgalom felhasználása a szegénység csökkentésének elősegítésére, a szegényeket támogató stratégiák elfogadásával.
- Olyan minőségi termékek kifejlesztése, amelyek tükrözik, kiegészítik és javítják a desztinációt.
- A turizmus olyan módon történő értékesítése, amely tükrözi a desztináció természeti, kulturális és társadalmi integritását, és amely ösztönzi a turizmus megfelelő formáit.
- Méltányos üzleti gyakorlatok elfogadása, tisztességes árak fizetése és felszámítása, partnerségek kialakítása olyan módon, hogy a kockázatokat minimalizálják és megosztják, valamint a nemzetközi munkaügyi normákat elismerő személyzet felvétele és alkalmazása.
- Megfelelő és elegendő támogatás nyújtása a kis-, közép- és mikrovállalkozásoknak annak érdekében, hogy a turizmushoz kapcsolódó vállalkozások gyarapodjanak és fenntarthatóak legyenek (International Conference on Responsible Tourism in Destinations, 2002).

A második pillér a társadalmi felelősségvállalás, melynek irányelvei a következők:

- A helyi közösség aktív bevonása a tervezésbe és döntéshozatalba, valamint kapacitásépítés biztosítása ennek megvalósítása érdekében.
- A társadalmi hatások értékelése a működés teljes életciklusa során - beleértve a projektek tervezési és kivitelezési szakaszát is - a negatív hatások minimalizálása és a pozitív hatások maximalizálása érdekében.
- Törekedjen arra, hogy a turizmus befogadó társadalmi élményt jelentsen, és biztosítsa, hogy mindenki, különösen a kiszolgáltatott és hátrányos helyzetű közösségek és egyének számára elérhető legyen.

- Küzdeni kell az emberek szexuális kizsákmányolása, különösen a gyermekek kizsákmányolása ellen.
- Szenzitívnek kell lenni a fogadó kultúrára, fenntartva és ösztönözve a társadalmi és kulturális sokszínűséget.
- Törekedni kell arra, hogy a turizmus hozzájáruljon az egészségügy és az oktatás fejlesztéséhez (International Conference on Responsible Tourism in Destinations, 2002).

A harmadik pillér a környezeti felelősségvállalás irányelveit tartalmazza, melyek szerint:

- A környezeti hatások értékelése a turisztikai létesítmények és tevékenységek teljes életciklusa során - beleértve a tervezési és kivitelezési szakaszt is -, és annak biztosítása, hogy a negatív hatásokat a lehető legkisebbre csökkentsék, a pozitív hatásokat pedig maximalizálják.
- Használja fenntartható módon az erőforrásokat, és csökkentse a hulladékot, a pazarlást és a túlzott fogyasztást.
- A természeti sokféleség fenntartható kezelése és adott esetben helyreállítása; a turizmus mennyiségének és típusának mérlegelése a környezet teherbírásának függvényében, valamint a sérülékeny ökoszisztémák és védett területek épségének tiszteletben tartása.
- A fenntartható fejlődéssel kapcsolatos oktatás és tudatosság előmozdítása - minden érdekelt fél számára.
- Az összes érdekelt fél kapacitásának növelése és a legjobb gyakorlatok követésének biztosítása, e célból pedig konzultálni szükséges környezetvédelmi és természetvédelmi szakértőkkel (International Conference on Responsible Tourism in Destinations, 2002).

Fentiek alapján egy sokkal egyértelműbb kép rajzolódik ki a cselekvést illetően, ugyanakkor hasonlóság fedezhető fel a fenntartható turizmussal, ami nem véletlen. Nem arról van szó, hogy egy merőben új hozzáállásra van szükség, csupán a felelős turizmus résztvevőitől keresleti és kínálati oldalon egyaránt proaktivitást vár. A végcél viszont az, hogy “jobb helyeket teremtsünk az ott élőknek és azoknak, akik meglátogatják őket (International Conference on Responsible Tourism in Destinations, 2002)”.

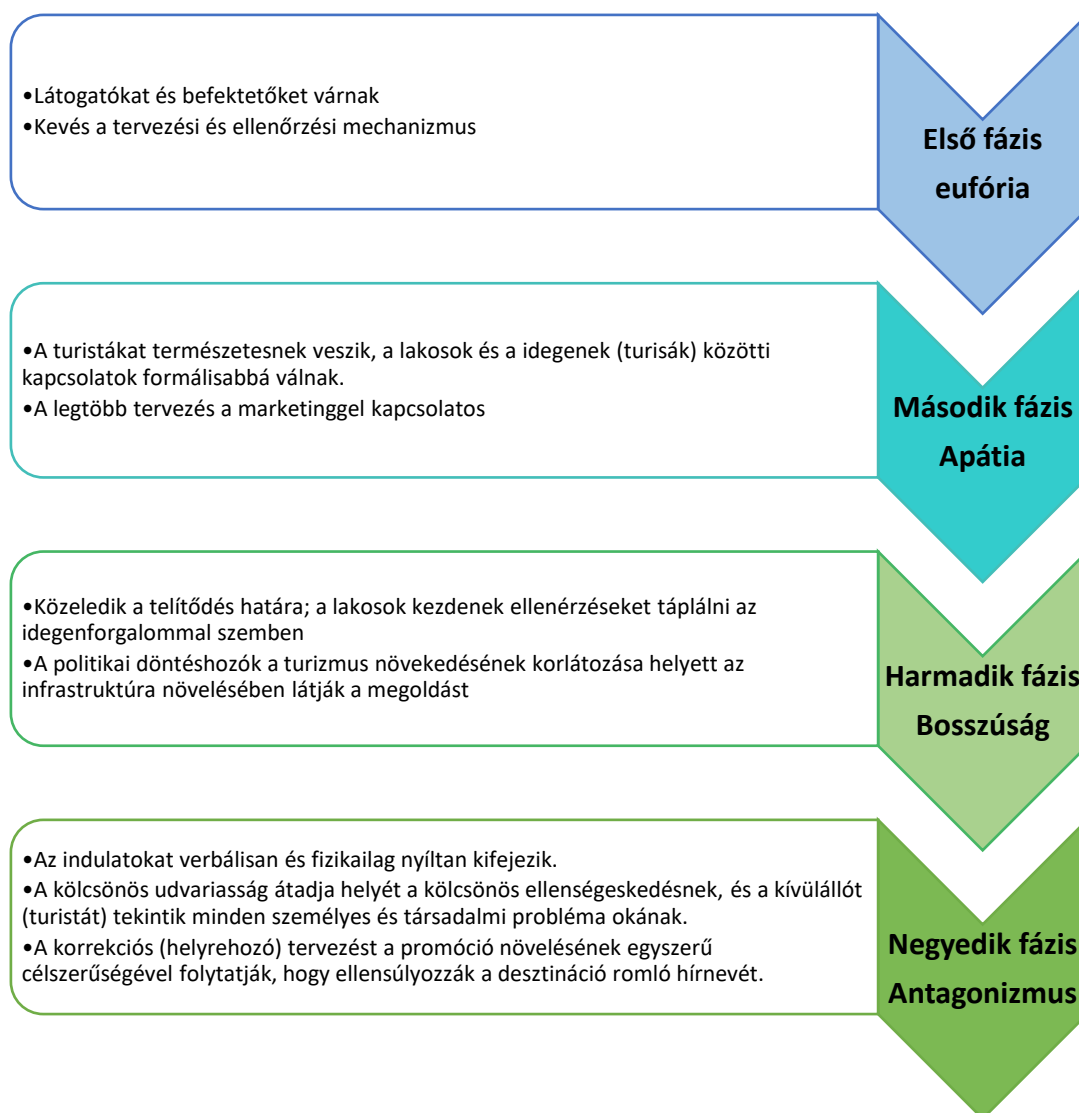
A zöld vagy környezettudatos innovációk és innovatív technológiák alkalmazása a

turizmusban is egyre jobban terjed. A szállodák esetében a kezdeti ráfordítandó költség ellenére sincs különbség a láncokhoz tartozó és az önálló szállodák között (Gyurác-Németh, 2014). Ahogy egy magánháztartásban is az energiahatékonyság költségcsökkentő tényező, úgy az a turisztikai szolgáltatók esetében is az. Így evidensnek tűnhet az ilyen irányú tökebefektetés, hisz profitábilissá teszi a vállalkozást, de anyagiak hiányában nehezen tehető meg a lépés.

A tervszerűtlen vagy tömeges méreteket öltő turizmus negatív hozzáállást, esetenként agressziót válthat ki a fogadó területen. Nemrégiben a média révén olyan képsorok járták be a világot, amelyeken európai nagyvárosok lakói tüntettek többek között a turisták nagy száma ellen, az élhetetlenné váló település, a mikrokörnyezetük degradálódása, az egyre gyakoribb konfrontálódás miatt. Dubrovnik, Velence után a spanyolországi Barcelonában és San Sebastianban is tüntetések voltak. Az ún. anti-turista kampányok a konfliktusok olyan szintjének eredménye, amely átlépte a helyi társadalom tűrőképességének határát (Burgen, 2017). Bármennyire meglepő, a probléma nem újkeletű. A második világháborút követő időszakban terjedt el a tömegturizmus (Michalkó, 2012), így nem csoda, hogy a jelenség negatív hatásai is vizsgálat tárgyává váltak, melyek közül érdemes kiemelni Georg Doxey 1970-es évek derekán született megállapítását, mely szerint nagyon lényeges „mérni és nyomon követni az "irritációkat", amelyek a lakosok és a kívülállók közötti hatásból erednek egy adott turisztikai célterületen” (Doxey, 1975, p. 195). Doxey azt állította, hogy a lakosok hozzáállása a turisták növekvő beáramlása miatt az eufóriától az apátián át az idegességig és az ellenségességig változik. Az "Irridex" (irritációs index; 5. ábra), amelyet Doxey alkotott meg, ma is az egyik legnépszerűbb és legtöbbet idézett fogalom a vendéglátóknak a vendégekkel szemben egy turisztikai desztinációban tanúsított magatartásának megértésére.



## 5. ábra A Doxey-féle Irridex négy fázisa



**Forrás: Doxey, 1975, pp. 195-196 alapján saját szerkesztés, 2022**

Természetesen figyelembe kell venni, hogy a befogadó közösség egy heterogén közeg, függetlenül az érintettség fokától, vagyis az irritációs indexben felsorolt fázisok nem feltétlen homogének egy meghatározott időszakon belül sem.

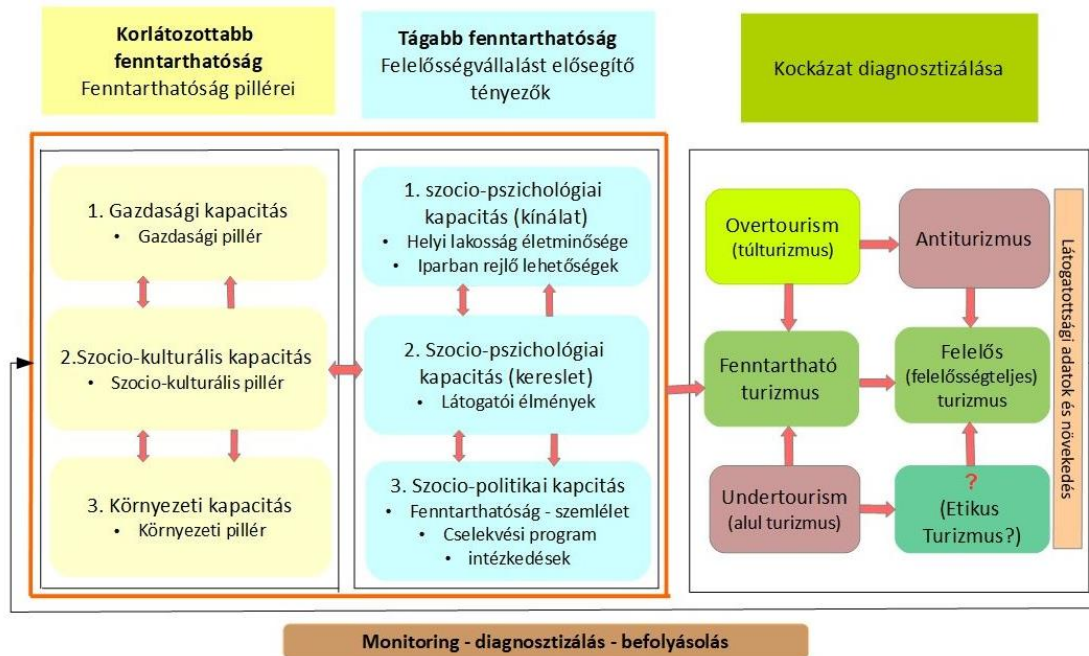
Ezen a ponton érdemes néhány gondolat erejéig kitérni a bevezetőben is említett overtourism jelenségére is. Bár mint korábban írtam a probléma nem újkeletű, a kifejezés a turisztikai kutatásokban csak az elmúlt évtizedben sokszorozódott meg. Egy egyszerű Google Tudós (Google Science) oldalon végzett kulcsszó keresés alapján kiderült, hogy az overtourism kifejezés 2000-ig csupán néhány száz publikációban jelent meg (1950-1990 között 100 db, 1990-1999 között 294 db), míg 2000-2010 között emelkedett 1300 darabra, majd a 2011 évtől 2020-ig tartó időszakban már 7350 találatot eredményezett, 2020-2023

közötti időszakban pedig már 10 500 publikáció jelent meg a témához kapcsolódóan. Ezek a számok jól jelzik, hogy a jelenség egyre inkább a tudomány előterébe kerül, ami persze nem jelenti azt, hogy más megközelítésből, más megfogalmazásban ne foglalkoztak volna az overtourism (vagy Magyarországon a még nem teljesen meghonosodott túlturizmusként aposztrofált) problémakörrel. Az UNWTO megfogalmazása szerint az overtourism a turizmus hatása egy desztinációra, vagy annak egyes részeire, amely túlzottan befolyásolja a lakosság észlelt életminőségét és/vagy a látogatói élmények minőségét negatívan befolyásolja (World Tourism Organization (UNWTO), Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, NHTV Breda University of Applied Sciences, & NHL Stenden University of Applied Sciences, 2018). Harold Goodwin (2017) is hasonlóképp írta le az overtourism jelenségét, vagyis, hogy a helyiek vagy a turisták úgy érzik, hogy túl sok a látogató, és hogy a térség életminősége vagy az élmény minősége elfogadhatatlanul romlott, ám ezt kiegészítette azzal, hogy ez az ellentéte a felelősségteljes turizmusnak, amely a turizmust arra használja, hogy jobbá tegye a helyeket, ahol élni lehet, és jobbá tegye a látogatható helyeket (Goodwin, 2017). Az overtourism, vagy túlturizmus nem csak a populáris urbánus térségekre jellemző, hanem más turisztikai hot-spotokra is, amelyekre első körben nem is asszociálunk (Galápagos-szigetek, Rio de Janeiro favellanegyede), hisz a „túl sok turista” relatív, a helyi társadalom tűrőképessége pedig eltérő. A növekvő turistaszám túlszűfolttséghez vezet a desztinációkban, amiből az következik, hogy a lakosok szenvednek az ideiglenes és szezonális turisztikai csúcsok következményeitől, amelyek tartós változásokat idéznek elő életmódjukban, a kényelmi szolgáltatásokhoz való hozzáférésükben és általános jólétükben (Milano, Cheer, & Novelli, 2019; Milano, 2018).

Mihalić a fenntartható és felelős turizmus szoros kapcsolatát hangsúlyozza, hovatovább úgy véli olyannyira összefonódik a két fogalom, hogy azokat egy új, az angol elnevezésük összeolvasztásával nyert „responsustable tourism” kifejezéssel illeti (Mihalic, 2016). Az overtourism, mint fenntarthatatlan turizmus, illetve ahogy korábban is említésre került a felelős turizmus ellentéte, csak úgy „kezelhető”, ha a fenntarthatósági pilléreket és a felelősségvállalást elősegítő tényezőket is figyelembe vesszük, ily módon némi alátámasztást nyer az előbbi elnevezés. Mihalić (2020) munkájában felhívta a figyelmet arra, hogy a túlturizmus kockázatát és az annak háttérében álló kockázatokat, azok nyomon követését, diagnosztizálását és elemzését, illetve a befolyásolásához szükséges beavatkozási pontokat egy modellben, átfogóan, szintetizálva szükséges vizsgálni

(Mihalic, 2020). Az általa készített modell szemléletesen mutatja be valamennyi releváns dimenziót (6. ábra).

6. ábra Az overtourism konceptualizálása



**Forrás: Mihalic, 2020 alapján saját szerkesztés**

Az első oszlopban a fenntarthatóság pillérei szerepelnek, amikre a turizmus valamilyen formában hatással van. Ez lehet pozitív vagy negatív. A kapacitás mértékének időbeli változását (vagy más desztinációhoz viszonyított változását) figyelemmel kell kísérni, hogy az overtourism kockázatát és okait nyomon lehessen követni, elemezni és szükség esetén befolyásolni.

A második oszlopban a kínálat és a kereslet szocio-pszichológiai kapacitása szerepel, ami a turizmus két oldalának elégedettségét tükrözi, vagyis a növekvő turizmus hatásait az emberi szereplőkre, illetve egyúttal a fogadóterület lakosságának és a turisták interakciójának és/vagy jelenlétének véleményformáló leképeződését jelzi. Egyszerű példaként hozható az egyidőben, egy desztinációban vagy attrakciónál megjelenő olyan mértékű látogatói tömeg, ami miatt a turisztikai pozitív élmény negatívvá válik, élvezhetetlen lesz a turista számára. Ugyanezen oszlop legalsó szövegdobozja a fogadóterület politikai, szervezeti

A harmadik oszlopban szereplő hat turizmustípus, jelen modellben indikátor kockázatának felismerése, diagnosztizálása, azon múlik, hogy a monitoring során

felismerjék az első két oszlop kapacitásaiban bekövetkezett olyan mértékű változást, ami megelőzés vagy enyhítés típusú beavatkozást, válaszlépést igényel. Ilyen lehet például amikor a megnövekedett turistaszám miatt a helyi lakosság inkább elvándorol a desztinációból, ami egyértelműen a turizmus miatti irritáció növekedését, a helyi lakosság életminőségének romlását jelzi.

Bármennyi definíciót is találunk, egy leszögezhető: az overtourism esetében a turizmus olyan negatív hatásáról beszélhetünk, aminek kezelésére sokáig nem volt felkészülve a szektor egyik szereplője sem. Napjainkban viszont prioritásként javíthatnak rajta, különösen, ha elfogadják azt a tényt, hogy a turisztikai növekedésnek is vannak határai.

Az egyértelmű, hogy a turisztikai szektor aktorainak társadalmi szempontból sokkal nagyobb felelősséget kell vállalnia. Más gazdasági szereplők esetében ismert és alkalmazott a CSR (Corporate Social Responsibility) fogalma, sőt mindinkább az ún. értékvezérelt vállalatvezetés irányába tolódik, amely túlmutat az előbbin. Ezzel, jellemzően a nagyvállalatoknál találkozhatunk. Ennek a magyarországi turizmus és vendéglátásban megjelenő formáit Kovács (2018, 2019, 2020) munkáiból ismerhetjük meg, aki rávilágít arra, hogy az országban magas az etikátlan és törvénytelen gyakorlatok mértéke, valamint arra, hogy a CSR a Magyarországon működő szállodák nagy részében nem tudatos vagy tervezett, hanem gyakran a menedzsment szemléletén múlik az alkalmazása, illetve annak látszata (Kovács, 2020; Kovács & Benkő, 2019; Kovács, 2018). A CSR már régóta vita tárgya a szakemberek körében. Milton Friedman Nobel-díjas közgazdász 1970-ben a *The New York Times* hasábjain megjelent esszéjében azt írta, hogy „az üzleti életnek csak egyetlen társadalmi felelőssége van - az erőforrások felhasználása és a nyereség növelését célzó tevékenységek végzése, amennyiben a játékszabályok betartásával, azaz nyílt és szabad versenyben, megtévesztés és csalás nélkül vesz részt, vagyis szerinte, az üzleti élet társadalmi felelőssége a profit növelésével kezdődik és végződik (Friedman, 1970).” Ezt a nyilvánvalóan erős fogalmazást többek között azzal magyarázta, hogy csak az emberi lényeknek lehet felelőssége és nem egy vállalatnak. Hovatovább úgy vélekedett, hogy a társadalmi felelősségvállalás álcáját használó befolyásos, tekintélyes üzletemberek egyenesen megkárosítják a szabad társadalmat (Friedman, 1970). Egyesek olyan véleményt fogalmaztak meg, mely szerint a CSR csak egy másik szó a vállalati filantrópiára, ami fontos például a szegénység csökkentésében, de az nem tudja kiváltani a nemzeti és nemzetközi szervezetek, valamint az állam felelősségét (Hopkins, 2007). Roel

Nieuwenkamp az OECD felelős üzleti magatartással foglalkozó munkacsoportjának elnöke 2016-ban kijelentette, hogy a CSR halott, mert inkább a jótékonykodással és a szociális szférában végzett önkéntes munkával hozzák összefüggésbe, mint a hosszú távú fenntartható fejlődéssel. A vállalatok gyakran PR-eszközként használják a CSR-t, ami hozzájárul ahhoz a felfogáshoz, hogy a CSR csupán „greenwashing” (Nieuwenkamp, 2016). A turisztikai szektorban tevékenykedő nemzetközi nagyvállalatok esetében is találkozhatunk jó és kevésbé jó CSR tevékenységgel. Előbbiekhez sorolható például a TUI Travel vagy az egykori Thomas Cook Group (Goodwin, 2016). Ugyanakkor mindez nem jelenti azt, hogy a turisztikai szolgáltatók egyáltalán nem fektetnek, fektethetnek hangsúlyt az etikus magatartásra, vagy nem tehetnek lépéseket a társadalmi felelősségvállalás területén.

A szálláshelyszolgáltatás a környezetvédelmi hatóság előzetes vizsgálatban hozott döntésétől függően környezeti hatásvizsgálatra kötelezett tevékenységek, létesítmények közé sorolásával Kormányrendelet (314/2005. (XII. 25.)) biztosítja, hogy egy ilyen beruházás esetén a környezeti hatások vizsgálva legyenek, és előírja a környezethasználati vagy környezetvédelmi engedély meglétét. Ugyanakkor, egy turisztikai szolgáltatónak a turizmus társadalmi-kulturális hatásaival is számolni kell. A stakeholderekkel való jó kapcsolat javíthatja, erősítheti a szolgáltató piaci szerepét.

A környezeti felelősségvállaláshoz és fenntarthatósághoz kapcsolódóan számos nemzetközi program jött létre (pl. Planet21 Programme), amely a turizmusban is megjelenik. A turisztikai szállásszolgáltatók reagáltak és megalakult az “International Hotels Environment Initiative (IHEI) (Nemzetközi Szállodai Környezetvédelmi Kezdeményezés), ami napjainkban International Tourism Partnership (ITP) néven ismert. A Nemzetközi Turisztikai Partnerség a világ vezető nemzetközi szállodavállalatait egyesíti, hogy hangsúlyosabbá tegyék a társadalmi és környezeti felelősségvállalást az iparágban. Tagjai sorában olyan nevek találhatók, mint például InterContinental Hotels Group, Four Seasons Hotels and Resorts, Hyatt, Kempinski, Fairmont Hotels&Resorts (International Hotels Environment Initiative, n.d.).

A társadalmi felelősségvállalás azonban, úgy tűnik, sokkal nehezebben adaptálható. A világtrendnek megfelelően több nagy szállodalánc, például Accor Hotels, RadissonBlu ún. Chartát alkalmaz, tehát az üzletpolitikájuk szerves része. A menedzsment által közvetített felelősségvállalás elvileg a dolgozókat (oktatás), a helyi társadalmat (gazdasági)

érinti, illetve fontos része a vendégek tájékoztatása is. Az efféle magatartás a globális piacon már kívánatos, versenyképességnövelő és komplex látásmódot követel. Sajnos kevésbé tűnhet idillinek a kép, ha csak felszínes látszat-tevékenységekkel a marketingfogás eszköze és pusztán a vendégelégedettség növelése a cél. Az üzleti életben az ilyen típusú alkalmazás miatt vált a CSR etikailag vitatottá, megkérdőjelezhetővé.

A társadalmi felelősségvállalás is még igencsak “gyerekcipőben” jár Magyarországon, bár a nemzetközi szállodaláncok magyarországi egységeinél nyilvánvalóan hozzátartozik az üzletpolitikához. Ugyanakkor a külföldi minták átvétele és alkalmazása utat nyitott a társadalmi felelősségvállalás, és az abban való szerepvállalás terjedéséhez, de nem csak az ismeretekből és az úgynevezett követhető jó példákból van kevés, hanem hiányzik az elkötelezettség is. Az a szolgáltató, amelyik azzal küzd, hogy rentábilisan működtesse vállalkozását, nehezen azonosul a társadalmi felelősségével, holott piaci szerepe ezt követelné.

A környezettudatosság a turizmusban Magyarországon a kezdeti szakaszban van. Pályázatok és esetenként szállodatulajdonosi kötelezettségvállalások miatt főképp a piacvezető, ismertebb szállodákban érhető tetten. Magyarország turisztikai piacán a szálláshelyi, kiemelten a szállodai szektor az, mely úttörő szerepet vállalhat és vállal fel a környezettudatos és környezetért felelősséget vállaló fejlesztések és működés terén. Ez a szektor az, melyben megfelelő tőke és tudás is összpontosul a fenntarthatóság, a környezettudatosság kérdéskörében, de még itt is az ösztönző eszközök, mint például pályázati támogatások azok, amelyek leginkább segítik az új technológiák alkalmazását (Horváth & Jónás-Berki, 2018).

## **5. Kutatási módszerek**

### **5.1. Szekunder kutatás**

A disszertáció kutatásai és tartalma primer és szekunder adatokon alapul. Az induktív módszer egy olyan módszer, amely alapján egyes tények és szakirodalmi ismeretek, valamint a tapasztalatok alapján irányt szabnak az új következtetések levonása felé. A témakör elemzése a kortárs hazai és külföldi tudományos és szakmai irodalom keretein belül történt, ezzel összefüggésben másodlagos adatokat használtam fel. A szakirodalom feldolgozása során különböző tudományos munkákat, számos kutatást és azok eredményeit is feldolgoztam, mint például Harold Goodwin, a felelős turizmus „atyjának” munkái vagy Michael C. Hall holisztikus szemléletű turisztikai szakember művei. Ezen kívül a nemzetközi (UNWTO, WTO stb.) és nemzeti turisztikai szervezetek (MTÜ, Magyar Turizmus Zrt., stb.) témához kapcsolódó dokumentumait (mint például jelentések, beszámolók, deklarációk, nyilatkozatok) is áttekintettem, hogy a felelős turizmus elméleti hátterét feltérképezsem. A klasszikus desk research részeként természetesen nem mellőzhettem a fejlesztési dokumentumok, statisztikák, elemzések feldolgozását sem (KSH, Magyar Turisztikai Ügynökség, Eurostat).

### **5.2. Primer kutatási módszerek**

A desk research módszert követte a primer kutatás, ami többféle módszerrel történt, melyek közül kiemelhető a terepbejárás, az interjúk készítése és elemzése kvalitatív módszerrel, illetve a kérdőíves felmérés és annak feldolgozása kvantitatív módszerrel.

Nagy hangsúlyt fektettem a rendszeres terepbejárásokra Magyarországon a dél-dunántúli Régióban és Horvátország Isztria és Split-Dalmácia megyéjében (Istarska županija, Splitsko-dalmatinska županija), illetve a hazai és nemzetközi turisztikai szolgáltatókkal történő személyes kapcsolattartásra.

Strukturálatlan és félig strukturált interjúkat és mélyinterjúkat készítettem, melyekhez releváns információkkal rendelkező személyek felkutatása és megkeresése vált szükségessé, elsősorban a Dél-Dunántúli Turisztikai Régió turisztikai szereplőinek körében. Továbbá, egyes alfejezetek esetén a téma indokolta, hogy azokat az aktorokat kérjem fel interjúra, akik például a megújuló közterek projektjeiben részt vettek, illetve akik azóta valamilyen aktivitásukkal rekreációs funkciójukat segítik, irányítják.

Az elvégzett empirikus kutatások a terepen végzett primer adatok felvételezésének módszerével történő gyűjtésén alapult, ahol az adatgyűjtés alapvető eszköze magyar nyelven nyomtatott kérdőív volt, amely korábbi hasonló kutatások alapján készült. Ezen kívül a SARS-CoV-2 (Covid 2019) miatt kialakult helyzetben törekedtem a személyes kontaktus mellőzésére, ezért online kitölthető kérdőívek segítségével végeztem felméréseket. Ezeket Google Drive Űrlap (Google Forms) felmérésadminisztrációs szoftver használatával oldottam meg.

A mintavétel a felmérések többségénél valószínűségi, azaz véletlen mintavételi (egyszerű véletlen kiválasztás), egyes kutatásoknál pedig nem valószínűségi (nem véletlen) mintavételi módon történt. Utóbbi alkalmazása történt például a vendégkör felmérésben, ahol önkényes paraméterként csak a turisták kerülhettek az alapsokaságba. Szakértői kiválasztás útján történő mintavételi sokaság meghatározása történt a turisztikai szálláshelyszolgáltatók esetében.

Atkison et al. (1995) az attitűdöt, mint fogalmat a következőképp értelmezte: „Az attitűdök pozitív és negatív viszonyulások: tárgyak, személyek, csoportok, helyzetek vagy a környezet bármely más azonosítható mozzanatai, akár absztrakt eszmék vagy politikai irányzatok iránti vonzalmak, s a tőlük való idegenkedés. (Atkinson, Lowe, & Matthews, 1995, p. 135)” Az attitűdök vizsgálatának fő célja a válaszadók, vagyis az adatközlők hozzáállásának feltárása, melyet a kutatás során Likert skálán vizsgáltam. A Likert-skála, az attitűdök mérésére szolgáló skála, melyben „a különböző állításokat két szélsőséges végpont közötti skálán mérnek, amely skálát általában 1-5-ig vagy 1-7-ig terjedő pontszámokkal látnak el” (Zerényi, 2016). Azokban a kérdőívekben, amelyekben ezt a skálát alkalmaztam, az 1-5-ig terjedő lehetőségek közül választhattak a kitöltők. Ezen kívül, mind a személyes, mind az online kérdőíves felmérésen alapuló vizsgálatban, törekedtem a zárt, eldöntendő és rangsoroló kérdések alkalmazására.

Az eredmények feldolgozása és statisztikai adatelemzése jellemzően Microsoft Excel 2016, programmal, illetve IBM SPSS Statistics 26 program segítségével készült.

A disszertációban szereplő vizsgálatok során a kérdőívek a következő bontásban készültek (**I. táblázat**):



**1. táblázat A disszertáció vizsgálataiban szereplő kérdőívek mintaszáma, területi lefedettsége és adatgyűjtési módja**

<b>Vizsgálat</b>	<b>n</b>	<b>területe</b>	<b>adatgyűjtés módja</b>
<b>Környezeti és társadalmi szolgáltatói attitűdkutatás -MSZÉSZ (1. melléklet)</b>	11	Dél-Dunántúl-MSZÉSZ tagok	személyes és email
<b>Környezeti felelősségvállalás fogadása egy dél-dunántúli vendégkörfelmérés alapján (2. melléklet)</b>	416	Dél-Dunántúl	személyes
<b>Az egyéni felelősségvállalás és a turizmusbiztonság (3. melléklet)</b>	927	országos	online

**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

## **6. Eredmények**

### **6.1. Szolgáltatói attitűdkutatás a környezeti és társadalmi felelősségvállalás témakörében**

#### **6.1.1. Környezeti felelősségvállaláshoz kapcsolódó országos “Zöld Szálloda” díj és ökomínósítési rendszerek a Dél-Dunántúlon és Horvátországban**

A turisták döntéseit egyre gyakrabban befolyásolja a környezettudatosság: láthatóan növekszik azoknak a turistáknak a száma, akik a desztináció kiválasztásánál a desztináció környezeti állapotát is figyelembe veszik (Gonda, 2017).

„A tanúsítványok szerepet játszhatnak és kell is játszaniuk azokban a fenntarthatósági kezdeményezésekben, ahol a kritériumok egyértelműek és nyilvánosak, és ahol a tanúsítvány egyértelmű garanciát jelent” (Goodwin, 2016, p. 268). Érdemes megemlíteni az olyan nemzetközi öko címkéket, mint a Green Label, a Green Globe 21, az Energy Star, a Viabono, Blaue Schwalbe, az Ecotel és az EU Ecolabel, mint a leggyakoribb és világszerte felismerhető öko címkék a turizmusban és a vendéglátásban, de ezen kívül számos nemzeti szintű ökotanúsítványt is ismerünk, melyeket leginkább a 90-es évek végén hívtak életre. Egy weboldal-kutatás alapján nemzetközi öko címkék és fenntarthatósági címkék száma ma már meghaladja a 200-at, melyek között vannak többfókuszú és monofókuszú minősítések, aszerint, hogy például csak egy területet minősít, mint a szálláshelyek, vagy több területet is lefed egyszerre (**2. táblázat**) (Bučar, Van Rheenen, & Hendija, 2019).

**2. táblázat Ökominősítések (környezetbarát minősítések) fókusz szerinti megoszlása a turisztikai szektorban egy 2019-ben végzett keresőszó-alapú weboldalkutatás alapján**

Minősítés fókusza	Környezetvédelmi címkék területi szintjük szerint			% arányuk a teljes mennyiségből		
	nemzeti	nemzetközi	összesen	nemzeti	nemzetközi	összesen
Szálláshelyek (hotel, kemping)	42	33	75	3,3	31,1	36,9
Utazásközvetítő/utazásszervező	15	15	30	5,5	14,2	14,8
Étterem	13	15	28	3,4	14,2	13,9
Desztináció (rurális, öko-, tengerparti, stb.)	10	14	24	1,3	13,2	11,8
Attrakció	4	10	14	4,1	9,4	6,9
Szabadidős tevékenységek	7	4	11	7,2	3,8	5,4
Védett területek/ Környezetvédelem/ Természetvédelmi területek	3	5	8	3,1	4,7	3,9
Közlekedés/szállítás	0	5	5	0,0	4,7	2,5
Strandok és kikötők/ Tenger	0	2	2	0,0	1,9	1,0
Ökoturizmus/ Fenntartható turizmus/ Fenntartható turizmus fejlesztés	1	1	2	1,0	0,9	1,0
Konferenciák	0	1	1	0,0	0,9	0,5
Egyéb (turisztikai információk, turisztikai szolgáltatások, hajóutak stb.)	2	1	3	2,1	0,9	1,5
<b>Összesen</b>	<b>97</b>	<b>106</b>	<b>203</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Forrás: Bučar, Van Rheenen, & Hendija, 2019, p. 368**

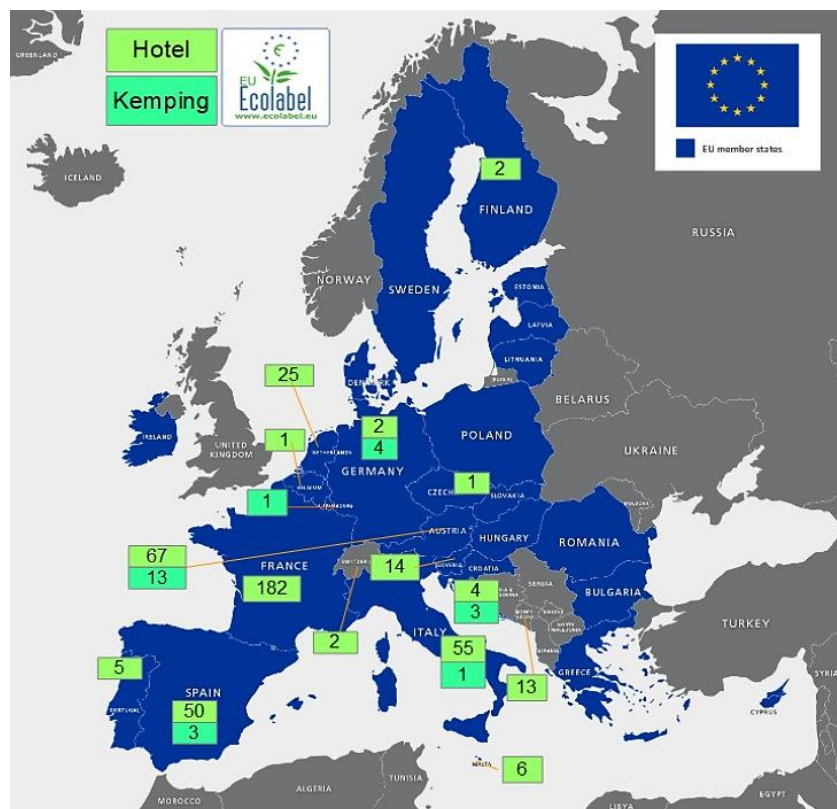
Ezeknél a minősítési rendszereknél a kritériumok két fő csoportra oszthatók az érintett témakör szerint:

1. **Környezetvédelem** - Ez magába foglalja az energia- és víztakarékossági intézkedéseket, a hulladék csökkentése, az erőforrás-hatékonyság és a természeti környezet megőrzése
2. **Társadalmi és gazdasági kérdések, illetve kulturális örökség** - A témakör a tisztességes munkakörülményeket biztosító normáktól az emberi jogok betartásán, a helyi gazdaság fellendítésén és/vagy a kulturális örökség megőrzésén keresztül széles spektrumra terjed ki. Ezek a szempontok a turisztikai szektorban különösen az úgynevezett „fejlődő országokban” jelennek meg. ( Plüss, Zotz, Monshausen, & Kühhas, 2016).

A különböző ökocímkével ellátott, tehát minősített turisztikai szolgáltatásra (szálláshelyek, éttermek, attrakciók, desztinációk stb) a [destinet.eu](http://destinet.eu) weboldalán a „Market Place” nevű aloldalon minősítés neve alapján is kereshetünk (ECOTRANS, 2022).

Lényegében elmondható, hogy több környezeti felelősségvállalással és a fenntarthatósággal kapcsolatos nemzetközi program is indult már (pl. Planet21 Program, EcoLabel), de ezek többnyire önkéntes alapon működnek. Talán érdemes megjegyezni, hogy az első turizmushoz közel álló ökominősítést 1985-ben Franciaországban a non-profit Foundation for Environmental Education in Europe (FEEE) által hívták életre “Blue Flag” (Kék Zászló) néven. A minősítéssel a fő célkitűzés a part menti területek környezetének jobb megértése és a környezetvédelmi kérdések beépítése a döntéshozatali folyamatokba a helyi hatóságok és partnereik részéről, ezzel elrugaszkodva a régimódi “előírás és irányítás” alapú folyamatoktól a környezettudatos önszabályozás felé, egyúttal a helyi hatóságok ösztönzése arra, hogy a turisták számára tiszta és biztonságos strandokat és kikötőket biztosítsanak (UNEP, Industry and Environment Programme Activity Centre World Tourism Organization, 1996). Az Európai Unió még 1992-ben indította útjára az Ecolabel nevű ökocímke minősítési rendszerét, amelynek célja a környezetbarát hozzáállás ösztönzése, legyen szó termékről (gyártók, forgalmazók, importőrök) vagy szolgáltatásról. A pályázatokat az Európai Unió tagországaiban az illetékes testületekhez (Értékelő és Minősítő Bizottság) szükséges benyújtani, amely feladatot Magyarországon az Agrárminisztérium és a Herman Ottó Intézet Nonprofit Kft. végzi. A vissza nem térítendő egyszeri kérelmezési díj nettó 80 000 - 400 000 Forint közötti összeg, melyhez nyertes pályázat esetén további költségként jelenik meg az ökocímke használati jogának éves költsége (90 000 Ft+ÁFA-350 000 Ft+ÁFA), illetve a szerződés ideje alatti minimum egy szemle (ellenőrzés) díja (20 000 Ft+ÁFA-50 000 Ft+ÁFA) (Herman Ottó Intézet Nonprofit Kft., 2022). Néhány éve egyetlen EcoLabel minősítéssel rendelkező turisztikai szálláshelyszolgáltató volt Magyarországon: az Ökopark Panzió, Kemping és Kalandpark Eger-Szarvaskőn, Észak-Magyarországon, ám mára egy sem maradt az országban. Összesen 429 hotel és 25 kemping rendelkezik ilyen címkével Európában, melyek közül kiemelkedő Franciaország 182 Ecolabel minősítésű szállodájával (European Commission, 2022) (7. ábra).

## 7. ábra EU Ecolabel minősítéssel rendelkező turisztikai szálláshelyek megoszlása országonként 2022-ben



**Forrás: maproom.net; European Commission, 2022 alapján saját szerkesztés, 2022**

Ezen a ponton érdemes említést tenni a “Green Key” ökomínősítésről. Az 1994-ben Dániából a Szállodák, Éttermek és Turisztikai vállalkozások Egyesülete, a HORESTA révén (Association of the hotel, restaurant and tourism industry in Denmark) indult kezdeményezés, amely ma már 60 országban mintegy 3600 “Green Key” minősítéssel rendelkező turisztikai szolgáltatóval bír. A minősítést 2016-ban a Globális Fenntartható Turizmus Tanácsa - GSTC (Global Sustainable Tourism Council) is elismerte.

Mindenképp szükséges megemlíteni, hogy az egyik legismertebb szállásközvetítő oldal, a booking.com is újtára indította a Fenntartható Utazás Programját, amelyhez kapcsolódóan Fenntartható szálláshely (Travel Sustainable property) jelvényt jelöli azokat a kínálatában szereplő szálláshelyeket, amelyek a kritériumok teljesítésével jogosulttá válnak annak viselésére. Az öt kategóriába sorolt kritériumrendszerhez segítségképp kézikönyvet is biztosít a szállásadók számára, akik a feltételként szabott lépések teljesítését zárt, regisztráció után elérhető rendszerben jelzik. Lényeges, hogy a szállásközvetítő oldal elismeri és feltünteti az akkreditált testületektől származó fenntarthatósági tanúsítványokat is (Andres, 2021).

“A turisztikai ágazatban a legelterjedtebb környezeti irányítási rendszer (EMS) az ISO 14001 (nemzetközi szabvány, amelyet a Nemzetközi Szabványügyi Szervezet (ISO) fejlesztett ki, és az EMAS (Eco Management and Audit Scheme) (európai hatókörrel rendelkezik, és az Európai Unió fejlesztette ki). Az ISO 14001 követelményei teljes mértékben be vannak építve az EMAS-ba, azonban vannak olyan elemek, amelyekben az EMAS az ISO 14001-et meghaladja. Míg az ISO 14001 az irányítási rendszer javítására összpontosít, az EMAS-szervezetek vállalják, hogy környezeti teljesítményükön folyamatosan javítanak a jogi követelményeken túlmenően is. Az EMAS a munkavállalók aktív részvételét és részvételét is igényli, egyéb, az ISO 14001-nél szigorúbb követelmények mellett.” (SUSTAIN - T, 2017).

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 egyik víziójában a magyar turisztikai szektort 2030-ban többek között az jellemzi, hogy „húzóágazat a fenntartható gazdaságfejlesztésben”. Ennek elérése érdekében a fenntarthatóság megjelenik egyrészt a Stratégia pillérei között (Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program), másrészt a Stratégia stratégiai céljainak horizontális beavatkozási területei között: H1 – „Velünk élő turizmus” (MTÜ, 2017).

A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége először 1993-ban, azaz több mint 20 éve írt ki pályázatot a „Zöld Szálloda” díj elnyerésére a környezettudatos gondolkodás kialakítása érdekében. Az ezredfordulóig kevés érdeklődés övezte a díjat, de a 2000-es évektől, különösen a közepétől nőtt a cím birtokosainak száma (3. táblázat), ami feltehetően annak is köszönhető, hogy turisztikai célú fejlesztésekre pályázati források álltak rendelkezésre.

**3. táblázat “Zöld Szálloda” díj nyerteseinek megoszlása terület és fő tulajdonviszony (szállodalánc vagy attól független, privát egység) alapján 1995-2020 között**

Terület	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013/ 2014	2015 / 2016	2017/ 2018	2019/ 2020
Budapest	3	3	12	15	13	14	21	21	19	11	20	22	22
Ország többi része	-	-	5	5	2	8	9	14	18	9	17	19	26
Összesen			17	20	15	22	30	35	37	20	37	41	48
<b>Hotelláncok és független szállodák</b>													
Hotellánchoz tartozók	3	2	9	10	7	10	21	26	28	12	26	28	41
Független/privát szállodák	-	1	8	10	8	12	9	9	9	8	11	13	7

**Forrás: Albert Tóth, 2016 és MSZÉSZ, 2022 adatok alapján saját szerkesztés, 2022**

Alapvető, hogy a címre pályázó egység tagja legyen a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének. Maga a pályázat a szálloda üzemeltetésének azon területeire koncentrál, amelyek az energiahatékonyság szempontjából fontos, de a környezettudatosság szempontjából olyan alapvető elveket is feltételként rögzít, melynek a működés során természetesnek kellene lennie. Például csak az az egység nyújthat be pályázatot, mely a szállodákra vonatkozó környezetvédelmi törvényeket a szálloda ismeri és betartja (pl. termékdíj, vízvédelem, legionella elleni védekezés, stb.), továbbá a szálloda a hatóság felé az éves bevallásokat határidőre beadja, a környezetvédelmi jogszabályoknak megfelelő alapkritériumokon túlmenően rendelkezik előremutató környezetpolitikával és az UNWTO interneten elérhető eszközének segítségével végzett szénlábnyom-számítással (carbon footprint) (Horváth & Raffay, 2018; UNWTO, 2022).

További kritérium a karbonlábnyom számítása mellett az olyan egyszerű dolog, mint például a szelektív hulladékgyűjtés és a zsírfogó használata. Mindezek a pályázat benyújtásának külön feltételeiként szerepelnek. A pályázat részeként egy nyolc témacsoportra bontott kérdéssort kell a pontokért megválaszolni és valódiságukat fotó vagy írásos dokumentációval (pl. jegyzőkönyv, szállítólevél, tanúsítvány, fotó) igazolni. A kérdések a következő témákra vonatkoznak: információ, energia, víz, szennyvíz, hulladékgazdálkodás, ózonréteg védelem, zöld beszerzés, zöld iroda. A legfrissebb “Zöld Szálloda 2023/24” cím elnyeréséhez az önértékeléssel végzett pontozásnál az alapkritériumok 32 kérdéséből, maximum 72 pont szerezhető, de minimum 60%-át teljesíteni kell. Ez kiegészülhet plusz pontokkal a további 28 kritérium alapján elérhető maximum 63 pontból, vagyis összesen 135 pont szerezhető (MSZÉSZ, 2022). A 2020-ban a 2021/22 évekre kiírt pályázaton, az elért pontszámok alapján 24 arany, 16 ezüst és 2 bronz fokozatot ítelt oda a Magyar Szállodák és Éttermek szövetsége. A cím elnyerői két évre jogot kapnak a “Zöld szálloda” emblémaviselésére, amely javíthatja a szálloda imázsát és marketingjével a környezettudatos fogyasztói réteget is megcélozhatja. A szálláshelyeknek lehetőségük van úgynevezett „Örökzöld szálloda” cím elnyerésére is, „amely akkor lehetséges, ha az adott szálloda, 1993 óta kiírt időszakokban legalább három alkalommal dobogós helyen (1., 2., 3. hely) végzett a saját kategóriájában” (MSZÉSZ, 2022). Természetesen a szövetség, illetve azon belül a 3 tagú zsűri, ezt csak akkor ítéli oda, ha az adott szálláshely fotódokumentáció kíséretében benyújtja a korábbi években bevezetett környezetvédelmi intézkedésekről szóló dokumentumot.

A magyar turizmusban a dél-dunántúli régió periférikus, még akkor is, ha jól

érzékelhető, hogy a térségbe utazó látogatók érdeklődése inkább a természeti szépségekre és táji adottságokra irányul, amelyek jól illeszkednek az ökoturizmus nemzetközi trendjeihez is (Csapó, Szabó, & Szabó, 2015; Aubert, Horváth, Jónás-Berki, & Szeidl, A 2017).

Magyarországon, a Dél-Dunántúlon az ökoturisztikai minősítési rendszert néhány éve vezették be (Gonda, Raffay, & Spiegler, 2016) és hasonló a helyzet Horvátországban, Isztria és Dalmácia megyében. Az ilyen változatos területeken található minősítési rendszerek összehasonlítása problémás lehet, de a turizmus kínálati oldala minden esetben a fent említett fogyasztói preferenciákkal, a környezettudatos turistákkal szembesül. Mindazonáltal a vizsgált területek eltérő idegenforgalmi hatással bírnak. Az Eurostat (ec.europa.eu) regionális adatai szerint például Dalmáciát (nagy) szezonális, túlturizmus érinti, egyes nyári időszakokban a régió a teherbíró képességének határán van, míg az Isztriai-félsziget kettősséget mutat: magas tengerparti kereslet – tengerparti turizmus, ami fejlettebb turizmust és gazdasági tevékenységet eredményez (Zadel, Gračan, & Milojica, 2018), míg ezzel szemben a félsziget belseje, Közép-Isztria iránt jóval kisebb az érdeklődés.

### **6.1.2. Környezeti felelősségvállaláshoz kapcsolódó országos “Zöld Szálloda” díj**

A szállodák és a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége honlapjairól, szabályzatából gyűjtött szekunder adatok alapján ARCGIS 2.18 programmal készült kartográfiai módszerrel elemzem a “Zöld szálloda” címmel rendelkező szálláshelyek aktuális területi eloszlását.

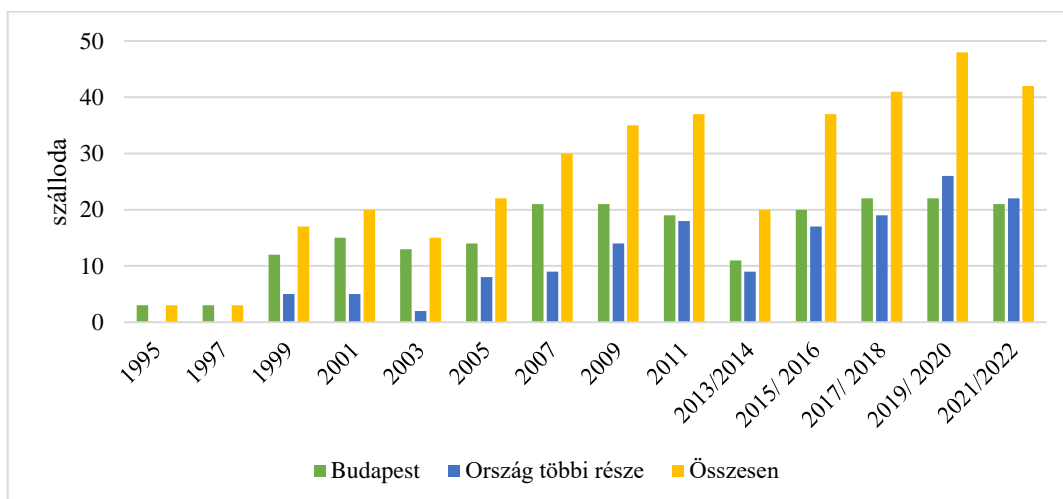
A “Zöld szálloda 2021-2022” díjra 2020 folyamán lehetett pályázni. Összesen 42 szálloda viselheti a címet ebben a két évben. Az eddigiektől eltérő módon a két kategóriában (önálló és láncszálloda) már nem csak a legmagasabb pontszámot elért első három helyezett kapta meg az arany, ezüst és bronz fokozatot, hanem az elért pontszám alapján mind a 42 pályázó. Így a szállodáknak összesen 24 arany, 16 ezüst és 2 bronz fokozatot adományozott az MSZÉSZ tagjaiból álló háromtagú zsűri.

Az egyértelmű, hogy a korábbi 2019/2020-as évekre vonatkozó „nyertesek” számát a 2021/2022-ban „Zöld szálloda” címet viselők nem haladják meg, hiszen míg korábban az emelkedő tendenciának megfelelően folyamatosan nőtt a cím birtokosainak száma, egészen a 2019/2020-as 48 darabos csúcsig, addig a jelenleg 42 szálloda viselheti azt. A tendencia



némileg változott a tekintetben, hogy az elmúlt két pályázati időszak nyertesei között immár nem a Budapesti szállodák vannak többségben, ahogy az a korábbi évtizedekben jellemző volt (8. ábra).

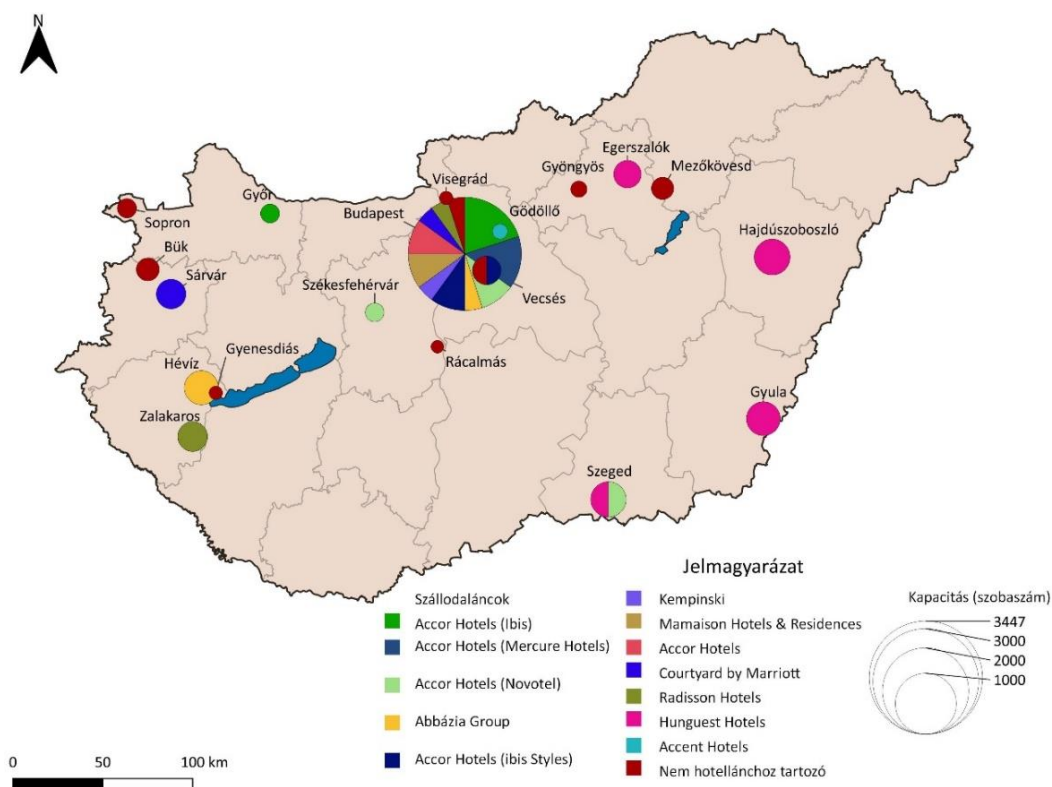
**8. ábra „Zöld szálloda” cím birtokosainak eloszlása Budapest és az ország többi része között a díj 1994-es alapítása óta**



**Forrás: MSZÉSZ, 2022 adatok alapján saját szerkesztés, 2022**

A szállodák és a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (MSZÉSZ) honlapjairól, szabályzatából gyűjtött adatok alapján a cím birtokosainak egy É-D területi megosztottsága rajzolódik ki, Budapest fölényével (9. ábra). Az ország déli régiói esetében kivételt képez a dél-alföldi régióban (Csongrád-Csanád vármegye) található két szálloda.

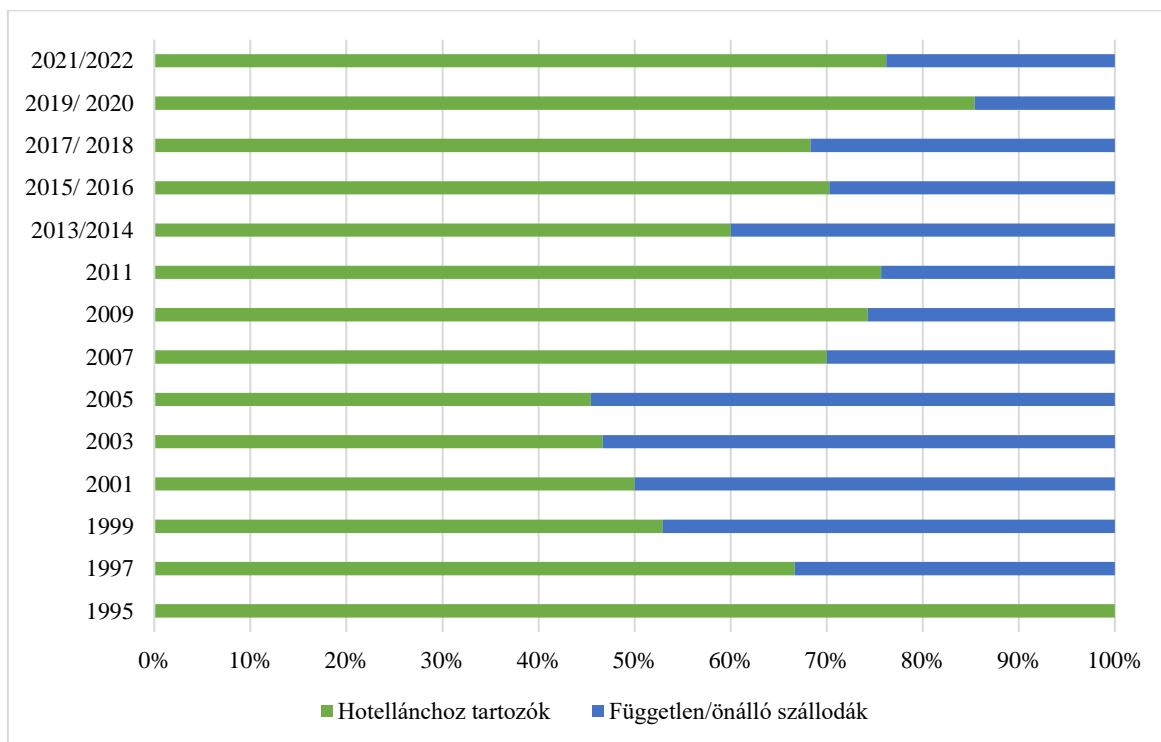
9. ábra A “Zöld szálloda 2021-2022” cím birtokosainak területi eloszlása



**Forrás: Horváth A. & Závodi B. saját szerkesztése, 2022**

Jól kirajzolódik az is, hogy a vidéki szállodák esetében az úgynevezett fürdővárosok jelentősen erősítik a mezőnyt. Ugyancsak megállapítható, hogy a hotelláncokhoz tartozók dominánsak (Accor Hotels 17 db, Hunguest Hotels 5 db, Radisson Hotels 3 db stb.) (9. ábra), de ez a dominancia nem új keletű. Csak 2001, 2003, és 2005-ben fordult elő, hogy ugyanannyi (2001) vagy kicsivel több önálló szálloda birtokolta a címet, mint a hotellánchoz tartozók (10. ábra).

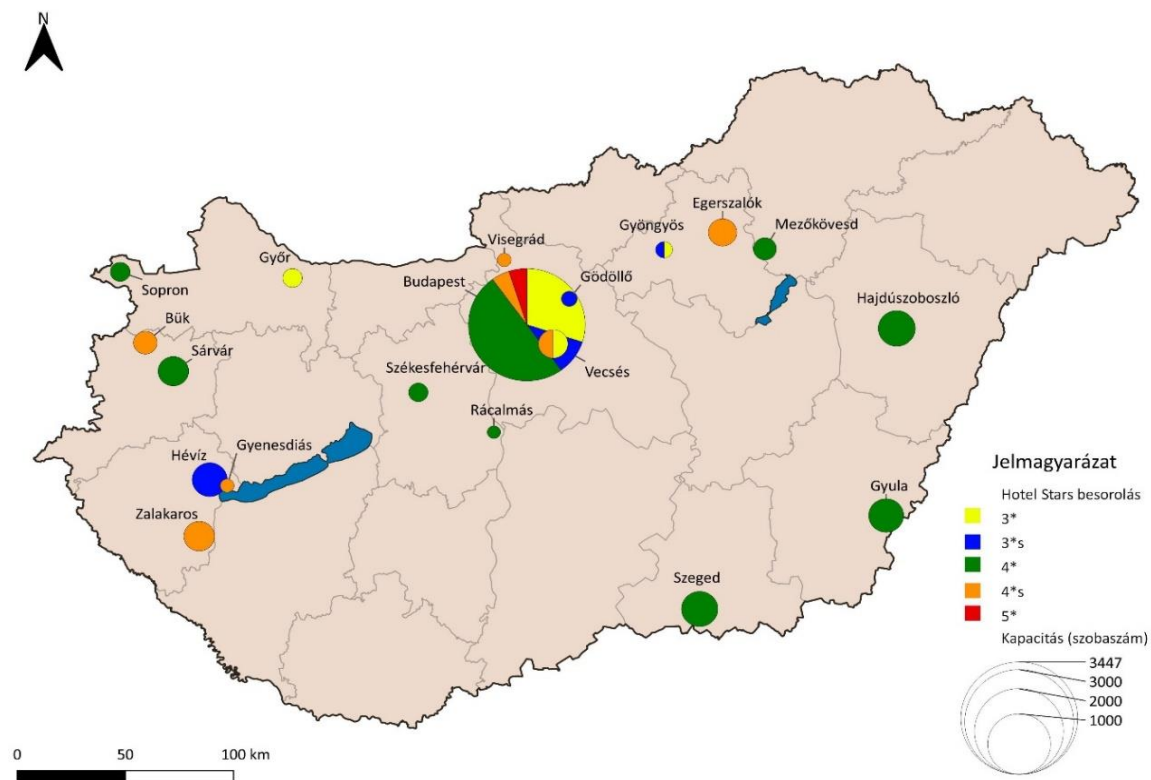
**10. ábra A „Zöld szálloda” cím birtokosainak eloszlása önálló vagy szállodalánhoz való tartozás szerint a díj alapítása óta**



**Forrás: MSZÉSZ, 2022 adatok alapján saját szerkesztés, 2022**

Mind szobaszámban, mind a szállodák Hotel Stars kategória besorolásában a főváros meghatározó (**11. ábra**). A 4\* és 4\*superior kategóriájú szállodák az összes „Zöld szálloda” címet viselők 64 %-át alkotják, mintegy 4665 szobával. Ennek nagyobb része (2610 szoba) a vidéki szálláshelyeken várja a vendégeket. A 3\* és 3\*superior kategóriába soroltak közül összesen 1626 szoba áll rendelkezésre, ám ennek többsége 67 % (1084 szoba) Budapesten található. Az egyetlen 5\* hotel a budapesti Kempinski Hotel Corvinus Budapest (453 szoba).

**11. ábra „Zöld szálloda 2021-2022” cím birtokosainak eloszlása kapacitás (szobaszám) és Hotelstars minősítés alapján**



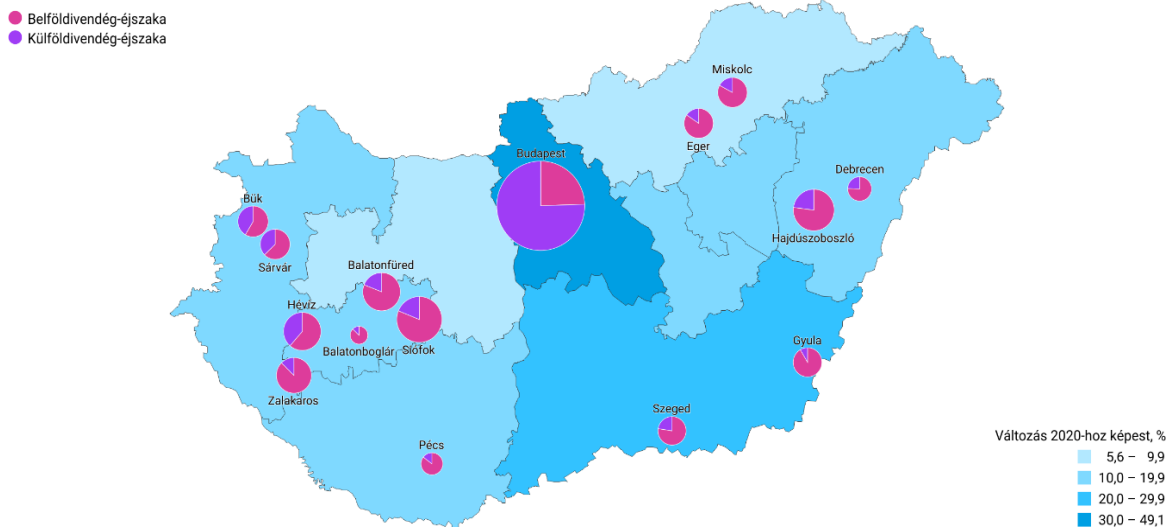
**Forrás: Horváth A. & Závodi B. saját szerkesztése, 2022**

Mindebből jól látható, hogy nagyrészt továbbra is fennál a korábbi kutatásokban is említett DNY-ÉK irányú megosztottsága a magyarországi hotelek és „Zöld szálloda” címet viselők között, egyes területek, mint például a Dél-Dunántúl meg sem jelennek a díjazottak között (Horváth & Jónás-Berki, 2018). Az, hogy a szállodaláncok felülreprezentáltak, feltételezhetően köszönhető a nemzetközi sztenderdeknek is megfelelő üzletpolitikájuknak, a menedzsmentnek és a fejlesztésekhez való könnyebb hozzáférésnek (akár financiálisan, akár HR szempontjából). Természetesen ez nem magyarázza, hogy miért jelentkezik ekkora területi hiátus a pályázók körében.

Külön ki kell emelni, hogy a címet viselő szállodák jellemzően azokon a településeken találhatóak, amelyek rendre szerepeltek a KSH TOP30 településlistáján, ahol a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák alapján rangsorolták a hoteleket (12. ábra) (KSH, Helyzetkép 2021- Turizmus-vendéglátás, 2022; KSH, Magyarország 50 legnépesebb települése, 2021).

## 12. ábra KSH adatai alapján a legtöbb vendégéjszakát regisztrált települések 2021-ben

### A vendégéjszakák számának változása az előző évihez képest a turisztikai régiókban, valamint a legtöbb vendégéjszakát regisztráló települések, 2021



**Forrás: KSH, Helyzetkép 2021- Turizmus-vendéglátás, 2021**

A további kvalitatív információk gyűjtése, azaz a primer kutatás két részre bontható:

1. Félig strukturált és strukturálatlan mélyinterjúk készítése a mintaterület különböző részein található turisztikai szolgáltatókkal, illetve kiválasztott esettanulmányokon keresztül a társadalmi és környezeti felelősségvállalás jellemzőinek, helyzetének elemzése, mely egyben mintákat is jelenthet a többi szolgáltató számára. Az esettanulmányok kiválasztása során figyelembe vettem azt is, hogy mely régióban jelentkezett hiátus a “Zöld szálloda” cím birtokosainak eloszlásakor. Ehhez, a dél-dunántúli régióból választottam három és négy csillagos szálláshelyet, amelyek előzetes weboldal elemzésen alapuló információk alapján környezeti és/vagy társadalmi felelősségvállalás terén már tettek lépéseket. Interjúalanyok: Schmidt Ferenc -CROCUS Gere Wine Hotel Resort & Wine Spa szállodavezető és Bíborka Horváth Bíborka, Fordan Hotel szállodavezető.
2. Attitűdkutatás a mintaterület turisztikai szolgáltatói körében. Kérdőíves megkérdezés során célokom a reprezentatív mintaszám elérése. Ehhez online kitöltési lehetőséget biztosítottam az érintettek számára.

### **Esettanulmány 1: CROCUS Gere Wine Hotel Resort & Wine Spa**

Villány borvidékén a szőlőtermesztés 1000 éves hagyományokkal rendelkezik, és köztudott, hogy a villányi vörösbor mára nemcsak Magyarországon, hanem nemzetközileg is elismert.

A 4 csillagos CROCUS Gere Wine Hotel Villány szívében található. A szálloda összesen 34 szobával rendelkezik. 2017-ben 9,5 ponttal elnyerték a booking.com Excellence Award díját, valamint a szálloda sokadik alkalommal kapta meg a népszerű TripAdvisor legmagasabb elismerését, a Travellers' Choice díjat. (2015-ben és 2018-ban Magyarország TOP 25 szállodája kategóriába kerültek, 2016-ban, 2017-ben és 2020-ban pedig a legnépszerűbb szállodák közé sorolták az utazók a szállodát.) (13. ábra).

#### **13. ábra A szálloda logója és főbejárata**



#### **Forrás: Schmidt, 2017**

A családi tulajdonú hotel szlogenjével az “A komplex Gere Bor élmény; ízlelni, érezni, megélni...”, a kompromisszumok nélküli minőségre való törekvéssel jellemezhető. A kezdetben panzióként működő, ma már négy csillagos hotelként, étteremmel, borwellness részleggel kiegészülve országos viszonylatban is különleges kínálattal rendelkezik. „A vezérgondolat valójában olyan szolgáltatáshalmazt kínál, melyek a saját termékekre építve nyújtanak teljes körű megoldást a borra, gasztronómiára, autentikus, vidéki szálláshelyre vágyó turistáknak csúcsmínőségben” (Kovács & Schmidt, 2015, p. 138).

A tulajdonosok elvárása, hogy a szőlő és a bor mindenhol legyen kiemelve. Ez nem csak a nemzetközi hírű borvidéknek és az első magyarországi borútnak köszönhető, hanem mert a család 1991 óta saját pincészettel maga is szőlő-bortermelő. Ismert minőségi borok előállítói.

Turisztikai vendéglátó- és szálláshely-szolgáltatóként proaktív módon tesznek a felelős turizmusért. Környezettudatosan, innovatív technológiák alkalmazásával

törekcsenek többek között a megújuló energiaforrások használatára, az energiahatékonyságra (hőszivattyú, napkollektor). Venyige-kazán (szőlővessző tüzelésű kazán) használatával a szőlészetben keletkezett hulladékot fűtéshez hasznosítják. További terv, hogy - Magyarországon a turisztikai szolgáltatók körében elsőként - komposztáló gépet is alkalmazzanak a keletkezett hulladékok újraháznosítására. Jelenleg is szelektíven gyűjtik a hulladékot, de úgy gondolják, hogy a mennyiség csökkentése a szerves hulladék komposztálásával sokkal hatékonyabb, környezetbarát megoldás.

A hotel 40m<sup>2</sup> nagyságú medencével rendelkezik, melynek vízfelhasználását saját fűtő kútból oldják meg. Wellness & Spa részlegén szépsészeti-, vinoterápiás kezelésekhez az alapanyagok nagy részét a családi tulajdonú Gere Attila Pincészet szőlőbirtoka biztosítja, melyek mind villányi, bio ültetvényekről származnak. CROCUS VINOTERÁPIA szőlő és bor alapanyagú, saját receptúra alapján készített kozmetikumokkal végzett kezeléseket jelentik. Nincs tudomásuk arról, hogy országos viszonylatban lenne ilyen, borra épülő komplex turisztikai értékesítés.

A borhotel mellett, illetve azt kiegészítve működő Mandula Étterem és Bor bárban a minőségi alapanyagok beszerzése kihívást jelent. A koncepció az előzőekhez hasonlóan itt is az, hogy a bor kerüljön főszerepbe. Így a séf által összeállított ételsor a borhoz készül, amelyhez társul a szezonáltság, vagyis az évszaknak megfelelő aktuális alapanyagok használata. Ezek beszerzésénél preferálják a környékbeli termelőket, ezáltal támogatva a helyi gazdaságot. Az eszközparkjuk fejlesztésével, az új technológiák alkalmazásával nem csak a vendégélmény növelése a cél, hanem a hatékonyság, a biztonság növelése és a relatív költségek csökkentése.

Célkitűzéseik között szerepel pályázni a Zöld Szálloda Díjra, melyet egy olyan minősítésnek ítélnék, ami illeszkedik a szálloda által képviselt értékrendhez és profiljához.

## **Esettanulmány 2.: Fordan Hotel**

A Fordan Hotel Pécs szívében, a történelmi városmag határán 2010-ben nyílt meg. A 3 csillagos szálláshelyen összesen 31 szoba található. Környezeti kérdésekben a tulajdonos Fodor Péter az, aki elkötelezett. Többek között a környezettudatosság vezérelte, amikor 2011-ben EU-s források társfinanszírozásával több, mint 200 db, 240 W-os napelemet telepített a Bajcsy Zsilinszky utcai irodaépülete tetejére. A szálloda energiaellátását a szálloda tetején látható napkollektor- és napelem telep biztosítja (**14. ábra**).

#### 14. ábra Napelemek a szálloda tetején



**Forrás: saját fotó, 2018**

A vállalat a fenntartható fejlődést szem előtt tartva tervezi meg üzleti folyamatait, ennek részeként, évekkal ezelőtt, egyben Pécssett elsőként, megépült a Fordan Hotel parkolójában az elektromos autók töltésére szolgáló állomás (15. ábra).

#### 15. ábra Elektromos-autó töltő a szálloda parkolójában



**Forrás: saját fotó, 2018**

Pécssett több éven keresztül évente megrendezték a Blue Economy Summer School-t Günter Pauli vezetésével és számos a témában jártas kutató részvételével. Azon túl, hogy maga a tulajdonos is résztvevője volt a nyári egyetemnek, a rendezvény helyszínei között a Fordan Hotel, mint konferenciahelyszín és mint szálláshely is szerepet kapott. További kapcsolat, hogy a nyári egyetem keretén belül felmerült fenntarthatósági ötletek közül több itt került kipróbálásra, mint például az aquapóniás rendszer használata (aquaponic systems).

A Fordan Hotel marketingjében az e-töltőn kívül nem jelenik meg a környezettudatos beállítottság. A hotel vezetője szerint, akit ez érdekel, az a tehetősebb réteghez tartozó turista, aki viszont, szerinte, magasabb minőségű szálláshelyet vesz



igénybe, jellemzően 4\*-5\* szálláshely formájában. 2017 januártól a marketingben áthelyezték a hangsúlyt a business-turizmusra, vagyis üzleti szállodaként hirdetik magukat.

A szálloda vendégeinek étkezését a közvetlen kapcsolatban álló Fordan Center-Biliárd és Étteremben oldják meg, amely a vállalat (MEVID Zrt.) vendéglátóipari egységeinek része. Az egységnek más vezetője van. Volt próbálkozás kézműves termékek felhasználására, de sajnos úgy ítélték meg hogy az nem kifizetődő. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy az élelmiszerbiztonsági adminisztráció, vagyis a termék származási igazolásának hiánya miatt nem tehetik meg, hogy a közeli piacról szerezzenek be alapanyagot vagy házi készítésű terméket a vendégek étkeztetéséhez.

### **6.1.3. Környezetbarát minősítési rendszerek**

#### **Öko-minősítési rendszer a Dél-Dunántúlon**

Magyarországon a Dél-Dunántúl az egyetlen működő Ökoturisztikai Klaszterrel rendelkező régió, amelyben kidolgozták az ökoszálláshelyek minősítési rendszerét. Az alapját az Ökoturisztikai Klaszter által írt kézikönyv jelenti, mely a fenntarthatóság elveinek és gyakorlatának minden turizmushoz kapcsolódó vállalkozásban való alkalmazásához ad tanácsokat és információkat. A minősítési rendszerben külön fejezetek találhatók a szálláshely-tulajdonosok és -üzemeltetők, vendéglátóipari szolgáltatók, programszervezők, fesztivál- és rendezvényszervezők, valamint egyéb turisztikai szolgáltatók, például utazásszervezők stb. számára. A legmagasabb megszerezhető minősítés a három „hunyor”, amelyet a megszerzett pontok alapján ítélnek oda a minősítést végző, képzett szakemberek (Dél-Dunántúli Ökoturisztikai Klaszter, 2022).

#### **A Dél-dunántúli Ökoporták**

A Baranya Megyei Falusi Turisztikai Szövetség 2010-ben a dél-dunántúli mintaterületre kidolgozta a „környezetbarát vendéglátó” vagy „ökoszálláshelyek” hálózat minősítési és kritériumrendszerét (Aubert, et al., 2018). Pályázni csak vidéken működő, 3 vagy 4 napraforgós minőségi kategóriába tartozó falusi szálláshellyel lehet, ahol a szálláshely maximum 16 férőhelyes lehet. Az „Ökoporta” minősítésnél az első szint az alapkritériumokat, a második a szükséges kritériumokat tartalmazza, a harmadik szint a rendszer által elismert extra teljesítményeket pontozza (különleges vonzerő) (Szabó & Spiegler, 2008). A közelmúltban 27 minősített szálláshely volt ebben a rendszerben.

### **EcoDomus (Isztria régió, Horvátország)**

Az *EcoDomus* egy olyan célzott program, amelyet az Isztriai Régió Idegenforgalmi Osztálya működtet, azzal a céllal, hogy növelje a társadalmi és környezeti tudatosságot a turizmusban. A korábban Isztriai ECOmode Accommodation cím 2017-ben átalakult az új, Isztria megyei tulajdonú EcoDomus minősítéssé, amely kisebb, maximum 30 férőhelyes turistaszállások számára került összeállításra. Az *EcoDomus* jelzést viselő magán szállásoknak a 12 kategórián belül legalább 50 alapkritériumot kell teljesíteniük, a megszerezhető maximum 75-ből. Az *Eco Domus Premium* minősítésű létesítménynek pedig meg kell felelnie az összes alapfeltételnek, és a további kritériumok közül még legalább 20 pontot kell szereznie a lehetséges 53-ből (Istarska Županija, 2022). Jelenleg 45 minősített magán szálláshely van.

### **Dalmatia Green (Dalmát régió, Horvátország)**

A *Dalmatia Green* ökomínósítás egy nonprofit civil szervezet, a spliti központú „Sunce” Természetért, Környezetért és Fenntartható Fejlődésért Egyesület kezdeményezése, amelynek küldetése az autentikus, környezetbarát turisztikai kínálat népszerűsítése Dalmáciában. Ez a minősítés a Horvát Köztársaság Idegenforgalmi Minisztériuma által is elismert regionális minősítési program kicsi, magántulajdonú turisztikai szálláshelyek számára. Mindössze 53 aktív és 14 úgynevezett társult tagja van, de ahogy a vezető menedzser elmondta, egyre több szolgáltató érdeklődik a program iránt, ami viszonylag korai fázisban van, hiszen csak 2017-ben indult. Ebben a programban kiemelhető a magánszektorral való együttműködés. A tagok láthatóságának növelése érdekében kapcsolódnak az Ecobnb webes platformhoz, amely lehetővé teszi az utazók számára, hogy az ökomínósítású szállást megtalálják, illetve foglaljanak. A *Dalmatia Green* programja azt kínálja a résztvevőknek, hogy megtanítják és végigvezetik őket a Fenntartható Szálláshoz vezető „Öko lépéseken”, de maguk választhatják meg a nekik megfelelő ütemet. Az alap vagy kezdő *Dalmatia Green* tanúsítványt az „öko lépések” 50% teljesítése után adják, 70-80% „öko lépéssel” megkapják a *Dalmatia Green PLUS* tanúsítványt és az előírt 90-100% „öko lépés” teljesítésével *Dalmatia Green* PROfesszionálissá válnak, akik fenntartható tartózkodást biztosítanak vendégeiknek, és mint a leginnovatívabb környezetbarát gyakorlatok alkalmazói afféle jó példaként jelennek meg Horvátországban (Horváth, 2019). Maga a terület egyike azoknak, amelyet a Nyugat-Balkán régióban idegenforgalmi-urbánus környezetterhelésnek fokozottan kitett gócpontként azonosítottak (Nagy, 2012).

## A minősítési rendszerek összehasonlítása

Az eltérő környezeti, gazdasági és társadalmi háttérű területeket lefedő minősítési rendszerek összehasonlítása nem egyszerű, ám mivel célkitűzéseik azonosnak mondhatók, úgy gondolom érdemes összevetni őket, hogy láthatóak legyenek a közös pontok és a jelentős különbségek. Fontosnak tartom megjegyezni, hogy míg az EcoDomus Istria mögött állami intézmény áll, addig a másik három esetben nonprofit szervezetek, klaszterek vagy egyesületek a fő támogatók, működtetők, aminek jelentősége lehet az anyagi háttérben és a forráselosztásban is.

A **4. táblázatban** négy ökomínósítési rendszert hasonlítok össze. A minősítéseknél a kérdéseket különböző részletességgel teszik fel, így témacsoportonként megvizsgáltam, hogy milyen kritériumoknak kell megfelelniük. Jól látható, hogy közülük háromnál szigorúbbak a feltételek. Kiemelném, hogy mindössze a két magyar esetben vagy rendszerben alapkritérium a helyszín, ami azt jelenti, hogy a létesítmény védett értékek közelében legyen. A „zöld” épület vagy építészet két esetben követelmény: a „*Hunyor*” Ökoszállásnál és a *Dalmatia Green* minősítésnél. Nyilvánvalóvá vált, hogy a Dalmatia Green kritériumai a legmegengedőbbek. Az egyértelmű, hogy a fókusz leginkább a környezeti ártalmak csökkentésén van minden vizsgált minősítésnél (zöld színnel jelöltek). A helyi és általánosságban a társadalomhoz köthető kritériumok jócskán háttérbe szorulnak (narancs színezés).

**4. táblázat A vizsgált négy ököminősítési rendszer összehasonlítása az alkalmazott főbb kritériumcsoportjuk alapján**

Minősítési rendszer/ Kritériumcsoportok	ECODOMUS (Isztria, HR)	DALMATIA Green (Dalmácia, Hr)	“Hunyor” ökoszállás minősítés	Ökoporta rendszer
Menedzsment és kommunikáció	X		X	X
Vízgazdálkodás	X	X	X	X
Hulladékkezelés	X	X	X	X
Esővíz gyűjtése és felhasználása		X	X	
Energia, megújuló energia	X	X	X	X
Higiénia (környezetbarát termékek)	X		X	
Környezetbarát bel- és külső terület, infrastruktúra	X		X	X
Védett természeti értékek/ természetvédelmi terület közelében helyezkedik el			X	X
“Zöld” épület/építészet		X	X	
Karbantartás, takarítás és fertőtlenítés	X	X	X	
Zaj és fényszennyezés	X		X	
Helyi értékek	X		X	X
Étel és ital	X	X	X	X
Mobilitás, autómentes megközelíthetőség	X		X	
Szociális elkötelezettség	X		X	

**Forrás: Horváth, 2019 alapján saját szerkesztés 2020**

Horvátországban jelenleg az állami rendszer nem teszi lehetővé a hulladék 80 százalékának szétválasztását, a lakosság pedig nem tud komposztálni, mivel a biológiai hulladékgyűjtők egyáltalán nem elterjedtek. Dalmácia (Horvátország) régióban a zöld mobilitás nagyon korlátozott, a szálláshelyek tömegközlekedéssel nem, vagy csak nehezen érhetőek el, különösen azok a szállások, melyek Dalmácia hátszágában találhatóak. Ezen kívül a kerékpárutak nincsenek jól láthatóvá téve és jelölve, a városokban szinte alig vannak és ezeket is többnyire elfoglalják az autók, ráparkolnak. Ezek mind olyan akadályok, amelyek negatív hatással lehetnek a minősítési hajlandóságra még akkor is, ha a turisztikai szolgáltatók elkötelezettek a felelősségteljes turizmus iránt.

A bioélelmiszer-ellátás elsősorban a biotermelők hiánya miatt korlátozott, és minden általam vizsgált esetben, minősítési rendszerrel egyben problémának is nevezhető. A vendéglátóipar élelmiszerbiztonsági előírásai szigorúak, de valójában a kisebb szállások is ezzel szembesülnek. Problémát okoz a megfelelési nyilatkozat vagy a bioterméket igazoló dokumentumok benyújtása. A kínálati oldalon nehéz a helyi eredetű

termékek széles skáláját felvonultatni – azaz olyan terméket, amelyet a turistaszállástól számított 100 km-en belül fogtak vagy természetek –, mert gyenge vagy hiányzik az érdekelt feleket összekötő közös platform, csatorna vagy hálózat.

Egy másik meglepő eredmény a „menedzsment és kommunikáció” kritériumhoz kapcsolódik. Ha egy turistaszállás aktívan intézkedéseket tesz például a megújuló energiaforrások felhasználása, az energia- és víztakarékosság, a hulladékcsökkentés, a helyi környezet javítása érdekében, akkor tájékoztatást kell adnia a vendégeknek a környezetvédelmi politikáról, célkitűzésekről és intézkedésekről. A kisebb, gyakran családi vállalkozásként működő szolgáltatóktól nem reális elvárás, hogy papír alapú részletes intézkedési terveik legyenek a jövőbeni, tervezett környezettudatosági intézkedéseikről, mint a „Hunyor” Ökoszállás minősítésnél, ahol ez is egy kritérium.

A helyi értékek és a társadalmi elkötelezettség szoros kapcsolatban állnak egymással. Az egyik vagy mindkettő hiányzik a *Dalmatia Green* és *Ökoporta* rendszerben. Nem szabad megfeledkezni viszont arról sem, hogy ez utóbbi esetben csak azok a szállásadók pályázhatnak erre a minősítésre, akik szakképzett falusi vendéglátók minősített falusi szálláshelyként üzemelnek, amelyekben nagy hangsúlyt fektetnek a helyi értékeken alapuló programok szervezésére, népszerűsítésére, így a fent említett kritériumok teljesülnek anélkül, hogy azokat újból be kellene mutatni.

Minden olyan szereplőnek, aki részt vesz egy desztináció népszerűsítésében, figyelembe kell vennie korunk technológiai fejlődését és azt a tendenciát, hogy a turisták elsődleges információforrása az internet (Závodi & Szabó, 2018). A TOMAS Turisztikai Intézet szerint 2019-ben Horvátország tekintetében összesen 61,1% volt az internetet elsődleges információforrásként használó turisták aránya (Marušić, Čorak, Ivandić, Beroš, & Ambrušec, 2020). Ez indokoltá teszi, hogy a négy minősítési rendszert az ezen a csatornán keresztül történő információszolgáltatás szempontjából is megvizsgáljam. Sajnos csak egynek (*Dalmatia Green*) van külön honlapja releváns és frissített információs tartalommal. Továbbá a közösségi médián keresztül is elérhető, ahol nemcsak a programjairól és a legjobb gyakorlatokról, hanem a minősített szálláshelyekről is megosztanak információkat. A dél-dunántúli minősítési rendszerekről pontosabb információk érhetők el a pártfogók, azaz az egyesület és a szövetség honlapján. Az EcoDomus minősítésről és a minősített magán szálláshelyekről az Isztriai Idegenforgalmi Közösség honlapján olvashatnak tájékoztatást az érdeklődők. Keresleti oldal

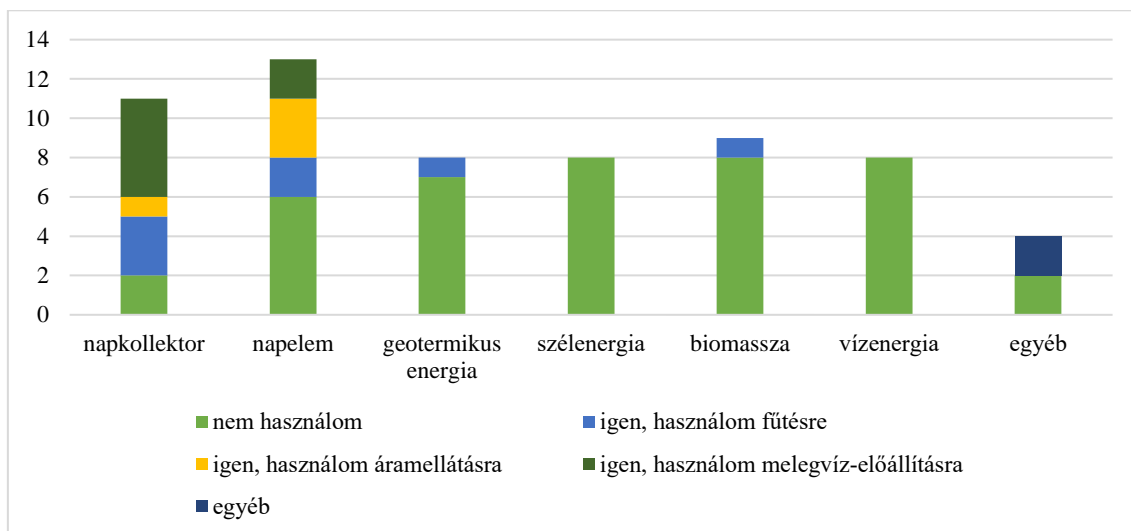
szempontjából fontos, hogy három esetben (Dél-Dunántúli Ökoporta, EcoDomus és a Dalmatia Green rendszernél) a minősített szállásadók elérhetőségei megtalálhatóak a fent említett weboldalakon, azaz, ha minimálisan is, de online marketing eszközöket alkalmaznak, ezzel enyhítve a turisták számára lényeges, a környezeti felelősségvállalásra fókuszáló kommunikáció hiányát, illetve hidat teremtve a szolgáltatók és a potenciális kereslet között.

#### **6.1.4. A turisztikai szolgáltatók környezettudatossága a Dél-Dunántúlon**

A terepbejáráson tapasztaltak, és az interjúk alapján összeállítottam egy két témára bontható, strukturált kérdőívet, melynek egy része a turisztikai szolgáltatók környezeti felelősségvállalására vonatkozott. A kérdőív kitöltését a dél-dunántúli régió Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének tagjaitól kértem, felajánlva a személyes felkeresést és az online kitöltési lehetőséget. Utóbbi nagyobb népszerűségnek örvendett, így a tagok harmada (30-ból 11 db) ezen a módon válaszolt a feltett kérdésekre, míg további egy személyes kitöltéssel. A 27 kérdésből 7 közvetlenül a környezeti felelősségvállalásra vonatkozott, melyek jellemzően feleletválasztós és nyílt kérdések voltak.

Természetes, hogy a környezeti felelősségvállalás esetén a megújuló energiaforrások használatára kérdeztem rá először. Mivel az elmúlt években számos célzott támogatást lehetett igénybe venni az energetikai célú beruházásokhoz, azt feltételeztük, hogy magas lesz azon szállodák aránya, akik használnak megújuló energiaforrásokat. A kérdőívre adott válaszok alapján azt láthatjuk, hogy a legtöbb szállásegység a napenergiát, mint megújuló erőforrást használja, melegvíz előállításra, fűtésre és elektromos áram előállítására és van ahol többcélú felhasználása van. Kiemelendő az a szálláshely, amely biomasszát alkalmaz. Ez ebben az esetben azt jelenti, hogy venyige-kazán használatával a szőlészetben keletkezett hulladékot fűtéshez hasznosítják (**16. ábra**).

**16. ábra Megújuló energiaforrások használata a szállodákban, ahol több válasz is megadható volt (n:11)**

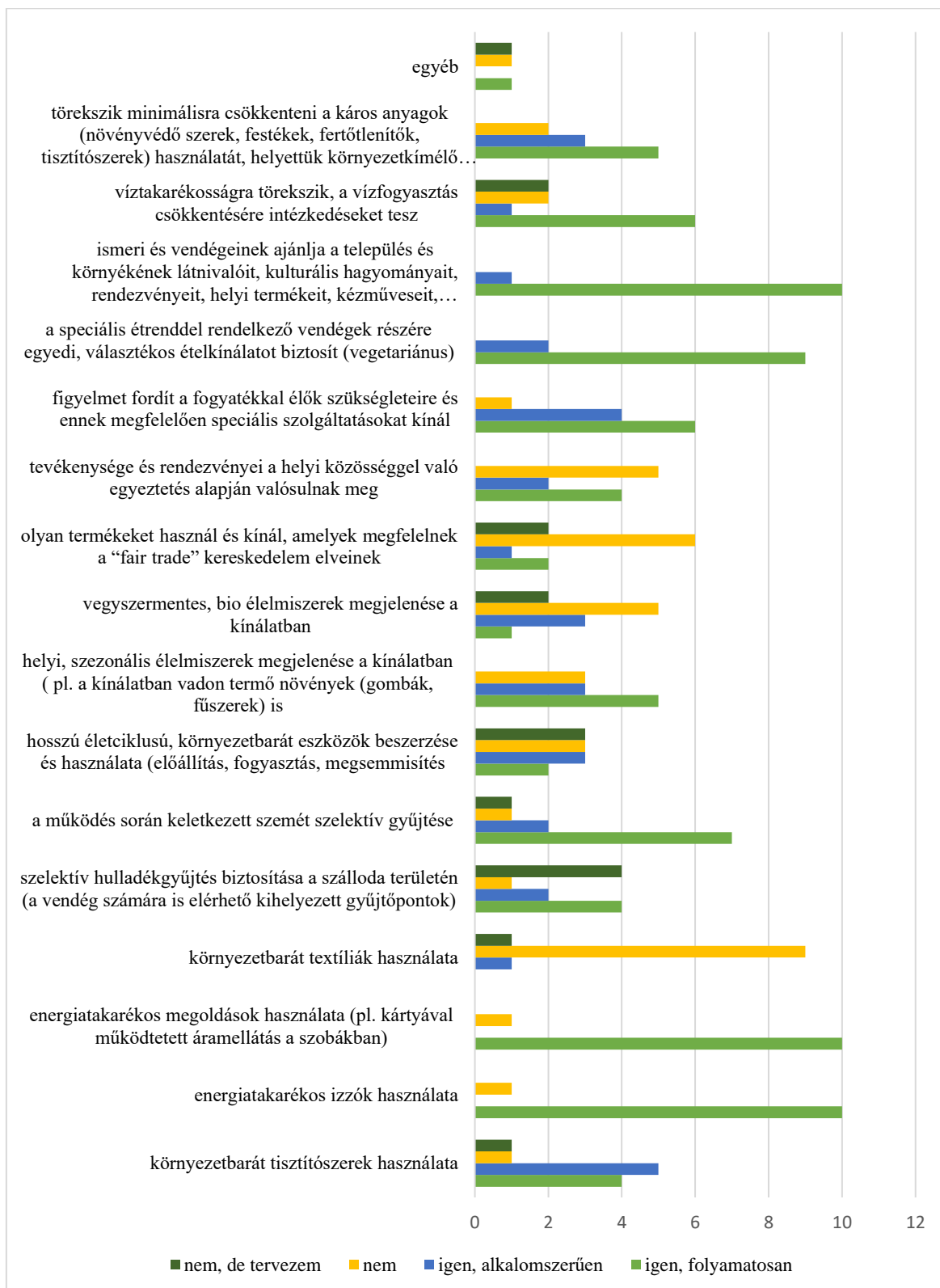


**Forrás: saját szerkesztés, 2020**

A megkérdezettek többsége pályázott vagy tervez pályázni pénzügyi támogatásra megújuló energiával kapcsolatos beruházásához (n:10). Mindössze egy esetben kaptam azt a választ, hogy önerőből kívánja megoldani a beruházást. Ugyanakkor, az éves MSZÉSZ régiós ülésén elhangzottak alapján elmondható, hogy a résztvevők többsége számít a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia pillérei között szereplő “Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program” keretében előirányozott fejlesztési forrásokra. A régió a vizsgálat idején nem tartozik azon kiemelt turisztikai fejlesztési térségek közé, ahonnan pályázhatnak ezekre a versenyképességet javító szálláshely-fejlesztési és szálláshely-létesítési anyagi támogatásokra.

Vizsgáltam, hogy a szálloda mindennapi működése során milyen környezettudatos módszereket alkalmaz, hiszen a környezetterhelés csökkentése érdekében nem elegendő a megújuló energiaforrások használata. Ahogy az a **17. ábrán** látható, a válaszok alapján igen változatos kép rajzolódott ki.

**17. ábra A „Milyen környezettudatos módszereket alkalmaz mindennapi működése során?” kérdésre érkezett válaszok**



**Forrás: saját szerkesztés, 2020**



Az energiatakarékos izzók és a kártyakulccsal működtetett szobai áramellátás szinte minden szálláshelyen folyamatosan megtalálható, de például a környezetbarát textíliák már ritka kivételnek számítanak, hisz csupán egy-egy olyan válasz érkezett, mely szerint alkalmanként használják vagy nem használják, de tervezik.

A szállodák többségében a működés során keletkezett szemét szelektív gyűjtése 7-nél megoldott, ám a vendégek számára már kevesebben biztosítják ezt a lehetőséget 4-nél folyamatosan, míg 2 egységnél alkalmanként.

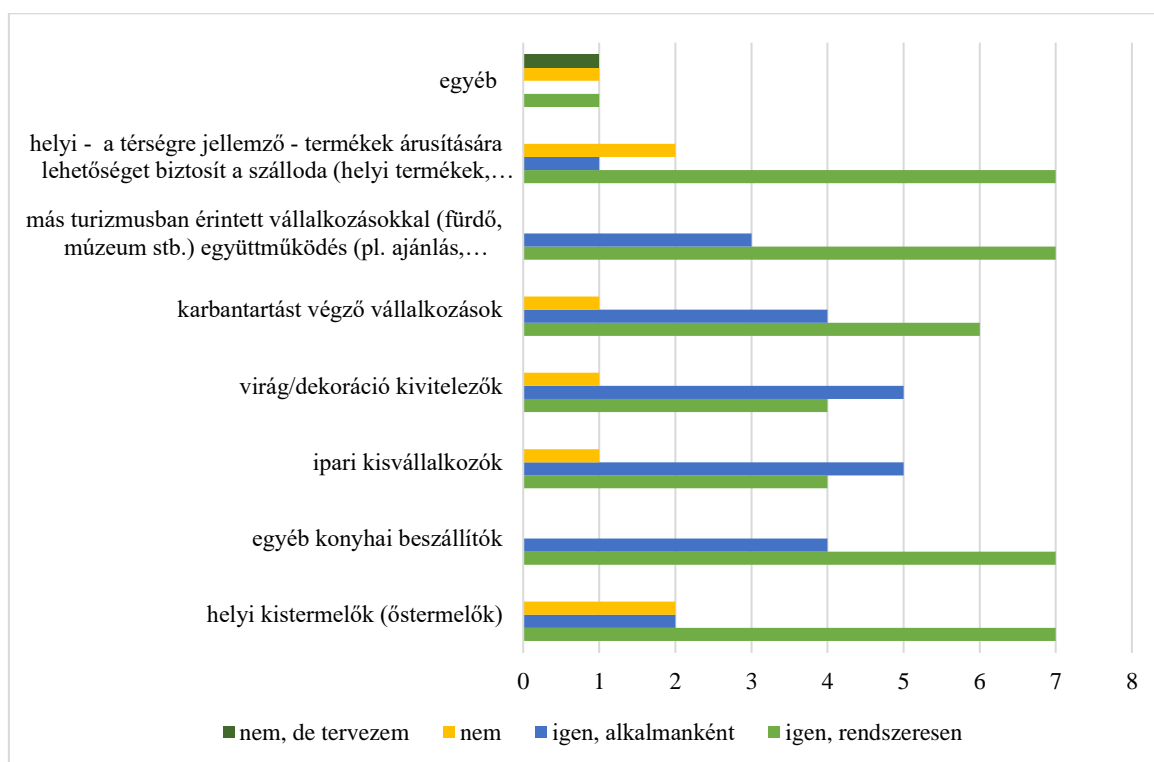
Pozitívum, hogy a legtöbb esetben igenlő választ adtak arra vonatkozóan, hogy környezetbarát tisztítószeret használnak-e és hasonlóan válaszoltak arra is, miszerint törekszenek minimálisra csökkenteni a káros anyagok (növényvédő szerek, festékek, fertőtlenítők, tisztítószer) használatát, helyettük környezetkímélő anyagokat használnak. Az egyértelműen kijelenthető, hogy e tekintetben a környezettudatos attitűd nagy szerepet játszik, ám az interjúk során kiderült, hogy nem mellőzhető az a tény sem, hogy mennyire elérhető az ilyen termékek (például gazdaságosabb, nagyobb kiszereles, kedvezőbb ár), illetve az alkalmazottak tájékozottsága, ismereteinek bővítése a környezetbarát anyagok használatához.

Említést kell tenni arról is, hogy a környezettudatosságot közvetítve a vendégek lovaskocsival való fogadása a tömegközlekedési pontokon vagy a kerékpár biztosítása a túrázáshoz térítésmentes szolgáltatásként, szintén megjelenik néhány turisztikai szolgáltatónál.

A legtöbb szálloda úgy nyilatkozott, hogy a helyi, szezonális élelmiszerek (pl. vadon termő növények – gombák, fűszerek) folyamatosan vagy alkalmanként jelen vannak a kínálatban. A vegyszermentes, bioélelmiszerek megjelenése a kínálatban viszont elenyésző. A fenti két kérdésre adott válaszok okait kutatva (vagyis a helyi termékek miért nem jelennek meg határozottabban), interjúk alapján arra az eredményre jutottam, hogy a REL, vagyis rövid ellátási lánc szereplőinek együttműködése még nem alakult ki olyan mértékben, hogy az a szállodák állandó ellátását biztosítani tudja. Nehezíti az is, hogy a helyi termelők, beszállítók még nem tudják teljesíteni a mennyiségi és minőségi elvárásokat. Utóbbi esetén, mint az a szállodák vezetőitől származó információk alapján kiderült, jelentős javulás volt tapasztalható az utóbbi években.

Arra a kérdésre, hogy “Kapcsolatban van-e az Önök szállodája a helyi kisvállalkozókkal, helyi termelőkkel?” a leggyakoribb válasz az volt, hogy igen, állandó kapcsolatban. Kiemelhető, hogy a helyi és térségi termékeket ajánlják, vagy a térségre jellemző termékek árusítására lehetőséget biztosítanak a szállodák (helyi-, és kézműves termékek). A szálláshelyek előnyben részesítik a helyi vállalkozókat, igaz, leginkább csak alkalmanként (18. ábra).

**18. ábra** A „Kapcsolatban van az Önök szállodája a helyi kisvállalkozókkal, helyi termelőkkel?” kérdésre érkezett válaszok



**Forrás: saját szerkesztés, 2020**

Arra is választ kerestem, hogy a vendégek mennyire fogékonyak a szállodák környezettudatos szemléletére. Kérdésem arra is kitért, hogy mik a szállodák tapasztalatai: vendégeik figyelembe veszik-e és igénylik-e az ilyen irányú lehetőségeket (például törölközőcsere, áramhasználat felelős használata). Mind a kérdőívre adott válaszok, mind a személyes interjúk során megoszlottak a vélemények, tapasztalatok. A válaszadók, illetve interjúalanyok egy része szerint a vendégek partnerek és figyelembe veszik az ilyen törekvéseket. Van, aki szerint ez változó, a többség fogékony a szemléletre, de még mindig van egy nagyobb réteg, aki – arra hivatkozva, hogy eleget fizetett a szolgáltatásokért – túlzott mértékben használja az áramot, a vizet és ez a vélemény többször is megfogalmazódott. De született olyan válasz is, miszerint „Nem annyira hangsúlyos ez a

vendégek felé, hogy felkeltse a figyelmüket. Viselkedésük nem tér el az átlagos vendégektől”.

Napjainkban fontos kérdés, hogy a szállodák miként, milyen arculattal jelennek meg a piacon, ezért vizsgáltam, hogy a környezettudatosság megjelenik-e a szálloda imázsában, marketingjében és ha igen, milyen módon. Meglepő módon mindössze két szálloda kommunikálja a vendégek felé környezettudatos szemléletét, a létesítmény reklámozása során.

## **6.2. Környezeti felelősségvállalás egy dél-dunántúli vendégkör felmérés alapján**

Napjaink turizmusának nagy választó vonala a hagyományos tömegetturizmus és a környezetével, a természettel és a helyi kultúrával harmóniát kereső alternatív turizmus között húzódik. Az mindenesetre lényeges kérdés, hogy a kínálati oldalon álló szolgáltatók mennyire tudnak felelősen gondolkodni, a turizmus negatív hatásait csökkenteni, a pozitívhoz hozzájárulni. Azon túl, hogy a turisztikai szolgáltatók számára ismeretes, hogy például a környezetbarát fejlesztéseik a gazdaságos működtetésre is hatással vannak (takarékoság), nem mellékes, hogy csupán ez motiválja őket, vagy esetleg a kereslet által a fenntarthatóság, felelősségvállalás szemlélete mentén megfogalmazódó igények. A fenntarthatósággal kapcsolatos fogyasztói szemlélet jelentős változáson ment keresztül az elmúlt évtizedekben, így nem meglepő, hogy az a társadalom egyre szélesebb körében válik fontos tényezővé a mindennapokban. Az egyének egyre nagyobb hányada „viszi magával”, terjeszti ki életmódját, szemléletét szabadidős utazása során is, így a turisztikai szolgáltatók számára már-már kényszerhelyzetet teremtenek, hisz a kereslet fenntarthatósági igényeinek is meg kell felelniük (Horváth & Raffay, 2020). Annak ellenére, hogy a fenntartható turizmussal kapcsolatos tudást, hozzáállást, felelős magatartást és utazói elégedettséget leggyakrabban az ökoturizmushoz kötik, napjainkban ez nem korlátozódik csupán ezen turizmus típus szereplőire.

Ha szolgáltató szektor és a turisták szemlélete is elmozdul a fenntarthatósági igények felé, az már egy felelősségteljes magatartást eredményez. Ez nem csak a turista és a szolgáltató számára előnyös, hanem tágabb dimenzióban is, hiszen a helyi társadalom, gazdaság, maga a desztináció is „nyer”. Jelen sorok írásakor, a COVID19 járvány árnyékában, talán még fontosabb, hogy egy-egy célterületnek milyen a reziliencia képessége, amit a turisztikai szektor felelősségvállalásával fokozni lehet. Fontos azt is

hozzátenni, hogy a reziliens gondolkodás nem azonos és nem helyettesíti a fenntarthatóságot (Lew, Ng, Ni, & Wu, 2016).

A vendégkörfelmérésen alapuló vizsgálat a járvány kitörését megelőzően kezdődött a dél-dunántúli régió területén (kivéve Somogy megye északi, Balaton-menti területe). Anketőrök bevonásával 21 dél-dunántúli településen (Pécs, Szigetvár, Mohács, Harkány, Siklós, Sikonda, Orfű, Nagyharsány, Villány, Bóly, Barcs, Dombóvár, Kaposvár stb.) folytak a személyes lekérdezések 2019-2020-ban. A kérdőív egy omnibusz jellegű, komplex kutatás kérdéseit tartalmazta, összesen 45 kérdéssel. A disszertáció témájához 10 szorosan kapcsolódó és néhány további közvetve kapcsolódó kérdést tartalmazott.

### **6.2.1. A felmérésben részt vevő turisták általános demográfiai jellemzői**

A kérdőíves felmérés eredményeihez 416 fős minta válaszait dolgoztam fel. A válaszadók 43% nő, és 52,4%-a férfi, 4,6% nem válaszolt. Az életkort tekintve, a 20-30 évesek voltak a legtöbben a válaszadók között, az arányuk 32,6%, a 46-60 évesek 23,3%-ot tettek ki, a 31-45 évesek 22,8%-ot, a 61-75 évesek 8,9%, a 75 év feletti és a 20 év alattiak egyaránt 2,4% arányt képviselnek, míg 7,5% nem válaszolt az életkorával kapcsolatos kérdésre.

A legmagasabb iskolai végzettség alapján a felmérésben résztvevők 46,1%-a felsőfokú végzettséggel rendelkezett, középfokúval 43,5%-a, míg 4,6% alacsonyabb végzettségről nyilatkozott. A válaszadók 4,6%-a nem kívánt válaszolni erre a kérdésre.

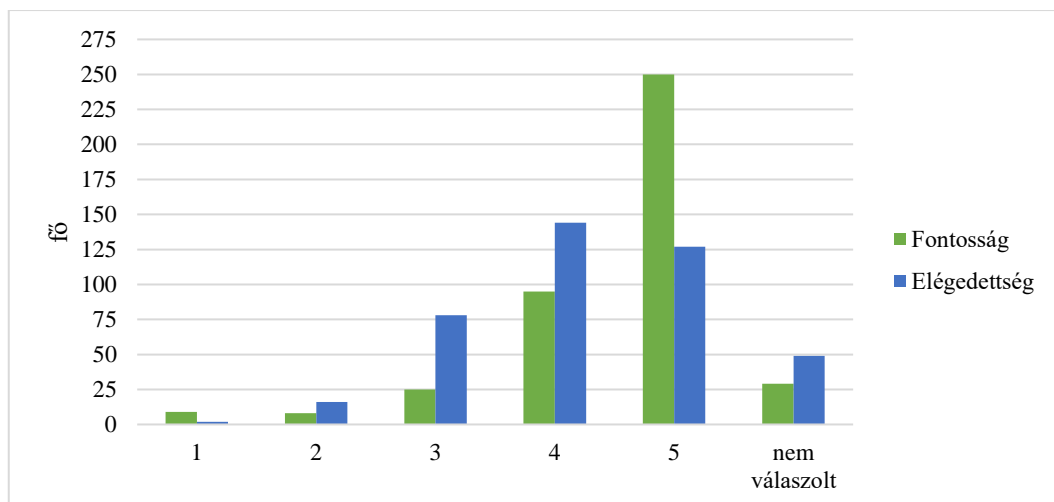
### **6.2.2. A vendégkör környezettudatosságához való viszonyulása a kérdőíves felmérés alapján**

A kutatásban a megkérdezettek véleményére vonatkozó kérdőív részében az elégedettséget igyekeztem feltárni, ahol a kérdések rendező elve a fontosság és az elégedettség volt, amellett, hogy a „nem vettem igénybe” válaszlehetőség is biztosított volt. Ezeket a válaszadóknak pontozniuk kellett egytől ötig, az iskolai osztályzás szerint (Likert-skála). Amennyiben nagyon elégedett volt, vagy nagyon egyetértett vele, úgy az 5-öt karikázhatta be, elégedetlenség, vagy nagyon egyet nem értés esetén az 1-et választhatta.

A felmérés során tehát arra kértem a válaszadókat, hogy 1-5 között értékeljék mennyire fontos szempont utazásuk során a természeti környezet tisztasága, illetve mennyire volt elégedett azzal a kutatás idején tett utazásának tapasztalatai alapján. A

többség nagyon fontosnak ítéli, de az elégedettségük az utazásuk során tapasztaltak alapján messze elmarad ettől (**19. ábra**). Természetesen ez egy olyan vélemény, ami rendkívül szubjektív, hiszen sok minden befolyásolhatja a turistát annak megítélésében. Ugyanakkor az mellett nem lehet elmenni, hogy a megkérdezettek 83% számára fontos a természeti környezet tisztasága, vagyis annak állapota.

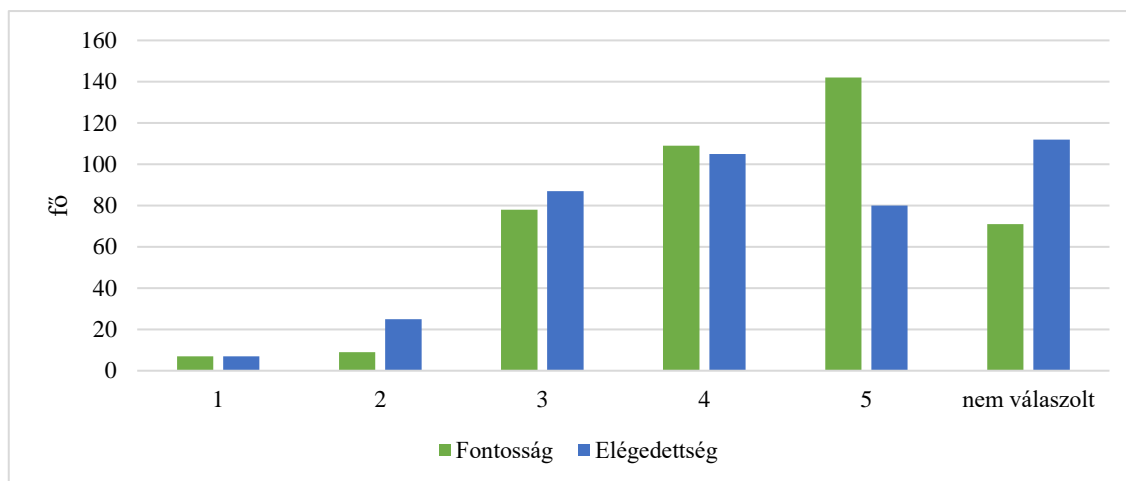
**19. ábra A dél-dunántúli régió területén végzett vendégkörfelmérés résztvevőinek természeti környezet tisztaságához kapcsolódó elvárása és elégedettsége (n:416)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

Egy másik témához szorosan kapcsolódó, fontos kérdés volt, hogy a környezetbarát megoldások használata mennyire fontos szempont a régióba látogatók számára. Ezzel nem csak a látogatói attitűd ismerhető meg, hanem egyúttal tükrözheti azt is, hogy azt (környezetbarát megoldások használatát) milyenek látta a desztinációban általánosságban. Az eredmények alapján igen fontosnak ítélték a megkérdezettek, ám szembeűnő, hogy az elégedettségre adott válaszok szerint az hagy némi kívánnivalót, ugyanis többen adtak 3-as és 4-es osztályzatot, mint a legmagasabb 5-öt (**20. ábra**). Persze azt is meg kell jegyezni, hogy a nem válaszolók aránya e tekintetben szintén nagyobb. Összességében megállapítható, hogy arányaiban jóval többen, mintegy 60% képviselte a nagyon fontos és inkább fontos kategóriát, mint a nem vagy kevésbé fontosat, ami 4% alatti arány, míg a semlegesnek mondható 3-as középértéket 19% választott. Az elégedettségénél a magasabb értékek a megkérdezettek 44%, az elégedetlenebbek közel 8% képviseltek, míg a semleges tartományt 21% jelölte.

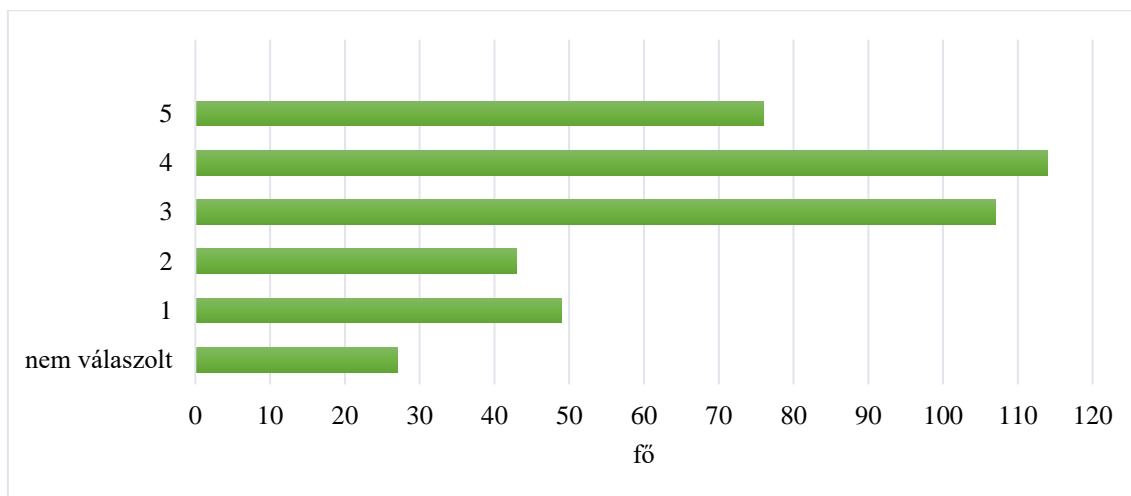
**20. ábra A környezetbarát megoldások használatára vonatkozó fontossági és elégedettségi válaszok eloszlása a dél-dunántúli régió területén végzett vendégkörfelmérés résztvevőinek véleménye alapján (n:416)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

A felmérés felelős turizmusra vonatkozó részében azt szerettem volna kideríteni, hogy van-e hozzáadott értéke a környezettudatosságnak, az ilyen irányú törekvéseknek, azaz szálláshely választása során mennyire befolyásolja a turista döntését, hogy az adott szolgáltató használ, alkalmaz-e környezettudatos technológiákat. A választ 1-5 közötti skálán jelölhették a kitöltők, ahol az 1 jelentette azt, hogy a legkevésbé befolyásolja a döntését, az 5 a nagyon befolyásolja. A legtöbben azt jelölték, hogy befolyásolja döntésüket (27,4%), de ezt csak 4-esnek ítélték (21. ábra). A semlegesnek is mondható 3 kategóriát 25,7% válaszolta. A skálán 5-öt jelölve 18,2% mondta azt, hogy ez nagyon befolyásolja őket, míg 11,8 % számára ez egyáltalán nem számít, ezért 1 pontot adtak rá. Megvizsgáltam, hogy az adott pontszámátlagok és a korcsoportok között van-e szignifikáns különbség, ám az nem mutatható ki egyik korcsoport esetén sem.

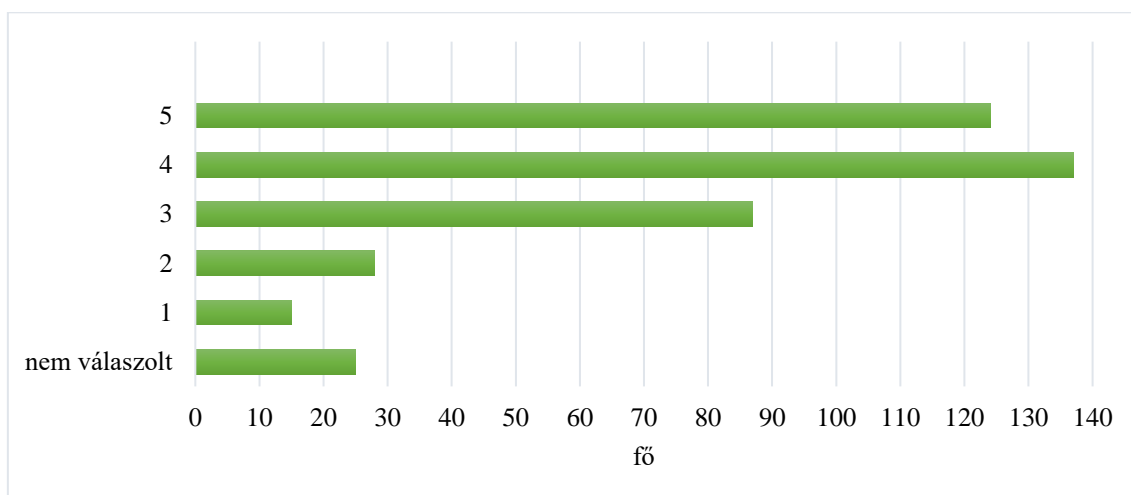
**21. ábra Környezettudatos technológiák alkalmazásának döntéshatásoló hatása a vendégkörre szálláshelyválasztás során (n:416)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

Természetesen az is fontos volt, hogy a szálláshelyen/turisztikai szolgáltatónál történő tartózkodás során mennyire tartja fontosnak, hogy a vendégek figyelembe vegyék és alkalmazzák annak környezettudatosságra vonatkozó kéréseit (pl. törölközőcsere vagy méréselt klímahasználat), ahol az 1 jelölte, hogy egyáltalán nem fontos, az 5 pedig a nagyon fontos kategóriát. Az előző kérdéshez hasonlóan, itt is a 4, azaz a fontos besorolást választották a legtöbben (32,9%), ezt azonban a „nagyon fontos” követte (29,8) (22. ábra). A középértéket 20,9% választotta, amit a válaszadók 6,7% általi nem fontos 2-es jelölés követett. Mindkét esetben többségében vannak azok, akik szerint fontosak a környezettudatos törekvések, hovatovább közel ugyanannyian vélekednek úgy, hogy ezeket a törekvéseket és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatói kéréseket nagyon fontos lenne figyelembe vennie a szállóvendégeknek, ugyanakkor nem mellőzhető az az eredmény sem, hogy a válaszadók mintegy negyede számára közömbös tényező. A pontszámátlagok és a korcsoportok között ebben az esetben sincs jelentős különbség.

**22. ábra Szálláshely-szolgáltató környezettudatos törekvéseinek figyelembevételének fontossága a felmérésben résztvevő vendégkör szerint (n:416)**

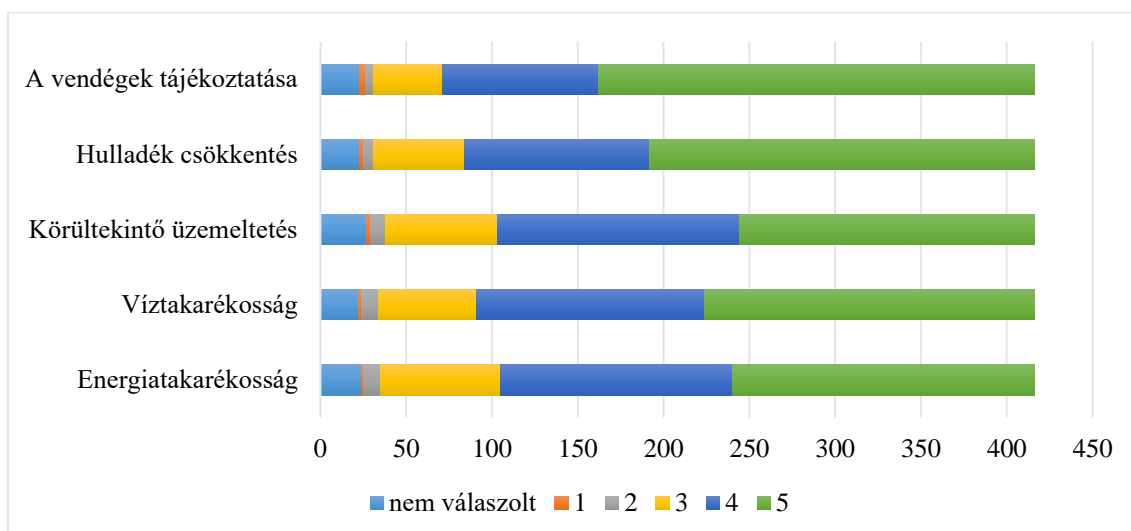


**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

Mindenképp érdekelt, hogy a felmérésben résztvevők szerint mely területeken és milyen hangsúllyal kell lépéseket tennie egy felelős turisztikai szolgáltatónak, hiszen az rávilágíthat arra is, hogy számukra mik azok a területek, amik megfoghatóvá, amelyekre asszociálva egy felelős turisztikai szolgáltató képe jelenik meg számukra. Anélkül próbáltam erre a kérdésre választ kapni, hogy több apróbb részletre bontottam volna a válaszadási lehetőséget, mivel a cél az volt, hogy a köztudatba is beépült, a környezeti felelősségvállaláshoz és fenntarthatósághoz kapcsolódó jól ismert cselekedeteket könnyebben rangsorolják a válaszadók, ahol az 1 jelölte azt, hogy a felelős turisztikai szolgáltatónak egyáltalán nem kell hangsúlyos lépéseket tenni az adott területen, míg az 5, hogy teljes mértékben felelős magatartást tükröz. Meglepő módon nem a sztereotíp válaszlehetőségek közül került ki a „legnépszerűbb”. A felmérésben résztvevők legtöbbször úgy gondolja, hogy a vendégek tájékoztatása a felelős turisztikai szolgáltatótól elvárt legfontosabb magatartás. Az is kiderült, hogy a pozitívnak mondható 4-es és 5-ös jelölést a válaszadók közel 83% erre a lehetőségre adta, de ugyanezek a rangsorok (4 és 5) egyik felsorolt lehetőségénél sem csökkentek 74% alá (23.ábra). A felmérésben résztvevők arányaiban a második helyre a hulladékgazdálkodást sorolták, ahol a leghangsúlyosabb lépésként 53,8%, hangsúlyosnak 25,9% ítélte. A felelős turisztikai szolgáltatótól a víztakarékossághoz kapcsolódó törekvéseket is nagymértékben elvárják. Ezt a területet 46,1% gondolta a leginkább meghatározónak.



**23.ábra Felelős turisztikai szolgáltatóktól elvárt lépések hangsúlyossága a vendégkör-felmérés résztvevői szerint (n:416)**

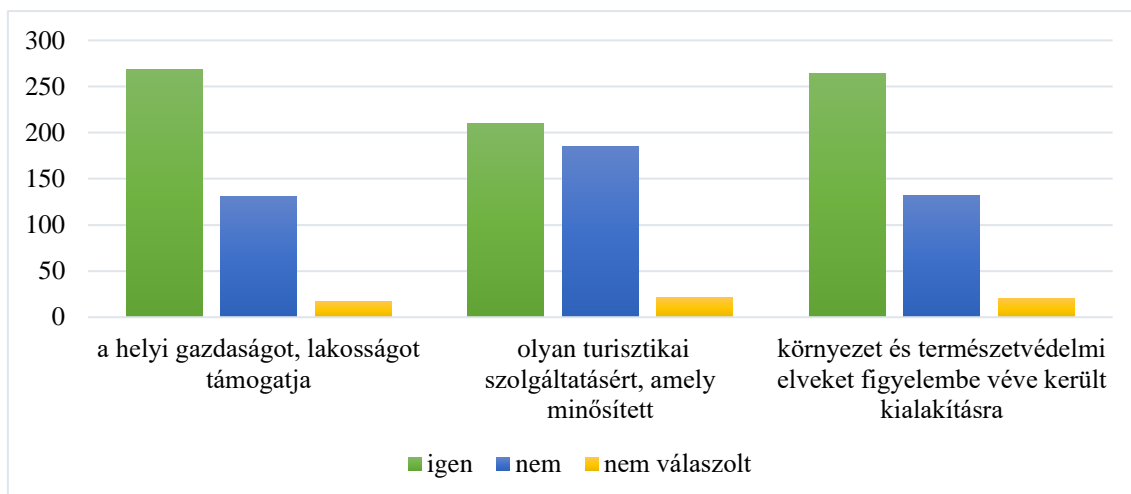


**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

A következő kérdésben a válaszadók elköteleződését szerettem volna kideríteni, így azt a kérdést firtattam, hogy hajlandóak-e nagyobb anyagi ráfordításra, amennyiben egy adott turisztikai szolgáltató a három felelős turizmus irányelveinek valamelyikét teljesíti. Ebben az esetben először dichotóm válaszadásra kértem őket (igen, nem), majd ezt követően mindegyik lehetőségénél azt is igyekeztem megtudni, hogy amennyiben hajlandóak többletköltséget vállalni, azt milyen mértékben.

Az eredmények alapján minden esetben pozitív a többletköltség vállalására adott válaszok többsége (24. ábra). A felmérésben résztvevők 64,4% mondta, hogy hajlandó többet fizetni egy olyan turisztikai szolgáltatásért, amellyel a helyi gazdaságot, lakosságot támogatja. 63,5% nyilatkozott úgy, hogy hajlandó többet fizetni egy olyan turisztikai szolgáltatásért, amely környezet és természetvédelmi elveket figyelembe véve került kialakításra.

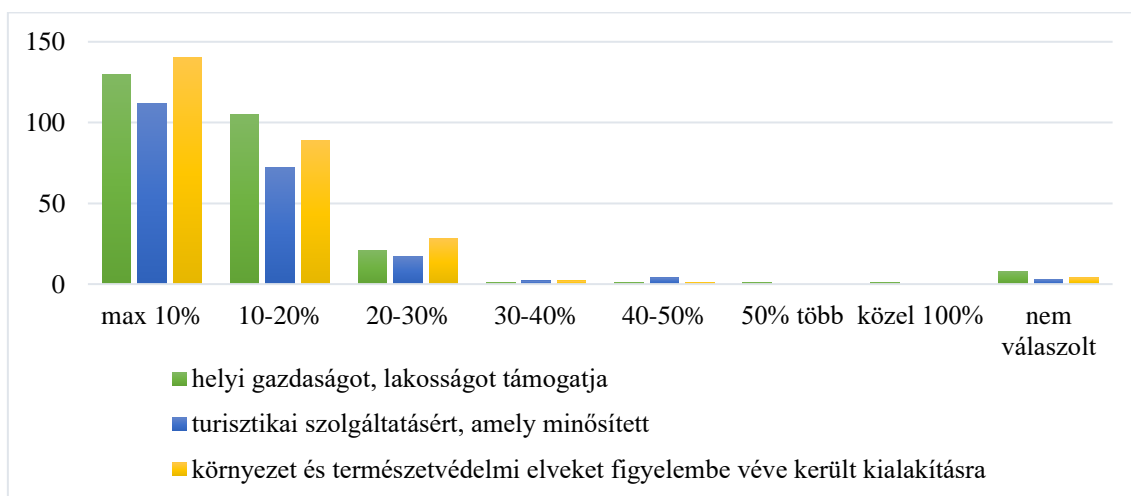
**24. ábra A felmérésben résztvevők hajlandósága a magasabb költség vállalására, ha a turisztikai szolgáltatás, vagy turisztikai szolgáltató felelős turizmus irányelveinek megfelelő célokat alkalmaz (n:416)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

A többletköltség vállalása azonban nem mondható nagymértékűnek. A válaszadók döntő többsége maximum 10%, illetve 10-20% közötti plusz költséget volna hajlandó ráaldozni (25. ábra). Az ekkora mértékű összegnövekedést leginkább abban az esetekben jelölték, ahol a kérdés úgy hangzott, hogy „Hajlandó-e többet fizetni egy olyan turisztikai szolgáltatásért, amely környezet és természetvédelmi elveket figyelembe véve került kialakításra?”, illetve „Hajlandó-e többet fizetni egy olyan turisztikai szolgáltatásért, amellyel a helyi gazdaságot, lakosságot támogatja?”.

**25. ábra A megkérdezettek többletköltség vállalási hajlandósága adott felelős turisztikai törekvések esetén (n:416)**

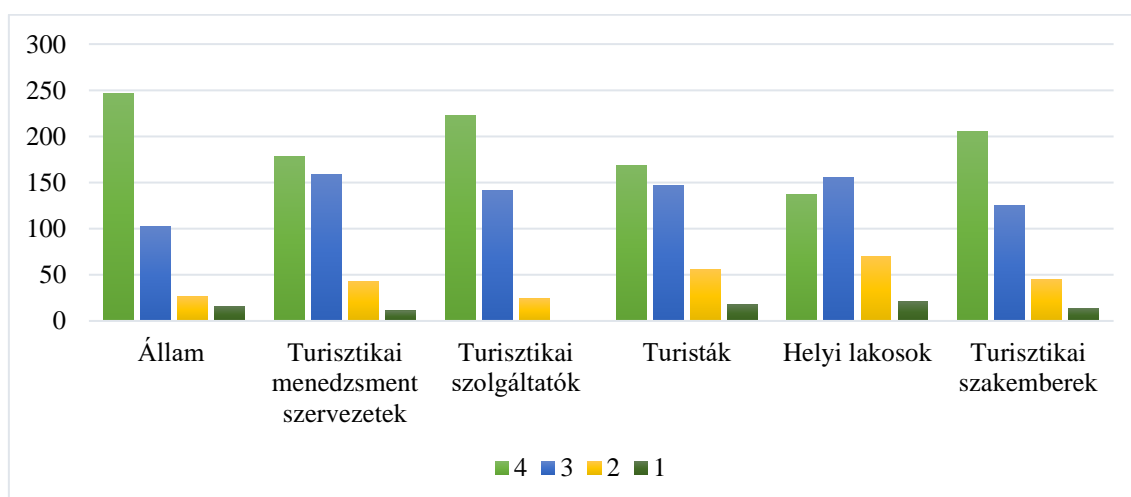


**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

Nagyon fontosnak tartottam megvizsgálni, hogy a megkérdezettek véleménye szerint, ki és milyen mértékben tehet érte, hogy a turizmus ágazat fenntartható módon működjön. Úgy gondolom, hogy ez egyúttal arra is választ adhat, hogy kitől vagy kiktől várják elsődlegesen a cselekvést, azaz kinek a felelősségi körébe tartozónak ítélik a fenntarthatósági célok megvalósítását. A kérdésnél a felsorolt szereplők esetén 1 és 4 közötti skálán választhattak aszerint, hogy az érintettséget, felelősséget milyen mértékben várják el tőlük.

A turisztikai fenntarthatóság felelősségének megoszlása és mértéke a szektor szereplői között a vendégkörfelmérésben résztvevők szerint, igen figyelemre méltó eredményt produkált. Az állam felelősségét, a válaszadók több, mint 60% jelölte meg a leginkább felelősséggel tartozónak (63,2%), míg második helyen a turisztikai szolgáltatókat 57,3%. A turisztikai szakemberek szintén nagy arányban kaptak a legmagasabb pontszámból, őket 52,7% jelölte, mint felelős szereplőt (26. ábra). Az kiderült, hogy a felsoroltak közül a legkevésbé felelősnek tartott csoportok a felmérésben résztvevők véleménye szerint a helyi lakosok és a turisták. Vagyis szerintük ez a két szegmens bár tehet azért, hogy a turizmus fenntarthatóbban működjön (turisták 43,2% 4-el, 37,8% 3-al, míg a helyi lakosok 35,8% 4-el, 40,5% 3-al jelölve), arányaiban kevesebb magas pontszámot kaptak, mint a többi szereplő. Hovatovább, a kisebb adható pontszámok (1 és 2) a turisták és a helyi lakosok esetében a magasabb.

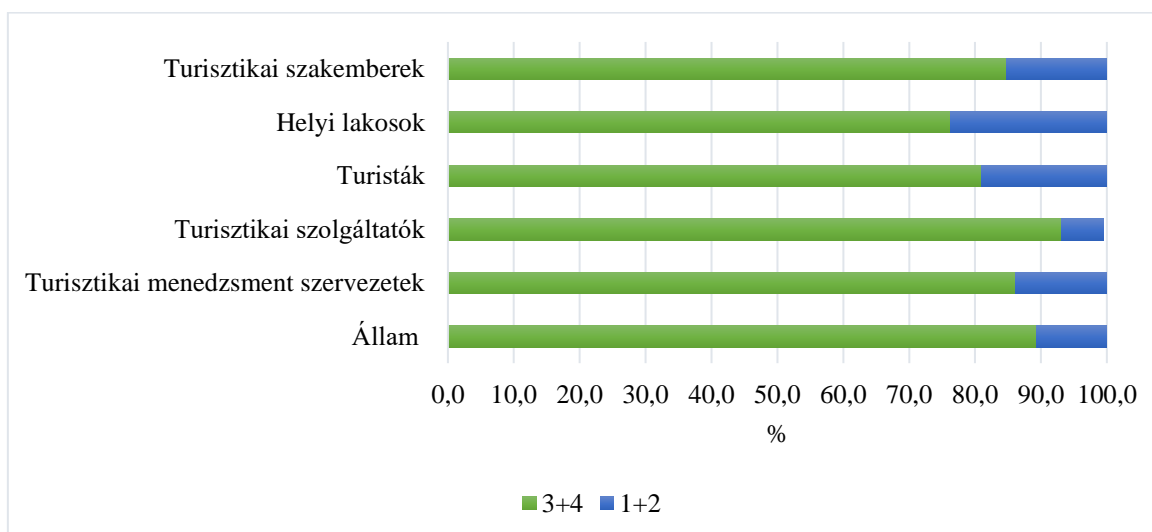
**26. ábra A turisztikai fenntarthatóság felelősségének megoszlása és mértéke a szektor szereplői között a vendégkörfelmérésben résztvevők szerint (n:416)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

Ha a kérdésre adott válaszokat akként vizsgáljuk, hogy az 1 és 2 pontszámok a kisebb felelősséget, míg a 3 és 4 pontszám a nagyobb felelősséget jelenti, azaz két kategóriába csoportosítjuk, a mérleg nyelve minden szereplőnél a magasabb kategória, vagyis a nagyobb felelőség irányába billen (27. ábra).

**27. ábra A turizmus fenntarthatóbbá tételének felelősége a felmérésben résztvevők válaszaiból származó magasabb és alacsonyabb pontszámok két kategóriás megoszlása alapján (n:416)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

Ugyanakkor az is látható, hogy az összevont kategóriák (3 és 4) alapján a megkérdezett vendégkör szerint a turisztikai szolgáltatók tehetnek a leginkább a turizmus fenntartható módon való működéséért (93,1%), míg őket az állam (89,3%) és a turisztikai menedzsment szervezetek (86,2%) követik. Ilyen módon vizsgálva a válaszokat a megkérdezettek úgy gondolják a legkevesebbet a helyi lakosok (23,8%) és a turisták (19%) tehetnek.

### **6.3. Az ember, mint turisztikai erőforrás kezelésének kérdései a fenntarthatóság és versenyképesség érdekében**

#### **6.3.1. Társadalmi felelősségvállalás és a turisztikai humán erőforrás kapcsolata**

Mint arra Baum (2015) és Baum és szerzőtársai (Baum, Kralj, Robinson, & Solnet, 2016) felhívja a figyelmet a legtöbb kutatás a szálláshely szolgáltatás területén dolgozóakra irányul, a turizmus szektor tágabb kontextusában meglehetősen elhanyagolt téma a humán erőforrás vizsgálata (Baum, 2015; Baum, Kralj, Robinson, & Solnet, 2016).

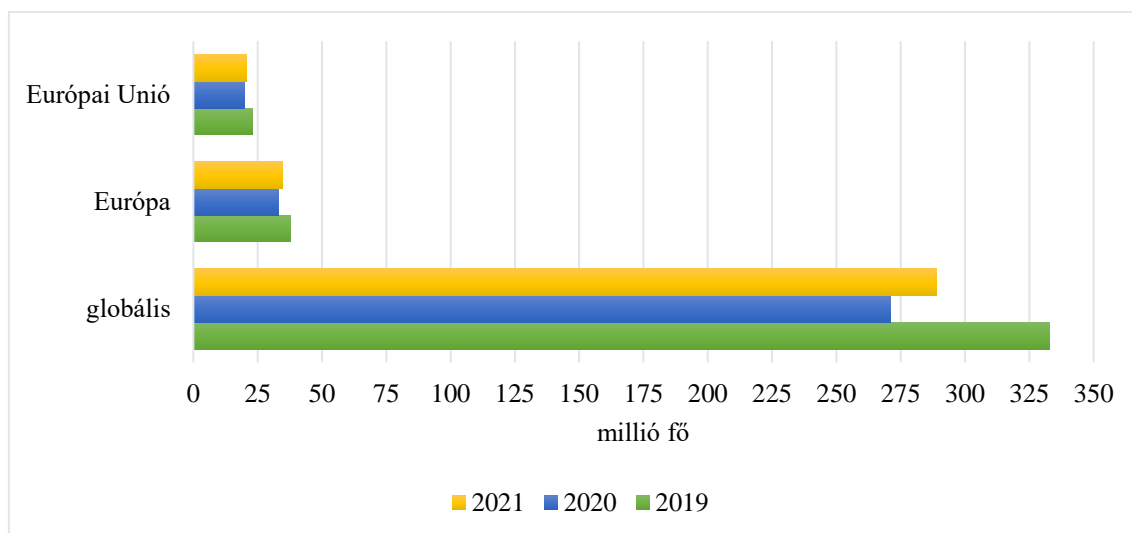
Az OECD országokra fókuszáló kutatás a turizmusban jelentkező munkaerőhiány pótlásának és a munkaerő szabad áramlásának hatásaival foglalkozik, kiemelve azt, hogy ez nem csak a szezonális fluktuációt erősíti, hanem a beáramló olcsó, ám jól képzett munkaerő negatívan hat a helyi munkavállalók esélyeire (Joppe, 2012, p. 670). Devine és munkatársai az Észak-Írország szálláshelyein fellelhető etnikailag diverz munkavállalók körében végzett kutatás alapján rámutatnak arra, hogy a multikulturalitás menedzsment szintű kezelése, nélkülözhetetlen a munkahelyi konfrontációk és a stressz csökkentésében. Hozzáteszik azt is, hogy a külföldi alkalmazottak Észak-Írországbeli munkavégzésének vezérmotivációja a tapasztalat szerzés és nyelvi kompetenciák erősítése, ugyanakkor a munkaadó részéről nem kerülhető meg a beilleszkedés segítése (Devine, Baum, Hearn, & Devine, 2007). Európai viszonylatban az Egyesült Királyságban megjelenő lengyel turisztikai vendégmunkások motivációt vizsgálták, amely kutatás pozitív eredményeként került említésre a dolgozók részéről az élhető környezet, míg negatívumként a diszkrimináció, az alacsony bér, a menedzsment viselkedése a munkavállalókkal szemben és a fizikailag megterhelő munka jelentkezett (Janta & Ladkin, 2009, Janta, Ladkin, Brown, & Lugosi, 2011). Az elég nyilvánvaló, hogy a bérszint alacsonyan tartása kedvezőtlenül hat a helyi lakosság munkaerőpiaci esélyeire. Egy profitorientált turisztikai szolgáltató egyértelműen az olcsóbb, gyakran külföldi munkaerőt fogja alkalmazni, különösen, ha annak kvalitásai is magasak. Egy norvég kutatás a munkavállalók körülményeire fókuszált, feltárva azokat a hiányosságokat, amelyek egyértelműen a munkaadók nihilista hozzáállását bizonyították. A fókuszcsoporthoz tartozók interjúk során kiderült, hogy az alkalmazottak észrevételei nem jutottak el a megfelelő személyhez. A vizsgált szálláshely-szolgáltatóknál a kommunikáció a menedzsment és a dolgozók között egyáltalán nem működött, hovatovább a munkavállalói szerződések esetében sem volt teljesen rendezett helyzet (Onsøyen, Mykletun, & Steiro, 2009). Arra vonatkozóan, hogy a turizmusban mennyien dolgozhatnak illegálisan, vagy az ún. szürke gazdaságban nincsenek adatok és a nemzetközi szakmai szervezetek, intézmények is csak becsülni próbálják.

A magyar szakirodalomban leggyakrabban a vendéglátás területén dolgozóakra irányul a figyelem, de mindenképp említést kell tenni olyan tankönyvekről és jegyzetekről, amelyeket turizmus oktatók írtak és azokban, mint turisztikai erőforrás megjelenik a munkavállaló (Dávid, 2007, p. 120). A magyar turisztikai munkaerőpiacot évek óta sújtja a humán-erőforrás hiány. A különböző szakmai és egyéb médiafelületeken a nyári szezon

kezdetén állandó vezető hír, ami kiemelten érzékelteti hatását a Balatoni desztinációkban. A duális szakképzés bevezetésével, vagyis a gyakorlat-orientált oktatás előtérbe helyezésével a szakmai kompetenciák javítása volt a kitűzött cél, illetve a tanulók hiányszakmák felé terelése, mint például a szakács vagy a felszolgáló. A törekvés eredményei azonban még nem látszanak és a szakma meglehetősen szkeptikus a sikerében.

A WTTC 2021-es kiadványa szerint 2020-ban az utazási és turisztikai szektorban globálisan mintegy 62 millió munkahely szűnt meg (28. ábra). Ez a 18,5%-os csökkenés az egész utazási és turisztikai környezetben érezhető volt, és különösen érintettek voltak a kis- és közepes méretű vállalkozások (kkv-k), amelyek az ágazatban működő globális vállalkozások 80%-át teszik ki.

**28. ábra Turizmusban foglalkoztatottak számának változása 2019-2021 között az WTTC adatai alapján**



**Forrás: World Travel & Tourism Council W., 2022 Annual Research: Key Highlights, 2022**

Ráadásul, azon túl, hogy ez a csökkenés aránytalanul nagy mértékben érintette a kkv-kat, kiemelhető, hogy rendkívül hátrányosan érintette a nőket, a fiatalokat, a kisebbségeket, az alacsonyabb képzettségűeket és a vendégmunkásokat ( UN Department of Economic and Social Affairs, 2022). Az UNWTO publikációja szerint a szektorban foglalkoztatottak 54% nő (az ágazatban csaknem kétszer annyi női munkaadó van, mint más ágazatokban) (World Tourism Organization, 2019, p. 30), így ebből következik, hogy az összes foglalkoztatott nő 40%-a legsúlyosabban érintett ágazatokban dolgozik (World Tourism Organization, 2019; World Travel & Tourism Council, 2021).

Az International Labour Organization (ILO 2015) 2013-ban 150.3 millióra becsülte globálisan a vendégmunkások számát, amelyből 106.8 millió (71,1%) a szolgáltatóiparban dolgozott (International Labour Organization, 2015). 2021.évi jelentésében utóbbi mutató a 2019. évre vonatkozóan 66,2%-ra csökkent (International Labour Organization, 2021, p. 24), ugyanakkor egy olyan új probléma megjelenését is jelzi, amely a munkavállalók átlagéletkorának emelkedésével jár együtt. A magasan kvalifikált fiatal, fiatalabb humán-erőforrás mobilisabb, így a munkaerő migráció elsősorban a fejlett országok irányába ebben a kohorszban jelentősebb. Napjainkban már egyáltalán nem meglepő az egy-egy szektort érintő nemzetköziesedés folyamata. Elég, ha csak a tudásszerzési, képzési, tanulási céllal külföldre irányuló mobilitást említjük. A szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás területén közel minden negyedik munkavállaló határozott idejű szerződéssel dolgozott. A COVID-19 miatti korlátozó intézkedések következtében ebben az iparágban (beleértve más turisztikai szolgáltatásokat is) bekövetkezett széleskörű munkahelyvesztés valószínűleg jelentős mértékű a turizmusban szezonális munkát végzők körében. Összességében az idegenforgalomtól függő gazdaságok súlyosan megszenvedték a határozásokat és a bevételkiesést. A munkahelyek megszűnése és a munkaidő csökkentése pedig jelentősen redukálta a szektor munkavállalóinak jövedelmét, bevételét, ami egyenesen létfenntartási problémákhoz is vezetett (International Labour Organization, 2022). A turisztikai szektor munkavállalóinak legsúlyosabb problémái elsősorban az ázsiai és afrikai területeken jelennek meg, mint például a kizsákmányolás, kényszerű szexuális szolgáltatások nyújtása, gyermekmunka stb. Európában ezek a gondok kisebb mértékben vannak jelen, de nem hagyhatók figyelmen kívül. Az Egyesült Királyság területén, a turisztikai szektorban megjelenő modernkori rabszolgaság jelenségére hívta fel a figyelmet Armstrong (Armstrong & Responsible Tourism Matters, 2016).

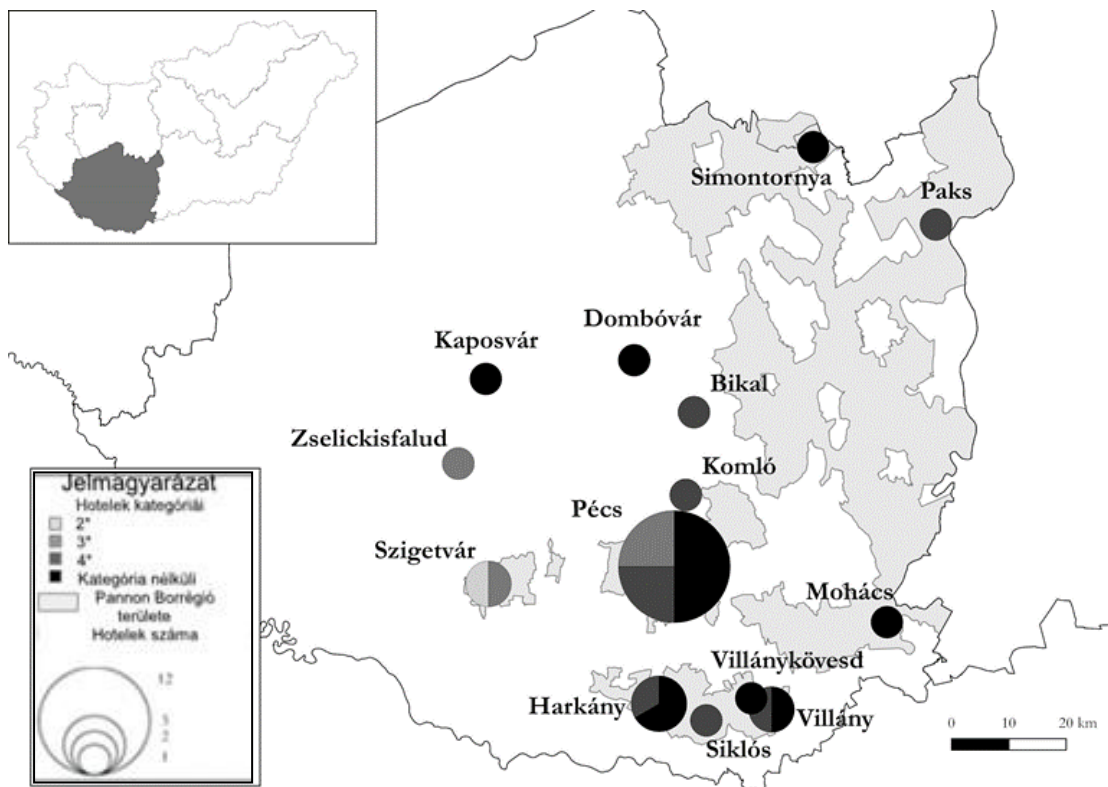
Magyarországon a foglalkoztatottak 9,3%-a a turisztikai szektorban dolgozott 2019-ben (430900 fő), ami 2020-ben 8,6%-ra (395 800 főre) csökkent és ez csupán 8,7%-ra nőtt 2021-re (404 800 fő) (World Travel & Tourism Council, 2022).

### **6.3.2. Felelősségvállalás a MSZÉSZ Dél-dunántúli tagságának humán-erőforrás gazdálkodásában**

A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége a magyar turizmus és vendéglátás egyik meghatározó szakmai szervezete. Jelenlegi tagsága meghaladja az 500-at. Közöttük található több mint 457 szálloda, mintegy 39.000 szállodai szobával (a magyarországi hotel

kapacitás kb. 60 %), továbbá 10 szállodalánc, 22 önálló étterem, cukrászda, 17 oktatási intézmény (főképp turisztikai képzési portfólióval rendelkező) és társult tagok három kategóriában (exkluzív, stratégiai és rendes). A dél-dunántúli régió területén található szállodák közül 29 tagja a regionális MSZÉSZ-nek (29. ábra).

**29. ábra A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének szálláshely szolgáltatóinak tagjai a Dél-Dunántúlon**



**Forrás: Horváth & Závodi saját szerkesztés, 2018**

Az MSZÉSZ minden évben pályázatot hirdet az “Év Szállodája” címre, amelyben a felelősségvállalással összefüggő tevékenysége kritériumként szerepel. A pályázó, illetve a nyertes szállodák benyújtott anyagaiból évről-évre több témára bontva összegyűjti a best practise-kat, melyet közzétesz a honlapján. A 2013 óta felkerült dokumentumok alapján megfigyelhető, hogyan változtak a humán erőforráshoz kapcsolódó jó gyakorlatok (5. táblázat). 2015 és 2016-ban az “Év szállodája” díj mellett “Legjobb személyzeti politika” kategóriában is elismeréssel tüntettek ki szállodát. Azóta azonban ez a kategória nem jelenik meg az elismerések között.



## 5. táblázat Humánpolitikai best practise a MSZÉSZ gyűjtéséből

Év	Humánpolitika
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ sminkelési, öltözködési tanácsadás</li> <li>→ spanyol, mandarin nyelvtanfolyam</li> <li>→ saját focicsapat</li> <li>→ megváltozott munkaképességűek foglalkoztatása</li> <li>→ rendszeres dolgozó elégedettség felmérés</li> </ul>
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Év dolgozója egy belföldi, vagy külföldi gyógy, wellness szállodában tölthet el 2 – 3 napot</li> <li>→ Részlegenként (FO, Housekeeping) havonta kitűzött célok teljesítése esetén csoportos jutalom</li> <li>→ Csapatépítés</li> <li>→ A munkatársak heti egy napon igénybe vehetik a wellness, gyógyászati létesítményeket</li> <li>→ Dolgozói Olympia</li> <li>→ OPPOSITE DAY: évente egy napon a dolgozók vezetői, a vezetők beosztotti munkát végeznek</li> <li>→ Évente közvélemény kutatás a munkatársak körében</li> <li>→ „Munkavállalói Támogató Program” – tanácsadás, amit minden munkatárs igénybe vehet a nap 24 órájában jogi, pénzügyi, életviteli, családi ügyek, stressz kezelés témájában.</li> <li>→ Minden dolgozónak felkínálják, hogy 2 munkakört töltsön be, melyek közül az egyik vendégkapcsolatú. Oktatás (3 szint: Képzett, Szakértői, Leader, melyek elvégzése, sikeres vizsga esetén + 5%, + 10%, + 7% fizetésemelés)</li> <li>→ Belépés után minden új munkatárs 1 éjszakát tölt el a hotelben. Véleményéről írásbeli tájékoztatót készít, a hotel vezetőjével személyesen is megbeszéli</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ A személyzet részére biztosított ingyenes étkezések, a napközbeni ingyenes kávé</li> <li>→ nyelvi és egyéb képzéseken való rendszeres részvételi lehetőség</li> <li>→ a hónap dolgozója a cég partnerszállodájában tölthet el egy hétvégét</li> </ul>
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ minden munkatárs lehetőséget kap arra, hogy egy éjszakát ott töltsön a párjával</li> <li>→ a vendéglátás azévi áfacsökkentésének teljes hozadékát bérfejlesztésre fordítják</li> <li>→ a dolgozók 20-90 százalékos támogatást pályázhatnak meg önképzésre</li> <li>→ <i>felmérik a munkahelyi stresszt, valamint munkahelyi wellbeing programot szerveznek</i></li> <li>→ <i>A dolgozók számára lehetővé teszik a rugalmas munkavégzést, és bizonyos munkakörökben a távmunkát is.</i></li> <li>→ <i>munkatársak belső képzése</i></li> </ul>

**Forrás: MSZÉSZ, 2022**

Jelzésértékű, hogy 2016-ban már a “Hogyan tartsuk meg a munkaerőt?” címmel került a humán-erőforrás kérdése a dokumentumba.

Sajnálatos, hogy a 2017 évre kiírt “Év szállodája” pályázat sikertelenül zárult. A szakmai szervezet arról számolt be, hogy olyan minimális jelentkező adta be a pályázatát, hogy az alapján nem lehetett a címet odaítélni. Az érdektelenség okát firtatva kiderült, hogy a nem csak a cím presztízsével vannak fenntartásaik a tagszállodáknak, hanem több

esetben olyan plusz adminisztrációt jelent számukra, amellyel már nem kívánják a kevés munkatársat terhelni. Az azt követő évben sikeres volt a pályázat, ám utána a pandémia és az ahhoz kapcsolódó veszélyhelyzeti intézkedések ismét ellehetetlenítették azt.

A kutatás kezdetén személyes interjút készítettem a korábban már ismertetett villányi Crocus-Gere Borhotel vezetőjével, és mint kiderült társadalmi felelősségvállalás terén nehezebb dolguk van. A munkaerőhiány náluk is éreztette, illetve érezteti hatását. Az első interjú idején összesen 48 fős személyzettel dolgoztak, amely a szektorban a szállás méretéhez képest magasnak számított. Csupán néhány alkalmi munkavállalót foglalkoztattak. Céljuk mindig is az ágazatban jellemző fluktuáció elkerülése volt, vagyis az állandó munkatársak megtartása. A humán tőke tekintetében konzerválni szeretnék az állapotot. Ennek módjában egyetértés van a tulajdonosok és a szálloda vezetése között, mely szerint a munkavállalók elégedettsége nem kifejezetten a pénzről szól, hanem ismerniük kell az elvárásokat is. Humánpolitikájukban alkalmaznak anonim stresszfaktor kutatást, mely alapján értékes információkhoz jutnak egy-egy részleg, csoportvezető vagy akár a teljes ház vonatkozásában. Természetesnek tekintik, hogy a személyzet számára fenntartott pihenő-helységeken például játékokat (XBOX, darts) biztosítsanak számukra, de a külső helyszínekre rendszeresen szervezett közös programok is közösség és csapatépítést szolgálnak.

Munkaerő szempontjából a közlekedés hátráltató tényező. A személyzet legtöbbször környékbeli (Siklós, Bóly, Pécs), de sajnos a munkába járás tömegközlekedéssel rendkívül nehéz. Bár ezt nem tudják orvosolni, segítségképp a személyzeti szoba fenntartásán túl, úgy döntöttek a tulajdonosok, hogy közvetlenül a szálloda mellett egy nemrég vásárolt ingatlant személyzeti házzá alakítanak.

A hallottak alapján összeállítottam egy strukturált kérdőívet, melynek 18 kérdése (27-ből) a humán erőforrást érintő témákra vonatkozott. Nyílt kérdésekkel (8 db) igyekeztem megtudni több olyan választ, amelynél a szállásadók különbözőségének szerepe lehet. Így például azt, hogy aktuálisan milyen problémákkal szembesül működése során, mik azok a kihívások, amelyet a humán-erőforráshoz kapcsolódóan meg kell oldania, vagy éppen azt, hogy ha gondjai vannak a munkaerő megtartásával, azt miként próbálja orvosolni.

Az online felületen 10 kitöltés érkezett, míg a személyes interjúk során további 1 választ kaptam.

### 6.3.3. A szállodai foglalkoztatás általános jellemzői a Dél-Dunántúlon

A kérdőívet a dél-dunántúli MSZÉSZ tagok 30%-a (azaz 11) hotel töltötte ki. A kitöltők megoszlása: hat három csillagos, négy négycsillagos és egy nem besorolt kategóriájú. A kérdőívet kitöltött szállodákban a szobaszám átlagosan 38, amiből a legnagyobb hotel 81, a legkisebb pedig 12 szobával rendelkezett. A vizsgált hotelekben az ágyak száma átlagosan 81 ágy, a legnagyobb kapacitású szállodában 159, a legkisebben 27 várta a vendégeket. A választ adó hotelek átlagosan 22 fővel dolgoztak, a legtöbb foglalkoztatott 40 fő, a legkevesebb 5 fő. Az alkalmi munkavállalók száma átlagosan 4 fő a megkérdezett hotelekben. Az alkalmi jellegű foglalkoztatás a kitöltésben résztvevő szállodákban az alábbi pozíciókat érinti: housekeeping (n:10, 90%), front desk (n:3, 30%), felszolgáló, bárpultos (n:5, 46%), konyhai kisegítő személyzet (n:6, 55%), séf, szakács, kukta (n:1, 9%).

A kérdőív eredményei alapján elmondható, hogy jellemzőbb a határozatlan idejű foglalkoztatás, hiszen szinte minden munkavállaló ilyen jellegű szerződéssel foglalkoztatott. A megkérdezett szállodák közül csupán 3 foglalkoztat határozott idejű szerződéssel alkalmazottat, de esetükben is ez csupán 1-2-2 főt érint.

A felmérésben résztvevő hotelekben a legtöbb pozícióban 26-45 év közötti, aktív korú munkaerőt foglalkoztatnak. Nyugdíjas korú (65 év feletti) egyik pozícióban sem jelent meg. A válaszadó dél-dunántúli régió MSZÉSZ-tag hoteleinek 5-nél nincs marketing kommunikációért felelős munkatárs és gazdasági manager, 6-nál nincs HR-menedzser, míg 7-nél sommelier és 8-nál londiener, ajtónálló. Fiatal, 25 év alatti korosztályt 6 szálloda front desk munkakörben foglalkoztatott, míg 1-1 ilyen korú alkalmazott volt felszolgáló/bárpultos, konyhai kisegítő/előkészítő személyzet és houskeeping munkatársként foglalkoztatva.

A válaszadó hotelek közül háromban dolgozik mozgássérült vagy egyéb fogyatékkal élő alkalmazott. A kérdőívet kitöltő hotelek harmada nem zárkózik el az ilyen jellegű foglalkoztatástól a jövőben, leginkább egyéb fogyatékkal élő munkatársat, míg legkevésbé látássérült vagy hallássérült munkatársat foglalkoztatnának.

A kérdőívet kitöltő hotelekben átlagosan 30 km-ről érkeznek a munkavállalók, minden kitöltő munkatársa a megyéből, azon belül is maximum 30-40 km-es távolságból érkezik munkahelyére. Szállást a megkérdezettek közül 7 nem biztosít munkavállalója

részére, míg 2 esetében ez biztosítva van, egy hotel pedig egyéb módon támogatja az alkalmazottai elszállásolását. Ellátást 4 hotelnél vehetnek igénybe az alkalmazottak. Két esetben nyilatkoztak a kitöltők úgy, hogy mindkettőt biztosítják, míg négy szálláshelyszolgáltató jelezte, hogy sem szállást, sem ellátást a távolról érkező munkavállaló részére. Szolgálati lakás a megkérdezett hotelek közül 3 esetében (27%) érhető csak el.

#### **6.3.4. Kihívások a szállodavezetés során**

A szállodavezetőket arra is megkértem, hogy ismertessék a szállodájukat érintő problémákat, kihívásokat. Egy nyílt kérdésben arra kértem őket, hogy összegezzék mindennapi, szállodavezetői munkájuk során tapasztalt kihívásaikat. Ezek alapján és az MSZÉSZ régiós ülése alapján egyértelmű, hogy a legtöbb szálloda a Dél-Dunántúlon munkaerő gondokkal küzd. A kérdéskörre egy zárt kérdés is vonatkozott, ahol 1-5-ig terjedő skálán kértem, hogy adják meg, az általunk megadott problémák mennyire erősen érintik a szállodájukat, ahol öt a leginkább, egy pedig a legkevésbé értéket jelenti. A két kérdés válaszai több ponton is egyeznek.

A szállodavezetők többsége válaszában arról számolt be, hogy a munkaerőhiány jelenti a legnagyobb problémát, amely kiterjed mind a munkaerő mennyiségére, mind pedig annak szakképzettségére. A skálázás alapján a munkaerő elvándorlás a megkérdezett szállodák kicsivel több, mint a felét nagyon komolyan érinti (5 pont), átlagosan a megkérdezettek 4,1-es értékelést adtak erre a problémakörre. A munkaerő mennyiségével kapcsolatos problémák jelentőségét átlagosan 3,5 pontra, míg a munkaerő képzettségéből eredő problémák súlyát 3,9 pontra értékelték. Mindezek olyan szintű problémát jelentenek a szektorban a Dél-Dunántúlon, amelyek kezelése már napi, állandó jelleggel megjelenik a vezetői munka során.

A munkaerőhiány további belső feszültségeket kelt, amelyek még jelenleg csak közepesen erős szinten jelennek meg, ugyanakkor multiplikátor hatásuk hosszútávon újabb gondokat eredményez: pl. az alkalmazottak túlterhelése, túlórák, szabadságok, mûszakok beosztásának nehézsége, türelmetlen, fókuszálatlan kollégák és bérfeszültségek.

Problémát jelent a munkaerő szinte állandó fluktuációja, amely érdekes módon leginkább azokat a pozíciókat illeti, amelyeket korábbiakban említettem, hogy erősen érinti

az alkalmi jellegű foglalkoztatás. Ezek a következők: housekeeping (n:5), front desk (n:7), séf, szakács, kukta (n:5), felszolgáló, bárpultos (n:7), konyhai kisegítő személyzet (n:4).

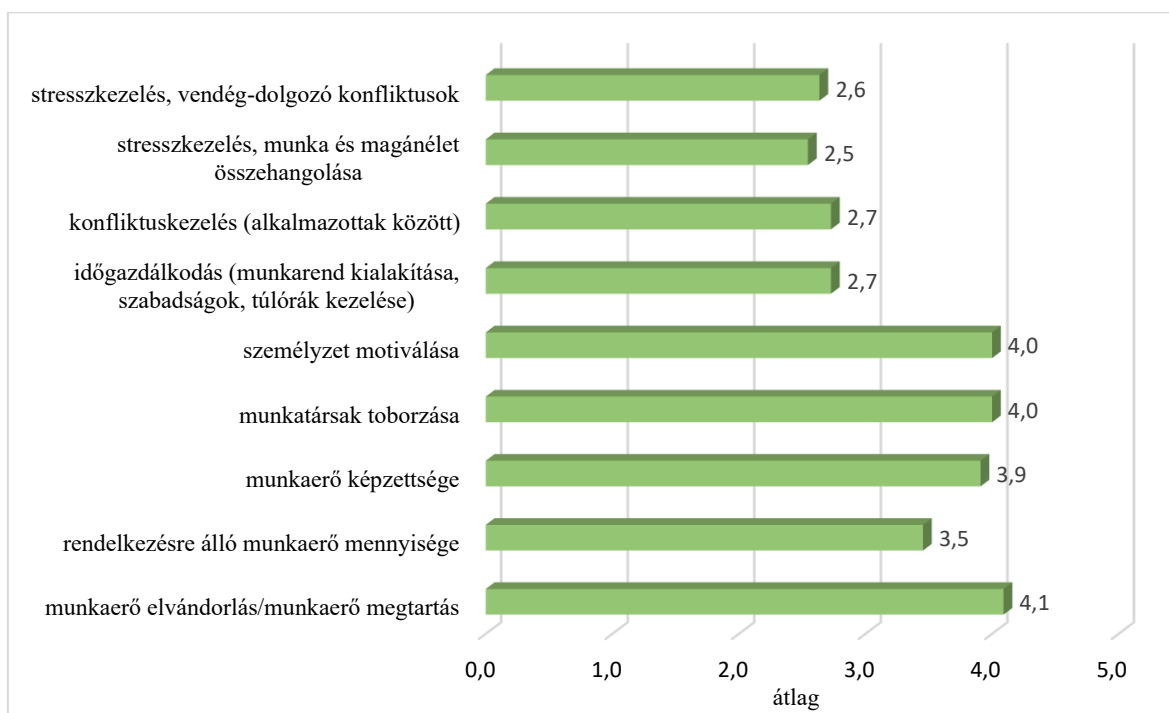
A munkatársak motiválásának nehézségét átlagosan 4 pontra értékelték a kitöltők, azonban ugyanilyen értéket, 4,1 pont kapott a munkaerő toborzás problémája. Ennek alapján nemcsak a meglévő munkaerőt nehéz megtartani és motiválni, hanem a betöltetlen pozíciókra új munkaerőt találni is legalább akkora kihívást jelent.

A szállodák majdnem fele emelte ki válaszában, hogy nemcsak a munkaerő mennyisége, hanem a szakképzett, gyakorlattal és tapasztalattal rendelkező munkaerő megtalálása is nehéz feladat. A megoldást erre a válaszok alapján a bérfeszültségek csökkentése, illetve a szállodák egy része szerint a duális képzés jelenheti, míg utóbbi kapcsán legalább ennyien bizalmatlanok is.

A szállodák egy része kiemelte, hogy az Y generáció más motivációval rendelkezik, mint a korábbi, „hűséges” munkaerő, megtartásuk emiatt nehézkes. Jóval hamarabb váltanak munkahelyet, folyamatosan keresik az új kihívásokat, kevésbé lojálisak az alkalmazóhoz. Emellett sokan inkább külföldön folytatják karrierjüket, amely nemcsak a munkaerő elvándorlás szempontjából fontos tény, hanem az állandó bizonytalanság és a munkaerő képzése szempontjából is érdekes kérdéseket vet fel. Például megéri-e betanítani egy adott munkakörre az alkalmazottat, ha az 2-3 hónap után továbbáll és a szállodában szerzett tapasztalatait máshol kamatoztatja? Ez mind az időráfordítás szempontjából, mind anyagi oldalon költségekkel jár a munkáltató részéről, amely költségek megterhelően hatnak egy szállodára, nem is beszélve az újra és újra visszatérő problémákról, amelyek a munkaerő toborzást illetik.

A szállodák vezetőinek válaszai alapján közepesen jelentős probléma (2,5-2,7 pont átlagban) az időgazdálkodás kérdése, az alkalmazottak közötti konfliktuskezelés, a munka és magánélet összehangolásából eredő, valamint a vendég-dolgozói konfliktusok nyomán kialakuló stresszkezelés (30. ábra).

**30. ábra A szállodák munkaerővel kapcsolatos problémáinak átlagos pontszáma az 1-5-ig tartó skálán a kapott válaszok alapján (n:11)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2019**

### **6.3.5. A szállodai munkaerőt érintő problémák okai és megoldási lehetőségei**

A szállodavezetők válasza alapján mindezen problémák háttérben összetett okok állnak. A szállodavezetők elismerik, hogy a külföldi (elsősorban németországi, ausztriai) bérekkel nem lehet felvenni a versenyt, ám többen felhívták arra is a figyelmet, hogy nem feltétlenül a magas fizetés tartja itthon a munkaerőt. A vezetők szerint ez szektorális probléma, az egyes szállodai pozíciók munkaerőpiaci megítélése az utóbbi időben sokat romlott. Emellett problémát jelent a szakképzettség hiánya, amely a dél-dunántúli régiót különösen érinti. A képzett munkaerő mennyisége alacsony, míg a képzettek egy része külföldön próbál szerencsét. Emellett 40-50 km-es körzeten túl a közlekedés már nem megoldott, saját autóval költséges az ingázás, míg a tömegközlekedési feltételek szinte egyik a régióban lévő megyében sem ideálisak a napi ingázást illetően. A belső működési folyamatok, a fejlődési és előrelépési lehetőségek hiánya szintén olyan tényezők, amely az Y generáció számára nem jelent motivációt és elköteleződést hosszú távon.

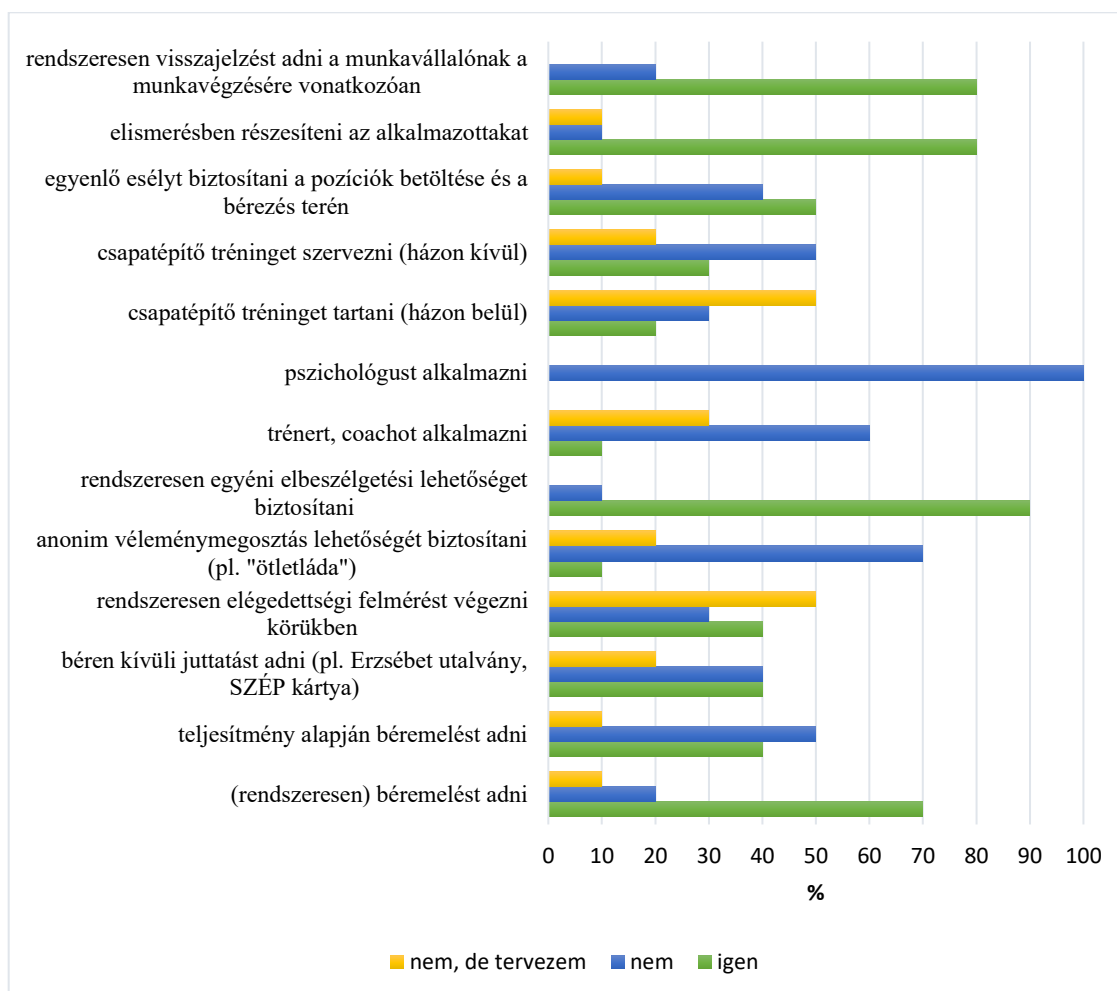
A fenti problémák megoldása a válaszolók szerint nehéz feladat, egyre inkább lehetetlen. A legtöbben mégis válaszukban a személyes motivációt, a munkahelyi elköteleződés erősítését, az optimális és rugalmas munkafeltételek biztosítását, a pozitív

vezetői hozzáállást, a jó, bizalmas munkahelyi légkör kialakítását, a rugalmas munkaidő kezelést, illetve a béremelést, valamint az egyéb juttatásokat emelték ki válaszukban. Érdekes, hogy a válaszok felénél megjelenik a barátságos, pozitív légkör biztosítása és a kompromisszumkész vezetői hozzáállás.

### **6.3.6. A munkavállalók lojalitása**

Az előzőekben kifejtett kérdés válaszai szoros összefüggésbe hozhatók azzal a zárt kérdéssel, amelyben arra kértem a vezetőket, hogy az általam felsorolt tényezők közül jelöljék meg azokat, amelyeket vagy biztosítanak, vagy biztosítani terveznek munkavállalók lojalitásának növelése érdekében. A megadott válaszok sorában kiemelkedik, hogy mennyire hangsúlyos, az ún. soft tényezők, amelyek a jó munkahelyi légkört, a barátságos és bizalmas környezet kialakítását segítik (31. ábra). Így például az elismerés és a rendszeres visszajelzés a munkavégzésre vonatkozóan, amely tényezők elsősorban multinacionális környezetben számottevőek, azonban jelentőségük már e szektorban is egyre fontosabb a válaszok alapján. Emellett külön fontos kiemelni, hogy a válaszoló vezetők közül 10 biztosít egyéni elbeszélési lehetőséget az alkalmazottaknak, amely korábban elmondásuk szerint nem volt ennyire rendszeres és bevett gyakorlat. Ma már azonban az igazgatói munka során erre külön hangsúlyt kell fektetni, a munkavállalók bizalma érdekében, az igazgatók plusz terhelésének rovására. Ezt ellensúlyozandó a megkérdezett szállodák közül 1 alkalmaz, míg 7 tervezi alkalmazni coach segítségét, hiszen ez egy professzionális eszközrendszerrel dolgozó szakma, amely kifejezetten a dolgozók belső fejlődésére fókuszál, miközben az igazgatókat tehermentesíti. Pszichológust egyik hotel sem biztosít és alkalmaz, és nem is tervezi a jövőben. Anonim vélemény-megosztási lehetőséget mindössze a megkérdezett szállodákból csak 1 biztosít, 2 tervezi. Fontosabb azonban, hogy ugyan jelenleg rendszeres elégedettségi felmérést a hotelek vezetői közül 3 készít munkavállalói körében, ugyanakkor 5-en tervezik ennek bevezetését, annak érdekében, hogy folyamatosan feltérképezzék az alkalmazottak igényeit, tapasztalatait. Ezzel összefüggésben érdekes tény, hogy a hotelek igazgatóival folytatott beszélgetések során kiderült, egyre inkább bevett szokás az ún. felmondási interjú készítése is, amely során a távozó munkatársak távozásának okát kívánják feltérképezni a hotelek. Ezzel elérve azt, hogy az egyedi motivációkon túl, milyen olyan azonosítható problémák vannak, amelyek rendszeresen visszatérnek adott hotel működésében, és akár rövid vagy hosszútávon orvosolhatók.

**31. ábra Szálláshely szolgáltatók a személyzet lojalitásának növelése érdekében tett erőfeszítéseinek megoszlása a kérdőív válasza alapján (n:11)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2019**

Egyenlő esélyt a bérezésben a szállodák vezetői közül 6 biztosít az egyes pozíciók alkalmazottainak, 1 tervezi a bérezés újragondolását. A munkáltatók közül 8-an rendszeresen béremelést adnak az alkalmazottaknak, 4-en teljesítmény alapján osztanak béremelést. Béren kívüli juttatást a megkérdezettek közül öten adnak, míg négyen nem adnak ilyet az alkalmazottainak, ketten tervezik ennek bevezetését.

A csapatépítő tréningeknek nagy divatja van napjainkban, elsősorban multinacionális környezetben. Házon belül a megkérdezettek közül három esetben, míg házon kívül ugyancsak három tart ilyen jellegű foglalkozásokat. Érdekes, hogy a házon kívüli tréningek esetében nem várható erősödés, ebben kevésbé látnak potenciált a vezetők, míg a házon belüli tréningek, tréningszerű foglalkozások a hotelek közül ötnél várhatóan bevezetésre kerülnek. Ennek oka valószínűleg az, hogy ez mind időben, mind anyagiakban kevesebb ráfordítást igényel. Jelentőségük abban rejlik, hogy a vezetői gyakorlat és a



munkavállalók igényei egyre inkább megkövetelik ezeket a módszereket, főként az instabil munkahelyi környezetben.

### **6.3.7. Munkavállalók továbbképzése**

A munkáltatók többsége támogatja valamilyen területen alkalmazottai továbbképzését. Leginkább a szakmai (n:8), probléma-kezelési (n:5) és önfejlesztést segítő képzések (n:5) népszerűek. Ez is erősíti azt a tényt, hogy a szállodák többsége a „soft”, emberi tényezők fejlesztésével szeretné megtartani munkavállalóit, míg a szakmai képzések elengedhetetlen részei a szakmának és a szakmai, személyes fejlődésnek. A legkevésbé támogatott képzési terület az online marketing képzés, valamint a gazdasági területeket érintő képzés. Ebben az esetben elmondható, hogy valószínűleg e területen már amúgy is magasan kvalifikált munkaerővel kívánnak dolgozni a szállodák, amelyek esetében nem új képzésre, új szakterület elsajátítására, hanem szakmai továbbképzésre van szükség. A nyelvi és számítástechnikai képzések esetében vegyes a kép. Nyelvi képzést (n:3) és számítástechnikai (n:4) egyaránt támogatnak a szállodák. A nyelvi képzés esetén azonban a megkérdezettek közül további négy erősítene, azaz terveik között szerepel.

### **6.3.8. Munkaerő toborzás**

A munkaerő toborzására használt csatornák palettája igen széles a kérdőív válaszai alapján. Zárt kérdésben több általunk ismert csatornát soroltunk fel, amelyek esetében megkértük a vezetőket, hogy értékeljék is azok hatékonyságát is egy egytől-ötig tartó skálán, amennyiben használják azt (32. ábra).

### 32. ábra Munkaerő toborzáshoz használt csatornák a válaszadó szálláshely szolgáltatók körében (n:11)

#### Legkevésbé használt csatornák

- linkedin, munkaügyi központ, állásbörze, online (szakmai sajtó)

#### Közepesen használt és közepesen hatékony csatornák

- szakmai képzőintézmények, általános hirdetőoldalak, sajtó (nyomtatott, szakmai)

#### Közepesen használt és hatékonyaként ítélt csatorna

- saját honlap

#### A legtöbbször (90%) által használt csatornák (hatékonyságuk sorrendjében)

- közvetlenül beérkezett önéletrajzok feldolgozása (3,6), online állásportálok (3,5), közösségi oldalak (3,4), ajánlás (3,2)

**Forrás: saját szerkesztés, 2019**

Ezek alapján megállapítható, hogy a személyes „jelenlét”, akár ajánlás, akár közvetlen önéletrajz, nagyon fontos része a szakmának, miközben az online portálok és a közösségi oldalak jelentősége e területen is tagadhatatlan

#### 6.4. Az egyéni felelősségvállalás és turizmusbiztonság

Sokan feltehetik a kérdést, hogy miként kapcsolódik a disszertáció témájához, azaz a felelős turizmushoz az egyéni felelősségvállalás és a turizmusbiztonság.

Mint az ismert, a WHO 2020 március 11-én a súlyos akut légzőszervi szindrómát okozó SARS-CoV-2 koronavírus miatt világjárványt hirdetett (WHO, 2020). Ahogy a korábbiakban is írtam, a pandémia miatt megváltozott helyzet, számos a turizmushoz társított szemléletet megváltoztatott. Ráirányította a figyelmet arra, hogy turizmusbiztonság többszereplős, amelyben a felelősség és felelősségvállalás lényeges, napjainkban nem mellőzhető kérdés. Egy utazás tervezésekor az egyéni döntéseknél és a desztinációk kiválasztásánál a turizmusmarketingben turisztikai fogyasztói magatartásnak nevezett tényezők játszanak szerepet, melyeket többféle módon is csoportosít a szakma. Kiemelném, hogy a turisztikai vásárlást befolyásoló tényezők egyik csoportjaként az utazás típusát, az igényelt szolgáltatások minőségét, mennyiségét határozza meg, ismérvei pedig, amelyek befolyásolhatják a potenciális utazó döntését, többek között a célterület környezete (gazdasági, természeti, politikai, társadalmi) és „a turista személyes és pszichológiai jellemzőinek egy-egy összetevője (Lőrincz & Sulyok, 2017, old.: 82).” Ezt szükséges kiegészíteni azzal, hogy mint Michalkó (2012) fogalmaz: A turizmus

feltételrendszere általános és helyi feltételekből épül fel, melyeknél előbbiek „elsősorban a célterület, illetve annak tágabb földrajzi környezetét jelentő térség *biztonságának* problematikája köré csoportosulnak, míg a helyi feltételek már közvetlenül a célterület turizmusának működését befolyásoló társadalmi csoportok attitűdjeinek összességét megjelenítő *fogadókészségre* és a beruházásokat, a humán erőforrást, valamint a közösségi összefogást feltételező *fogadóképességre* oszthatók (Michalkó, 2012)”. Nyilvánvaló, hogy biztonság kérdésének nagy szerepe van a turizmusban, mind a kínálati, mind a keresleti oldalon, de felvetődhet a kérdés, hogy az miként kapcsolódik a felelős turizmushoz. Erre egyszerű példákkal tudok magyarázatot adni. Az utazó egyéni felelőssége, hogy a kötelező előírásokon túl, beoltatja-e magát az ajánlott vakcinával, ha olyan országba utazik, ahol potenciálisan veszélynek van kitéve, vagy annak ellenére elutazik egy olyan desztinációba, amelyeket például a konzuli szolgálatok utazásra nem ajánlott területnek, térségnek vagy országnak jelölnek. Az egyoldalúság elkerülése érdekében muszáj megemlíteni a kínálati oldal felelősségét is. Ebben az esetben példaként említhető, hogy például a turisztikai szolgáltató felelőssége figyelmeztetni a turistát, ha fokozott biztonsági kockázatnak lehet kitéve a desztinációban, annak bizonyos területein, vagy a vendéglátás ideje alatt alakul olyanná a helyzet, hogy az veszélyessé válik a turista számára, még akkor is, ha ez gazdasági hátránnyal jár számára.

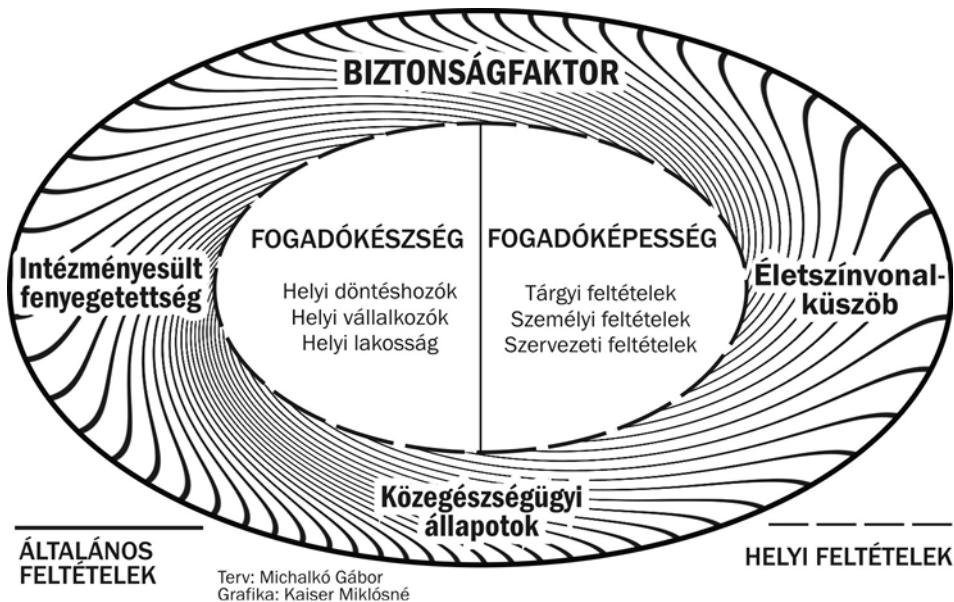
#### **6.4.1. Turizmusbiztonság kérdése a tudományos publikációkban**

A turizmusbiztonság Közép-Kelet Európa országaiban még kevésbé kutatott téma, annak ellenére, hogy az hatással lehet a potenciális turisták utazási döntésére és a desztinációválasztásra. Bár vannak, akik kritizálták a jól ismert Maslow (1943) szükséglet hierarchiájának egyes elemeit (King-Hill, 2015), az alapvető fizikai szükségletek utáni szinten helyet kapó biztonság iránti igény nem kérdőjelezhető meg, hiszen, ha az egyén fenyegetve érzi magát, feléled a védekezésosztöne. Ebből kifolyólag, ha az utazni vágyó úgy véli nem fogja biztonságban érezni magát egy desztinációban, az elrettentheti attól a helytől. Napjaink információgazdag világában is előfordul, hogy a turista nem tud kellő mértékben tájékozódni (például kevés minőségi információ, digitális analfabétizmus miatt), vagy túl sok ellentmondásos információhoz jut, ami bizonytalanságot ébreszt benne. A turisztikai tömegmozgásokkal persze egyre nagyobb a biztonsági kockázat, így nem csak a világhálón keresztül pillanatok alatt elérhetővé váló hírek, információk súlya nőtt meg, hanem a tudatos márkaépítés és marketingmenedzsmenté is. Természetesen sok

minden befolyásolhatja a potenciális turista utazási döntését. „A turizmus rendszerében az utazási döntést befolyásoló tényezők, így egy desztináció meghatározó elemei a prekonceptió és a tapasztalat (Péter, Németh, & Lelkóné Tollár, 2018, p. 30), melyeknél manapság jelentős befolyással bírnak a közösségi média felületek. A turisták szubjektív és objektív kockázatérzékelésének és kockázati küszöbérték elfogadásának szintjére több fontos tényező is hatással van. Például előbbi esetében a demográfiai változók és egyéni kognitív képességek, míg a turizmus biztonságosságának megítélését befolyásoló objektív tényezők elsősorban az utazás során felmerülő negatív következményekre vagy negatív hatásokra vonatkoznak, azaz többdimenziósak (Cui, Liu, Chang, Duan, & Li, 2016).

Michalkó (2012) a turizmus általános feltételeként határozza meg a biztonságfaktorokat, melyek közé az intézményesült fenyegetettséget, a közegészségügyi állapotokat és az életszínvonal küszöböt sorolja. Amennyiben ezek a tényezők nem megfelelőek, az negatívan hat az adott terület turistaforgalmára és gazdaságára. De kiemeli azt is, hogy a fogadókészség és fogadóképesség két olyan tényező, amely nélkül nehéz bármilyen formában is turizmusról beszélni (33. ábra) (Michalkó, 2012).

33. ábra A turizmus feltételrendszere



Forrás: Michalkó, 2012, p. 83

Már ezen a ponton szükséges leszögezni, hogy nem azokról a speciális szegmenst képező turistákról van szó, akik kifejezetten a veszélyt, a kihívást, az emelkedett adrenalinszint elérését keresik a szabadidős utazásaik során, mint például az extrém sportokra vágyók.

A turisztikai célú utazásokhoz kapcsolódóan a biztonság különböző elemeinek csoportosítása a szakirodalomban sem egységes. Egyes szerzők a kínai (People's Republic of China) beutazó turizmust vizsgálva, hat kockázati csoportba sorolták ezeket a tényezőket:

- Terrorizmus
- Bűncselekmények (közbiztonságot veszélyeztető: lopás, rablás, szexuális zaklatás stb.)
- Egészségügyi kockázat (fertőzésveszély például kolera, tífusz, malária, Hepatitis A, szexuális úton terjedő betegségek: HIV/AIDS, dengue-láz stb.)
- Közlekedésbiztonság
- Természeti katasztrófák
- Politikai helyzet (Breda & Costa, 2005)

Michalkó hasonlóan csoportosította a turizmusbiztonság fontosabb tényezőit. Munkájában öt tényezőt emelt ki, amelyek alapján a turisták biztonsága (legyen az a sérelmükre bekövetkező nemkívánatos esemény vagy általuk előidézett) értékelhető, és ezek a: közbiztonság, egészségbiztonság, fogyasztásbiztonság, műszaki biztonság és eligazodásbiztonság (Michalkó, 2020, p. 25).

A szakirodalomban fellelhetők olyan kutatások, melyek egy-egy kockázati faktorra fókuszálnak, mint például a közbiztonság (Pizam, 1999; Tarlow P. E., 2011; Hua, Li, & Zhang, 2020) és annak hatása egy desztináció turizmusára, mint amilyen egy nagyobb visszhangot kiváltó bűncselekmény (Brown, 2015), vagy éppen egy város turisták által preferált kerületei és más városrészek közötti összehasonlítása a bűntények száma alapján (Williams, 2010). Az 1980-as évek derekán meglehetősen sok terrorcselekmény történt népszerű desztinációkban, ami a turisztikai mutatók csökkenését okozta (Edgell & Swanson, 2018, p. 293). Továbbá, nem meglepő, hogy a 2000-es évek eleje óta fokozott figyelem irányult a turizmus és terrorizmus kapcsolatára, hiszen a 2001 szeptember 11-i New York-i Világkereskedelmi Központ elleni támadások globális szinten hívták fel a figyelmet a kérdés fontosságára (Floyd, Gibson, Pennington-Gray, & Thapa, 2003). A terrorcselekmények turizmust befolyásoló hatását számos kutató egyértelműen negatív irányúnak ítélte (Pizam, 2002; Pizam & Fleischer, 2002; Tarlow P. E., 2006; Freyer & Schroder, 2007; Henderson, 2007; Hall, Timothy, & Duval, 2012; Edgell & Swanson, 2018), ugyanakkor már találkozhattunk olyan kutatási eredményekkel is, amelyek szerint a

kockázat hatása kisebb mértékű és jellemzően csak hosszabb távon befolyásolja a turisták utazási döntését (Rittichainuwat & Chakraborty, 2008). Hovatovább, olyan vélemény is megfogalmazódott, miszerint a nemzetközi terrorizmus felerősödése és hozzájuk kapcsolódó fenyegetések csak regionálisan fejtik ki hatásukat és a turizmus globális folyamatait kevésbé befolyásolják (Tőkés & Lenkey, 2019). Tőkés & Lenkey (2019) véleménye szerint a geoökonómiai hatások sokkal erőteljesebbek, így a gazdasági tényező nagyobb hatással van a turizmus alakulására, mint a biztonságpolitikai tényező.

Az élelmiszerbiztonság egy kevésbé kockázatosnak ítélt faktor, ami hatással van a turisták utazási döntésére, de azt egyes vizsgálatok szerint, nagyban befolyásolja például a demográfiai hovatartozás (Yeung & Yee, 2020).

Egy kutatás szerint Magyarországon a turisták elhanyagolható hányada válik regisztrált bűnelkövetővé, ugyanakkor a sértetté válásuk már gyakoribb, bár hozzá kell tenni, hogy annak száma csökkent az elmúlt évtizedben mind Magyarországon, mind világviszonylatban. Ennek egyik visszaható jelensége, hogy pozitívan befolyásolja az utazási döntést, ha egy desztinációnak jók a kriminálstatisztikai mutatói (Mátyás, Németh, & Ritecz, 2020). Csapó & Töröcsik (2019) vizsgálták, hogy milyenek a magyar lakosság utazási szokásaihoz köthető, biztonsággal kapcsolatos attitűdök. Eredményeik alapján megállapították, hogy a biztonságra való törekvés a nők számára sokkal fontosabb. Az utazási döntésnél az alacsony végzettségűeknél játszik a legnagyobb szerepet a biztonság kérdése, a generációkat tekintve pedig a korrall együtt nő a biztonságos desztinációk preferálása (Csapó & Töröcsik, 2019).

2019-ben egy 1000 főre kiterjedő kérdőíves felmérésben Magyarországra érkező külföldi turisták turizmusbiztonsággal kapcsolatos percepcióit vizsgálták és kutatásaik során kiderült, hogy az utazási döntést befolyásoló tényezőkre vonatkozó kérdésük eredményeként az első két helyen közbiztonsági (Biztonságos környezet, Terrorfenyegetettség-mentes legyen), a harmadik helyen általános biztonsági (Elkerülni, hogy a szolgáltatók megkárosítsanak, átverjenek) állítás szerepel. Továbbá a kapott válaszok alapján végzett elemzésük szerint az ötödik helyen szerepelt már a lekérdezés idején is az a kockázati tényező, mely az egészségügyi biztonságra jellemző (Elkerülni a fertőzésveszélyes helyeket) (Tokodi, 2022).

#### 6.4.2. Egészségbiztonság és turizmus

A turisták döntését befolyásolhatja, hogy egy desztinációban milyen egészségügyi kockázatoknak lehetnek kitéve és amennyiben megítélésük szerint veszélyes, akkor az negatívan hat az utazási hajlandóságukra (Jonas, Mansfeld, Paz, & Potasman, 2011). Ennek fontossága a turizmus globálissá válásával egyre jobban előtérbe került. Ezzel egyidőben „megrőtt az egyes országokban kezdődő járványok világjárvánnyá alakulásának esélye; illetve az, hogy a globális turista a turizmus passzív résztvevőjéből egyre inkább annak aktív résztvevőjévé válik, ami a kockázatokat és a biztonsággal kapcsolatos felelősséget egyaránt növeli” (Kővári, 2012, p. 476).

A 2003-as SARS járvány idején már az is nyilvánvalóvá vált, hogy a közlekedés, az utazások velejárójaként mennyire fontos a tekintetben, hogy ne lokális problémának tekintsük az ehhez hasonló egészségügyi kockázatokat. A turizmus mobilitással jár, így az akkori pandémia idején alkalmazott intézkedések (szűrés a reptereken, ellenőrzések, utazási korlátozások) tanulsággal szolgálhattak a hasonló helyzetek kezeléséhez (Gu & Wall, 2006; Wilder-Smith, 2006), és egyúttal rámutattak a nemzetközi együttműködések szükségességére (McKercher & Chon, 2004). Egy kutatásban vizsgálták a fertőző betegségek országok közötti turisztikai áramlásra gyakorolt hatását és megállapították, hogy annak negatív hatása (statisztikailag és gazdaságilag) jelentős. A kapott eredmények szerint a SARS fertőzés megerősített esetszámának 10%-os emelkedése mintegy 4,5%-os nemzetközi turizmusban bekövetkező csökkenést okozott, ami csak a fejlődő országokra vonatkoztatva már 8%-os csökkenést jelentett. Hozzá kell tenni azt is, hogy a járvánnyal sújtott ország turizmusát érintő negatív hatás mértéke függ az adott ország jövedelmi szintjétől és az egészségügyi infrastruktúrájától (Cevik, 2022).

A 2020-as COVID-19 járvány negatív hatásainak vizsgálata lényeges, hiszen a turizmus szektor szereplőinek alkalmazkodni kell a kereslethez. Amerikai felmérést végző szakemberek hangsúlyozzák, hogy fontos a desztinációk egészségügyi kockázatcsökkentése érdekében alkalmazott stratégiák közvetítése a kommunikációban, vagyis a desztináció marketingjében meg kell jelennie az egészségbiztonságnak. Az utazói attitűd változása abban is tetten érhető, hogy a COVID-19 járvány hatására változott a turisták kognitív megítélése. Ha a turisták úgy vélik egy desztinációban nagyobb az egészségügyi kockázat, az fokozza az észlelt bizonytalanságot és hatással van a mentális jólétükre (Chua, Al-Ansi, Lee, & Han, 2021).

Fontos megjegyezni, hogy az egészségbiztonsághoz kapcsolódóan a felelősség és felelősségvállalás kérdése már a Turizmus Globális Etikai Kódexében (Global Code of Ethics for Tourism (GCET)) is megfogalmazódott:

“(6) A turisták és látogatók felelőssége, hogy már indulásuk előtt megismerkedjenek azon országok jellemzőivel, amelyeket meglátogatni készülnek; tisztában kell lenniük a szokásos környezetükön kívüli utazással járó egészségügyi és biztonsági kockázatokkal, és úgy kell viselkedniük, hogy ezeket a kockázatokat minimálisra csökkentsék” (UNWTO, Global Code of Ethics for Tourism, 2001).

Ez a dokumentum a turisztikai szakemberek körében közismert, de az utazóközönség kevésbé találkozott vele. Az abban foglaltak, így az idézett cikkely is, csak egy szűk utazó szegmens számára szolgál iránymutatásként. A valóságban a turisztikai szolgáltatók azzal szembesülnek, hogy a turisták az anyagi ráfordításukért az élményeik zavartalan megélését várják. Ez a valóságban gyakran olyan módon érhető tetten, hogy a szolgáltató által elvárt, előírt alapvető szabályokat sem hajlandók betartani egyes vendégek, ha úgy érzik minimálisan is korlátozva vannak (Horváth & Lopatny, 2022).

Egy 2004-es amerikai vizsgálatban részt vevő turisták felkészültek arra, hogy nagyobb egészségügyi kockázattal (malária, sárgaláz stb.) járó célpontra utazzanak. Tisztában voltak azzal is, hogy az immunizáláshoz szükséges oltóanyag rendelkezésre áll a betegség megelőzésére, mégis csak kis részük oltotta be magát a fertőzés elkerülése érdekében (Hamer & Connor, 2004). Ez például azt mutatja, hogy a turisták egészségbiztonsághoz kapcsolódó felelősségvállalási hajlandósága gyenge.

#### **6.4.3. Az egyéni felelősségvállalás és turizmusbiztonság kérdőíves vizsgálatának eredményei - A felmérésbe bevont turisták általános demográfiai jellemzői**

A kérdőíves felmérés eredményeihez 927 fős minta válaszait dolgoztam fel. A kérdőív elején demográfiai kérdéseket tettem fel, amely alapján a válaszadók többsége 65,6% nő, és 34,3%-a férfi. Az életkort tekintve, a 31-45 évesek voltak a legtöbben a válaszadók között, az arányuk 36,2%, a 46-60 évesek 30,3%-ot tettek ki, a 18-30 évesek 21,8%-ot és további 0,4% nem válaszolt az életkorával kapcsolatos kérdésre.



A lakóhely szerinti megoszlást tekintve, a legtöbben városban (31,7%) illetve megyeszékhelyen (30,9%) élnek, 16,6% a fővárosban, 12,5% faluban, 8,2% községben és 0,1% tanyán.

A foglalkozás alapján a legtöbben szellemi alkalmazottak voltak (25,1%), a fizikai alkalmazottak aránya 22,9%, a nyugdíjasoké 14,5%, a diákoké 12,6%, a vállalkozóké 12%, a vezető beosztású alkalmazottaké 9,7%, a háztartásbelieké 0,5%, az álláskeresőké 2,5%, az egyéb válaszlehetőséget pedig a kitöltők 2,5% választotta.

A legmagasabb iskolai végzettség alapján a felmérésben résztvevők 38,8%-a főiskolát, illetve egyetemet végzett, 31,6%-a gimnáziumot, illetve szakközépiskolát, 20,0% szakmunkásképzőt, szakiskolát, ezen kívül 8,2% jelenleg felsőoktatásban hallgató, míg 1,2% általános iskolát végzett, a válaszadók 0,2%-a pedig nem kívánt válaszolni erre a kérdésre.

#### **6.4.4. A felmérésben résztvevők tipikus utazási motivációi és a SARS CoV-19 hatása turisztikai utazásaikra**

A demográfiai profil után a turisztikai témájú kérdések megválaszolását kértem a résztvevőktől.

Felmértem, hogy mi a legjellemzőbb motiváció a turisztikai célú utazásaiknál a kutatás résztvevőinek. Ehhez tizenhat választási lehetőség lett felsorolva, amelyek közül többet is bejelölhettek. A városnézés 36,5% számára jelent motivációt, a pihenés, feltöltődés a válaszadók 61,6%-nak célja az utazása során. A természetjárás és természetközeli úticélok nagyjából minden negyedik válaszadót motiválnak az utazásra, 28,4% válaszolta, hogy ez a legjellemzőbb úticéljai között van. A wellness kikapcsolódás hasonló arányban szerepel a legjellemzőbb motivációk között az utazások során: a válaszadók 28%-a jelölte. A gasztronómiához kapcsolódó turisztikai célú kikapcsolódás a válaszadók 16,5%-át motiválja az utazásra, a kulturális élmények szerzése pedig minden negyedik válaszadóknak szerepel a legjellemzőbb úti céljai között (24,8%). A rokon, barát meglátogatása (VFR) közel a kutatásban résztvevők egyötödénél (19,2%) jelent motivációt az utazáshoz. Az üzleti út és a konferencia részvétel nagyon keveseknél szerepelt, hisz csupán a kutatásban résztvevők 2,8%-nál jelent meg. A tanulás és tanulmányút, mint utazásösztönző mindössze a kutatásban résztvevők 1,9%-ra jellemző. A következő vizsgált lehetséges motiváció a sport és hobbi kategória volt, például kerékpározás és vízi turizmus,

ez nagyjából minden tizedik válaszadónál szerepelt a legjellemzőbbek között (10,2%). A rendezvényen való részvétel, mint például a fesztiválon vagy hangversenyen, a válaszadók negyedénél (23,2%) szerepel a legjellemzőbb utazási célok között. Az egészségügyi vagy szépségügyi szolgáltatás igénybevétele a kevésbé népszerűbb utazási célok között szerepel, mindössze a válaszadók 1,4%-ára jellemző. A gyógyfürdő felkeresése nagyjából minden tizedik válaszadónál szerepel a legjellemzőbb utazási indíttatás között, 12,6% nyilatkozott így, míg a vallási motiváció mindössze a válaszadók 0,4%-nál jelent motivációt. A bevásárlást a válaszadók 5%-a jelölte. Az „egyéb” lehetőséget a kitöltők 0,2%-a választotta.

A válaszok alapján tehát a legjellemzőbb motiváció a turisztikai célú utazáshoz kapcsolódóan: *a pihenés, feltöltődés, a városnézés, a természetjárás és természetközeli úticélok, valamint a wellness kikapcsolódás*. A legkevésbé jellemző a vallási motiváció, az egészségügyi vagy szépségügyi szolgáltatás igénybevétele, illetve a tanulás, tanulmányút – valamint az „egyéb” célok.

Ezt követően arra voltam kíváncsi, hogy a válaszadók lemondtak-e a kialakult SARS-CoV-19 járványhelyzet miatt az utazási terveikről. A legtöbben, 57,5% nem mondtak le az utazási terveikről a pandémia okozta helyzet miatt, 41,7% azonban igen. A válaszadók 0,8%-a nem válaszolt erre a kérdésre. Megvizsgáltam, hogy van-e különbség a nemi hovatartozás alapján abban, hogy mekkora arányban mondták le az utazási terveiket a válaszadók. Ahogy a **6. táblázatban** (keresztátlában) látszik, a nők 43,5%-a mondott le az utazási tervéről a kialakult járványhelyzet miatt, míg a férfiaknál alacsonyabb az arány, hiszen csak 39,2% mondta le az utazással kapcsolatos terveit.

**6. táblázat A kialakult járványhelyzet miatti utazási tervek lemondásának vizsgálata nemi különbség alapján (n:919)**

			<b>igen</b>	<b>nem</b>	<b>Összesen</b>
<i>Neme</i>	Nő	fő	262	341	603
		% nő	43,4%	56,6%	100,0%
	Férfi	fő	124	192	316
		% férfi	39,2%	60,8%	100,0%
<i>Összesen</i>		fő	386	533	919
			42,0%	58,0%	100,0%

**Forrás: saját szerkesztés 2022**

Megnéztem azt is, hogy az életkort tekintve van-e különbség abban, hogy lemondtak-e az utazási terveikről a válaszadók. A négy korcsoportot megvizsgálva, a

legfiatalabb korosztály, a 18 és 30 év közöttiek ragaszkodtak a leginkább az utazási terveikhez, mindössze egyharmaduk (34,6%) mondott le róluk (7. táblázat). Ahogy az idősebb korosztályokat vizsgáljuk, egyre inkább nő azok aránya, akik lemondtak az utazási terveikről a vírushelyzet miatt. Azonban nincs nagy különbség a másik három vizsgált korosztály között: a 31 és 45 év közöttiek 42,2%-a mondott le az utazási terveiről, ez az arány a 46 és 60 év közöttiek esetén 44,8%, míg a 61 és 75 év közöttiek esetén a legmagasabb, 46,2%.

**7. táblázat A tervezett utazás elhalasztásának életkor szerinti eloszlása (n:916)**

			Igen	Nem	Összesen
Életkor	18-30	fő	69	130	199
		% korcsoportban	34,7%	65,3%	100,0%
	31-45	fő	141	193	334
		% korcsoportban	42,2%	57,8%	100,0%
	46-60	fő	125	154	279
		% korcsoportban	44,8%	55,2%	100,0%
	61-75	fő	48	56	104
		% korcsoportban	46,2%	53,8%	100,0%
Összesen		fő	383	533	916
		% teljes n	41,8%	58,2%	100,0%

**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

A következő kérdés segítségével azt vizsgáltam, hogy a válaszadók turizmusbiztonság szempontjából mit tartanak fontosnak egy desztinációhoz kapcsolódóan az utazási döntésük meghozatalakor. Felsoroltam hét tényezőt: a közbiztonságot, az instabil politikai helyzetet, a fogyasztásbiztonságot, az egészségbiztonságot, a természeti környezet biztonságát, a műszaki és közlekedés biztonságát, valamint az eligazodás, illetve tájékozódás biztonságát, és arra kértem őket, hogy mindegyik tényezővel kapcsolatban jelöljék, hogy mennyire fontos az adott tényező számukra (8. táblázat). Az egyes tényezők fontosságát ötfokozatú Likert-skálán tettem mérhetővé, ahol az 1 az egyáltalán nem fontos, az 5 pedig a nagyon fontost jelentette.

Az első vizsgált tényező a közbiztonság volt, melyhez a verbális és fizikai atrocitást, rablást és lopást írtam példaként. A 927 válaszadóból 905 fő válaszolt a kérdésre, és a válaszok átlaga 4,7381, ami azt jelenti, hogy a kutatásban résztvevők számára nagyon fontos a közbiztonság egy desztinációhoz kapcsolódóan az utazási döntésük meghozatalakor, tehát az olyan úticélokot preferálják, ahol nem kell tartaniuk verbális vagy fizikai atrocitástól, rablástól. A módusz 5,00, ami azt jelenti, hogy a legtöbb válaszadó azt a választ adta, hogy nagyon fontos számára a közbiztonság, mikor arról dönt, hogy hová utazzon. A szórás 0,59211, azaz az egyes válaszadókhoz kapcsolatos fontosság átlagosan ennyivel tér el az átlagtól, ami azt jelenti, hogy nem volt nagy különbség a válaszok között.

A második vizsgált tényező az instabil politikai helyzet, a terrorcselekmények. Erre a kérdésre mindössze két fő nem válaszolt. Az átlag 4,0065, ami azt jelenti, hogy inkább fontosnak tartják ezt a tényezőt, és a legtöbb válaszadó is úgy nyilatkozott, hogy az instabil politikai helyzet inkább fontos tényező számukra, amikor kiválasztják az úticéljukat. Az átlag 0,91640, ami azt jelenti, hogy ez a tényező jobban megosztja a válaszadókat, mint a közbiztonság kérdése, és – ahogy az átlag mutatja – kevésbé befolyásolja őket a döntésükben, mikor a desztinációról döntenek.

A harmadik tényező, amit vizsgáltam a fogyasztásbiztonság, például a túlszámlázás és a rossz minőségű termékek problémája. Erre a kérdésre 8 fő nem válaszolt, míg a válaszolók átlaga 3,8400, azaz inkább fontos számukra ez is – bár kevésbé fontos, mint a közbiztonság, valamint a bizonytalan politikai helyzet kérdése. A 4,00 módusz azt jelenti, hogy a legtöbb válaszadó úgy nyilatkozott, hogy számára inkább fontos ez a tényező, míg a 0,94136 szórás azt jelzi, hogy viszonylag nagyobb volt az eltérés a válaszok között.

Ezt követően az egészségbiztonság fontosságáról kérdeztem a kutatás résztvevőit, azaz, hogy mennyire fontos számukra, hogy ne legyen járványveszély, illetve fertőző betegségek kockázata a desztinációban. 10 fő nem válaszolt erre a kérdésre. A válaszok átlaga 4,4286, tehát ez a tényező fontos a válaszadóknak. A módusz 5,00, tehát a legtöbben úgy nyilatkoztak, hogy számukra nagyon fontos az egészségbiztonság, mikor kiválasztják az úticéljukat. A szórás 0,74219, ami magasabb, mint a közbiztonság esetén, azonban kevésbé megosztó az egészségbiztonság fontossága a válaszadók körében, mint a bizonytalan politikai helyzet, valamint a fogyasztásbiztonság.

Ötödikként a természeti környezet biztonságát vizsgáltam, azaz, hogy mennyire befolyásolják a válaszadók utazási döntését a környezeti problémák, szennyezések, katasztrófák. Erre a kérdésre mind a 927 fő válaszolt, a válaszaik átlaga 3,6850, ami azt jelenti, hogy inkább fontos, viszont ez az átlag közel van az egy kategóriával alacsonyabb fontossághoz, ami azt jelenti, hogy habár fontos ez a tényező, de a válaszadók nem foglalkoznak a vele. Ugyanakkor a módusz 4, tehát a legtöbb válaszadó számára inkább fontos a természeti környezete biztonsága. A szórás az eddig vizsgált tényezők szórásai közül a legmagasabb (0,98915), tehát ez az eddigi legmegosztóbb tényező.

A továbbiakban a műszaki és közlekedés biztonság fontosságát vizsgáltam, például a tömegközlekedés biztonságát, megbízhatóságát. Mindössze 1 fő nem válaszolt erre a kérdésre. Az átlag 3,6004, ami nagyon hasonló a természeti környezet biztonságával kapcsolatos átlaghoz, azonban még annál is kevesebb: az inkább fontos, illetve a fontos, de nem foglalkozok vele határán van. A módusz 4,00 ennél a tényezőnél is, azaz a legtöbb válaszadó esetén inkább fontos a műszaki és közlekedés biztonság. A szórás a legnagyobb ennél a tényezőnél (1,10828), tehát itt térnek el a leginkább az eredmények.

**8. táblázat Az egyes biztonsággal kapcsolatos tényezők fontosságának vizsgálata az utazási döntés meghozatalakor a felmérésben résztvevők válaszai alapján (n:927)**

		közbiztonság	instabil politikai helyzet, a terrorcselekmények	fogyasztásbiztonság	egészségbiztonság	természeti környezet	műszaki és közlekedésbiztonság	eligazodás, tájékozódás biztonsága
n	válasz	905	925	919	917	927	926	927
	nem válaszolt	22	2	8	10	0	1	0
átlag		<b>4,7381</b>	<b>4,0065</b>	3,8400	<b>4,4286</b>	3,6850	3,6004	3,2244
medián		5,0000	4,0000	4,0000	5,0000	4,0000	4,0000	3,0000
módusz		5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	3,00
szórás		,59211	,91640	,94136	,74219	,98915	1,10828	1,07762

**Forrás: saját szerkesztés 2022**

Utoljára arról kérdeztem a kutatás résztvevőit ebben a kérdésben, hogy mennyire fontos számukra az eligazodás, a tájékozódás biztonsága, azaz, hogy milyen a helyi információkhoz való hozzáférés, a helyi szabályok és normák. A kérdésre mindenki válaszolt: az átlag 3,2244, ami azt jelenti, hogy az eligazodás és a tájékozódás biztonságát fontosnak tartják a válaszadók, de nem foglalkoznak vele – és a módusz 3,00, tehát a

legtöbb válaszadó ezen a véleményen van. A szórás viszonylag nagy ennél a tényezőnél, mindössze a műszaki és közlekedés biztonságánál volt magasabb.

A válaszok alapján tehát a három fő biztonsággal kapcsolatos tényező, mely befolyásolja a kutatás résztvevőit, amikor az úticéljuk kiválasztásáról döntenek, a *közbiztonság, az egészségbiztonság, valamint az instabil politikai helyzet, illetve terrorcselekmények (8. táblázat)*. Amelyek pedig a legkisebb hatással vannak erre a döntésre, az eligazodás, illetve tájékozódás biztonsága, a műszaki és közlekedés biztonsága, valamint a természeti környezet biztonsága.

A SARS-CoV-19 pandémia okozta korábbi és jelenlegi helyzet az egészségbiztonsághoz tartozik, mely nagyon fontos a válaszadóknak a leendő úticéljuk kiválasztásakor, és a válaszadók közel fele lemondott a tervezett úticéljáról a SARS-CoV-19 pandémia miatt, tehát az egészségbiztonság valóban fontos nekik és hatással volt a döntésükre. Megvizsgáltam, hogy többen mondtak-e le tervezett utazásukról a pandémia miatt azon válaszadók közül, akik számára nagyon fontos az egészségbiztonság, mikor döntenek a desztinációról. A kutatás résztvevőinek az utazási terveik pandémia miatti lemondása a válaszaik szerint nincs összhangban azzal, hogy mennyire fontos számukra az egészségbiztonság az utazási cél kiválasztása során. Az eredmények azt mutatják, hogy legnagyobb arányban (47,1%) azok mondtak le az utazási terveikről, akik számára közepesen fontos az egészségbiztonság, a második legnagyobb arányban azok (41,7%), akik számára pedig inkább nem fontos az egészségbiztonság. Azok, akik az egészségbiztonságot nagyon fontosnak tartják, 43%-ban mondtak le a pandémia miatt az utazási terveikről, míg azok, akik inkább fontosnak tartják 38,6%-ban.

#### **6.4.5. A legmagasabb iskolai végzettség és az egészségbiztonsági tényező fontossága közötti kapcsolat**

Megvizsgáltam, hogy van-e kapcsolat aközött, hogy mennyire fontos az egészségbiztonsági tényező a válaszadóknak, valamint aközött, hogy mi a legmagasabb iskolai végzettségük. Ehhez a varianciaelemzést alkalmaztam, mert ezzel a statisztikai technikával lehet vizsgálni egy vagy több független változó hatását egy vagy több függő változóra. Ebben az esetben a független változó a legmagasabb iskola végzettség, míg a függő változó az egészségbiztonsági tényező fontossága. A Case Processing Summary táblázat alapján a 927 válaszadóból 917-et tudtam bevonni a vizsgálatba.

A következőkben azt vizsgáltam, hogy mennyire fontos tényező az egészségbiztonság a különböző végzettséggel rendelkezők számára:

- általános iskola: Az általános iskolát végzettek esetén 4,5455 az egészségbiztonsági tényező fontossága, azaz összességében nagyon fontos számukra. A 917 főből 11 fő képviseli ezt a csoportot, a szórás pedig esetükben 0,82020.
- szakmunkásképző, szakiskola: A szakmunkásképzőt, szakiskolák végzettek esetében 4,3352 az átlag, azaz számukra inkább fontos az egészségbiztonsági tényező a turisztikai célú utazások során. A szórás hasonló az általános iskolát végzettek szórásához, 0,81612, és 182 fő képviselte ezt a csoportot.
- gimnázium, szakközépiskola: A gimnáziumot, szakközépiskolát végzettek száma 289 fő, átlaguk pedig 4,4118, azaz számukra is inkább fontos az egészségbiztonsági tényező, bár fontosabb, mint a szakmunkásképzőt, szakiskolát végzettek számára. A szórás alacsonyabb esetükben: 0,74068.
- jelenleg felsőoktatási hallgatók: A felsőoktatási hallgatók esetében a legalacsonyabb az átlag, 4,2237, azonban számukra is inkább fontos az egészségbiztonság. 76 fő képviselte ezt a csoportot, a szórás 0,88842.
- főiskola/egyetem: A legtöbb fő ebbe a csoportba tartozik, 357 fő. A csoport átlaga 4,5266, azaz számukra nagyon fontos az egészségbiztonsági tényező, közel olyan fontos, mint az általános iskolát végzettek esetén. A csoport szórása a legalacsonyabb – ha nem számítjuk azokat, akik nem válaszoltak –, mindössze 0,65127.
- nem kíván válaszolni: Két válaszadó nem adta meg a legmagasabb iskolai végzettségét, azonban az egészségbiztonsági tényezőre vonatkozó átlaguk 5, ami azt jelenti, hogy mindkettejük számára nagyon fontos az egészségbiztonság, mikor turisztikai célú utazásaikat tervezik és a desztináció felől döntenek.

Az ANOVA varianciaanalízis segítségével az F próbával megvizsgáltam az egészségbiztonsági tényezővel kapcsolatos nullhipotézist, mely szerint *a legmagasabb iskolai végzettség nem befolyásolja, hogy mennyire fontos a résztvevők számára az egészségbiztonsági tényező a turisztikai célú utazásaik tervezése során*. A táblázat azt mutatja, hogy a csoportok közötti és a csoporton belül eltérésnégyzetek aránya 3,344 (9.

táblázat). Az F próbához tartozó szignifikancia szint 0,005, ami kisebb 0,05-nél, tehát a nullhipotézist elvetjük, ugyanis a kategóriaátlagok szignifikánsan különböznek egymástól, tehát az egészségbiztonság fontossága nem azonos a különböző iskolai végzettségűek esetén.

**9. táblázat Az egészségbiztonsági tényező nullhipotéziséhez tartozó F próba eredménye (n:916)**

9. Az utazási döntés meghozatalakor mit tart fontosnak a biztonsága szempontjából egy úti céllal kapcsolatban? (Egészségügyi biztonság (fertőző betegségek, járványok stb.)) *5. Mi a legmagasabb iskolai végzettsége?		négyzetösszeg	df	Mean Square	F	Sig.
	Csoportok között (Combined)	9,095	5	1,819	3,344	,005
	Csoporton belül	495,477	911	,544		
	Összesen	504,571	916			

Forrás: saját szerkesztés, 2022

Végezetül az eta-négyzet mutató segítségével megvizsgáltam a két tényező közötti kapcsolat szorosságát. A mutató értékei 0 és 1 között változnak, ha az értékek 0-hoz vannak közelebb, gyengébb kapcsolatot jelent, míg az 1-hez közelebbi értékek erősebb kapcsolatot. Ebben az esetben az eta-négyzet mutató értéke 0,018, ami nagyon közel van nullához, tehát ez a kapcsolat nem túl erős, és az iskolai végzettség kis hatással van csak az egészségbiztonsági tényező fontosságára.

#### **6.4.6. Az életkor és a biztonsági tényezők fontossága közötti kapcsolat**

Az életkor és az egyes biztonsági tényezők fontossága közötti kapcsolatot is varianciaelemzés segítségével végeztem el. Ebben az esetben az életkor volt a független változó, míg a függő változók az egyes biztonsági tényezők.

Az egyes biztonsági tényezők esetén eltér azon kutatásban résztvevők aránya, akiket bele tudok vonni az elemzésbe: a közbiztonsági tényező esetén 97,2%, a bizonytalan politikai helyzettel kapcsolatos tényező esetén 99,4%, a fogyasztásbiztonsági tényező esetén 98,7%, az egészségbiztonsági tényező esetén 98,5%, a természeti környezet biztonsága tényező esetén 99,6%, a műszaki és közlekedésbiztonság esetén 99,5%, míg a tájékozódás biztonságával kapcsolatban 99,6%.

Az egyes korosztályok átlaga és szórása a különböző biztonsági tényezők esetén:



- **közbiztonság:** A négy vizsgált korosztályban nagyon közeli az átlag, a legalacsonyabb a 31-45 évesek esetén 4,7262, míg a legmagasabb a 46-60 évesek esetén 4,7500. A szórások között nincs nagy különbség, tehát a közbiztonság valamennyi életkori csoport számára nagyon fontos.
- **instabil politikai helyzet:** Az átlag ezt a tényezőt tekintve is nagyon hasonló a négy korosztályt tekintve, a legalacsonyabb a 31-45 évesek esetén: 3,9940, míg a legmagasabb a 18-30 évesek esetén: 4,0743. A szórások magasabbak, mint a közbiztonsági tényező eseté, a 61-75 éves korosztályban a legalacsonyabb a szórás, a másik három korosztály esetén a szórások nagyon hasonlóak. Ez a tényező mindegyik csoport számára inkább fontos.
- **fogyasztásbiztonság:** A fogyasztásbiztonság is összességében inkább fontos mindegyik csoport számára, itt azonban valamivel nagyobb a különbség: a legalacsonyabb átlag 3,7638 a 18-30 éves korosztály esetén, míg a legmagasabb a 3,9119 a 61-75 éves korosztály esetén. A szórás a 61-75 éves korosztályban a legalacsonyabb, a másik három korosztályban valamivel magasabb és hasonló.
- **egészségbiztonság:** Ez a tényező is inkább fontos valamennyi csoport számára, és az átlagok is közel vannak egymáshoz: 4,35 a legalacsonyabb átlag a 18-30 éves korosztály esetén, míg 4,50 a legmagasabb a 61-75 éves korosztály esetén. A szórásokat tekintve sincs jelentős különbség a csoportok között.
- **természeti környezet biztonsága:** Ez a tényező inkább fontos az egyes csoportok számára, a legalacsonyabb a 61-75 éves korosztály esetén: 3,5385, a legmagasabb pedig a legfiatalabb korosztály esetén: 3,7822. A szórások viszonylag magasak, azonban nincs nagy eltérés a csoportok között a szórást tekintve.
- **műszaki és közlekedés biztonsága:** Ez a tényező inkább fontos valamennyi csoport számára, a legalacsonyabb átlag a 31-45 évesek esetén van, mégpedig 3,5119, a legmagasabb pedig 41-60 évesek esetén 3,7367. A szórások magasak és a csoportok között nincs nagy különbség a szórásokat tekintve.
- **eligazodás és tájékozódás biztonsága:** Ez a tényező közepesen fontos valamennyi csoport számára, nincs nagy eltérés az átlagok között: a legalacsonyabb a 61-75 évesek esetén, 3,1827, míg a legmagasabb a 18-30 évesek esetén, 3,2871. A szórások magasak valamennyi csoport esetén.

Az F próba az egyes tényezők esetén az alábbi eredményeket hozta:

- közbiztonság: A nullhipotézis szerint az életkor nem befolyásolja, hogy mennyire fontos a válaszadók számára a közbiztonság. A csoportok közötti és a csoporton belüli eltérésnégyzetek aránya 0,082, az F próbához tartozó szignifikanciaszint pedig 0,970, ami nagyobb, mint 0,05, azaz az erre vonatkozó nullhipotézist nem utasíthatjuk el, azaz a kategóriaátlagok nem különböznek egymástól szignifikánsan.
- instabil politikai helyzet: A nullhipotézis szerint az életkor nem befolyásolja, hogy mennyire fontos a válaszadók számára az instabil politikai helyzet. A csoportok közötti és a csoporton belüli eltérésnégyzetek aránya 0,502, az F próbához tartozó szignifikanciaszint pedig 0,681, ami nagyobb, mint 0,05, azaz az erre vonatkozó nullhipotézist nem utasíthatjuk el, azaz a kategóriaátlagok nem különböznek egymástól szignifikánsan.
- fogyasztásbiztonság: A nullhipotézis szerint az életkor nem befolyásolja, hogy mennyire fontos a válaszadók számára a fogyasztásbiztonság. A csoportok közötti és a csoporton belüli eltérésnégyzetek aránya 0,699, az F próbához tartozó szignifikanciaszint pedig 0,553, ami nagyobb, mint 0,05, azaz az erre vonatkozó nullhipotézist nem utasíthatjuk el, azaz a kategóriaátlagok nem különböznek egymástól szignifikánsan.
- egészségbiztonság: A nullhipotézis szerint az életkor nem befolyásolja, hogy mennyire fontos a válaszadók számára az egészségbiztonság. A csoportok közötti és a csoporton belüli eltérésnégyzetek aránya 1,162, az F próbához tartozó szignifikanciaszint pedig 0,323, ami nagyobb, mint 0,05, azaz az erre vonatkozó nullhipotézist nem utasíthatjuk el, azaz a kategóriaátlagok nem különböznek egymástól szignifikánsan.
- természeti környezet biztonsága: A nullhipotézis szerint az életkor nem befolyásolja, hogy mennyire fontos a válaszadók számára a természeti környezet biztonsága. A csoportok közötti és a csoporton belüli eltérésnégyzetek aránya 1,868, az F próbához tartozó szignifikanciaszint pedig 0,133, ami nagyobb, mint 0,05, azaz az erre vonatkozó nullhipotézist nem utasíthatjuk el, azaz a kategóriaátlagok nem különböznek egymástól szignifikánsan.

- műszaki és közlekedés biztonsága: A nullhipotézis szerint az életkor nem befolyásolja, hogy mennyire fontos a válaszadók számára a műszaki és közlekedés biztonsága. A csoportok közötti és a csoporton belüli eltérésnégyzetek aránya 2,331, az F próbához tartozó szignifikanciaszint pedig 0,073, ami nagyobb, mint 0,05, azaz az erre vonatkozó nullhipotézist nem utasíthatjuk el, azaz a kategóriaátlagok nem különböznek egymástól szignifikánsan.
- eligazodás és tájékozódás biztonsága: A nullhipotézis szerint az életkor nem befolyásolja, hogy mennyire fontos a válaszadók számára az eligazodás és tájékozódás biztonsága. A csoportok közötti és a csoporton belüli eltérésnégyzetek aránya 0,440, az F próbához tartozó szignifikanciaszint pedig 0,725, ami nagyobb, mint 0,05, azaz az erre vonatkozó nullhipotézist nem utasíthatjuk el, azaz a kategóriaátlagok nem különböznek egymástól szignifikánsan.

Az eta-négyzet mutató az alábbiak szerint alakul: a közbiztonság esetén 0,000, a bizonytalan politikai helyzettel kapcsolatban 0,002, a fogyasztásbiztonsággal kapcsolatban 0,002, az egészségbiztonsággal kapcsolatban 0,004, a természeti környezet biztonságával kapcsolatban 0,006, a műszaki és közlekedés biztonsággal kapcsolatban 0,008, a tájékozódás biztonságával kapcsolatban pedig 0,001. Mind a hét vizsgált esetben az érték nagyon közel van nullához, tehát a kapcsolat nagyon-nagyon gyenge mindegyik esetben az életkor és az egyes biztonsági tényezők kapcsolatát tekintve.

Ezt követően arról kérdeztem a válaszadókat, hogy kitől várják az általuk fontosnak ítélt biztonsági tényező megteremtését, kinek a feladata lenne azt biztosítani egy desztinációban. Négy választási lehetőség közül választhattak a kutatás résztvevői, és a legtöbben, háromnegyedük úgy gondolja, hogy az állami szféra feladata lenne a biztonsági tényező megteremtése. A válaszadók 23,1%-a szerint pedig a szolgáltatóknak, vállalkozóknak kell gondoskodni a biztonsági tényezőről. A civil szervezeteket és a helyi társadalmat nagyon kevesen választották ennél a kérdésnél.

#### **6.4.7. A legmagasabb végzettség, valamint annak a kapcsolata, hogy a válaszadók szerint kinek a felelőssége a turisták egészségbiztonságának megteremtése**

A két tényező közötti kapcsolat elemzésére ismét a varianciaelemzést választottam. Ebben az esetben a független változó a legmagasabb iskola végzettség volt, míg a függő

változó az, hogy kinek a felelőssége az egészségbiztonság megteremtése a válaszadók szerint. A Case Processing Summary táblázat alapján a kutatásban résztvevők 99,9%-át tudtam bevonni az elemzésbe.

Ahogy a táblázatban is látszik (**10. táblázat**), a legalacsonyabb átlag, 1,5 azok esetében figyelhető meg, akik nem nyilatkoztak a végzettségükről, az általános iskolát, valamint az egyetemet, főiskolát végzettek hasonló átlaggal rendelkeznek, ahogy hasonló az átlaga a szakiskolát, szakmunkásképzőt, valamint a szakközépiskolát, gimnáziumot végzetteknek. Az átlag azok esetében a legmagasabb, akik jelenleg középiskolában tanulnak. A szórások minden esetben magasak, ami azt jelenti, hogy az egyazon iskolai végzettséghez tartozó válaszadók is eltértek abban, hogy kinek a felelősségének gondolják a turisták egészségbiztonságának megteremtését.

**10. táblázat Az iskolai végzettség, valamint annak a kapcsolata, hogy a válaszadók szerint kinek a felelőssége a turisták egészségbiztonságának megteremtése (n:926)**

12. Kinek a felelőssége a turisták egészségbiztonságának megteremtése? 5. Mi a legmagasabb iskolai végzettsége?	átlag	n	szórás
Általános iskola	2,9091	11	1,86840
Szaktanulmányi, szakgimnázium	3,0598	184	1,67649
Gimnázium	3,0375	293	1,62450
Jelenleg felsőoktatásban hallgató vagyok	3,2500	76	1,59269
főiskola/egyetem	2,9028	360	1,71962
Nem kíván válaszolni	1,500	2	,70711
Összes	3,0022	926	1,67203

**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

A nullhipotézis ebben az esetben az, hogy az iskolai végzettség nincs hatással arra, hogy kinek a felelősségének gondolják a válaszadók a turisták egészségbiztonságának megteremtését. Az ANOVA táblázat szerint a csoportok közötti és a csoporton belül eltérésnégyzetek aránya 0,988. Az F próbához tartozó szignifikanciaszint 0,424, ami nagyobb, mint 0,05, tehát a nullhipotézist nem utasíthatjuk el, az átlagok nem különböznek szignifikánsan egymástól.

Az eta-négyzet mutató értéke 0,005, ami megerősíti az ANOVA tábla segítségével kapott eredményt, azaz az iskola végzettség között és aközött, hogy a válaszadók szerint kinek a felelőssége a turisták egészségbiztonságának megteremtése, nagyon-nagyon gyenge a kapcsolat.

A kutatásban azt is vizsgáltam, hogy a felmérés résztvevői a kialakult COVID 19 járványhelyzet miatt az utazásuk tervezésekor jobban aggódnak-e az

egészségbiztonságukért, mint a járványhelyzet előtt. A kapott eredmények alapján a válaszadók többsége jobban aggódik az egészségbiztonság miatt, azonban ők nincsenek sokkal többen a nem aggódóknál: arányuk 55,8%, míg azok aránya, akik nem aggódnak jobban, 44,1%.

Azt is szerettem volna megtudni, hogy a válaszadók szerint kinek a felelőssége a turisták egészségbiztonságának megteremtése. A legtöbben, a válaszadók nagyjából egyharmada (34,6%) úgy gondolja, hogy ez elsősorban az állami szervezetek és a turisztikai szolgáltatók feladata. Hozzávetőlegesen ugyanannyian gondolják felelősnek kizárólag az állami szervezeteket (27,4%), valamint kizárólag a turisztikai szolgáltatókat (25,8%), míg a turisztikai szolgáltatók és turisták együttes felelőssége, valamint a turisták felelőssége jóval kevesebbekben merült fel: az előbbinél az arány 9,9%, míg az utóbbinál 2,2%. Összességében tehát elmondható, hogy a válaszadók közel 90%-a úgy gondolja, hogy az egészségbiztonságot megteremteni a turisztikai szektornak, illetve az állami szervezeteknek kell – a legtöbbször szerint a két csoportnak közösen.

A következő kérdésben azt vizsgáltam, hogy a kutatás résztvevői betartják-e a turisztikai szolgáltatók által kért járványügyi előírásokat, valamint, hogy mi az oka az ezzel kapcsolatos viselkedésüknek. A válaszadók alig valamivel több, mint fele mindig figyel a járványügyi előírások betartására, míg egynegyedük csak akkor tartja be a szabályokat, ha azokat közegészségügyi szervek írják elő. A válaszadók további 6,1%-a is betartja a korlátozásokat, azonban őket csak az motiválja erre, hogy elkerüljék a büntetést. 6,9% úgy nyilatkozott, hogy néha betartja az előírásokat, és csak azokat, ami nem okoz számára kellemetlenséget. Közel 10% azok aránya, akik nem kívánják betartani a járványügyi előírásokat, 5,3% azért nem, mert nem hiszi, hogy ilyen helyen megfertőződhet, míg 4,1% azért nem, mert véleménye szerint nem az ő dolga a járványügyi előírások betartása.

Ezt követően arról kérdeztem a kutatás résztvevőit, hogy a járványhelyzet változtatott-e az úticél preferenciáikon. A válaszadók nagyon megosztottak ebben a kérdésben: a legtöbbszörnek, 38,7%-nak részben változtatott az úti cél preferenciáin a járványhelyzet, mert szeretnék magukat biztonságban tudni. Egynegyedük határozott igennel felelt, ők kerülnek a tömeget. A másik két vizsgált válaszlehetőséget nagyjából ugyanannyian tartják igaznak magukra nézve: 17,9% ugyanarra vágyik, mint eddig, a járványhelyzet tehát nem változtatott az úti cél preferenciáin, míg 17,7%-nak megváltoztatta az úticél preferenciáit a járványhelyzet, azonban csak azért, mert ők új

izgalmakra vágnak. A válaszokból tehát jól látszik, hogy a többséghez azok tartoznak, akiknek – legalábbis bizonyos szinten – megváltoztatta a járványhelyzet az úticél preferenciáit.

Megkérdeztem a válaszadókat arról is, hogy milyen úticél szerepel most a terveik között. A korábban a legjellemzőbb motivációkra vonatkozó kérdésnél több választ is megadhattak, ennél a kérdésnél viszont csak egyet. Ahogy a **11. táblázatban** is látszik, a városlátogatás 17,3%-nál a fő motiváció, a pihenés, feltöltődés 6,7%-nál, a természetjárás, természetközeli úticélok meglátogatása 22,9%-nál, míg a gasztronómia 3,5%-nál jelent meg.

**11. táblázat A válaszadók terveiben szereplő úticélok (n:927)**

	gyakoriság	%	validált %	kumulatív %
városlátogatás	160	17,3	17,3	17,3
pihenés, feltöltődés	62	6,7	6,7	24,0
természetjárás, természetközeli úticélok	212	22,9	22,9	46,9
wellness pihenés	98	10,6	10,6	57,5
gasztronómia	32	3,5	3,5	61,0
kulturális élmények szerzése	88	9,5	9,5	70,5
rokon, barát meglátogatása	48	5,2	5,2	75,7
üzleti út, konferencián való részvétel	14	1,5	1,5	77,2
sportot és hobbi	69	7,4	7,5	84,6
tanulást, tanulmányút	2	,2	,2	84,9
rendezvényen való részvétel	72	7,8	7,8	92,6
egészségügyi vagy szépészeti szolgáltatás igénybevétele	7	,8	,8	93,4
gyógyfürdő	40	4,3	4,3	97,7
vallási motiváció	2	1,3	1,3	99,0
shopping	9	1,0	1,0	100,0
összesen	925	99,8	100,0	
nem válaszolt	2	,2		
Összesen	927	100,0		

**Forrás: saját szerkesztés 2022**

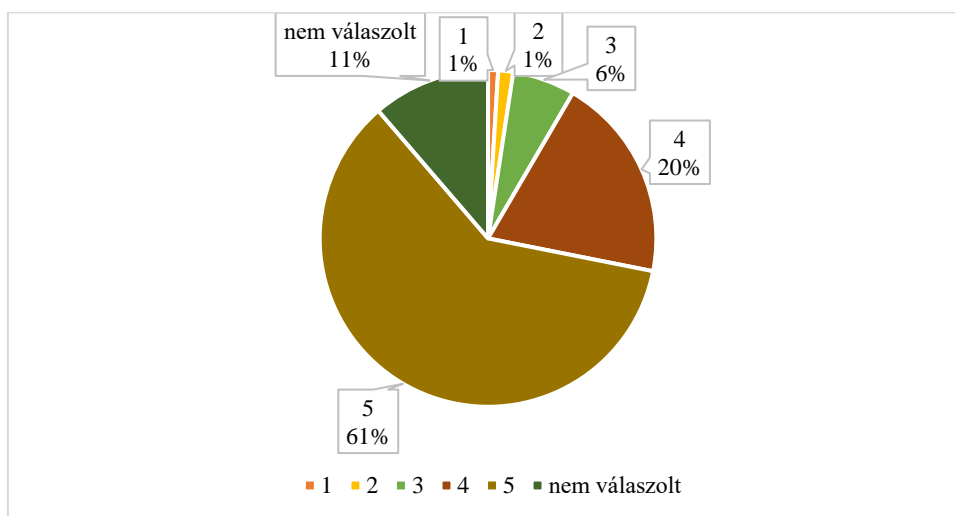
A kulturális élmények szerzését 9,5% említette, a rokon, barát meglátogatását (VFR) 5,2%, az üzleti utat, illetve a konferencián való részvételt 1,5%, a sportot és hobbit

7,4%, a tanulást, tanulmányutat mindössze 0,2%. 7,8% úgy nyilatkozott, hogy a fő motivációja a rendezvényen való részvétel, 0,8%-nak egészségügyi vagy szépségügyi szolgáltatás igénybevétele, 4,3% gyógyfürdőt keresne fel elsősorban, míg a vallási motiváció által vezéreltek aránya 1,3%, a bevásárlást tervezőké pedig 1%. Ahogy a válaszokból is látszik, a legjellemzőbb motiváció jelenleg a természetjárás, a természetközeli úticélok felkeresése – a válaszadók egyötöde utazna ezzel a motivációval. A további három leggyakoribb motiváció pedig a városnézés, a pihenés, feltöltődés, valamint a kulturális tapasztalatok szerzése.

A kérdőív utolsó kérdésében arról kérdeztem a kutatás résztvevőit, hogy hová tervezik az idei évben turisztikai célú utazásukat: belföldre, külföldre, bel- és külföldre, vagy pedig nem terveznek idén turisztikai célú utazást. A legtöbb válaszadó, 45% belföldre és külföldre is szeretne elutazni idén turisztikai céllal, míg közel egyharmaduk (31,2%) sem bel-, sem külföldre nem tervez turisztikai célú utazást. A hazai úticélokot 16,9% tervezi, míg a külföldit 6,9%.

A kapott eredményeket ismerve megnéztem a korábbi, dél-dunántúli 416 fős vendégkörfelmérésen alapuló kutatásban résztvevők válaszait arra a kérdésre, hogy mennyire fontos számukra a meglátogatott desztinációban. A Likert-skála módszerével végzett vizsgálat alapján kijelenthető, hogy a megkérdezettek közel harmada szerint ez nagyon fontos egy desztinációban (34. ábra).

**34. ábra** A dél-dunántúli régió vendégkörének megkérdezésén alapuló kérdőíves vizsgálat eredménye a közbiztonság fontosságának megítélése kérdésben (n:416)



**Forrás: saját szerkesztés 2022**

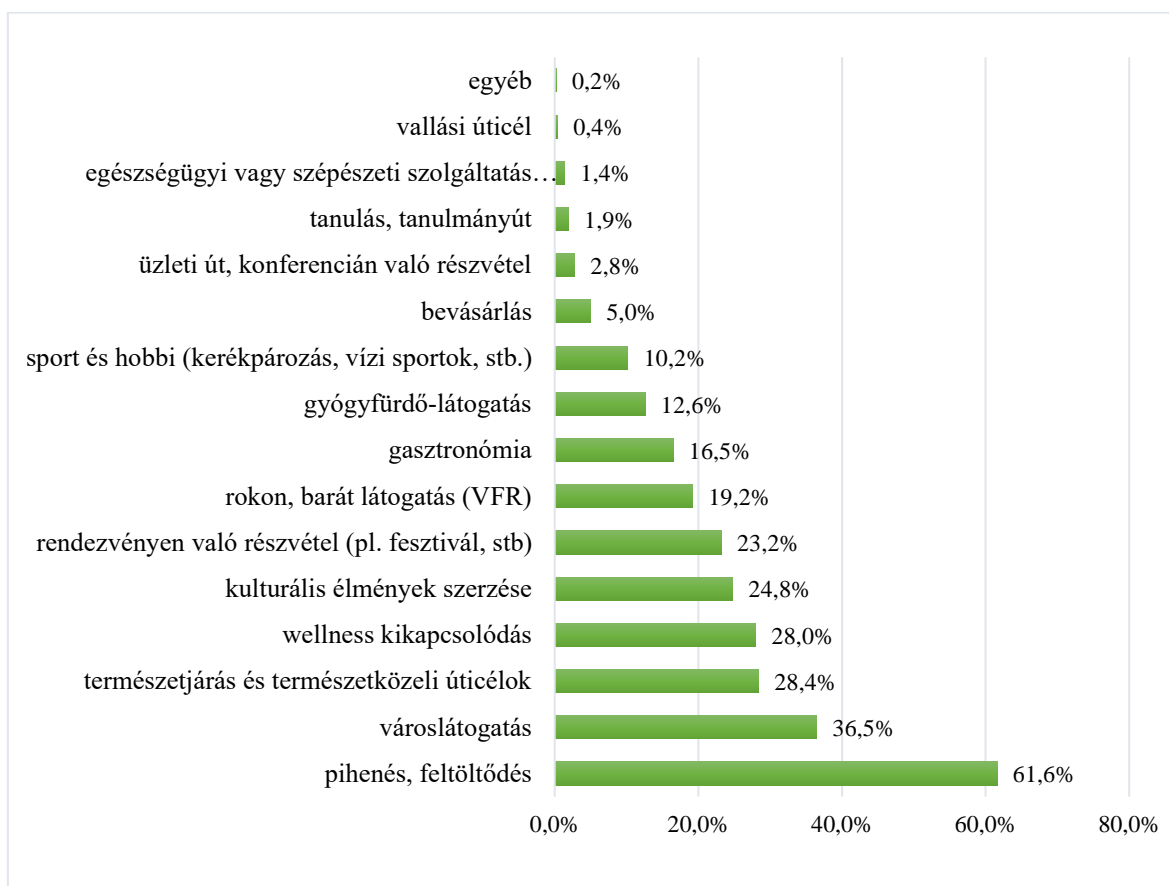
Összességében pedig több, mint 80% az, akik szerint ez egy lényeges szempont utazása során.

#### **6.4.8. A járvány hatása a motivációra**

A primer kutatás során megvizsgáltam, hogy mi a legjellemzőbb motivációja a válaszadók utazásainak, valamint, hogy milyen úticél szerepel a tervei között. A legjellemzőbb utazási célra irányuló kérdésnél arra kértem a válaszadókat, hogy valamennyi motivációt válasszák ki, amelyik esetükben igaz – míg a jövőbeni tervekről szólóknál azt vizsgáltam, hogy milyen fő motivációval rendelkeznek jelenleg, ugyanis ennél a kérdésnél csak egy válaszlehetőséget választhattak. Ahogy a **35. ábra** alapján is látszik, a legtöbbször a pihenés, feltöltődés szerepelt, ezt követte a városlátogatás, a természetjárás és természetközeli úticélok, a wellness kikapcsolódás, a kulturális élmények szerzése, valamint a rendezvényen való részvétel – ezeket az úticélokat a válaszadók legalább egyötöde említette, mint legjellemzőbb célja az utazásainak. A legkevésbé jellemző úticélok pedig az üzleti út, illetve konferenciákon való részvétel, a tanulás, tanulmányút, az egészségügyi vagy szépművészeti szolgáltatás igénybevétele, a vallási motiváció, valamint az egyéb úticélok.



**35. ábra A válaszadókra korábban jellemző utazási motivációk (n:927)**

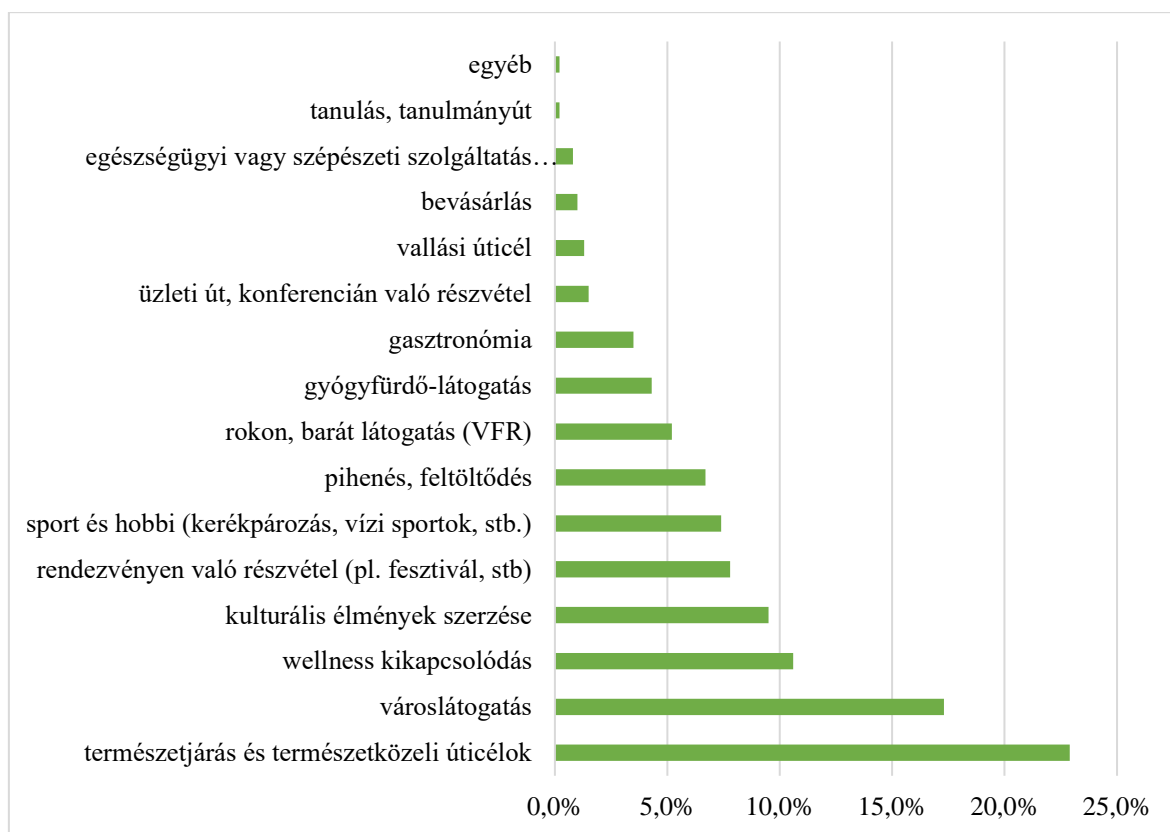


**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

A következő diagram pedig azt mutatja, hogy a vizsgálat idején milyen motivációval tervezik utazásukat (36. ábra). A legtöbbször a természetjárás, a természetközeli úticélok jelentek meg tervként – míg korábban ez a program mindössze a harmadik legjellemzőbb volt a válaszadók körében. A természetjárás és természetközeli úticélok népszerűségének növelésében nagy szerepet játszhat a SARS Cov-19 járvány is, ugyanis a természetben jóval kevesebb turistával találkozhatunk, mint akár városnézés, akár wellness szállodában történő pihenés közben, ezért az, aki utazni szeretne, de a vírus miatt változtatott tervein és nagyobb biztonságban szeretné tudni magát, valószínűleg természetközeli úticélok közül fog választani. Ehhez persze hozzájárul még a hosszú ideig tartó bezártságból való szabadulás vágya is. A második helyen a városlátogatás végzett, 17,3%-nak ez szerepel a terveik között: ez az úticél a korábbi kérdésnél a legjellemzőbb úticélok között is a második helyen állt, és továbbra is sokak terveik között szerepel. A harmadik legnépszerűbb program a wellness relaxáció, mely a legjellemzőbb úticélok között a negyedik helyen volt. Az első ötben még a kulturális tapasztalatok szerzése,

valamint az eseményen való részvétel, szerepel, ezek a legjellemzőbb úticélok listáján az ötödik, illetve a hatodik helyen álltak a korábbi kérdésnél. Ami a legjellemzőbb motiváció volt, a pihenés, feltöltődés és 61,6% a válaszadóknak meg is említette, az most mindössze a hetedik helyen szerepel – az előzőeken túl a sportot és hobbit is megelőzte. A legkevesebben tervezgetik: a vallási motivációjú utazást, a bevásárlást, az egészségügyi, illetve szépségügyi szolgáltatások igénybevételét, valamint a tanulással, tanulmányúttal kapcsolatos utazást. Az üzleti út, a konferencián való részvétel eddig a legkevésbé jellemző öt úticél között volt, most azonban kikerült a listából a jövőre vonatkozó úticélok kapcsolataiban.

**36. ábra A felmérésben résztvevők motivációja a tervezett utazásukhoz kapcsolódóan (n:927)**



**Forrás: saját szerkesztés, 2022**

A kérdőív eredményei tehát jól szemléltetik, hogy a kutatásban résztvevők többségénél hatással van a járványhelyzet a turisztikai célú utazásaira, illetve az utazási terveire, azonban nem sokkal nagyobb azok aránya, akik lemondtak az utazással kapcsolatos terveikről, mint azok, akik nem, így összességében nem jelenthetjük ki azt, hogy a járványhelyzet meggátolja abban a válaszadókat, hogy utazzanak. A biztonsági tényezőket tekintve a közbiztonság a legfontosabb számukra, és úgy gondolják, hogy a

közbiztonságot az állami szférának kell megteremtenie. Az egészségbiztonság a második legfontosabb biztonsági tényező, míg a harmadik helyen az instabil politikai helyzet áll. A kutatásban résztvevők többsége legalább valamilyen szinten betartja a járványügyi előírásokat, azonban a motivációjuk eltér: van, akit az egészsége, és van, akit a büntetés elkerülése motivál, míg olyanok is vannak, akik csak azokat a szabályokat tartják be, amelyeket az egészségügyi szervek írtak elő, illetve, olyanok, akik csak azokat az előírásokat, amelyek nem kényelmetlenek számukra.

## 7. Eredmények összefoglalása

A vizsgált esettanulmányok alapján sem a szakmai elkötelezettség, sem az felelősségteljes attitűd nem kérdőjelezhető meg, de az is egyértelmű, hogy egyik sem elegendő, ha az nem jut el legalább a menedzsment szintjéig. Míg a CROCUS Gere Wine Hotel esetében az látható, hogy a tulajdonosokon kívül a menedzsment és az alkalmazottak is proaktívan állnak hozzá a kérdéshez és büszkék az alkalmazott innovatív megoldásokra, addig a Fordan Hotel esetében ez kissé megreked a szálloda vezetésénél és az eddigi beruházásokat sem tartják relevánsnak a szálloda imázsának szempontjából.

Az Ökoszállás minősítés (Dél-Dunántúl, Magyarország) tekintetében a kutatás során felkeresett szálláshelyek ökomínősítéssel, valamint ismételt minősítéssel is rendelkeznek, így a kiválasztott turisztikai szolgáltatók nagyon hasznos tapasztalatokat oszthatnak meg egymással a kritériumokhoz kapcsolódóan, amelyek az idegenforgalmi szektor felelősségvállalásának lényeges elemei. Az interjúk során több olyan akadály is feltárásra került, amely megnehezíti a szálláshely-szolgáltatók felelősségteljes turizmus iránti elkötelezettségét, továbbá kritikák hangzottak el a minősítési rendszerrel, a rendszerek hiányosságaival és a benne rejlő problematikus ellentmondásokkal kapcsolatban.

Ezek önkéntes minősítési rendszerek. A minősítések igénylésének költsége viszonylag alacsony, közben a turisztikai minősítő testületek, bizottságok időnként túlzott belépési korlátokat támasztanak a színvonal emelésével. A turisztikai szolgáltatók minősítéssel kapcsolatos korlátozott ismeretei a minősítések elfogadását akadályozó fő tényezőnek számítanak. A tanúsítvány, cím, védjegy elhanyagolható marketingje több szempontból is akadályozó tényező. Az olyan szabványok, mint a *Framework for Responsible Environmental Marketing Communication*, alapvető útmutatást nyújthatnak a turizmus területén is bekövetkező változásokhoz (ICC Framework for Responsible Environmental Marketing Communications, 2019). A pályázók számára előnyösebb lenne a minősítési és ellenőrzési folyamat átláthatósága és az egyszerűsített, érthető kritériumok. A vendégeknek megfelelő tájékoztatást kell adni a szolgáltatóról, a természeti és kulturális környezetről, a megfelelő magatartásról. A kutatás során kiderült, hogy a magyarországi esetekben bizonyos pontokon változtatni kell a kritériumrendszeren. A szálláshelyek befogadóképessége közötti különbségek miatt, elengedhetetlen néhány feltétel átgondolása

vagy megváltoztatása, azok szükségességét illetően. Kívánatos a jelenlegi kritériumok hatályának és meghatározásának felülvizsgálata.

A minősítési rendszerek alkalmazásának a turisztikai ágazatban mindenképp átláthatónak kell lennie és részletes tájékoztatást kell biztosítania a tágabb közönség számára. A felelősségteljes – környezetbarát, környezettudatos – igénynek a kielégítését a turizmus egyre inkább a siker kulcsának tekintheti. A minősítési rendszerek hosszú távú értéke a turisztikai szektor keresleti és kínálati oldalának közelítése a felelősségteljes turizmushoz.

A zöld vagy környezettudatos innováció és innovatív technológiák alkalmazása a turizmusban is egyre jobban terjed. Ehhez nagyban hozzájárulnak a különböző pályázati források, amelyek révén a turisztikai szolgáltatók egy-egy környezetbarát fejlesztést könnyebben tudnak megvalósítani. Magántőkéből ilyen beruházás finanszírozására alig akad példa. A vizsgálatokhoz választott geográfiai fókuszterületen lehet környezeti felelősségvállalásról beszélni a szálláshely szolgáltatók részéről, ám ez korántsem kiemelkedő. Az energetikai célú fenntarthatósági törekvéseknek és környezettudatos magatartásnak elsősorban gazdasági háttere van, az nem feltétlen azonos a tágabb kontextusú szemlélettel. A környezeti felelősségvállalás irányelveinek alkalmazását elviekben támogató szálláshelyszolgáltatók, a törvényben, rendeletekben és előírásokban rögzítettekén túl, hátráltatja, az, hogy nem történik pozitív visszacsatolás, az nem jelent határozott versenyelőnyt. Ugyanakkor a vizsgálatok azt mutatták, hogy a kereslet oldaláról, leginkább az igény, ami megjelenik, ám annak egyelőre nincs meghatározó vonzereje, sem anyagiakban megjelenő pozitív hatása a turisztikai szolgáltatókra nézve. Tehát a turisztikai szálláshely-szolgáltatók által követett és alkalmazott környezettudatos üzletpolitikának csak kismértékű hozzáadott értéke van a turizmus keresleti oldaláról.

Arra a kérdésre is választ kerestem, hogy a társadalmi felelősségvállalás (elszakadva a CSR-tól) meg tud-e jelenni elsődlegesen a turisztikai szálláshelyszolgáltatók körében. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a társadalmi (és gazdasági) felelősségvállalás még nagyon gyerekcipőben jár. Ennek okaként nagy valószínűséggel a szemlélet kialakulásának lassú folyamata és az ismeretek, a „best practise”-ok hiánya állhat. A társadalmi fenntarthatóság még alacsonyabb a személyzettel kapcsolatban. Ezek közé tartozhat a munkakörülmények javítása, a hatékonyabb munkavégzés segítése, az egyenlő bánásmód elvének alkalmazása, valamint a

diszkriminációmentesség (különösen a hátrányos megkülönböztetés) a HR menedzsment részéről.

Egy merőben új példa nélküli helyzet állt elő a turizmusban a COVID-19 járvány kitörésével, melyre nyugodtan állítható, hogy a szakma egyetlen szereplője sem volt felkészülve. Természetesen mind a kínálat, mind a kereslet igyekezett alkalmazkodni a szokatlan, merőben új helyzethez. Ezen a ponton fontosnak éreztem megvizsgálni, hogy a felelősségvállalás miként jelenik meg az egyén szintjén, ezúttal a vendégek oldaláról.

A turizmus biztonságérzékeny iparág, így mindenképp szükséges folyamatosan figyelemmel kísérni globálisan és regionálisan is a biztonsági faktorok alakulását és a turisták reakcióit. Jelen kutatásban bebizonyosodott, hogy vannak olyan biztonsági tényezők, amelyekre fokozottan érzékenyek a potenciális utazók, ami nem meglepő annak ismeretében, hogy a legtöbben a családtagjaikkal utaznak, így a turista nem csak a saját épségét félti, hanem a közeli hozzátartozójáét is. Az utazni vágyók még a járvány miatt kialakult helyzetet sem tekintik gátnak ahhoz, hogy utazzanak. A biztonság kérdéskörében a közbiztonságot tartják a legfontosabbnak, amelynek megteremtését az állami szférától várják el. Az egészségbiztonság csupán a második helyet foglalja el, ám az eredmények alapján úgy gondolják e tekintetben a felelősség a szolgáltatóké. A megkérdezettek többsége hajlandó együttműködni a turisztikai szolgáltatókkal, de csak azokat a korlátozó intézkedéseket tartaná be, amelyeket az egészségügyi/ járványügyi szervek kötelezően előírnak. A pihenését, feltöltődésére továbbra sem tervezik a korábbi szokásaitól eltérő desztinációban megejteni, bár a természetközeli desztinációk iránt fokozottabban érdeklődnek.

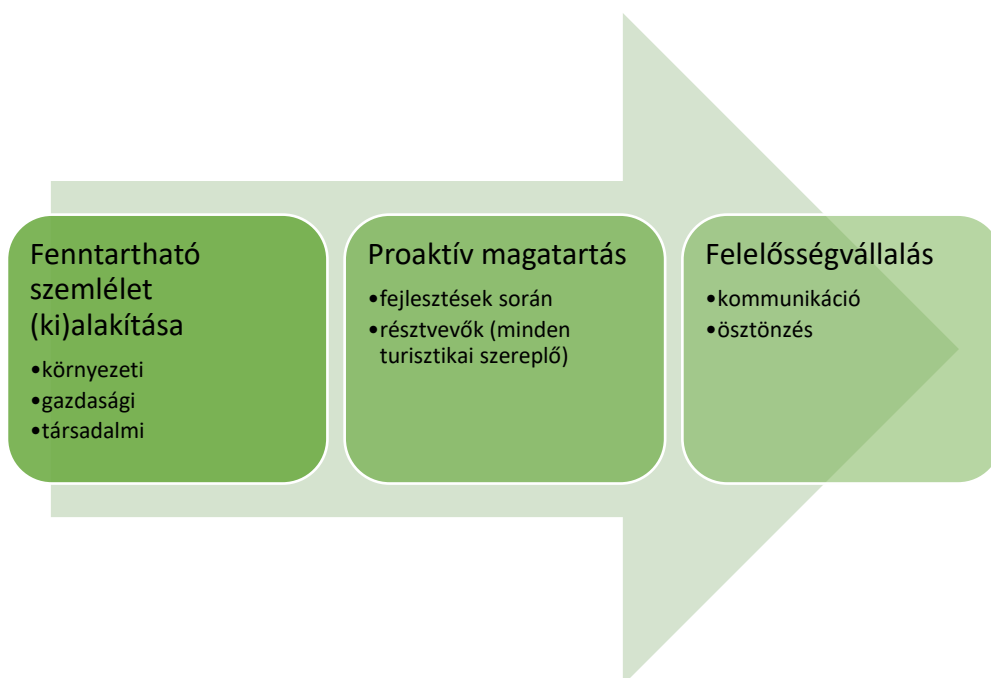
A 2020-ban világméretűvé terebélyesedett COVID-19 járvány megváltoztatta a globalizált világunkat, rámutatott, hogy mennyire törékenyek az országaink és a világ gazdasága. Az embereket kizökkentette a megszokott életviteléből és ennek a jövőben valószínűleg hosszú távú hatásai lesznek. Az egyértelmű, hogy a COVID-19 járvány turizmusra (és más iparágakra) globális szinten gyakorolt hatásait még nem lehet meghatározni, már csak azért sem, mert sok ország még jelenleg is küzd a pandémiával. Ez egyben azt is jelenti, hogy az egészségügyi kockázatra való fokozott odafigyelés nem csak a turisták utazásai miatt lényeges, hanem az adott desztináció lakossága miatt is.

A felmérés nem csak arra mutatott rá, hogy a biztonság kérdése fontos az utazni vágyók számára, hanem arra is, hogy az egészségbiztonság, mint az utazási döntést csak

részben befolyásoló faktor. A kutatás értékes információkat nyújt a turisztikai szektor kínálati oldalán szereplők számára, hiszen a SARS-CoV-19 világiárvány miatti korlátozások feloldását követően, a turizmus restartolásakor a szolgáltatók egy új versenyhelyzettel néznek szembe. A kapott eredmények alapján mind a turisztikai szolgáltatók, mind a desztináció menedzsment szervezetek fokozottabb hangsúlyt fektethetnek a turizmusbiztonságra és annak marketingkommunikációjára.

Ma Magyarországon nem csak régióként, hanem desztinációnként eltérők a fenntarthatósági törekvések. Bár nem készült minden régióban felmérés, az egyes részeredmények (pl. szakirodalmi adatok, „Zöld szállodák”) alapján az is látható, hogy a felelős turizmus kialakulása a desztinációkban eltérő fázisaiban van. A felelős turizmus szemléletéhez és működéséhez vezető lépések lényegesek, melyek közül a fenntartható szemlélet kialakítása, befolyásolása a társadalom minden szintjén szükséges, ahogy annak hangsúlyozása is, hogy a fenntarthatóság nem csak környezeti szempontokon nyugszik (37. ábra).

**37. ábra A felelős turizmushoz vezető lépések**



**Forrás: Saját szerkesztés 2023**

Nem mellékes az sem, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos ismereteket alkalmazzák-e a szektor szereplői. Azok alkalmazása például a különböző turisztikai fejlesztések során nélkülözhetetlen, de ez elvárható a turisztikai desztináció menedzsment szervezetektől, önkormányzatoktól is, csakúgy, mint maguktól a turistáktól utazásuk során.

Magának a felelősségvállalás mértjének és mikéntjének kommunikálása nem csak tájékoztató jellegű a potenciális turista számára, hanem egyúttal ösztönzőleg is hatással lehet rá, hiszen, ha az attitűdje megvan, akkor tudatosan keresi fel azokat a desztinációkat és szolgáltatókat, ahol felelős turisztikai szemlélettel találkozhat. Ez egyúttal pozitív visszacsatolás lehet a szolgáltatók számára, ami egyúttal ösztönző hatással is bír más szereplők számára.

A környezeti, gazdasági és társadalmi fenntarthatóság az ágazat egészére vonatkozó átfogó megközelítést és beavatkozást igényel. A kutatások eredményei a turizmus szektor szereplői számára mintaként szolgálhatnak, mely megfelelő adaptációval a felelős turizmus szemléletének elterjedését segítheti, támogathatja. Mivel a szemlélet a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030-ban is megjelenik, így jelen kutatás területi vonatkozása, vagyis a kevesebb potenciállal rendelkező desztinációk menedzsment szervezetei a disszertáció eredményeit, konklúzióit fejlesztések során figyelembe vehetik, ezáltal lokálisan egy sikerebb és felelősségteljesebb turizmust valósíthatnak meg.



## **8. A kutatás további irányai**

Ahogy azt már a bevezetőben is említettem a felelős turizmus egy rendkívül komplex témakör. Munkám során igyekeztem egy átfogó képet alkotni, illetve az elvégzett vizsgálatokkal rámutatni, hogy számos olyan aspektusa van a turisztikai felelősségvállalásnak, amely mind azonos irányba mutat. A disszertációból számos, a kérdéskörhöz szorosan kapcsolódó résztema kimaradt, amik jövőbeni kutatások alapjait szolgálják. Ezekhez sorolhatók a társadalmi felelősségvállalás irányelveinek mentén végzett vizsgálatok, mint például miként valósul és valósulhat meg a helyi közösség bevonása a tervezésbe és döntéshozatalba, a fogadó kultúra iránti szenzitivitás kérdése, valamint a társadalmi és kulturális sokszínűség fenntartása és ösztönzése a turizmus által.

Mindemellett, a felelős turizmus három pillérén nyugvó irányelvei közül a gazdasági felelősségvállalás ugyancsak lényeges kérdés, különösen a jelenleg kialakult bizonytalan gazdasági környezetben. Mind a megélhetésre gyakorolt negatív hatások minimalizálása, mind a helyi gazdasági előnyök maximalizálása olyan kérdéskör, amely lokálisan érvényesül, így egy-egy desztinációban meghatározók, annak turisztikai életciklusát befolyásoló tényezők.

Szubjektív véleményem, hogy a turizmus továbbra sem tekinthető csodafegyvernek egyetlen desztinációban sem, ugyanakkor, ha a turisztikai fejlesztések során a felelősségteljes szemlélet jobban érvényesül, a turisztikai szolgáltatók sokkal kiegyensúlyozottabb működést érhetnek el. Érdeemesnek tartom foglalkozni azzal a kérdéssel, hogy miként kaphatnak nagyobb teret, beleszólást a turisztikai fejlesztések során a szektor szakemberei.

## 9. Köszönetnyilvánítás

A doktori disszertációm több éves kutatómunka eredménye, melynek során számos nehézséggel szembesültem a kutatási téma kiválasztása, kijelölése, a szükséges nemzetközi és hazai szakirodalom feltérképezése, szintetizálása, a kutatói kérdések megfogalmazása, valamint az empirikus részben alkalmazott módszertan tekintetében. Bár a doktori kutatómunka alapvetően önálló munka, saját esetemből is tudom, hogy témavezetőim, tanszéki-, intézeti kollégák, PhD hallgatótársaim tanácsai, útmutatásai nélkül ez a disszertáció nem születhetett volna meg.

Elsőként témavezetőmnek és mentoromnak, Dr. Aubert Antalnak szeretném kifejezni köszönetem és hálám az elmúlt években nyújtott szakmai iránymutatásért, biztatásért, segítségnyújtásért és konstruktív kritikáiért. Köszönöm, hogy már egyetemi éveim kezdete óta folyamatosan figyelemmel kísérte munkámat, inspirált több, mindkettőnk számára izgalmas és kedvenc témában való elmélyülésre. Maradandó élményt jelentenek a közös kutatások, terepgyakorlatok, hazai és nemzetközi konferenciákon való részvételek. Felejthetetlenek a közös szakmai kirándulások, amelyek a szakmaiságon túl szemléletformáló események is voltak számomra. Megtisztelő volt, hogy csatlakozhattam a témavezetőm által koordinált „EFOP-3.6.2-16-2017-00017 – Fenntartható, intelligens és befogadó városi modellek” c. projekthez, melynek keretében anyagi és szakmai támogatást kaptam.

Köszönet másik témavezetőmnek, Dr. Jónás-Berki Mónikának is, aki elindított a kutatási utamon és segítséget nyújtott számomra a kezdeti munkám során. Hálás vagyok, hogy az elmúlt években is kitartott mellettem.

Köszönettel tartozom a Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktori Iskola korábbi és jelenlegi vezetőjének, Dr. Dövényi Zoltánnak és Dr. Geresdi Istvánnak, akik biztosították számomra a kutatás részeredményeimnek bemutatásához szükséges feltételeket. Mindkettőjüknek köszönöm, hogy támogattak akkor is, amikor egyéb okok miatt megakadtam a munkámban. Ezen felül köszönet illeti a Pécsi Tudományegyetem Doktorandusz Önkormányzatát, hiszen az elnyert ösztöndíjak révén számtalan szakmai rendezvényen volt szerencsém részt venni, melyek jelentős mértékben hozzájárultak a kutatás előrehaladásához.

Kiemelten szeretném megköszönni Dr. Szeidl Klaudia és Závodi Bence doktorandusz társaim kutatói éveim alatt nyújtott támogatását, bátorítását, a konferenciákhoz kapcsolódó felejthetetlen hangulatot és élményeket, illetve az inspiráló beszélgetéseket, „brain stormingokat”, valamint nem utolsó sorban a térképeket.

Végezetül hálásan köszönöm szűkebb családomnak, hogy a tanulmányaim alatt mindvégig támaszt nyújtottak, biztattak és motiváltak a kutatások sikeres elvégzésében.

## 10. Irodalomjegyzék

- Albert Tóth, A. (2016). Fenntarthatóság és környezetvédelem a szállodaiparban. *Területfejlesztés és Innováció*, 3, 16-29.
- Andres, B. d. (2021). *Bemutatjuk a Fenntartható utazás programot*. Letöltve: booking.com:  
<https://partner.booking.com/hu/sugo/%C3%BAmutat%C3%B3k/tan%C3%BAs%C3%ADtv%C3%A1ny-beszerz%C3%A9se> 2022. december 07.
- Armstrong, R., & Responsible Tourism Matters. (2016). Modern slavery: risks for the UK hospitality industry. (H. Goodwin, & X. Font, Eds.) *Progress in Responsible Tourism*, 5(1), 67-78.
- Atkinson, D. R., Lowe, S., & Matthews, L. (1995). Asian-American Acculturation, Gender, and Willingness to Seek Counseling. *Journal of Multicultural Counseling and Development*, 23(3), 130-138. doi:10.1002/j.2161-1912.1995.tb00268.x
- Aubert, A., Horváth, A., Jónás-Berki, M., & Szeidl, K. (2016). A szociálturizmus átalakulása Magyarországon: az orfűi desztináció. In I. Pajtókné Tari, & A. Tóth (Ed.), *Magyar Földrajzi Napok 2016 : konferenciakötet : VIII. Magyar Földrajzi Konferencia, XVI. Geográfus Doktoranduszok Országos Konferenciája, Oktatásmódszertani és Földrajztanári Konferencia* (pp. 663-675). Eger: Magyar Földrajzi Társaság, Agria Geográfia Alapítvány, Eszterházy Károly Egyetem.
- Aubert, A., Horváth, A., Jónás-Berki, M., & Szeidl, K. (2017). A Dél-dunántúli régió turizmusa az 1990 és a 2015 közötti időszakban: Leszakadás és differenciálódás. *KÖZÉP-EURÓPAI KÖZLEMÉNYEK*, 10, 73-90.
- Aubert, A., Szabó, G., Jónás-Berki, M., Horváth, A., Szeidl, K., Kocsor, Z., & Raffay, Z. (2018). New Directions and Solutions in Ecotourism in Hungary. (D. Šimić, J. Pizzera, & W. Fischer, Eds.) *Grazer Schriften der Geographie und Raumforschung*(48), pp. 71-82.
- Baum, T. (2015). Human resources in tourism: Still waiting for change? – A 2015 reprise. *Tourism Management*, 50, 204-212. doi:10.1016/j.tourman.2015.02.001

- Baum, T., Kralj, A., Robinson, R. N., & Solnet, D. J. (2016). Tourism workforce research: A review, taxonomy and agenda. *Annals of Tourism Research*, *60*, 1-22. doi:10.1016/j.annals.2016.04.003.
- Bradić, M., Kosar, L., Djeri, L., Vukosav, S., & Garača, V. (2017). Eco-labelling of accomodation facilities and its perception by rural tourists:case study of Vojvodina. *Economics of Agriculture*, *64*(1), 205-2019. doi:10.5937/ekoPolj1701205B.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: AnEvolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, *1*, 1-5. doi:10.1080/09669589309450696
- Breda, Z., & Costa, C. (2005). Safety and Security Issues Affecting Inbound Tourism in the People's Republic of China. In Y. Mansfeld, & A. Pizam (Eds.), *Tourism, Safety and Security: From Theory to Practice* (pp. 187-209). Burlington (USA) - London (UK): Butterworth-Heinemann.
- Brown, C. B. (2015). Tourism, crime and risk perception: An examination of broadcast media's framing of negative Aruban sentiment in the Natalee Holloway case and its impact on tourism demand. *negative Aruban sentiment in the Natalee Holloway case and its impact on tourism demand*, *16*, 266-277. doi:10.1016/j.tmp.2014.12.001
- Bučar, K., Van Rheenen, D., & Hendija, Z. (2019). Ecolabelling in tourism: The disconnect between theory and practice. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, *67*(4), 365-374. Letöltve: <https://hrcak.srce.hr/230634>
- Burgen, S. (2017). Barcelona anti-tourism activists vandalise bikes and bus. *The Guardian*. Letöltve: <https://www.theguardian.com/world/2017/aug/01/barcelona-anti-tourism-activists-vandalise-bikes-and-bus> 2017.augusztus 03.
- Butler, R. (2015). Sustainable tourism: Paradoxes, inconsistencies and a way forward. In M. Hughes, D. Weaver, & C. Pforr (Eds.), *The Practice of Sustainable Tourism: Resolving the Paradox* (1st ed., pp. 66-80). London: Routledge. doi:10.4324/9781315796154
- Butler, R. W. (1993). Tourism – an Evolutionary Perspective. In J. G. Nelson, R. Butler, & G. Wall (Eds.), *Tourism and sustainable development: monitoring, planning,*

*managing* (pp. 27-43). Waterloo: University of Waterloo & Heritage Resources Centre, Department of Geography Publications Series, (37).

- Cañellas, M. A. (2016. 04. 12). *Tourism minister plays down "tourismphobia" anxieties*.  
Letöltve: Majorca Daily Bulletin:  
<https://www.majorcadailybulletin.com/news/local/2017/03/09/47196/tourism-minister-plays-down-tourismphobia-anxieties.html> 2016. 08. 20.
- Cevik, S. (2022). Going Viral: A Gravity Model of Infectious Diseases and Tourism Flows. *Open Economies Review*, 33, 141-156. doi:10.1007/s11079-021-09619-5
- Chua, B.-L., Al-Ansi, A., Lee, M. J., & Han, H. (2021). Impact of health risk perception on avoidance of international travel in the wake of a pandemic. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 985-1002. doi:10.1080/13683500.2020.1829570
- Cui, F., Liu, Y., Chang, Y., Duan, J., & Li, J. (2016). An overview of tourism risk perception. *Natural Hazards: Journal of the International Society for the Prevention and Mitigation of Natural Hazards*, 82(1), 643-658. doi:10.1007/s11069-016-2208-1
- Csapó, J., & Töröcsik, M. (2019). Turizmus és biztonság: a magyar lakosság utazási szokásaihoz köthető, biztonsággal kapcsolatos attitűdök reprezentatív vizsgálata. *Turizmus Bulletin*, 19(3), 13-20.
- Csapó, J., Szabó, G., & Szabó, K. (2015). From Eco-Lodges to Baranya Greenway: Innovative Rural Tourism Product Brands in South Transdanubia. *ACTA GEOGRAPHICA UNIVERSITATIS COMENIANAE*, 59(2), 203-2017.
- Dávid, L. (2007). *Turisztikai erőforrások: A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása*. Budapest: Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt.
- Dávid, L., Vargáné Csobán, K., Kovács, G., & Vasa, L. (2012). *Turizmusökológia: zöldülő turizmus-fenntartható turizmusfejlesztés*. Budapest: Szaktudás Kiadó Ház.
- Dél-Dunántúli Ökoturisztikai Klaszter. (2022). *Dél-Dunántúli Ökoturisztikai Klaszter Ökoturisztikai Minősítési Rendszer*. Letöltve: Dél-Dunántúli Ökoturisztikai Klaszter:

[https://www.gyeregyalog.hu/dox/okoturisztikai\\_minosites/okoturisztikai\\_minosites\\_i\\_rendszer2013.pdf](https://www.gyeregyalog.hu/dox/okoturisztikai_minosites/okoturisztikai_minosites_i_rendszer2013.pdf)

- Devine, F., Baum, T., Hearn, N., & Devine, A. (2007). Cultural diversity in hospitality work: the Northern Ireland experience. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(2), 333-349. doi:10.1080/09585190601102596
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *Travel and Tourism Research Association's Sixth Annual Conference Proceedings* (pp. 195-198). San Diego, USA: Travel Research Association.
- ECOTRANS. (2022. július 19). *Tourism2030 DestiNet SERVICES*. Letöltve: GREEN TRAVEL MAPS: <https://destinet.eu/market-place/green-travel-maps>
- Edgell, D. L., & Swanson, J. (2018). *Tourism Policy and Planning - Yesterday, Today, and Tomorrow* (3rd ed.). London: Routledge. doi:10.4324/9781351033541
- ENSZ Környezet és Fejlődés Világkonferencia. (1993). *Feladatok a XXI. századra : Az ENSZ Környezet és Fejlődés Világkonferencia dokumentumai*. (B. Miklós, Ed., & H. Judit, Trans.) Budapest: Föld Napja Alapítvány.
- Európai Parlament. (2021, március 25). *Az Európai Parlament 2021. március 25-i állásfoglalása „A fenntartható turizmusra vonatkozó uniós stratégia létrehozása” témájáról (2020/2038(INI))*. Letöltve: Európai Parlament: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109\\_HU.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109_HU.html)
- European Commission. (2022, július 15). *European Commission*. Letöltve: The EU Ecolabel Tourist Accommodation Catalogue: <http://ec.europa.eu/ecat/hotels/en/list>
- Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2003). The Effect of Risk Perceptions on Intentions to Travel in the Aftermath of September 11, 2001. In M. C. Hall, D. J. Timothy, & T. D. Duval, *Safety and Security in Tourism* (1st ed., pp. 19-37). New York: Routledge. doi:10.4324/9780203049464
- Freyer, W., & Schroder, A. (2007). Tourism and Terrorism: an Analytical Framework with Special Focus on the Media. In E. Laws, B. Prideaux, & K. Chon (Eds.), *Crisis management in tourism* (pp. 129-141). Wallingford, England: CABI.

- Friedman, M. (1970. szeptember 13). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits . *The New York Times*. Letöltve: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html> 2022.december 17.
- Gonda, T. (2017). *A „tájzabálótól” a tudatos turistáig: A környezettudatosság erősödése a turizmusban (From “landscape eaters” to environment conscious tourists: The strengthening of environment consciousness in tourism*. Szekszárd: Pécsi Tudományegyetem Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar.
- Gonda, T. (2022). *Alternatív turizmus*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Gonda, T., Raffay, Z., & Spiegler, P. (2016). Az ökoturizmus fejlesztési lehetőségei és irányai a Dél-Dunántúli Ökoturisztikai Klaszter eredményei tükrében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 1(1), 4-18.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible Tourism-Using Tourism for Sustainable Development* (2. ed.). Oxford, UK: Goodfellow Publishers Ltd. doi:10.1080/14616688.2017.1283644
- Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism. *Responsible Tourism Partnership Working Paper*, 4. Letöltve: <https://haroldgoodwin.info/wp-content/uploads/2020/08/rtpwp4overtourism012017.pdf>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, M. C. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. doi:10.1080/09669582.2020.1758708
- Gu, H., & Wall, G. (2006). SARS in China: Tourism impacts and market rejuvenation. *Tourism Analysis*, 11(6), 367-379. doi:10.3727/108354206781040731
- Gyurácz-Németh, P. (2014). A magyar szállodák környezettudatos innovációi. *Turizmus Bulletin*, 16(3-4), 68-75.
- Hajnal, K., Hársas, P., & Kékesi, S. (2009). Felelős együttműködés a helyi gazdaságban és a helyi közösségben formálódó falusi turizmus Palkonya példáján. In A. Aubert, & M. Berki (Eds.), *Örökség és turizmus* (pp. 329-337). Pécs: Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi Intézet.



- Hall, M. C., Timothy, D., & Duval, T. D. (2012). *Safety and security in tourism: Relationships, management, and marketing*. London: Taylor and Francis.
- Hamer, D. H., & Connor, B. A. (2004). Travel Health Knowledge, Attitudes and Practices among United States Travelers. *Journal of Travel Medicine*, 11(1), 23-26. doi:10.2310/7060.2004.13577
- Happ , É. (2014). Fenntartható turizmus és felelősségvállalás. *Gazdaság & Társadalom*(1), 90-101. doi:10.21637/GT.2014.1.07
- Henderson, J. C. (2007). *Tourism Crisis: causes, consequences and management*. Oxford: Butterworth Heinemann-Elsevier.
- Herman Ottó Intézet Nonprofit Kft. (2022. 04 20). *Pályázati tájékoztató*. Letöltve:: Az EU ökocímkeről: [https://okocimke.hu/sites/default/files/2022-03/palyazati\\_tajekoztato\\_unios.pdf](https://okocimke.hu/sites/default/files/2022-03/palyazati_tajekoztato_unios.pdf)
- Hopkins, M. (2007). *Corporate Social Responsibility and International Development - Is Business the Solution?* London, UK: Earthscan.
- Horváth , A., & Raffay, Z. (2020). A turisztikai szolgáltatók környezettudatossága a Dél-Dunántúlon. In A. Aubert, A. Mókusné Pálfi, & G. Nod (Eds.), *Esettanulmányok a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióból* (pp. 39-51). Pécs: PTE TTK Földrajzi és Földtudományi Intézet Turizmus Tanszék.
- Horváth, A. (2017). Turisztikai szolgáltatók környezeti és társadalmi felelősségvállalása Dél-Dunántúli esettanulmányok példáján. In N. Kiglics (Ed.), *II. Turizmus és Biztonság Nemzetközi Tudományos Konferencia* (pp. 279-286). Nagykanizsa: Pannon Egyetem Nagykanizsai Campus. Retrieved from [http://www.uni-pen.hu/files/konferencia/2017/Teljes\\_konf\\_tanulmanykotet.pdf](http://www.uni-pen.hu/files/konferencia/2017/Teljes_konf_tanulmanykotet.pdf)
- Horváth, A. (2018). A magyarországi horvát nemzetiségi értékek megjelenése a turizmusban. In L. B. Alpek (Ed.), *Földrajz, diverzitás, csomópontok : Tanulmánykötet a 70 éves Dövényi Zoltán professzor tiszteletére* (pp. 177-188). Pécs: Publikon Kiadó.

- Horváth, A. (2019). The Analysis of the Eco-Touristic Accommodation Labelling in Hungary and Croatia. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(1-2), 114-121. doi:10.15170/TVT.2019.04.ksz1-2.10
- Horváth, A., & Jónás-Berki, M. (2018). Environmental and Social Responsibility Supplemented with Green Case Studies from the Side of the Tourism Service Providers. *TURIZAM: International Scientific Journal*, 22(2), 52-62. doi:10.5937/22-17527
- Horváth, A., & Lopatny, M. L. (2022). Tourism security and taking Responsibility in the shadow of the COVID19 Pandemic- Who is Responsible? *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 40(1), 292-301. doi:10.30892/gtg.40135-831
- Horváth, A., & Raffay, Z. (2018). Environmental responsibility by the tourism service providers of South Transdanubia. In M. Obralić, & V. Milojica (Ed.), *International Conference on Economic and Social Studies (ICESoS'18) : "Regional Economic Development - Contemporary Trends in Tourism and Hospitality Industry in the Balkan Region"* Proceedings Book (pp. 167-178). Sarajevo, Bosnia-Herzegovina: International Burch University.
- Hua, N., Li, B., & Zhang, T. (. (2020). Crime research in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1299-1323. doi:10.1108/IJCHM-09-2019-0750
- ICC Framework for Responsible Environmental Marketing Communications*. (2019. december 5). Forrás: ICC - International Chamber of Commerce: <https://iccwbo.org/publication/icc-framework-for-responsible-environmental-marketing-communications-2/>
- International Conference on Responsible Tourism in Destinations. (2002). The Cape Town Declaration. Cape Town. Letöltve: <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/> 2017. augusztus 14.
- International Hotels Environment Initiative. (n.d.). *International Hotels Environment Initiative History*. Letöltve: <http://www.ihai.org/about-us/history/> 2017. július 10.
- International Labour Organization (2021). *ILO Global Estimates on International Migrant Workers-Results and Methodology*. Geneva: International Labour Office. Letöltve:

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_808935.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_808935.pdf)

International Labour Organization, I. (2022). *World Employment and Social Outlook: Trends 2022*. Geneva: International Labour Office. Letöltve: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_834081.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_834081.pdf)

Istarska Županija. (2022, Február 28). *Eco Domus- Program cetificiranja Eco-friendly smještaja na području Istarske županije*. (I. ž.-R. Istriana, Ed.) Letöltve: Istarska županija - Regione Istriana: [https://www.istra-istria.hr/fileadmin/urednici/Turizam/Eco\\_Domus\\_-\\_Kriteriji\\_2020.pdf](https://www.istra-istria.hr/fileadmin/urednici/Turizam/Eco_Domus_-_Kriteriji_2020.pdf) 2022. március 5

J.R. Brent, R., & Crouch, G. I. (2003). The Sustainable Destination. In R. J.R.Brent, & C. Geoffrey I., *The Competitive Destination-A Sustainable Tourism Perspective* (old.: 33-49). Cambridge, USA: CABI Publishing.

Janta, H., & Ladkin, A. (2009). Polish Migrant Labor in the Hospitality Workforce: Implications for Recruitment and Retention. *Tourism Culture & Communication*, 9(1-2), 5-15. doi:10.3727/109830409787556693

Janta, H., Ladkin, A., Brown, L., & Lugosi, P. (2011). Employment experiences of Polish migrant workers in the UK hospitality sector. *Tourism Management*, 32(5), 1006-1019. doi:10.1016/j.tourman.2010.08.013

Jonas, A., Mansfeld, Y., Paz, S., & Potasman, I. (2011). Determinants of Health Risk Perception Among Low-risk-taking Tourists Traveling to Developing Countries. *Journal of Travel Research*, 50(1), 87-99. doi:10.1177/0047287509355323

Joppe, M. (2012). Migrant workers: Challenges and opportunities in addressing tourism labour shortages. *Tourism Management*, 33(3), 662-671. doi:10.1016/j.tourman.2011.07.009

King-Hill, S. (2015). Critical analysis of Maslow's hierarchy of need. *STeP Journal (Student Teacher Perspectives)*, 2(4), 54-57.

- Kovács, B. D., & Schmidt, F. (2015). Borwellness szolgáltatások megjelenése hazánk turisztikai kínálatában. In V. Oroszi, *Szőlő, bor, turizmus-Tanulmányok a szőlészet, borászat és a borturizmus témaköréből.* (pp. 126-140). Pécs: PTE Kultúratudományi Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar.
- Kovács, G. (2018). Responsibility Vs. Star-Related CSR in the Hungarian Hotel Sector. In A. Papathanassis, S. Katsios, & N. R. Dinu (Eds.), *Yellow Tourism. Crime and Corruption in the Holiday Sector* (pp. 227-233). Cham, Németország: Springer International Publishing Cham. doi:10.1007/978-3-319-94664-1\_14
- Kovács, G. (2020). A posztmodern turizmus fenntarthatóságának kérdései, a társadalmi felelősségvállalás vizsgálata a szálloda-és vendéglátóipar területén. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, Földtudományi Doktori Iskola. Letöltve: <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23571/kovacs-gyongyi-phd-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y> 2020. december 27
- Kovács, G., & Benkő, B. (2019). Az etikátlan gyakorlatok vizsgálata a szálloda- és vendéglátóiparban: A "Yellow Tourism" elmélet létjogosultsága Magyarországon. In Á. Kátay, G. Michalkó, & T. Rátz (Eds.), *Turizmus 3.0* (Vol. 10, pp. 168-180). Orosháza, Budapest, Magyarország: Kodolányi János Egyetem, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság.
- Kővári, I. (2012). Egy fogalom látványos karrierje: A turizmusbiztonság fogalmának átalakulása az elmúlt évtizedekben. In A. Aubert, L. Gyuricza, & Z. Huszti (Eds.), *A kultúra turizmusa a turizmus kultúrája* (pp. 467-478). Pécs: IDRResearch Kft. : Publikon.
- Krippendorf, J. (1984). *Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen* (első ed.). Zürich: Orell Füssli.
- Krippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- KSH (2021. január 1). *Magyarország 50 legnépesebb települése*. Letöltve: ksh.hu: [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/fo/fo/fo0014.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/fo/fo/fo0014.html) 2022. június 20
- KSH (2022. 08 26). *Helyzetkép 2021- Turizmus-vendéglátás*. Letöltve: Központi Statisztikai Hivatal: <https://ksh.hu/s/helyzetkep-2021/#/kiadvany/turizmus-vendeglatas/a-vendegejszakak-szamanak-valtozasa-az-elozo-evihez-kepest-a>

turisztikai-regiokban-valamint-a-legtobb-vendegejszakat-regisztralo-telepulesek-  
2021 2022.09.10.

KSH (2021). *Interaktív térképek-Kereskedelmi szálláshelyek*. Letöltés dátuma: 2021. 12  
18, forrás: Központi Statisztikai Hivatal:  
<https://www.ksh.hu/interaktiv/kersza/szallashelyek.html>

Lanza, A., Markandya, A., & Pigliaru, F. (2005). *The Economics of Tourism and Sustainable Development*. (A. Lanza, A. Markandya, & F. Pigliaru, szerk.)  
Northampton: Edward Elgar Publishing.  
doi:<https://doi.org/10.4337/9781845426781>

Lengyel, M. (2004). *A turizmus általános elmélete*. Budapest: Heller Farkas Gazdasági és  
Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája.

Lew, A. A., Ng, P. T., Ni, C.-c. & Wu, T.-c. (2016). Community sustainability and  
resilience: similarities, differences and indicators. *Tourism Geographies*, 18-27.  
doi:10.1080/14616688.2015.1122664

Lőrincz, K., & Sulyok, J. (2017). *Turizmusmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó.  
doi:<https://doi.org/10.1556/9789634540601>

Marušić, Z., Čorak, S., Ivandić, N., Beroš, I., & Ambrušec, M. (2020). *Hrvatska 2019:  
Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*. Tomas. Zagreb: Institut za turizam.  
Retrieved from [http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-  
Hrvatska-2019.pdf](http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf)

Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.  
Retrieved from <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>

Mátyás, S., Németh, J., & Ritecz, G. (2020). A turizmusbiztonság társadalmi és gazdasági  
összefüggéseinek statisztikai vizsgálata. *Területi Statisztika*, 60(5), pp. 567-580.  
doi:10.15196/TS600503

McKercher, B., & Chon, K. (2004). The Over-Reaction to SARS and the Collapse of Asian  
Tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 716-719.  
doi:10.1016/j.annals.2003.11.002

- Michalkó, G. (2004). *A turizmuselmélet alapjai*. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola.
- Michalkó, G. (2012). *Turizmológia: elméleti alapok*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Michalkó, G. (2020). A biztonság szerepe a turizmus rendszerében. In G. Michalkó, J. Németh, & G. Ritecz (Eds.). Budapest: Dialóg Campus.
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, *111*(B), 461-470. doi:10.1016/j.jclepro.2014.12.062
- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, *84*, 103025. doi:10.1016/j.annals.2020.103025.
- Milano, C. (2017). *Overtourism y Turismofobia. Tendencias globales y contextos locales*. Ostelea School of Tourism & Hospitality. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality. Letöltve: <https://portalrecerca.uab.cat/en/publications/overtourism-y-turismofobia-tendencias-globales-y-contextos-locales> 2022. november 3
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *16*(3), 551-564. doi:10.25145/j.pasos.2018.16.041
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2019). *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel & tourism*. (C. Milano, J. M. Cheer, & M. Novelli, Eds.) Wallingford: CABI.
- MSZÉSZ. (2022. július 18). *ZÖLD SZÁLLODA 2023-24 PÁLYÁZAT*. Letöltve: [hah.hu: https://www.hah.hu/palyazatok/zold-szalloda/zold-szalloda-2023-24-palyazat/](http://www.hah.hu/palyazatok/zold-szalloda/zold-szalloda-2023-24-palyazat/)
- MTÜ. (2017). *Magyar Turisztikai Ügynökség*. Retrieved február 5, 2018, from Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0: <https://mtu.gov.hu/cikkek/strategia>
- Nagy, I. (2012). A Nyugat-Balkán régió természeti erőforrásai és környezeti problémái. *Magyar Tudomány*, *173*(4), 442-456. <http://www.matud.iif.hu/2012/04/06.htm>

- Nieuwenkamp, R. (2016, január 22). *Corporate Social Responsibility is dead! What's next?* Retrieved december 17., 2022, from oecdinsights.org: <https://www.oecd-forum.org/2016/01/22/2016-csr-is-dead-whats-next>
- Onsøyen, L. E., Mykletun, R. J., & Steiro, T. J. (2009). Silenced and Invisible: The Work-experience of Room-attendants in Norwegian Hotels. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(1), 81-102. doi:10.1080/15022250902761462
- Page, S. J. (2007). Managing the visitor and their impacts. In S. J. Page, *Tourism Management* (2.. kiad., old.: 379-457). Oxford: Elsevier Ltd.
- Péter, E., Németh, K., & Lelkóné Tollár, I. (2018). Turizmusbiztonság, mint újonnan felmerülő fogyasztói igény. *Turizmus Bulletin*, 18(2), pp. 30-37. [https://mtu.gov.hu/documents/prod/TB-2018-2\\_1.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/TB-2018-2_1.pdf)
- Petrić, L. (2003). Turizam i njegov utjecaj na razvoj. In L. Petrić, *Osnove turizma* (old.: 124-146). Split: Ekonomski fakultet.
- Pizam, A. (1999). A comprehensive approach to classifying Acts of crime and violence at tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 38(1), 5-12.
- Pizam, A. (2002). Editorial: Tourism and Terrorism. *International Journal of Hospitality Management*, 1-3.
- Pizam, A. (2002). Tourism and terrorism. *International Journal of Hospitality Management*, 21, 1-3.
- Pizam, A., & Fleischer, A. (2002). Severity versus Frequency of Acts of Terrorism: Which Has a Larger Impact on Tourism Demand? *Journal of Travel Research*, 40(3), 337-339. doi:10.1177/0047287502040003011
- Plüss, C., Zotz, A., Monshausen, A., & Kühhas, C. (2016). *Sustainability in tourism - A guide through the label jungle*. Vienna-Basel-Saarbrücken-Berlin: Naturefriends International, arbeitskreis tourismus & entwicklung, ECOTRANS e. V., Bread for the World – Protestant Development Service.
- Putzkó, L., & Rátz, T. (2002). *A turizmus hatásai* (3. átdolgozott ed.). Budapest: Aula Kiadó Kft.

- Rátz, T., & Putzkó, L. (1998). Rural Tourism and Sustainable Development in Hungary. In D. Hall, & L. O'Hanlon (Ed.), *Rural Tourism Management: Sustainable Options* (pp. 450-464). Auchincruive: Scottish Agricultural.
- Responsible Travel, n. (2023.. 01. 05.). *Holiday types*. Forrás: Responsible Travel: <https://www.responsibletravel.com/types/>
- Rittichainuwat, B. N., & Chakraborty, G. (2008). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 410-418. doi:10.1016/j.tourman.2008.08.001
- Schmidt, F. (2017. április 15). *Crocus Resort & Wine Spa*. Forrás: Crocus Resort & Wine Spa: <https://crocus-hotel.gere.hu/>
- SUSTAIN - T. (2017). Fenntartható turizmus hálózatosodás és együttműködések kialakításával. Letöltve:[http://www.sustain-t.eu/SustainTPlatform/uploads//Sustain-T\\_M1\\_HU.pdf](http://www.sustain-t.eu/SustainTPlatform/uploads//Sustain-T_M1_HU.pdf) 2022. július 10
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. New York: CABI Publishing.
- Swinton, S. M. (2001). Strategies for Sustainable Development of Less-Favored Areas: Discussion. *American Journal of Agricultural Economics*, 83(5), 1241-1242.
- Szabó, G., & Spiegler, P. (2008). A tájkímélő szelíd turizmus lehetőségei a Dél-Dunántúlon. In P. Csorba, & I. Fazekas, *Tájkutatás-Tájökológia* (pp. 479-486). Debrecen: Meridián Alapítvány.
- Tarlow, P. E. (2006). Terrorism and tourism. In J. Wilks, D. Pendergast, & P. Leggat (Eds.), *Tourism in turbulent times towards safe experiences for visitors* (pp. 80-92). Oxford: Elsevier.
- Tarlow, P. E. (2011). Crime and Tourism. In J. Wilks, D. Pendergast, & P. Leggat (Eds.), *Tourism in turbulent time (Towards Safe Experience for Visitors)* (2 ed.), pp. 93-101). London: Elsevier.
- Tokodi, P. (2022). A Magyarországra érkező külföldiek turizmusbiztonsággal kapcsolatos percepciói. *Turizmus Bulletin*, 22(2), 14-26. doi:10.14267/TURBULL.2022v22n2.2



- Tőkés, T., & Lenkey, G. (2019). A turizmus fejlődése korunk geopolitikai és geoökonómiai történéseinek függvényében. In Á. Kátay, G. Michalkó, & T. Rátz (Eds.), *Turizmus 3.0 Turizmus Akadémia 10* (pp. 15-26). Orosháza-Budapest: Kodolányi János Egyetem, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság.
- United Nations (UN). (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development A/RES/70/1. New York: United Nations. Retrieved from <https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf>
- United Nations (UN). (n.d.). *Communications materials*. Letöltve: United Nations Sustainable Development: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material/> 2022. augusztus 10
- United Nations (UN). (n.d.). *Future We Want - Outcome document*. Letöltve: UN Sustainable Development: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?menu=1298> 2022. augusztus 30.
- UNEP, & WTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable- A Guide for Policy Makers*. Paris-Madrid: United Nations Environment Programme & World Tourism Organization.
- UNEP (1996). *Awards for improving the coastal environment : the example of the blue flag*. Paris, Madrid, Copenhagen: UNEP ; WTO ; Foundation for Environmental Education in Europe. Letöltve: <https://digitallibrary.un.org/record/241910>
- United Nations, U. (1992). Agenda 21. *United Nations Conference on Environment & Development* (p. 351). Rio de Janeiro: United Nations. Letöltve: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf> 2022. január 12.
- UNWTO. (2001). *Global Code of Ethics for Tourism*. Madrid: UNWTO. Letöltve: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> 2017. 07 25
- UNWTO. (2022. július 17). *UNWTO*. Letöltve: Hotel Energy Solutions: [http://www.hes-unwto.org/hes\\_4/microsite/index.php?LangID=1](http://www.hes-unwto.org/hes_4/microsite/index.php?LangID=1) 2022. július 17

- UN Department of Economic and Social Affairs. (2022, január). World Economic Situation and Prospects 2022. *World Economic Situation and Prospects (WESP)*, p. 232. doi:10.18356/9789210011839
- WCED (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press. Letöltve: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> 2016.11.17.
- WHO, W. (2020. 03 11). Coronavirus disease (COVID-19) pandemic-Overview. Letöltve: <https://www.who.int/europe/emergencies/situations/covid-19> 2022. december 16.,
- Wilder-Smith, A. (2006). The severe acute respiratory syndrome: Impact on travel and tourism. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 4(2), 53-60. doi:10.1016/j.tmaid.2005.04.004
- Williams, K. H. (2010). An Analysis of crime statistics to tourist areas and non-tourist areas in New Orleans. *Caesars Hospitality Research Summit*, 10, 1-9.
- World Tourism Organisation (UNWTO). (2020a). UNWTO World Tourism Barometer. *UNWTO World Tourism Barometer*, 18(1). doi:10.18111/wtobarometereng
- World Tourism Organisation, (UNWTO). (2020b). *INTERNATIONAL TOURIST NUMBERS COULD FALL 60-80% IN 2020*. UNWTO. Letöltve: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2022. november). UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex. *UNWTO World Tourism Barometer*, 20(6). doi:10.18111/wtobarometereng
- World Tourism Organization (UNWTO), Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, NHTV Breda University of Applied Sciences, & NHL Stenden University of Applied Sciences. (2018). *'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*. Madrid: UNWTO. doi:10.18111/9789284420070
- World Tourism Organization. (UNWTO) (2019). *Global Report on Women in Tourism – Second Edition*. Madrid: UNWTO. doi:10.18111/9789284420384

- World Travel & Tourism Council (WTTC) (2021). *Global Economic Impact & Trends 2021*. World Travel & Tourism Council. Retrieved from <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/economic-research/%20benchmark-reports>
- World Travel & Tourism Council (WTTC) (2022). *2022 Annual Research: Key Highlights*. WTTC. Retrieved from <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/economic-research/benchmark-reports>
- World Travel & Tourism Council, (WTTC). (2022). *2022 Annual Research: Key Highlights HUNGARY*. World Travel & Tourism Council, WTTC. Letöltve: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- World Travel and Tourism Council, World Tourism Organization, & Earth Council. (1997). *Agenda 21 for the travel & tourism industry : towards environmentally sustainable development*. Madrid: WTO.
- Yeung, R. M., & Yee, W. M. (2020). Travel destination choice: does perception of food safety risk matter? *British Food Journal*, 122(6), 1919-1934. doi:10.1108/BFJ-09-2018-0631
- Zadel, Z., Gračan, D., & Milojica, V. (2018). Beaches as a Factor in Achieving Competitiveness of a Tourist Product-Case Study: Istrian County. *Scientific Journal of Maritime Research*, 102-114. doi:10.31217/p.32.1.11
- Závodi, B., & Szabó, G. (2018). Új gócpont Pécs kulturális turizmusában: A Zsolnay Kulturális Negyed. In A. Reisinger, É. Happ, Z. Ivancsóné Horváth, & L. Buics (Ed.), *"Sport - Gazdaság - Turizmus" : Kautz Gyula Emlékkonferencia* (p. 7). Győr: Széchenyi István Egyetem.
- Zerényi, K. (2016). A Likert-skála adta lehetőségek és korlátok. *Opus et Educatio*, 3(4), 470-478. doi:10.3311/ope.39

## Ábrajegyzék

1. ábra A vizsgált témák a felelős turizmus irányelveihez illeszkedve .....	11
2. ábra Fenntartható fejlődés turizmust érintő céljai .....	14
3. ábra A fenntartható turizmus és más turizmus típusok kapcsolata swarbrooke szerint .....	17
4. ábra A felelős turizmus három pillérén nyugvó irányelvei .....	21
5. ábra A doxey-féle irridex négy fázisa .....	25
6. ábra Az overtourism konceptualizálása.....	27
7. ábra EU ecolabel minősítéssel rendelkező turisztikai szálláshelyek megoszlása országoként 2022-ben.....	37
8. ábra „Zöld szálloda” cím birtokosainak eloszlása budapest és az ország többi része között a díj 1994-es alapítása óta.....	41
9. ábra A „Zöld szálloda 2021-2022” cím birtokosainak területi eloszlása .....	42
10. ábra A „Zöld szálloda” cím birtokosainak eloszlása önálló vagy szállodalánchoz való tartozás szerint a díj alapítása óta.....	43
11. ábra „Zöld szálloda 2021-2022” cím birtokosainak eloszlása kapacitás (szobaszám) és hotelstars minősítés alapján.....	44
12. ábra KSH adatai alapján a legtöbb vendégéjszakát regisztrált települések 2021-ben.....	45
13. ábra A szálloda logója és főbejárata.....	46
14. ábra Napelemek a szálloda tetején .....	48
15. ábra Elektromos-autó töltő a szálloda parkolójában .....	48
16. ábra Megújuló energiaforrások használata a szállodákban .....	55
17. ábra A „milyen környezettudatos módszereket alkalmaz mindennapi működése során?” kérdésre érkezett válaszok.....	56
18. ábra A „kapcsolatban van az önök szállodája a helyi kisvállalkozókkal, helyi termelőkkel?” kérdésre érkezett válaszok.....	58
19. ábra A dél-dunántúli régió területén végzett vendégkörfelmérés résztvevőinek természeti környezet tisztaságához kapcsolódó elvárása és elégedettsége (n:416) .....	61
20. ábra A környezetbarát megoldások használatára vonatkozó fontossági és elégedettségi válaszok eloszlása a dél-dunántúli régió területén végzett vendégkörfelmérés résztvevőinek véleménye alapján (n:416).....	62
21. ábra Környezettudatos technológiák alkalmazásának döntéshatározó hatása a vendégkörre szálláshelyválasztás során (n:416).....	63
22. ábra Szálláshely-szolgáltató környezettudatos törekvéseinek figyelembevételének fontossága a felmérésben résztvevő vendégkör szerint (n:416) .....	64
23. ábra Felelős turisztikai szolgáltatóktól elvárt lépések hangsúlyossága a vendégkör-felmérés résztvevői szerint (n:416) .....	65

24. ábra A felmérésben résztvevők hajlandósága a magasabb költség vállalására, ha a turisztikai szolgáltatás, vagy turisztikai szolgáltató felelős turizmus irányelveinek megfelelő célokat alkalmaz (n:416).....	66
25. ábra A megkérdezettek többletköltség vállalási hajlandósága adott felelős turisztikai törekvések esetén (n:416) .....	66
26. ábra A turisztikai fenntarthatóság felelősségének megoszlása és mértéke a szektor szereplői között a vendégkörfelmérésben résztvevők szerint (n:416) .....	67
27. ábra A turizmus fenntarthatóbbá tételének felelőssége a felmérésben résztvevők válaszaiból származó magasabb és alacsonyabb pontszámok két kategóriás megoszlása alapján (n:416) 68	
28. ábra Turizmusban foglalkoztatottak számának változása 2019-2021 között az wtcc adatai alapján .....	70
29. ábra A magyar szállodák és éttermek szövetségének szálláshely szolgáltatóinak tagjai a déldunántúlon .....	72
30. ábra A szállodák munkaerővel kapcsolatos problémáinak átlagos pontszáma az 1-5-ig tartó skálán a kapott válaszok alapján (n:11).....	78
31. ábra Szálláshely szolgáltatók a személyzet lojalitásának növelése érdekében tett erőfeszítéseinek megoszlása a kérdőív válasza alapján (n:11).....	80
32. ábra Munkaerő toborzáshoz használt csatornák a válaszadó szálláshely szolgáltatók körében (n:11) .....	82
33. ábra A turizmus feltételrendszere.....	84
34. ábra A dél-dunántúli régió vendégkörének megkérdezésén alapuló kérdőíves vizsgálat eredménye a közbiztonság fontosságának megítélése kérdésben (n:416).....	103
35. ábra A válaszadókra korábban jellemző utazási motivációk (n:927).....	105
36. ábra A felmérésben résztvevők motivációja a tervezett utazásukhoz kapcsolódóan (n:927)...	106
37. ábra A felelős turizmushoz vezető lépések .....	111

## Táblázatjegyzék

1. táblázat A disszertáció vizsgálataiban szereplő kérdőívek mintaszáma, területi lefedettsége és adatgyűjtési módja.....	33
2. táblázat Ökominősítések (környezetbarát minősítések) fókusz szerinti megoszlása a turisztikai szektorban egy 2019-ben végzett keresőszó-alapú weboldalkutatás alapján .....	35
3. táblázat “Zöld szálloda” díj nyerteseinek megoszlása terület és fő tulajdonviszony (szállodalánc vagy attól független, privát egység) alapján 1995-2020 között.....	38
4. táblázat A vizsgált négy ökominősítési rendszer összehasonlítása az alkalmazott főbb kritériumcsoportjuk alapján.....	52
5. táblázat Humánpolitikai best practise a mszész gyűjtéséből.....	73
6. táblázat A kialakult járványhelyzet miatti utazási tervek lemondásának vizsgálata nemi különbség alapján (n:919) .....	90
7. táblázat A tervezett utazás elhalasztásának életkor szerinti eloszlása (n:916) .....	91
8. táblázat Az egyes biztonsággal kapcsolatos tényezők fontosságának vizsgálata az utazási döntés meghozatalakor a felmérésben résztvevők válaszai alapján (n:927).....	93
9. táblázat Az egészségbiztonsági tényező nullhipotéziséhez tartozó f próba eredménye (n:916) ..	96
10. táblázat Az iskolai végzettség, valamint annak a kapcsolata, hogy a válaszadók szerint kinek a felelőssége a turisták egészségbiztonságának megteremtése (n:926).....	100
11. táblázat A válaszadók terveiben szereplő úticélok (n:927) .....	102

## Mellékletek

### 1. melléklet

#### Kérdőív turisztikai szolgáltatóknak környezeti és társadalmi felelősségvállaláshoz (humán-erőforrás gazdálkodáshoz) kapcsolódóan

1. Hány állandó munkavállalója van?
2. Hány alkalmi munkavállalója van?
3. Hány határozott idejű foglalkoztatottal dolgozik?
4. Hány határozatlan idejű munkaszerződéssel foglalkoztatott dolgozik Önnél?
5. Jellemzően melyik korosztályhoz tartoznak munkavállalóik?

korosztály/ munkakör	Fiatal korosztály 25 év alatti	Aktívkorú korosztály 26-45 közötti	Középkorú 46-65 közötti	Nyugdíjas 65 év feletti	Nincs ilyen pozícióban jelenleg alkalmazott
housekeeping ( <i>takarító személyzet</i> )					
karbantartó					
Front Desk ( <i>recepciós</i> )					
értékesítéssel foglalkozó munkatárs					
marketingkom munikációért felelős munkatárs					
gazdasági manager ( <i>pénzügy, számvitel</i> )					
HR manager					
rendezvényszerv ezéssel foglalkozó					

munkatárs					
szálloda vezető manager (igazgató)					
Londiner, Concierge, Ajtónálló (doorman)					
séf, szakács, kukta					
felhasználó, bárpultos					
konyhai kiszolgáló, előkészítő személyzet					
sommelier					

6. A szálloda mely pozícióiban jellemző az alkalmi jellegű foglalkoztatás? (több válasz is lehetséges)

munkakör	jellemző	nem jellemző
housekeeping (takarító személyzet)		
karbantartó		
Front Desk (recepció)		
értékesítés		
marketingkommunikáció		
gazdasági manager (pénzügy, számvitel)		
HR manager		



event koordinátor		
szálloda vezető manager (igazgató)		
Londiner, Concierge, Ajtónálló (doorman)		
séf, szakács, kukta		
felszolgáló, bárpultos		
konyhai kisegítő, előkészítő személyzet		
sommelier		

7. Mi jelenleg a legfőbb napi kihívása vezetői munkája során?Vannak-e rendszeresen visszatérő, állandósult konfliktusok, kihívások vezetői munkája során? Ha igen, kérem röviden fejtse ki!
8. Az alábbi problémák mennyire érintik a szállodát? (1-5-ig skálán értékelje, 1 egyáltalán nem, 5 nagyon)

	1	2	3	4	5
munkaerő elvándorlás/munkaerő megtartás					
rendelkezésre álló munkaerő mennyisége					
munkaerő képzettsége					
munkatársak toborzása					
személyzet motiválása					
időgazdálkodás (munkarend kialakítása, szabadságok, túlórák kezelése)					

konfliktuskezelés (alkalmazottak közötti)					
stresszkezelés, munka és magánélet összehangolása					
stresszkezelés, vendég-dolgozó konfliktusok					
egyéb _____					

9. Amennyiben a munkaező megtartásával problémái vannak, ismertek-e ön előtt az okok? Kérem röviden fejtse ki személyes tapasztalatát!

10. Mely pozíciókat érintik leginkább a munkaező gondok? (több válasz is lehetséges)

munkakör	jellemző	nem jellemző
housekeeping (takarító személyzet)		
karbantartó		
Front Desk (recepció)		
értékesítés		
marketingkommunikáció		
gazdasági manager (pénzügy, számvitel)		
HR manager		
event koordinátor		
szálloda vezető manager (igazgató)		
Londiner, Concierge, Ajtónálló (doorman)		

séf, szakács, kukta		
felszolgáló, bárpultos		
konyhai kisegítő, előkészítő személyzet		
sommelier		

11. Miként próbálja ezt megakadályozni?

12. A munkavállalók lojalitása érdekében szokott-e...

	igen	nem	nem, de tervezem
(rendszeresen) béremelést adni			
teljesítmény alapján béremelést adni			
béren kívüli juttatást adni (pl. Erzsébet utalvány, SZÉP kártya)			
rendszeresen elégedettségi felmérést végezni körükben			
anonim véleménymegosztás lehetőségét biztosítani (pl. ötletláda)			
rendszeresen egyéni elbeszélgetési lehetőséget biztosítani számukra			
trénert, coachot alkalmazni			
pszichológust alkalmazni			
csapatépítő tréninget tartani (házon belül)			

csapatépítő tréninget szervezni (házon kívül)			
egyenlő esélyt biztosítani a pozíciók betöltése és a bérezés terén			
rendszeresen elismerésben részesíteni az alkalmazottakat			
rendszeresen visszajelzést adni a munkavállalónak a munkavégzésére vonatkozóan (Bármit, legalább havonta egyszer!)			
egyéb _____			

13. Támogatja-e a munkakerő továbbképzését, ha igen mely területeken?

	igen	nem	nem, de tervezem
szakmai képzés, továbbképzés			
nyelvi képzés			
számítástechnikai képzés			
gazdasági képzés			
probléma-kezelési képzés, tréning			
online-marketing képzés			
önfejlesztő tréning			
egyéb _____			

14. Munkatársai milyen földrajzi körből érkeznek jellemzően? (pl. adott település, megye, régió, ország bármely részéből) Kérjük válaszában adja meg azt is, melyik a legtávolabbi település, ahonnan munkavállalója dolgozni jár.

15. Távolabbról érkező munkavállaló esetén biztosít-e számára szállást (+ellátást)?  
igen

nem, de tervezem

nem, másképpen oldom meg

nem, ez a munkavállaló magánügye

16. Van-e szolgálati lakás vagy tervez-e ilyet létesíteni?

van

nincs

nem, de tervezem a létesítését

17. Milyen csatornákat használ a munkaerő-toborzáshoz? Kérjük értékelje ezek hatékonyságát is 1-től 5-ig tartó skálán, ahol az 1 a legkevésbé hatékony, az 5 a leginkább hatékony)

	0 (nem használom)	1	2	3	4	5
saját honlap						
sajtó - nyomtatott, szakmai						
sajtó - online, szakmai						
hirdetőoldalak						
online állásportálok						
szakmai képző intézmények						
állásbörzék						

Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat						
ajánlás (word of mouth)						
linkedin						
közösségi csatornák						
beérkező önéletrajzok alapján						
egyéb: .....						

18. Alkalmaz-e:

igen                      nem                      nem, de nem zárkózom el az ilyen jellegű foglalkoztatástól

- látássérült,
- mozgássérült
- hallássérült
- egyéb fogyatékkal élő munkatársat

19. A szálláshelyen használnak-e megújuló energiaforrásokat?

	nem használok	igen, használok fűtésre	igen, használok áramellátásra	igen, használok melegvíz-előállításra	egyéb
napkollektor					
fotovoltaikus (napelem)					
geotermikus					

szélenergia					
biomassza					
vízenergia					
egyéb					

20. A környezetbarát energetikai vagy egyéb beruházásokhoz igénybe vett-e pályázati forrásokat?

1. igen
2. nem
3. még nem, de tervezem
4. nem, anélkül kívánom megoldani
5. nincsenek ilyen terveink

21. Kapcsolatban van-e a helyi kisvállalkozókkal, termelőkkel?

	igen, rendszeresen	igen, alkalmanként	nem	nem, de tervezem
helyi kistermelők (őstermelők)				
egyéb konyhai beszállítók				
ipari kisvállalkozók				
virág/dekoráció kivitelezők				
karbantartást végző vállalkozások				
más turizmusban érintett vállalkozásokkal (fürdő, múzeum stb.)				

együttműködés (pl. ajánlás, termékcsomag kialakítása)				
helyi- a térségre jellemző - termékek árusítására lehetőséget biztosít a szálloda (helyi termékek, kézművesség)				
egyéb				

22. Ha rendelkezik ilyen kapcsolattal, kérem fejtse ki röviden az együttműködés alapját és ismertesse azt röviden (pl. beszállítói kapcsolat, vagy akár közös termékcsomagok kialakítása, annak jellege)!

23. Milyen problémákat lát a helyi termékek felhasználásában? (pl. állandó mennyiség és minőség biztosítása vendéglátásban, beszerzés rendszeressége)

24. A szálloda mindennapi működése során, milyen környezettudatos módszereket használ?

	igen, folyamatosan	igen, alkalmankor	nem	nem, de tervezem
környezetbarát tisztítószer használata				
energiatakarékos izzók használata				
energiatakarékos megoldások használata (pl. kártyával működtetett áramellátás a szobákban)				
környezetbarát textíliák használata				
szelektív hulladékgyűjtés biztosítása a szálloda területén (a vendég számára is elérhető kihelyezett gyűjtőpontok)				
a működés során keletkezett szemét szelektív gyűjtése				
hosszú élettartamú, környezetbarát eszközök beszerzése				



és használata (előállítás, fogyasztás, megsemmisítés)				
helyi, szezonális élelmiszerek megjelenése a kínálatban (pl. a kínálatban vadontermő növények (gombák, fűszerek) is szerepelnek, akár saját fűszerkertje van)				
vegyszermentes, bio élelmiszerek megjelenése a kínálatban				
olyan termékeket használ és kínál, amelyek megfelelnek a "fair trade" kereskedelem elveinek				
tevékenysége és rendezvényei a helyi közösséggel való egyeztetés alapján valósulnak meg				
figyelmet fordít a fogyatékkal élők szükségleteire és ennek megfelelően speciális szolgáltatásokat is kínál				
a speciális étrenddel rendelkező vendégek részére egyedi, választékos ételkínálatot biztosít (vegetáriánus, lisztérzékeny, tejérzékeny kínálat)				
ismeri és vendégeinek ajánlja a település és környékének látnivalóit, kulturális hagyományait, rendezvényeit, helyi termékeit, kézműveseit, természeti és kulturális attrakcióit				
víztakarékoságra törekszik, a vízfogyasztás csökkentésére intézkedéseket tesz				
törekszik minimálisra csökkenteni a káros anyagok (növényvédő szerek, festékek, fertőtlenítők, tisztítószer) használatát, helyettük környezetkímélő anyagokat használ				
egyéb				

25. Mennyire fogékonyak a vendégek a környezettudatos szemléletükre? (Figyelembe veszik-e és igénylik-e például az ilyen irányú lehetőségeket pl. törölközőcsere, áramhasználat?)

26. A környezettudatosság megjelenik-e a szálloda imázsában, marketingjében? Ha igen, hogyan?

27. Szokott-e otthont adni jótékonyági rendezvényeknek? Esetleg szervez-e ilyen jellegű rendezvényeket? Ha igen, milyen jellegű rendezvényeknek, miért?

## 2. melléklet

### KEDVES LÁTOGATÓ!

A Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Karának Turizmus Tanszéke a Dél-Dunántúli Régió három megyéjében Somogyban, Tolnában és Baranyában **kérdőívezést végez** a régiót üdülési-pihenési céllal felkeresők körében. Felmérésünk **célja**, hogy **megismerjük a látogatók utazási terveit, üdülési-kirándulási szokásait és véleményét**. A kérdőív kitöltése **önkéntes és név nélküli**, eredményeit összesítve a régió üdülési-pihenési kínálatának célirányos és hatékony fejlesztésére kívánjuk felhasználni.

**Kérjük, hogy válaszaival segítse munkánkat!**

### A PTE TTK FFI Turizmus Tanszék munkatársai

**Kivel érkezett a jelenlegi tartózkodási helyére? (Több választ is megjelölhet!)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> egyedül                          | <input type="checkbox"/> munkatársakkal        |
| <input type="checkbox"/> barátokkal                       | <input type="checkbox"/> iskolatársakkal       |
| <input type="checkbox"/> házastárral, élettárral          | <input type="checkbox"/> egyéb, éspedig: ..... |
| <input type="checkbox"/> családdal, gyerekekkel, szülővel |  |

**Csoportos vagy egyéni szervezésben érkezett?**

- csoportos  egyéni

**A Dél-dunántúli régióban él?**  igen  nem

**Hányadik alkalommal jár turisztikai, üdülési, kirándulási céllal a Dél-dunántúli régióban?**

- először  másodszor  harmadszor  negyedik vagy több alkalommal

**A régió belül milyen turisztikai térségeket keresett már fel korábban és melyeket keresi fel jelenlegi tartózkodása alatt?**

Turisztikai centrum	Járt már itt korábban	Jelenlegi utazása során felkeresi
Dunaföldvár – Paks és környéke	Igen Nem	Igen Nem
Szekszárd – Sárköz	Igen Nem	Igen Nem
Mohács – Bóly és környéke	Igen Nem	Igen Nem
Ormánság	Igen Nem	Igen Nem
Barcs – Nagyatád és környéke	Igen Nem	Igen Nem
Csurgó – Gyékényes és környéke	Igen Nem	Igen Nem
Kaposvár, Zselic	Igen Nem	Igen Nem
Dombóvár – Tamási – Simontornya és környéke	Igen Nem	Igen Nem
Szigetvár és környéke	Igen Nem	Igen Nem
Mecsek hegység	Igen Nem	Igen Nem
Pécs	Igen Nem	Igen Nem
Harkány – Siklós – Villány és környéke	Igen Nem	Igen Nem
Marcali – Igal – Tab környéke	Igen Nem	Igen Nem

**Mi jut eszébe, ha a Dél-dunántúli régióra gondol?**

.....  
.....

**Hány éjszakát tölt el jelenlegi utazásakor a Dél-dunántúli régióban?**  éjszakát

**Hányadik napja pihen, üdül, kirándul jelenleg a Dél-dunántúli régióban?**  napja

**Milyen szálláshelyet vesz igénybe jelenlegi utazása során? (Több választ is megjelölhet!)**

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> szálloda | <input type="checkbox"/> fizetővendéglátó                              |
| <input type="checkbox"/> apartman | <input type="checkbox"/> közösségi szálláshely (kollégium, turistaház) |
| <input type="checkbox"/> panzió   | <input type="checkbox"/> barát, rokon lakása                           |
| <input type="checkbox"/> kemping  | <input type="checkbox"/> falusi szálláshely                            |
| <input type="checkbox"/> üdülőház | <input type="checkbox"/> egyéb, éspedig:.....                          |

**Melyik településen/településeken található a szálláshelye?**

.....

**Mi jelenlegi utazásának célja? (Több választ is megjelölhet!)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> városlátogatás                               | <input type="checkbox"/> tanulás, tanulmányút                                      |
| <input type="checkbox"/> pihenés, feltöltődés                         | <input type="checkbox"/> rendezvényen való részvétel (pl. fesztivál, hangverseny)  |
| <input type="checkbox"/> természetjárás                               | <input type="checkbox"/> egészségügyi vagy szépcsészeti szolgáltatás igénybevétele |
| <input type="checkbox"/> wellness kikapcsolódás                       | <input type="checkbox"/> gyógyfürdő felkeresése                                    |
| <input type="checkbox"/> gasztronómia                                 | <input type="checkbox"/> vallási motiváció   |
| <input type="checkbox"/> kulturális élmények szerzése                 | <input type="checkbox"/> bevásárlás  |
| <input type="checkbox"/> rokon, barát meglátogatása                   | <input type="checkbox"/> helyi termék vásárlása                                    |
| <input type="checkbox"/> üzleti út                                    | <input type="checkbox"/> egyéb, éspedig: .....                                     |
| <input type="checkbox"/> konferencia-részvétel                        |  |
| <input type="checkbox"/> sport és hobbi (kerékpározás, vízi turizmus) |  |

**Mely településeket látogatja meg jelenlegi útja során?**

Soroljon fel három nevezetességet, attrakciót, amelyet *jelenlegi látogatása* során felkeres! Kérjük, hogy az Ön számára meghatározó fontossági sorrendben sorolja fel őket!

1. ....
2. ....
3. ....

Honnan/Hogyan tájékozódott *jelenlegi utazása* során? Milyen gyakorisággal vette igénybe az egyes tájékozdási módokat? Mely tájékozdási módokat használta, és jellemzően mikor?  
(1 – egyáltalán nem használom 5 – rendszeresen használom)

Tájékozdás módja	Milyen gyakorisággal veszi igénybe?					Utazás előtt használom	Utazás alatt használom	Utazás előtt és alatt is
	1	2	3	4	5			
szórólap, prospektus						előtt	alatt	előtt és alatt is
TV reklám						előtt	alatt	előtt és alatt is
utazási vásár						előtt	alatt	előtt és alatt is
útikönyv						előtt	alatt	előtt és alatt is
utazási iroda						előtt	alatt	előtt és alatt is
Tourinform iroda						előtt	alatt	előtt és alatt is
újságban, magazinban megjelent leírás						előtt	alatt	előtt és alatt is
rokon, ismerős ajánlása						előtt	alatt	előtt és alatt is
korábbi tapasztalat						előtt	alatt	előtt és alatt is
célterület honlapja						előtt	alatt	előtt és alatt is
Tourinform iroda honlapja						előtt	alatt	előtt és alatt is
szálláshely saját weboldala						előtt	alatt	előtt és alatt is
egyéb szállásweboldal (pl. szallas.hu, booking.com)						előtt	alatt	előtt és alatt is
bloggerek, utazási blogok						előtt	alatt	előtt és alatt is
utazási weboldalak (tripadvisor)						előtt	alatt	előtt és alatt is
attrakció weboldala						előtt	alatt	előtt és alatt is
turisztikai szolgáltatók weboldala						előtt	alatt	előtt és alatt is
facebook						előtt	alatt	előtt és alatt is
instagram						előtt	alatt	előtt és alatt is
twitter						előtt	alatt	előtt és alatt is
pinterest						előtt	alatt	előtt és alatt is
youtube						előtt	alatt	előtt és alatt is
rövid videók						előtt	alatt	előtt és alatt is
google maps						előtt	alatt	előtt és alatt is
mobilalkalmazás						előtt	alatt	előtt és alatt is
airbnb						előtt	alatt	előtt és alatt is
egyéb, éspedig: .....						előtt	alatt	előtt és alatt is

**Kérjük, értékelje, hogy mennyire fontosak az alábbi szempontok Önnek utazása során, illetve mennyire volt elégedett azokkal a *jelenlegi utazása tapasztalatai* alapján!**

(1 – egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben)

Szempont	Fontosság					Nem vettem igénybe	Elégedettség				
<b>Környezet, infrastruktúra és az ön biztonsága</b>											
Az egyes célterületek megközelíthetősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Parkolási lehetőségek	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
A régió belüli közlekedés minősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Tömegközlekedési lehetőségek a régió belül	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Közterületek tisztasága	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
A természeti környezet tisztasága	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Épített környezet minősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Akadálymentesség	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Közbiztonság	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Kerékpárút rendelkezésre állása	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5

#### Információforrások

Információs táblák, tájékozódást segítő jelzések	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Turisztikai információ-szolgáltatás (Tourinform)	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
A célterületről elérhető információk (weboldal, tájékoztató anyagok)	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5

#### Termékek/szolgáltatások

Kiszolgálás minősége, személyzet hozzáállása	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Környezetbarát megoldások használata	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Közösségi élmény átélése	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
A vásárlási lehetőségek, kereskedelmi létesítmények	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Helyi élelmiszertermékek kínálata a régióban	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Egyéb helyi termékek kínálata a régióban	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
A régió kulturális, történelmi emlékei	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Helybeliek vendégszeretete	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Programok, rendezvények a régióban	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Aktív turisztikai ajánlatok a régióban	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5

#### Szolgáltatások, attrakciók

Éttermi kínálat választéka	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Éttermi kínálat minősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Éttermi kínálat ár-érték aránya	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Szálláshelykínálat választéka	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Szálláshelykínálat minősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Szálláshelykínálat ár-érték aránya	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Strandfürdők választéka	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Strandfürdők minősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Strandfürdők ár-érték aránya	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Wellness szolgáltatások választéka	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Wellness szolgáltatások minősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Wellness szolgáltatások ár-érték aránya	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Gyógyfürdők választéka	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Gyógyfürdők minősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Gyógyfürdők ár-érték aránya	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Látnivalók száma a régióban	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Látnivalók attraktivitása a régióban	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Látnivalók belépőinek ár/érték aránya	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Természeti értékek elérhetősége	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Természeti értékek állapota	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5

**Utazásai során mennyire meghatározók az alábbi szempontok?**

(1 – egyáltalán nem fontos, 5 – nagyon fontos)

Szempont	Mennyire meghatározó?				
Választék	1	2	3	4	5

Minőség	1	2	3	4	5
Elérhetőség/rendelkezésre állás	1	2	3	4	5
Ár	1	2	3	4	5
Ár-érték arány	1	2	3	4	5
„Luxus” jelleg	1	2	3	4	5
Divatosság	1	2	3	4	5
Egyediség	1	2	3	4	5

**Milyen gyakorisággal használja az alábbi közlekedési eszközöket utazása során?**

(1 – egyáltalán nem használom, 5 – rendszeresen használom)

Közlekedési eszköz	Milyen gyakorisággal veszi igénybe?				
	1	2	3	4	5
Személygépjármű	1	2	3	4	5
Vonat	1	2	3	4	5
Busz	1	2	3	4	5
Kerékpár	1	2	3	4	5
Motorkerékpár	1	2	3	4	5
Telekocsi	1	2	3	4	5

**Kérjük, értékelje, hogy mennyire fontosak az alábbi szempontok Önnek utazása során, illetve mennyire volt elégedett azokkal az utazás tapasztalatai alapján! (1 – egyáltalán nem, 5 – teljes mértékben)**

Szempont	Fontosság					Nem tudom, nem vettem igénybe					Elégedettség				
<b>Műemlékek</b>															
Műemléki épületek bemutatása, megtekinthetősége	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Műemléki épületek nyitvatartása	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Műemléki épületek elérhetősége	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Előzetesen elérhető tájékoztató anyag, információ a műemléki látnivalókról	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Műemléki épületben elhelyezett kiállítás interaktivitása	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Műemléki épületben elhelyezett kiállítás újszerűsége	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
A kiállítások időnkénti frissítése, megújítása	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Idegenvezető, animátor által vezetett túra	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Audio guide használattal vezetett túra	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Brosúra és térkép használattal vezetett túra	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Egyes termekben a feliratozások	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Kényelmi szempontok az épületekben (légkondicionáló, büfé)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Szuvenír beszerzésének lehetősége helyben	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Információs anyagok beszerzésének lehetősége	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Eredeti környezetben történő bemutatás (illeszkedés a műemlék mivoltához, műemléki környezet, milió)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
A kínálat szervezettsége (pl. túraútvonal)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Műemléki belépők ára	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
A személyzet nyelvismerete	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Kultúra, programok</b>															
Művészeti programok, kiállítások választéka	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Komolyzenei programok, koncertek választéka	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Könnyűzenei programok, koncertek választéka	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Népi értékek bemutatása, kapcsolódó programkínálat	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Gasztró és egyéb fesztiválok, ünnepek	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Fesztiválok, programok jegyárai	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Mennyire preferálja a helyi termékeket? Kérjük jelölje egy 1-től 5-ig terjedő skálán!  
(1 – egyáltalán nem, 5 – nagyon fontos számomra)

1 2 3 4 5

Milyen helyi termékeket vásárol rendszeresen (több terméket is megjelölhet)?

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> húskészítmények                            | <input type="checkbox"/> lekvárok         | <input type="checkbox"/> édességek          |
| <input type="checkbox"/> olajok, fűszerek                           | <input type="checkbox"/> teák             | <input type="checkbox"/> gyógynövények      |
| <input type="checkbox"/> szörpök                                    | <input type="checkbox"/> mézek            | <input type="checkbox"/> kézműves termékek  |
| <input type="checkbox"/> tej és tejtermékek                         | <input type="checkbox"/> aszalványok      | <input type="checkbox"/> régiségek          |
| <input type="checkbox"/> gyümölcslevek                              | <input type="checkbox"/> zöldség/gyümölcs | <input type="checkbox"/> virág              |
| <input type="checkbox"/> szeszes italok (sör,<br>bor, pálinka stb.) | <input type="checkbox"/> savanyúságok     | <input type="checkbox"/> egyéb élelmiszerek |
|   | <input type="checkbox"/> tojás            |   |

Hol szerzi be és milyen gyakorisággal a helyi termékeket?

Szereplő	1 – egyáltalán nem	2 – ritkán	3 – időnként	4 – gyakran	5 – rendszeresen
Közvetlenül a termelőtől	1	2	3	4	5
Helyi termék bemutatón (pl. borkóstoló)	1	2	3	4	5
Piacról	1	2	3	4	5
Rendezvényen és fesztiválon	1	2	3	4	5
Boltban, szakboltban	1	2	3	4	5
Egyéb, éspedig: .....	1	2	3	4	5

Legfeljebb milyen távolságra hajlandó elutazni, hogy helyi terméket szerezzen be?

csak a lakhelyemen belül

km-ről

Jellemzően milyen távolságból szerzi be az Ön által vásárolt helyi termékeket?

csak a lakhelyemen belül

km-ről

Nevezzen meg legalább három olyan helyi terméket, amelyeket jellegzetesen *Dél-dunántúlinak* tart!

Jár-e helyi termék-gasztronómiai fesztiválokra?

Igen

Nem

Mennyire tartja fontosnak a felsorolt helyi termék-gasztronómiai fesztiváltípusokat a *Dél-Dunántúlon* és mennyire volt elégedett az ilyen fesztiválokkal!

Fesztiváltípus	Fontosság					Nem tudom, nem ismerem	Elégedettség				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Disznótoros-böllérfesztivál											
Borfesztivál											
Szüreti fesztivál-felvonulás											
Gasztronómiai bemutató											
Főzőverseny											
Fesztivál, helyi termék vásárlási lehetőséggel											

Szálláshely választása során mennyire befolyásolja döntését, hogy az adott szolgáltató használ, alkalmaz-e környezettudatos technológiákat (pl. megújuló energia, szelektív hulladékgyűjtés stb.)? Kérjük jelölje egy 1-től 5-ig terjedő skálán! (1 – egyáltalán nem fontos, 5 – nagyon fontos)

1 2 3 4 5

A szálláshelyen/turisztikai szolgáltatónál történő tartózkodás során mennyire tartja fontosnak, hogy a vendégek figyelembe vegyék és alkalmazzák annak környezettudatosságra vonatkozó kéréseit (pl. törölközőcsere vagy méréselt klímahasználat)? (1 – egyáltalán nem fontos, 5 – nagyon fontos)

1 2 3 4 5

Ön szerint, mely területeken és milyen hangsúllyal kell lépéseket tennie egy felelős turisztikai szolgáltatónak környezeti, illetve társadalmi szempontból?

(1 – egyáltalán nem felelős érte, 5 – teljes mértékben felelős)

Terület	Milyen hangsúllyal kezelendő?				
Energiatakarékosság	1	2	3	4	5
Víztakarékosság	1	2	3	4	5
Körültekintő üzemeltetés	1	2	3	4	5
Hulladék csökkentés	1	2	3	4	5

**Hajlandó többet fizetni egy olyan turisztikai szolgáltatásért, amellyel a helyi gazdaságot, lakosságot támogatja?**

Igen  Nem

**Amennyiben igen, mennyivel?**

A megszokott átlagár  %-val fizetnék többet

**Hajlandó többet fizetni egy olyan turisztikai szolgáltatásért, amely minősített?**

Igen  Nem

**Amennyiben igen, mennyivel?**

A megszokott átlagár  %-val fizetnék többet

**Hajlandó többet fizetni egy olyan turisztikai szolgáltatásért, amely környezet és természetvédelmi elveket figyelembe véve került kialakításra?**

Igen  Nem

**Amennyiben igen mennyivel?**

A megszokott átlagár  %-val fizetnék többet

**Véleménye szerint ki és milyen mértékben tehet érte, hogy a turizmus ágazat fenntartható módon működjön?**

	1 – legkevésbé	2 – inkább nem	3 – inkább igen	4 – leginkább
Állam	1	2	3	4
Turisztikai menedzsment szervezetek	1	2	3	4
Turisztikai szolgáltatók	1	2	3	4
Turisták	1	2	3	4
Helyi lakosok	1	2	3	4
Turisztikai szakemberek	1	2	3	4

**Visszatérne-e jelenlegi utazása helyszínére?**

Igen  Nem

**Ajánlaná ismerősének, barátjának a Dél-dunántúli régió meglátogatását?**

Igen  Nem

**Amennyiben nem, miért nem?**

**Lakóhelye irányítószáma:**

**Családi állapota:**

Egyedülálló  Pár, házaspár, még gyerek nélkül  
 Pár, házaspár, gyerek(ek)kel  Pár, házaspár, már gyerek(ek) nélkül

**Az Ön születési éve:**

**Az Ön neme:**

Férfi  Nő

**Legmagasabb iskolai végzettsége:**

Kevesebb mint 8 általános  Középfokú  
 Alapfokú  Felsőfokú

**Az Ön foglalkozása (többet is bejelölhet):**

álláskereső  – 50 000  
 fizikai alkalmazott  50 001 – 83 000  
 szellemi alkalmazott  83 001 – 100 000  
 vezető beosztású alkalmazott  100 001 – 150 000  
 háztartásbeli  150 001 – 250 000  
 nyugdíjas  250 001 – 500 000  
 tanuló  500 000 felett  
 vállalkozó  
 egyéb, éspedig:

**Hozzávetőlegesen mennyi az Ön nettó (kézhez kapott) havi jövedelme?**

**Köszönjük válaszait! Jó pihenést és tartalmas élményeket kívánunk a Dél-Dunántúlon!**



---

***Anketőrös kitöltés esetén:***

Kérdező neve:

Kitöltés dátuma:

Kitöltés helyszíne:

Kitöltésre szánt idő:

#### 4. melléklet

### Turizmusbiztonság és felelősségvállalás a Covid19 járvány árnyékában

#### Kérdőív

**1. Neme**

- 1) Nő 2) Férfi

**2. Életkora**

18-30 év, 31-45 év, 46-60 év, 61-75 év, 75 év feletti

**3. Milyen típusú településen él?**

falu, község, város, Megyei jogú város, főváros

**4. Az Ön foglalkozása?**

- 1) Fizikai alkalmazott
- 2) Szellemi alkalmazott
- 3) Vezető beosztású alkalmazott
- 4) Háztartásbeli
- 5) Nyugdíjas
- 6) Tanuló
- 7) Vállalkozó
- 8) Álláskereső
- 9) Egyéb, éspedig: Gyed, Gyes

**5. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?**

- 1) Általános iskola
- 2) Szakmunkásképző, szakiskola
- 3) Gimnázium, szakközépiskola
- 4) Jelenleg felsőoktatásban hallgató vagyok
- 5) Főiskola/egyetem
- 6) Nem kíván válaszolni

**6. Jellemzően kivel szokott turisztikai célú utazásain részt venni, utazni?**

Házastárs, élettárs, párommal  
Családdal (házastárs, élettárs, párommal és gyemekemmel/gyermekeimmel)  
Családdal (más családtag)  
Gyermekekkel  
Barátokkal  
Munkahelyi kollégákkal  
Egyedül

**7. Mi a legjellemzőbb célja az utazásainak? (Több választ is megjelölhet!)**

- 1) Városlátogatás
- 2) Természetjárás természetközeli úticélok

- 3) Wellness kikapcsolódás
- 4) Gasztronómia
- 5) Kulturális élmények szerzése
- 6) Rokon, barát meglátogatása
- 7) Üzleti út, Konferencia részvétel
- 8) Sport és hobbi (kerékpározás, vízi turizmus)
- 9) Tanulás, tanulmányút
- 10) Rendezvényen való részvétel (pl. fesztivál, hangverseny)
- 11) Egészségügyi vagy szépészeti szolgáltatás igénybevétele
- 12) Gyógyfürdő felkeresése
- 13) Vallási motiváció
- 14) Bevásárlás
- 15) Egyéb

**8. A kialakult járványhelyzet miatt lemondott utazási terveiről?**

Igen                      nem

**9. Utazási döntése meghozatalakor biztonsága szempontjából mit tart fontosnak egy desztinációhoz kapcsolódóan? (1 egyáltalán nem fontos, 5 nagyon fontos, figyelembe veszem)**

	1 egyáltalán nem fontos	2 kevésbé fontos	3 Fontos, de nem foglalkozok vele	4 Fontos	5 nagyon fontos, figyelembe veszem
Közbiztonság (verbális és fizikai atrocitás, rablás, lopás)					
Instabil politikai helyzet, Terrorcselekmények					
Fogyasztásbiztonság (túlszámlázás, rossz minőségű termékek stb.)					
Egészségbiztonság (fertőző betegségek, járvány stb.)					
természeti környezet biztonsága (környezeti problémák, szennyezések, katasztrófák)					
Műszaki és közlekedés biztonsága (tömegközlekedés)					
eligazodás/tájékozódás biztonsága (információk, helyi szabályok, normák)					

**10. Az Ön által fontosnak ítélt biztonsági tényező megteremtését kitől várja? Ön szerint azt kinek kell biztosítania egy desztinációban?**

- 1) Állami szféra
- 2) Civil szervezetek
- 3) Helyi társadalom
- 4) Szolgáltatók, vállalkozók

**11. A COVID 19 járványhelyzet miatt utazásának tervezésekor jobban aggódik-e az egészségbiztonság kérdésében, mint a járványhelyzet előtt?**

igen, nem

**12. Ön szerint kinek a felelőssége a turisták egészségbiztonságának megteremtése?**

- 1) Turisztikai szolgáltatók
- 2) Állami szervezetek (Egészségügyi, rendvédelmi stb.)
- 3) Turisták
- 4) A turisztikai szolgáltatók és turisták együttesen felelősek
- 5) Az állami szervezetek és a turisztikai szolgáltatók kell, hogy megteremtsék

**13. Utazása alatt Ön betartja a turisztikai szolgáltatók által kért járványügyi előírásokat?**

- 1) Igen, erre mindig figyelek
- 2) Igen, de csak, ha azokat közegészségügyi szervek írják elő
- 3) Igen, de csak a büntetés elkerülése végett
- 4) Néha, ami nem okoz kényelmetlenséget
- 5) Nem, hiszen nem az én dolgom

- 6) Nem, mert nem hiszem, hogy ilyen helyen megfertőződhetek

**14. Változtatott-e a járványhelyzet az úticél preferenciáin?**

- 1) Igen, kerülöm a tömeget
- 2) Igen, de csak mert új izgalmakra vágyom
- 3) Részben, mert szeretném magam biztonságban tudni
- 4) Nem, ugyanarra vágyom, mint eddig

**15. Milyen úticél szerepel a tervei között?**

- 1) Városlátogatás
- 2) Természetjárás, természetközeli úticélok
- 3) Wellness kikapcsolódás
- 4) Gasztronómia
- 5) Kulturális élmények szerzése
- 6) Rokon, barát meglátogatása
- 7) Üzleti út, Konferencia részvétel
- 8) Sport és hobbi (kerékpározás, vízi turizmus)
- 9) Tanulás, tanulmányút
- 10) Rendezvényen való részvétel (pl. fesztivál, hangverseny)
- 11) Egészségügyi vagy szépművészeti szolgáltatás igénybevétele
- 12) Gyógyfürdő felkeresése
- 13) Vallási motiváció
- 14) Bevásárlás
- 15) Egyéb

**16. Az idei évben turisztikai célú utazását külföldre vagy belföldre tervezi?**

- Külföldre  
Belföldre  
Mindkettő  
Egyik sem