

Gonda Tibor

TANULÁS, UTAZÁS, BOLDOGSÁG – AZ ISKOLAI VÉGZETTSÉG ÉS AZ UTAZÁS ÉLETMINŐSÉGRE ÉS SZUBJEKTÍV BOLDOGSÁGÉRZETRE GYAKOROLT HATÁSÁNAK AZ ÖSSZEFÜGGÉSEI

Absztrakt

2018. április-májusában 1085 fős online megkérdezést végeztünk abból a célból, hogy a magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódását vizsgáljuk, generációs vetületben. A megkérdezés reprezentatív a 15-74 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (10 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján.¹ Az elemzésbe öt változót vontunk be: nem, generációk, lakóhely településtípusa, iskolai végzettség foka, jövedelmi helyzet szubjektív megítélése. Jelen tanulmány a kutatás azon eredményeit elemzi, amelyek a turizmus életminőségre gyakorolt hatásaira vonatkoznak. Olyan fontos kérdésekre keresünk a választ, hogy korunk rendkívül fontos társadalmi jelenségét, a turizmust, mennyire tekintik a fogyasztók az életminőségüket jelentősen befolyásoló tényezőnek, és milyen mértékben jelenti számukra a boldogság forrását. Az elemzés során statisztikai módszerekkel vizsgáljuk, hogy az iskolai végzettség fokához, illetve a jövedelmi helyzet szubjektív megítélése alapján a különböző fogyasztói csoportoknak az egyes kérdésekre adott válaszaiban vannak-e statisztikailag igazolható eltérések. Az eredmények hasznos információkat szolgáltatnak a turizmusmarketing és a turisztikai termékfejlesztés területén dolgozók számára.

Kulcsszavak: turizmus; boldogság; iskolai végzettség; jövedelmi helyzet

Tündének és Bélának szeretettel!

Az elmúlt évtizedek során számos nagyszerű közös utazásban volt részünk. Tünde és Béla műveltsége, humora, színes egyénisége még nagyszerűbbé tette ezeket az utazási élményeket. Éppen ezért kézenfekvő volt számomra, hogy a kettejük tiszteletére készülő jubileumi kötetben is az utazás és boldogság kérdéskörrel foglalkozzak. A téma pontosítása során véletlenül került újra a látókörömbé egy 2018-as kutatásunk néhány olyan rész-eredménye, amely az iskolai végzettség és a turizmus életminőségre gyakorolt hatása közötti összefüggést igazolja. Nagyon megörültem annak, hogy ez a téma ismét felmerült, hiszen ez újabb kapcsolódást jelentett Tünde és Béla irányába. Ők ugyanis a „lifelong learning” elkötelezett képviselői, és remélem, hogy a tanulmányommal, egy új aspektussal is alá tudom támasztani az életem át tartó tanulás és az életem át tartó utazás fontosságát.

¹ A kutatás az EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” c. pályázat keretében valósult meg.

Ha az utazás jókedélyű, inspiratív közösségben, netán barátok társaságában zajlik, vélhetően maximális élményt (melyet személyesen meg is tapasztalhattunk) jelenthet a résztvevőknek.

Lássuk hát, miben áll az utazás és a boldogság szoros kapcsolata!

Bevezetés

A 20. század második felében a turizmus globális társadalmi jelenséggé vált. Évről évre hatalmas dinamizmussal nő a turizmusban résztvevők köre. Napjainkban a fejlett országok lakosainak túlnyomó része számára a turisztikai tevékenység szinte már az alapszükséglet része lett. A turizmus a szabadidő eltöltésének egyik meghatározó formájává vált. Az utazásnak számos pozitív hatása van az emberre: gyarapíthatja ismereteit, bővítheti társadalmi kapcsolatait, kiteljesítheti képességeit, elősegíti a jó közérzet kialakulását és hozzájárul a személyiség fejlődéséhez. Logikus tehát, hogy felvetődik a kérdés, hogy milyen hatása van a turizmusnak az emberek életminőségére és boldogságára. Ennek a kérdéskörnek a komplex vizsgálata az ezredfordulót követő évtizedben Magyarországon a turizmuskutatás fő sodrához tartozott és jelentős szakmai érdeklődés kísérte. Ehhez az időszakhoz visszanyúlva és az elért kutatási eredményekre építve, mintegy annak szerves folytatásaként vettük elő magunk is újra ezt a kérdést. Az életminőség alakulása az emberiség egyik legfontosabb kérdése. Nyilvánvaló, hogy fontos az életminőséget befolyásoló tényezőknek a vizsgálata is. Valamennyi fejlett országban a közpolitika legfontosabb törekvései közé tartozik az, hogy jobb életminőséget biztosítsanak a lakosság számára. Az 1960-as évekig elsősorban a filozófusokat érdekelte ez a kérdés, de az évtized elején bemelték a kategóriát a politikai diskurzusból, és gyakran használt fogalommá vált (Kopp & Kovács, 2006). A fogyasztói szokások vizsgálatára irányuló reprezentatív kutatás keretében lehetőségünk volt felmérni a magyar lakosság turisztikai fogyasztásának jellegzetességeit, a turizmus egyes kérdéseivel kapcsolatos percepcióit. A kutatás eredményeinek gyors elemzése megtörtént (Csapó et al., 2018). Az elmúlt években a kutatás részletes és mély elemzésével a kutatócsoport tagjai számos kérdést tudtak pontosítani, új megvilágításba helyezni. Ezekhez a fontos vizsgált területekhez tartozott többek között az utazás és biztonság kérdésköre (Csapó & Törőcsik, 2020), az utazás és környezettudatosság kérdésköre (Raffay, 2019; Horváth & Raffay, 2020) és az utazást akadályozó tényezők feltárása (Farkas & Petykó, 2020). Ugyanakkor a mély és tartalmas kutatás további részleteinek a vizsgálata folyamatos munkát jelent még napjainkban is. Ennek a munkafolyamatnak a részekén íródott meg ez a tanulmány, melyben a fő hangsúly az iskolai végzettség foka, valamint a jövedelmi helyzet és a turizmus boldogságra gyakorolt hatása közötti összefüggések vizsgálatára helyeződik.

Irodalmi összefoglaló

Az életminőség-vizsgálatok már az 1960-as, 70-es években megindultak, de ekkor még nem történt meg a turizmus szerepének és jelentőségének bevonása a vizsgálati körbe (Michalkó, 2010), pedig a nemzetközi turisztikai érkezések száma már akkor is 100 milliós nagyságrendű volt, és folyamatos, dinamikus bővülése előre vetítette ennek növekvő

társadalmi jelentőségét. Ha turizmus és az életminőség, illetve a boldogság kapcsolatát kívánjuk vizsgálni akkor az elején rögzítsük, hogy mit is értünk ezeken a kategóriákon. A számos közelítési mód és definíció közül témánk szempontjából jó alapot jelenthet Veenhoven (1996) definíciója, mely szerint az életminőség fogalmának két jelentése van: egyfelől azon feltételek megléte, amelyeket szükségesnek tartunk a jó élethez, másfelől a jó élet, mint gyakorlat. Tartalmát tekintve nagyban hasonlít ehhez Michalkó életminőségmodellje, melyben az életminőséget objektív és szubjektív pillérekre osztja (Michalkó, 2010). Az objektív pillérhez tartozik a jólét (Welfare) 3 meghatározó tényezője: az életszínvonal, az életmód, és az életkörülmények. A másik pillérhez pedig a jóllét (well-being) 3 meghatározó eleme tartozik: az elégedettség, a boldogság és a közérzet. A boldogság vizsgálatával kapcsolatban is számos nemzetközileg ismert kutatás zajlott (Csíkszentmihályi, 2001; Veenhoven, 2003). Számos definíció is született a boldogság leírására. Vizsgálati témánk szempontjából megfelelő Nordenfelt (1993) meglehetősen egyszerű definíciója, mely szerint az ember olyan mértékben érzi magát boldognak amilyen mértékben az élete úgy alakul, ahogyan azt szeretné. Egy tartalmát tekintve hasonló megközelítés szerint a boldogság az adott személy addigi élete során megélt pozitív és negatív tényezők mérlegelése utáni eredmény (Michalkó, 2010). Csíkszentmihályi (2001) szerint életünk javításához élményeinket kell jobbá tennünk. Könnyen belátható, hogy a turizmus mint élményforrás, hozzá tud járulni ahhoz, hogy a szubjektív mérlegelés során a pozitív tényezők kerüljenek túlsúlyba, azaz a minél több kellemes élmény révén elégedettebbek és boldogabbak legyünk. Osztja ezt a véleményt Veenhoven is (2003), aki szerint az utazás és az utazás által nyert élmény a boldogság tudatosulásához vezet. Szerinte a szubjektív életminőséget az egyének boldogság faktorával lehet mérni, így arra kell rákérdezni, hogy az adott személy mennyire elégedett az életével. Tehát a boldogság nem más, mint az étellel való általános elégedettség, és szerinte ez egyben a jólét szinonimája. A nemzetközi szakirodalomban az 1990-es években kezdenek megjelenni a turizmus és a szubjektív életminőség közötti kapcsolattal foglalkozó munkák (Dobos & Jeffres, 1993; Richards, 1999). Az életminőség és az egészség közötti kapcsolat vizsgálatának jelentős hagyománya és széles szakirodalma van hazánkban (Kopp, 2008; Kopp & Kovács, 2006), a turizmus és életminőség kapcsolata viszont egy-két esettől, kutatási programtól eltekintve a hazai turizmus-kutatáson belül kezdetben kevés figyelmet kapott. Annak ellenére, hogy számos kutatás és tanulmány született az életminőség kérdéskörében, és a szerzők igyekeztek átfogóan értelmezni és megközelíteni a fogalmat, a turizmus életminőségre gyakorolt pozitív hatása elkerülte a kutatók figyelmét (Michalkó, 2010). A magyarországi szakirodalomban Utasi eredményeiben (2006) jelent először meg az a megállapítás, hogy a szubjektív jólét számos eleme kapcsolatban áll a turizmussal. A környezetváltozásnak a regenerációra, valamint a különböző emberi szükségletek kielégítésére tett pozitív hatását vizsgálták már korábban is, és a turizmustudomány kellő mélységben fel is tárta (Puczkó & Rátz, 1998; Michalkó, 2007). Az ezredfordulót követő kutatásokból kiemelkedik és megkerülhetetlen a téma szempontjából a Michalkó Gábor által vezetett OTKA kutatási program (Michalkó, 2010), valamint korábbi, a témához kisebb vagy erősebb mértékben kötődő kutatásai (Michalkó, 2005, 2007; Michalkó & Lőrincz, 2007; Michalkó et al., 2009; Kovács et al., 2006). A turizmus és életminőség közötti összefüggés tevékenységük által a politikai

döntéshozók látókörébe került. A 2005-ben elfogadott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia egyik fontos célkitűzése lett a turizmus életminőségre gyakorolt hatásainak az optimalizálása (Turizmus Bulletin 2005 különszám; 1100/2005 (X.7.) Kormányhatározat). Nagy valószínűséggel ennek köszönhető, hogy 2007-ben 11500 fős mintán alapuló reprezentatív kutatást valósított meg a Központi Statisztikai Hivatal, együttműködve az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságával, a Magyar Turizmus Zrt.-vel és az MTA Földrajztudományi Kutatóintézet képviselőivel (Michalkó, 2010). A kutatás az utazás boldogságra gyakorolt hatását (vagyis az utazást mint boldogságforrást) és az utazási tevékenységek életminőségre gyakorolt hatását vizsgálta. Innovatív kezdeményezésként kidolgozták a turizmus életminőségre gyakorolt hatásának mérését szolgáló „BUDAPEST-modell” elméleti keretét is. Ezek a kutatások nemzetközi figyelmet is kiváltottak, amely rangos nemzetközi kiadók érdeklődésében is megnyilvánult (Puckó & Smith, 2011; Rátz & Michalkó, 2013). Életminőséggel kapcsolatos vizsgálatok korábban is folytak, és az ezzel kapcsolatos hazai szakirodalom is széleskörű (Sebestyén, 2005; Ágoston, 2007; Utasi, 2006), de célzottan a turizmus és életminőség vizsgálatában a korábban említett 2007-es Központi Statisztikai Hivatal által lebonyolított kutatás, valamint az ezzel párhuzamosan zajló fentebb már említett, Michalkó professzor által vezetett kutatási program úttörő munkának számított. Napjainkban az élmény és a turizmus szoros kapcsolata a szakemberek számára egyértelmű, hiszen a modern turizmus-definíció szerint a turizmus élményszerzéssel párosuló környezetváltozás (Michalkó, 2007). Ezzel a gondolattal már el is jutottunk a turizmus és a boldogság közötti közvetlen kapcsolathoz. Csíkszentmihályi munkájában a boldog pillanatokot áramlat (flow) élményként írja le, és maga is turisztikai példát, a síelést említi meg ennek illusztrálására (Csíkszentmihályi, 2001). Azt gondoljuk, hogy valamennyi gyakorlott utazó tudna saját tapasztalataiból a boldogságot erősítő szép példákat hozni. Éppen ezért tartom magam is fontosnak annak vizsgálatát, hogy az utazási tevékenységben való aktív részvétel, azaz a „turista-lét” mennyire növeli a résztvevő boldogságát, hatással van-e az életminőségére, és e tekintetben van-e a generációk között eltérés. Ennek vizsgálata a politikai döntéshozók számára sem lehet közömbös, mivel a lakosság életminőségének folyamatos javítása, minőségi fejlesztése a modern kormányzati munka egyik kiemelt fontosságú feladata (Bianchi, 2007). A turizmus és életminőség vizsgálatokban nemzetközi téren már nemcsak az utazásban résztvevőkre, hanem a helyi lakosokra és a turizmus szolgáltatóira is kiterjed a figyelem (Andereck et al., 2007). Ennek ellenére hazánkban az elmúlt években kikerült a téma a turizmus kutatás fő sodrából. Pedig „az a társadalom, amelyben boldog emberek élnek, sokkal nyitottabb a világra, érzékenyebb a környezeti kérdések iránt.” (Michalkó, 2010, p. 108) Ezért is tartottam fontosnak, hogy a közelmúltban megvalósított kutatásunkba, a turizmus és életminőség, a turizmus és boldogság kapcsolatát egy attitűd vizsgálat keretében újra előtérbe helyezzük. A kérdéskörhöz igazodva vizsgáljuk a turizmushoz kötődő impulzusváltásban megnyilvánuló fogyasztói szokásokat. A turisztikai termékfejlesztés elméletéből tudjuk (Gonda, 2016), hogy élethelyzettől függően ugyanaz a személy egyaránt preferálhat lassú vagy gyors turisztikai termékeket, és ez hatással van a konkrét célpont kiválasztására is (Harsányi & Hledik, 2020). A turizmus ismert trendjeit megerős-

sítve (Töröcsik & Csapó, 2018) kutatásunk eredménye is alátámasztotta azt, hogy a turisztikai tevékenység már nem alapvetően az édes semmittevésről szól, mert a fizikai aktivitás és a dinamikus fogyasztói magatartás jellemző az utazók jelentős részénél (Hege-dűs et al., 2020; Csóka, 2020).

Módszertan

A kutatás eredményeit három módszer alkalmazásával nyertük, egy személyes és egy online módon végzett, országosan reprezentatív minta megkérdezésével, valamint három fókuszcsoportos vita lefolytatásával. 1085 fős online megkérdezést végeztünk 2018 áprilisában és májusában abból a célból, hogy a magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódását vizsgáljuk, generációs vetületben. A vizsgálat során természetesen tisztázásra került a belföldi és külföldi utazási gyakoriság, de ezen túlmenően részletesen feltártuk a turizmusból való kimaradás okait is (Csapó et al., 2019). A megkérdezés reprezentatív a 15-74 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (10 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján. Az eredmények feldolgozását két részben végezzük el: először az elsődleges (gyakorisági) elemzéseket végeztük el, és ez alapján levontuk az általános következtetéseket a magyar lakosság utazási szokásaival kapcsolatban. Ezt a munkát követte egy demográfiai háttérelmzés. Ennek során SPSS program segítségével, statisztikai módszerekkel vizsgáltuk, hogy az egyes demográfiai csoportoknak az egyes kérdésekre adott válaszaiban vannak-e statisztikailag igazolható eltérések. Az elemzésbe a következő 5 változót vontuk be: nem, generáció, lakóhely településtípusa, iskolai végzettség foka, jövedelmi helyzet szubjektív megítélése. Jelen tanulmányban azokat az eredményeket fogjuk elsősorban bemutatni, amikor az iskolai végzettség foka és az életminőséggel és boldogsággal kapcsolatos kérdésekre adott válaszok között egyértelmű szignifikáns kapcsolat mutatható ki. A turizmus és életminőség kapcsolatának vizsgálata során 7 kijelentést/állítást kellett elolvasni a válaszadóknak, és abban kellett dönteniük, hogy milyen mértékben értenek egyet az adott kijelentéssel, és ezt 5 fokozatú Likert-skála segítségével számszerűsíteniük is kellett. Az egyes skálaértéket választók határozottan, míg a kettést választók kis mértékben elutasították az állítást, azaz nem értettek egyet vele. A négyes skálaértéket választók kis mértékben (inkább egyetért), míg az ötös skálaértéket választók teljes mértékben egyetértettek a válasszal. Problémás a hármas skálaértéket választók személyes attitűdjének az értelmezése. Azt egyértelműen állíthatjuk, hogy nem utasították el, viszont az elfogadás mellett sem foglaltak állást. Hogy a dilemma azt jelenti-e, hogy egy kicsit az elutasítás, vagy inkább egy kicsit az elfogadás felé közelít a válaszuk, megtudhatjuk a kérdőívre kapott válaszok mélyebb elemzéséből, a szubjektív Likert-skála módszertanának a segítségével. Erre azonban csak a kutatás következő szakaszában kerül sor.

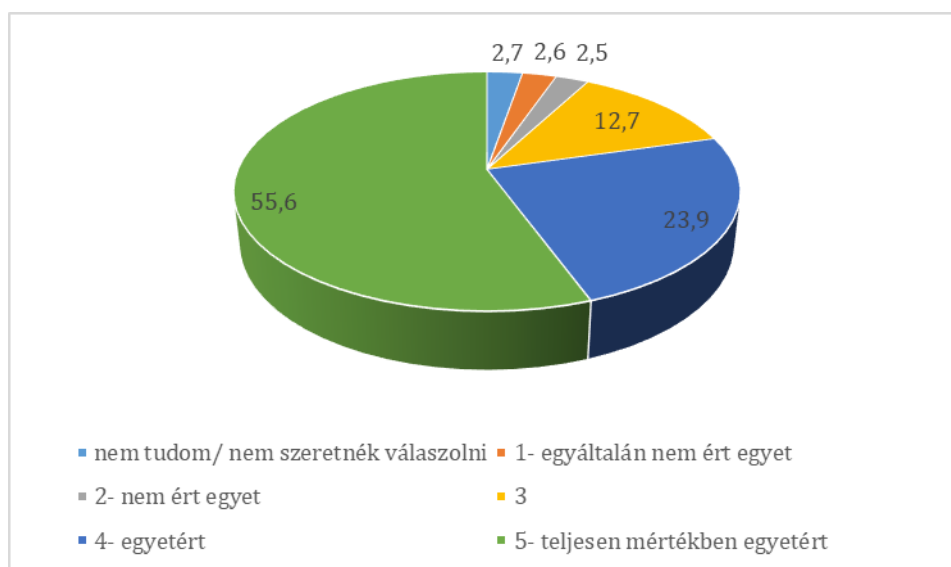
A fenti kutatáson kívül 2001 fős személyes megkérdezést végeztünk 2018 áprilisában és májusában abból a célból, hogy a magyar lakosság magatartását és véleményét több témakörrel kapcsolatban is vizsgáljuk. Ezek a témakörök: ageing, egészségügyi innovációk, turizmus, étkezési szokások, kulturális időtöltés, életstílus. A megkérdezés reprezentatív a 15-74 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (10 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján. Ebbe a felmérésbe a turizmus csak kis mértékben került bele, de

ezen eredményeket is tartalmi elemzés alá vetettük, és hasznos háttérinformációként figyelembe vettük a helyes következtetések levonásához.

Eredmények

Számos turisztikai terméktípus esetében egyértelmű az életminőséggel a kapcsolat. Gondoljunk csak az egészségturizmusra, ahol a fő motiváció a jó egészségi állapot megőrzése (wellness turizmus) vagy a betegség fokának a csökkentése, illetve a rehabilitáció (gyógyturizmus). Ugyancsak jó közérzetet és ez által javuló életminőséget eredményez a kulturális turizmus révén szerezhető esztétikai és intellektuális élmény. Jelen kutatásunkban a konkrét turisztikai termékektől elvonatkoztatva arra kerestük a választ, hogy az emberek hogyan értékelik a turizmusnak az életminőségükre és a boldogságukra gyakorolt hatását. Az első kérdésben arra voltunk kíváncsiak, hogy a lakosság hogyan ítéli meg a turizmus fontosságát a saját életében. Teljesebbé teszi az emberek életét, vagy nem érznek ilyen szoros összefüggést a turizmus és az életminőség között. Azzal a konkrét kijelentéssel, hogy az utazás/nyaralás teljesebbé teszi az életet a válaszadók 50,9%-a teljes mértékben, 21,4%-uk pedig az inkább egyetért (4-es skála érték). A kérdőívet kitöltők közel háromnegyede (72,3%) választotta a 4-es és 5-ös skálát, tehát egyetértnek abban, hogy a turizmus fontos részét képezi az életüknek és jelentős alakítója az életminőségüknek. A kérdés elutasítottságának igen alacsony volta is jelzi, hogy általában a válaszadók a turizmust az életük teljesebbé tétele szempontjából fontos társadalmi jelenségnek tartják. Az állítással mindössze 3,6% nem értett egyáltalán egyet, és 4,4% választotta az inkább nem ért egyet kategóriát. Együttesen tehát az elutasítás mindösszesen 8%-ot ért el. A kérdésre kapott konkrét válaszok százalékos formában az 1. számú ábrán láthatók.

1. ábra: Az utazás/nyaralás teljesebbé teszi az életemet kérdésre adott válaszok megoszlása

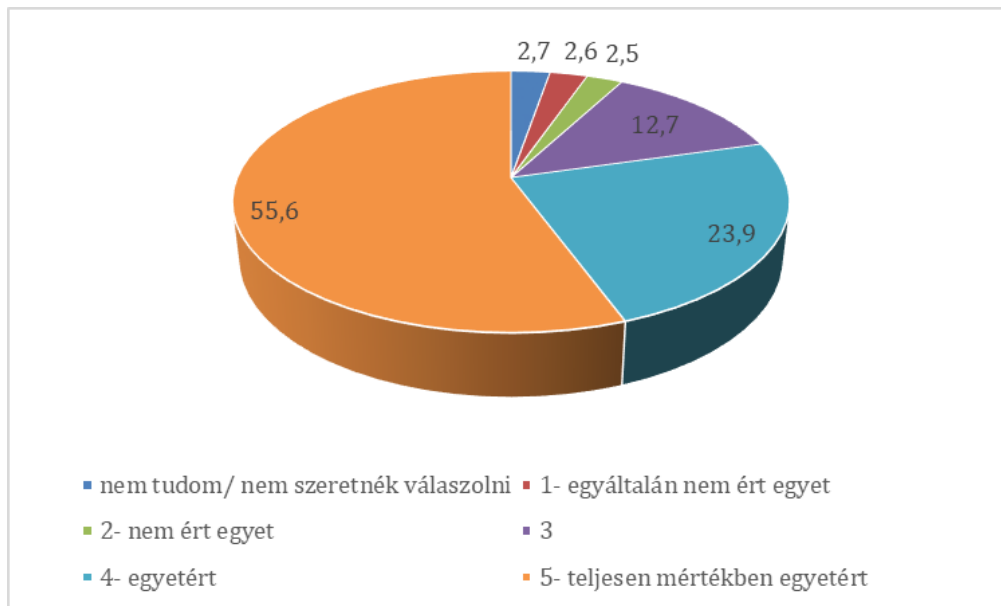


Forrás: saját szerkesztés

A második kérdéssel már a boldogság és a turizmus kapcsolatának szubjektív megítélésére voltunk kíváncsiak. Mint ahogyan azt az elméleti összefoglalóban már bemutattuk

a boldogság és a turizmus kapcsolatának vizsgálata nem új keletű, és a már korábban feltárt szoros kapcsolatot kutatásunk is újra megerősítette. A válaszadók közel 80%-a vélekedik úgy, hogy az utazás/nyaralás élményétől boldogabb lesz (teljes mértékben egyetértett 55,6% és inkább egyetértett 23,9%). Ennek megfelelően az állítás elutasítottsága is igen alacsony (2. sz. ábra), mindössze 5,1% gondolja úgy, hogy az utazás nincsen hatással a boldogságra (2,6% határozottan, míg 2,5% kis mértékben elutasítja az állítást).

2. ábra: Az utazás/nyaralás élményétől boldogabb leszek kérdésre adott válaszok megoszlása

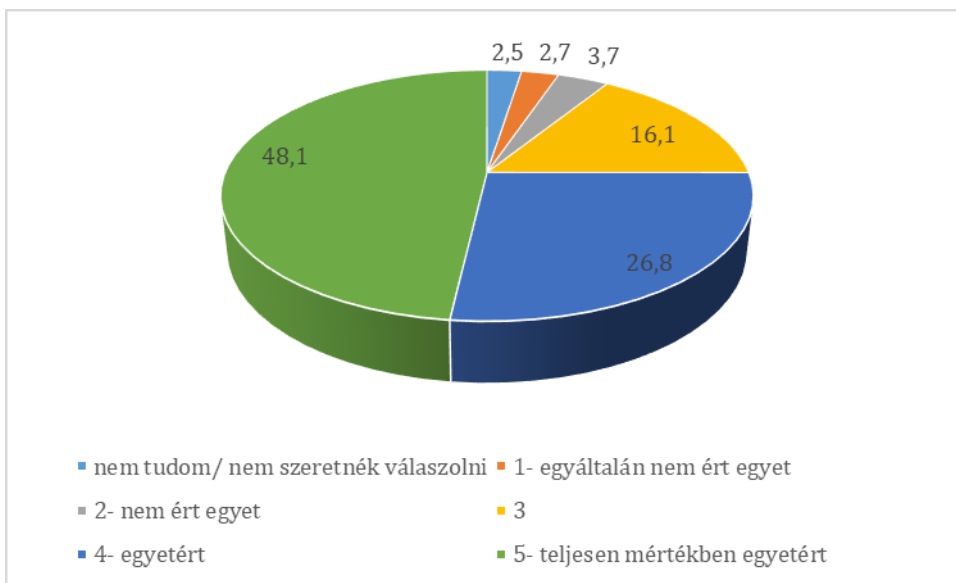


Forrás: saját szerkesztés

Miután az előző két kérdésben megtudtuk, hogy a hazai lakosság igen nagy része vélekedik úgy, hogy a turizmus teljesebbé és boldogabbá teszi az életet, a harmadik kérdéssel azt vizsgáltuk, hogy milyen mértékben válik az ember életének részévé az utazás /nyaralás. Sajnos, a válaszadók 9.2%-a nagy valószínűséggel kimarad a turizmus aktív igénybevételének a lehetőségéből, mivel az állítást teljes mértékben elutasította. További 11,1% választotta a 2. skálaértéket, azaz szintén nem értett egyet azzal az állítással, hogy a turizmus része az életének. Ha az előző két kérdés eredményeit összevetjük a mostanival, akkor levonható az a következtetés, hogy még azon válaszadók többsége, akik életének egyáltalán nem része az utazás és a nyaralás, elfogadják, hogy a turizmus révén teljesebbé válhat az emberek élete, és hozzájárulhat a boldogságérzet növeléséhez. A válaszadók több mint fele vélekedik úgy, hogy kisebb (18,9% 4-es skálaérték) vagy nagyobb (36,9% 5-ös skálaérték) mértékben az utazás/nyaralás már az életük részévé vált.

A vizsgálat visszaigazolta azt is, hogy a hétköznapi megszokott rutinszerű életéből kilépve, a turisták ettől teljesen eltérő élményre vágnak az utazásaik során. Csak 6,4%-uk nem vélekedik erről így (2,7% és 3,7%). Közel felük (48,1%) viszont ezzel az állítással teljes mértékben, további 26,8% pedig kis mértékben egyet ért a kijelentéssel (3. sz. ábra).

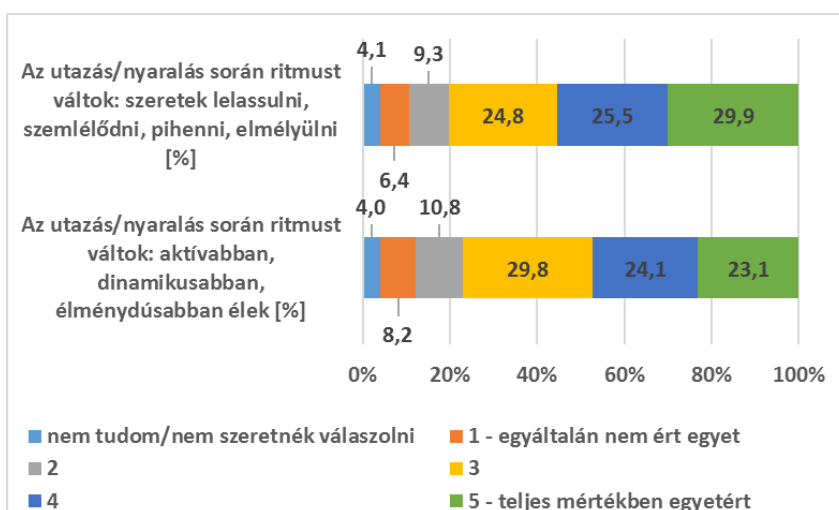
3. ábra: A hétköznapotól teljesen eltérő élményekre vágyom az utazás során állítással kapcsolatos válaszok megoszlása



Forrás: saját szerkesztés

A turizmus gyakorlatát vizsgálva a kutatók számára szembeűnővé vált a fogyasztók impulzusváltási szándéka. Sok esetben az utazás/nyaralás során a résztvevők ritmust váltanak: a túlhajszolt hétköznapokat követően a szabadság alatt lelassulnak, szemlélődnek, élvezik a semmittevés lehetőségének az örömét, az unalmas irodai munkát követően pedig fizikai aktivitásra, kalandra, eseménydús napokra vágnak. Élethelyzettől függően ugyanazon személy esetében is kialakulhatnak a különböző típusú tevékenységekre motiváló szükségletek. Ezt támasztja alá a következő két kérdés kiértékelése is (4. sz. ábra).

4. ábra: Az utazás/nyaralás során ritmust váltok: szeretnék lelassulni, szemlélődni, pihenni, elmélyülni, illetve aktívabban dinamikusabban élménydúsabban élek állításokra adott válaszok megoszlása



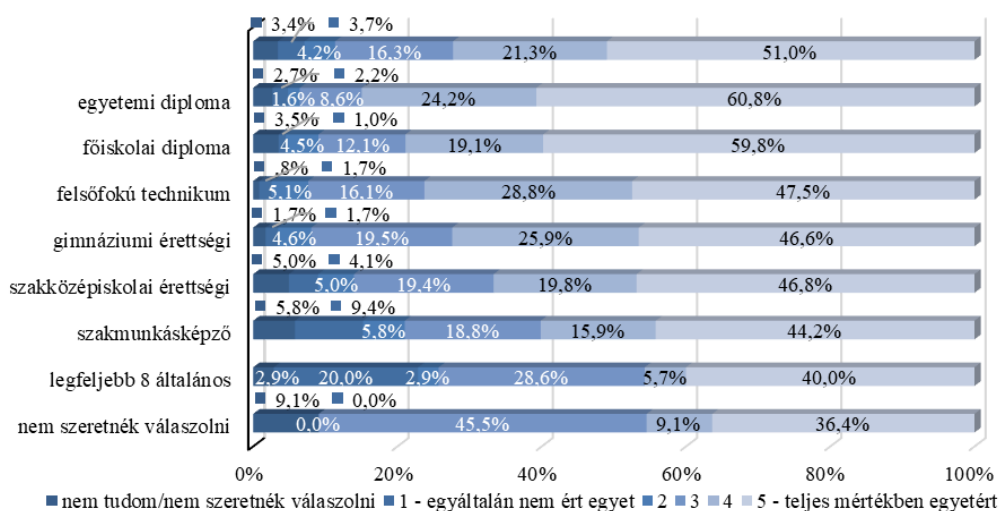
Forrás: saját szerkesztés

A fenti diagramból látszik, hogy valamivel többen választják a lelassulás lehetőségét az utazásuk/nyaralásuk során (55,4%), mint az aktivitás fokozását (47,2%). Ugyanakkor ezen adat birtokában az is megállapítható, hogy a szabadidő turisztikai célú felhasználása napjainkban már nem csak az édes semmittevésről szól. Ugyan a válaszadók 19%-a nem ért egyet azzal, hogy az utazása során felgyorsul, dinamikusá válik, de közel fele esetenként az aktivitás növelését, a felpörgést választja a turisztikai tevékenysége során. Kimondhatjuk azt is, hogy azért az aktivitás növekvő trendje mellett a turizmushoz mégis csak szorosabban kötődik a pihenés, lelassulás, szemlélődés, és ennek megfelelően ennek az elutasítása meglehetősen alacsony arányú (15,7% az 1. és 2. skálaértékre adott válasz együttes értéke).

A turizmus és életminőség, turizmus és boldogság kapcsolatát vizsgáló kérdéscsoport háttérelmzése

Az IBM SPSS statisztikai szoftver alkalmazásával lehetőségünk van annak vizsgálatára is, hogy a megkérdezett személyek válaszai szignifikáns kapcsolatban állnak-e az iskolai végzettség fokával. Az első három kérdés esetében („Az utazás teljesebb teszi az életet”; „Az utazás növeli a boldogságot”; „Az utazás része az életnek”) nagyon erős korreláció figyelhető meg az iskolai végzettség és a kérdésre adott válaszok között. Vizsgálatunk megmutatta, hogy minél magasabb az iskolai végzettség és minél jobb az anyagi helyzet, annál nagyobb az állítással egyértelműen egyetértők aránya. Azzal az állítással, hogy az utazás teljessé teszi az életet, a 8 általános iskolát végzetek 40%-a értett egyértelműen egyet, míg az egyetemi végzettségűek 60,8%-a, tehát közülük több mint másfélszer anynyian választották az 5-ös skálaértéket (5. sz. ábra).

5. ábra: „Az utazás/nyaralás teljesebb teszi az életemet” állításra adott válaszok megoszlása (%) az iskolázottság tekintetében

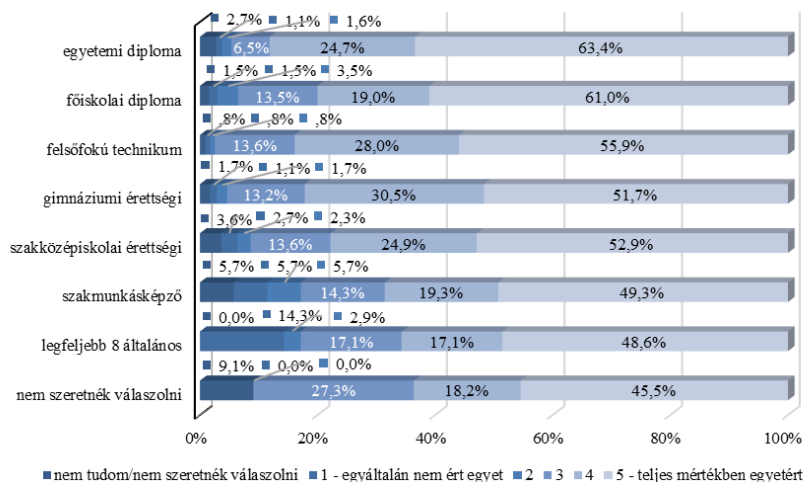


Forrás: saját szerkesztés

Ugyancsak az iskolai képzettség/műveltség növekedésével egyre többen vallják azt, hogy az utazás/nyaralás élményétől boldogabbak lesznek. A 8 általános iskolai végzettségűek 40,0%-a értett egyet, míg az egyetemi végzettségűek 60,8%-a, tehát közülük több mint másfélszer anynyian választották az 5-ös skálaértéket.

esetén 48,6%, főiskolai és egyetemi végzettség esetén egyaránt több mint 60% (61,7% és 63,4%) választotta az 5-ös skálaértéket (6. sz. ábra).

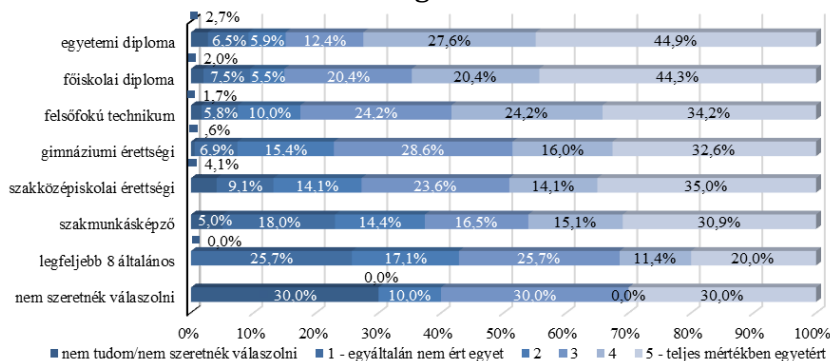
6. ábra: „Az utazás/nyaralás élményétől boldogabb leszek” állításra adott válaszok megoszlása (%) az iskolázottság tekintetében



Forrás: saját szerkesztés

Még nagyobb különbség figyelhető meg „Az utazás része az életnek” állítás értékelésében (7. ábra). A 8 általános iskolát végzett válaszadók 20%-a értett határozottan egyet, míg a főiskolát és egyetemet végzettek körébe ennek több mint kétszerese volt az eredmény (44,3% és 44,9%).

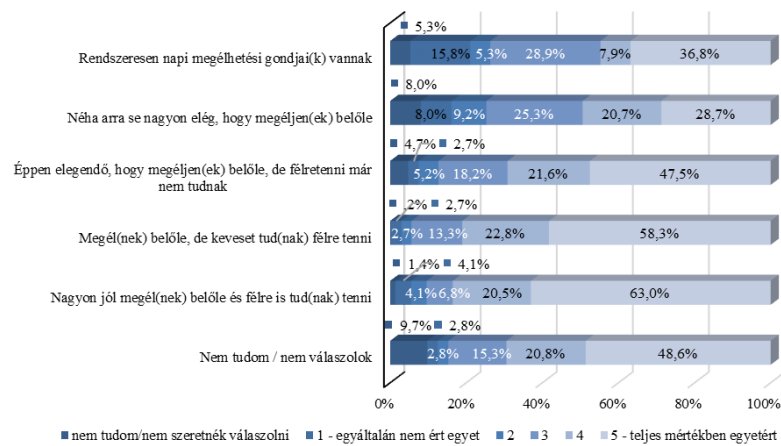
7. ábra: „Az utazás/nyaralás része az életnek” állításra adott válaszok megoszlása (%) az iskolázottság tekintetében



Forrás: saját szerkesztés

Még erőteljesebb az összefüggés a kérdések megítélése során az anyagi helyzettel. Egyértelmű és erős szignifikáns kapcsolat áll fenn a vagyoni helyzet és a turizmus életmódra gyakorolt hatása között (8. sz. ábra). A nagyon jó módúak közel kétharmada érzi úgy, hogy a turizmus teljesebbé teszi az életét, míg a megélhetési problémákkal rendelkezőknél ez az arány még az egyharmadot sem éri el.

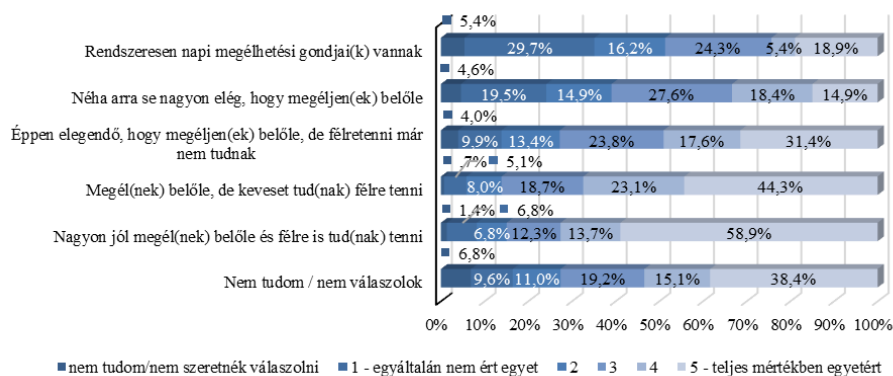
8. ábra: „Az utazás/nyaralás teljesebbé teszi az életemet” állításra adott válaszok megoszlása (%) az anyagi helyzet (megélhetés) tekintetében



Forrás: saját szerkesztés

Hasonló arányokat kaptunk a turizmus boldogságra gyakorolt hatásának vizsgálata során. Az öt vagyoni helyzet szerinti csoportból, a két legjobb helyzetűnél 2/3 körüli az aránya azoknak, akik egyértelműen úgy gondolják, hogy a turizmus boldogabbá teszi az életüket, míg a két anyagi gondokkal küzdő csoport tagjainál csak 1/3. Ugyanakkor nem mehetünk el szó nélkül ezen eredmény mellett sem, hiszen a turisztikai tevékenység megszerzésére és társadalmi jelentőségére erősít rá az a tény is, hogy még az anyagi szempontból legkiszolgáltatottabbak esetében is több mint egyharmaduk úgy vélekedik, hogy a turizmus boldogabbá teszi az ember életét. Az azonban, hogy mennyire tud az ember életének részévé válni a turizmus, egyértelműen az anyagi helyzet által determinált. A legkisebb arány (napi megélhetési gondokkal küzdők) és a legnagyobb arány (nagyon jól élnek) között csaknem négyszeres különbség (14,9%-58,9%) figyelhető meg (9. ábra).

9. ábra: „Az utazás/nyaralás része az életnek” állításra adott válaszok megoszlása (%) az anyagi helyzet (megélhetés) tekintetében

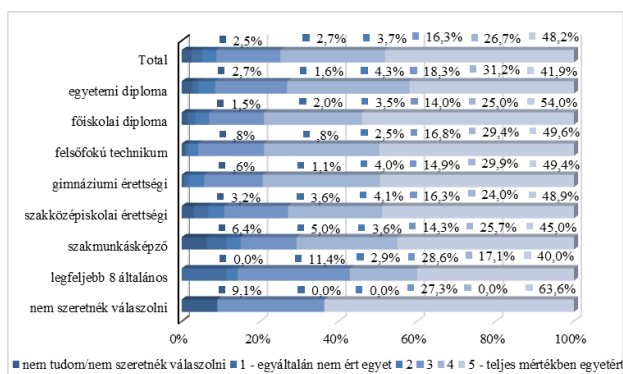


Forrás: saját szerkesztés

A következő négy kérdéssel a turisztikai attitűd jellemző vonásait próbáltuk kideríteni az elvárt élmény, a komfort, az aktivitás, illetve a pihenés vonatkozásában. Ezeknél a kér-

déseknél nem volt minden esetben egyértelműen szignifikáns kapcsolat az iskolai végzettség és az anyagi helyzet vonatkozásában. Annál a kérdésnél például, hogy „Az utazás során a hétköznapitól eltérő élményekre vágyom”, nagyjából azonos arányban választották az 5-ös skálaértéket a 8 általános iskolát végzettek (40%) és az egyetemi diplomával rendelkezők (41%). A 48,2%-os átlag mellett a legnagyobb egyetértést a főiskolát végzettek mutatták (54%). Árnyaltabb némileg a kép, ha a kisebb mértékű egyetértést jelentő 4-es skálaértékre adott válaszokat is bevonjuk az elemzésbe (10. sz. ábra). Ebben az esetben a 8 általános iskolát végzettek már kilógnak a sorból (57%), mivel az összes többi iskolai csoporthoz tartozó összesített 4-es és 5-ös eredmények aránya meghaladja a 70%-ot.

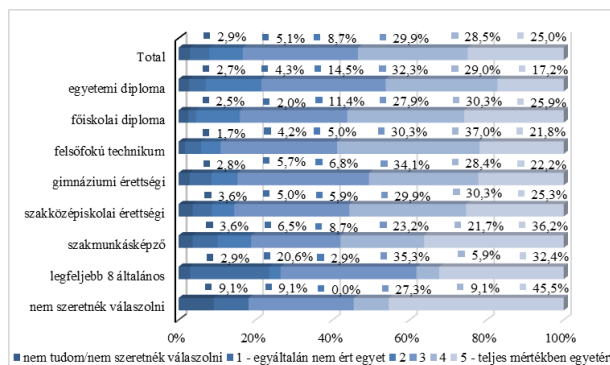
10. ábra: „A hétköznapoktól teljesen eltérő élményre vágyom az utazás során” állításra adott válaszok megoszlása (%) az iskolázottság tekintetében



Forrás: saját szerkesztés

Az utazás során a komforttal és az ellátással kapcsolatban az alacsonyabb iskolai végzettségűek jóval nagyobb mértékben gondolják úgy, hogy „legyen olyan, mint a hazai”. Míg a 8 általános iskolai végzettségűek 32,4%-a és a szakmunkások 36,2%-a tartja a fenti állítást kiemelten fontosnak, addig innentől kezdve a megkérdezettek a növekvő iskolázottság mellett egyre inkább csökkenő mértékben értenek ezzel az állítással teljes mértékben egyet. Az egyetemi végzettségűek esetében már csak 17,2% az arányuk. A kérdés megítélését az anyagi helyzet nem befolyásolta, közel azonos válaszokat adtak a különböző anyagi helyzetű válaszadók (11. sz. ábra).

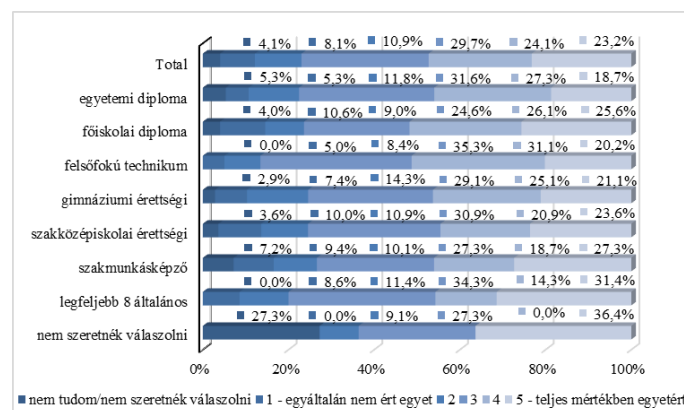
11. ábra: „Az utazás során a komfort és az ellátás legyen olyan, mint az otthoni” állításra adott válaszok megoszlása (%) az iskolázottság tekintetében



Forrás: saját szerkesztés

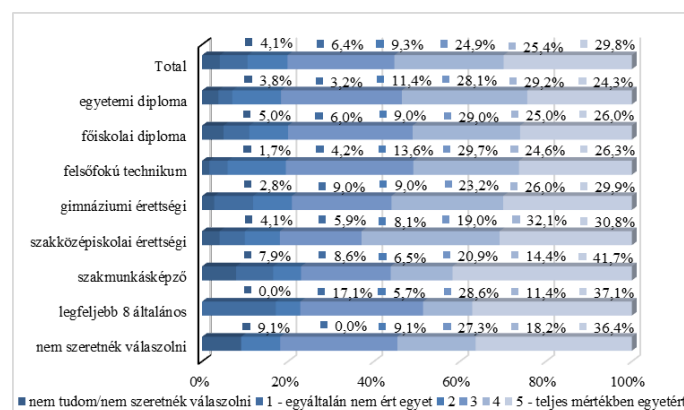
A turisztikai tevékenység sok esetben együtt jár a ritmusváltással. Vannak, akik aktívabban, dinamikusabban és élménydúsabban szeretnék a nyaralásukat eltölteni, vannak, akik viszont lelassulnának, szemlélődnének, pihennének. Mindkét kérdés esetében az a meglepő eredmény figyelhető meg, hogy a kevésbé képzettek (8 általános iskolai végzettségűek és a szakmunkások) mindkét irányú ritmusváltásra nyitottabbak. Az aktivitás irányába 31,4%-uk nyitott, míg az egyetemi végzettségűeknek csak 18%-a. Lelassulással, pihenéssel, szemlélődéssel a 8 általános iskolai végzettségűek 37,1%-a, a szakmunkások 41,7%-a ért egyet, de az egyetemi végzettségűeknek csak 24,3%-a (12. és 13. sz. ábra). Ennek az eredménynek a magyarázata további mélyebb elemzést igényel. Érdekes az is, hogy az ezen állítások megítélését sem befolyásolta szignifikánsan az anyagi helyzet.

12. ábra: „Az utazás/nyaralás során ritmust váltok: aktívabban, dinamikusabban, élménydúsabban élek” állításra adott válaszok megoszlása (%) az iskolázottság tekintetében



Forrás: saját szerkesztés

13. ábra: „Az utazás/nyaralás során ritmust váltok: szeretek lelassulni, szemlélődni, pihenni, elmélyülni” állításra adott válaszok megoszlása (%) az iskolázottság tekintetében



Forrás: saját szerkesztés

Konklúzió

Napjainkban a turizmus nemcsak az egyik legfontosabb gazdasági ágazat, hanem olyan társadalmi jelenség, amely hatással van az emberek életminőségére, szubjektív boldogságérzetére. A fogyasztók döntési motivációinak és a turizmus különböző kérdéseivel kapcsolatos attitűdjének a vizsgálata mind a turizmusmarketing, mind pedig a turisztikai termékfejlesztés számára kiemelten fontos. A 2018-ban a PTE KTK Marketing és Turizmus intézete által lefolytatott országos, reprezentatív kutatás számos új ismerettel tudta gazdagítani a hazai lakosság turisztikai fogyasztásával kapcsolatos közös tudást. Ezek közül jelen tanulmányunkban az iskolai végzettség foka és a turizmus életminőségre gyakorolt hatása került bemutatásra. Egy-két kérdéskörnél a szubjektív jövedelmi helyzettel kapcsolatos szignifikáns eredmények is ismertetésre kerültek. Az összefüggések egyértelműek: minél iskolázottabb valaki és minél jobb az anyagi helyzetének a szubjektív megítélése, annál fontosabb számára a turizmusban való aktív részvétel, annál erősebb a boldogságára, életminőségére gyakorolt hatása. Látva azonban azt, hogy a kis jövedelműek megítélése szerint is mennyire fontos a turizmus szerepe az életminőség alakításában, a szolidaritás és a méltányosság jegyében mindent meg kell tenni azért, hogy egzisztenciális okokból lehetőleg ne maradjon ki senki a turizmus által nyújtott nagyszerű élményekből. Az iskolázottság az élethosszig tartó tanulással kiegészíthető, a műveltség gyarapítható. Ennek egyik hatékony eszköze maga az utazás is, hiszen a saját tapasztaláson alapuló és élményszerzéssel párosuló ismeretszerzés a tanulás egyik leghatékonyabb formája lehet. Ezért a „lifelong learning” hatékony kiegészítésére javasoljuk a „lifelong travelling” népszerűsítését is.

Irodalomjegyzék

- Andereck, K., & Valentine, K., & Vogt, K. & Knopl, R. (2007). A Cross-cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions. *Journal of Sustainable Tourism* 15(5), 482-502
- Ágoston, L. (szerk.). (2017). *Az életminőség fogalmán túl: elméletek, módszerek és gondolatok az életminőség kapcsán*. DEMOS Magyarországi Alapítvány.
- Bianchi, M. (2007). If happiness is so important, why do we know so little about it? In *Bruni, L., & Porta, P. (eds.), Handbook on the Economics of happiness*. (pp 127-150). Edward Elgar, Cheltenham.
- Csapó, J., & Törőcsik, M. (2020). The evaluation of the role and importance of safety and risks in the travel attitudes of the Hungarian tourists. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(1), 71-81.
- Csapó, J., & Törőcsik, M. & Nagy, Á. (2019). Nemturizmus és életstílus. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 4 (2), 5-18.
- Csapó, J., & Gerdesics, V., & Gonda, T., & Raffay, Z., & Törőcsik, M. (2018). *A magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal – országosan reprezentatív személyes (n=2001) és online (n=1085) megkérdezés, fókuszcsoportos viták eredményei*. Pécs, PTE KTK.
- Csóka, L. (2020). A motivációk és az életstílus hatása a sportfogyasztás területeire *Marketing & Menedzsment*, 54 (Különszám 3), 7-16.
- Csikszentmihályi, M. (2001). *Flow: az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája*. Akadémiai Kiadó.
- Dobos, J., & Jeffres, L. (1993). Perceptions of leisure opportunities and the quality of life in a metropolitan area. *Journal of Leisure Research*. 25. (2), 203-217.
- Farkas, J.; Petykó, Cs. (2020). A fogyatékoság, az akadálymentesség és a mobilitás, mint egzisztenciális alapulajdonosság. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5 (4), 43-55.
- Gonda, T. (2016). *A Turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. PTE KPVK.

- Harsányi, D., & Hlédik, E. (2020). Utazási célpontok kiválasztásának szempontjai a hazai borturizmusban. *Marketing & Menedzsment* 54 (4), 89-101.
- Hegedűs, R., & Csóka, L., & Töröcsik, M. (2020). Sportcélú utazások ageing vetületben. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5 (2), 55-68.
- Hegedűs, R. (2020). Az 50+ korosztály fogyasztói magatartásváltozásai - egy mélyinterjú kutatás eredményei. *Marketing & Menedzsment* 54 (4), 51-61.
- Horváth, A., & Raffay, Z. (2020). A turisztikai szolgáltatók környezettudatossága a Dél-Dunántúlon = Environmental responsibility by the tourism service providers of South Transdanubia. In Aubert, A., & Mókusné, Pálfi A., & Nod, G. (szerk.), *Esettanulmányok a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióból* (pp 39-51). PTE TTK FFI Turizmus Tanszék.
- Kopp, M., & Kovács, M. (szerk.). (2006). *A magyar népesség életminősége az ezredfordulón*. Semmelweis Kiadó.
- Kopp, M. (szerk.). (2008). *Magyar lelkiállapot 2008: esélyerősítés és életminőség a mai magyar társadalomban*. Semmelweis Kiadó.
- Kovács, B., & Horkay, N., & Michalkó, G. (2006). A turizmussal összefüggő életminőség-index kidolgozásának alapjai. *Turizmus Bulletin*. 10 (2), 19-26.
- Kovács, B. (2007). Életminőség-boldogság-stratégiai tervezés. In *Polgári Szemle* 3 (2) 14-29.
- Michalkó, G. (2005). *Turizmusföldrajz és humánökológia: fejezetek a természet, a társadalom és az ember turizmushoz fűződő viszonyáról*. MTA FKI – Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár
- Michalkó, G. (2007). *A turizmuselmélet alapjai*. Kodolányi János Főiskola.
- Michalkó, G., & Lőrincz, K. (2007). A turizmus és az életminőség kapcsolatának nagyvárosi vetületei Magyarországon. *Földrajzi Közlemények*. 55 (3), 157-169.
- Michalkó, G., & Rác, T., & Irimiás, A. (2009). Health tourism and quality of life in Hungary: some aspects of a complex relationship. In De Santis G. (a cura di): *Salute e lavoro. Atti del Nono Seminario Internazionale di Geografia Medica* (pp. 79-90). Edizioni RUX,
- Michalkó, G. (2010). *Boldogító utazás (a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai)*. MTA Földrajztudományi Kutató Intézet.
- Nordenfelt, L. (1993). *Quality of Life, Health and Happiness*. Avevory.
- Puczkó, L., & Smith, M. (2011). Tourism-Specific Quality-of-Life Index: The Budapest Model. In Budruk, M., & Phillips, R. (eds.), *Quality-of-Life Community Indicators for Parks, Recreation and Tourism Management. Social Indicators Research Series Volume 43* (pp. 163-183). Springer.
- Puczkó, L., & Rác, T. (1998). *A turizmus hatásai*. Aula – Kodolányi János Főiskola.
- Rátz, T., & Michalkó, G. (2013). *Travel as a Factor of Happiness in Hungary*. In Filep, S.–Pearce, P. (eds.), *Tourist Experience and Fulfillment: Insights from Positive Psychology* (pp. 54-71). Routledge.
- Raffay, Z. (2019). A magyar lakosság környezettudatossága utazásai során: generációs és egyéb különbségek. In Veres, Zoltán; Sasné, Grósz Annamária; Liska, Fanny (szerk.), *Ismerjük a vevőt?: A vásárlás pszichológiája: Az Egyesület a Marketingoktatásért és Kutatásért XXV. Országos konferenciájának előadásai* (pp. 538-552). Pannon Egyetem.
- Richards, G. (1999). Vacations and the quality of life. *Journal of Business Research*. 44 (3), 189-198.
- Sebestyén, T. (2005). *Életminőség és boldogság magyar trendje globális összehasonlításban. (A globális megítélésünk és helyezésünk trendjei című kutatás 2. résztanulmánya)* Eutrend Kutató.
- Utasi, Á. (2006). A minőségi élet feltételei és forrásai. In Utasi Á. (szerk.), *A szubjektív életminőség forrásai: biztonság és kapcsolatok* (pp. 13-49). MTA Politikai Tudományok Intézete.
- Töröcsik, M., & Csapó, J. (2018). Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In Csapó, J., & Gerdesics, V., & Töröcsik, M. (szerk.), *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia Tanulmánykötet* (pp. 8-22). PTE KTK.
- Veenhoven, R. (1996). The study of life satisfaction. In: Saris et al. (szerk.), *A comparative study of satisfaction with life in Europe* (pp. 11-48). Eötvös University Press.
- Veenhoven, R. (2003). Hedonism and Happiness. *Journal of Happiness Studies* 4 (4), 437-457.