

A TURISZTIKAI FENNTARTHATÓSÁG NÉHÁNY ASZINKRONITÁSI PROBLÉMÁJA MAGYAR TDM VEZETŐK EMPIRIKUS VIZSGÁLATÁNAK TÜKRÉBEN

Lengyel Attila

Pallasz Athéné Egyetem, Gazdálkodási Kar, lengyela@szolf.hu

Absztrakt

Több évtizednyi propaganda után még mindig nem világos, hogy az egyes területi szinteken mit is jelent pontosan a fenntarthatóság vagy a fenntartható turizmus. A fenntartható turizmus, mint minden fenntarthatósággal kapcsolatos kérdéskör, stratégiai és rendszer szintű kihívás. Nem lehet anélkül fenntartható turizmust tervezni, hogy az érintettek, különösen a szakmai döntéshozók ezzel kapcsolatos értékrendjét előzetesen felmérnénk. A tanulmány empirikus része ilyen szempontból hiánypótló jellegű. Az eredmények elgondolkodtatóak. Jelentős aszinkronitási problémák vannak. Ilyen például a szakirodalmi modellek, ajánlások és a turisztikai fenntarthatóság szempontjából elméletileg kulcsfontosságú turisztikai desztináció menedzsment szakemberek fenntarthatósági értékrendje közötti aszinkronitás. Lokális és országos szinten a Természeti környezet, mint fenntarthatósági pillér elhanyagolhatóan csekély súllyal jelenik meg a TDM szakemberek fenntarthatósági prioritásai között, ami a szakirodalmi ajánlásokkal és a stratégiai tervekkel mutat aszinkronitást. Az asszinkronitási problémák rendszerszemléletű kezelése nélkül nincs értelme fenntartható turizmusról beszélni.

Kulcsszavak: *desztináció menedzsment, fenntartható turizmus, fenntarthatósági modellek, rendszerszemlélet, aszinkronitás*

Abstract

After decades of sustainability propaganda it is still not clear what exactly sustainability and sustainable tourism mean on different spatial scales. Sustainable tourism, as all sustainability issues, is a strategic and systemic challenge. Sustainable tourism planning is not possible without first mapping stakeholders' especially professional decision makers' relevant value systems. In this respect, the empirical part of the study tries to fill a gap in current tourism literature. Results call for careful consideration. There are significant problems of asynchronicity. One such asynchronicity can be found between models and recommendations in the literature and the actual sustainability priorities of destination management professionals who should be key actors of sustainable tourism. On local and national level natural environment as a pillar of sustainability has minimal weight in the sustainability priorities of DMO professionals, which compared to recommendations in the literature and strategic documents also creates asynchronicity. Without managing asynchronicity problems through a systems approach it is pointless to talk about sustainable tourism.

Keywords: *destination management, sustainable tourism, sustainability models, systems thinking, asynchronicity*

Bevezetés

Turizmus és fenntarthatóság – Képzavar? A szakirodalom alapján nehéz nyugvópontra jutni. Vannak, akik erős kétségeket fogalmaznak meg (SIMSON 2008, MOSCARDO – MURPHY 2014), mások kategorikusan oxymoronnak nyilvánítják a „fenntartható turizmust” (MOSCARDO – BENCKENDORFF 2010, SHARPLEY 2010). Sok múlik azon, hogy egy adott desztináció honnan és milyen célközönséget vonz, milyen turizmusformát támogat (MOELLER – DOLNICAR – LEISCH 2011, CVELBAR – GRÜN – DOLNICAR 2017). Az elsősorban légitörelkedést használó nemzetközi beutazókra berendezkedő desztinációk esetén a dilemma mindenképpen megalapozott (PEETERS – DUBOIS 2010). 2005-ös becslések szerint a turizmus globális GHG (green house gas) emisszióból való részesedése 5-8 % között volt (UNWTO – UNEP – WMO 2008 in LENGYEL 2015). Ha figyelembe vesszük, hogy a turistaérkezések száma a 2005-ös 800 milliós (kerekített adat) értékről 1, 2 milliárd (kerekített adat) fölé ment 2016-ra (50 %-os növekedés), akkor a turizmus által okozott jelenlegi GHG terhelés globálisan 10 % környékén lehet (2016-ra nincsenek szakirodalmi becslések). A nemzetközi turizmus trendek alapján, és nem számítva arra, hogy a tudományos-technológiai innováció addigra jelentősen csökkenti a kibocsátást, egyes kutatók azt prognosztizálják, hogy a turizmus okozta GHG emisszió 2050-re elérheti az összes kibocsátás 40%-át (DUBOIS – CERON 2006). Ezt a becslést szemlélve nem meglepő, hogy az ökológiai közgazdaságtanban egyre markánsabban megjelenő „gazdasági nemnövekedés” (economic degrowth) koncepciója (MARTÍNEZ – ALIER et al. 2010, KALLIS 2015) a turizmus vonatkozásában is megfogalmazódott (HALL 2010, ANDRIOTIS 2014). Annak ellenére, hogy a nemzetközi turizmust sokan egyértelműen fenntarthatatlannak tekintik, jelentős erőfeszítések történnek a fenntarthatóság irányába történő elmozdulásra (AYUSO 2007, CARR – RUHANEN – WHITFORD 2016). Olyan horizontálisan és vertikálisan integrált multinacionális utazási óriáscégek, mint a Thomas Cook vagy a TUI, weboldalainak nyitólapján a megszokott üzleti menüpontok (pl. investors, career, our business) között megjelent a „Sustainability” (fenntarthatóság), ami ezen cégek esetében nem pusztán „zöldmosdatás” (greenwashing), hanem tényleges investíció egy fenntarthatóbb működési struktúrába (www.tuigroup.com, www.thomascookgroup.com). A fenntarthatóság ügyének felvállalása a turisztikai cégek esetében (is) elsődlegesen jól megfontolt üzleti szempontok mentén zajlik. Három fő szempontot említhetünk. Egyre nő azon turisták száma, akik a fenntarthatóságot utazási döntésük szempontjából elsődleges prioritásnak tekintik. A TripAdvisor, mely a turisztikai piac legjelentősebb web 2.0-ás közösségi oldala 2012-ben 7 európai ország és az USA utazóit szondázta. Az utazók 71%-a nyilatkozott úgy, hogy a következő 12 hónapban környezetbarát utazást tervez (TRIPADVISOR 2012). Egy 2016-ban készült nagymintás felmérésből az a meglepő eredmény adódott, miszerint az amerikai utazók fele (60 millió ember) olyan desztinációt választ, amely fenntarthatóan működik (MANDALA RESEARCH 2016). Egy másik fontos érv a költségsökkentés. Energiatakarékos megoldásokkal hosszútávon jelentősen lefaraghatók a működési költségek. A harmadik tényező a jogi környezet, mely a szocio-ökológiai helyzet romlásával várhatóan jelentősen szigorodni fog. Az erre idejekorán felkészülő cégek versenyelőnyben lesznek. Ezek alapján kijelenthető, hogy a fenntarthatóság és versenyképesség nem zárja ki egymást, éppen ellenkezőleg, a fenntartható működés a turisztikai szolgáltatók és a desztinációk versenyképességének, márkáértékének egyre szignifikánsabb eleme (GARTNER 2014).

Általában a fenntarthatóság, de a turisztikai fenntarthatóság egyik fontos, és rendszerelméleti szempontból megkerülhetetlen része a skálázhatóság, azaz a területi lehatárolások szerinti fenntarthatóság problematikája (CASH – MOSER 2000). Ami települési szintű desztinációknál fenntarthatónak tűnik, az korántsem biztos, hogy regionálisan vagy globálisan is az. Fordítva szintén igaz a dolog, a globális fenntarthatósági certifikációval foglalkozó szervezetek által kidolgozott indikátorok nem biztos, hogy minden típusú és területi léptékű desztináció esetében megfelelőek. Területi egységeken átívelő harmonizálás nélkül (LIU et al. 2015), nem képzelhető el globális fenntarthatóság, globális fenntarthatóság nélkül pedig értelmetlen az alrendszerek fenntarthatóságáról beszélni (WIENER 2007). Navarette a következőket mondja a fenntartható turizmus kapcsán: „A fenntartható turizmus egyik legnagyobb kihívását annak eldöntése jelenti, hogy milyen mértékű környezeti és társadalmi stressz az, ami még elfogadható. Ezt a kérdést nem lehet értelmesen megválaszolni anélkül, hogy előbb a desztináció számára kívánatos fejlesztési célokat fogalmaznánk meg.” (MANUEL – NAVARRETE 2015, 288). Ez az idézet jól tükrözi az előbb említett rendszerszemléleti hiányosságot. Nem lehet a globális fenntarthatóságot lokálisan megtervezni.

Az ország EU csatlakozása után indult el a turisztikai intézményrendszer átszervezése olyan EU-s regionális alapelvek mentén, mint a szubszidiaritás, endogén fejlődés, fenntarthatóság, alulról építkezés, partnerség, érdekelték érdemi bevonása a fejlesztésekbe és döntéshozatali folyamatokba. Több európai országban már működő és sikeres alulról építkező desztináció menedzsment intézményi struktúrája és működési alapelvei kerültek best practice-ként meghonosításra a magyar turisztikai ágazatban. A 2016-ra ígért, és hosszú évek óta várt turizmus törvény tervezete szerint ezeknek az új típusú intézményeknek, melyeket Turisztikai Desztináció Menedzsment (TDM) néven indítottak el, kiemelkedő szerepet szántak abban, hogy a desztinációk turizmusa hosszútávon fenntartható és versenyképes legyen. 2016-ban ez az elképzelés jelentősen módosult. A MT Zrt jogutódjaként létrejött a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) a kormány turizmuspolitikájának legfőbb operatív intézménye lett. Kijelölheti mely területek számítanak térségi desztinációnak, rangsort állapít meg a desztinációk között, és eldönti, hogy az elkövetkezendő években a turizmus fejlesztésére szánt több száz milliárd forintnyi beruházási forrás hol kerüljön felhasználásra. A TDM-ek jövőben szerepe, ezután a központosító, top-down hierarchiát erősítő kormányzati lépés után, nem látható világosan. Meggyőződésem, hogy az a bottom-up (alulról építkező) filozófia, amit a TDM megtestesít nagyon értékes. Ez a témát kutatók többségi véleménye is (FODNESS 2016, HUDSON et al. 2016) és ezt igazolja több ország turisztikai gyakorlata (pl. Dél-Tirol Olaszországban). A helyi szereplők összefogása nélkül, nincs sikeres desztinációs márka (LENGYEL 2015). Bár a 2016-ban megjelent turizmusfejlesztési törvény (2016. évi CLVI. törvény) tartalmaz néhány szót arról, hogy a desztináció fejlesztésénél tekintettel kell lenni a természeti környezetre, az MTÜ vezetőinek eddigi nyilatkozataiban nem derül ki, hogy a környezeti fenntarthatóság kritérium lesz-e, és ha igen milyen mértékben, a források szétosztásánál. A TDM filozófia egyik sarokpontja a fenntarthatóság. A desztinációs menedzsmentek elméletileg érdemben kéne, hogy befolyásolják a desztináció (elsősorban környezeti és társadalmi) fenntarthatóságát (MATHEW – SREEJESH 2017). Ugyanakkor jelentős különbségek vannak a szakirodalmi felfogás és a desztinációs menedzsment szervezetek tényleges működése között (WAGENSEIL – ZEMP 2016).

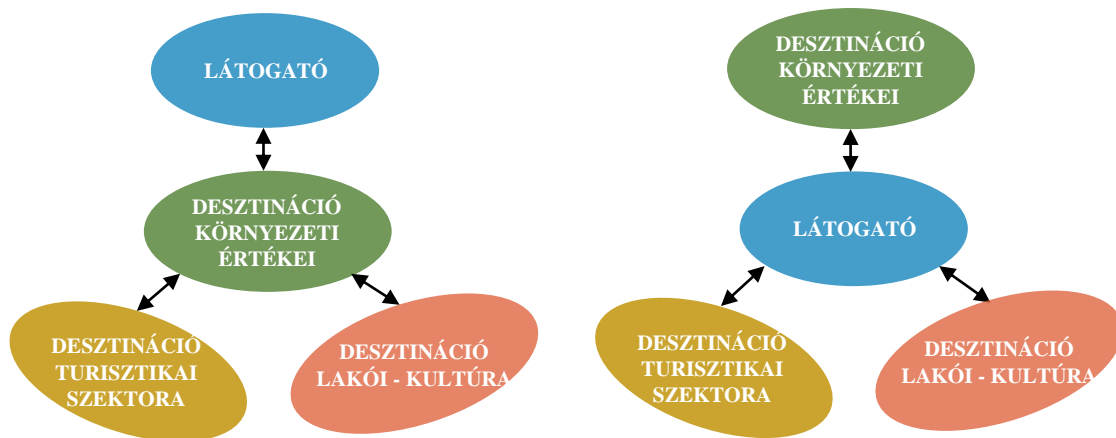
A kutatás empirikus része három szintű (Lokális, Országos, Globális) területi lehatárolás mellett vizsgálja a TDM szakemberek fenntarthatósági prioritásait, azok egymáshoz viszonyított relatív súlyát területi lehatárolásokon átívelő változását és néhány ismert fenntarthatósági modellel való kapcsolatát.

1. Fenntarthatósági modellek a desztináció menedzsment szakirodalomban

A desztináció menedzsmenttel foglalkozó tankönyvek, kézikönyvek, kormányzati anyagok szinte kivétel nélkül megfogalmazzák azt a rövid definíciót miszerint a Turisztikai Desztináció Menedzsment szervezetek, azaz a TDM-ek feladata a *desztináció fenntartható és versenyképes turizmusának megteremtése* (LENGYEL 2008, STANGE et al. 2011). A következőkben néhány olyan fenntarthatósági modellt mutatok be, mely a TDM és desztináció menedzsment szakirodalomban gyakran említésre kerül a desztináció fenntartható működtetése kapcsán.

A VICE modell (1. ábra) a desztináció turizmusának legfontosabb érdekelt csoportjai közötti függőségi kapcsolatokat ábrázolja és a TDM anyagokban ez a leggyakoribb formája a desztinációval kapcsolatos fenntarthatóság képi ábrázolásának. A Visitor (Látogató), Industry (Iparág), Community (Közösség), Environment (Környezet) főbb prioritás csoportokat tartalmazó modell vizuális üzenetét tekintve valahol a három pillérű (triple bottom-line) egyáltalán nem hierarchizált „gyenge fenntarthatósági modell” és a Daly féle „megállapodott gazdaság” (Steady State Economy) koncepcióját összegző teljesen hierarchizált „erős fenntarthatósági modell” között foglal helyet. A VICE prioritásai közül vagy a Környezet (LENGYEL 2008) vagy a Látogató (SIMMONS – SLEEMAN 2004) kap központi szerepet a vizuális megjelenítés során (1. ábra).

1. ábra: A TDM szakirodalomban használt VICE modellek



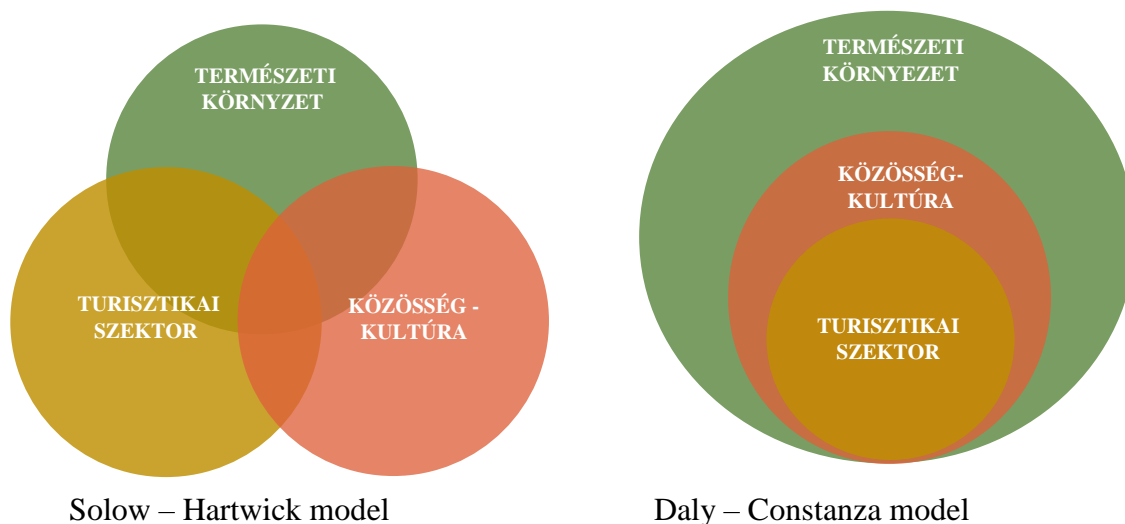
Forrás: Saját szerkesztés

A modell interpretációja lényegesen más, annak függvényében, hogy a Környezet vagy a Látogató a leghangsúlyosabb elem. A környezetközpontú VICE verzió a környezeti fenntarthatóságot, a látogatóközpontú változat pedig inkább a versenyképességet hangsúlyozza, így tekinthetnénk őket a fejezet elején idézett TDM feladat-definíció egy-egy pólust kiemelő ábrázolásának. Vizuálisan elemezve az állapítható meg, hogy hierarchizált viszony mindkét modell verzió esetében csak a központi elem és az arra ható tényezők között van, maguk a tényezők súlyozatlanul, egyenrangú elemként jelennek meg. A központi

és a periférikus elemek hierarchiája a TDM anyagok VICE modelljeinek magyarázatában viszont egyáltalán nem fogalmazódik meg. A négy prioritás csoportot a környezetet (LENGYEL 2008) és a látogatókat (SIMMONS – SLEEMAN 2004) középpontba állító VICE modellek is egyenlő súlyúnak mutatják be.

A két neoklasszikus közgazdász Solow (1974) és Hartwick (1977) által kidolgozott gyenge fenntarthatósági modellt (GUTÉS 1998) általában egy Venn diagrammal ábrázolják, míg a két ökológiai közgazdász, Daly és Constanza (1992) nevével fémjelzett erős fenntarthatóság vizuális megjelenítésére elsősorban a „Matrjoska-baba” modell (russian doll modell) használatos. A modellek turizmusra adaptált változatát mutatja a 2. ábra. (Az ábrán látható pillér színek a cikk további részében ugyanez az egyes pillérek vonatkozásában.)

2. ábra: Gyenge és Erős fenntarthatósági modell a turizmusban



Solow – Hartwick model

Daly – Constanza model

Forrás: Saját szerkesztés

A „triple bottomline” (továbbiakban TBL) model (TÓTH 2007, FLEISCHER 2014) vizuális megjelenítése semmiféle hierarchiát nem sugall az egyes pillérek között. Ezzel szemben a Daly-Constanza féle „Russian doll model” (továbbiakban RDM) teljesen hierarchizált. A gyenge és erős fenntarthatósági modellek turizmus kontextusában történő értelmezése szinte kizárólag a külföldi szakirodalomban jelenik meg (ACOTT – TROBE – HOWARD 1998, WEAVER 2012). A két modell desztináció menedzsmenten belüli elemzése sem a külföldi, sem a hazai szakirodalomban nem jellemző. Ez az egyik indoka annak, hogy a primer adatok elemzésénél erre a két modellre koncentrálok. A másik érv a természeti környezet állapotának folyamatos és nagymértékű romlása (STEFFEN et al., 2015, HANSEN et al. 2016).

A rendszerszemléletet alapul véve, nem mindegy, hogy milyen súllyal jelennek meg az egyes fenntarthatósági prioritások különböző a területi lehatárolásoknál (PAERCE 2012, 137.) Egy lokális desztináció turizmusa az ország, a kettő együtt pedig a globális turizmus rendszerébe tagozódik. A térben tovagyűrűző hatások (LIU et al. 2013, 2015) miatt a negatív lokális externáliák összeadódva hozzák végül

létre a mai globális szocio-ökológiai válságot. Részletesebb lehatárolás is lehetséges természetesen (pl. település, kistérség, régió, ország, EU, Európai nagyrégió, globális szint), de a primer kutatás kivitelezhetősége érdekében csak az előbb említett három szinten vizsgálom azt, hogy a gyenge, illetve erős fenntarthatósági modellel összevetve a TDM vezetők hogyan súlyozzák a modellekben meghatározott pilléreket.

Annak ellenére, hogy egy desztináció turizmus stratégiájának, mint minden többszereplős stratégiai tervezési folyamatnak, az érdekeltek prioritásainak felméréseivel kellene kezdődni, sem a magyar, sem pedig a külföldi turisztikai szakirodalomban nem található a desztináció menedzserekre irányuló, nyitott kérdéseket alkalmazó ilyen jellegű kutatás. Ennek egyik oka valószínűleg abban a tényben keresendő, miszerint a nyitott kérdésekre kapott kutatási adatok feldolgozásának időigénye a zárt kérdésekhez képest sokszoros lehet. A TDM vezetők a desztináció hosszútávú turisztikai fenntarthatóságának (és versenyképességének) kulcsszereplői, éppen ezért megkerülhetetlen annak feltérképezése, hogy ehhez a célhoz, milyen prioritásokat rendelnek.

2. Anyag és módszer

2.1. Adatfelvétel

A TDM vezetőkkel történő kapcsolatfelvételre a Magyar TDM Szövetség honlapján lévő regisztrált TDM-ek adatait tartalmazó adattáblázat segítségével került sor. Előzetes egyeztetés után telefonos interjúk segítségével történt az adatfelvétel. A telefonos felmérések széleskörben használt és megbízhatónak tartott kutatási eszközök a társadalomtudományi kutatásokban (HÄDER et al. 2012).

A válaszadók túlnyomó többsége TDM menedzser volt, néhány esetben az elnök vagy az ügyvezető válaszolt a kérdésekre. Három területi szint (lokális, országos, globális) vonatkozásában kellett azt a három prioritást fontossági sorrendben megfogalmazni, melyek az interjúalany szerint leginkább szükségesek az adott lehatárolási szint turizmusának hosszútávú fenntarthatóságához. Lehetett címszavakban (pl. szemléletváltás, attrakciófejlesztés, együttműködés) vagy akár hosszabban is válaszolni. A válaszadók nem készültek fel előre az interjú témájából. 71 TDM menedzserrel/vezetővel sikerült interjút készíteni. A minta 4,3%-os hibahatár és 95%-os konfidenciaszint mellett, reprezentatív. Az interjúk hosszúsága 7-30 perc közötti volt. A címszavakban is megválaszolható kérdésekre ténylegesen címszavakban válaszoló interjúalanyok adják a spektrum 7 perchez közeli részét. A 1. táblázatban látható a mintában szereplő TDM-ek megoszlása megyék és a TDM hierarchiára alkalmazott területi lehatárolás szerint.

1. táblázat: A Minta válaszadóinak megye és TDM szint szerinti megoszlása

Megye	Bács	Baranya	Békés	Borsod	Csongrád	Fejér	Győr-M-S	Hajdú-B	Heves
Összes	1	5	3	7	2	3	2	2	5
Region.									
Térségi									1
Helyi	1	5	3	7	2	3	2	2	4

Megye	Jász-N-Sz	Komárom	Nógrád	Pest	Somogy	Szabolcs	Tolna	Vas	Veszprém	Zala
Összes	2	4	2	3	7	1	2	5	9	5
Region.									1	
Térségi	1	1		1					1	
Helyi	1	3	2	2	7	1	3	5	7	5

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

A 2. táblázat a minta főbb demográfiai mutatóit szemlélteti. Az iskolai végzettség tekintetében a táblázatban nem jelölt 7% szakközépiskola, felsőfokú tanfolyam, vagy szakmenedzser végzettséggel rendelkező vizsgálat időpontjában. Az átlagkeresetre vonatkozóan a telefonos interjú sajtósaigából adódóan nem volt kérdés, de feltételezhető, hogy a TDM menedzserek/vezetők családjában az egy főre eső havi jövedelem magasabb, mint az országos átlag.

2. táblázat: A minta demográfiai jellemzői

Nem	Életkor	Iskolai végzettség
Nő=70,4%	x=37,9	Főiskola=50,7%
Férfi= 29,6%		Egyetem=42,3%

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

2.2. Az adatok elemzéséhez alkalmazott módszerek

Az interjúalanyoktól kapott válaszok kétszintű kódoláson mentek át. Az első kódolás az interjú közben történt és többnyire az interjúalanyok végezték olyan módon, hogy a hosszabb válaszok esetén megkértem őket, sűrítsék a prioritás lényegét néhány szóba. Ha ez nehézkes volt, akkor javaslatot tettem és amennyiben az interjúalany ezt elfogadta, ez került rögzítésre. A második kódolási folyamat az interjúk során rögzített adatokon történt a Megalapozott Elmélet (Grounded Theory) alapelveinek figyelembe vételével (GELENCSÉR 2003). A nyílt kódolást megkönnyítette, hogy legtöbbször címszavakat, rövid kifejezéseket vagy mondatokat kellett új kategóriákba kódolni. A 2. második lépcsős kódolásban például az „egyediség”, mint alkatégória olyan incidensekből alakult ki, mint „egyedi dolgok”, „egyediség jobb kihasználása”, „egyedi attrakciók”. Másik példaként az „együtműködés” alkatégória tipikus input incidensei a következők voltak: „partnerség”, „alulról építkezés”, „összefogás”, „helyiek bevonása”. A kategóriák kialakítása szubjektív megítélés alapján történik (GELENCSÉR 2003). Természetesen minél kevesebb végső, alapkategória van (jelen esetben három), annál vitathatóbb, hogy egy alkatégóriát miért éppen egy bizonyos alapkategória alá sorolunk. Az „örökségvédelem” a 3. táblázatban a Közösség-Kultúra fenntarthatósági pillér alá került besorolásra. Nyilvánvalóan tartozhatna a Turisztikai szektor pillérhez is, mivel azonban Magyarországon a települések közösségi kohéziójával súlyos gondok vannak (SKRABSKI – KOPP 2008), ez a prioritás megítélésem szerint elsődlegesen a közösség egyben tartása miatt fontos. Egy másik példa

lehet a „gazdaság”, ami szintén ennek a pillérnek az alkategóriája. Mivel a kérdések mindhárom szinten a turizmus fenntarthatóságára vonatkoztak a TDM vezetők itt a turizmus szektoron kívüli gazdasági környezetre gondoltak, ami alapvetően befolyásolja egy közösség életminőségét. A szubjektív momentum, az értékítélet, az ilyen elméleti modellezésen túl a fenntarthatósággal kapcsolatos mindenfajta kérdésben és döntésben dominánsan van jelen, nem megkerülhető (LÉLÉ – NORGAARD 1996, GASPARATOS 2010). A kódolás végén kapott alkategóriákat és a belőlük a modellekkel való összevetéshez képzett alapkategóriákat (fenntarthatósági pilléreket) a 3. táblázat tartalmazza. Az alkategóriák mellett zárójelben az előfordulásuk gyakorisága látható. Vastagon szedettek azon alkategóriák (prioritások) melyeket az adott szinten a TDM vezetők legalább 10%-a fontosnak gondolt a turisztikai fenntarthatóság szempontjából.

Az ilyen jellegű, nyitott kérdésekre kapott adatok előzetes, vizuális analízisére kiválóan alkalmazhatók a szófelhők. A szófelhők alkalmazására magyar regionális témájú szócikkekben (IZSÁK – BAJAI – VAJAS 2011) doktori értekezésben (FÖLDI 2012) és külföldi szakirodalomban is van példa (MCNAUGHT – LAMP 2010). Mivel az adatfelvétel során eleve tömören kellett (akár címszavakban) megfogalmazni a különböző lehatárolási szintek turisztikai fenntarthatóságára vonatkozó prioritásokat, a szófelhő alkalmazásának az a hátránya, hogy nem kontextualizált módon mutatja az egyes fogalmak relatív gyakoriságát nem vagy csak nagyon kis mértékben érvényesült.

Annak vizsgálatára, hogy az egyes demográfiai változók mennyiben befolyásolják az alapkategóriák modellen belüli relatív súlyát, multinomiális logisztikus regresszió került alkalmazásra. A regresszió prediktor változói a Nem, Kor, Iskolai végzettség voltak.

A primer kutatáshoz a következő hipotézisek kerültek megfogalmazásra:

- H1 – A TDM szakemberek az egyes lehatárolási szinteken szignifikánsan különböző módon súlyozzák a három fenntarthatósági pillért.
- H2 – Az egyes pillérek súlyozása jelentősen el fog térni minden szinten a gyenge és az erős fenntarthatósági modellektől is.
- H3 – A Természeti környezet relatíve jelentős súllyal fog megjelenni az egyes lehatárolási szinteken.

Az egyes területi lehatárolások szófelhői jelzik, hogy az adott szinten milyen prioritásokra esik a hangsúly, mit tartanak fontosnak a turizmus fenntarthatósága szempontjából a TDM szakemberek. Ennek részletes, számszerűsített adatai láthatók a 3. táblázatban.

3. táblázat: TDM szakemberek turisztikai fenntarthatóságra vonatkozó prioritásai három területi lehatárolásnál

Természeti környezet		
L	O	G
környezet- védelem(8),	környezet- védelem(3), szemlélet- váltás(2)	környezet- védelem(36) szemlélet- váltás(3)

Közösség - Kultúra		
L	O	G
autonómia(2) együttműködés(22) gazdaság(7) hagyományok(3) közösség(4) kultúra(1) örökségvéd.(5) vendégszer.(1) szemléletváltás(5)	autonómia(1) együttműködés(14) gazdaság(6) hagyományok(2) közösség(1) kultúra(1) önfenntartás(1)	autonómia(2) béke(5) biztonság(2) decentraliz.(2) demográfia(1) együttműködés(6) gazdaság(11) örökségvéd.(1) tolerancia(3) törvényesség(1)

Turisztikai szektor	L	adottságok (1), attrakciók(13) , borturizmus (1), csomagosítás(1), egyediség(2), elhivatottság(1), értékek(1), források(23) , fürdőfejlesztés(1), gyógyturizmus(2), IFA(1), infrastruktúra(9) , innováció(3), jövedelem(1), kínálat(1), kommunikáció(4), marketing(7) , minőség(14), munkahely(3), nyelvtudás(1), oktatás(1), regionalizmus(1), rendezvények(2), sokszínűség(1), stratégia(6), szakmaiság(2), szálláshelyek(8) , szolgáltatások(6), TDM(5), turizmus törvény(6), vendégéjszakák(4)
	O	adottságok(1), aktív turizmus(1), attrakciók(3), belföldi turizmus(3), biztonság(1), egyediség(5), egészségturizmus(7) , források(15) , gyógyturizmus(2), fürdőfejlesztés(1), imázs(9), infrastruktúra(8) , innováció(3), jövedelem(1), kommunikáció(1), konferencia turizmus(1), márkázás(1), marketing(21) , minőség(10) , munkahely(3), nyelvtudás(1), oktatás(1), rugalmasság(1), sajtó(1), sokszínűség(2), stratégia(5), szabadidő(1), szakmaiság(3), szálláshelyek(2), szolgáltatások(1), TDM(12) , termékfejlesztés(2), turizmus törvény(16) , versenyképesség(2)
	G	adóemelés(1), adottságok(1), árcsökkentés(1), belföldi turizmus(1), biztonság(3), csomagosítás(1), egyediség(2), források(1), információ(1), infrastruktúra(3), innováció(2), IT(1), jövedelem(14) , kommunikáció(2), közlekedés(2), marketing(1), minőség(2), mobilitás(3), motiváció(1), munkahely(2), oktatás(1), piacsabályozás(1), sokszínűség(1), stratégia(1), szabadidő(1), szolgáltatások(3), szolidaritás(1), technológia(1), TDM(1), trendkövetés(1), verseny(1)

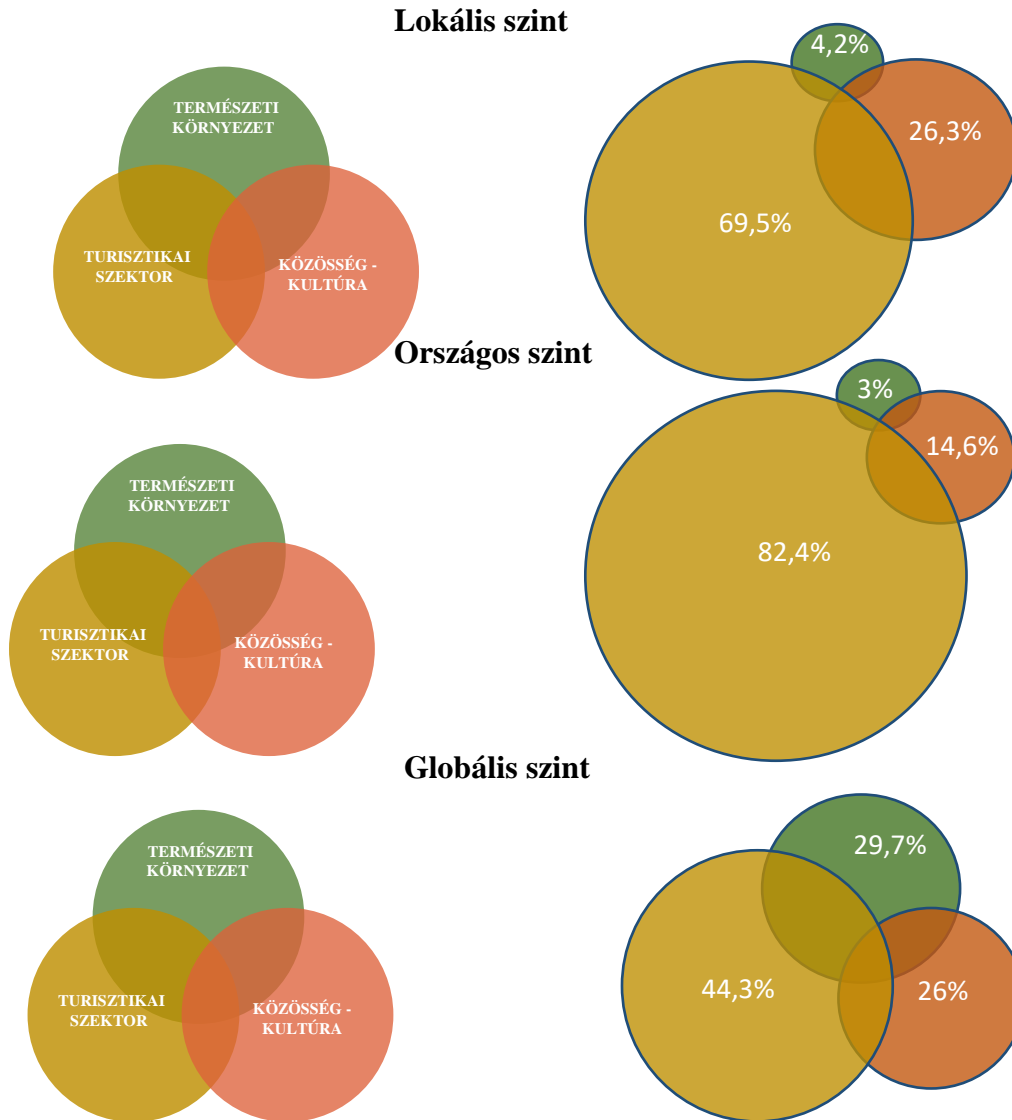
Forrás: Saját szerkesztés (L – Lokális, O – Országos, G – Globális)

A 3. táblázat részletes elemzése, a prioritások relatív súlya és területi lehatárolásokon át történő térbeli diszkontálása egy külön cikk témája lehetne, ezért csak néhány kiugró értékre reflektálok. Globális területi lehatárolásnál a TDM vezetők 50,7 %-a (36) jelölte a *környezetvédelmet* a turisztikai fenntarthatóság szempontjából fontos prioritásnak. Ez a magas érték egybevág azokkal a szakirodalmi érvelésekkel, amelyek a környezeti problémák és ezeken belül elsődlegesen a klímaváltozás utóbbi években tapasztalható erősödő média jelenlétével magyarázzák a környezeti prioritások esetében a globális szintre kapott kiugró értékeket (DUNLAP et al. 1993, GIFFORD et al. 2009). A média hatásán kívül természetesen más faktorok (oktatás, kollégák stb.) is szerepet játszhatnak. Lokális szinten az *együttműködés* 31% (22) a *források* pedig 32,4 %

(23) relatív fontossággal bír. Ezek az adatok tükrözik egyfelől a TDM partnerségre alapuló alapfilozófiáját (AUBERT – MÉSZÁROS 2009), másrészt jelzik azt, ami a magyar TDM rendszernek már régóta problémája, nevezetesen a forráshiányt (SOMOSSY – LŐRINCZ 2014). Ezen „várható” eredmények után néhány kontrainuitív adat. A bevezetőben szó esett arról, hogy a TDM-ek küldetése legrövidebben a Fenntarthatóság és Versenyképesség kategóriákban összegezhető (OLÁH – VARGA 2016). Ezt alapul véve a *versenyképesség* mint fenntarthatósági prioritás jelenléte drámaian alacsony. Kizárólag országos szinten jelenik meg, de ott is marginálisan, a szint összes prioritásának 2,8 %-ában. A helyzetet jelentősen árnyalja azonban az, hogy mind a három lehatároláson számos olyan prioritás került megnevezésre, ami a turisztikai szektor versenyképességét, gazdasági fenntarthatóságát jelentősen befolyásolja (pl. *stratégia, szolgáltatások, szakmaiság*). A marketing Országos szinten háromszor nagyobb súllyal (21) jelenik meg, mint Lokális (7) szinten. Ez felfogható a Magyar Turisztikai Ügynökség (az adatfelvételkor MT Zrt) felé irányuló kritikának is. Az újonnan felállt MTÜ egyik deklarált célja, hogy a meghatározásra kerülő kiemelt desztinációkat és összességében az országot is tényleges turisztikai márkává tegyék, és a külföldi piacokon újrapozícionálják. A márkázás, különösen a térségi szintű erős turisztikai márkák hiánya szintén régi problémája a magyar turizmusnak. A márkázás a marketing tevékenység legmagasabb szintű művelése és ez különösen igaz egy olyan összetett turisztikai termék esetében, mint a desztináció (CAMPELO et al. 2014, HANKINSON 2015). A márkázás, mint turisztikai fenntarthatósági prioritás Országos szinten jelenik meg, azonban gyakorlatilag inszignifikáns (1) súllyal. Végezetül a TDM, mint a turisztikai fenntarthatóság fontos tényezője lokális szinten az összes prioritások 2,6%-ban, míg Országos szinten azok 6,7 %-ában jelenik meg. Ezek az „önkritikusan” alacsony számok további kutatást kívánnak.

A 4. ábra azt mutatja be, hogy a TBL idealizált szakirodalmi megjelenítéséhez képest a TDM szakemberek hogyan súlyozzák az egyes pilléreket a három területi lehatárolási szinten. A RDM azért nem kerül megjelenítésre, mert egyik lehatárolási szinten sem tapasztalható a Környezeti pillér túlsúlya a másik kettőhöz, illetve a Társadalmi pilléré a Turisztikaihoz képest. Valójában, mindhárom lehatárolási szinten az eredeti RDM inverze jelenik meg, azaz legnagyobb súlyt képvisel a Turisztikai szektor, ezt követi a Társadalmi, majd legkisebb súllyal a Környezeti pillér. Globális területi lehatárolásnál esik a TDM szakemberek általi súlyozás legközelebb a TBL modellhez. A környezeti pillér Lokális és Országos lehatárolási szinten drámaian alacsony jelentőségű, míg Globális szinten az előző két sinthez képest kiugróan magas értéket mutat. Ennek egyik lehetséges oka az, hogy a környezeti prioritások a lokális (ez esetben ide tartozik az Országos szint is) és globális spektrumban fordított módon diszkontálódhatnak, azaz a referencia ponttól távolodva felértékelődnek. (UZZELL 2000, GIFFORD et al. 2009). Ugyanez a magyarországi vidéki településvezetők körében végzett kutatás során is beigazolódott (LENGYEL 2017).

4. ábra: A gyenge fenntarthatósági modell pillérjeinek “ideális” és a TDM szakemberek körében mért tényleges arányai a három területi lehatároláson.

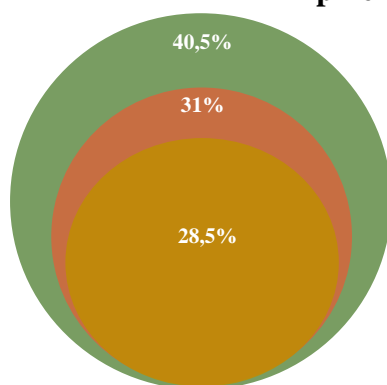


Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

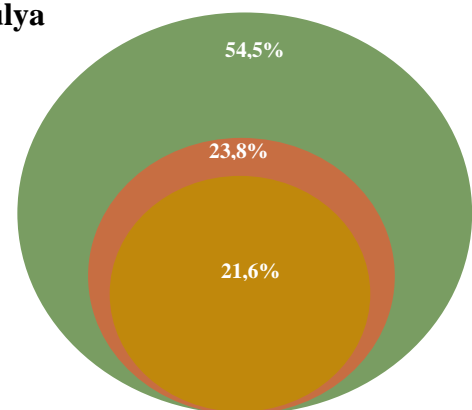
Függetlenül attól, hogy pontosan mi a magyarázata az egyes területi lehatárolási szinteken tapasztalt eltérő súlyozásnak, az mindenképpen megállapítható, hogy a lokális és országos szintű turisztikai fenntarthatóság TDM szakemberek szerinti lényeges tényezői között a természeti környezet jelentősége messze elmarad az „erős”, de még a „gyenge” fenntarthatóságra vonatkozó szakirodalmi ajánlásoktól is.

A környezeti pillér szempontjából a legnagyobb integráló rendszer (amire még hatásunk lehet) a földi ökoszisztéma. Ennek is a klíma eleme az, mely természetéből adódóan mindenkit érint. Jelen pillanatban fenntarthatatlan a légkörbe juttatott GHG (green hous gas) mennyiség globálisan. A hatékony cselekvéshez a rendszerszemlélet előbbi hierarchikus logikájából kiindulva a regionális (pl. országos) és lokális erőfeszítések mértékének és formájának a globális szintre történő optimalizálásból kéne következnie. Ehhez képest ha megnézzük az ETIS (European Tourism Indicator Sytem) desztinációs fenntarthatóságra vonatkozó ajánlását, akkor a következő javaslatot is megtalálhatjuk „... a desztinációk, a desztináció igényeihez igazodva maguk választhatják ki azokat a legrelevánsabb indikátorokat, melyeket szeretnének használni és monitorozni” (ETIS 2016, 16.). Ezzel tulajdonképpen azt mondja ki a dokumentum, hogy mindenki értelmezze a fenntarthatóságot igényei szerint. *Kérdés, hogy hogyan fog a számtalan lokális és regionális értelmezés a globális klimatikus rendszer szempontjából optimális eredményre vezetni.* A jelen eredményekkel való összehasonlításához érdemes közelebbről is megnézni miként súlyozza az ETIS és GSTC (Global Sustainable Tourism Council) a desztinációk fenntarthatóságának mérésére vonatkozó indikátorait. Az 5. ábra mutatja, hogy az ETIS és a GSTC indikátorrendszerében az indikátorok, hogyan oszlanak meg a fenntarthatóság három pillére között. Ami rögtön szembevetődik az az, hogy mind az EU szakértők által készített ETIS desztinációs fenntarthatósági indikátorok, mind pedig a turisztikai fenntarthatóság szempontjából legmagasabb szintű globális akkreditációs szervezet a GSTC által javasolt desztinációs indikátorok a RDM szerint ábrázolhatók. Elvi szinten tehát érvényesülni látszik a Daly-Constanza féle erős fenntarthatóság, melyben a természeti környezet a domináns elem. A GSTC indikátorok esetén ez 50 % feletti relatív súlyt jelent. Ettől nagyon messze esnek a TDM szakemberek prioritásai alapján felrajzolt modellek (4. ábra). Érdekes észre venni, hogy miközben a környezeti értékekkel kapcsolatban egy fordított diszkontálás jellemző a lokális-országos/regionális-globális kontinuum mentén, az egyes szinteken megfogalmazott fenntarthatósági modellek is visszatükrözik ezt.

5. ábra: Globális és EU szinten megfogalmazott desztinációs fenntarthatósági indikátorok három pillér szerinti relatív súlya



ETIS desztinációs indikátorok



GSTC desztinációs indikátorok

Forrás: ETIS és GSTC adatok alapján saját szerkesztés

A GSTC modelljében (globális szinten alkotott) 54,5 % a természeti környezetre vonatkozó indikátorok relatív súlya, ami az EU ETIS indikátorai esetén (nagyregionális szinten alkotott indikátorok) lecsökken 40,5 %-ra, a TDM szakirodalomban használt VICE, vagy Venn diagrammos nem hierarchizált modellekben a vizuális megjelenítés alapján már csak 33,3 %, és végezetül a helyi desztinációs gyakorlat szintjén a tényleges súlya 4,2 %. A WEF (World Economic Forum) által közölt 2016-os jelentésben a turisztikai versenyképesség indikátorai között 14%-ban kapnak helyet a környezeti fenntarthatóságot és környezeti értékeket mérő indikátorok. A kilenc környezeti fenntarthatóságot mérő indikátor pontszámai alapján Magyarország a versenyképesség ezen dimenziójában a 7. helyen szerepel 140 ország közül. Ebből kiindulva a hipotetikusan az is felvetődhet, miszerint a TDM szakemberek azért tulajdonítanak rendkívül kis jelentőséget a környezeti fenntarthatóságnak Lokális és Országos szinten, mert a WEF-hez hasonlóan nagyon jónak ítélik meg ennek a dimenzióknak a helyzetét Magyarországon. Miközben megnyugtató volna ilyen egyszerű magyarázatot találni, intuitívan az valószínűsíthető, hogy nem ez a helyzet. Ennek pontos feltárása további kutatást igényel.

A hipotézisek értékelése:

- H1 – Beigazolódott. Jelentős eltérések vannak az egyes pillérek súlyozásában, különösen a Természeti környezet pillér esetében.
- H2 – Döntően beigazolódott. Egyedül a Globális szinten kerül közel a TDM szakemberek által súlyozott modell az „ideális” TBL modellhez.
- H3 – Döntően tévesnek bizonyult. A Természeti környezet csak Globális szinten kap jelentős súlyt, Lokális és Országos szinten jelentéktelen.

Következtetések

Összességében megállapítható, hogy a helyzet kaotikus. A turisztikai fenntarthatóság ügye - akárcsak a szélesebb értelemben vett szocio-ökológiai fenntarthatóság ügye - kudarcos. Ennek számos oka közül néhány olyan aszinkronitási problémát vennék sorra, ami a jelen tanulmány elméleti és empirikus vizsgálata alapján szembetűnő:

1. **Szakirodalmi modellek és a valóság aszinkronitása** – Az empirikus kutatásból kiderült, hogy a turisztikai fenntarthatóság kulcsszereplői, a TDM szakemberek lokális és országos szinten még a gyenge fenntarthatósági modelltől is távol állnak. A jelen szocio-ökológiai válságban vélhetően szükséges erős fenntarthatósághoz képest teljesen fordított módon súlyozzák a fenntarthatóság három pillérét.
2. **Szakirodalmi modellek közötti aszinkronitás** – Különböző területi szinteken egészen eltérő módon súlyozódnak a fenntarthatóság pillérei. A Természeti környezet pillér súlya a GSTC (globális) – ETIS (nagy regionális) – TDM (lokális) irányban drasztikusan csökken, 50% feletti értékről 4 % körüli értékre.
3. **Stratégiai dokumentumok és döntéshozók kommunikációja közötti aszinkronitás** – A Nemzeti Turizmusfejlesztési Konceptió, A Gyógyító Magyarország Egészségipari Program és a Turizmusfejlesztési Törvény egy-egy mondat erejéig deklarálja, hogy a turizmusfejlesztés a Természeti környezet veszélyeztetése nélkül kell, hogy történjen. Ugyanakkor például a jelentős

kompetenciákkal felruházott új NTÜ vezetői részéről sem szóban sem írásban nem lehetett eddig arról hallani, hogy a fenntarthatóságnak, és ezen belül a Természeti környezet fenntarthatóságának kiemelt jelentősége lesz a hatalmas forrásokkal támogatásra kerülő desztináció fejlesztésekben.

4. **Klímatudósok által javasolt és a ténylegesen megvalósuló emisszió csökkentés üteme** – A Párizs előtt és azóta tett önkéntes országokénti emissziócsökkentési vállalások (INDC) jelentősen elmaradnak attól, ami lehetővé tenné az IPCC által javasolt 70%-os globális emissziócsökkentést 2050-re. Eddig a fejlett országok összességében jelentősen alul-, míg a fejlődő országok némileg túlvállalták magukat. Ez azt is jelenti, hogy a turisztikai szektorra eső országokénti hányad (amiről nem tudni, hogy mekkora) valószínűleg szintén elmarad a globálisan kívánatos mértéktől.
5. **Asszinkronitás az egyes területi szinteken a prioritások súlyát illetően** – Ez a jelenség nem önmagában problematikus. Az időbeli és térbeli diszkontálás jelensége biológiailag (is) kódolt (WISE 2004). Ami gondot jelent, az a leginkább válságban lévő Természeti környezet fontosságának lokális leértékelődése. A vidéki településvezetők hasonlóan alacsony jelentőséget tulajdonítanak a környezeti tényezőknek a településük hosszútávú fenntarthatóságának (LENGYEL 2017). Felvetődik a kérdés: Ha a lokális szint turizmusa szempontjából meghatározó jelentőségűnek számító TDM szakemberek és településvezetők ennyire csekély relevanciát tulajdonítanak a természeti környezetnek a hosszútávú fenntarthatóság szempontjából, akkor hogyan lesz ebből hosszútávon fenntartható desztináció és turizmus?
6. **Aszinkronitás a turizmus és a fenntarthatóság között** – Ahogyan a szakirodalmi bevezetőből kiderült, a turizmust kutatók egy része bizonyos turizmusformák esetében szimplán képzavarnak minősíti a “fenntartható turizmus” kifejezést.
7. **Aszinkronitás a keresleti trendek és a kínálati oldal reakciója között** – A kínálati oldal (ahogyan ez a bevezetőben hivatkozásra került) reagál a felmérések szerint igen jelentős fogyasztói preferencia változásokra, de úgy tűnik nem megfelelő mértékben. A felmérések szerint a turisták jóval nagyobb százaléka számára fontos ma már, hogy fenntartható desztinációba utazzon, mint amekkora százalékban a turisztikai szolgáltatók bármiféle fenntarthatósági tanúsítvánnyal rendelkeznének. A Zöld Szálloda 2017-2018 pályázatban 39 magyar szálláshely kapta meg a minősítést. ISO 14001 tanúsítványról nincsenek összesített statisztikák, de az interneten történő keresések alapján az ilyen tanúsítvánnyal rendelkező szálláshelyek száma nem haladja meg a Zöld Szálloda Díjjal rendelkező szálláshelyekét. Összességében a két fenntarthatósági tanúsítvány valamelyikével bíró szálláshelyek száma töredéke az összes magyar szálláshelynek.

Rendszerszemlélettel nézve akkor lehetne a turisztikai szektor fenntarthatóságáról érdemben beszélni, ha a történelminek aposztrofált (de attól véleményem szerint messze elmaradó) Párizsi klímacsúcs után végre tudni lehetne, hogy az egyes országoknak, illetve iparágaknak (ideértve a turizmust is) pontosan milyen mértékben kellene hozzájárulnia a globális emisszió csökkentéshez. Az indikátorokat is csak így lehetne értelmesen megtervezni és alkalmazni. A helyi kezdeményezések regionális és globális követelményekkel nem harmonizált kavalkádja aligha fog globálisan hosszútávú fenntarthatóságot eredményezni (FISCHER et al. 2007). A turisztikai humán erőforrás tekintetében nyilvánvalóan erőteljes szemléletformálásra volna szükség a környezeti fenntarthatóság fontosságát illetően. Ez természetesen csak úgy lehet hatékony, ha a turizmuspolitikát meghatározó kormányzati döntéshozók, a különféle stratégiai dokumentumok és a pályázatok követelményrendszerei egyértelművé teszik a természeti környezet fenntarthatóságában általában, és a turisztikai fenntarthatóságban specifikusan betöltött alapvető szerepét.

Köszönetnyilvánítás

Köszönettel tartozom a kutatás támogatásáért, amely az **EFOP-3.6.1-16-2016-00006 „A kutatási potenciál fejlesztése és bővítése a Pallasz Athéné Egyetemen” pályázat keretében valósult meg.** A projekt a Magyar Állam és az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával, a Széchenyi 2020 program keretében valósul meg.

Irodalomjegyzék

- ACOTT, T. G. – TROBE, H. L. – HOWARD, S. H. (1998): An evaluation of deep ecotourism and shallow ecotourism. *Journal of sustainable tourism* 6(3): pp. 238-253.
- ANDRIOTIS, K. (2014): Tourism development and the degrowth paradigm. *Turističko poslovanje* (13): pp. 37–45.
- AUBERT, A. – MÉSZÁROS, B. (2009): A városmarketingtől a turisztikai desztinációmenedzsmentig. In: Aubert A. – Berki M. (szerk.): Örökség és turizmus. PTE–TTK Földrajzi Intézet, Pécs. pp. 9-19.
- AYUSO, S. (2007): Comparing voluntary policy instruments for sustainable tourism: The experience of the Spanish hotel sector. *Journal of Sustainable Tourism* 15(2): pp. 144-159.
- CAMPELO, A. – AITKEN, R. – THYNE, M. – GNOTH, J. (2014): Sense of place: The importance for destination branding. *Journal of Travel Research* 53(2): pp. 154-166.
- CARR, A. – RUHANEN, L. – WHITFORD, M. (2016): Indigenous peoples and tourism: The challenges and opportunities for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 24(8-9): pp. 1067-1079.
- CASH, D. W. – MOSER, S. C. (2000): Linking global and local scales: designing dynamic assessment and management processes. *Global environmental change* 10(2): pp. 109-120.
- COSTANZA, R. – DALY, H. E. (1992): Natural capital and sustainable development. *Conservation biology* 6(1): pp. 37-46.
- CVELBAR, L. K. – GRÜN, B. – DOLNICAR, S. (2017): Which hotel guest segments reuse towels? Selling sustainable tourism services through target marketing. *Journal of Sustainable Tourism* 25(7): pp. 921-934.
- DUBOIS, G. – CERON, J. P. (2006): Tourism and climate change: Proposals for a research agenda. *Journal of Sustainable Tourism* 14(4): pp. 399-415.
- DUNLAP, R. E. – GALLUP JR, G. H. – GALLUP, A. M. (1993): Of global concern: Results of the health of the planet survey. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development* 35(9): pp. 7-39.
- FISCHER, J. – MANNING, A. D. – STEFFEN, W. – ROSE, D. B. – DANIELL, K. – FELTON, A., – MACDONALD, B. (2007): Mind the sustainability gap. *Trends in ecology & evolution* 22(12): pp. 621-624.
- FLEISCHER, T. (2014): A fenntarthatóság fogalmáról. *Közszolgálat és fenntarthatóság*. pp. 9-24.
- FÖLDI, K. (2012): A fogyasztói üzletválasztási döntések az élelmiszerorientált kiskereskedelemben. Doktori értekezés, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Pécs.
- GARTNER, W. C. (2014): Brand equity in a tourism destination. *Place Branding and Public Diplomacy* 10(2): pp. 108-116.

- GASPARATOS, A. (2010): Embedded value systems in sustainability assessment tools and their implications. *Journal of environmental management* 91(8): pp. 1613-1622.
- GELENCSÉR, K. (2003): Grounded theory. *Szociológiai Szemle* 1. pp. 143– 154.
- GIFFORD, R. – SCANNELL, L. – KORMOS, C. – SMOLOVA, L. – BIEL, A. – BONCU, S., KAISER, F. G. (2009): Temporal pessimism and spatial optimism in environmental assessments: An 18–nation study. *Journal of Environmental Psychology* 29(1): pp. 1-12.
- Greener.” press release. April 19., 2012.
- GUTÉS, M. C. (1996): The concept of weak sustainability. *Ecological economics* 17(3): pp. 147-156.
- HÄDER, S. – HÄDER, M. – KÜHNE, M. (2012): Telephone Surveys in Europe. *Research and Practice. Heidelberg*.
- HALL, C. M. (2010): Changing paradigms and global change: From sustainable to steady–state tourism. *Tourism Recreation Research* 35(2): pp. 131-143.
- HANKINSON, G. (2015): Rethinking the place branding construct. In *Rethinking Place Branding*. Springer International Publishing. pp. 13-31.
- HANSEN, J. – SATO, M. – KHARECHA, P. – VON SCHUCKMANN, K. – BEERLING, D. J. – CAO, J., ... SHAKUN, J. (2016): Young People's Burden: Requirement of Negative CO2 Emissions. *arXiv preprint arXiv:1609.05878*.
- HARTWICK, J. M. (1977): Intergenerational equity and the investing of rents from exhaustible resources. *The american economic review*. 67(5): pp. 972-974.
- HUDSON, S. – CÁRDENAS, D. – MENG, F. – THAL, K. (2016). Building a place brand from the bottom up A case study from the United States. *Journal of Vacation Marketing*, 1356766716649228.
<http://www.multivu.com/mnr/49260–tripadvisor–eco–friendly–travel–survey–voluntourism–go–green>
- IZSÁK, É. – BAJAI, P. – VAJAS, Á. (2011): Az 1971–es OTK néhány tanulsága: Kell-e performatív fordulat a település–fejlesztésben?. In: Csapó T.–Kocsis Zs. (szerk.): Az 1971. évi OTK és hatása a hazai településrendszerre. Savaria University Press, Szombathely. pp. 71-82.
- KALLIS, G. (2015): The degrowth alternative. *Great Transition Initiative*.
- LÉLÉ, S. – NORGAARD, R. B. (1996): Sustainability and the scientist’s burden. *Conservation biology* 10(2): pp. 354-365.
- LENGYEL, A (2017): A fenntarthatósági kritériumok térbeli diszkontálása. *Területi statisztika*.
- LENGYEL, A. (2015). Mindfulness and sustainability: Utilizing the tourism context. *Journal of Sustainable Development* 8(9): pp. 35-51.
- LENGYEL, A. (2015): Magyarország egészségturisztikai desztinációként való márkázása: aszinkronitási problémák. *Economica (Szolnok)* 8:(1): pp. 68-73.
- LENGYEL, M. (2008): TDM Működési kézikönyv. *Heller Farkas Főiskola, Budapest*.
- LIU, J. – HULL, V. – BATISTELLA, M. – DEFRIES, R. – DIETZ, T. – FU, F. – MARTINELLI, L. (2013): Framing sustainability in a telecoupled world. *Ecology and Society* 18(2).
- LIU, J. – MOONEY, H. – HULL, V. – DAVIS, S. J. – GASKELL, J. – HERTEL, T., & LI, S. (2015). Systems integration for global sustainability. *Science* 347(6225). 1258832.
- MANDALA RESEARCH (2016): http://mandalaresearch.com/index.php/purchase-reports/view_document/80–the–role–of–sustainability–in–travel–and–tourism–2016

- MANUEL-NAVARRETE, D. (2015): Tourism and sustainability in Heinrichs, H. – Martens, P. – Michelsen, G. . Wiek, A. (szerk): *Sustainability Science. An Introduction*: Springer Verlag.
- MARTÍNEZ-ALIER, J. – PASCUAL, U. – VIVIEN, F. D. – ZACCAI, E. (2010): Sustainable de-growth: Mapping the context, criticisms and future prospects of an emergent paradigm. *Ecological Economics* 69(9): pp. 1741-1747.
- MATHEW, P. V. – SREEJESH, S. (2017): Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 31: pp. 83-89.
- MCNAUGHT, C. – LAM, P. (2010): Using Wordle as a Supplementary Research Tool. *The Qualitative Report* 15: pp. 630-643.
- MOELLER, T. – DOLNICAR, S. – LEISCH, F. (2011): The Sustainability-Profitability Trade-off in Tourism: Can it be Overcome? *Journal of Sustainable Tourism* 19(2): pp. 155-169.
- MOSCARDO, G. – BENCKENDORFF, P. (2010): Sustainable luxury: oxymoron or comfortable bedfellows?. In *Proceedings of Global Sustainable Tourism Conference. Global Sustainable Tourism* pp. 709-728.
- MOSCARDO, G. – MURPHY, L. (2014): There is no such thing as sustainable tourism: Re-conceptualizing tourism as a tool for sustainability. *Sustainability* 6(5): pp. 2538-2561.
- OLÁH, R. – VARGA, D. (2016): Lakossági attitűdvizsgálat a helyi turisztikai desztinációmenedzsment tevékenységéről Gyomaendrőd városban. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review* 47(2): pp. 34-44.
- PEARCE, D. G. (2012): *Frameworks for tourism research*. CABI.
- PEETERS, P. – DUBOIS, G. (2010): Tourism travel under climate change mitigation constraints. *Journal of Transport Geography* 18(3): pp. 447-457.
- SHARPLEY, R. (2010): The myth of sustainable tourism. *CSD Center for Sustainable Development, University of UCLan, Preston*.
- SIMMONS, D. – SLEEMAN, R. (2004): Tourism Planning Toolkit. For Local Government.
- SIMPSON, M. C. (2008). Community benefit tourism initiatives—A conceptual oxymoron?. *Tourism Management* 29(1): pp. 1-18.
- SKRABSKI, Á. – KOPP, M. (2008): A bizalom, mint a társadalmi tőke központi jellemzője. *Vigilia* 73(10): pp. 722-730.
- SOLOW, R. M. (1974): Intergenerational equity and exhaustible resources. *The review of economic studies*, 41. pp. 29-45.
- SOMOSSY, E. – LŐRINCZ, K. (2014): A turisztikai desztináció menedzsment rendszer fejlesztése Magyarországon. In: Tózsza, I. (szerk): *Turizmus és településmarketing*. Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék.
- STANGE, J. – BROWN, D. – HILBRUNER, R. – HAWKINS, D. E. (2011). Tourism Destination Management. Achieving Sustainable and Competitive Results. *Washington: US Agency for International Development*.
- STEFFEN, W. – RICHARDSON, K. – ROCKSTRÖM, J. – CORNELL, S. E. – FETZER, I., BENNETT, E. M., – FOLKE, C. (2015): Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Science* 347(6223), 1259855.
- TÓTH, G. (2007): A valóban felelős vállalat. *Környezettudatos Vállalatirányítási Egyesület*.

- TRIPADVISOR (2012): "TripAdvisor Survey Reveals Travelers Growing
- UZZELL, D. L. (2000): The psycho-spatial dimension of global environmental problems. *Journal of environmental psychology* 20(4): pp. 307-318.
- WAGENSEIL, U. – ZEMP, M. (2016): Sustainable Tourism in Mountain Destinations: The Perceived and Actual Role of a Destination Management Organization. In *Sustainable Mountain Regions: Challenges and Perspectives in Southeastern Europe* (pp. 137-148). Springer International Publishing.
- WEAVER, D. B. (2012): Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence. *Tourism Management* 33(5): pp. 1030-1037.
- WIENER, J. B. (2007): Think globally, act globally: The limits of local climate policies. *University of Pennsylvania Law Review* 155(6): pp. 1961-1979.
- WISE, R. A. (2004): Dopamine, learning and motivation *Nature Reviews Neuroscience* 5(6): pp.483-494.