

BOLDOGÍTÓ UTAZÁS: A TURIZMUS HATÁSA A MAGYAR LAKOSSÁG SZUBJEKTÍV ÉLETMINŐSÉGÉRE

(The Impact of Tourism on Subjective Quality of Life among
Hungarian Population)

MICHALKÓ GÁBOR – KISS KORNÉLIA –
KOVÁCS BALÁZS

Kulcsszavak:

turizmus életminőség boldogság jólét jóllét

A szubjektív életminőséggel kapcsolatban felmerülő kérdések tisztázása napjainkra már nem csak a tudományos műhelyek közötti párbeszédben, hanem a társadalom közérzetéért felelős politikai berkekben is prioritást élvező témának számít. A kutatók, legyenek azok a filozófia, a pszichológia, a szociológia, a geográfia vagy éppen a közgazdaságtudomány képviselői, leginkább a boldogság forrását, a szubjektív jólét eléréséhez vezető utat, a politikusok pedig annak a hatalom általi befolyásolhatóságának mikéntjét kívánják feltárni, illetve feltártni. A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia (2005–2013) – nemzetközi összehasonlításban is egyedülálló módon – rendkívüli fontosságot tulajdonít a magyar lakosság utazásainak életminőség-növelő szerepére. Ahhoz, hogy a dokumentumban megfogalmazottak valóban a társadalom javára válhassanak, az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága a Magyar Turizmus Zrt.-vel és az MTA Földrajztudományi Kutatóintézettel együttműködve felkérte a Központi Statisztikai Hivatalt a lakosság utazási magatartásával összefüggő boldogságfaktor feltárására. A 2007-ben, mintegy 11,5 ezer háztartásban folytatott kérdőíves felmérés eredménye felszínre hozta a turizmus és az életminőség kapcsolatának eddig alig ismert vetületeit.

A tanulmány az életminőséggel kapcsolatos hazai és nemzetközi szakirodalom kontextusába helyezve tárgyalja a felnőtt magyar lakosságra reprezentatív vizsgálat eredményeit, értékeli az egyes változók mentén létrehozott adattáblákat. A szerzők különös hangsúlyt helyeznek az utazás és az élettel való elégedettség közötti általános kapcsolatok bemutatására, valamint az utazásokban rejlő boldogság összetevőinek feltárására.

Bevezetés

Az, hogy a környezetváltozás hatékonyabban segíti elő az alapvető fiziológiai szükségleteink kielégítését, történetesen a mindennapi térpályáinkon kívül eső helyen megvalósuló pihenés és táplálkozás intenzívebb regenerálódást biztosít, a turizmustudomány közismert tézisei közé tartozik (Puczkó–Rátz 1998; Michalkó 2007). Az azonban, hogy az utazásban való általános érvényű érintettség, illetve egy konkrét út milyen mértékben növeli az egyén boldogságát, kevésbé ismert problémának számít. Pedig a téma vizsgálatának elméleti hozadéka nem csak a társadalomkutatással foglalkozó műhelyek, hanem a politikai szféra számára is igen jól hasznosítható tudást kínál, mivel a lakosság életminőségéről való gondolkodás

fontosságának felismerése a modern kormányzat egyik ismérve (*Bianchi* 2007). Az Európai Uniót irányító szervezetek lépten-nyomon hangsúlyozzák, hogy az életminőség középpontba állítása a hatalom gyakorlásával foglalkozók feladata (a tanulmány készítésekor¹ az EU hatályos joganyagában² 413 dokumentumban szerepelt az életminőség szó). Magyarországon pillanatnyilag közel 100 jogszabály, köztük számos törvény és kormányrendelet szövegében találkozhatunk az életminőség kifejezés használatával, a 2006-ban elfogadott Új Magyarország Fejlesztési Terv³ az életminőség-orientált Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiát az érdemileg hasznosítandó ágazati dokumentumok között tárgyalja. Mindez jól mutatja, hogy a turizmus túljutott gazdaságélénkítő, területfejlesztő funkciójának egyoldalú hangsúlyozásán, mára a hazai politika is felismerte társadalomformáló szerepének fontosságát, az életminőség fejlesztésében rejlő lehetőségek kiaknázása azonban számos, az utazás és a boldogság kohéziójára fókuszáló vizsgálatot igényel még.

Annak ellenére, hogy az életminőséggel kapcsolatos kutatások Magyarországon is igen tekintélyes múltra tekintenek vissza (*Hankiss–Manchin* 1976), a turizmus-tudománnyal foglalkozó szakemberek csak a 21. század hajnalán kezdték felismerni a témában rejlő lehetőségek tárházát (*Kovács–Michalkó–Horkay* 2007; *Michalkó–Lőrincz* 2007). A kutatás megindítását a releváns elméleti keret hiánya mellett a statisztikai adatgyűjtés egyoldalúsága, vagyis a turizmus forgalmi szempontú megközelítése hátráltatta. A Központi Statisztikai Hivatalban (KSH) 2004-től meginduló, a lakosság utazási szokásaira fókuszáló felmérések eredményei már szélesebb teret kínáltak a turizmus és az életminőség kapcsolatának tettenérésére. A politikai szféra részéről megfogalmazódó igény és a tudomány oldaláról jelentkező érdeklődés eredőjeként 2007-ben kerülhetett először sor az állampolgárok utazásainak és az azzal összefüggő boldogságérzet megjelenésének a felnőtt magyar lakosságot reprezentáló mintán alapuló számbavételére. A KSH egy, az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkársága, a Magyar Turizmus Zrt. és az MTA Földrajztudományi Kutatóintézet képviselőiből álló szakértői team által kidolgozott kérdéssort épített be a 2007. évi adatgyűjtésébe. A kérdések három aspektusból igyekeztek a turizmus és az életminőség szimbiózisát feltárni, egyrészt az utazás boldogságforrásként történő azonosítását, másrészt az utazásban való részvételnek az életminőség változására gyakorolt hatását, harmadrészt az érintett települések életében jelentkező hatások szubjektív visszatükröződését óhajtották számba venni.

A tanulmány Magyarországon első ízben tesz kísérletet arra, hogy a felnőtt lakosságot reprezentáló minta alapján értékelje az utazás és a boldogság összefüggéseit, rámutasson a háztartásban együtt élők száma, az iskolai végzettség, az életkor, az anyagi helyzet és az elmúlt évben tett utazások szubjektív életminőséget befolyásoló hatásaira. E helyen nem tárgyaljuk az egyes településeken kikristályosodó vendégforgalom boldogságformáló szerepét, így a turizmus lokális hatásai nem kerülnek elemzésre.

A turizmus hatása a szubjektív életminőségre

Annak ellenére, hogy a világ fejlett országaiban a vagyon, a hatalmi hierarchiában elfoglalt pozíció és a társadalmi státusz a boldogság karizmatikus szimbólumaivá váltak, a pszichológia továbbra is a tudat irányításában látja az egyén életminőségével kapcsolatos állásfoglalások gyökerét (*Csikszentmihályi* 2001). Elsősorban a fejünkben dől el, hogy saját életünk megítélésakor elégedettséget vagy éppen elégedetlenséget érzünk, boldogságunk tehát a belső harmóniánkból ered. *Csikszentmihályi* (2001, 77) az áramlattal kapcsolatos vizsgálatainak eredményeképpen megállapította: „Hogy az életünket jobbá tegyük, az élményeinket kell jobbá tenni”. A turizmus tipikusan azok közé a tevékenységek közé tartozik, amelynek során az utazók áramlatnak nevezett élményt élhetnek át. Ennek során aktív részesei lesznek cselekedeteik irányításának, olyan érzés keríti hatalmába az úton levőket, amely emlékeik mérfoldkövévé válik. A célkitűzéssel, előkészítő munkával, energia-befektetéssel, összpontosítással megszülető tökéletes élmény az újabb és újabb utazásokban való részvételnek köszönhetően többször is átélhető, amelynek eredője az étellel való elégedettségérzés megfogalmazásához, *Veenhoven* (2003) értelmezésében a boldogság tudatosulásához vezet. Mivel a turizmus fogalomkörébe tartozó utazások a mindennapi térpályáktól távolabb zajlanak, így a tudat zavaró tényezőinek, vagyis a hétköznapi környezet impulzusainak kizárása hozzájárul az adott tevékenységben való feloldódáshoz, az élményszerző aktivitás folytatásához, vagy belátható időn belüli megismétléséhez.

Az utazásokban testet öltő áramlatélmény a szabadidős és a hivatásturizmusban egyaránt átélhető. Előbbi esetében a hön áhított attrakcióval kapcsolatos empirikus tapasztalatok megszerzése, utóbbi kapcsán a munkához kötődő sikerek beteljesedése generálja azt az áramlatot, amelyet elsősorban a hozzá vezető úton haladva érhetünk el. A turizmusban való részvétel a motiváció megfogalmazódásától, a célterület kiválasztásán, a költségek fedezetének biztosításán keresztül egészen a szervezéssel kapcsolatos teendőikig igen jelentékeny előkészítő munkát igényel (*Mäser-Weiermair* 1998; *Bieger-Laesser* 2004), ennél fogva az utazást áramlatélményt serkentő tevékenységként tételezhetjük fel. Az, hogy egy lakókörnyezetünktől távol lévő múzeumban ott állhassunk a gyermekkori álom beteljesedését jelentő világhírű festmény előtt, vagy előadásunkat követően önfeledten cseveghessünk egy nemzetközi konferencia állófogadásán, a legtöbb ember számára igen komoly energiaráfordítással jár, így az adott teljesítmény konstatálása örömteli pillanatokot indukál. Ezek, az utazás során létrejövő érzések összeadódva, de bizonyos esetekben akár önmagukban is az étellel való elégedettség kiváltásához vezethetnek.

Annak ellenére, hogy a szabadidő hosszú ideje központi szerepet foglal el az életminőséggel kapcsolatos vizsgálatokban (*Csikszentmihályi* 1998; *Neal et al* 1999), a szabadidő utazással való eltöltésének hatásaira mindeddig kevesebb figyelmet szenteltek a kutatók. Ennek oka a turizmus és az étellel való elégedettség közötti összefüggés akadémiai körökben történő viszonylag kései felismerésével magyarázható, a szubjektív életminőségre vonatkozó vizsgálatok hajnalán az utazás

még nem tartozott abba a viszonyítási keretbe (értékrendszerbe), amely bekerült volna a leggyakrabban mért faktorok közé (Neal et al 2007; Royo 2007). A hatvanas, hetvenes években meginduló életminőség-vizsgálatokban a turizmus nem öltött önálló arculatot, pedig a nemzetközi turistaérkezések száma már akkoriban elérte a 100 milliós nagyságrendet (Compendium... 2003). A szabadság, a munka kötöttségei alóli mentesülés természetesen központi szerepet foglalt el a különböző elégedettségi modellek összeállításakor, az utazás azonban össztársadalmi méretekben csak később vált a szabadidő-eltöltési kultúra meghatározó szegmensévé, funkciója nem volt annyira karakterisztikus, mint napjainkban, amikor a nemzetközi turistaérkezések száma az 1 milliárdhoz közelít (Neal et al 2004). A turizmusnak az étellel való elégedettség mérésében betöltött szerepét jól reprezentálja, hogy a boldogságkutatás egyik legnagyobb nemzetközi ismertséget és elismertséget szerzett szakértője, Ruut Veenhoven által létrehozott szakirodalmi adatbázis⁴ mindössze egyetlen olyan tanulmányt tartalmaz, amely a turizmus kérdésével foglalkozik. Miközben a nemzetközi szakirodalomban a kilencvenes évektől kezdve rendszeresen találkozhatunk a turizmus és a szubjektív életminőség kapcsolatának különböző aspektusaival (Dobos–Jeffres 1993; Richards 1999), addig a hazai kutatói körök meglehetősen mostohán kezelték ezt a kérdést. Ez elsősorban arra a tényre vezethető vissza, hogy az életminőségre vonatkozó alap kutatások Magyarországon is a szociológia kompetenciájába tartoznak, mely diszciplína képviselői – sajnos – amúgy is kevesebb figyelmet szenteltek a turizmus társadalomformáló szerepére. A Kopp Mária nevével fémjelzett, Hungarostudy elnevezésű kutatássorozat – annak egészségtudományi sajátosságaira visszavezethetően – miközben igyekszik az életminőséget a lehető legátfogóbban értelmezni és megközelíteni, alig észleli a turizmus boldogságnövelő szerepét (Kopp–Pikó 2006).

Ugyan a turizmus egyetlen határokat átívelő életminőség-kutatásban sem kapott főszerepet, azok a faktorok, amelyeket a legtöbb, az étellel való elégedettséggel kapcsolatos vizsgálat körbejár, szorosan kapcsolódnak az utazásokhoz (Fekete 2006; Brülde 2007). Rahman modelljének fókuszában álló egészség, a családi, baráti kötelek és a munka – ha különböző mértékben is – egyaránt fontos motivációját képezik az utazásnak (Kovács–Michalkó–Horkay 2007). Ebből fakadóan alakultak ki azok a turisztikai termékek, amelyek a világ egészségturizmusában, az ún. VFR (visiting friends and relatives) turizmusban vagy éppen a konferenciaturizmusban öltenek testet. Ahhoz, hogy egészségünket megőrizzük, hogy társadalmi kapcsolatainkat ápoljuk, hogy a munkánkban sikeresek legyünk, gyakran elhagyjuk lakóköznyezetünket, így az utazások hozzájárulnak az étellel való elégedettség megfogalmazódásához. Az Utasi Ágnes (2006) vezette kutatási program eredményei alapján megállapítható, hogy a minőségi élet egyik attribútumát jelentő szubjektív jólét számos eleme kapcsolatba hozható a turizmussal. Bár az egyes vizsgálatok külön nem hangsúlyozzák az utazások szerepét a társadalmi és a transzcendens kötelek kialakításában, a program hipotézise szerint a biztonság fogalomkörébe tartozó elégedettségi faktorok (partnerkapcsolat, közéletiség, vallás) súlyának növelésében kétségtelenül érdemi befolyást gyakorolnak az utazások.

Amennyiben a turizmusnak a szubjektív életminőségre gyakorolt hatásaival foglalkozó szakirodalom felől közelítjük a problémát, láthatjuk, hogy az utazásokban testet öltő jóllét megfogalmazódása magában a környezetváltozást generáló tevékenységben, a motiváció utazás révén való kielégítésében és a mindennapok befolyásolásában egyaránt megfigyelhető (*Perdue et al* 1999; *Jurowski–Brown* 2001; *Gilbert–Abdullah* 2002). A turizmusban érintettek többsége számára az utazás hasznos és örömteli tevékenységként manifesztálódik, mivel a szabadidő-eltöltés szférájában az emberi lét kellemes epizódjait generálja. Elutazni jó. Tekintve, hogy az utazásra jól körülhatárolható motiváció alapján kerül sor, amelynek kivitelezését maga az utazó vagy az utazásszervező professzionális módon előkészíti, így az esetek többségében sikeres tevékenységnek bizonyul. A turisztikai mobilitásban tehát a környezetváltozás okozta élményen, a megvalósulás hordozta önigazoláson, a szükséglet kielégítése generálta örömmön kívül a hasznosság is megjelenik, mivel az utazás hozadéka a hétköznapi életben kiválóan kamatoztatható (bővül a műveltség, kapcsolatokra teszünk szert, szervezetünk regenerálódik stb.).

A szubjektív életminőség mérése a társadalomtudományi kutatások egyik legingoványosabb területe (*Babbie* 1999). A politikai szféra irányából érkező megrendelés a szakmai berkekben ismert metodikai nehézségek dacára arra ösztönzi a kutatókat, hogy különböző összetételű és léptékű elégedettségi skálákat felvonultató kérdőívekkel bombázzák a társadalmat (*Ferreri–Carbonell–Frijters* 2004; *Gebauer* 2007). Miközben egyes szakértők törekednek az úgynevezett helyettesítő (proxy) mutatókon keresztül közelíteni a vizsgálatba vont közösség szubjektív jólétének állapotához, a kutatók többsége egyetért abban, hogy a külső személy révén megfigyelt jellemzők alapján nem lehet az egyén által megélt jóllét mértékét megítélni (*Hegedűs* 2001; *Szabó* 2003). A turizmusban való érintettség mibenléte tipikus példája a helyettesítő mutató alkalmazásában rejlő csapdának, egy vidéki rokon temetésére történő utazás ugyanis nem feltétlenül növeli az életminőséget, így pusztán az utazásainak számából nem következtethetünk az illető jóllétére. Annak ellenére, hogy találkozhatunk a boldogság mérhetőségét megkérdőjelező kutatóval (*Griffin* 2007), amennyiben a szubjektív életminőség számbavételére normatívákban gondolkodva, az időbeli összehasonlíthatóság kívánalmait szem előtt tartva, valamint lényegi kérdések mentén kerül sor, úgy annak feltétlenül helye van a társadalmi jelzőszámok sorában (*Lengyel Gy.* 2002). A turizmus és a szubjektív életminőség kapcsolatának feltárására vállalkozó tanulmányok – a boldogság mibenlétét általánosan közelítő munkákkal összehasonlítva – a módszertan tekintetében kevés újdonsággal gazdagították a téma szakirodalmát. Legtöbb esetben az utazással kapcsolatos attitűdök, a különböző turisztikai tevékenységeket megjelenítő változók és az elégedettség mértéke közötti összefüggések, valamint a turizmus addigi életútra gyakorolt hatásainak a feltárása képezi a turizmusorientált mobilitás és a boldogság szimbiózisára vonatkozó elemzések vezérfonalát (*Pomfret* 2006; *Andereck et al* 2007). Egyetlen esetben sem került sor egy egész ország lakosságát reprezentáló felmérésre.

A magyar lakosság utazásainak boldogságnövelő szerepe

Utazó magyarok

Az utazás a magyar társadalom szabadidő-eltöltési kultúrájának része, a turizmus mind a Kádár-rendszerben szocializálódott, mind az őket követő generáció számára az élet természetes velejárójaként értelmezhető (Czeplédi 1982; Lengyel M. 2004). A M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság a Magyar Turizmus Zrt. megbízásából 2003 óta azonos módszertannal, megye, településméret, nem és kor szerint országosan reprezentatív, 1000 fős mintán vizsgálja a 18 év feletti magyar lakosság utazási szokásait. Az elmúlt évek felmérései arra engednek következtetni, hogy a magyar társadalom a belföldi és a kiutazó turizmusnak egyaránt aktív részese. 2003–2006 viszonylatában a kiránduló háztartások aránya 61–72%, míg a többnapos utazásokon résztvevőké 61–62% között ingadozott, az e tevékenységből kimaradók anyagi és egészségügyi okokkal, valamint időhiánnyal magyarították a turisztikai mobilitással kapcsolatos nemleges döntésüket (M.Á.S.T. 2007). Az utazások mögötti motivációk, illetve az abból fakadó tevékenységek a pihenésben, a rokonlátogatásban és a strandolásban öltenek testet, vagyis a maslow-i szükséglet-hierarchia fiziológia és a valahova való tartozás szintjén jelennek meg. Mivel az étellel való elégedettség megfogalmazódásában az alapvető és a növekedési szükségletek kielégítésének minősége is szerepet játszik (Maslow 2003), így a turizmusban rejlő környezetváltozás hordozta élmények elősegíthetik a magyar lakosság boldogságérzetének növelését. Ebből következik az a hipotézis, miszerint azok az állampolgárok, akik életének részét képezi az utazás, boldogabbak, mint, akik nem kelnek útra.

A kutatás módszertana

A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában (2005–2013) az életminőséggel kapcsolatban megfogalmazott szakpolitikai elvárások sikeres teljesítése érdekében az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtikársága a Magyar Turizmus Zrt. és az MTA Földrajztudományi Kutatóintézet szakértőinek bevonásával megfogalmazta azokat a kérdéseket, amelyek a magyar társadalom utazási aktivitása és az étellel való elégedettség közötti elsődleges összefüggések feltárását szolgálták⁵. A nemzetközi és a hazai szakirodalmi előzményeket figyelembe vevő kérdések a téma három fő területére terjedtek ki, egyrészt az étellel való általános elégedettségre, másrészt az utazás boldogságnövelő szerepére, harmadrészt a turizmusra, mint a lakóhely gazdasági, társadalmi és környezeti helyzetét befolyásoló jelenségre fókuszáltak. A szakértői team által megfogalmazott kérdések bekerültek a Központi Statisztikai Hivatal által lebonyolított, „A lakosság utazási szokásai” elnevezésű adatgyűjtési program kérdőív-apparátusába. A 2007 során, mintegy 11 500 háztartásban lezajlott kérdőívvezetés eredménye a teljes magyar fel-

nőtt lakosságra vetítve reprezentatív. Az alábbiakban a magyarok étellel való általános elégedettségét és utazásaik szimbiozisztát elemezzük a háztartásokban élők száma, a megkérdezettek életkora, iskolai végzettsége, anyagi helyzete és utazási aktivitása viszonylatában.

Eredmények

Az utazás mint boldogságfaktor

A magyar társadalom étellel való elégedettségének vizsgálatakor a közönyösségnél némileg kedvezőbb állapotot sikerült regisztrálni, az ötfokozatú skálán, ahol az 1 a semennyire sem boldogot, az 5 a nagyon boldogot jelentette, 3,32 átlagos eredmény született (1. táblázat). Az életkor, az iskolai végzettség, az anyagi helyzet megítélése és az elmúlt évben tett utazások száma szignifikánsan, míg a háztartásban élők száma csak bizonyos létszámig gyakorol kedvező hatást a boldogság mértékére.

Minél nagyobb számú háztartásban él valaki, annál boldogabbnak tartja magát, az egyszemélyes háztartások boldogságértéke 2,85, a négyszemélyeseké 3,50, ahol azonban 5 vagy annál több személy él, már valamivel csökken az étellel való elégedettség mértéke (3,47). Az életkor előrehaladtával szignifikánsan csökken a magyar társadalom étellel való elégedettségének mértéke. Amíg a 18–24 év közötti korosztályban 3,67 a boldogságérték, addig a 65 és annál idősebbek csoportjában már csak 2,89. Az iskolai végzettség jelentősen hozzájárul az étellel való elégedettség kedvező megítéléséhez. A magyar társadalom mindazon tagjai, akik nem rendelkeznek alapfokú iskolai végzettséggel, jóval boldogtalanabbak (2,84), mint a diplomások (3,86). Az anyagi helyzet megítélésében jelentkező polarizáció mögött húzódik a legnagyobb eltérést felvonultató boldogságérték különbség. Amíg az önmaguk anyagi helyzetét nagyon szűkösnek ítélik csoportjához 2,80-as boldogságérték tartozik, addig a nagyon jómódúak esetében a vizsgált mutató 3,93. (A magyar társadalom tanúbizonyoságot tett arról a sokat vitatott axiómáról, hogy a pénz nem boldogít; az étellel való elégedettség megítélésében a pénz a magyarok számára elsődleges fontossággal bír). Az utazások hozzájárulnak az étellel való elégedettségérzet kiváltásához. Minél gyakrabban utazik valaki, annál boldogabb. Azok, akik 2007-ben nem utaztak 3,05-ös, akik pedig négyszer vagy annál többször utaztak 3,73-as mutatóval rendelkeznek.

Annak ellenére, hogy a magyar társadalom a belföldi és a kiutazó turizmus aktív részese, az 1–5-ig terjedő skálán, ahol az 1 a semmilyen, az 5 a nagyon nagy meghatározást jelöli, 2,53-as értéket tulajdonítottak az utazás saját életükben betöltött szerepének (1. táblázat). Ebből következően a turisztikai mobilitás a magyar társadalom értékvilágában az inkább nem fontos tartományba esik. A háztartásban élők száma, az életkor, az iskolai végzettség, az anyagi helyzet megítélése, valamint az utazásokban való érintettség markáns változókat képeznek a turisztikai mobilitás fontosságának véleményezésében.

1. TÁBLÁZAT

*A magyar lakosság boldogságról alkotott képe, 2007 (n=11 500)
(Image of Happiness by Hungarian Population, 2007)*

<i>Tényező</i>	<i>Az étellel való elégedettség⁶</i>	<i>Az utazás szerepe az elégedettség kiváltásában⁷</i>	<i>Az utazás fontossága az életében⁸</i>
<i>A háztartásban élők száma</i>			
1 személy	2,85	3,14	2,07
2 személy	3,22	3,38	2,41
3 személy	3,42	3,55	2,66
4 személy	3,50	3,69	2,82
5 és több személy	3,47	3,49	2,48
<i>Életkor</i>			
18–24	3,67	3,86	2,99
25–44	3,55	3,66	2,79
45–64	3,20	3,41	2,48
65 éves és idősebb	2,89	3,01	1,87
<i>Iskolai végzettség</i>			
Nincs	2,84	2,94	1,70
Alapfokú	3,02	3,21	2,05
Középfokú	3,43	3,58	2,68
Felsőfokú	3,68	3,78	3,15
<i>Anyagi helyzet megítélése</i>			
Nagyon szűkös	2,80	3,16	1,88
Szerény	3,14	3,34	2,23
Átlagos	3,50	3,60	2,79
Jó	3,79	3,79	3,28
Nagyon jó	3,93	3,85	3,63
<i>Utazás száma</i>			
0 előfordulás	3,05	3,20	1,91
1–3 előfordulás	3,58	3,73	3,14
4 és több előfordulás	3,73	3,88	3,41
<i>Összesen</i>	<i>3,32</i>	<i>3,47</i>	<i>2,53</i>

Forrás: KSH.

Minél nagyobb az adott háztartásban élők száma, annál nagyobb jelentőséget tulajdonítanak az utazás életben betöltött szerepének, a 4 személyessel összehasonlítva (2,82) az 5 személyes és az annál nagyobb háztartásokban azonban már visszaesik az erre vonatkozó mutató értéke (2,48). Az életkor előrehaladtával csökken az utazás fontossága, a legfiatalabb felnőtt generáció (2,99) nagyobb jelentőséget tulajdonít az utazásnak, mint a legidősebb (1,87). A magasabb iskolai végzettség hozzájárul az utazás életben betöltött fontosságának növeléséhez, a legkevésbé iskolázottak (1,70) e tekintetben jóval az átlag alatti mutatóval rendelkeznek. A saját anyagi helyzet megítélése is egyenes arányosságot mutat az utazásokon való részvétel élet-

ben betöltött fontosságának véleményezésekor. A nagyon szűkösen élők életében (1,88) a legkevésbé, a nagyon jól élők esetében (3,63) a leginkább fontos az, hogy utazhatnak. A felmérés évében nem utazók is érzékelik a turisztikai mobilitás fontosságát, a kérdéssel kapcsolatos véleményük feltehetően a korábbi utazási tapasztalataiknak köszönhetően lett 1,91-es értékű. Természetesen a 4 és annál több alkalommal utazók (3,41) nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a turisztikai mobilitás életükben betöltött szerepének.

A magyar társadalom az utazás boldogság forrásaként történő azonosítása során a turisztikai mobilitás és az étellel való elégedettség közötti szorosabb kapcsolat fennállásáról tett tanúbizonyoságot (1. táblázat). A felnőtt lakosság magasabb értéket rendelt az utazás boldogságfokozó szerepéhez (3,47), mint a saját életével való elégedettséghez (3,32). A vizsgálatba vont változók mentén kizárólag a jó és a nagyon jó anyagi helyzetben lévők esetében volt megfigyelhető, hogy az utazás boldogság-generáló funkcióját egyforma vagy valamivel alacsonyabb (-0,08) értékkel illették, mint az étellel való általános elégedettségüket. E tekintetben a legnagyobb pozitív értékkülönbségeket a nagyon szűkösen anyagi helyzetben (+0,36), az egyszemélyes háztartásokban (+0,29) élők és a 45-64 év közötti korosztályban (+0,21) lehetett regisztrálni. Az utazások boldogságra gyakorolt hatásának megítélésében a háztartásban élők számának növekedése, az iskolázottság foka, az anyagi helyzet és a turisztikai mobilitásban való érintettség egyenes, az életkor fordított arányosságot mutat. 1-4 személy között minél többen élnek egy háztartásban, minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, minél jobb az anyagi helyzetük és minél több utazáson vettek részt 2007-ben, annál nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a turisztikai mobilitás boldogságnövelő szerepének. (Az 5 fős és az annál nagyobb létszámú háztartásokban a 3 és a 4 fős háztartásokhoz képest is alacsonyabb az utazás boldogságformáló szerepével kapcsolatos értékelés). Minél idősebb valaki, annál kevésbé tulajdonít az utazásnak boldogságnövelő szerepet, ezzel kapcsolatban a legmagasabb értéket a legfiatalabb korcsoportban, a legalacsonyabbat legidősebben lehetett regisztrálni.

Az utazás mint az értékvilág tényezője

A háztartások költési struktúrája jól reprezentálja a szükségletek kielégítésének mennyiségi és minőségi aspektusait. A realizált költés nem feltétlenül korrelál az adott szükséglet fontosságáról alkotott véleménnyel, mivel a háztartás anyagi helyzetét a klasszikus jövedelemszerzési és felhasználási tényezők (iskolázottság, életkor, lakó- és munkahely földrajzi elhelyezkedése stb.) mellett a legkülönbözőbb, nehezen kiszámítható körülmények (betegség, örökség stb.) is befolyásolják. Az étellel való elégedettség mibenlétének feltárása során tehát sokkal inkább a szükségletekről alkotott képpel, mintsem az azok kielégítésére fordított költés nagyságrendjével célszerű foglalkozni.

A magyar társadalom Gárdonyi által megfogalmazott „szegények vagyunk, de jól élünk” filozófián alapuló elégedettségi mércéje a kádári „frizsiderszocializmusban”

teljesedett ki (Lengyel L. 1988). A piacgazdaság és a fogyasztói társadalom rendszerváltozást követő kiépülésének következtében a műszaki cikkek, a kulturális javak, a külföldi utazás, de az egészség megőrzését hivatott szolgáltatások fogyasztása is a magyar lakosság értékvilágának fókuszába kerültek. A társadalom elszegényedő rétegeinek szűkülő fogyasztási struktúrája mellett az étellel való elégedettséget befolyásoló materiális tényezők diverzifikálódása napjainkban is megfigyelhető.

2. TÁBLÁZAT

Egyes materiális tényezők fontossága a magyar lakosság életében, 2007 (n=11 500)
(Importance of Selected Material Factors in the Life of Hungarian Population, 2007)

Tényező	Belföldi utazás	Külföldi utazás	Egészségmegőrzés	Mozi, színház, kiállítás látogatása, egyéb kulturális tevékenység	Otthonteremtés, meglévő felújítása, „csinosítása”	Háztartás műszaki cikkekkel való felszerelése	Ruhatár cseréje, megújítása	Új gépkocsi vásárlása, meglévő cseréje
<i>Iskolai végzettség</i>								
Nincs	2,10	1,52	3,60	1,76	2,87	2,46	2,24	1,44
Alapfokú	2,49	1,89	3,66	2,09	3,26	2,99	2,63	1,85
Középfokú	3,23	2,57	3,86	2,84	3,71	3,46	3,10	2,43
Felsőfokú	3,65	3,20	4,06	3,46	3,82	3,48	3,16	2,61
<i>Anyagi helyzet megítélése</i>								
Nagyon szűkös	2,40	1,79	3,62	2,04	3,25	2,96	2,73	1,75
Szerény	2,74	2,12	3,77	2,38	3,41	3,09	2,71	1,95
Átlagos	3,31	2,67	3,88	2,93	3,72	3,47	3,09	2,50
Jó	3,61	3,32	4,05	3,35	3,77	3,57	3,30	2,80
Nagyon jó	3,76	3,50	3,62	3,44	4,06	3,85	3,20	2,99
Összesen	3,03	2,42	3,82	2,67	3,56	3,28	2,93	2,24

Forrás: KSH.

A vizsgálatba vont tényezőket figyelembe véve a felnőtt magyar lakosság életére vonatkozó értékpreferencia sorrendben az egészségmegőrzés áll az első helyen (2. táblázat). Ezt az otthonteremtés, a meglévő felújítása, „csinosítása” és a háztartás műszaki cikkekkel való felszerelése követi. Az 1–5-ig terjedő skálán, ahol az 1 a semmilyen, az 5 a jelentős meghatározást jelöli, az egészségmegőrzés 3,82-es értékkel a legfontosabb, az új gépkocsi vásárlása, meglévő cseréje 2,24-es értékkel a legkevésbé fontos tényezőnek számít. A magyar társadalom tagjainak saját életében fontosnak tartott dolgok között az utazás nem tartozik az alapvető értékek közé. A belföldi utazást (3,03) megelőzi az egészségmegőrzés (3,82), az otthonteremtés, a meglévő felújítása, „csinosítása” (3,56) és a háztartás műszaki cikkekkel való felszerelése (3,28) is. A külföldi utazást (2,42) a ruhatár cseréje, megújítása (2,93), mozi, színház, kiállítás látogatása, egyéb kulturális tevékenység (2,67) is maga mögé szorítja.

Tekintettel a kutatás turizmus-specifikus voltára, a vizsgálatba vont változók közül azokat emeltük ki, amelyek esetében a belföldi, illetve a külföldi utazás vonatkozásában a legnagyobb értékű különbséget lehetett az attribútumok között kimutatni. Azt, hogy a belföldi utazást milyen mértékben tartja egy magyar állampolgár a saját életében fontosnak, az leginkább az iskolázottságtól függ. A belföldi utazás tekintetében az iskolai végzettséggel nem rendelkezők (2,10) és a diplomások értékítélete (3,65) közötti differencia jóval nagyobb, mint amit a háztartásban élők száma, az életkor vagy éppen az anyagi helyzet megítélése alapján ki lehetett mutatni. Hasonló a szituáció a külföldi utazás vonatkozásában, ebben az esetben az anyagi helyzet megítélése generálja a legnagyobb értékkülönbséget. Amíg a nagyon szűkösen egzisztáló életében 1,79-es értékkel szerepel a külföldi utazás, addig a nagyon jól élők már 3,50-es értéket rendeltek a határokat átlépő turisztikai mobilitáshoz. A közép- és felsőfokú végzettséggel rendelkezők, a saját maguk anyagi helyzetét átlagosnak, jónak és nagyon jónak megítélők az össztársadalmi átlaghoz képest magasabb értéket rendeltek a bel- és a külföldi utazáshoz.

Az utazás mint funkcionális tevékenység

Tekintettel arra, hogy az utazások alapvetően az emberi szükségletek kielégítésében játszanak szerepet, a legkülönbélebb motivációval zajló turisztikai mobilitás befolyásolhatja az élettel való elégedettségérzést. A betegség utazás révén történő eredményes kezelése, az álmok és vágyak mindennapi térpályákon kívül eső megvalósítása, a távolabb élő rokonokkal, ismerősökkel való találkozás megteremtése, a testi, lelki, szellemi felfrissülés hozzájárulhat a szubjektív életminőség növekedéséhez.

A felnőtt magyar lakosság utazásai leginkább a családdal, ismerősökkel való kapcsolattartást szolgálják (3. táblázat). Az 1–5-ig terjedő skálán, ahol az 1 a semmilyen, az 5 a jelentős meghatározást jelöli, a távolabb élőkkel való társas kapcsolatok fenntartása az utazás előre megadott funkciói közül 3,84-es értékkel a legfontosabbnak bizonyult. Ezt a köznapni értelemben vett rekreálódás követi, a munkavégző képesség megújítása (3,68) a második helyen szerepel az utazás életben betöltött funkcióinak sorában. Mivel az utazás örömszerző tevékenység, így sokan újra és újra szeretnének részesei lenni a belőle fakadó élvezeteknek, idővel tehát magáért az utazás tényéért kelnek útra. A felnőtt magyar lakosság nagyobb jelentőséget tulajdonít a turisztikai mobilitás újabb és újabb utazásokat gerjesztő mivoltának (3,44), mint az egészségi állapot javulásában betöltött funkciójának (2,83). Az utazás össztársadalmi szinten legkevésbé az egyén sikeréretének kiváltásában játszik közre (2,67).

3. TÁBLÁZAT

*A magyar lakosság utazásainak funkciója, 2007 (n=11 500)
(Functions of Travels by Hungarian Population, 2007)*

Tényező	Egészségi állapot javulása	Sikerérzés kiváltása	Újabb utazások generálása	Társas kapcsolatok erősítése	Életerő megújítása
<i>A háztartásban élők száma</i>					
1 személy	2,99	2,73	3,38	3,75	3,53
2 személy	3,00	2,63	3,38	3,79	3,56
3 személy	2,78	2,69	3,43	3,88	3,74
4 személy	2,74	2,72	3,52	3,90	3,83
5 és több személy	2,67	2,59	3,42	3,83	3,61
<i>Életkor</i>					
18–24	2,31	2,65	3,67	3,79	3,65
25–44	2,74	2,74	3,53	3,91	3,85
45–64	3,05	2,69	3,38	3,83	3,66
65 éves és idősebb	3,15	2,39	3,02	3,71	3,19
<i>Iskolai végzettség</i>					
Nincs	2,75	2,32	3,08	3,79	2,91
Alapfokú	2,62	2,43	3,13	3,71	3,36
Középfokú	2,85	2,70	3,48	3,85	3,74
Felsőfokú	3,03	2,89	3,70	3,98	3,94
<i>Anyagi helyzet megítélése</i>					
Nagyon szűkös	2,60	2,42	3,05	3,73	3,33
Szerény	2,76	2,55	3,31	3,77	3,52
Átlagos	2,86	2,71	3,52	3,89	3,76
Jó	3,07	2,98	3,66	3,83	3,99
Nagyon jó	2,90	3,03	3,94	4,13	3,91
<i>Utazás száma</i>					
0 előfordulás	2,61	2,52	3,10	3,52	3,36
1–3 előfordulás	2,93	2,70	3,57	3,93	3,86
4 és több előfordulás	3,02	2,86	3,75	4,21	3,86
Összesen	2,83	2,67	3,44	3,84	3,68

Forrás: KSH.

Ha a vizsgálatba vont változók mentén elemezzük, hogy az utazás melyik funkciója generálja a változókhoz rendelt attribútumok értékei között a legnagyobb különbséget, láthatjuk, hogy a háztartásban élők száma és az életkor az egészségi állapot tekintetében differenciál leginkább. Az iskolai végzettség a munkavégző képesség megújítása esetében, az anyagi helyzet megítélése pedig az újabb utazásokra való

öszöntésben szélesíti a szélső értékek közötti rést. Az utazások száma a rokoni kapcsolatok erősítése kapcsán növeli az egyes attribútumok viszonylatában észlelhető különbségeket. Az utazás funkcióinak elemzés tárgyát képező sorában a kettő (3,00) és az öt, illetve az annál több személyes (2,67) háztartásban élők egészségi állapot javulása tekintetében alkotott véleménye között lehetett a legnagyobb értékű (+0,33) különbséget regisztrálni. Az életkor szintén az egészségi állapot javulásának megítélésében differenciál leginkább, a 18–24 éves (2,31) és a 65, illetve idősebb (3,15) korosztály között +0,84 értéket mutatott ki a vizsgálat. Az iskolai végzettség esetében az iskolázatlanok (2,91) és a diplomával rendelkezők (3,94) között az utazás munkavégző képességre gyakorolt hatása során észleltük a legnagyobb értékű (+1,03) differenciát. Az anyagi helyzet megítélése a turisztikai mobilitás újabb utazásokra való ösztönzése tekintetében szélesíti legerőteljesebben az érintett csoportok közötti rést, a nagyon szűkösen élők (3,05) és a nagyon jól élők (3,94) viszonylatában +0,89 az értékkülönbötet. Az utazások száma a rokoni kapcsolatok középpontba állításakor nyeri el a legdifferenciálabb szerepet, a 2007-ben nem utazók (3,52) és a négyszer vagy annál többször utazók (4,21) között +0,69 értékkülönbséget regisztráltak.

Az utazás életben betöltött funkcióit a változókhöz tartozó attribútumok mentén vizsgálva a fenti elemzéshez hasonló eredményeket kapunk. Az egészségi állapot javulása a 18–24 évesek (2,31) között a legkevésbé, a jó anyagi helyzetben (3,07) lévőknél a leginkább meghatározó funkciója az utazásoknak. A sikerézés kiváltása az iskolázatlan (2,32) csoportban szerepel a legalacsonyabb és a nagyon jó anyagi helyzetben (3,03) lévőknél a legmagasabb értékkel. Az utazás újabb utazásokra való ösztönzése a 65, illetve annál idősebb korosztályban számít a legkevésbé, a nagyon jó anyagi helyzetben lévőknél a leginkább (3,94) fontosnak. A rokoni kapcsolatok ápolása kapcsán a 2007-ben nem utazók (3,52) adták a legalacsonyabb, a négyszer vagy annál többször utazók (4,21) a legmagasabb értéket. Az utazás munkavégző-képességre gyakorolt funkciójának felismerése az iskolázatlan (2,91) és a jó anyagi helyzetben élők között mutatja a legszélesebb rést.

Következtetések

A boldogságról való gondolkodás gyökerei Arisztotelész idejébe nyúlnak vissza, azonban a téma terebélyesedéséhez korunk társadalmi-gazdasági változásai kínálnak leginkább megfelelő táptalajt. Az életszínvonal növekedése, a javakhoz való hozzáférés lehetőségének bővülése, az egyéni szabadság horizontjának kiszélesedése és a boldogság foka kapcsán mért disszonanciák arra készítetik a politikai szféra képviselőit, hogy szorgalmazzák a boldogsággal összefüggő ismeretek kutatással történő bővítését. Elfogadva Veenhoven (2003) hipotézisét, miszerint a boldogság az étellel való elégedettség visszatükröződése, a szubjektív életminőség megtestesülése, egyre nagyobb hangsúly helyeződik a boldogság mibenlétének és a hozzá vezető út sajátosságainak feltárására. A téma transzdiszciplináris mivoltának és az életvitel összetettebbé válásának köszönhetően fokozatosan bővül a boldogságkuta-

tók köre, így a szabadidőipar egyik legdinamikusabban növekedő ágazata, a turizmus szerepe is emelkedő számú vizsgálat tárgyát képezi.

Magyarországon a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia (2005–2013) végrehajtásával párhuzamosan kezdődtek meg a turizmus és a szubjektív életminőség közötti összefüggések feltárásával foglalkozó kutatások. Az alapkutatási céllal összeállított kérdőív a felnőtt magyar lakosságot reprezentáló válaszainak feldolgozásával felszínre került eredmények alapján megállapítható, hogy:

- A turisztikai mobilitás hozzájárul az étellel való elégedettségérzet kiváltásához, a többet utazók boldogabbak, mint az egyáltalán nem utazók. A következtetés a turisztikai keresletet alkotó tényezők közül a diszkrecionális jövedelem boldogságnövelő szerepével áll leginkább összefüggésben, mivel a minél jobb anyagi helyzetben levők a boldogság egyre magasabb fokáról tettek tanúbizonyságot. Mivel az utazás egyik alapfeltétele a szabad felhasználású jövedelem megléte, így a gazdagabbak gyakrabban utazhatnak, amelytől boldogabbá válhatnak.
- Annak ellenére, hogy a magyar háztartások 2/3-a utazó, maga az utazás nem játszik meghatározó szerepet a lakosság életében. Az a tény, miszerint a fiatalabbak, az iskolázottabbak, a jobb anyagi helyzetben lévők az átlagnál nagyobb jelentőséget tulajdonítanak az utazás saját életükben betöltött szerepének, leginkább a turisztikai motiváció szélesebb tárházával és a kedvezőbb szocializációs folyamatokkal magyarázható.
- Ha az utazás nem is játszik meghatározó szerepet a magyar társadalom életében, boldogságfaktorként történő azonosítása az általános elégedettségi szintnél is magasabb értéket képvisel. Kizárólag a jó és a nagyon jó anyagi helyzetű csoport esetében fordult elő, hogy az utazás boldogságfaktorként történő értelmezésekor az általános elégedettséggel azonos vagy annál alacsonyabb értékelést adott. A magyar társadalom mindazon csoportjai, akiknek utazási vágyai kielégítetlenek, úgy gondolják, hogy az utazás boldogabbá teheti őket, míg a beteljesedés jelzi, hogy mégsem az utazás a boldogság kulcsa.
- Az utazás nem sorolható az élet legfontosabb tényezői közé. Más hazai és nemzetközi vizsgálatokhoz hasonlóan az egészségmegőrzés központi szerepet kap az élet fontosabb tényezőinek megítélésekor (ez a tény önmagában bizakodásra ad okot az egészségturizmus fejlesztése kapcsán). Az, hogy a belföldi utazás fontosságához rendelt érték nagyobb a nemzetközi turisztikai mobilitásban való részvétel mutatójánál, a magyar lakosság anyagi helyzetére visszavezethető korlátokkal magyarázható.
- Az utazások leginkább a társas kapcsolatok fenntartását, erősítését szolgálják. Tekintettel arra, hogy minden, a magyar lakosság utazási szokásairól szóló felmérés a rokonlátogatást a legfontosabb motivációk közé sorolja, így nem meglepő, hogy a családdal, ismerősökkel való szorosabb viszony meghatározza a turisztikai mobilitás funkcióját. Miközben az egészségmegőrzés az élet legfontosabb tényezője, az utazások funkciójának megítélésekor ez a tény nem tükröződik vissza. Vélhetően a gyógy- és a wellness turizmus szolgáltatásainak magas

árfekvése riasztja egyelőre vissza a lakosságot az egészségturizmusban való intenzívebb részvételtől. A magyarországi turizmusipar fejlődése szempontjából kedvező jelként értékelhető, hogy a lakosság felismerte az önmagát gerjesztő utazás jelenségét, így várhatóan egyre többen töreksenek majd arra, hogy részei legyenek a bel-, illetve külföldre irányuló turisztikai mobilitásnak.

A turizmus és a szubjektív életminőség szimbiózisának feltárását célzó kutatási program első szakasza megerősítette a téma részletesebb vizsgálatának szükségességét, így a következő fázisban a konkrét utazások, illetve a turizmusnak a település lakosságának életminőségére gyakorolt hatásai kerülnek górcső alá.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány alapját képező vizsgálat a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj és az OTKA (K67573) támogatásával valósult meg.

Jegyzetek

¹ 2008. március (a Szerkesztők megjegyzése).

² <http://eur-lex.europa.eu/>

³ 1103/2006. (X. 30.) Korm. határozat az Új Magyarország Fejlesztési Terv elfogadásáról.

⁴ <http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl>

⁵ Az ÖTM Turisztikai Szakállamutkársága ezzel egyidejűleg megkezdte a Turizmus-specifikus életminőség-index (TÉMI) kidolgozását. Az elméleti keretek feltárása és a módszertan kidolgozása érdekében megbízta a Xellum Kft. vezette konzorciumot egy nemzetközileg is úttörőmunkának számító vizsgálat teljes körű előkészítésével.

⁶ A vizsgálat során feltett kérdés: Mindent egybevéve mennyire tartja Ön boldognak magát?

⁷ A vizsgálat során feltett kérdés: Ön szerint mennyire befolyásolja egy ember boldogságát, ha kedvére utazhat?

⁸ A vizsgálat során feltett kérdés: Mekkora szerepet játszik az Ön életében az utazásokon való részvétel?

Irodalom

Andereck, K.–Valentine, K.–Vogt, K.–Knopf, R. (2007) A Cross-cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions. – *Journal of Sustainable Tourism*. 5. 483–502. o.

Babbie, E. (1999) *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó, Budapest.

Bianchi, M. (2007) If happiness is so important, why do we know so little about it? – Bruni, L.–Porta, P. (eds.) *Handbook on the economics of happiness*. Edward Elgar, Cheltenham. 127–150. o.

Bieger, T.–Laesser, Ch. (2004) Information sources for travel decisions: toward a source process model. – *Journal of Travel Research*. 4. 328–437. o.

Brüde, B. (2007) Happiness and the good life. Introduction and conceptual framework. – *Journal of Happiness Studies*. 1. 1–14. o.

Czeglédi J. (1982) *Korunk turizmusa*. Panoráma Kiadó, Budapest.

Compendium of Tourism Statistics. (2003) WTO, Madrid.

Csikszentmihályi M. (1998) *És addig éltek, amíg meg nem haltak: a mindennapok minősége*. Kulturtrade, Budapest.

Csikszentmihályi M. (2001) *Flow. Az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

- Dobos, J.–Jeffres, L. (1993) Perceptions of leisure opportunities and the quality of life in a metropolitan area. – *Journal of Leisure Research*. 2. 203–217. o.
- Fekete Zs. (2006) Életminőség. Konceptiók, definíciók, kutatási irányok. – Utasi Á. (szerk.) *A szubjektív életminőség forrásai: biztonság és kapcsolatok*. MTA Politikai Tudományok Intézete, Budapest. 277–309. o.
- Ferreri-Carbonell, A.–Frijters, P. (2004) How important is methodology for the estimates of the determinants of happiness? – *The Economic Journal*. July. 641–659. o.
- Gebauer Gy. (2007) A boldogság tényezői. – Buday-Sántha A.–Rácz G. (szerk.) *Évkönyv – Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola*. PTE KTK, Pécs. 107–121. o.
- Gilbert, D.–Abdullah, J. (2002) A study of the impact of the expectation of a holiday on an individual's sense of well-being. – *Journal of Vacation Marketing*. 4. 352–361. o.
- Griffin, J. (2007) What do happiness studies study? – *Journal of Happiness Studies*. 1. 139–148. o.
- Hankiss E.–Manchin Gy. (1976) Szempontok az élet „minőségének” szociológiai vizsgálatához. – *Valóság*. 6. 20–34. o.
- Hegedűs R. (2001) Szubjektív társadalmi indikátorok – szelektív áttekintés a téma irodalmából. – *Szociológiai Szemle*. 2. 58–72. o.
- Jurovski, C.–Brown, D. (2001) A comparison of the views of involved versus noninvolved citizens on quality of life and tourism development issues. – *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 4. 355–370. o.
- Kopp M.–Pikó B. (2006) Az egészséggel kapcsolatos életminőség pszichológiai, szociológiai és kulturális dimenziói. – Kopp M.–Kovács M. (szerk.) *A magyar népesség életminősége az ezredfordulón*. Semmelweis Kiadó, Budapest. 10–19. o.
- Kovács, B.–Michalkó, G.–Horkay, N. (2007) The basis for developing a tourism related quality of life index. – *Studia Universitatis Babeş-Bolyai. Geographia*. 2. 97–106. o.
- Lengyel Gy. (2002) Bevezetés: társadalmi indikátorok, akciópotenciál, szubjektív jólét. – Lengyel Gy. (szerk.) *Indikátorok és elemzések. Műhelytanulmányok a társadalmi jelzőszámok témaköréből*. BKÁE, Budapest. 5–20. o.
- Lengyel L. (1988) Politikai magatartás és gazdasági viselkedés egy kis ország jövőképében. – *Medvetánc. Magyar gazdaság és szociológia a 80-as években*. Minerva, Budapest. 51–85. o.
- Lengyel M. (2004) *A turizmus általános elmélete*. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. – Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest.
- M.Á.S.T. (2007) A magyar lakosság utazási szokásai, 2006. – *Turizmus Bulletin*. 1–2. 12–27. o.
- Mäser, B.–Weiermair, K. (1998) Travel decision-making: from the vantage point of perceived risk and information preferences. – *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 4. 107–121. o.
- Maslow, A. (2003) *A lét pszichológiája felé*. Ursus Libris, Budapest.
- Michalkó G. (2007) *A turizmuselmélet alapjai*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár.
- Michalkó G.–Lőrincz K. (2007) A turizmus és az életminőség kapcsolatának nagyvárosi vetületei Magyarországon. – *Földrajzi Közlemények*. 3. 157–169. o.
- Neal, J.–Sirgy, J.–Uysal, M. (1999) The role of satisfaction with leisure travel. Tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life. – *Journal of Business Research*. 3. 153–163. o.
- Neal, J.–Sirgy, J.–Uysal, M. (2004) Measuring the effect of tourism services on travelers' quality of life: further validation. – *Social Indicators Research*. 69. 243–277. o.
- Neal, J.–Uysal, M.–Sirgy, J. (2007) The effect of tourism services on travelers' quality of life. – *Journal of Travel Research*. November. 154–163. o.
- Nemzeti turizmusfejlesztési stratégia (2005–2013). – *Turizmus Bulletin*. 9. (Különszám)
- Perdue, R.–Long, P.–Kang, Y. (1999) Boomtown tourism and resident quality of life. The marketing of gaming to host community residents. – *Journal of Business Research*. 4. 165–177. o.
- Pomfret, G. (2006) Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research. – *Tourism Management*. 3. 113–123. o.
- Puczkó L.–Rácz T. (1998) *A turizmus hatásai*. Aula–Kodolányi János Főiskola, Budapest.
- Richards, G. (1999) Vacations and the quality of life. – *Journal of Business Research*. 3. 189–198. o.
- Royo, M. (2007) Well-being and consumption: towards a theoretical approach based on human needs satisfaction. – Bruni, L.–Porta, P. (eds.) *Handbook on the economics of happiness*. Edward Elgar, Cheltenham. 127–150. o.
- Szabó L. (2003) A boldogság relatív – fogyatékoság és szubjektív életminőség. – *Szociológiai Szemle*. 3. 86–105. o.
- Utasi Á. (2006) A minőségi élet feltételei és forrásai. – Utasi Á. (szerk.) *A szubjektív életminőség forrásai: biztonság és kapcsolatok*. MTA Politikai Tudományok Intézete, Budapest. 13–49. o.
- Veenhoven, R. (2003) Hedonism and happiness. – *Journal of Happiness Studies*. 4. 437–457. o.

THE IMPACT OF TOURISM ON SUBJECTIVE QUALITY OF LIFE AMONG HUNGARIAN POPULATION

GÁBOR MICHALKÓ – KORNÉLIA KISS – BALÁZS KOVÁCS

Nowadays the clarification of the issues concerning subjective QoL enjoys a priority both in the dialogue between academic workshops and in political quarters responsible for the general state of society. The researchers – let them be the representatives of philosophy, psychology, sociology, geography or economics – are keen on finding the paths towards the sources of happiness, the ways to achieve subjective well-being, whilst the politicians are eager to trace what could be done in this sense by the power. There has been a wealth of literature on the relationship between the achievement of overall life satisfaction and sustainability of political power, notwithstanding only minor emphasis was put on the travelling behaviour of population as a factor of QoL and, consequently, of happiness. The governments of bourgeois democracies tend to cherish the sources of happiness stemming from leisure time spending – driven not so much by the desire to extend their power in time, rather prompted by moral responsibility for the well-being of society. Writings on the ways how policies might promote leisure time spending with travelling are many, but it is hardly known how these efforts have been able to influence subjective QoL.

National Tourism Development Strategy (2005–2013) attributes paramount importance to travelling of Hungarian population as one of the means to increase QoL – an effort unique even in international comparison. To attain the objectives formulated in this document, and in order to yield a profit for the society, the Tourism Unit of Ministry of Local Government and Regional Development, together with National Tourism Board and Geographical Research Institute Hungarian Academy of Sciences had requested Central Office of Statistics to perform a survey on the happiness marker related to travelling behaviour of the country's population. This survey by questionnaires conducted in 11.5 thousand households in the year 2007 has surfaced relationships between tourism and QoL hardly acknowledged so far.

Putting the results of the survey considered representative with reference to the adult population of Hungary in the context of Hungarian and international literature, the present study provides an assessment of tables of the data referring to the different variables. A special emphasis is addressed to the general linkage between travels and overall life satisfaction and to the components of happiness offered by travelling.