

A MAGYAROK KÖRNYEZETTUDATOS UTAZÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITÚDJÉNEK ÉS EGYES MAGATARTÁSFORMÁINAK VIZSGÁLATA A COVID-19 JÁRVÁNY TÜKRÉBEN

¹ Kupa Marcell – ² Szemerédi Eszter

¹ KRTK RKI NYUTO; Széchenyi István Egyetem; kupa.marcell@krtk.hu

² KRTK RKI NYUTO; szemeredi.eszter@krtk.hu

DOI: 10.15170/TVT.2022.07.02.04.

Absztrakt

A SARS-CoV-2 vírus (COVID-19) által okozott világjárvány a turizmus szektort korábban soha nem tapasztalt mértékben érintette, de egyben lehetőséget is ad arra, hogy újraépítése során a fenntartható fejlődés elvei markánsabban érvényre juthassanak. Tanulmányunk a desztinációk egyik legfontosabb érdekelt csoportjára, a turistákra és azon nemzetközi kutatási eredményekre fókuszál, amelyek szerint környezettudatosságuk a világjárvány hatására jelentős mértékben megnőtt. A feldolgozott nemzetközi kutatási eredményekre alapozva arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a pandémia hatására a megkérdezett magyar válaszadók környezettudatossága nőtt-e, utazási szokásaikban és célpontválasztásuk során nagyobb hangsúllyal jelenik-e meg a környezettudatos viselkedés iránti elkötelezettség? A kutatási kérdés megválasztása céljából kérdőíves felméréssel egy 500 fős mintán vizsgáltuk a magyarok környezettudatos attitűdjét és utazási szokásait a világjárvány előtti és korlátozások feloldása utáni helyzetre vonatkoztatva. Eredményeink alapján a megkérdezettek utazási szokásaiban nem történt jelentős változás, választásaikra legnagyobb mértékben nem a környezettudatosság nagyobb mértékű figyelembe vétele, hanem az olyan szempontok, mint a biztonság és kényelem hatottak.

Kulcsszavak: COVID-19, fenntartható turizmus, környezettudatos utazás, utazási szokások változása

EXAMINING THE ATTITUDES AND BEHAVIOURS OF HUNGARIANS TOWARDS ENVIRONMENTALLY CONSCIOUS TRAVEL IN THE LIGHT OF THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract

The pandemic caused by the SARS-CoV-2 virus (COVID-19) has affected the tourism sector on an unprecedented scale, but has also provided an unprecedented opportunity for tourism to develop in a way that respects the principles of sustainable development during its recovery. Our study focuses on tourists as a key stakeholder group and on the results of the reviewed international studies, which suggest that the pandemic has led to a significant increase in tourists' environmental awareness. On the basis of the international research results, we sought to answer the question whether the pandemic has increased the environmental awareness of tourists, whether their commitment to environmentally conscious behaviour is more pronounced in their travel habits and destination choice? To answer this research question, a survey was conducted on a sample of 500 Hungarians to investigate their environmentally conscious attitudes and travel habits before and after the lifting of the pandemic restrictions. Our results show that there was not any significant change in the travel habits of the Hungarians surveyed, with their choices being influenced by aspects such as safety and comfort and not by a greater consideration of environmental awareness.

Keywords: COVID-19, sustainable tourism, environmentally friendly travel, change in travel habits

Bevezetés

A világ a COVID-19 világjárvány miatt példátlan globális egészségügyi, társadalmi és gazdasági vészhelyzetet él át. A közegészségi vészhelyzet elhárítása érdekében hozott utazást korlátozó intézkedések a turizmus szektorban korábban soha nem tapasztalt visszaesést eredményeztek. A Turisztikai Világszervezet 2019-es statisztikái szerint az Európába érkező nemzetközi turisták száma évente több mint 700 millió főt tesz ki, számuk a 2020 nyarán tapasztalt fellendülés ellenére 70%-kal, vagyis több mint 500 millió fővel csökkent. Mindezek miatt a Turisztikai Világszervezet a 2020-as évet a turizmus történelmében a legrosszabb évnak minősítette (UNWTO 2021).

A járvány Magyarországon is jelentős mértékben érintette a turisztikai szektort. A turizmus 2018-ban a hazai GDP 6,8%-át, míg 2019-ben 7%-át tette ki. A járvány következtében a kereskedelmi szálláshelyek 2020-ban a 2019. év azonos időszakához mérten 54%-os visszaesést tapasztaltak. A külföldi turisták vendégéjszakáinak száma, valamint a fővárosi szállodák szállásdíj bevétele 78%-kal esett vissza. A kijárási korlátozások és a határzár után a kereskedelmi szálláshelyek többsége bezárt, a vendéglátóhelyek forgalma minimálisra redukálódott (ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK 2021). A 2021-es nyári szezon elsősorban a belföldi turizmust lendítette fel, a lakosság országonként változó átoltottsági szintje, az oltástípusok elfogadottsága, a kötelező tesztek és az utazás bizonytalansága miatt. Előrejelzések alapján a belföldi utazások volumene várhatóan 2022-ben, a régió belüli utazások volumene pedig 2023-ban érheti el a 2019-es szintet, a nemzetközi utazások volumene az előrejelzések szerint ugyanakkor csak 2025-ben érheti el újra a pandémia előtti szintet (ETC 2021).

A járvány felszínre hozta a nemzetközi és belföldi turizmus gyengeségeit és ismételten rámutatott a turizmus fenntarthatóvá tételének szükségességére (ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK 2021). NIEWIADOMSKI (2020) úgy véli, hogy az átmeneti deglobalizáció példátlan lehetőséget kínál a turizmusnak arra, hogy a fenntartható fejlődés elveinek tiszteletben tartásával fejlődjön tovább. Hozzá hasonlóan HIGGINS-DESBIOLLES (2021), valamint VÄRZARU és társai (2021) is úgy gondolják, hogy a válság tanulságai fenntarthatóbb alapokra helyezhetik a turizmust. A Turisztikai Világszervezet szintúgy lehetőségként tekint a válságra, amely megteremtheti a turizmus ellenálló képességének és jövőbeni fenntarthatóságának alapjait (UNWTO 2021).

Nemzetközi felmérések eredményei – melyeket részletesen a szakirodalmi áttekintés során mutatunk be – utalnak emellett arra, hogy a pandémia következtében az utazók igényei a biztonságos és fenntarthatóbb turizmus irányába mozdultak el. A nemzetközi felmérésekben megfogalmazott állítások tesztelése és a fenntartható turizmushoz való potenciális hozzájárulásuk felmérése céljából egy 500 fős magyarországi mintán vizsgáltuk a turisták utazási szokásait, környezettudatos és felelős viselkedésének mértékét a világjárvány előtti és utáni helyzetre vonatkoztatva. A felmérés célcsoportjaként a Magyarországon élő és évente legalább egyszer nyaraló személyek szolgáltak. Arra a kutatási kérdésre kerestük a választ, hogy a járvány hatására környezettudatosabban viselkednek-e a megkérdezett magyar turisták? A kérdés megválaszolása céljából a tervezett viselkedés perspektívájára támaszkodva a felelős, környezettudatos turisztikai viselkedést és annak változását kérdőíves felmérés segítségével vizsgáltuk. Kutatásunk során öt hipotézist fogalmaztunk meg, melyek igazolása céljából a leíró statisztikák mellett összefüggés vizsgálatokat és klaszterelemzést végeztünk. Hipotéziseink:

H1: A megkérdezett magyar turisták a desztinációba való eljutás, a desztináción belül történő mozgás, valamint a desztinációban történő tartózkodás során a környezetbarát alternatívákat preferálják.

H2: A megkérdezett magyar turisták körében a környezetvédelem figyelembevételét utazásaik során szignifikánsan befolyásolja, hogy mindennapjaik során milyen mértékben veszik azt figyelembe.

H3: A COVID-19 világjárvány hatására a megkérdezett magyar turisták szignifikánsan nagyobb arányban preferálják a belföldi úticélokot.

H4: A COVID-19 világjárvány hatására a megkérdezett magyar turisták utazási céljának kiválasztása során szignifikánsan nagyobb szerepet játszik a természetközelség.

H5: A COVID-19 világjárvány hatására a megkérdezett magyar turisták a desztinációba való eljutás, a desztináción belül történő mozgás, valamint a desztinációban történő tartózkodás során szignifikánsan nagyobb arányban választják a környezetbarát lehetőségeket.

A tanulmány a bevezetés és az irodalmi áttekintés után a kutatás módszertani hátterét mutatja be, amelyet a minta általános jellemzőinek és a tanulmány témája szempontjából releváns eredmények ismertetése követ. A tanulmányt egy összegző fejezettel zárjuk.

1. Szakirodalmi áttekintés

1.1. A turizmus hatása a környezetre – fenntartható turizmus

A turizmus az elmúlt évtizedekben a világ egyik stratégiai ágazatává vált, az Európai Unió bruttó hazai termékének több mint 10%-át adja, 26 millió ember számára teremt munkahelyet, és az Unió összes kivitelének 6%-át teszi ki (RÉGIÓK EURÓPAI BIZOTTSÁGA 2020). Az elmúlt két évtizedben számos hazai és nemzetközi tanulmány (pl. HORN 2001, ÁRVA – KISS – KURUVILLA 2015, SUNLU 2003, AKIS 2011) mutatott rá a turizmus kedvezőtlen környezeti hatásaira. Az infrastruktúrára háruló hatalmas nyomás, a túlzott víz- és energiafogyasztás, az overtourism jelensége és a környezet károsítása mind a turizmushoz is köthető szennyezési formák.

Becslések szerint a turizmus a globális szén-dioxid-kibocsátás 5%-áért felel, amelynek 40%-a légitözeledésből és 20%-a különféle szálláshelyek üzemeltetéséből származik. Egy átlagos európai turista naponta a kétszeresét fogyasztja el egy átlagos európai lakos vízfogyasztásának, a turisták energiafogyasztása pedig jellemzően nagyobb, mint a lakossági energiafogyasztás, amely a szálláshelyek magas energiaigényéből származik (SUSTAIN-T 2017). „A turizmus esetében nemcsak a távoli desztinációkba való eljutás során, hanem a desztináción belül történő mozgás, valamint a desztinációba érkező látogatók ellátása esetében is jelentős szennyezés történik” (ÁRVA – VÁRHELYI 2020:99).

A turizmus fenntarthatóvá tételére vonatkozó törekvések kiindulópontjaként a fenntartható turizmus különböző a nemzetközi szervezetek és a tudományos közösség által megfogalmazott értelmezései szolgálnak. Az UNWTO (2017) definíciója szerint a fenntartható turizmus „olyan idegenforgalom, amely a turisták, az iparág, a környezet és a fogadó közösségek igényeinek kielégítése mellett teljes mértékben figyelembe veszi a jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat” (RÉGIÓK EURÓPAI BIZOTTSÁGA 2020). Munkánk során a fenntartható turizmus számtalan meghatározása közül az UNWTO által megfogalmazott definíciót fogadjuk el, és a fenntarthatóság holisztikus megközelítéséből indulunk ki. A holisztikus megközelítés magában foglalja a fenntartható fejlődés mindhárom dimenzióját, azaz a környezeti, társadalmi és gazdasági dimenziót, ezek összefüggéseire helyezve a hangsúlyt az idő és a tér perspektívájának figyelembe vételével (SINAKOU et al. 2019).

A holisztikus megközelítéshez kapcsolódik az ESG-doktrína, amely kínálati oldalról egy olyan működést jelent, amely a környezeti, társadalmi és vállalatiirányítási szempontokat is figyelembe veszi a döntéshozatal során. A környezeti pillér (ENSZ 2004) az adott desztináció,

turisztikai szervezet, szálláshely azon erőfeszítéseit foglalja magába, amelyeket az üvegházhatású gázok kibocsátásának, a hulladéknak, a víz-és energiafogyasztásnak a csökkentése érdekében tesz. Ezen teljesítmény és a turisztikai kereslet között kapcsolatot állapítottak meg pl. USMAN és társai (2020). A turisztikai potenciált és a társadalmi pillért (pl. társadalmi tőke, biztonság, fogyasztóvédelem, diszkriminációmentesség) kötik össze KIM és társai (2020) valamint USMAN és társai (2020). A harmadik pillér pedig ezeket magába foglaló irányítás/kormányzás, vagyis a fenntarthatóság stratégiai megközelítése, az átláthatóság, tájékoztatás biztosítása és a kereslet környezettudatos irányba történő befolyásolása (HASSAN – MEYER 2022).

HORN (2001) kihangsúlyozza azt is, hogy „nemcsak a kínálat befolyásolhatja a keresletet, hanem a kereslet is a kínálatot. A kereslet lefordítható mind az utazásszervezők, mind az utazási irodák, mind pedig az egyes turisták szintjére. A keresleti oldal legfontosabb szereplőinek pedig az egyes turisták tekinthetők, a turizmus fenntarthatóvá tételében a desztinációk menedzsmentje mellett ők játszhatják a főszerepet (HORN 2001). Magatartásuk kritikus fontosságú, mivel olyan nyaralási/utazási magatartást tanúsítanak, amely negatív környezeti következményekkel jár, bár az esetek többségében azt nem szándékosan teszik (JUVAN – DOLNICAR 2014). A turisták szerepének megértése a turizmus fenntarthatóvá tételében ezért kulcsfontosságú szerepet tölt be. WEHRLI és társai (2011), PULIDO-FERNÁNDEZ – LÓPEZ-SÁNCHEZ (2016) kiemelik, hogy az elmúlt években tapasztalható, hogy a turisták egyre tudatosabbak saját tevékenységük környezeti, társadalmi, gazdasági és kulturális hatásait illetően, ezért igyekeznek úticéljuk megóvására több figyelmet fordítani. A környezettudatos turistákra irányuló korai kutatások jelentős része profiljuk meghatározására törekszik pl. CROUCH és társai (2005) demográfiai jellemzőik mentén, DOLNICAR (2004) környezeti attitűdjük mentén határozták meg a környezettudatos turista profilját. A fenntartható fejlődést elősegítő módon viselkedő turistákat DOLNICAR (2004) olyan turistaként írja le, akik az utazás során törődnek a természeti környezet védelmével. LEE és társai (2013:457) szerint a fenntarthatóság szempontjából felelősen viselkedő turista olyan turista, aki „tiszteletben tartja a helyi kultúrát, megőrzi a természeti környezetet, és csökkenti a helyi környezetbe való beavatkozása mértékét”, míg a környezetbarát turista olyan turista, aki „mindent megtesz annak érdekében, hogy úti célja környezete a legkevésbé sérüljön”. CHIU és társai (2014:323) megfogalmazásában a környezettudatos turista olyan turista, aki „segít csökkenteni vagy elkerülni a természeti környezet károsodását”.

Kutatásunk kontextusában az utazás során tanúsított környezettudatos magatartást STEG – VELK (2009) definíciójára alapozva értelmezzük. A környezettudatosság értelmezhető globális, nemzeti, szervezeti és egyéni szinten egyaránt (SCHÄFFERNÉ 2008). Ezek közül a kutatásunk szempontjából releváns szinttel, az egyéni szinttel foglalkozunk és az utazás során tanúsított környezettudatos magatartás definiálására törekszünk. STEG és VLEK (2009) a környezettudatos magatartást olyan magatartásformaként írják le, amelynek tanúsítása során az egyén a környezetkárosítás minimalizálására törekszik vagy pozitív hatást gyakorol az ökoszisztémák struktúrájára és dinamikájára és amelynek kiindulópontja az egyén környezeti attitűdje és környezeti felelősségérzete (HINES et al. 1986). STERN (2000) alapján az egyén környezettudatos magatartása négy főbb formát ölthet. A magánszférában tanúsított környezettudatos magatartás mellett aktivistaként, környezettudatos szervezet vagy demonstráció résztvevőjeként és környezettudatos munkavállalóként is felléphet (KASZA-KELEMEN 2015). MEFFERT és KIRCHGEORG (1994) öt környezettudatos cselekvési típust különböztet meg, ezek a hagyományos termékek fogyasztásának csökkentése, illetve róluk való lemondás; környezetbarát termékek vásárlása a hagyományos helyett; környezethatékony termékek fogyasztása; részvétel az újrahasznosításban, a szelektív hulladékgyűjtésben; környezettudatos panasz, tiltakozás (NAGY 2018). KASZA-KELEMEN (2015) az utazás során

tanúsított környezettudatos magatartást „a turista környezettudatos viselkedés iránti elkötelezettségeként” határozza meg „az utazás előtt választott szolgáltatók körével, valamint az utazás során tanúsított magatartással” (KASZA-KELEMEN 2015:38). Ennek elemeiként a környezettudatos utazási módot, vagyis a hatékony közlekedési eszközválasztást és az utazási távolság csökkentését, az ökoszempontokat követő szálláshelyek preferálását, valamint a helyi lakosság és környezet érdekeit szem előtt tartó viselkedés tanúsítását sorolja fel (KASZA-KELEMEN 2015).

MILLER és társai (2014) egy új fogalom, a „turisztikai társadalmi felelősségvállalás” bevezetését javasolják. Tanulmányukban a környezetbarát viselkedés öt fő előzmény tényezőjét a megszokott viselkedést, a környezetbarát attitűdöt, a rendelkezésre álló eszközöket/létesítményeket, a környezetvédelem elkerülésének igényét és a turista társadalmi felelősségérzetét vizsgálják. A turisták környezetbarát magatartását négy fő területen: az újrahasznosítás, a környezetbarát közlekedés, a fenntartható energia/anyaghasználat és a fenntartható élelmiszerfogyasztás területén vizsgálják. Fő megállapításuk, hogy a meglévő szokások mind a négy területen jelentős befolyásoló tényezőként vannak jelen (SHEN et al. 2020).

Kutatásunkban mindezek alapján környezettudatos utazási magatartásként azon magatartásformákat értjük, amelyek révén a turisták minimalizálják a környezetre gyakorolt negatív hatásukat, vagy támogatják a turisztikai desztináció fenntartható fejlődését. Tehát utazási célpontjuk, szállásuk és közlekedési eszközük kiválasztása során környezeti hatásuk minimalizálására törekszenek, a desztinációban történő tartózkodásuk során az újrahasznosításra, a környezetbarát közlekedésre, a fenntartható energia/anyaghasználatra és a fenntartható élelmiszerfogyasztásra törekszenek. MILLER és társai (2014) valamint SHEN és társai (2020) alapján vizsgáltuk az utazás során tanúsított környezetbarát viselkedés előzmény tényezői közül a megszokott magánszférában tanúsított viselkedést vizsgáltuk, valamint környezetbarát magatartásukat a desztinációkba való eljutás, a desztináción belül történő mozgás, valamint a desztinációban történő tartózkodásuk során is.

1.2. A turisták környezettudatosságára irányuló szekunder kutatások eredményeinek összegzése

Jelen fejezetben azokra a kutatás kontextusát adó hazai és nemzetközi felmérésekre fókuszálunk, amelyek az utazási szokások járvány előtti vizsgálatára és az ezekben a járvány következtében bekövetkezett változásokra fókuszálnak. WEHRLI és társai (2011), PULIDO-FERNÁNDEZ – LÓPEZ-SÁNCHEZ (2016) kiemelik, hogy az elmúlt években tapasztalható, hogy a turisták egyre inkább tudatosabbak saját tevékenységük környezeti, társadalmi, gazdasági és kulturális hatásait illetően, ezért igyekeznek úticéljuk megóvásáért több figyelmet fordítani. Jelentős akadémiai figyelem irányul az attitűd és cselekvés közti szakadékra, a környezettudatos magatartás előzmény tényezőire, és a tervezett cselekvés elmélete (AJZEN – FISHBEIN 1977) alapján a környezeti attitűdök környezettudatos magatartásra gyakorolt hatásának bemutatására és előrejelzésére is.

A magánszférában tanúsított környezettudatos magatartás és az utazás során hozott döntések környezettudatossága közötti összefüggésekre mutat rá pl. MILLER (2010), 401 fős felméréseinek eredménye szerint fogyasztók mindennapi termékek vásárlása során azok környezeti, társadalmi és gazdasági minősége alapján hoznak döntéseket, és ezeket a szokásokat utazásaik során is alkalmazzák. A szakirodalom egyik fő megállapítása szerint azonban ugyan a turisták többsége környezetbarát hozzáállású, de a tényleges viselkedésük nem tükrözi hozzáállásukat (PASSAFARO 2020). A környezettudatosság komponensei között rések húzódnak meg, előfordulhat, hogy a magas környezettudatossági szinttel jellemezhető turisták sem cselekszenek utazásaik során fenntartható módon. Ezt nevezzük a cselekvés és az attitűd

közötti szakadéknak (CSUTORA 2014). Az attitűd és cselekvés közötti szakadékra mutatnak rá pl. GÖSSLING és társai (2006) valamint MCKERCHER és társai (2010) felmérései, eredményeik alapján a megkérdezettek azon csoportja, amely a leginkább tudatában van a globális felmelegedésnek és az éghajlatváltozásnak a legkevésbé hajlandó megváltoztatni utazási magatartását. Ugyanakkor DODDS és társai (2009) eredményei arra utalnak, hogy a megkérdezettek hajlandóak többet fizetni a környezetbarát szálláshelyekért és szolgáltatásokért.

Kutatásunk szempontjából kiemelendő CSAPÓ és társai (2018) a magyar lakosság utazási szokásainak feltárását is szolgáló 2001 fős, reprezentatív felmérése, amely során a magyar lakosság magatartását és véleményét több témakörrel kapcsolatban, többek között a turizmusra vonatkozó kérdésekkel is vizsgálták. A felmérésben részt vevők több mint fele a környezet védelmét kiemelt szempontnak tartotta utazási döntéseinek meghozatala során, de ezek konkrét megnyilvánulási formáit illetően az attitűd és cselekvés között jelentős rés rajzolódott ki. A válaszadóknak mindössze 22,5%-a értett egyet teljesen azzal az állítással, hogy akár kényelmetlenséget vállal utazásai során a környezettudatosságért, felárat a válaszadók 17%-a lenne hajlandó fizetni a bizonyítottan ökoszállásért és 17%-uk tartotta magára teljesen igaznak azt, hogy természet- és környezetvédelem ügyéért aktívan tenni akar (RAFFAY 2019). A generációs különbségekre GONDA és RAFFAY (2021) tanulmánya mutat rá, mely szerint „az idős korosztály viszonyul a legtudatosabban a kérdéskörhöz, számára a legfontosabb a környezeti fenntarthatóság és a környezettudatos utazási gyakorlat megvalósítása. Leginkább hajlandóak áldozatot hozni, kényelmetlenséget vállalni, ha tudják, hogy ezzel a környezetet védik” (GONDA – RAFFAY 2021:12). Eredményeik összességében jóval kedvezőbb képet mutatnak a hazai lakosság környezettudatos magatartásával, értékrendjével kapcsolatban. CSAPÓ és társai (2019) nemturistákkal foglalkozó tanulmánya további érdekes adalékként szolgál. Eredményeik szerint a lemondás, vagyis „a posztmodern nemvásárlás/nemfogyasztás, ami fakadhat koncepcionális, életvezetési, vallási, lelkiismereti megfontolásból” (HINGLEY – LINDGREEN 2019, CSAPÓ et al. 2019) nyomokban mutatható még csak ki a mintában, de a szegmens határozottabb megjelenését várják a jövőben.

A járvány hatását vizsgáló kutatások a turisták környezettudatosságának további erősödésére utalnak. Az UTAZÁSI ÉS TURISZTIKAI VILÁGTANÁCS (2021) előrejelzése szerint a járvány a belföldi és regionális utazások, a természetben, valamint a tengerparton eltöltött nyaralások népszerűségének növekedését eredményezheti. Ezt erősíti meg a BOOKING.COM (2021) 2021-es fenntartható utazási jelentése, mely szerint egyre többen keresik a környezetbarát turisztikai és szállás lehetőségeket. A 30 ország több mint 29 000 válaszadójával készült felmérés résztvevőinek 46%-a válaszolta azt, hogy a világjárvány hatására a jövőben fenntarthatóbb módon akar utazni, 61%-uk pedig a pandémia hatására nagyobb valószínűséggel választana olyan szállásadót, amely gyakorlatában a fenntarthatóság elveit követi. Az utazók 78%-a szeretné csökkenteni nyaralása alatt a víz- és energiafogyasztását, 72%-uk pedig környezetbarátabb közlekedési módokat szeretne használni (BOOKING.COM 2021).

EICHELBERGER és társai (2021) (bár kutatásuk csak 19 félig strukturált interjú alapján) kimutatták, hogy a világjárvány által érintett turisták megpróbálnak felelősségteljesebben viselkedni utazásaik során és a látogatott helyek gazdaságához való hozzájárulásra összpontosítanak, valamint kerülnek a tömegturisztikai célpontokat. Felmérésük szerint a turisták a pandémia hatására a fenntartható közlekedési módokat, tehát a tömegközlekedést, rövid távon pl. a kerékpár használatot, gyalogos közlekedést részesítik előnyben. EICHELBERGER és társai (2021) valamint LI és társai (2020) arra is rámutatnak, hogy a pandémia hatására a turisták inkább belföldi célpontot választanak vagy a szomszédos országokba utaznak és ezt a jövőben is így fogják tenni. A hosszú utazások elkerülése és a nyaralásuk hazájukban való eltöltése

révén úgy érzik, hogy ezzel hozzájárulnak a fenntarthatósághoz (EICHELBERGER et al. 2021).

PAN – YUE (2021), valamint HODBOD és társai (2021) reprezentatív felméréseinek eredményei szintén a fogyasztási szokások változására utalnak. HODBOD és társai (2021) öt európai országban végeztek reprezentatív 7500 háztartásból álló fogyasztói felmérést, vizsgálatunkhoz hasonlóan a zárlatkorlátozások feloldását követő időszakban, de a világjárvány első hullámát követően. A válaszok egy részének önbevallásos jellege torzíthatja az eredményeket, de következtetésük az, hogy hosszú távú ágazati fogyasztási eltolódások következhetnek be.

Az EURÓPAI UTAZÁSI BIZOTTSÁG (2022) legújabb öt európai országban végzett felmérése ezen állításokkal ellentétes eredményeket mutat. Az eredmények alapján a válaszadók járvány előtti és utáni tervezett utazási magatartása összhangban van, a járvány alig vagy egyáltalán nem befolyásolja a jövőbeni fenntarthatóbb utazási magatartás kialakulásának valószínűségét. A válaszadók értékorientációja és szokásai a jövőbeni magatartásuk jó előrejelzőjének bizonyultak. Ehhez kapcsolódik MILLER és társainak (2014) munkássága, amely alapján az utazás során tanúsított környezetbarát, fenntarthatóságot elősegítő viselkedést erősen befolyásolják a meglévő szokások. Kutatásunk során ezért a közlekedés módja, a választott szálláshely típusa és a fogyasztási szokások mellett vizsgáltuk azt is, hogy mindennapjaik során a megkérdezettek a környezetvédelmet milyen mértékben veszik figyelembe.

Előfeltételezéseinket a megkérdezett turisták környezettudatosságát illetően a hazai szakirodalmi megállapításokra alapoztuk. A fenntartható turizmust, különösképpen a hazai turisták környezettudatosságát vizsgáló tanulmányok közül kiemelendő GONDA – RAFFAY (2021) munkássága, akik a generációs különbségeket is vizsgálva arra a következtetésre jutottak, hogy egyre magasabb arányban vannak azok a turisták, akik utazásaik során a környezetvédelemre és a felelősségteljes viselkedésre odafigyelnek. Ez pedig leginkább az idősebb utazók körében fontos szempont.

A képet árnyalhatja ÁSVÁNYI – KOMÁR (2017) egy korábbi tanulmánya, akik a keresleti és kínálati oldal együttes vizsgálatára fókuszálva arra az eredményre jutottak, hogy a turisták a valóban zöld turizmus tekintetében fogyasztói edukációra szorulnak (minden generációban). Mivel Magyarországon a tanulmány megírásakor még nem született olyan jellegű kutatás, amely a nemzetközi felmérések által azonosított trend, a világjárvány által kiváltott növekvő környezettudatosság elemzésére irányul, ezért tanulmányunk hiánypótló jelleggel ennek igazolására törekszik. A következő fejezetben a kutatás módszertanát mutatjuk be, majd az eredmények értékelésére térünk rá.

2. A kutatás módszertana

Az 500 fő bevonásával történt, önkéntes és anonim kitöltési módon terjesztett kérdőívünk nem reprezentatív mintájának bemutatásához leíró statisztikákat alkalmaztunk. A felmérés célcsoportjaként a Magyarországon élő és évente legalább egyszer nyaralás céljából utazó személyek szolgáltak. Mivel nem állnak rendelkezésre statisztikai adatok az érdeklődésre számot tartó alapsokaság általános összetételéről és demográfiai jellemzőiről, a felmérés nem tudott megfelelni a reprezentativitás kritériumának. A kérdőívet a LimeSurvey segítségével készítettük el és a Magyar Országos Panel segítségével folytattuk le. A Magyar Országos Panel a Magyarországon élő és évente legalább egyszer nyaraló célcsoportba tartozó paneltagjainak küldte ki kérdőívünket. Ezt követően a Panel adatvédelmi nyilatkozatának megfelelően az anonimizált adatokat egy adatbázisban továbbították számunkra. A kérdőív 25 fő bevonásával történő tesztelését követően a kérdőív bevezetőjét kiegészítettük egy nyilatkozattal, amely

tájékoztatja a válaszadókat, hogy amennyiben nem ők szervezik a nyaralást, úgy az utazásuk megszervezéséért felelős személy helyett is nyilatkozhatnak.

Kérdőívünket két szakaszra osztottuk, az I. szakasz a 2020. január 1. előtti utazási szokások mérésére szolgált (erre az időszakra a kiértékelés során a „COVID előtt” elnevezést használtuk). A II. szakasz (amelyet az adatok elemzése során „COVID után” szakasznak neveztünk el) a korlátozások teljes feloldása utáni időszakra irányult. A felmérés 2021. május 1-jétől 2021. július 31-ig tartott, amely időszakban a korlátozásokat teljes mértékben feloldották és minden utazási lehetőség elérhető volt. Ezen időszakban az alacsony egészségügyi kockázat (a 2021. március 11 000 fő feletti csúcsot követően az új fertőzések átlagos száma májusban 1000 fő alá, júniusban 200 fő alá, júliusban pedig 60 fő alá csökkent (KORONAVÍRUS KORMÁNYZATI TÁJÉKOZTATÓ OLDAL 2021) a „legyőztük a járványt” általános narratívával kombinálva lehetővé tette számunkra, hogy HODBOD és társai (2021) tanulmányához hasonlóan azonosíthassuk a világjárvány hatásait a megkérdezettek jövőbeli utazási szokásaira.

Fontos kiemelni, hogy bár a torzítás elkerülése érdekében a kérdőívet két részre osztottuk „a COVID előtt és után” elnevezéssel, ezen elnevezések a felmérésben résztvevők számára nem voltak láthatóak; a válaszadók a kérdőív kitöltése során I. és II. részként találtak ezekkel. A bevezetőben arra kértük a válaszadókat, hogy az I. szakaszban hagyják figyelmen kívül a világjárvány hatását, mivel először az „általános” szokásokat és attitűdöket kívántuk vizsgálni. Ezt követte a II. szakasz, ahol közvetlenül a világjárványra, az ebből eredő korlátozásokra és az utazási szokásaikra gyakorolt hatásokra térünk ki. Az információkat 5 pontos Likert-skálán mértük, ahol az 1-es érték egyáltalán nem fontos/nem jellemző, az 5-ös érték pedig nagyon fontos/mindig jellemző választ jelentette. Vizsgálatunk során klaszterelemzést is végrehajtottunk. A hierarchikus klaszterelemzés során a vezető távolságokat figyelembe véve a válaszadókat alapvetően négy nagyobb fenntarthatóság-központú csoportba (~klaszterbe) soroltuk. Az adatok elemzéséhez az SPSS programot használtuk. Eredményeink elemzésében az alapvető adatokra összpontosítva emeljük ki a tanulmány témája szempontjából releváns felmérési eredményeket. A következő fejezetben a minta demográfiai jellemzőit és az utazási szokásaikat leíró statisztikákat mutatjuk be.

3. Az eredmények bemutatása

3.1. A minta demográfiai jellemzői

Bár a terjedelmi korlátból kifolyólag nem képezi jelen tanulmány tárgyát a demográfiai változók és az utazási szokások közötti összefüggések vizsgálata, de a minta demográfiai jellemzőinek bemutatása során kiemelendő, hogy a minta összetétele torzíthatja a kutatás eredményeit. A megkérdezettek összetétele eltér a lakosság átlagos összetételétől, amely a kérdés módszerének, a Magyar Országos Panel tagsági összetételének (felülreprezentáltak a 18 éven aluliak, nyugdíjasok) tudható be. A minta jellemzőit az 1. táblázat mutatja be.

1. táblázat: A minta jellemzői

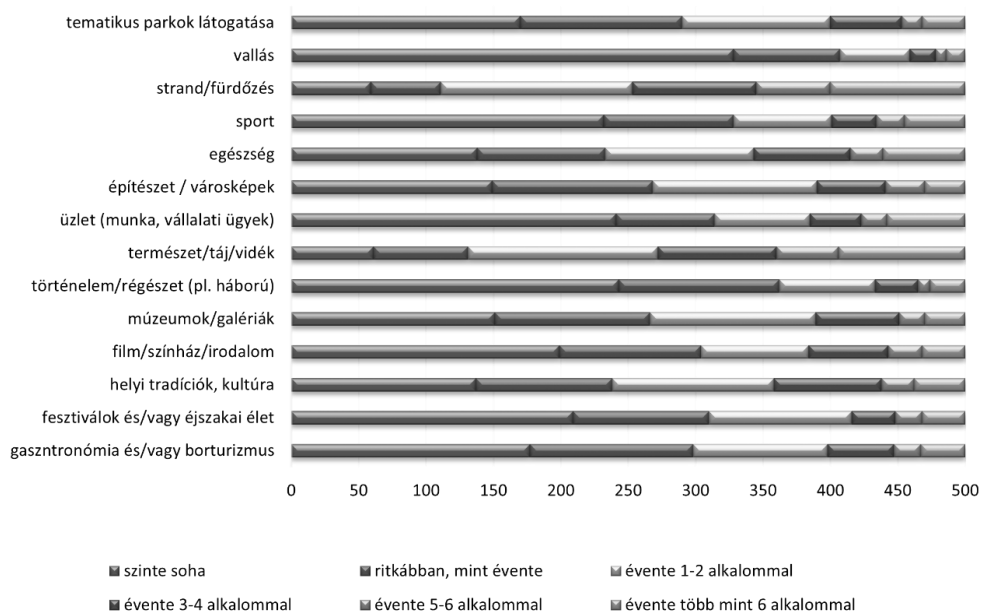
Kor	Megkérdezettek száma	Megkérdezettek aránya
15-18 év	184	37%
19-35 év	30	6%
36-50 év	90	18%
51-65 év	110	22%
≥66 év	86	17%
Háztartásban élők száma	Megkérdezettek száma	Megkérdezettek aránya
1	67	13%
2	223	45%
3	96	19%
4	77	15%
≥5	37	7%
Végzettség	Megkérdezettek száma	Megkérdezettek aránya
alapfokú végzettség	348	70%
középfokú végzettség	34	7%
felsőfokú végzettség	104	21%
PhD	14	3%

Forrás: saját szerkesztés

3.2. A megkérdezettek utazási szokásai

A megkérdezettek leggyakoribb utazási motivációja (1. ábra) a pandémia előtti időszakban a strand/fürdőzés volt, mely célból a minta szereplőinek 77,8%-a legalább évente egyszer utazott. Kutatásunk szempontjából fontos tényező, hogy a második leggyakoribb turizmusra ösztönző tényező a természet/táj/vidék kategória volt, mely a minta 73,8%-át sarkallta kimozdulásra.

1. ábra: Az utazási motivációk a világjárványt megelőző időszakban



Forrás: saját szerkesztés

LI és társai (2020), valamint EICHELBERGER és társai (2021) munkássága alapján az utazásaik célpontját is vizsgáltuk, lévén ez kiemelkedően fontos tényező, amely a nemzetközi

figyelembe veszik. A keresztábra-elemzés alapján ($\text{Khi}^2 < 0,0001$) (2. táblázat) a környezetvédelemre mindennapjaik során szinte mindig, vagy mindig odafigyelő válaszadók 61,6%-a utazásaik során is ugyanolyan mértékben odafigyelnek erre, sőt 34,4%-uk jelezte, hogy jobban vagy sokkal jobban igyekeznek környezettudatosan viselkedni. Csupán 4%-uk válaszolta azt, hogy kevésbé vagy sokkal kevésbé tartja fontosnak ezen szempontokat. Azon válaszadók, akik általános életvitelük során sem veszik figyelembe a környezetvédelmet, utazásaik során sem tesznek másként. Ezen eredményünk igazolja MILLER és társainak (2014) felvetését, hogy az általános fogyasztási minták jó előrejelzőjeként szolgálnak az utazási szokásoknak is.

2. táblázat: A környezetvédelem figyelembe vétele az általános életvitel és az utazás során - Keresztábra elemzés

		Kérem, becsülje meg egy 1-től 5-ig terjedő skálán, hogy utazás közben nagyobb, kevesebb vagy ugyanolyan mértékben veszi-e figyelembe a környezetvédelmi szempontokat, mint amikor otthon van?					Total
		sokkal kevésbé	kevésbé	ugyanolyan mértékben	jobban	sokkal jobban	
Kérjük, jelölje meg, hogy általában mennyire veszi figyelembe életvitelének során a környezetvédelmi szempontokat?	1 – egyáltalán nem	2	2	3	0	0	7
	2	0	5	12	0	0	17
	3	1	5	81	12	2	101
	4	0	11	133	38	11	193
	5 – mindig figyelembe veszem	2	2	98	30	50	182
Total		5	25	327	80	63	500-

Forrás: Saját szerkesztés

A megkérdezetteket hierarchikus klaszterelemzésünk során a vezető távolságokat figyelembe véve környezettudatosságuk, felelősségteljes viselkedésük alapján csoportokba soroltuk. Ennek alapjául egy, a környezettudatosságra és fenntarthatóságra irányuló értékelőskálás kérdés szolgált, melyben egy 1-től 5-ig terjedő Likert skálán mértük fel a válaszadók környezeti attitűdjeit. K-középértékvizsgálatunk szerint a négy klaszterkategória a következő:

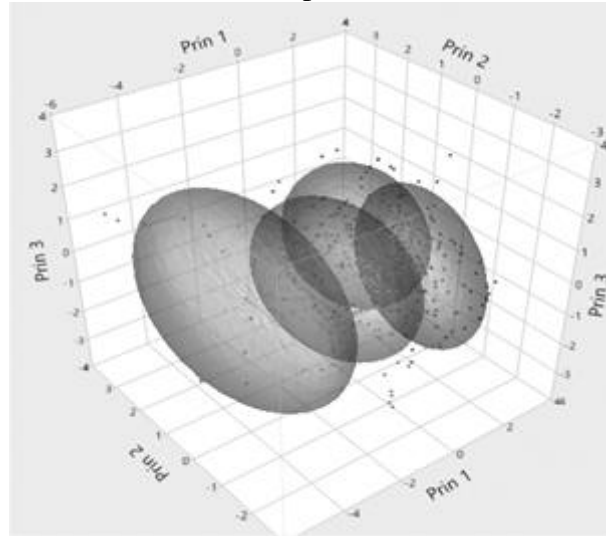
- *Környezettudatos utazók:* 1-es klaszter (pirossal jelölve), alacsony szórással. Jelen klaszter csoportosítja magába az 500 fős minta 118 válaszadóját (23,6%), akik a szálláshelyeken jellemzően takarékoskodnak az erőforrásokkal ($x = 4,03$; $\delta = 0,84$), ügyelnek rá, hogy túrázásaik alkalmával ne hagyjanak hulladékot a természetben ($x = 4,60$; $\delta = 0,61$), előnyben részesítik a kerékpárberlést vagy az elektromos rollert a helyi tömegközlekedési módokhoz képest ($x = 3,74$; $\delta = 0,95$), ám akár távolsági, akár helyközi közlekedésről legyen szó mindinkább preferálják a tömegközlekedést

távolságtól függetlenül ($x = 3,62$; $\delta = 1,03$). 3,5 feletti, tehát jelen elemzésben szintén pozitív tartományba eső értékkel szerepeltették a tényezőt, miszerint kerülnek a „pazarló” éttermi szolgáltatásokat ($x = 3,88$; $\delta = 0,87$), illetve a papírmertességre való törekvést ($x = 3,59$; $\delta = 0,96$), ugyanakkor a QR kódok megítélését már kevésbé egyértelmű véleménnyel támogatják ($x = 3,22$; $\delta = 1,20$).

- *A környezetre figyelő turisták*: 3-mas klaszter (kékkel jelölve), alacsony szórással. Jelen klaszter csoportosítja magába a minta 150 szereplőjét (30%), akik *a környezettudatos utazókhoz* képest a szálláshelyeken valamivel jobban figyelnek az energiafelhasználással való takarékoskodásra ($x = 4,23$; $\delta = 0,70$), emellett nagyobb hangsúlyt fektetnek a szemetelés megelőzésére is a természetben ($x = 4,92$; $\delta = 0,26$). A kerékpárbérlés/elektros roller bérlését azonban már kevésbé veszik számításba ($x = 2,91$; $\delta = 1,26$), és a tömegközlekedést sem olyan szívesen választják, mint a *környezettudatos utazók* ($x = 3,16$; $\delta = 1,22$). A középérték felé tolódik el a pazarló vendéglátó szolgáltatások iránti preferenciájuk ($x = 3,21$; $\delta = 1,12$), ugyanakkor kifejezetten odafigyelnek a papírmertességre ($x = 4,22$; $\delta = 0,84$), ezzel együtt az azt sok helyen kiváltó QR kódokra ($x = 3,69$; $\delta = 0,96$).
- *Kényelmet preferáló utazók*: 2-es klaszter (zölddel jelölve), közepes szórással. Jelen klasztercsoport 209 főt számlálva a legnagyobb csoport, amely minta mintegy 41,8%-át teszi ki. Az ide tartozó alanyok a válaszok szerint közepes odafigyeléssel vannak az erőforrások használatára ($x = 3,17$; $\delta = 1,00$) a szálláshelyeken, ügyelnek a túrázások alatt arra, hogy ne hagyjanak hulladékot a természetben ($x = 4,59$; $\delta = 0,66$), szintén középérték által képviseltetik magukat a tömegközlekedés használata ($x = 2,81$; $\delta = 1,16$) kapcsán, ám az elektromos rollert vagy kerékpár bérlést már nem preferálják ($x = 2,35$; $\delta = 1,09$). Az étkezési lehetőségek viszonylatában sincs határozott állásfoglalásuk a pazarló szolgáltatások tekintetében ($x = 2,71$; $\delta = 1,01$), nem törekszenek a papírmertességre ($x = 2,55$; $\delta = 0,94$), és nem tart érdeklődésükre számot a QR kód alternatívája sem ($x = 2,00$; $\delta = 0,94$).
- *Elutasító turisták*: 4-es klaszter (narancssárgával jelölve), magas szórással. Jelen klasztercsoport a legkisebb, 23 fővel a minta 4,6%-át jelentik. Nevéből adódóan ez a klaszter a leginkább elutasító attitűddel rendelkezik: a szálláshelyeken jellemzően nem takarékoskodnak az erőforrásokkal ($x = 2,04$; $\delta = 0,99$), nem ügyelnek arra, hogy ne szemeteljenek a természetben ($x = 2,39$; $\delta = 1,09$), vélhetően inkább autóval közlekednek, és nem választják az elektromos roller vagy kerékpár bérlés lehetőségét, ($x = 1,78$; $\delta = 1,01$), ahogyan a tömegközlekedést sem ($x = 1,82$; $\delta = 1,00$). Egyáltalán nem kerülnek a pazarló éttermi szolgáltatásokat ($x = 1,65$; $\delta = 0,86$), nem törekednek a papírmertességre ($x = 1,86$; $\delta = 1,07$), ahogy a QR kódok használatára sem ($x = 1,82$; $\delta = 1,00$).

Amint az a klasztercsoportok 3D-s ábráján is látszik (3. ábra), az egyes klaszterek között eltérő szórásmérték mutatkozik, továbbá természetesen átfedések is fellelhetők. A klasztereket tekintve elmondható, hogy a csoportok nagyjából azonos méretűek, melyek alól az *elutasító turisták* csoport kivételt képez, jóllehet ez szerencsés állapot, elvégre ők olyan negatív értelemben kiugró értékeket képviselnek, melyek voltaképpen ártalmasak a környezetre. Jó hír tehát, hogy alapvetően a minta domináns része a környezetre való odafigyelés felé tolódik el, bár nagy arányt képviselnek a *kényelmet preferáló turisták* is.

3. ábra: A klasztercsoportok térbeli ábrázolása



Forrás: Saját szerkesztés

A fundamentális ismérvek a fenntarthatóságra irányultak a klaszterek képzésekor, ebből kifolyólag logikusan következnek, hogy összefüggések mutatkoznak az olyan szálláshelyek preferálása, melyek kisebb környezeti terheléssel számolnak, és a klaszterbe való tartozás között, ugyanakkor konkrét, szignifikáns összefüggés igazolható módon is megjelenik egy szálláshely esetén: kemping. A kontingencia analízis $\text{Khi}^2 = 0,0485$ értéken támasztja alá. Ez azt jelenti, hogy bár több olyan szállástípus felsorolásra került, mely környezeti terhelése alacsonyabb, mégis az elsődleges megnyilvánulási formája a fenntartható turizmusnak a kemping tudatos választása (avagy elutasítása – negatív klaszterek esetén).

A kemping egy relatíve alacsonyabb költséget jelent a turista számára. Ennél fogva felmerülhet a kérdés, miszerint a kemping tudatos választása valóban a klasztercsoportok környezet iránti elhivatottságának vizsgálata-e, vagy kényelmes egybeesés. Ezen gondolatot kiküszöbölve végeztünk további összevizsgálatot két demográfiai ismérv alapján. Eszerint a klaszterbe való tartozást az anyagi faktor nem befolyásolja, lévén a kitöltők gazdasági helyzete és a klaszterbe való tartozás nem mutat szignifikáns összefüggést ($\text{Khi}^2 = 0,0816$), ellenben az iskolai végzettség igen ($\text{Khi}^2 = 0,001$), melyből látható, hogy valóban tudatos motiváció áll e kérdés mögött.

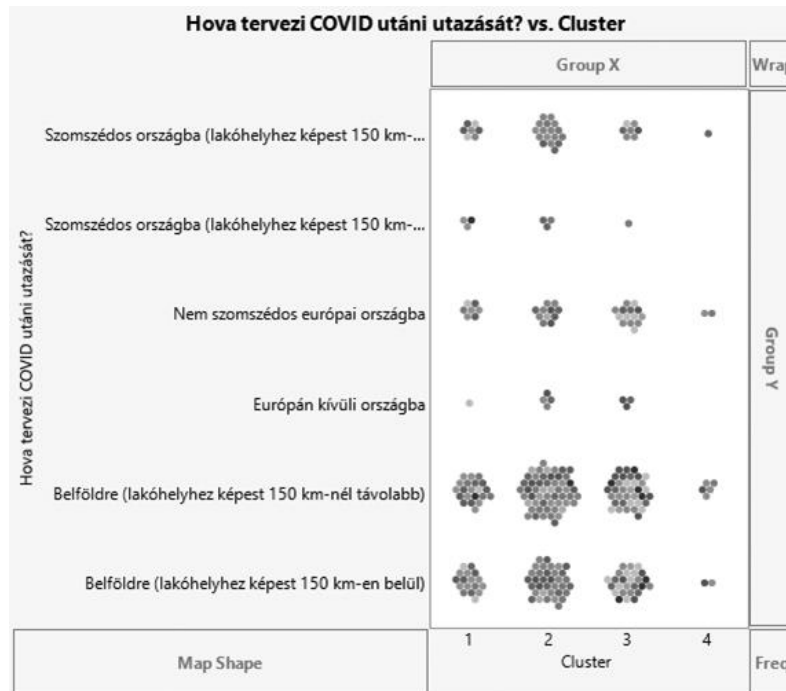
3.3. Az utazási szokások változása a pandémia hatására

Kutatásunk során elsősorban azt vizsgáltuk, hogy a pandémia milyen hatást gyakorolt az utazási szokásokra. Arra is kerestük a választ, hogy a járványügyi korlátozások pozitívan hatottak-e a fogyasztók preferenciáira a tekintetben, hogy többségében választják-e a belföldi, természetközeli úticélokot a zsúfolt helyekkel szemben. Ennek első lépéseként a külföld-belföld irányultságát elemeztük, mely során arra kerestük a választ, hogy a COVID-19 által okozott pandémia hatására történt-e változás a preferenciákban csupán e két tényező alapján. A kontingencia analízis során Khi^2 statisztikánk eredményeként $< 0,0001$ értékkel igazoltuk az összefüggést, minek értelmében állítható, hogy a külföld-belföld preferenciát nem formálta át a pandémia. Az 500 válaszadónak 55%-a tervez utazni a pandémiát követően. A 71%-uk belföldi desztinációt preferál utazása célpontjaként a pandémiát követő időszakban, ugyanakkor a minta átlagértékét vizsgálva a pandémia előtti időszakra vonatkozóan megállapítottuk, hogy az átlagos kitöltő utazásainak 23,01%-a irányul külföldre.

A klasztereket elemezve (4. ábra) arányaiban az utazás célpontját illetően történt ugyan tolodás a klaszterek esetében, de nem jelentős mértékben. A környezettudatos (11,4%) és kényelmet

preferáló utazók (21,85%) preferálták leginkább a belföldi turizmust a pandémiát megelőző időszakban, míg a COVID-19 utáni időszakot tekintve belföldi úticélt legnagyobb arányban a kényelmet preferáló utazók (32,1%) jelölték meg. A környezettudatos utazók aránya a belföldi úticélt választók körében 13,7%-ra nőtt. A környezetre figyelő utazók ugyanakkor nagyobb arányban jelölték a belföldi úticélt, míg a pandémiát megelőző időszakban a belföldre utazóknak 12,6%-át adták, a pandémiát követő idősakra vonatkozóan arányuk 22,4%-ra nőtt. Legnagyobb mértékben a kényelmet preferáló utazók körében nőtt a belföld iránti preferencia.

4. ábra: A klaszterek COVID utáni desztináció preferenciája



Forrás: Saját szerkesztés

Utazási céljuk megválasztása során a legnagyobb arányban a biztonság játszott jelentős szerepet (30,4%), amelyet az utazási költségek (24,8%) és a járványi előírások (23,65) követtek. A megkérdezettek 20,8%-a tartotta a természetközelséget jelentős szempontnak az úticél választás során.

Vizsgálatunk következő lépéseként útelemzést alkalmaztunk, mely a célváltozó változásait regressziós becslőfüggvényekkel magyarázza. A modellben azt vizsgáltuk, hogy az úticél választást milyen módon módosították a fogyasztók a pandémiával kapcsolatos korlátozások hatására. Mivel az útelemzés nem járt eredménnyel, egy komplex rendszert alkottunk meg a probléma megoldására. Ehhez a neurális hálózat módszertanát alkalmaztuk, azonban a mesterségesen létrehozott perceptronokat egy döntési fa modellbe integráltuk. A döntési fa egy döntéstámogató eszköz, amely a döntések faszerű modelljét és azok lehetséges következményeit használja, beleértve a véletlen esemény kimenetelét, az erőforrás-költségeket és a hasznosságot. Döntési szabályokat úgy hoztunk létre, hogy asszociációs szabályokat kapcsoltunk össze a célváltozóval. Ezek jelölhetnek időbeli vagy okozati összefüggéseket is, esetünkben az utóbbi játszott szerepet. Így egy nem paraméteres, felügyelt tanulási módszert hoztunk létre, amely osztályozó algoritmust használ. Az adatjellemzőkből kikövetkeztetett egyszerű döntési szabályok elsajátításával megjósolja a célváltozó értékét. A fa így egységenkénti állandó közelítésnek tekinthető.

Az eljárás futtatását követően nem volt bizonyítható, hogy önmagában a pandémiás korlátozások eredményeként a fogyasztó megváltoztatja utazási preferenciáit. Ilyen esetekben

az összetett faszerkezet redukálása javasolt. Ha nincs összefüggés a kimenetek között, az ilyen típusú problémák megoldásának módja egy olyan modell felépítése, amely képes az összes n kimenet egyidejű előrejelzésére. A kapott modell általánosítási pontossága gyakran megnövekedhet.

Ennek hatására a modellünkben a megoszlási arányokban mutatkozott kismértékű differencia a részhalmazok között, azaz azok a fogyasztók, akiket nem ért nagy negatív behatás a járványhelyzet miatt, ők nagyon kis százalékban módosították úticéljukat, illetve utazási preferenciájukat. Azok a célcsoportok azonban, akiknek gazdasági helyzetét negatívan befolyásolták a korlátozások, vagy korábbi utazásaikon módosítaniuk kellett a pandémia miatt nagyobb arányban változtattak szokásaikon korábbi utazásaikhoz mérten. Mindezt azonban nem tudtuk statisztikailag szignifikáns eredményekkel alátámasztani, tehát adódhat csupán a minta nem reprezentatív összetételének anomáliájából. Mindemellett a neurális modell becslőfüggvényei nem tudták elkülöníteni az egyes pandémiás és egyéb demográfiai tényezők hatását az utazási szokások tekintetében, így lehetetlen megbecsülni, hogy önmagában a pandémiás korlátozások milyen mértékben módosították a fogyasztói döntéshozatalt, illetve, hogy egyáltalán e tényezőknek van-e bármiféle hatásuk a végső kimenetelre.

A preferenciákat felmérve szálláshely típustól függetlenül minden átlagérték magasabb a keresettséget, tartózkodási időt tekintve. Természetesen ez a mutató önmagában a vágyakat és jövőbeli elképzeléseket is tartalmazza, nem kizárólag két tényszerű adatot ütköztet. A szálláshely preferenciákat illetően a válaszadók leginkább (29,8%) az apartman típusú szálláshelyeket választanák a pandémia utáni utazás során. Ezt követi népszerűségben az ötszillagos szálloda (17,5%), a panzió (11,5%), a fogadó (10,4%), a két vagy háromszillagos szálloda (9,9%), szoba (9,6%), a kemping (5,1%) és a motel/hostel (3,4%). Nagy népszerűségnek örvend az átlagos tartózkodási idő COVID-19 utáni időszakában a négy/öt csillagos szálloda (1,74-es különbségérték), az apartman (0,98-as különbségérték), és a jóval természetközelebb kemping is (1,36-os különbségérték). A preferenciákat és az átlagos tartózkodási időt tekintve kedvezőtlen tendenciának tekinthető a négy/öt csillagos szálloda népszerűségének megugrása.

A klasztereket vizsgálva a környezettudatos utazók körében leginkább preferált szálláshely típus változatlanul az apartman, ahogyan a kényelmet preferáló utazók körében is. Ugyanakkor a 2-es klaszterbe sorolható kényelmet preferáló utazók körében az ötszillagos szálloda a második legnépszerűbb szálláshellyé vált, míg a pandémiát megelőzően a fogadó és panziót preferálták és az ötszillagos szálloda pedig csak a negyedik legnépszerűbb típusként jelent meg. A környezetre odafigyelő, 3-as klaszterbe tartozó turisták körében hasonló változás történt: a legnépszerűbb lehetőségként változatlanul az apartman típusú szálláshelyet jelölték, de míg a pandémiát megelőzően a fogadó és panzió volt a második és harmadik leggyakoribb válasz, jövőbeni utazásuk során a második leginkább preferált szálláshelyként az ötszillagos szálloda jelent meg. A 4-es klaszterbe sorolható, elutasító válaszadók preferenciáiban nem történt változás.

A közlekedési preferenciákat illetően a környezettudatos utazók preferenciái változatlanok maradtak, saját személygépkocsival, vonattal vagy busszal közlekednének. A kényelmet preferáló és ebből kifolyólag a saját jármű használatot legnagyobb mértékben előnyben részesítő turisták körében népszerűbbé vált a gyalogos közlekedés. A környezetre odafigyelő, 3-as csoportba tartozó kitöltők körében is a saját személygépkocsi maradt a legnépszerűbb közlekedési eszköz, de a járvány előtti időszakra másodikként és harmadikként jelölt vonat és busz helyett a gyalogos közlekedést és a repülőgéppel történő utazást választották leggyakrabban. A környezetvédelemre egyáltalán nem odafigyelő utazók körében nem történt toródás pozitív irányba. Ahogyan a szálláshely preferenciák esetében megjegyeztük itt is érvényes az, hogy a válaszok jövőbeli elképzeléseket tartalmaznak, amelyeket erősen

befolyásol a járványhelyzetből fakadó nagyobb biztonságérzetre való törekvés. A környezettudatosabbnak számító közlekedési mód, mint a gyalogos közlekedés nagyobb népszerűsége is inkább a zsúfolt tömegközlekedési eszközök elkerülésére vezethető vissza, mint a nagyobb környezettudatosságra.

4. Összegzés

Tanulmányunkban egy 500 fős magyarországi mintán vizsgáltuk a megkérdezettek környezettudatosságának mértékét utazásaik során a világjárvány előtti és a korlátozások feloldása utáni helyzetre vonatkoztatva. Arra a kutatási kérdésre kerestük a választ, hogy a pandémia hatására a megkérdezettek környezettudatossága nőtt-e, utazási szokásaikban és célpontválasztásuk során nagyobb hangsúllyal jelenik-e meg a környezettudatos viselkedés iránti elkötelezettség? A felállított hipotézisekre vonatkozó eredményeinket a 3. táblázat foglalja össze.

Az utazás során tanúsított környezetbarát viselkedés előzmény tényezői közül a megszokott viselkedést vizsgáltuk, mely alapján a megkérdezetteket klaszterekbe soroltuk. A minta 46,4% - a a kényelmet preferáló vagy a környezetvédelmet elutasító klaszterekbe tartozik. A valóban környezettudatos egyének pedig a mintának csak 23,6%-át teszik ki. Bár kijelentéseik szerint a környezettudatosság jelentős szerepet játszik az életvitelük során, és azt ugyanolyan mértékben vagy jobban figyelembe veszik az utazásaik során, ennek megjelenési formái az attitűd és cselekvés közötti résre utalnak.

Kutatási eredményeink szerint a közlekedés, szálláshely választás, étkezés során a környezettudatosság a mintának csak kis részére jellemző. A személygépkocsi a legjellemzőbb közlekedési forma, amely egyúttal a legszennyezőbb is és az éttermi étkezés a leginkább preferált étkezési mód, amely jóval magasabb szénlábnyommal jár, mint a saját készítésű vagy helyben vásárolt utcai étel. A szálláshely választása során a legtudatosabbak a megkérdezettek, legnagyobb számban a fenntartható alternatívának számító kemping, apartman és panzió szálláshely típusokat preferálták.

A nemzetközi kutatások által feltárt trend, a rövidebb, repülést nem igénylő, tömegközlekedéssel is elérhető belföldi úticélok preferálása a világjárvány hatására a turisták szénlábnyomának csökkentése szempontjából jelentős (RAFFAY 2021), ez azonban a megkérdezettek körében nem jellemző. A kontingencia analízis során χ^2 statisztikánk eredményeként $<0,0001$ értékkel igazoltuk az összefüggést, minek értelmében állítható, hogy a külföld-belföld preferenciát a megkérdezettek körében nem formálta át a pandémia. A természetvédelmet és turizmust ötvöző ökoturizmus fellendülését, a természetközeli célpontok preferálását szintén egy a világjárvány hatására erősödő trendként azonosította számos nemzetközi kutatás. Ez azonban a megkérdezettek körében nem vált népszerűbbé a világjárvány hatására. Utazási céljuk megválasztása során a megkérdezetteknek csak 20,8%-a tartotta a természetközeli célt jelentős szempontnak az úticél választás során. A fogyasztási szokások változására irányuló hipotézisünk sem nyert bizonyítást. A megkérdezettek fogyasztási szokásaiban nem látható változás, amely az EURÓPAI UTAZÁSI BIZOTTSÁG (2022) legújabb felméréseinek eredményeit támasztja alá. A személygépkocsi használat változatlanul a legnépszerűbb közlekedési mód, a preferenciákat és az átlagos tartózkodási időt tekintve kedvezőtlen tendenciának tekinthető a négy/öt csillagos szálloda népszerűségének megugrása.

3. táblázat: Az eredmények összegzése

Hipotézis	Elfogadva/elutasítva
H1: A megkérdezett magyar turisták a desztinációba való eljutás, a desztináción belül történő mozgás, valamint a desztinációban történő tartózkodás során a környezetbarát alternatívákat preferálják.	Elutasítva
H2: A megkérdezett magyar turisták körében a környezetvédelem figyelembevételét utazásaik során szignifikánsan befolyásolja, hogy mindennapjaik során milyen mértékben veszik azt figyelembe.	Elfogadva
H3: A COVID-19 világjárvány hatására a megkérdezett magyar turisták szignifikánsan nagyobb arányban preferálják a belföldi úticélokot eredményeink alapján elutasítottuk.	Elutasítva
H4: A COVID-19 világjárvány hatására a megkérdezett magyar turisták utazási céljának kiválasztása során szignifikáns szerepet játszik a természetközelség.	Elutasítva
H5: A COVID-19 világjárvány hatására a megkérdezett magyar turisták a desztinációba való eljutás, a desztináción belül történő mozgás, valamint a desztinációban történő tartózkodás során szignifikánsan nagyobb arányban választják a környezetbarát lehetőségeket.	Elutasítva

Forrás: Saját szerkesztés

5. A kutatás korlátai

A levont következtetések érvényessége szempontjából fontos kiemelni azokat a tényezőket, amelyek az elemzés és ebből kifolyólag a hipotézisek igazolásának korlátait jelentették. A kialakított módszertan validálásához egy nagy elemszámú reprezentatív minta biztosíthat megbízható adatokat, ugyanakkor nem állnak rendelkezésre statisztikai adatok az érdeklődésre számot tartó alapsokaság általános összetételéről és demográfiai jellemzőiről, ezért a felmérés nem tudott megfelelni a reprezentativitás kritériumának. Emellett a minta elemszáma csak a megkérdezettekre vonatkozó megállapítások tételét engedi meg, általános következtetések levonása ebből és a reprezentativitás hiányából kifolyólag nem lehetséges, a megkérdezés csak iránymutató jellegűnek tekinthető.

Bár a lekérdezés MILLER és társai (2014) alapján a környezetbarát viselkedés előzmény tényezőire és a környezetbarát utazási szokásokra irányult, ezek felmérése nem történt meg teljes körűen. Az előzmény tényezők közül csak a megszokott viselkedés felmérésére fókuszáltunk, míg a környezetbarát utazási szokások felmérése során a közlekedési, étkezési és szálláshely-választási szokásokat vizsgáltuk. A kérdőíves felmérésre ezekből kifolyólag egy olyan alapozó felmérésként tekinthetünk, amely a MILLER és társai (2014) munkássága

alapján történő kiegészítéssel, pontosítással egy országos, GONDA – RAFFAY (2021) alapján lakosságra reprezentatív mintán történő vizsgálattal releváns eredményekkel szolgálhat a politikai döntéshozók, turisztikai szervezetek és a desztinációk menedzsmentje számára. A világválság utáni utazási szokásokra vonatkozó kérdések jövőbeli elképzeléseket is tartalmaznak, nem kizárólag tényszerű adatokat, a tényleges viselkedés ezért ezektől eltérhet. Jövőbeni kutatási irányként így egy olyan reprezentatív felmérés lefolytatása rajzolódik ki, melynek célja a korlátozások feloldását követő utazási szokások teljeskörű vizsgálata. További kutatási korlátként jelenik meg a lekérdezés módja és ebből kifolyólag a megkérdezettek összetétele, amely eltér a lakosság átlagos összetételétől is. Ez a Magyar Országos Panel tagsági összetételének (felülreprezentáltak a 18 éven aluliak és nyugdíjasok, legfeljebb általános iskolai végzettséggel rendelkezők) tudható be. Itt azonban fontos megemlíteni, hogy mivel a tagságban a 18 éven aluliak felülreprezentáltak, a tesztelést követően a kérdőív bevezetőjét kiegészítettük egy nyilatkozattal, amely tájékoztatja a válaszadókat, hogy amennyiben nem ők szervezik a nyaralást, úgy az utazásuk megszervezéséért felelős személy helyett is nyilatkozhatnak.

6. Következtetések

Bár a felmérés nem reprezentatív, a kutatás eredményei egy jövőbeni reprezentatív felmérés előfeltételezéseinek megfogalmazása során kiindulópontként szolgálhatnak, továbbá ezeket a nemzetközi kutatások eredményeivel együtt értékelve óvatos megállapítások tehetők. Bár kutatásunk nem reprezentatív, DE PASSAFARO (2020), CSUTORA (2014), GÖSSLING és társai (2006), valamint MCKERCHER és társai (2010) eredményeihez hasonlóan a megkérdezettek körében az attitűd és a cselekvés közötti szakadékra mutat rá.

Bár a magyarok környezettudatosságára utazásaik során nem tudunk általános következtetéseket levonni, eredményeink rámutatnak az ezek közötti rés csökkentésének fontosságára. Előrejelzések szerint a belföldi utazások volumene 2022-ben, a régió belüli utazások volumene pedig várhatóan 2023-ban elérheti a 2019-es szintet, míg a nemzetközi turizmus helyreállítása várhatóan hosszabb időt vesz igénybe. A turizmus újjáépülése során fontos annak elkerülése, hogy ugyanazok a fenntarthatósági problémák érintsék az ágazatot. Ezért a helyreállítási szakaszban lényeges, hogy a turizmus fenntarthatóvá tételének célja elérése érdekében a döntéshozók és turisztikai intézmények, desztináció menedzsment tisztában legyenek a turisták környezettudatosságának mértékével és olyan beavatkozásokat eszközöljenek, amelyek a felelősebb utazási viselkedésre ösztönöznek. Az attitűd és cselekvés közötti szakadék megszüntetése ugyanakkor nem merülhet ki a fenntartható utazási szokások tudatosítására irányuló kampányokban. A turizmus fenntarthatóságának újragondolása szükséges, amelyben minden érdekelt csoport részt vesz. Az ESG-szemléletnek (ENSZ 2004) megfelelően a kínálati oldalt megjelenítő turisztikai infrastruktúra oly módon történő átalakítása (és ennek megfelelő támogatása) szükséges, amely lehetőséget biztosít a turisták számára a környezettudatos fogyasztásra. A desztináció marketing és menedzsment során pedig jelentős figyelmet szükséges fordítani ezen opciók tudatosítására, a desztináció környezetének megóvásához szükséges információk nyújtására, még azelőtt, hogy a turista a desztinációba érkezne. Emellett a helyi közösség támogatását célzó tájékoztatás szintúgy környezettudatosabb és felelősségteljesebb magatartáshoz vezethet a turisták körében.

Irodalomjegyzék

AJZEN, I. – FISHBEIN, M. (1977): Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin* 5: pp. 888–918. DOI: 10.1037/0033-2909.84.5.888

- AKIS, A. (2011): The effects of mass tourism: A case study from Manavgat (Antalya – Turkey). *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 19: pp. 289-296. DOI: 10.1016/j.sbspro.2011.05.134
- ÁRVA, L. – KISS, K. S. – KURUVILLA, J. (2015): New Challenges and Post Modern Solutions in Tourism in the Times of the Climatic Change. *International Journal of Business Insights and Transformation* 8(2): pp. 18-22.
- ÁRVA, L. – VÁRHELYI, T. (2020): Elmozdulás a minőségi turizmus felé. A fenntarthatóság a turizmusban a koronavírusjárvány után. *Polgári Szemle* 16(1-3): pp. 94-114. DOI: 10.24307/psz.2020.0707
- ÁSVÁNYI, K. – KOMÁR, Z. (2018): Érték-e zöldnek lenni? Zöld szállodák és vendégeik. *Turisztikai és Vidékfejlesztési tanulmányok* 3(1): pp. 20-33.
- BRANDT, B. – PILZ, H. (2011): *The impact of plastic packaging on life cycle energy consumption and greenhouse gas emissions in Europe. Executive Summary.* Denkstatt, Vienna
- CHIU, H. Y.-T. – LEE, W.-I. – CHEN, T.-H. (2014): Environmentally responsible behaviour in ecotourism: Antecedents and implications. *Tourism Management* 40: pp. 321-329. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.06.013
- CROS, H. D. – MCKERCHER, B. (2015): *Cultural tourism*, Routledge, Abingdon
- CROUCH, G. – DEVINNEY, T. – DOLNICAR, S. – HUYBERS, T. – LOUVIERE, J. – OPPEWAL, H. (2005): *New horses for old courses. Questioning the limitations of sustainable tourism to supply-driven measures and the nature-based contexts.* ANZMAC CD Proceedings
- CSAPÓ, J. – GERDESICS, V. – GONDA, T. – RAFFAY, Z. – TÖRŐCSIK, M. (2018): *Turizmus: a magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal – országosan reprezentatív személyes (n=2001) és online (n=1085) megkérdezés, fókuszcsoporthoz viták eredményei.* PTE KTK, Pécs.
- CSAPÓ, J. – TÖRŐCSIK, M. – NAGY, Á. (2021): Nemturizmus és életstílus összefüggések. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4(2): pp. 5-17.
- CSUTORA, M. (2014): Összegződnék-e az egyéni törekvések? A cselekvés és az eredmény közötti szakadék problémája. *Közgazdasági Szemle* 61: pp. 609-625.
- DODDS, R. – GRACI S. R. – HOLMES, M. (2010): Does the tourist care? A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism* 2: pp. 207-222, DOI: 10.1080/09669580903215162
- DOLNICAR, S. (2004): Insights into sustainable tourists in Austria: A data-based a priori segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism* 12(3): pp. 209-218. DOI: 10.1080/09669580408667234
- EICHELBERGER, S. – HEIGL, M. – PETERS, M.PI – KKEMAAT, B. (2021): Exploring the Role of Tourists: Responsible Behavior Triggered by the COVID-19 Pandemic. *Sustainability* 13: 5774. DOI: 10.3390/su13115774
- GONDA, T. – RAFFAY, Z. (2021): Környezettudatosak-e a hazai turisták? *Turizmus Bulletin* 2(1): pp. 4-14. DOI: 10.14267/TURBULL.2021v21n2.1
- GÖSSLING, S. – BREDBERG, M. – RANDOW, A. – SVENSSON, P. – SWEDLIN, E. (2006): Tourist perceptions of climate change. *Current Issues of Tourism* 9: pp. 419-435.

- HASSAN, A. S. – MEYER, D. F. (2022): Does countries' environmental, social and governance (ESG) risk rating influence international tourism demand? A case of the Visegrád Four. *Journal of Tourism Futures* No. ahead-of-print. DOI: 10.1108/JTF-05-2021-0127
- HINES, J. M. – HUNGERFORD, H. M. – TOMERA, A. N. (1986): Analysis and synthesis of research on responsible pro-environmental behavior: a meta-analysis. *The Journal of Environmental Education* 3: pp. 1-8.
- HODBOD, A. – HOMMES, C. – HUBER, S.J. – SALLE, I. (2021): The COVID-19 consumption game-changer: Evidence from a large-scale multi-country survey. *European Economic Review* 140: 103953.
- HORN, G. (2001): A turizmus hatása az ökológiai és a társadalmi sokféleségre. *Kovács* 5 (3-4): pp. 153-165.
- JUVAN, E. – DOLNICAR, S. (2014): The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research* 48: pp. 76-95. DOI: 10.1016/j.annals.2014.05.012.
- KASZA-KELEMEN, K. (2015): *Fenntartható fogyasztás a turizmusban? A helykötődés és környezettudatos viselkedés összefüggései a nemzeti parkokban*. Doktori értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola, Budapest
- KIM, Y. – YAP, G. – VERTINSKY, I. (2020): Can 'too much' trust slow tourism development? An exploratory cross-country analysis. *Current Issues in Tourism* 13: pp. 1803-1808. DOI: 10.1080/13683500.2020.1754353.
- LEE, T. H. (2013): Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management* 34: pp. 37-46. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.03.007
- LEE, T. H. – JAN, F. H. – YANG, C. C. (2013): Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists. *Tourism Management* 36: pp. 454-468. DOI: 10.1016/j.tourman.2012.09.012
- LI, Z.Y. – ZHANG, S. – LIU, X.Y. – KOZAK, M. – WEN, J. (2020): Seeing the invisible hand: Underlying effects of COVID-19 on tourists' behavioral patterns. *Journal of Destination Marketing and Management* 18: 100502. DOI: 10.1016/j.jdmm.2020.100502
- MCKERCHER, B. – PRIDEAUX, B. – CHEUNG, C. – LAW, R. (2010): Achieving voluntary reductions in the carbon footprint of tourism and climate change. *Journal of Sustainable Tourism* 3: pp. 297-317. DOI: 10.1080/09669580903395022
- MILLER, G. A. (2003): Consumerism in Sustainable Tourism: A Survey of UK Consumers. *Journal of Sustainable Tourism* 1: pp. 17-39. DOI: 10.1080/09669580308667191
- MILLER, D. – MERRILEES, B. – COGHLAN, A. (2014): Sustainable urban tourism: Understanding and developing visitor pro-environmental behaviours. *Journal of Sustainable Tourism* 23: pp. 26-46. DOI: 10.1080/09669582.2014.912219
- NAGY, SZ. (2018): A környezettudatos cselekvés elemzése. *VEZETÉSTUDOMÁNY / BUDAPEST MANAGEMENT REVIEW* 10-11: pp. 45-55. DOI: 10.14267/VEZTUD.2018.10.05
- NIEWIADOMSKI, P. (2020): COVID-19: From temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies* 22: pp. 651-656. DOI: 10.1080/14616688.2020.1757749
- PAN, K. – YUE, X.-G. (2021): Multidimensional effect of Covid-19 on the economy: Evidence from survey data. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja* pp: 1-28. DOI: 10.1080/1331677X.2021.1903333

- PASSAFARO, P. (2020): Attitudes and tourists' sustainable behavior: An overview of the literature and discussion of some theoretical and methodological issues. *Journal of Travel Research* 59: pp. 579-601. DOI: 10.1177/0047287519851171
- PULIDO-FERNÁNDEZ, J. I. – LÓPEZ-SÁNCHEZ, Y. (2016): Are Tourists Really Willing to Pay More for Sustainable Destinations? *Sustainability* 12: 1240. DOI: 10.3390/su8121240
- RAFFAY, Z. (2019): *A magyar lakosság ökotudatossága: szavak vagy valóság? II.* Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia (Turizmus, fogyasztás, generációk). Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Marketing és Turizmus Intézet, Pécs
- RICO-AMAROS, A. M. – OLCINA-CANTOS J. – SAURÍ, D. (2009): Tourist Land Use Patterns and Water Demand: Evidence from the Western Mediterranean. *Land Use Policy* 26: pp. 493-501.
- SCHÄFFERNÉ, D. K. (2008): *A környezettudatosság többszintű értelmezése és a környezettudatos fogyasztói magatartás vizsgálata.* Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Gazdálkodástani Doktori Iskola, Pécs
- SHEN S. – SOTIRIADIS M. – ZHOU Q. (2020): Could Smart Tourists Be Sustainable and Responsible as Well? The Contribution of Social Networking Sites to Improving Their Sustainable and Responsible Behavior. *Sustainability* 12(4): 1470. DOI: 10.3390/su12041470
- SINAKOU, E. – DONCHE, V. – BOEVE-DE PAUW, J. – VAN PETEGEM, P. (2019): Designing Powerful Learning Environments in Education for Sustainable Development: A Conceptual Framework. *Sustainability* 11: 5994. DOI: 10.3390/su11215994
- STEG, L. – VLEK, C. (2009): Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology* 29: pp. 309-317.
- STERN, P. C. (2000): New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues* 3: pp. 407-424. DOI: 10.1111/0022-4537.00175
- SUNLU, U. (2003): Environmental impacts of tourism. In: Camarda, D. – Grassini L. (szerk.): *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region.* Bari, CIHEAM, pp. 263-270.
- UNWTO (2017): *Tips for a Responsible Traveler: Travel, Enjoy, Respect.* UNWTO, Madrid, Spain
- USMAN, O. – BEKUN, F.V. – IKE, G.N. (2020): Democracy and tourism demand in European countries: does environmental performance matter? *Environmental Science and Pollution Research* 27: pp. 38353-38359.
- VĂRZARU, A. A. – BOCEAN, C. G. – CAZACU, M. (2021): Rethinking Tourism Industry in Pandemic COVID-19 Period. *Sustainability* 13: 6956. DOI: 10.3390/su13126956
- WEHRLI, R. – PRISKIN, J. – SCHAFFNER, D. – SCHWARZ, J. – STETTLER, J. (2013): *Do Sustainability Experienced Travellers Prefer a More Rational Communication of the Sustainability of a Tourism Product?* Hochschule Luzern-Wirtschaft, ITW Institute für Tourismuswirtschaft: Luzern, Switzerland
- ZHANG, J. – INBAKARAN, R. J. – JACKSON, M. S. (2006): Understanding community attitudes toward tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region. *Tourism Geographies* 8 (2): pp. 182-204. DOI: 10.1080/14616680600585455

Internetes források

ÁLLAMI SZÁMVEVŐSZÉK (2021): Elemzés: A turizmus helyzete - a járvány előtt és alatt. https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2021/turizmus_jarvany20210325.pdf?ctid=1259 (Letöltés dátuma: 2021.08.14.)

BOOKING.COM (2021): Sustainable Travel Report 2021. <https://news.booking.com/download/1038851/booking.comsustainabletravelreport2021.pdf> (Letöltés dátuma: 2021.09.15.)

ENSZ (2004): Who cares wins: connecting financial markets to a changing world. https://www.scribd.com/fullscreen/16876740?access_key5key-16pe23pd759qalbvx2pv (Letöltés dátuma: 2022.04.03.)

EURÓPAI UTAZÁSI BIZOTTSÁG (ETC) (2021): *European Tourism: Trends & Prospects. Quarterly Report (Q2/2021)*. https://etc-corporate.org/uploads/2021/07/ETC_Quarterly_Report-Q2_2021.pdf (Letöltés dátuma: 2021.09.27.)

EURÓPAI UTAZÁSI BIZOTTSÁG (ETC) (2022): Sustainable Travel in an Era Of Disruption: Impact Of Covid-19 On Sustainable Tourism Attitudes. <https://etc-corporate.org/reports/sustainable-travel-in-an-era-of-disruption-impact-of-covid-19-on-sustainable-tourism-attitudes/> (Letöltés dátuma: 2022. 02.14.)

HIGGINS-DESBIOLLES, F. (2021): *The End of Global Travel as We Know It: An Opportunity for Sustainable Tourism. The Conversation*. <https://theconversation.com/the-end-of-global-travel-as-we-know-it-an-opportunity-for-sustainable-tourism-133783> (Megtekintés dátuma: 2021.07.10.)

RÉGIÓK EURÓPAI BIZOTTSÁGA (2020): A Régiók Európai Bizottsága véleménye – Fenntarthatóbb turizmus az uniós városokban és régiókban. <https://webapi2016.cor.europa.eu/v1/documents/COR-2020-00303-00-00-AC-TRA-HU.docx/content> (Letöltés dátuma: 2021.09.11.)

SUSTAIN - T (2017): *Fenntartható turizmus hálózatosodás és együttműködések kialakításával*. http://www.sustain-t.eu/SustainTPlatform/uploads//Sustain-T_M4_HU.pdf (Letöltés dátuma: 2021.10.02.)

UNWTO (2019): *Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results*. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416660> (Letöltés dátuma: 2021.10.11.)

UNWTO (2021): *UNWTO Inclusive Recovery Guide - Sociocultural Impacts of COVID-19. Issue 2: Cultural Tourism*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422579> (Letöltés dátuma: 2021.09.15.)

UTAZÁSI ÉS TURISZTIKAI VILÁGTANÁCS (2021): <https://wtcc.org/News-Article/Consumer-Survey-Finds-70-Percent-of-Travelers-Plan-to-Holiday-in-2021> (Megtekintés dátuma: 2021.09.28.)