

DIPLOMADOLGOZAT

Gyenis Regina Erzsébet

2023.



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Kaposvári Campus
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság intézet
Pénzügy mesterképzési szak

A boldogság közgazdaságtana a turizmusban

Belső konzulens: Dr. Parádi-Dolgos Anett Katalin
egyetemi docens

Belső konzulens
intézete: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság
Intézet

tanszéke: Befektetési, Pénzügyi és Számviteli Tanszék

Készítette: Gyenis Regina Erzsébet

Kaposvár

2023

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
1.1. A témaválasztás indoklása	2
1.2. Kutatási kérdéseim	2
2. Szakirodalmi háttér	4
2.1. Mi a boldogság?.....	4
2.2. Historikus kitekintő	7
2.3. A flow-élmény	8
3. Boldogságkutatás a közgazdaságtanban és a turizmusban	10
3.1. A jövedelem jelentősége	12
3.2. Buddha szemüvegén keresztül.....	13
3.1. Indexek	14
3.2. World Happiness Report.....	16
4. Jólét: lassú turizmus, életminőség, boldogság	19
4.1. Turizmus és boldogság	19
4.2. A „lassú mozgalom”	19
4.3. Well-being és más fogalmak.....	22
4.4. Érezd magad jobban kampány	24
4.5. Mi az életminőség a tudományokban?	24
4.6. Alapvető életminőség-modellek a kutatásban	25
Életminőség a magyar turizmusban: NTS 2030	27
A világ legélhetőbb városai	28
5. Anyag és módszer	29
5.1. Eredmények	31
5.2. Mélyinterjú	37
6. Következtetések és javaslatok.....	41
7. Összefoglaló.....	44
8. Forrás- és irodalomjegyzék.....	46
8.1. Ábrák jegyzéke	50
8.2. Táblázatok jegyzéke	50
9. Nyilatkozat.....	52

A boldogság „az a tökéletes állapot, amely minden jónak egyesülése révén jön létre”.

Boethius (1979): A filozófia vigasztalása. Budapest, Európa Kiadó, 108.

1. Bevezetés

Egyre meghatározóbb jelenség a Covid-járványt követő újturizmus időszakában, hogy az utazások életminőség-növelő hatása alapvetően megmutatkozik a fizikai és a mentális egészség átmeneti vagy tartós javulásán keresztül. Az élményszerzésre irányuló, környezetváltozással járó, szabadidős utazások a megfelelően színvonalas szolgáltatások elérésével párosulva alapvetően boldogítóak, ezt egyre több kutatás igazolja.

A boldogságkutatásnak meghatározó eszmetörténeti alapjai vannak a társadalomtudományokban, és már a közgazdaságtanban is. Például a pozitív pszichológia által képviselt arisztotelészi tétel vagy Csíkszentmihályi Mihály flow-elmélete az élet jobbá tételét, a valódi boldogság elérését az élmények javítására tett törekvésekben ragadta meg, amely a résztvevők cselekvő felkészülése és elmélyülése, valamint az idővesztés hármasságából ered. A boldogságot, jóllétet okozó élmények iránti igény a Maslow-féle szükségletpiramis megalkotásában is kulcsfontosságú szerepet játszik, amely összességében az önmegvalósítást támogatja. Már a maslow-i értelemben vett hiányszükségletek kielégítése is javíthatja az emberek életminőségét, vagyis a mindennapok jólét (welfare) és jóllét (well-being) aspektusait.

A nyaralás eleve olyan alapvető fiziológiai szükségleteket elégít ki, mint a táplálkozás és a pihenés, és az, hogy ezt szerényebb, avagy luxuskörnyezetben érzük el, hatással van a közérzetünkre. Ennek hátterében az áll, hogy az elégedettségérzés az emberek elvárásainak, aspirációinak a függvénye. A turizmusban például az egészség-életminőség-jóllét kérdéskörével foglalkozó kutatások vizsgálják azokat a tevékenységeket, amelyek az egyén életét az általános elégedettségérzés felé terelik, illetve szebbé, felhőtlenebbé, gondtalanabbá teszik az életet, és ezzel egyensúlyi állapotot, végső soron lelki békét teremtenek.

Az emlékezetes turisztikai élmény a fogyasztó számára olyan értékeket teremthet, mint például az új ismeretek birtoklása, amely növelheti a szubjektív életminőségi szintet és a jóllétet, ezáltal hozzájárulhatnak az eudaimoniához (azaz az arisztotelészi boldogság legmagasabb szintjéhez).

Mindez pedig a vállalati értékteremtésben a termék vagy a szolgáltatás igénybevételét követő pozitív szóbeszéd vagy épp ügyfélhűség formájában ölt testet.

1.1. A témaválasztás indoklása

A turisztikai élmények, illetve azok láncolatai számos lelki következménnyel párosulhatnak, amelyek közül az utazás hatása a boldogságra, személyiségfejlődésre, attitűdváltozásra az újturizmus korszakában további kutatásokra ad okot, mivel megváltoztak a prioritások: a tömegturizmus helyett egyre inkább a humánszemléletű, illetve természetközeli, és az ún. lassú turizmus jellemző trendjei hódítanak. Mivel a fogyasztás nem csupán gazdasági fogalom, hanem a személyes identitásunk része is, így módon a mindennapi örömök, nem ritkán – a hedonisztikus szemléleten felül emelkedve – az önmegvalósítás forrása lehet. Témaválasztásomat alapvetően az indokolta, hogy megítélésem szerint a turizmus területén érdemes elmélyülni a boldogságszemléletű közgazdaságtani jelenségek feltárásában, az összefüggések kutatásában. A személyes motiváció szempontjából azért választottam ezt a témát, mert nagyon szeretek belföldön és külföldön is utazni. Mindig is érdekelt, hogy lehet-e összefüggés, illetve mérhető-e az adott országban az emberek jól(l)éte a turizmus fellendülése vagy egyéb más tényezők által.

1.2. Kutatási kérdéseim

A boldogság, mint állapot, egyre divatosabbá, kutathatóbbá válik, és elérése egyre inkább fókuszba kerül mind a közélet, a közbeszéd, mind a tudományos élet, – főleg a pszichológia, szociológia, közgazdaság-tudomány, szervezetszociológia területén. Egyszersmind kirajzolódnak az irányvonalak, hogy az egyes elméletek miként definiálják, értelmezik a boldogságot és hogyan lehet elérni azt társadalmi szinten is.

Szakedolgozatomban arra keresem a választ, hogy például az anyagi és egyéb lehetőségek által elérhető utazás, mint élményígéret megvalósulása a boldog, kiteljesedett élet szempontjából mennyire meghatározó? Hol van az ember szerepe a saját boldogságában, a társadalmában? Lehet-e úgy teljes életet élni, hogy annak nem alapvető szükséglete a turizmusban való aktív részvétel? A boldogságkutató közgazdászok milyen szemléletbeli alternatívát kínálnak az

egzakt adatokon, objektív életminőség szempontokon alapuló, „nyugati típusú” megközelítésre? A turisztikai szolgáltatók az újturizmusban mennyire veszik figyelembe a fenntartható trendeket, a változó fogyasztási szokásokat, keresik-e az „újturizmus” konkrét megoldásait? A perspektívaváltáshoz milyen egyetemes recepttel, best practice-al tud hozzájárulni a világ legboldogabb országaként számontartott Dánia? Egyáltalán miként jelenik meg a boldogság a turizmusban?

2. Szakirodalmi háttér

2.1. Mi a boldogság?

A pszichológia egyik legfontosabb küldetése a boldogság és a szubjektív jóllét összefüggéseinek kutatása – évezredek óta foglalkoztatja az embereket az étellel való elégedettség tényezőinek feltárása. Mivel mindenki eltérő igényekkel rendelkezik, nincs egységes recept a boldogság/jóllét elérésére, de vannak olyan karakterjegyek és magatartási mechanizmusok, amelyek elősegítik a pozitív érzéseket és alapot adnak a szubjektív jóllétre. A jóllét optimális létezést, pozitív tapasztalatokat jelent, lényeges eleme az étellel való elégedettség, de befolyásolja a családi étellel, munkával való elégedettség is, illetve például az egészséggel, a társadalmi helyzettel, önmagunkkal való elégedettség is. Fontos, hogy ezeket ne zavarja meg semmilyen negatív életérzés, mint a szorongás, aggodalom, a bűntudat, az irigység, viszont jelen legyenek a pozitív érzések, mint az öröm, megelégedettség, a boldogság. (Pikó, 2020)

Martin E.P. Seligman (2008) meghatározása szerint, a boldogság összefoglaló fogalom. A pozitív pszichológia egyik központi eleme a boldogság, amelynek gyökere a pozitív pszichikai létezésben keresendő. A boldogság nem olyan objektív, általános értékelő mutató, mint az étellel való elégedettség, hanem az érzelmek visszatükrözéséből fakadó, pillanatnyi tapasztalat, amely egyensúlyállapot a pozitív és a negatív érzelmek között. Az egyensúly elérése a személyiségtől függ, amely közvetlen hatással van a boldogságkeresésre, a szubjektív jóllétre.

A személyiséget olyan karakterjegyek alkotják, amelyek relatív állandóságot mutatnak, ezek között vannak olyan szilárd jellemvonások, amelyek alapja genetikai. Ilyen például a temperamentum, de a jóllétre való hajlam is részben ide sorolható, öröklött hajlam, személyiségjegy, amely a környezeti hatásokkal együtt kihat a jóllétre. A személyiségjegyek közül a barátságosság, az egyetértésre való beállítottság, az extrovertáltság jelentős motiváló erők a pozitív érzelmek megélésére, bár az introvertált, csendes, kreatív emberek is képesek a boldogság átélésére. A kérdésnek kulturális aspektusa is van: a mai modern, individualista társadalomban az extrovertáltság tűnik eredményesebbnek, és kevésbé preferálják a nyugodt belső fejlődés jelentőségét a jóllét elérésében. Abban a társadalomban, ahol inkább a felszínes,

nyüzsgő, extrovertált magatartást helyezik előtérbe, akkor azok az egyének fogják jobban érezni magukat, akikre ez a jellemző. Vagyis, az ember jóllétének alapjait a társas kontaktusok révén az egyén és a társadalom között létező társadalom-lélektani erővonalak határozzák meg, amelyek mentén a személyiség is érvényesül. Ugyancsak kultúrafüggő a lelkiismeretesség, mint személyiségjegy, amely nagyban meghatározza az étellel való elégedettséget, a boldogságérzést. Bizonyos személyiségjegyek ellentétes irányba hatnak, azaz befolyásolják a jóllétet. Ilyen például az emocionális instabilitás, azaz a neurotikusság, amely által az egyén fogékonyra válik a negatív érzelmekre, a depresszióra. Negyedik személyiségjegyként a tapasztalatokra irányuló nyitottság közvetlenül nem befolyásolja a boldogságérzést, sokkal inkább számít az élmények feldolgozása, adaptációja. Vagyis az, hogy az egyén miként dolgozza fel a negatív eseményeket, befolyásolja a szubjektív jóllétet. Meghatározó karakterjegy a boldogság szempontjából az optimista beállítódás is, azaz, hogy az egyén mennyire képes pozitív elvárásokkal tekinteni a jövőbe és így meghatározni a célokat és a terveket – ez ugyanakkor nem jelenti a pozitív illúziók fenntartásának csapdáját, amely az irreális optimizmus részjelensége. Ez olyan nem reális kontrollérzést jelent nem létező dolgok felett, amely ugyan befolyással lehet a szubjektív jóllétre, ám ez nem reális, de számos helyzetben mégis hasznos lehet – például a gyógyulási folyamatokban, a kreativitás fejlesztésében.

Meghatározza a boldogságérzést és a szubjektív jóllétet az egyén és környezetének relációja is, amely az igényekben, aspirációkban jelenik meg. A túlzott igények, elvárások a környezet felé csalódáshoz vezethetnek, ily módon rombolhatják a jóllétet, de a teljes céltalanság is káros, nem vezet elégedettséghez. Csikszentmihályi Mihály szerint nem a cél elérése, az aspiráció beteljesedése tesz boldoggá, hanem az oda vezető út, a törekvés okoz jóllétet, melynek feltétele a hit a cél elérésében. Ez arra is utal, hogy nem egyetlen örömelv létezik, hanem többféle. (Pikó, 2020)

Ryan és Deci (2001) szerint alapvetően kétféle örömelv alakult ki az emberiség történelmében, amelyek korszakonként eltérő hangsúllyal jelentek meg.

Az egyik örömelv a hedonisztikus, materialista beállítódáson alapul és az érzéki vágyak kielégítésére, az érzéki örömet okozó élmények mennyiségi begyűjtésére fókuszál. Eszerint az élet célja mind több érzéki, anyagi élmény megtapasztalása, amely a fogyasztói társadalmakban a mindennapok irányelve – például az anyagi javak beszerzése, a modern vásárlási szokások az élményszerűséget, a kényeztető önjutalmazást hangsúlyozzák. Eszerint, ha az egyén él ezekkel a lehetőségekkel, akkor boldog lehet. Az egzotikus, különleges,

élményszerű utazások is ezt a célt szolgálják, bár csupán ideiglenes örömet okoznak. A boldogság ugyanis nem egy állandó élettérzés, hanem pillanatnyi érzelmek eredménye, így a hedonisztikus örömeelv szerint folyamatos megtapasztalásokra van szükség az érzéki élményekben, különben a hatások gyengülnek. A pozitív pszichológia szerint viszont az anyagiak birtoklása nem jár együtt a nagyobb fokú boldogsággal, sőt, szorongással, stresszel és alacsonyabb jólléttel párosul és olyan káros szokásokra hajlamosít, mint a dohányzás, alkohol- és drogfogyasztás. Ezzel szemben a posztmaterialista értékek (lelki béke, becsületesség, emberszeretet) képviselői számára a fogyasztáselvű, nyugati társadalmak kevésbé komfortosak, kevésbé okoznak jóllétet. Esetükben domináns a másik örömeelv, amely a hedonisztikus megközelítéssel ellentétes szemléletet képviseli. Ez az örömeelv azt az arisztotelészi nézetet veszi alapul, amely vulgáris örömeelvnek tartja az érzéki vágyak hajhászását, mivel a valódi boldogság lényege az, hogy az életnek értelme van, amelyben az egyén értékes cselekedeteket hajt végre. A boldogság alapja az önmegvalósítás, az ember belső természetének kifejeződése a belső fejlődés által. Ebben a megközelítésben a boldogság per se, azaz önmagában létezik, nem függ az érzéki vágyak kielégítésétől, sokkal inkább a belső kontrolltól, az autonómia érzésétől, a hatékony önszabályozástól és a mértékletességtől, mint személyiségfejlesztő humán erénytől. Ezek járulhatnak hozzá tartósan a szubjektív jólléthez, amely a folyamatos belső fejlődéssel valósul meg. Az önszabályozáson alapuló, autentikus énmegvalósítás ennek az örömeelvnek a lényege, amely nem tagadja a fogyasztást, mert azáltal is elérhető a belső fejlődés – feltéve, ha nem öncélú hedonizmusról van szó. (Szondy, 2010)

Az egyes kultúrákban másfajta nézetek uralkodnak a boldogságról, örömről, az élettől való elégedettségről. A távol-keleti, kollektivisták irányultságú kultúrák csoportkonszenzusra épülnek, ahol alapvető fontosságú mások elfogadása, megértése, a konformista viselkedés. Ezekben a kultúrákban az önbecsülés nem az egyéni teljesítményhez, hanem ahhoz kötődik, hogy az egyén társas kapcsolatai milyen határfokokkal működnek. Az individualista kultúrában viszont az egyéni teljesítményt és önmegvalósítást társítják a boldogsággal, amelynek alárendelődik a társas funkcionálásnak. Az individualizmus az egyéni szabadság megélésével függ össze, míg a kollektivisták irányultság a másokhoz való alkalmazkodást, a kötelességtudatot helyezi előtérbe. (Lyubomirsky, 2008)

2.2. Historikus kitekintő

A pozitív pszichológia által irányadónak tartott Arisztotelész szerint maga a boldogság az emberi közösségek fennmaradásának célja, amelynek három szintjét különbözteti meg. Az első boldogságszint az élvezet (pleasure), az öröm – ez a hedonisztikus örömeelv, boldogságkép. A második az elképzelés szintje, vagyis a „bevonódás”, elkötelezettség állapota, amelyben az ember feloldódik egy cél érdekében végzett feladat során. Ez az élmény a későbbiekben bővebben tárgyalt flow/áramlat elméletének alapját adja. Ezáltal lehet eljutni a boldogság harmadik szintjére, amely az élet értelmének keresése felfedezése – Arisztotelész olvasatában ez az „eudemonia”, a valódi boldogság, nem passzív állapot, hanem sokkal inkább cselekvő aktivitás és az ember önmagával való harmóniáját segíti elő.

A történelem során Arisztotelész mellett több más, jelentős gondolkodó foglalkozott a boldogsággal, kutatták elvont fogalomként, azt vizsgálva a háttérben, hogy milyen eszközökkel rendelkeznek a kormányzatok, a hatalom képviselői arra, hogy befolyással legyenek az emberek egyéni és társadalmi elégedettségére, vagyis a boldogságuk befolyásolására. Arisztotelész úgy tartotta, hogy az emberi közösségek fennmaradásának célja maga a boldogság, amelyhez az erények szerinti élet vezet a Nikomakhoszi etika alapján. Machiavelli a Fejedelem című művében megfogalmazza, hogy az állami vezető feladata a köz jólétének előmozdítása. Rousseau a boldogságkorának az emberiség „természeti állapotát” nevezi, míg a francia enciklopédisták a társadalom alapelvei közé sorolták a boldogságot, éppúgy, mint az egyenlőséget, a józan ész és a közjót. Az Egyesült Államok Függetlenségi Nyilatkozatában Thomas Jefferson által azt rögzítették, hogy „minden embert megillet az élet, szabadság és a boldogság keresésének a természeti joga”. (idézi: Kovács, 2007) Az utilitarizmus zászlóvivője, Jeremy Bentham pedig elsőként fogalmazta meg, hogy a hasznosság elve alapján működő kormányzásnak az a legfőbb célja, hogy „mind nagyobb számú ember mind nagyobb boldogságát eredményezze”. A XX. századi életminőség-központú kormányzás krédója pedig nem más, mint Johnson elnök 1964-es nyilatkozata, amely szerint nem mérhetjük a céljaink elérését a bankszámlánk nagyságával, hanem csak az emberek életminőségének javulásával. Végezetül, meg kell említeni, hogy az életminőséget tárgyaló szakirodalomban a legtöbbet idézett szerző a rotterdami Erasmus Egyetem professzora, Ruut Veenhoven. A tudós szerint elegendő egy rövid kérdés feltevése a szubjektív jólét indikátorainak meghatározásához, ez pedig: „Összességében mennyire elégedett az életével?” (idézi: Kovács, 2007) Veenhoven

szerint a boldogság felfogható az egyén életének átfogó észleléseként, amely konkrétan számszerűsíthető a boldog évek számával, ez pedig az egyes országokra vonatkozóan a boldogság világhatározatát adja: a World Database of Happiness indexet. Ez a rotterdami egyetem által fenntartott adatbázis keretét ad a boldogságkutatók globális együttműködésére. (Sebestyén, 2005)

2.3. A flow-élmény

Csikszentmihályi Mihály nevéhez fűződik a flow (áramlat) jelenség meghatározása. A flow az öröm, a kreativitás, a teljes élet felvállalását, az emberi élmények pozitív aspektusát jelenti és egy olyan alternatívát képvisel a fogyasztói társadalomban, amely hangsúlyozza az élményszerűséget, de másként, mint a hedonisztikus öröme. Lényege, hogy nincs szerepe az énnak, hanem az integrált, érett személyiséghez vezető fejlődést teszi lehetővé, amely olyan tökéletes élmény, ami harmóniát eredményez az egyéni pszichikai energia (a figyelem) optimális befektetésével, és a komfortos társas létezéssel. Az áramlat során a maximális belső kontroll erőszakmentesen, spontán módon érvényesül, Csikszentmihályi szerint ez a valódi individualizmus, amelyben nem az önzés, a külső kontroll, a manipulációk által érvényesül az önmegvalósítás, hanem az individuum belső sajátosságai, igényei mentén. Ebben rejlik az öröm és a boldogság megélése, közel áll a második örömelethez.

A flowélményt olyan tevékenységek támogatják, amelyek belső indítatásból történnek, önmagukért végzünk, azaz autotelikus élmények. Ezeknél a magára a tevékenységre figyel az egyén, nem annak következményeire és a pszichikai energia a külső célt szolgálja, hanem az Én-érzetet erősíti, kiterjeszti az éntudatot, autentikus élet megélését teszi lehetővé – ezzel olyan belső jutalmakat eredményez, mint az öröm és a boldogságérzés, mindenféle külső, káros segédlet, illúzió nélkül. Bármilyen tevékenység előidézhetheti a flow élményt, ha abban az egyén megtalálja benne önmagát, ezáltal folyamatosan élvezhető az egyénben áramló energia. A kulcs a hozzáállás, a kérdés a „hogyan”. Ebben meg is akadályozhat, de támogathat is az anyagiasság. Csikszentmihályi szerint a tökéletes élmény a pszichikai energia szabad áramlásának megélése, ezzel függetlenedni lehet a fogyasztói társadalom buktatóitól, egyúttal élvezhetővé teheti azt. (Pikó, 2020)

A pszichikus energia akkor áramlik az egyénben erőfeszítés nélkül, amikor a tudatban áramló információ egyezik a céljaival. (Csikszentmihályi, 2022)

A flow-elmélet szerint az örömteli élmény keletkezésének nyolc feltétele van:

1. Olyan feladatot kell vállaljon az egyén, amelynek elvégzésére van esélye.
2. Az egyénnek képesnek kell lennie rá, hogy arra összpontosítson, amit csinál.
3. Az összpontosításhoz szükséges, hogy az adott feladat céljai világosak legyenek.
4. Az is szükséges, hogy rendelkezésre álljon visszacsatolás.
5. Az egyénnek erőlködés nélkül, elkötelezettséggel kell cselekednie, függetlenül a mindennapi élet frusztrációitól.
6. Az örömteli élménynek elő támogatnia kell a saját cselekedetek feletti kontrollt.
7. A cselekedet során megszűnik a léttel való foglalkozás, ám ekkor az érzés erősödik.
8. Megváltozik az időérzékelés. (Csíkszentmihályi, 2022)

3. Boldogságkutatás a közgazdaságban és a turizmusban

A turizmus humánökológiai értelmezése az emberiség létének egyik letéteményese, amely szerint az utazási terület az ember-társadalom-természet szimbiózisának magasiskolája. Az utazás folyamatában az egyén személyiségfejlődése, a társadalom integrációja, valamint a természeti környezet megóvása, a fenntarthatósági szempontok egymással szoros kölcsönhatásban lévő rendszerként funkcionálnak. Így például az egyes desztinációkban egyre inkább oda kell figyeljenek a turisztikai vendégforgalommal járó előnyök és hátrányok helyiekre gyakorolt hatásainak egészséges egyensúlyára. A városvezetők, a turisztikai szakpolitika feladata a harmonikus együttműködés biztosítása, amelyhez nem elegendő a tisztán racionális, profitszemléletű gazdasági megközelítés.

A hasonló elven működő Slow mozgalom szerint lényeges, hogy minőségi idővel töltsük ki életünket. De mitől teljes egy élet? Egyre több alternatív irányzat, elmélet, szervezet, hálózat képviseli a közgazdaságban is, hogy – eltérően a főáram nyereségközpontú, részvényesi érdekeket priorizáló szemléletétől – a hangsúly az emberre, a környezetre, az etikára helyeződik, részben a fenntarthatósági célok elérése érdekében. Ezen szemléletek újra felfedezik, hogy az emberi boldogság fogalma összeköthető a gazdasággal, sőt, akár a gazdasági tevékenység céljaként is megjelenhet az egyéni, társadalmi jólét, jóllét megteremtése.

A boldogság közgazdaságtana egy olyan, emberközpontú gazdasági irányzat, amelynek az a célja, hogy az emberek a dinamikus kiteljesedés során lelki békében szemlélhessék a világot. (Alternatív Gazdaság Lexikon, n.d.)

A boldogság közgazdaságtanának komoly eszmetörténeti háttere van.

Például Luigino Bruni, a római Lumsa Egyetem és a Lopiánói Sophia Egyetem professzora számos írást publikált, amelyek képviselik az alapvető erényetikai megközelítést. Itáliában a 15– 18. századi polgári humanizmus idején életre kelt egy olyan sajátos közgazdasági irányzat, amelyből kifejlődött az úgynevezett civil gazdaság, azaz a „Civil Economy”. Ez elveiben azt mondja ki, hogy a gazdaság aktora nem más, mint az erényes, kapcsolatait tudatosan megélő, erkölcsösen élő ember lehet. Az egyes országok gazdasága pedig ez alapján arra hivatott, hogy az emberek boldogságának a szolgálatában álljon és nem pedig fordítva, nem az ember szolgálja

a gazdasági érdekeket. Vagyis a legfőbb gazdasági cél csak az emberek boldogsága, a köz-jóllét megteremtése lehet (a public happiness).

Krémer Balázs (2015) szerint a boldogság közgazdaságtana lényegében azt a szolgáló jellegű gazdaságot képviseli és annak elveit hirdeti, ahol nem elsősorban az anyagi javak a fontosak, hanem alapvető az ember, és annak belső úton történő kiteljesedése. Nevezhetjük ezt a közjónak is a boldogság közgazdaságtani megközelítésében, amelyet más, alternatív irányzatok egyszerűen „emberközpontú gazdaságnak” hívnak.

Már az ókorban megmutatkozott a boldogság kétféle megragadása. Epikurosz a hedonizmus atyja lett, Arisztotelész az erényetikáé, az eudaimonia boldogságfelfogásával. Míg Epikurosz szerint a boldogság egy örömteli, kellemes állapot elérése, és az ebben való létezés az ember célja, addig Arisztotelész számára a boldogság (eudaimonia) egy folyamat, egy dinamikus kiteljesedés, tökéletesedési folyamat a végső boldogság, mint cél felé. Ezt az értékek hierarchiájának mentén lehet elérni, ahol a legalsó szint a materiális javak, a legfelső szint pedig az erkölcsi, intellektuális javak, míg a végső cél az élet igazságának szemlélése. Az eudaimoniához tartozik a tudatosan gyakorolt lelki élet, az értékes emberi kapcsolatok öröme, a közjóért való munkálkodás sikerélménye. A kereszténység ehhez még hozzáteszi, hogy az öröm, a kellemes elérése nem lehet önmagában cél, ahogy Arisztotelésznél sem az, hanem azok csak kísérik, kiegészítik a többi érték megvalósulását (Baritz, 2022). A végső cél az Istennel való kapcsolat, azonosulás, a Visio Beatifica, vagyis Isten boldog színe látása.

A közgazdaságtanban is alapvető különbség adódik a kétféle boldogságfelfogásból: a hedonista, szubjektív önérdeket követő emberek piaca nagyon egyszerűen a nyer–veszté struktúra mentén működik, ahol a profit célként való felfogása alapvető szemléletet képvisel és a másik ember eszközként való, egoközpontú kihasználása a domináns motiváció. Ennek megfelelően a gazdasági életben is csak az úgynevezett „hardware” elemeknek van helyük, mint például a csere, a szerződés, a termelékenység, a profit, a hatékonyság, és jobb esetben az értéksemlegesség.

Az „erényetikai emberek” piaca viszont a win-win, azaz nyer–nyer szituációt kívánja megvalósítani minden helyzetben – ebben a megközelítésben a nyereség, a szintiszta profit elérése csak eszköz lehet valamilyen értékelvű, emberibb, nagyobb cél megvalósításához. Ebben a megközelítésben alapvető minden résztvevő esetén, hogy tiszteli a másik ember méltóságát, a közösséget, amelynek tagjai egyenlőként kezelik egymást, a javakat megosztják. Ennek megfelelően a gazdasági életben a hardware gazdasági elemeken kívül helye van az

olyan értékeknek is, mint például a bizalom, a tisztesség, a kölcsönösség, az együttműködés, a nagylelkűség, az adományozás, az ingyenesség biztosítása. A gazdasági cél itt a közjó megvalósulása, vagy más szóval a köz-jóllét, azaz a társadalmi boldogság.

Mennyire elfogadott ez a megközelítés ma a közgazdászok körében?

Egyre többen nyitnak a szakdolgozatomban vizsgált alternatív elvekre. Kerekes Sándor szerint például az emberközpontú gazdasági felfogás lehet a következő mainstream. Csupán a Katolikus Egyház társadalmi tanításaira, erényetikai elveire alapozott, közgazdaságtannal foglalkozó szakemberekből álló kutatóműhelyek, egyetemek, intézetek száma világszerte több mint negyven-ötvenre tehető, ám ennél jóval nagyobb a nem kimondottan keresztény elméleteket követő központok, szervezetek vagy hálózatba szerveződött helyi egyesületek száma. Ezek a szerveződések alapvetőnek vallják az emberközpontúságot, az etikus gazdálkodást, és számos közgazdász vallja már magát ezen irányzatok követőjének (például a Nobel-díjas Amartia Sen Indiában vagy Scitovsky Tibor, Herman Daly az USA-ból.) (Alternatív Gazdaság Lexikon, n.d.)

3.1. A jövedelem jelentősége

Valóban a gazdasági növekedés igazi célja a GDP-növekedés, amely a közgazdasági gondolkodás egyik központi feltevése. Ennek az az alapja, hogy a GDP-növekedéssel több értékteremtés válik lehetővé, amely által az egyének és a társadalom jólléte biztosítható. Azonban az Easterlin paradoxon (Easterlin-O'Connor, 2020; Easterlin, 1974 – idézi: Neszveda, 2022.) alapján a kontextus jóval összetettebb. Easterlin több országban végzett kutatás alapján állítja, hogy hosszú távon nem okoz érdemi fejlődést a boldogságtudatban a gazdasági növekedés. Kahneman és Deaton (idézi: Neszveda, 2022) szerint pedig a magasabb jövedelem egy bizonyos szintig eredményezi a boldogabb életérzést (az USA-ban ez például 75 ezer dollár évente), ugyanakkor efölött nincs jelentősége a boldogság szempontjából a jövedelemnek, bár alatta van, a szegénységtudatot erősíti. Tehát van némi összefüggés, de azt is megfigyelték, hogy egy huzamosabb ideig tartó gazdasági növekedés időszaka után az érintett társadalom jólléte, általános boldogság szintje nem változik. Összességében amiatt is érdemes a közgazdaságtannak figyelembe vennie a pszichológia kutatásait, megállapításait e témakörben, mert akkor elkerülhető lehet az Easterlin-féle paradoxon, vagyis, hogy a komoly erőfeszítések

árán megvalósuló gazdasági növekedés mégsem járul hozzá a boldogabb társadalomhoz. (Neszveda, 2022) A jövedelmet ugyanis el lehet költeni úgy is, hogy jelentősen javuljon az egyén által érzékelt boldogságszint, jólléti szint, de úgy is, hogy az ne vezessen tartós boldogságnövekedéshez, kiegyensúlyozott életérzéshez. (Csutora, 2020)

A fenntartható boldogság olyan módja a boldogságra való törekvésnek, amely nem megy mások, a környezetünk vagy a jövő generációjának rovására. Vagyis az egyén úgy javítja az életminőségét, hogy nem veszélyezteti az ökológiai fenntartó rendszerek optimális működését, nem növeli az adott generáción belül a társadalmi egyenlőtlenségeket és nem tesz semmit a jövő generációinak kárára. Ez márpedig úgy valósítható meg, ha korlátok között tartjuk az anyagi fogyasztást és így módon teremődik meg a gazdálkodás által a társadalmi jóllét. (Csutora, 2020)

3.2. Buddha szemüvegén keresztül

A buddhista közgazdaságtan atyja, E. F. Schumacher egy olyan, újfajta gazdasági felfogást hirdetett, amely alapvetően az erényetika elveit alkalmazza a fogyasztás, a termelés, a tulajdon, a közösségi relációk és a természettel való kapcsolódás kérdéseiben, hogy alternatív megoldást kínáljon a jelenkor túlfogyasztásból, nyugati gazdasági modellekből fakadó kihívásaira. (Laki, 2022) Főként azért, mert ezek a nyugati, profitmaximalizálásra épülő gazdasági modellek súlyos ellentéteket, megoldandó anomáliákat eredményeznek a társadalmak szintjén, és nem mellesleg károkat okoznak az ökológiai környezetben, azaz nem fenntarthatók és egyre kezelhetetlenebbek. A buddhista közgazdaságtan az 1970-es évektől egyre több követőre tett szert, mert azt vallja, hogy ezek az idejétmúlt modellek egy torz emberképre épülnek, amely szerint az ember csak az anyagi szükségletei által motivált, önmagába zárt, és elsődleges célja a saját igényeinek kielégítése, a fogyasztással történő felhalmozás és mint ilyen, nem törődik a környezetével, sem természeti, sem szociális vonatkozásban. Azt kritizálja, hogy a modern gazdasági modellek szerint a túlfogyasztással objektív módon elérhető egy társadalom jólléte, holott ebből nem hagyható ki az egyéni tudattal, pszichével történő foglalkozás. A buddhista közgazdaságtan szerint azonban az egyéni vágyak mindenekelőtt való kielégítése nem vezet boldogsághoz, jólléthez, mert a vágyak önző kergetése valójában egy kifordult létezés tükré, amelyben az ember a saját belső elégedetlenségét vetíti a világra és azt akár mások kárára, a

külsőségek megragadásán keresztül igyekszik enyhíteni – nem lel benne valódi lelki örömet. Az anyagi vágyak mértéktelen hajszolása a tudatlanságból fakad a buddhista felfogás szerint, amely mindez fékevesztett hedonizmushoz, materialista romboláshoz vezet. A megoldás a bölcsesség valamilyen szintű elsajátítása, ezáltal a vagyon helyes értelmezése, a törekvéseink ennek megfelelően erényes és hasznos irányítása, amely a valódi, értékes jóllét érzését eredményezi. A buddhista közgazdaságtan szerint a tudatos szándék éberségen és önlegyőzésen alapul, amely a hajtóereje lehet a helyes cselekvésnek és ily módon világi kibontakozásnak, a fogyasztásnak, a birtoklásnak. (Laki, 2022)

Amilyen az emberi értékrend, olyan lesz a ráépülő gazdasági rend, amelyben a közjó a gazdaság értelme és az emberek boldogságának elősegítését jelenti – vallják azok a boldogságkutató közgazdászok, akik az erényetikát tartják szem előtt. (Sapientia Szabadegyetem, 2022)

3.1. Indexek

Az életminőség fogalmának elterjedésével, a kapcsolódó kutatásokkal, elméleti elemzésekkel párhuzamosan világszerte több olyan életminőség-index került kidolgozásra az 1970-es évektől, amelyek közül a legismertebbek voltak:

- Measure of Economic Welfare (MEW/NEW): Nettó gazdasági jólét mércéje (Tobin, Nordhaus, Samuelson, 1970–80, USA)
- Index of Sustainable Economic Welfare (ISEW): A fenntartható gazdasági jólét mutatója (Herman Daly, John Cobb, Clifford Cobb, 1980-as évek vége)
- Genuin Progress Indicator (GPI): A valódi fejlődés mutatója (John Cobb, Clifford Cobb)
- Human Development Index (HDI): Az emberi fejlődés indexe (ENSZ Fejlesztési Szervezete, 1980)
- Quality-of-Life (QL): Életminőség egyéb indexei (QL mutatószám, Paul, 1997; Physical Quality-of-life Index (PQLI), Davis Morris, 1979; Basic Well-being Index (BWI), World Quality-of-Life Index (WPQLI); Quality-of-life index, UNU-WIDER kutatóintézet, 2003-2005)
- Happy Planet Index (HPI): Boldog Bolygó Index (New Economics Foundation)

Bruttó Nemzeti Boldogság (GNH): az 1972-ben megalkotott alternatív mutató alapvetően gazdasági alapon mérte a jóllétet, Guthán akkoriban 17 éves királya, Jigme Singye Wangchuck alkotta meg. Négy alapvető társadalmi értéken nyugszik, ezek a kulturális értékek, a

fenntartható fejlődés, a jó vezetés és a természeti környezet megőrzése. Később ezt a mérőrendszert tovább pontosították és immár kilenc alapvető értéken belül mintegy 72-féle kategória vizsgálatából áll össze a Bruttó Nemzeti Boldogság mutatója. Ezek között olyan szempontok szerepelnek, mint az egészség, az oktatás színvonala vagy a kulturális sokszínűség. (Alternatív Gazdaság Lexikon, n.d.)

Látható, hogy bár öröndetes a boldogságkutatás tudományossá emelkedése, rengetegféle szempont szerint igyekeztek az évek során meghatározni annak paramétereit.

Az egyik nemzetközi, 2015-ös kutatásban például konkrétan felsoroltak 33 olyan örömforrásnak tartott tényezőt, amelyek alapján meghatározható az emberek boldogságszintje. (Hvg.hu, 2016. 02. 11.)

Ezek a következők:

- Tánc, koncert, színház
- Beszélgetés, barátkozás
- Beszéd vagy rádióműsor hallgatása
- A természet figyelése
- Kirándulás, sétálás
- Horgászat, vadászat
- Kertészkedés
- Sportolás
- Vásárlás, ügyintézés
- Meditálás, vallási szertartás
- Sportesemény megtekintése
- Éneklés, szereplés
- Zenehallgatás
- Olvasás
- Művelődés, könyvtárlátogatás, múzeumlátogatás
- Gyerekekkel való foglalkozás, játék
- Háziállatokkal való foglalkozás, játék
- Társasjátékok, puzzle
- Számítógépes és mobilos játékok
- Rajzolás, festés, hobbitevékenységek

- Szerencsejáték, fogadás
- Tévénézés, filmezés
- Öltözködés, tisztálkodás
- Alvás, pihenés, meditáció, relaxálás
- Intimitás
- Étkezés, nassolás
- Dohányzás
- Alkoholfogyasztás
- Kávézás, teázás
- Főzés, sütés
- Böngészés az interneten
- Szövegírás, üzenetírás, közösségi média használata
- Házimunka

(Hvg.hu, 2016. 02. 11.)

3.2. World Happiness Report

Idén márciusban jelent meg a legfrissebb, az országokat az ott élők boldogságérzete alapján rangsoroló World Happiness Report (WHR). (Forbes, 2023. 03. 03. 20.) Eszerint a Gallup Intézet évente kiadott World Happiness Report listáján Magyarország az 51. helyen szerepel az ENSZ éves felmérésén. (Hazánk boldogságindexe tavaly 6,1, 2021-ben 5,6 volt.)

Az ENSZ a március 20-i napot a boldogság nemzetközi napjává nyilvánította, ekkor indult útjára az éves rangsor. Idén már 11. alkalommal jelent meg a lista, melynek élén rendszerint észak- és nyugat-európai országok szerepelnek. A Gallup Intézet ezúttal 109 országot vizsgált meg, amelynek alapján arra jutottak az amerikai kutatók, hogy a Covid-világjárvány ellenére is figyelemre méltóan rugalmas maradt az emberek boldogságérzete. Ezt az igazolja, hogy a 2020 és 2022 között mért globális átlagok ugyanolyan magasak, mint amilyenek 2017 és 2019 között, a pandémia előtti években voltak.

Az országok TOP 10-es rangsora az ott élők boldogsága alapján 2023-ban:

- Finnország

- Dánia
- Izland
- Izrael
- Hollandia
- Svédország
- Norvégia
- Svájc
- Luxemburg
- Új-Zéland

Nyugati szomszédunk, Ausztria a 11. helyen végzett, míg a környező országok közül Csehország a 18., Románia a 24., Szlovákia a 29., Szlovénia a 22., Lengyelország a 39., Szerbia a 45., Horvátország pedig a 48. helyet érte el az országonként mért boldogságindexek alapján. A magyaroknál boldogtalanabb országnak bizonyult Görögország (58.), Portugália (56.), Moldova (63.), Montenegró (67.), Albánia (83.), Bosznia-Hercegovina (71.), Bulgária (77.) és Észak-Macedónia (87.).

A World Happiness Report hivatalos weboldala szerint (<https://worldhappiness.report/>). A riportot egy független szakértőkből álló csoport állította össze, akik személyes minőségükben járnak el. Az országonkénti boldogságindexek alapja a szavazás során feltett fő életértékelési kérdésekre adott válaszokból állnak össze. Ezt Cantril létrának hívják, amelynek kapcsán a kérdezők arra kérik a válaszadókat, hogy gondoljanak egy létrára, ahol a lehető legjobb életet 10-esre értékelik, a lehető legrosszabb életet 0-ra. A válaszadóknak értékelniük kell a saját jelenlegi életüket 0-10-ig a hat fő tényező szempontjából: GDP szintje, várható élettartam, társadalmi támogatottság, nagylelkűség, szabadság, korrupció. A világboldogsági jelentést összesen 130 országban, több mint 100 ezer ember részvételével végzi a Gallup Intézet.

Mint az ENSZ megállapította, globálisan egyre nagyobb az egyetértés abban, hogyan kell mérni a boldogságot, ami azt is jelenti, hogy az egyes kormányok működési céljává válhat a nemzeti boldogság. A Világboldogság jelentés 2023 vezetői összefoglalója szerint egy társadalom csak akkor lehet magas szinten általánosan elégedett az élettel, ha a tagjai proszociálisak, egészségesek és virágzóak – vagyis magas szinten rendelkeznek az Arisztotelész által megfogalmazott „eudaimoniával”. Egyéni szinten azonban eltérhet a boldogságérzet, de például bebizonyosodott, hogy az erényes viselkedés fokozza az erényes cselekvő (és a haszonélvező) boldogságát – igaz, közöttük is vannak olyanok, akik nem annyira elégedettek

az életükkel. Mindenesetre, ha a kormányok elfogadják célként a boldogságot, akkor az erre irányuló törekvések mentén, intézményi szinten még nagyobb prioritást élvezhet főként a mentális egészség, illetve a munka, a családi élet és a közösség minősége. Megállapították azt is, hogy 2020-ban és különösen 2021-ben világszerte megnövekedett a jóindulat az emberek között, ez főként a proszociális cselekedetekben nyilvánult meg, amelyek körülbelül egynegyedével voltak gyakoribbak, 2021-ben, mint a járvány előtt. Az önzetlen (altruista) magatartásformák közül gyakori az idegenek segítése, pénzadományozás, véradás, önkéntesség. Ezek közvetlen kapcsolatban vannak a boldogságérzéssel.

A World Happiness Report (WHR) hivatalos weboldalán több elemzés is található az egyes országok jólléti állapotának változásairól, különös tekintettel a globális koronavírus-járvány hatásaira. (<https://worldhappiness.report>, n.d.) Mint írják, a szubjektív jóllét mérését továbbra is három fő jóléti mutatóra alapozták: ezek a pozitív és negatív érzelmek, illetve azok a boldogság szempontú életértékelések, amelyek az emberek életminőségének stabilabb mérőszámaként jelentkeznek. Az ismertetett módszertanból kiderül, hogy nagyobb a hangsúly a szubjektív faktorokon, mivel például a nemzetközi összehasonlításokhoz az életértékelések adják a leginformatívabb mérőszámokat, mivel stabilabban, teljesebben rögzítik az életminőséget, mint a napi tapasztalatokon alapuló érzelmes beszámolók. Az életértékelések ráadásul az egyes országokban jobban eltérnek, mint az érzelmek, és jobban magyarázhatók az eltérő élettapasztalatokkal. Míg a tegnapi érzelmeket megmagyarázzák az aktuális események, az életértékelések az élet egészének körülményeit tükrözik hitelesebben. Ezzel együtt az érzelmek felmérése jelentős támaszt jelentenek az életértékelésekhez. Megállapították: a pozitív érzelmek több mint kétszer olyan gyakoriak a világban, mint a negatív érzelmek, ahhoz képest is, hogy 2020-2022 között tombolt a Covid-járvány.

4. Jólét: lassú turizmus, életminőség, boldogság

4.1. Turizmus és boldogság

Többféle lelki következménnyel járnak a turizmusban átélt élmények, ezek közül régebb óta a kutatások fókuszába került az utazás hatása a boldogságra, a személyiség fejlődésére. (Michalkó, 2023) Az utazás jellemzően alkalmas az egyén ismereteinek, tudásának bővítésére, a kommunikációs és tájékozódási készségeinek fejlesztésére, emellett például hatással van az alkalmazkodási képességére, az attitűdjeire, az előítéleteire, vagyis, végső soron hozzájárul a személyisége alakulásához. Vannak úgynevezett transzformatív utazások, amelyek célzottan a szellemi-, lelki fejlődést támogatják (pl. zarándokutak), a készségeket, képességeket gyarapítják (pl. tudásmegosztásra alapuló tanulmányutak, cserediák programok), spirituális vagy önismereti indíttatásúak – ezek mind magabiztosabbá, kiegyensúlyozottabbá, boldogabbá teszik az egyént, hozzájárulnak a fejlődéséhez, a mentális egészségéhez, a kreativitás, önismeret, alkotókészség kibontakozásához. Az ilyen utak az utazó szubjektív életminőségét (jólétét) befolyásolják egyfajta örömforrásként, pozitív hatást gyakorolnak az egyénre, és gazdasági hatásuk is van, mert például hozzájárulnak a hatékonyabb munkavégzéshez, az egészség javulása révén mérséklik a társadalombiztosítás kiadásait, hatással vannak a fogyasztásra, a szolgáltató cégek eredményességére, egy adott szektor teljesítményére, vagyis a lélektani szempontokon túl a turizmus- és fejlesztéspolitikának is fontos területei. (Michalkó, 2023)

4.2. A „lassú mozgalom”

A modern társadalmakban meghatározó a felgyorsult életstílus, az ezzel járó túlfogyasztás, a hedonista élvezetkeresés, a tömegek igényeinek mértéktelen kielégítése, amely társadalmi és környezeti szempontból megterheli a Földet, fenntarthatatlan élethez vezet. (Eylül-Csapody, 2023) Ennek ellensúlyozására jött létre az úgynevezett slow movement, vagyis a „lassú mozgalom”, amely elősegíti a fenntartható elvek terjedését azzal, hogy a lassabb életvitel előnyeit, értékrendjét hirdeti – az életminőség javítására fókuszál minden területen. A slow mozgalom egyik legismertebb területe a slow food movement, amely a gyorsétkezéssel szemben a fenntartható ételkészítési törekvésekről szól, magyarul: lassú ételek mozgalom,

amely egy újfajta, kíváncsi életstílus. Hasonlóképp, a „lassú turizmus” (slow tourism) és a „lassú város” (slow city) alapvetően a belassult, nem rohanó, nem túlzó, nyugodtabb stílust képviseli, amely a fenntarthatóságot segíti elő gazdasági szempontból is. Az utazási területen például a fenntartható turisztikai fejlődés megvalósulását támogatja a desztinációk szintjén a lassú turizmus, amely a gyorsléptékű tömeges turizmusra adott egyfajta reakció. Nem nyomja el a tömegturizmust (over tourism), de elterjeszti a természetre figyelő és a környezeti hatások csökkentését célzó szemléletet úgy az utazásokban, ahogy a desztináció fejlesztésekben, azáltal, hogy fenntarthatóbb utazási modelleket kínál. Ilyenek például a helyi termékeket népszerűsítő, a rövid ellátási láncokat, rövidebb szállítási útvonalakat alkalmazó megoldások, amelyek csökkentik az üvegházhatású gázok kibocsátását, vagyis kevésbé terhelik a környezetünket. A lassú turizmust alternatív turizmusnak is nevezik, amely a fenntarthatóság jegyében négy pillérre épül: lokalitás (helyi kultúra, termékek), élményorientáltság (autentikusság), fenntarthatóság (környezeti értékek), társadalmi jólét (életminőségre gyakorolt pozitív hatás – a helyiek érdekeltsége, bevonása a fejlesztésekbe, tartalmas élmények a turistának). Összefoglalva: a lassú turizmus fenntarthatóbb terméket kínál, amelynek társadalmi, környezeti, gazdasági előnyei sokoldalúak. (Eylül-Csapody, 2023)

Fogalmi különbség van a lassú utazás és a lassú turizmus között. Előbbi a lassabb közlekedési módokat hirdeti a környezeti előnyök miatt, például a gyaloglást, kerékpározást. A lassú turizmus pedig olyan turisztikai termék, mely az utazóknak lehetővé teszi, hogy kapcsolatba lépjenek az egyes helyi kultúrákkal anélkül, hogy nagyobb környezeti hatást okoznának. Meghatározó szerepe van a társadalmi lojalitás fokozásában, az edukációban, az egyes fogadóterületek népszerűsítésében, a marketingben. Jó példa erre Kína első „lassú városa”, Yaxi, ahol a helyi kutatások szerint a turistáknak kínált szolgáltatások pozitívan befolyásolták az utazók viselkedését, illetve kiváltották az erősebb kötődést, visszatérési szándékot a desztináció iránt. Ez alapján a tudósok képessé váltak olyan előrejelzésekre, amelyek egy lassú város iránti utazói hűséget, fogyasztói magatartást mutatják ki. Globálisan a 2020-2023-s koronavírus-járvány hatására nem csak a gazdaságban történtek jelentős változások, hanem az emberek mindennapjaiban is. A pandémia lényegében a társadalmi és gazdasági életünk „reset gombja” volt, és utat nyitott új turizmustípusok kialakulásának: megváltoztak az utazási szokások, előtérbe kerültek az olyan élmények, melyek lassabb, megfontoltabb életszemléletet feltételeznek, hosszabb tartózkodást, tartalmasabb élményeket tesz lehetővé egy-egy utazási helyszínen – a mennyiség helyett a minőség került előtérbe. A lassú turizmus mára már nem csak a környezeti fenntarthatóságra koncentrál, hanem a társadalmi elégedettség és jólét

kialakulására is. A „lassú turisták” legfőbb motivációi a pihenés, az elmélyülés, a relaxáció, az önreflexió, az innováció, az elköteleződés. (Eylül-Csapody, 2023)

Napjaink turizmusában ugyanakkor élesen megfigyelhető az ellenkező irányú fogyasztói trendek egyidejű jelenléte. (Gonda, 2022) Vélhetően a jövőben is a tömegturizmusban realizálódik az iparág forgalmának nagyobb része, bár az évtizedek alatt ez sem maradt fejlődés nélkül a globalizáció, az új infokommunikációs eszközök és a megváltozott fogyasztói magatartás következtében. Utóbbi esetben dominánsabb lett a természethez való visszatérés igénye, a környezettudatosság, a helyi identitások és értékek iránt feltámadt érdeklődés, továbbá a testi, lelki, szellemi egészség elérésének tudatos célkitűzése, amely hátrább szorította a tömegturizmus hegemoniáját. A Slow Food mozgalom 1986-ban indult Olaszországból, és a fentiekén túl további jellemzője, hogy nem kötődik térhez: városokban, vidéken is terjedhet. Fő alapelve a tömegtermeléssel szemben helyi alapanyagok felhasználása, a tradicionális ételkészítési technikák felelevenítése és a közös étkezések hangsúlyozása, mint élmény. Hasonló az úgynevezett élhető város (cittaslow) ideológiája az olyan, 50 000 fő alatti városokban, ahol a környezetvédelemre, az újrahasznosításra és az infrastrukturális fejlesztésekre fókuszálnak és azt hirdetik, hogy minden tevékenységnek megvan az optimális tempója, ideje. (Gonda, 2022)

A „lassúság” (slowness), a „lassú életszemélet” (slow philosophy) összességében az áruk és szolgáltatások fogyasztásában is radikális változást idéz elő, újfajta élet- és szemléletmódot alakít ki az elköteleződés, megnövekedett felelősségvállalás által, amelynek eredményeként az egyének életében és így a társadalomban megteremthető a jóllét. Az immaterialista beállítottságú lassú turizmus lehetőséget teremt az önmegvalósításra, az egészséges és aktív életmódra, az ökológiai lábnyom csökkentésére, amely arra alapoz, hogy a tömegturistákra jellemző passzivitást, vagyis a magát kiszolgáltatni hagyó magatartást felváltja az utazó aktív, produktív jelenléte, cselekvő attitűdje, a kreativitás, a tudatosság és az önállóság iránti igénye. Ez egyben értékteremtés is, amely hozzájárul az egyén személyes életminőségének javulásához. Megállapítható: a lassú turizmus fontos alternatívát jelenthet az emberek jóllétének növelésében, mert feltételezi a rendelkezésre álló szabadidőt és így a minőségi időtöltést, minőségi élményeket teszi lehetővé. (Gonda, 2022)

A mediterrán szieszta egyik fellegvárából, Olaszországból kiinduló slow mozgalom alapelve tehát a pillanatok türelmes átélése, a dolgok módjának, idejének tisztelete, megadása, amely egyértelműen a felgyorsult, tömeges „hiperturizmus” fogyasztási szokásainak ellentéte, és egy adott desztináció felkeresése által okozott élmények megéléséből származtatja a boldogság

megélését. (Michalkó, 2010) Komótos étkezés, teraszon való ücsörgés, egymásra figyelés, közös időtöltés, elmélkedés, elmerülés egy műalkotás vagy táj szépségében, ezek jelentik a lassú turizmus jegyében megélt boldogságot. (Michalkó, 2010)

1. ábra: A lassú turizmus modellje



Forrás: Pécsek, 2014 (idézi: Gonda, 2022)

4.3. Well-being és más fogalmak

A jóllét, a boldogság vizsgálata a közgazdaságtudományban is nagy érdeklődésre tart számot évek óta. (Gonda, 2022) Például létrejöttek különböző, individuális boldogságot és életminőséget mérő indexek, ilyen a Happy Planet Index [HPI, Boldog Bolygó Index], amely az emberi jóllét elérésének ökológiai hatékonyságát méri. Ez is mutatja, hogy ma már nem lehet csupán olyan objektív tényezőkhez kötni az életminőség és a jóllét felmérését, mint a jövedelem, az egyén egészségi állapota vagy a társadalmi státusa. Nem hagyhatók figyelmen kívül az olyan szubjektív tényezők, mint például a jóllét észlelése az egyénben, melyet nagyban befolyásol annak társadalmi kontextusa. A jóllét (well-being) konszenzuson definíciójában az

egyén aktív, szándékos cselekvőként szabad akaratot gyakorol, felelősségtudata van és eleve tudatos.

Éppen emiatt viszont nehéz a kutatók dolga, a szubjektív faktorokat nem feltétlenül lehetséges pontosan felmérni. A kollektív jóllétet még könnyebb behatárolni, de az, hogy az egyes egyének számára mi okoz jóllét-érzést, kvázi boldogságot, nagyon nehéz, bár az észlelés szoros összefüggésben áll a társadalmi kollektíva által fenntartott elégedettségérzéssel. Vagyis, minél kielégítőbb a közvetlen és a tágabb szociális környezet, az egyén annál inkább hajlamos pozitívan látni a saját helyzetét is.

Gyakori, hogy a következő fogalmakat egymás szinonimájaként alkalmazzák az életkörülmények meghatározására még a kutatásokban is: boldogság (happiness), jóllét (well-being), életminőség (quality of life – QoL), az életminőséggel való megelégedettség (life satisfaction) – ez márpedig tovább nehezíti a tisztánlátást. Holott, például az életminőség kifejezés gazdasági dimenziót is magában foglal, de szól például a társas kapcsolatokról, az egészségügyi és környezeti aspektusokról is.

Vannak tanulmányok, amelyek vizsgálják a turisztikai élményszerzés hatásait az utazó lélektani állapotára, amelyek megállapították, hogy a turisták életének működése más területeken, a viselkedésük, személyes élettapasztalataik szignifikáns kapcsolatban állnak, sőt, hatással vannak más emberek életére. Azt már régóta tény, hogy a turisztikai aktivitás, élményszerzés pozitív hatással bír az egyén életminőségére, az észlelt jóllétére hosszabb távon is, az emlékek által. Vagyis: a turizmus és a boldogság, az étellel való elégedettség között szoros, egyértelmű kapcsolat áll fenn. (Gonda, 2022)

A boldogságkutatás (happiness research) azért nem támaszkodhat pusztán objektív szempontokra, hanem sokkal inkább összetett vizsgálódási terület, mert az anyagi jólét és a boldogság között nincsen egyértelmű korreláció – nem az életszínvonal abszolút szintjétől függ az egyének megelégedettsége. Sokkal inkább mérhető azzal, hogy az egyén életszínvonalában van-e elmozdulás, illetve javulás, ez pedig szubjektív tényezőktől függ. A megelégedettség szempontjából is az számít, hogy az egyén életvitelében mennyire erős és eredményes az anyagi javak elsajátításának igénye és főleg képessége – ez nem mérhető objektív mutatószámokkal. (Szanyi, 2022)

4.4. Érezd magad jobban kampány

Az amerikai nonprofit, jótékonyági szervezet, a WellBeing International Feel Better, azaz Érezd magad jól kampányának az a célja, hogy az emberek, állatok és a környezet egymástól való elválaszthatatlanságát mutassa be világszerte, azzal a törvényszerűséggel együtt, hogy nem lehet úgy megváltoztatni a három összetevő egyikét úgy, hogy az ne lenne hatással a másik kettőre. Emiatt fontos, hogy ne csak az emberi eredményekre összpontosítsunk, hanem mindhárom elemnél optimális eredményeket kell keresni. A koncepció lényege, hogy a közvélemény-kutatások során a fogyasztók arról számoltak be: jobban érzik magukat, ha a fenntarthatóbb életmódot követik. A kampányban alkalmazott „Feel Better” szlogen a személyességet hangsúlyozza ebben, és például rámutat, hogy amikor akár kisebb változtatásokat is végrehajtanak az emberek az életmódjukban, azzal már jelentős globális hatásokat válthatnak ki, ha kellő számban alkalmazzák őket. A kampány célja, hogy az egyes emberek tömegei által megváltoztassa a kormányok, a cégek és a közintézmények viselkedését a „kereslet hatalma” által. Mivel a keresletet az emberek generálják, hatással lehetnek a változásokra a fenntarthatóbb világ felé. Ehhez megfelelő tájékozottságra van szükség a jó döntések meghozatalához, ezért a WellBeing International rengeteg olyan információforrást biztosít a fogyasztóknak, amelyek az aktuális tudományos ismereteket közérthető formában tárlják, és érintik az emberek, az állatok és a természeti környezet összefüggéseit. A Feel Better kampány fő területei az élelmiszerpolitika, az energiafelhasználás, a föld- és hulladékgazdálkodás, az óceánvédelem, a levegőminőség. (<https://wellbeingintl.org/>, n.d.)

4.5. Mi az életminőség a tudományokban?

Történetileg a kifejezést elsőként a gazdasági növekedés fenntarthatatlanságának kritikájaként alkalmazta néhány kutató, de a mai napig nincs általánosan elfogadott definíciója. (Kovács, 2007) Lennart Nordenfelt, svéd tudós szerint az életminőség a boldogsággal azonos, és azonosítani lehet az élettel való elégedettség vagy elégedetlenség mértékével.

Az életminőség vizsgálatára, a népesség jóllétének optimalizálására szolgáló modellek három nagyobb tudományterülethez kötődnek: szociológia, pszichológia, egészségtudomány – ezen területeken szinte egyidőben kezdődtek a különféle kutatások.

A szociológiai megközelítés szerint széles mintavételű, kérdőíves felméréseket alkalmaztak az életminőség feltárására a társadalmi tőke és más objektív tényezők rangsorolásával, melyek gazdasági, társadalmi, környezeti és kulturális jellegűek.

A pszichológiai vizsgálatok jórészt kérdőíves vizsgálatokat alkalmaztak az életminőség feltárására, amelynek alapja a korábbiakban részletesebben vizsgált pozitív pszichológiai irányzat (amely az Arisztotelész-féle boldogság definícióra épít – ami szerinte azonosítható az életminőséggel.)

Az egészségtudomány megközelítésében az orvoslás célja nem csak az emberi test, hanem az ember és az egészségének javítása, ezáltal az életminőségének jobbítása az életkor előrehaladtával. Akárcsak az életminőséget, az egészség fogalmát is nehéz objektíven meghatározni és egy konkrét mutatóval mérni, mivel szintén összetett fogalom, de például az általános közérzet jellemezhető egyetlen mutatóval. A leginkább szubjektív mutatók szerinti életminőség-felmérések az egészségtudományokat jellemzik, és az alkalmazott definíció szerint is a szubjektív életminőség olyan fizikai és pszichológiai jellemzők összessége, amelyek meghatározzák, hogy az egyén mennyire érzi magát egészségesnek, illetve mennyire leli örömét az életvezetésében. (Kovács, 2007)

4.6. Alapvető életminőség-modellek a kutatásban

Több kutatás bizonyította már, hogy az életkörülmények nem közvetlenül, hanem az emberek szubjektív tapasztalásán keresztül hatnak a boldogságra, az élettel való elégedettségre. (Kovács, 2007) Két nagy alapmodellt szoktak megkülönböztetni az életminőség kutatásaiban: egyik a skandináv életszínvonal modell, a másik az amerikai életminőség-modell.

A skandináv modell szerinti megközelítés középpontjában az erőforrások állnak, amelyben a fő hangsúly az életfeltételekből eredő tényezők befolyásoló szerepén van.

Az amerikai modell viszont elsődlegesen a szubjektív érzékelés és értékelés folyamatainak fontosságát emeli ki, vagyis, hogy az emberek szubjektív közérzete határozza meg a társadalom fejlődésének és az életminőség mértékének mutatóit, mert a saját életminőségét maga az

átlagember tudja a leghitelesebben megítélni. Ebben az amerikai modellben az a felfogás is szerepet játszott, hogy egyre inkább az immateriális tényezők alapján lehet meghatározni az emberek életminőségét.

A két alapmodellt ötvözi elméletében Erik Allart (idézi: Kovács, 2007), aki szerint az életminőség kérdése a szükségletek felől közelíthető meg, ezeket hierarchikus rendben ábrázolja (having-loving-being) és az egyes szintek teljesülése nem feltétele a magasabb szinteken érzékelhető szükségletek kielégülésének. Azzal ellentétben a magasabb szinten elhelyezkedő szükségletek kielégülését nem teszi függővé az alacsonyabb fokon álló szükséglet kielégülésének bekövetkeztétől.

1. táblázat: Allart életminőség-modellje:

	<i>Objektív indikátorok</i>	<i>Szubjektív indikátorok</i>
<i>Having</i> Materiális és nem személyes szükségletek	1. Az életszínvonal és a környezeti körülmények objektív mérése	4. Szubjektív érzések: az életkörülményekkel való elégedetlenség/elégedettség
<i>Loving</i> Szociális szükségletek	2. A másokhoz fűződő kapcsolatok objektív mérése	5. Kapcsolatokkal való elégedetlenség/elégedettség
<i>Being</i> A személyes fejlődés szükségletei	3. A társadalomhoz és a természethez fűződő viszony objektív mérése	6. Az elidegenedés vagy a személyes kiteljesedés szubjektív érzése

Forrás: Allart: Having, Loving, Being – An alternative to the Swedish Model of Welfare Research (Utasi, 2006;287)

A másik fontos európai kutatási vonulat Wolfgang Zapf nevéhez fűződik, aki ugyancsak ötvözni igyekezett a skandináv és az amerikai életminőség-modelleket. Zapf szerint nem csak az állam és állampolgárok felelősek a magas életminőségért, hanem számítanak a független civil szervezetek tevékenységei és a piaci változások is. (Kovács, 2007)

Életminőség a magyar turizmusban: NTS 2030

Láthatjuk, hogy több mint kétezer éve foglalkoztatja az emberiséget az életminőség mibenléte, amely kutakodás megjelenik Arisztotelész „Nikomakhoszi etikájától” kezdve Veenhoven „boldogság-adatbázisának” létrehozásáig. Az életminőség meghatározása során az emberi létet meghatározó objektív tényezőket (például az életkörülményeket, az életszínvonalat, az életmódot) együtt kell figyelembe venni azok szubjektív tükröződéseivel (például az elégedettségérzettel, a közérzettel, kvázi a boldogsággal, amelyet a Veenhoven-féle iskola a jólléttel, azaz az élettel való általános elégedettséggel azonosít, és ennek egyik tényezője a turizmus, mint az otthontól távoli környezetben végzett szabadidős tevékenység). (Kiss-Kovács-Michalkó, 2020)

Az életminőség és a turizmus kapcsolatát vizsgáló kutatások nagy része a turizmus gazdasági, társadalmi-kulturális és környezeti hatásait veszi górcső alá, ezek eredményei hazánkban megjelennek a Magyar Turisztikai Ügynökség által 2017-ben megfogalmazott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) 2030 című dokumentumban. Ez részletezi a turizmus életminőség-orientált fejlesztésének főbb szempontjait, amelyek a magyarországi turizmuspolitika alapjait adják. Az NTS hangsúlyozza a jóllét erősítésének fontosságát a turisták és a helyi lakosok relációjában – ennek az egyes települések a kínálat fejlesztésével, támogatásával és a fenntarthatóság biztosításával tehetnek eleget. Ennek ellenére a hazai turizmusmarketingben a turizmus boldogító hatásának direkt hangsúlyozása még mindig csak elvétve jelenik meg, holott a vendég és a vendéglátó szerepében egyaránt megtapasztalható az élményszerzésre irányuló környezetváltozás és a jóllét összefüggéseinek hozadéka. (Kiss-Kovács-Michalkó, 2020)

Az NTS 2030 az egyetlen olyan ágazati dokumentum a magyar gazdaságpolitikában, amely a célrendszerével, az ahhoz kapcsolódó intézkedéseivel arra törekszik, hogy egy konkrét szektorban az emberek életére ható életminőségközpontú fejlesztéspolitika érvényesüljön. Ennek érdekében úttörő jelleggel kidolgozták a turizmusspecifikus életminőség-indexet (TRQL-index).

Ennek elméleti alapját az adta, hogy ugyan a világban leginkább a turizmus gazdasági eredményeivel, jelentőségével (devizaegyenleg, vendégforgalom, szolgáltatók bevétele) méri az ágazat életminőségre gyakorolt hatásait, holott eredendően nem gazdasági ággként indult el a turizmus, hanem a pihenés, a rekreáció igénye, az új megismerésének vágya alapozta meg.

A turizmus a rekreációs lehetőségek tárháza, és mint ilyen, hozzájárul az egészséges életmód kialakításához és fenntartásához. A hivatás- és a szabadidős turizmus rengeteg olyan, leginkább az egészségi állapotra hatást gyakorló tényezővel bír, amelyek aktivizálódnak az emberi szükségletek kielégülése során és így befolyásolják az emberi életminőséget. A szabadidős turisztikai tevékenységek közé tartozó utazás során például kielégül a fiziológiai szükségletek közé sorolt táplálkozás, pihenés, míg a hivatásturizmusban például a megbecsülés iránti szükséglet teljesül, amely a munkavégzéssel áll szoros összefüggésben.

Eleve nagy hatása van a turizmusnak a munkahelyteremtésre, a képzésre, nyelvtanulásra, a tudásmegosztásra, valamint a környezeti és épített, műemlékszerű erőforrások megbecsülésére. Emellett, a turizmus hozzájárul, hogy az emberek megismerhessenek más kultúrákat, más életmódot folytató polgárokat, amely úgy javítja az életminőséget, hogy toleránsabbá teszi őket egymás iránt. Az NTS logikája szerint tehát komplex módon járul hozzá a turizmus a vendégek és a vendéglátók, az egész lakosság életminőségére. (Kovács, 2007)

A komplex TRQLindex három komponensből épül fel:

1. A hazai lakosság szubjektív életminőség-érzése a turizmussal kapcsolatban
2. A Magyarországra érkező külföldi vendégek szubjektív életminőség-érzése a turizmussal kapcsolatban
3. A turizmusban érintett lakosság objektív és szubjektív életminőségének dokumentálása kutatások alapján az egyes desztinációkban (Kovács, 2007)

A világ legélhetőbb városai

Az Economist jelentette meg nemrégiben az Economist Intelligence Unit (EIU) által összeállított, legfrissebb élhetőségi indexet a világ városainak vizsgálatával, a Covid-19 világjárvány okozta romlásból való felépülés viszonylatában. (The Economist, 2023. 06. 21.) Az index öt kategóriában, 173 városban összesítette az életkörülményeket mutató tényezőket, például figyelembe vették az egészségügy helyzetét, a stabilitást, az oktatást, az infrastruktúrát, a kultúrát és környezetet. A 2023-as „világ legélhetőbb városai” rangsor szerint az ázsiai-csendes-óceáni térség városai lendültek fel a legnagyobb mértékben, míg az index arra is

rámutat, hogy az elmúlt 15 évben javult a városi élet színvonala. (The Economist, 2023. 06. 21.)

Az élhetőségi felmérés pillanatképet mutat azokról a városokról, amelyekben bevándorlóként a legkívánatosabb vagy éppen a legkevésbé kívánatos élni. A rangsorban az osztrák főváros, Bécs a stabilitás, a jó infrastruktúra, a kultúra és szórakozás városaként előkelő helyen, negyedikként szerepel, míg például Koppenhága – hasonló okokból – a második lett. A harmadik helyen az élhetőségi listán Melbourne áll. Lényegében megállapítást nyert, hogy a leginkább élhető városok a kisebb vagy közepes méretű városok és gazdag országokban vannak. Az élhetőség szempontjából viszont azok a nagyvárosok, amelyek zsúfoltak, sűrűn lakottak és ahol magas a bűnözés, meglehetősen hátrább szerepelnek a nemzetközi listán. Például London tavalyhoz képest 12 helyet lépett vissza (46. hely), míg New York tíz helyet rontva jelenleg a lista 69. helyét foglalja el. A rangsor végén Damaszkusz szerepel. Az élhetőség érzését befolyásoló tényezők romló megítélése miatt számos kelet-európai város helyezése csökkent, mivel közel vannak Ukrajnához, ahol háború dúl. De rontja a megítélést például a görög városokban a sztrájkoló munkások híre, a franciaországi nyugdíjtüntetések ügye, illetve az izraeli és perui halálos összecsapások is csökkentették a pontszámokat az érintett országokban. Az infláció mértéke várhatóan ugyancsak csökkenteni fogja a következő években több ország/város esélyeit a rangsorolásban, mert a magas fogyasztói árak negatívan befolyásolják az általános élhetőségi szempontok értékelését az ott élőknel. (The Economist, 2023. 06. 21.)

5. Anyag és módszer

A szakdolgozatom témáját három lépésben dolgoztam fel. Elsőként a szakirodalom alapján a turizmus és a boldogság kapcsolatát vizsgáltam meg. Ezután második lépésben gazdasági mutatószámok felhasználásával rangsormódszerrel összevettem a WHR alapján a 10 legboldogabb országot a turisztikai adatai alapján. Végül harmadik lépésben mélyinterjút készítettem Kovács Balázs nemzetközi turizmuszakértő és boldogságkutatóval.

Általánosan igaz, hogy a kutatásoknak sokféle célja lehet, például az, hogy elemezze, megértse, elbírálja a vizsgálat alá vont, társadalomtudományi jelenségeket, illetve a már létező ismereteket, az abból fakadó hipotéziseket. (Kjell-Pervez, 2016)

A kutatásmódszertan a szakirodalom szerint szabályok és eljárások rendszere, amely azon alapul, hogy a kutatás szorosan összefügg a kiindulási pontot jelentő probléma kiválasztásával, strukturálásával és megoldásával. Az érzékelés és a problémák strukturálása befolyásolja a későbbi kutatási tevékenységeket. Fontos módszertani szabály, hogy a kutatók nem hirdetik és nem kérdezik meg, hogy vajon a megfigyelt társadalmi tevékenység jó-e vagy rossz; csupán elemzik, ismertetik és magyarázzák azt. A kutató igyekszik a lehető legtárgyilagosabb maradni. (Kjell-Pervez, 2016)

Megjegyzendő, hogy a turisztikai, szolgáltatási szándékú vállalkozásoknál is eleve javasolt a kutatások módszertani alkalmazása. Az üzleti életben, a marketingben egyre nagyobb szerepet kell kapjanak az egzakt kutatások, mivel a gazdasági háttérű döntéshozatal jellemzően összetettebb jellege megköveteli az egyes kérdések (például esetünkben a boldogságközpontú utazási fejlesztések, tervezések) szisztematikus, átgondolt megközelítését. A vezetőknek ehhez olyan értékelőképességgel kell rendelkezniük, amellyel megérthetik a döntéseik következményeit. Akár egy új turisztikai terméket kíván bevezetni egy vállalkozás, akár egy új kínálati piacot (például a slow mozgalmat képviselő utazásokat) próbálja meghódítani, javasolt ehhez előbb valamiféle kutatást végeznie, hogy eldönthesse, lesz-e rá kereslet, a megcélzott szegmens fogadóképes-e az újításra. A vállalkozás vezetője piackutatás által tudja azt is biztonsággal megítélni, hogy miként dolgozza ki az új terméke, fogyasztói csoportra a marketingtervet. (Kjell-Pervez, 2016) Ezzel összefügg, hogy a fogyasztásnak egy jól meghatározható funkciója az, hogy megmutatja egy szegmenshez, csoporthoz való tartozást vagy éppen az adott fogyasztó (ember) státuszát. Törőcsik (2016) A ma fogyasztója jellemzően multiopcionális, vagyis él a felkínált választási lehetőségekkel és alapvetően nyitott az új megoldásokra, termékekre. A fogyasztási trendek kutatása a fogyasztói magatartás elemzését jelenti egy adott piacon a termékek, szolgáltatások viszonylatában. Két alapvető kategória létezik: a funkcionális fogyasztás (amely racionálisan érthető, indokolható) és a szimbolikus fogyasztás (amely inkább emocionális töltetű, ezért gyakran nem indokolható). (Törőcsik, 2016)

A trendkutatás a fogyasztók magatartását befolyásoló jelenségek vizsgálatával, középtávon teljesíti feladatát, a kutatás középpontjában az emberek állnak. A trendkutatás túlnyomórészt szekunder, kvalitatív kutatási technikát alkalmaz. (Törőcsik-Szücs, 2021)

A kutatásom során mélyinterjút egy szakértővel készítettem, amely alapvetően egy kvalitatív kutatási módszertan – elsődlegesen a problémakörrel kapcsolatos megértésre helyezi a hangsúlyt, azzal az elsődleges céllal, hogy megfogalmazódjon az elmélet, vagyis a megfelelő

magyarázat a vizsgált jelenség hátterének megértésére. (Kjell-Pervez, 2016) Erre a kvalitatív kutatási módszerre egyrészt a teljesebb kép igénye miatt esett a választásom, másrészt, mert – mint ahogy a szakirodalomban Mitev (2019) kifejti – a mélyinterjú arra ad lehetőséget, hogy kevésbé standardizált, sokkal inkább részletesebb, egyénibb, a probléma feltárását, a vizsgált jelenség dinamizmusának megértését jobban támogató, ám hiteles információkat kaphassunk.

Az általam választott szakemberrel készített mélyinterjú során az előzetes várakozásaimnak megfelelően azt tapasztaltam, hogy a válaszok kiértékelésével jobban megérthetjük a vizsgált témakör mögöttes folyamatait, elméleti és gyakorlati hátterét. A szakértő ilyen módon segített megérteni, modellezni a boldogságkereső attitűdöt a kínálati és a keresleti oldalon is.

A nyitottabb, kötetlenebb, személyes stílusú információk, a szubjektívebb benyomásokat tartalmazó mélyinterjú abban is segítettek, hogy jobban megérthessük egyrészt a boldogságkutató szakember motivációit, másrészt konkrétan a világ legboldogabb országa, Dánia receptjét a társadalmi jóllét megteremtésében. Az alkalmazott szakmai mélyinterjú ugyan nem számít reprezentatív mintának, azonban mindenképpen teljesebb képalkotásra adott lehetőséget, kiváló alapként a hipotézisek megválaszolásához.

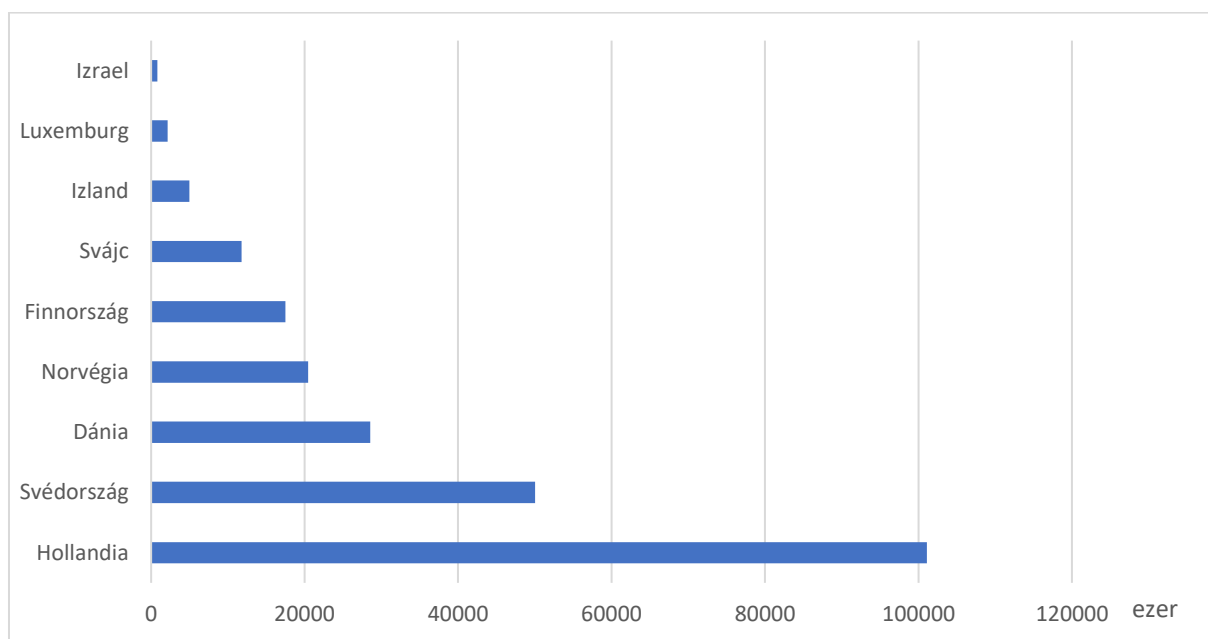
5.1. Eredmények

A társadalmi jóllét jellemző szintjére, illetve az életminőség és a turizmus összefüggéseire áttételesen rámutathatnak a turizmus, a GDP-hez való teljes hozzájárulásának alakulására, illetve az egyes országokban a vendégéjszakák, a beutazó és a belföldi turisták számának alakulásáról szóló statisztikák is. Néhány hivatalos statisztikai adatot megkísértem e szemszögből elemezni annak érdekében, hogy láthassuk: a szabadidős utazások miként befolyásolhatják az emberek boldogságérzetét, illetve fordítva: egy boldog desztinációban erős-e a turizmus, megjelenik-e az utazási területeken a helyben élők szubjektíven megtapasztalt pozitív életminősége.

Érdekes megnézni a World Happiness Report 2023-as rangsora alapján a 9 legboldogabb országok vendégéjszakáinak az alakulását, a 10 helyen álló Új-Zélandra nem találtam a statisztikák alapján releváns adatokat.

Az országokban a Központi Statisztikai Hivatal az Eurostat adatai alapján összesítette a vendégéjszakák számának alakulását. Az alábbi diagrammon szerepelnek a KSH által gyűjtött mutatók:

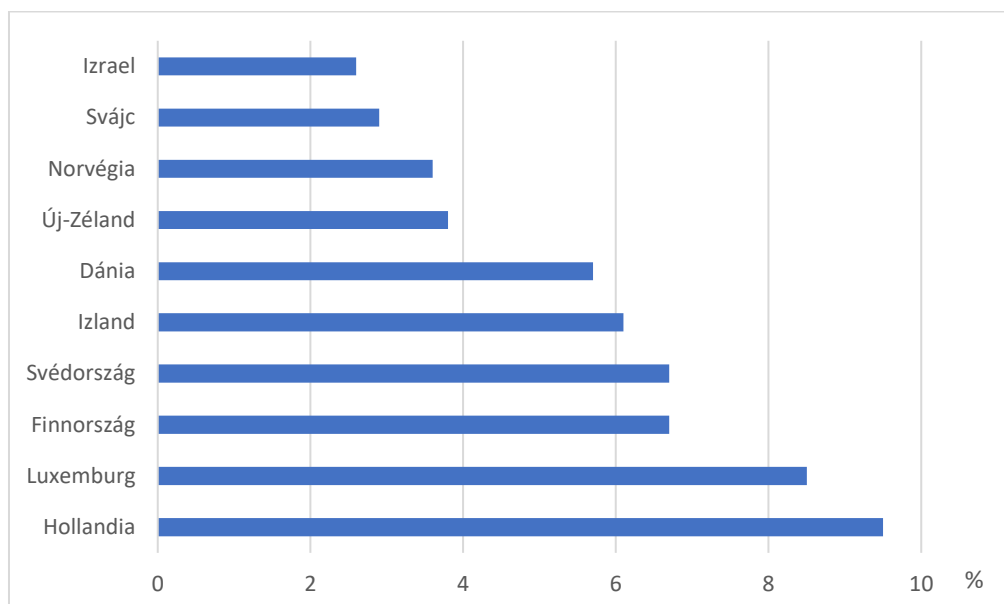
2.ábra: Vendégéjszakák száma a WHR 2023-as rangsor (1-9) országaiban



Forrás: Saját szerkesztés, KSH/Eurostat adatai alapján (2021)

A 3. számú diagramból jól látható, hogy kiemelkedően a legmagasabb volt Hollandiában a vendégéjszakák száma, a WHR 2023-as boldogság rangsorban az ötödik helyen szerepel. A rangsor elején szereplő négy ország messze elmarad Hollandia számától. Ebből az következtethető, hogy a vendég éjszakák száma és a boldogság szint között nem lehet élesen egyenes arányosan párhuzamot vonni.

3 ábra: Turizmus a GDP-hez való teljes hozzájárulásának aránya a WHR 2023-as rangsor 10 országában



Forrás: Saját szerkesztés, Eurostat, OECD adatai alapján (2021)

Turizmusnak a GDP-hez való teljes hozzájárulásának az aránya a WHR 2023-as rangsor alapján megfigyelhető, hogy Hollandia bruttó hazai termékének közel 10%-a származik a turizmusból. A legboldogabbnak vélt finneknek a GDP-jük közel 7%-a, ami a turizmusból ered.

2.táblázat: Az első 9 legboldogabb ország adatainak rangsor módszer szerinti elemzése

Országok	WHR rangsor	Vendégéjszakák száma	Turizmus GDP aránya	Összesen	Rangsor
Finnország	1	5	3	9	2
Dánia	2	3	5	10	3
Izland	3	7	4	14	5
Izrael	4	9	8	21	8
Hollandia	5	1	1	7	1
Svédország	6	2	3	11	4
Norvégia	7	4	6	17	6
Svájc	8	6	7	21	8
Luxemburg	9	8	2	19	7

Forrás: Saját szerkesztés, WHR, KSH, Eurostat, OECD adatok alapján

Az első kilenc legboldogabb ország rangsora alapján látható, hogy a legkevesebb pontot Hollandia kapja, mivel a WHR rangsor alapján ugyan az ötödik helyen szerepel, de a vendégéjszakák száma és a turizmus a GDP-hez való teljes hozzájárulási aránya a legmagasabb a vizsgált országok közül. Hollandiát követi a második és a harmadik helyen Finnország és Dánia hasonlóan, mint a WHR 2023-as rangsora szerint.

Itt érdemes kitérni arra, hogy ahogyan azt az UNWTO (Turisztikai Világszervezet) is kimutatta, a turizmus szektor világgazdaságban betöltött szerepe igen jelentős: az elemzések szerint a terület a szolgáltatói szektor exportértékének 33 százalékát adja, és multiplikátor hatásaival együtt jelentős munkahelyteremtő szerepe van (minden 11. álláshely turisztikai jellegű). (Zátori, 2018) A turizmus egyike a szolgáltatás jellegű élménygazdasági ágazatoknak, amelyeknek három fő területe a turizmus és vendéglátás (illetve gasztronómia, rendezvény- és programszervezés), továbbá a sport és szabadidő, illetve a kultúra és kreatív ipar. Az élménygazdaság szemlélete szerint a hozzáadott érték forrásai a turizmusban is az előállított élmények, ahol az utazó/fogyasztó végeredményként magasabb fokú elégedettséget tapasztal, mint a hagyományos termékszolgáltatás igénybevételekor. Az élményeket ugyanis – az előzetes élményígéretnek következményeként – emlékezetesnek, egyedinek, fenntarthatónak tartja és ezek pozitív érzés váltanak ki belőle, ezért szeretné őket megismételni, sőt, megelégedéssel terjeszti a megélt élmények jóhírét. A szolgáltató vállalkozások számára pedig ennek mentén a profit az értéknövekedésből származik, amelyet biztosít a kereslet és az egyediségből fakadó magasabb ár. (Zátori, 2018)

A turisztikai szektor gazdasági szerepét az is tükrözi, hogy évente a nemzetközi turistaérkezések átlagosan 4 százalékkal növekednek világszerte, leszámítva a 2008-as gazdasági világválság kedvezőtlen hatásait, amelyek elhúzódtak és például a turizmuson belül 2019-ben és 2010-ben is meglátszódtak a vendégforgalmi adatokon.

A másik globálisan negatív hatást a 2020-ban kezdődött Covid-19 pandémia, amely világszerte megbénította a turizmus ágazatot, példátlan veszteségeket okozva a szektor minden területén, így a szálláshelyeken mért vendégérkezésekben is. Az egészségügyi veszélyhelyzet miatt lebénult légi közlekedés, az utazási korlátozások, a határok lezárása, a vírus elleni védekezés különböző megoldásai (kényszerű üzemszünet, bezárások stb.)

Bár a turisztikai adatokban nagyobb hullámzások figyelhetők meg a 2023-as WHR-rangsor élén végzett Finnországban, hasonló háttere van az ott uralkodó életérzésnek. Ennek gyökereiről Kodolányi János is írt finnországi tevékenysége kapcsán az 1930-as évekből. Kodolányi a Pesti Napló 1936. október 24-én megjelent számában jegyzett cikkében úgy fogalmaz, hogy a finnek erényei és nemzetkarakterológiai tulajdonságai közé tartozik a becsület, a szorgalom, a bátorság, a tisztaság, a takarékoság, ezen tulajdonságok pedig minden egyes nép életében és fejlődésében meghatározók lehetnek. (Váradi, 2019) Emellett, sokat elárul a finn hozzáállásról, hogy a Bloomberg hírügynökség egyik idei nyári cikke szerint arra kérte az utazókat egy, a Finn-öböl keleti Nemzeti Parkjában található, lakatlan finnországi sziget turisztikai felelősei, hogy kapcsolják ki a mobiltelefonjukat, ha a páratlan természeti szépséget képviselő szigetre érkeznek. (Bloomberg, 2023. 06. 22.) A Finn-öböl keleti nemzeti parkjában található szigetek egyikén azt szeretnék elérni, ha a térség kifejezetten telefonmentes lenne, és az odaérkezők megállnának és az érzékszerveikkel nem az okoseszközeiket, hanem „csak” a sziget szépségeit élveznék – ezt a tömegetturizmusban jellemző, túlterhelt fogyasztói közösségekre jellemző attitűdök ellenében terjesztenék el. Hasonló elvek mentén például 2023 januárjában a történelmi Bathban, Angliában is mobilmentes zónává alakították át egy termálfürdőt (Thermae Bath Spa). (Bloomberg, 2023. 06. 22.)

Továbbá, jól összefoglalja a jellegzetes finn szemlélet sajátosságait az az egykori Magyar Turizmus Rt. korábbi szakmai folyóiratában 2004-ben publikált országtanulmány, amely leírja, hogy a finneknek jellegzetes utazási szemléletük van, amelyben erősen tükröződik a kötődés a hazai szokásaikhoz. Ez például olyan erős a finnekben, hogy idegenben is ragaszkodnak az otthon megszokott ízekhez, emellett a finn szauna és az anyanyelvű újság elérhetősége külföldön is egyfajta kapaszkodóként szolgál számukra. (Major, 2004) Valamennyi finn polgár sajátja a természet szeretete és a növények tudományos alaposságú ismerete, és megszokták, sőt, szeretik a hazájukban jellemző zord időjárást is. A finnek egyik lételeme a cselekvés öröme, ennek jegyében sportkedvelők: megszállottan táncolnak, kirándulnak, mozognak, sétálnak, kerékpároznak, ezeket a tevékenységeket otthon és külföldön is előszeretettel gyakorolják – leginkább a szabadidős és kulturális utazások területén erősek. Emellett a hazájukban megszokott tisztaságra, higiéniára, rendezett közlekedési morálra, illetve a pontosságra is igényesek. Híresek a munka- és szakmaszeretetükről is, amely számukra a becsülettel, megbízhatóan, precízen elvégzett munkában, és a szakmájuk iránti állandó érdeklődéssel párosul. Tisztelik mások kultúráját, ezt jól társítják a saját kultúrájuk iránti ragaszkodással. A finnek nagyon bíznak a saját egzisztenciális biztonságukban, a társadalmi jóllétük alapjaiban,

amelyhez mereven ragaszkodnak, elkötelezettek a fenntartása iránt. A mentalitásukra jellemző, hogy bár megfontoltan ismerkednek, rendelkeznek azzal a készséggel, hogy sajátosan, nyitottan befogadják az újdonságokat – ebben nagy szerepe van az emelkedett és minden részletre kiterjedő tudásvágyuknak is. (Major, 2004) Láthatjuk, hogy sok hasonlóság van a dánok és a finnek skandináv életérzésében, és minden bizonnyal nem véletlen, hogy ennek köszönhetően mindkét ország vezető helyen szerepel a világ legboldogabb nemzeteinek rangsorában, amely a bővülő turizmusukban is visszaköszön.

5.2. Mélyinterjú

Kovács Balázs okleveles közgazdász, a magyar turizmus bécsi külképviselésének korábbi vezetője (Magyar Turizmus Zrt, Magyar Turisztikai Ügynökség), jelenleg a bécsi székhelyű GD Consulting tanácsadó cég ügyvezetője, nemzetközi turizmuszakértő, a fenntartható turizmus világtanács (GSTC) tagja, boldogságkutató.

Ön évek óta foglalkozik a boldogságkutatással, a turizmus és életminőség összefüggéseivel, ezek fejlesztési lehetőségeivel az egyes európai országokban. Melyek a konkrét tapasztalatai, amelyekre alapozni tudja a megállapításait?

Ausztriában élek nemzetközi turisztikai szakértőként, tanácsadó tevékenységem elsősorban a jövő turizmusát, az újturizmus világának proaktív építését ösztönző projektekre fókuszál. Az osztrák és a magyar gazdasági, turisztikai, kulturális és diplomáciai kapcsolatok erősítését segítem, emellett elsősorban a Duna-menti térség fenntartható projektjeiben veszek részt tanácsadóként. Ausztriában évek óta tudatos koncepciók mentén igyekeznek a boldogságot megteremteni a 2019 óta érvényes, Materplan-T turizmusstratégia által, melynek rengeteg területe van, de alapvetően a fenntarthatóságot célozza. Eközben egy évet töltöttem Dániában, hogy tanulmányozzam, mi a boldogság receptje, az ott élő emberek miként érik el, hogy a nemzetközi mérések szerint is a társadalmi jóllét, az életminőség szempontjából első helyen szerepelnek a boldogságmutatók skáláján. Ott megkaptam a Happiness Ambassador, a Boldogság Nagykövete kitüntetést is, hogy „terjeszteni tudjam az ígét”, amelyet örömmel teszek a mindennapi tanácsadói munkám során. Hitvallásom szerint a hosszú távon érvényesülő, felelős gondolkodás képessége, a megalapozott döntések alapvető igénye, a

pozitív és professzionális hozzáállás garanciát jelenthetnek a sikeres együttműködésekre, a nyerő ügyletekre, a sikeres piaci helytállásra a turizmusban. Az üzletben nem csak a nyereség a lényeg, hanem az emberi tényezők szinergiája, illetve az alkotás által megélt boldogságpillanatok összessége is legalább olyan fontos feltételei a jó ügyek tisztességes szolgálatának.

Mi kell a boldogsághoz, mi az a jellegzetes „dán életérzés”, mit tanulhatunk a világ legboldogabb országától?

Abban a boldogságkutatók egyetértenek, hogy a boldogság érzése abból alakul ki, ahogy az ember a mindennapjaiban érzi magát, sok tényező összetevőjeként. A tapasztalataim szerint a dánoknál a szabadidő, a szabadság megélése, ezen belül az utazás kiemelt tényező, vagyis a jóllétük megteremtése szempontjából meglehetősen fontos helyen szerepel náluk a turisztikai lehetőségek mind szélesebb körű, optimális kihasználása, lehetőség szerint a családjukkal, barátaikkal közösen. Ők ezt az életérzést a saját szavaikkal úgy írják le, hogy „kucorgunk egy meleg szobában a kandalló vagy a gyertya fénye mellett, kortyoljuk a meleg teát és örülünk, hogy együtt vagyunk”. A maga egyszerűségében van a nagysága. Tudományos oldalról olyan hétköznapi megállapítások vannak érvényben Dániában, hogy például szombat a hét legboldogabb napja, amikor túl vannak a munkás hétköznapiakon, megpihenhetnek – ennek megfelelően a legboldogtalanabb nap szerintük is a hétfő, amikor elkezdődik a heti „robot”. Az egyik fő recept a boldogsághoz a tudatosság. A dánok tudatosan ügyelnek a részletekre, hogy mindig minden pillanatot a lehető legteltjesebben élhessenek meg, legyen szó munkáról vagy különleges alkalmakról. Azt vallják, hogy ha az ember tudatosítja magában, hogy mit teszi boldoggá és aktívan keresi ezeket a folyamatokat, jelenségeket, akkor eléri a boldogságérzést, sőt, irányítja, nem pedig kiszolgáltatottan, kívülről várja. Ez a fajta attitűd nagyon fontos a boldogság megteremtésében, amely lényegében követi a régi, bölcs görögök filozófikus megközelítését, az arisztotelészi boldogságot. Emellett az epikuroszi irányzat is domináns, amely szerint az örömező növelése, a boldogságpillanatok tudatos követése és megteremtése vezet a szubjektív jóllét érzéséhez. A dánok szubjektív jóllétérzése az 1-10 skálán 10-es.

A tudatos ember mennyire állja meg a helyét a nyugati típusú fogyasztói társadalmakban?

A dánok nem jó fogyasztók ilyen értelemben, mert tudatosak, pedig a hedonista megközelítés szerint a jó fogyasztó nem tudatos. A dánoknak sikerült már abból a kelepceből kikeveredni, amiben a reklámoktól megszédített, mennyiségben és minőségben is mértéktelenül halmozó tipikus fogyasztók vergődnek, egyenes úton a boldogtalanság felé. A dánok tudatos

szemléletükkel azzal emelkednek ki, hogy másként viszonyulnak a környezetükhöz, az életkörülményeikhez, a lehetőségeikhez és egészen apró, anyagi szempontból lényegtelenebb dolgokban is megtalálják, sőt, keresik az örömeiket. Az arisztotelészi elvek az erényesebb, értékesebb, boldogabb világ megteremtésében a mai modern világban is abszolút megállják a helyüket, akárcsak a Csíkszentmihályi-féle flow élmény tudatos megélése, a közös aktivitás kultúrájának becsülete. Ezek az elvek alapvető fundamentumai a boldogságnak, a társadalmi jóllét-érzés megteremtésének – igazolják az egzakt felmérések is, Dánia esetében különösen, évek óta.

Hogy jelenik meg ez a turizmusban?

A dánok a közös élmények megélésén keresztül élik meg a boldogságot, alapvetően kíváncsiak egymásra, az utazótársaikra, számukra nagyon fontos, hogy a gasztronómiai eseményeket, az egyszerű étkezéseket is, közösen éljék meg. Alapvetően nyitottak, nem elszigeteltek, hanem kíváncsiak egymásra és a más kultúrájú emberekre is, fontos számukra, hogy folyamatosan megosszák és megélik az élményeket, mert szerintük ezáltal fokozható az egyéni boldogságérzés. Embert a középpontba! – ezt lehet érezni, ha Dániában utazunk. A flow-élmény megéléséhez számos turisztikai eszközt biztosítanak, a legegyszerűbbeket is. Például adnak egy piknikkosarat, amit megtöltenek mindenféle finomsággal és azzal indítanak útjára, hogy éld meg az élményt a tóparton, a családdal, könnyedén, kreatívan, élvezettel. Vannak olyan utazási szolgáltatások is, ahol egy út egyszerű lefoglalásával egész közösségekbe csöppenhet az ember, megint csak az együtt töltött idő, a közösen megélt élmény flowszerűsége jegyében, ahol a társaság, az út maga a cél. Koppenhágában mindenhol baráti társaságok, emberek csoportjai ülnek és azt látjuk, hogy beszélgetnek egymással, nem a mobiltelefonjukat nyomkodják, hanem figyelnek egymásra, bevonódnak egymás életébe, munka után tudatosan összejönnek, levest főznek, közben beszélgetnek vagy fejlett az adakozás kultúrája is. Lenyűgöző különbségeket lehet náluk megélni a vendégszeretetben, a vendégérzés egészen boldog, bizalmas tud lenni közöttük. A dánok társadalmának boldogságát az egymás iránti, tudatosan bizalmas hozzáállás alapozza meg, illetve, hogy az állam felé is bizalommal vannak, tudják, hogy nem hagyja őket cserben az országuk, gondoskodik róluk, ezért például örömmel fizetik be a magas adókat is, nem tehernek élik meg.

Melyek azok a dán életérzésen alapuló best practice-ok, jó gyakorlatok, amelyek mintául szolgálhatnak a boldogságteremtő turizmus kínálati oldalán a világ bármely részén?

Kiemelném, hogy például Koppenhágában professzionális információs pontokkal találkoztam, ahol az úgynevezett „kiterjesztett valóság” segítségével már előre bejárhatók azok a részek, amelyek érdeklik az utazókat. Az egész mellett a korábban már említett narratíva nagyon vonzó, amely a közösségi élményt, a boldog életérzést hangsúlyozzák. Dánia nagy kerékpáros ország, a főváros tele van kényelmes, több férőhelyes ilyen járművekkel, amellyel bejárhatók a látnivalók, kényelmesen, szabadon, jó levegőn. De ezeket a kerékpárokat sok információs ponton VR-szemüvegekkel is ellátják, vagyis, tekerés nélkül is páratlan élményt lehet átélni. Kiváló minőségű a közösségi közlekedés a szárazföldön és a vízen is, ehhez jól megszervezett városkártyák vannak, illetve van például kajakos városnézés is – ezen belül van például olyan akció, hogy ha a turista útközben összeszedi az eldobált szemetet, palackokat és azt az út végén leadja, akkor nem kell kifizetnie a városnézést. Vagyis, nem a turista használja a várost, hanem a város igénybe veszi a látogatót, mindenki hasznára.

Ön Bécsben él, ott mi a helyzet az életérzéssel?

A boldogságnak ugye két arca van: a szubjektív és objektív megközelítésének nagy különbsége Bécsben jól megfigyelhető. Itt Ausztriában az objektív szempontok megnyilvánulása nagyon nyilvánvaló, a szubjektív életérzést viszont már kevésbé tudják átadni, ezáltal nehezebb is felmérni. Az egyik szubjektív, életminőséget vizsgáló kutatásban felmérték, hogy mennyire segítőkészek a külföldiekkel az osztrákok. A felmérés szerint Bécs például a lista végén szerepel, mert az osztrákok udvariatlannak minősülnek a szubjektív tapasztalatok szerint, ehhez képest például a magyarok a vendégszeretet tekintetében jobban állnak, kedvesebbnek minősülnek a külföldiek szemében. De nézzük meg például az olaszokat, akik a World Happiness Report szerint ők boldogabbak, mint a magyarok. Emögött – hasonlóan a dánokhoz – ugyancsak inkább a szubjektív életérzések dominálnak: az olaszok szívélyesek, nyitottak, barátságosak és szeretik az együttléteket, szeretik a vendégeiket és emellett akármerre megyünk Olaszországban, azt látjuk, hogy a városokban és a kis falvakban is a helyiek nagyon összetartóak – ezeket a tulajdonságokat irigyelhetnénk is tőlük, minimum amiatt, mert alapvetően járulnak hozzá ahhoz, hogy elégedettebbek legyenek az életükkel, ezáltal boldognak érezzék magukat. Ez egyfajta belső boldogság, amely az egyén és így a társadalom számára sokkal stabilabb fogódzót jelent még a recessziós időszakokban is, mint a külső javak, azaz a tömeg által értékesnek tartott, elveszíthető, anyagi javak.

Mit üzenne az turizmus azon szereplőinek, akik már felismerték, hogy a boldogság kutatása, illetve tudatos megteremtése a jövő gazdaságait is megerősíti, az utazók élményszerzésén keresztül az egyének, ezáltal a teljes társadalmak jóléti állapotát alapvetően támogatja?

Mi hiszünk abban és a tevékenységünk is azt szolgálja, hogy elérhető minden országban a boldogság, és ennek megvalósulásához a turizmus, mint a béke iparága az egyik legalkalmasabb gazdasági terület, ahol az objektív és szubjektív szempontok szerint is lehetséges elégedetten, boldogan vállalkozni, illetve utazóként élményeket gyűjteni. Ennek mind szélesebb körű megvalósításához elengedhetetlen a paradigmaváltás, az új típusú gondolkodás elterjedése, egyáltalán a bátorság, hogy merjünk új utakra lépni, elszakadni az alapvetően hedonista szemléletű tömegturizmus anyagi céljaitól. A kettő nem zárja ki egymást: a haszon és a boldogság ily módon kéz a kézben járnak, az élet minden területén, de eleve a pénzügyekben is egyre fontosabbá válik a tudatosság, az önmagunk és a mások iránt felelős életmód, létszemlélet, a pillanat varázsának felismerése – nem egy drágán megszerezhető termékben vagy szolgáltatásban, hanem a körülöttünk lévő világ minden rezdülésében, a környezeti, természeti kincsekben. Sőt, ökológiai szempontból sem lehet már tovább húzni, hogy minden tekintetben átálljunk a fenntarthatóságot támogató attitűdökre a fogyasztásban, a mindennapi életünkben. Ezt a turizmus kitűnően közvetítheti a világnak, és követendő utat mutathat más nemzetgazdasági területek számára is.

6. Következtetések és javaslatok

A boldogságközgazdaságtana a turizmusban témám elemzését a rendelkezésemre álló adatok, szakirodalom és egy mélyinterjú megállapításaira alapozva végeztem el.

A boldogságban rejlő szubjektivitást próbáltam objektívebb módon, számokkal is elemezni. Első lépésben megvizsgáltam a vendégéjszakák számát a WHR 2023-as rangsor (1-9) országai szerint, ahol jól látható módon teljesen más eredmények születtek a WHR 2023-as rangsorhoz képest. Az adatok alapján Hollandiában töltöttek legtöbb éjszakát a vendégek és nem Finnországban. Második lépésben a turizmus a GDP-hez való hozzájárulásának aránya a WHR 2023 10 alapján elmondható, hogy Hollandiának közel 10% a turizmus hozzájárulása a GDP-hez. Harmadik lépésben rangsoroltam az adatokat és eltérőbb eredményt kaptam az első helyre, mint a WHR 2023-as boldogság rangsora szerint. Az adatok alapján Hollandia sorolható az első helyre és csak azt követi Finnország és Dánia. Következtetésként megállapíthatjuk, hogy a WHR rangsora nincs összefüggésben a vendégéjszakák számával és a turizmus GDP-hez való hozzájárulásával.

Kovács Balázs turisztikai szakértővel készült mélyinterjúból is kiderül, hogy a boldogság alapvetően egy szubjektív kategória, de manapság már egészen pontosan körbeírható, hogy milyen emberi feltételekkel valósítható meg az egyének, társadalmak életében.

Mint azt a szakértő kifejtette, a koronavírus-járvány okozta törés után 2023-tól már újra indult turizmusban addig nem beszélhetünk új világról, az egyre gyakrabban használt kifejezés szerint „újturizmusról”, amíg nincs átfogó, a kor követelményeinek megfelelő stratégiánk, és cselekvési tervünk a mai kihívásokra. A modern társadalmakban meghatározó a felgyorsult életstílus, az ezzel járó túlfogyasztás, a hedonista élvezetkeresés, a tömegek igényeinek mértéktelen kielégítése, amely társadalmi és környezeti szempontból megterheli a Földet, fenntarthatatlan élethez vezet. (Eylül-Csapody, 2023) Ezek pedig nyilvánvalóak: a tömegturizmus tipikus, környezetromboló jelenségei, a társadalomra vagy egy adott területre gyakorolt kedvezőtlen hatásai, továbbá az egyre gyakrabban előforduló természeti csapások, viharok, a terrorizmus, a geopolitikai feszültségek, a háborús jelenségek, az infláció, megélhetési problémák stb. okozta nehézségek ellen csak a fundamentális szemléletváltáson alapuló új, emberközpontú cselekvési tervekkel lehet felvérteződni, ezek vezetnek el az újturizmus boldogító világába is. Folyamatosak a változások körülöttünk, a turizmusban is állandó akadálypályán kell haladni, nem tudhatjuk, pontosan mi vár ránk a következő hetekben, hónapokban, megszűnőben vannak a régi, hagyományosan bebetonozott módszerek, eljárások gazdasági, társadalmi szempontból is. Átalakulóban van az egész világ. Az utazás továbbra is a bizalomról, a közvetlen emberi kapcsolatokról, és ahogy annakidején létrejött, ma is az új megismerésének vágyáról, az emberi kíváncsiság kielégítéséről szól. Ehhez az alapvető szemlélethez egyébként is szükséges visszatérni, mert túlságosan elment a világ a nyugati típusú, elidegenítő, túlfogyasztással, felhalmozással, önközpontúsággal járó létszemlélet felé, amely gazdasági és ökológiai szempontból az összeomlás szélére került.

A boldogságközpontú közgazdaságtan éppen ettől kívánja megmenteni a világot, a végleges összeomlástól, az adottságaink és lehetőségeink elpazarlásától. Végsősoron az emberiség, a Föld megsemmisítő összeomlásától azzal, hogy az embert helyezi a középpontba a tárgyiasult, anyagi értékrend helyett, amely ide vezetett: háborúhoz, válságokhoz, élelmiszer- és vízhiányhoz, kényszerű migrációhoz, egyéni és társadalmi katasztrófákhoz. Az embereknek, a vezetőknek a megoldás, a jövő érdekében új megközelítésre van szüksége. A gazdasági, pénzügyi „akkumulátorok” mellett az újrakezdéshez immár a szellemi, lelki tartályokat is tudatosan fel kell tölteni, hogy egy élhetőbb, boldogabb világot teremtsünk mindannyiunk felelősségével. Egy körforgásos turizmusgazdaság megalapozásával biztosítható lehet, hogy öt,

tíz, húsz, harminc vagy ötven év múlva is lehessen beszélni boldogító utazásokról, illetve boldog társadalmakról. Ennek érdekében elengedhetetlen a paradigmaváltás, annak reményében, hogy már nem kell visszafordulni, újabb egészségügyi vagy gazdasági, energetikai, politikai válságokat átélni és ismét felívelő pályára állhat minden ország – gazdasági, társadalmi és lelki vonatkozásokban egyaránt.

Az, hogy mennyire érzi valaki elégedettnek magát az életében, kihat az emberi kapcsolataira, az egyéni boldogulására, érvényesülési képességére, a különböző élethelyzeteire és ezáltal a boldogságérzetére, a sikerességére és az önértékelésére. Alapvetően a pillanatnyi vagy a tartósan meghatározó világnézetére is befolyással van. (Szanyi,2022) Mivel a társadalmat az egyénekből álló különböző csoportok alkotják, és a gazdaságot is az emberek működtetik, nem lehet elvonatkoztatni a szubjektív szempontok szerinti jóllétérzéstől. Látható, hogy nem elegendő egy ország boldogságállapotának objektív szempontok szerinti behatárolása, még olyan ténszerűségekre épülő területeken sem, mint a gazdaság, a pénzügyek.

A tudományos boldogságkutatások egyik fő megállapítása az, hogy a gazdagság állapota nem függ pusztán az anyagi javaktól, a jövedelemtől vagy a lakhatási körülményektől, a birtokolt eszközöktől, az iskolázottságtól, a környezeti adottságoktól. (Neszveda,2022). Martin Seligman amerikai pszichológus alkotta meg a "PERMA" betűszót 2012-ben, amellyel a boldogság alkotóelemeit kívánta reprezentálni. (Alternatív Gazdaság Lexikon, n.d.) Eszerint a boldogságot az alábbi faktorok jelenléte esetén érezhetik az emberek:

- pleasure (élvezetek)
- engagement, flow (elmélyülés a tevékenységben)
- relationships (társas, szociális kapcsolatok)
- meaning of life (küldetés, az élet értelme)
- accomplishments (kézzelfogható eredmények)

Az is nagyon fontos szempont a boldogságközpontú szemléletben, hogy az emberek képesek megteremteni a saját elégedettségérzetüket, a sikerélményüket és a boldogságukat az életükben, és ugyanígy, képesek pesszimistává válni a saját gondolataikból fakadó szemléletük által. (Pikó,2020).

A szakdolgozatom áttekintése és az eredményeim ismeretében az alábbi javaslatokat fogalmazom meg.

Teljes mértékben egyetértek azzal, hogy a tömegturizmus helyett az „új turizmus”, a lassú turizmus felé kell elmozdulni, hogy megélhessük a pillanatot ebben a felgyorsult világban. Merjünk tudatosok lenni, hisz a haszon és a boldogság kéz a kézben járnak. Bátran nyissunk az új utak és vagy akár a transzformatív utazások felé, amelyek célzottan a szellemi-, lelki fejlődést támogatják, a képességet készséget gyarapítják, spirituális vagy önismereti indíttatásúak. Ezek mind magabiztosabbá, kiegyensúlyozottabbá, boldogabbá teszik az egyént, hozzájárulnak a fejlődéséhez, a mentális egészségéhez, a kreativitás, önismeret, alkotókészség kibontakozásához.

7. Összefoglaló

Szakedolgozati témám a boldogság közgazdaságtana a turizmusban alapján, összességében elmondható, hogy érdemes foglalkozni ezzel a kérdéssel a továbbiakban is. Foglalkoztatott a Covid- járvány utáni újturizmus az utazások életminőség-növelő hatása melyen megmutatkozik a fizikai és a mentális egészség átmeneti vagy tartós javulásán keresztül az igazolódott, hogy alapvetően boldogító. A maslow-i értelemben vett hiányszükségletek kielégítése is javíthatja az emberek életminőségét, vagyis a mindennapok jólét (welfare) és jóllét (well-being) aspektusait. Szakedolgozatomban arra kerestem a választ, hogy például az anyagi és egyéb lehetőségek által elérhető utazás, mint élményígéret megvalósulása a boldog, kiteljesedett élet szempontjából mennyire meghatározó? Hol van az ember szerepe a saját boldogságában, a társadalmában? Lehet-e úgy teljes életet élni, hogy annak nem alapvető szükséglete a turizmusban való aktív részvétel?

Csikszentmihályi Mihály szerint nem a cél elérése, az aspiráció beteljesedése tesz boldoggá, hanem az oda vezető út, a törekvés okoz jóllétet, melynek feltétele a hit a cél elérésében. Ez arra is utal, hogy nem egyetlen örömelv létezik, hanem többféle. (Pikó, 2020) Az ő nevéhez fűződik a flow jelenség meghatározása is. Csikszentmihályi szerint ez a valódi individualizmus, amelyben nem az önzés, a külső kontroll, a manipulációk által érvényesül az önmegvalósítás, hanem az individuum belső sajátosságai, igényei mentén. Ebben rejlik az öröm és a boldogság megélése, közel áll a második örömelvhez.

Mi az, ami a valódi boldogságot jelenti? Kitekintést tettem több területen, a történelem útján, jövedelem jelentőségéből fakadóan és Buddha látása alapján. Szó esett a turizmusban való szerepéről. Ezt követően folytattam a jóllét alapján a lassú turizmus, életminőség, boldogság és

a turizmus kérdéskörével. A „lassú turisták” legfőbb motivációi a pihenés, az elmélyülés, a relaxáció, az önreflexió, az innováció, az elköteleződés. (Eylül-Csapody, 2023)

Feltártam az „Érezd magad jobban kampány” részleteit, amelynek célja, hogy az emberek, állatok és a környezet egymástól való elválaszthatatlanságát mutassa be világszerte, azzal a törvényszerűséggel együtt, hogy nem lehet úgy megváltoztatni a három összetevő egyikét úgy, hogy az ne lenne hatással a másik kettőre.

Mi az életminőség a tudományokban? Lennart Nordenfelt, svéd tudós szerint az életminőség a boldogsággal azonos, és azonosítani lehet az élettel való elégedettség vagy elégedetlenség mértékével. Kitértem az alapvető életminőség modellekre (skandináv-, amerikai-, és ezek ötvözése). Említést tettem a világ legélhetőbb városairól és hazánk életminőségéről a turizmus során.

A szakirodalom áttekintését követően gazdasági mutatószámok felhasználásával rangsormódszerrel összevettem a WHR alapján a 10 legboldogabb országot a turisztikai adatai alapján. Végül mélyinterjút készítettem Kovács Balázs nemzetközi turizmusszakértő és boldogságkutatóval.

Összességében elmondható, hogy a szakdolgozatomban vizsgált hipotézisek, elméleti kérdések alátámaszthatók a boldogság közgazdaságtanának fő irányvonalai mentén. Mindez azt erősíti, hogy – ahogy az élet minden területén – a turisztikai szolgáltatások igénybevételekor is elengedhetetlen a tudatosság, az egyének tömegfogyasztástól eltérő, értékalapú hozzáállása, vagyis az az újszerű, személyesebb, egymás és önmaguk iránt felelős attitűd, amellyel az emberek a megelégedés, a boldogság egy magasabb szintjén élhetik meg a szabadidős tevékenységeiket és így az életüket. Tudatos ember nélkül nincs fenntarthatóság – sem a környezetünkben, sem a gazdaságban, sem a társadalom egészében. Megfigyeléseim szerint fontos eszköz ehhez a hála gyakorlása – egyrészt az otthonról távol megélhető élmények iránt, a helyiek felé, másrészt az iránt, hogy egyáltalán az életünk lehetőségeket kínál a megismerés által hajtott vágyak megélésére. Tudományos kutatások szerint az aktív hálaadás pozitív hatással van a jóllétre, a boldogságérzés elérésére és fenntartására, amely az egyéneken keresztül az egész társadalomra is kollektív befolyással van.

8. Forrás- és irodalomjegyzék

1. Bagdy Emőke (2010): *Hogyan lehetnénk boldogabbak?* Budapest, Kulcslyuk Kiadó
2. Balaban Eylül, Csapody Bence (2023): *A „lassú mozgalom” főbb irányvonalai – Turizmus, étkezés és városirányítás* (in: Keller Krisztina, szerk., *A turisztikai niche termékek*), Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: https://mersz.hu/dokumentum/m1082atnt_97/ utolsó letöltés: 2023. 07. 11.
3. Csíkszentmihályi Mihály (2022): *Flow – Az áramlat, A tökéletes élmény pszichológiája*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: <https://mersz.hu/kiadvany/957/info/> utolsó letöltés: 2023. 07. 13.
4. Csutora Mária (2020): *Fenntartható boldogság? Szubjektív jóllét ökológiai határok között*, tanulmány, Budapest: Magyar Tudomány folyóirat, 2020/4 tematikus összeállítás, letöltve: https://mersz.hu/dokumentum/matud_801 utolsó letöltés: 2023. 06. 24.
5. Gonda Tibor (2022): *Alternatív turizmus: Környezettudatosság és felelősségteljeség a turizmusban*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: <https://mersz.hu/kiadvany/969/info/> utolsó letöltés: 2023. 06. 22.
6. Grønhaug Kjell, Ghauri Pervez (2016): *Kutatásmódszertan az üzleti tanulmányokban*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: https://mersz.hu/dokumentum/dj187kaut_1/ utolsó letöltés: 2023. 07. 23.
7. John F Helliwell, Haifang Huang, Max Norton, Shun Wang and Leonar Goff (2023): *Statistical Appendix for „World happiness, trust and social connections in times of crisis,” Chapter 2 of World Happiness Report 2023* letöltés: https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2023/WHR+23_Statistical_Appendix.pdf utolsó letöltés: 2023.10.30
8. Kiss Kornélia, Kovács Balázs, Michalkó Gábor (2020): *Boldogságyár túl az óperencián: az életminőségorientált turizmusfejlesztés Ausztriában*, Földrajzi közlemények, Tematikus szám, Turizmus: Az üzlet és teória mezsgyéjén, 144. évfolyam, 1. szám, p. 13-27.
9. Katona Klára (szerk.), *Gazdaság és/vagy Erkölc*s, Az etika gazdasági jelentőségének vizsgálata Baritz Laura (2022): *A boldogság közgazdaságtana*, Heller Farkas Könyvek 7. A Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Karának Könyvei,

letöltés: <http://mek.niif.hu/24700/24749/24749.pdf#page=28>

utolsó

letöltés:2023.08.11.

- 10.Krémer Balázs (2015): Az „új közgazdaságtanról” - Polányi Károly kölcsönbe vett szemüvegén keresztül... (Hurisztika és program), Szociológiai Szemle 26(1): 49-95.
- 11.Kovács Balázs (2007): *Életminőség – boldogság – stratégiai tervezés*, Budapest: Polgári Szemle, 2007. FEBRUÁR - 3. ÉVFOLYAM, 2. SZÁM, letöltve: <https://polgariszemle.hu/archivum/30-2007-februar-3-evfolyam-2-szam/161-eletminoseg-boldogsag-strategiai-tervezes> utolsó letöltés: 2023. 08. 03.
- 12.Kovács Kármén (2017): *Kutatási és publikálási kézikönyv nem csak közgazdászoknak*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: https://mersz.hu/dokumentum/m203kepknck_1/ utolsó letöltés: 2023. 07. 17.
- 13.Laki Zoltán (2022): *Boldogság és gazdaság – A buddhista közgazdaságtan eszméi*, Ars Nature online, 2022. 09. 22. letöltve: <http://arsnaturae.hu/hu/boldogsag-es-gazdasag-buddhista-kozgazdasagtan-eszmei> utolsó letöltés: 2023. 08. 15.
- 14.Lyubomirsky Sonja (2008): *Hogyan legyünk boldogok?* Budapest: Ursus Libris
- 15.dr. Major Árvácska (2004): *A kereslet és kínálat alakulása a Magyarországra irányuló finn turizmusban*, Piac- és országtanulmány, Turizmus Bulletin, VIII. évfolyam, 3. szám, letöltve: https://igyutazunk.hu/storage/media/2022/Turizmus%20Bulletin_%C3%89vf.8_2004_03.pdf utolsó letöltés: 2023. 08. 22.
- 16.Michalkó Gábor (2023): *A turizmus esszenciája*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: https://mersz.hu/dokumentum/m1057atureb_1/ utolsó letöltés: 2023. 07. 29.
- 17.Michalkó Gábor (2010): *Boldogító utazás, a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai*, Budapest: MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, letöltve: <https://www.mtafki.hu/konyvtar/kiadv/Boldogito.pdf> utolsó letöltés: 2023. 08. 19.
- 18.Mitev Ariel Zoltán (2019): *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: https://mersz.hu/dokumentum/m537kutatur_1/ utolsó letöltés: 2023. 08. 02.
- 19.Neszveda Gábor (2022): *Maximalizálja a közgazdaságtan a boldogságot?* Budapest: Magyar Nemzeti Bank (MNB) Intézet Fenntartható Pénzügyi Központ, blogbejegyzés, letöltve: <https://mnbinet.hu/maximalizalja-a-kozgazdasagtan-a-boldogsagot/> utolsó letöltés: 2023. 07. 02.

20. Pikó Bettina (2020): *Lelki egészség a modern társadalomban*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: https://mersz.hu/dokumentum/m733lemt_1/ utolsó letöltés: 2023. 08. 11.
21. Richard M. Ryan and Edward L. Deci (2001): *On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being*, Rochester: Department of Clinical and Social Sciences in Psychology, University of Rochester, letöltés: <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.psych.52.1.141> utolsó letöltés: 2023.08.25
22. Sebestyén Tibor (2005): *Életminőség és boldogság*, Budapest: Polgári Szemle, 2005. JÚNIUS - 1. ÉVFOLYAM, 5. SZÁM, letöltve: <https://polgariszemle.hu/archivum/12-2005-junius-1-evfolyam-5-szam/30-eletminoseg-es-boldogsag> utolsó letöltés: 2023. 08. 25.
23. Szanyi Miklós, Szunomár Ágnes, Török Ádám (szerk.), *Trendek és töréspontok III., A felzárkózás alternatívái*, tanulmány: Szanyi Miklós (2022): *Kelet-Közép-Európa - „Miért hagytuk, hogy így legyen?”* Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: https://mersz.hu/keres/boldogs%C3%A1lgkut%C3%A1s/hivatkozas/m977tet_7_p29/#m977tet_7_p29 utolsó letöltés: 2023. 07. 16.
24. Szondy Máté (2010): *A boldogság tudománya, fejezetek a pozitív pszichológiából*. Budapest, Jaffa.
25. Töröcsik Mária (2016): *Fogyasztói magatartás, Insight, trendek, vásárlók*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: https://mersz.hu/dokumentum/dj72fm_1/ utolsó letöltés: 2023. 06. 29.
26. Töröcsik Mária, Szűcs Krisztián (2021): *Fogyasztói magatartás, Mintázatok, trendek, alkalmazkodás*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: <https://mersz.hu/kiadvany/814/info/> utolsó letöltés: 2023. 07. 04.
27. Váradi Ildikó (szerk.) (2019): *„A hazugság öl” A 2009. évi Kodolányi János emlékkonferencia előadásai*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: <https://mersz.hu/kiadvany/576/info/> utolsó letöltés: 2023. 08. 29.
28. Zátori Anita (2018): *Élménymenedzsment a turizmusban*, Budapest: Akadémia Kiadó, letöltve: <https://mersz.hu/kiadvany/370/info/> utolsó letöltés: 2023. 08. 17.
29. *A boldog gazdasági élet alapjai*, beszélgetés, prezentáció, Sapientia Szabadegyetem, (2022. 03. 10.), letöltve: <https://sapientia.hu/sites/default/files/2022->

05/Sapientia%20Szabadegyetem_KETEG_A%20boldog%20gazdas%C3%A1gi%20%C3%A9let%20alapjai%202022.03.10_PDF.pdf utolsó letöltés: 2023.08. 11.

30. *Boldogság, Alternatív Gazdaság Lexikon*, (n.d.), letöltve: <https://alternativgazdasag.fandom.com/wiki/Boldogs%C3%A1g> utolsó letöltés: 2023. 08. 19.
31. *A világ legélhetőbb városai 2023-ban*, The Economist, 2023. június 21., letöltve: <https://www.economist.com/graphic-detail/2023/06/21/the-worlds-most-liveable-cities-in-2023> utolsó letöltés: 2023. 08. 30.
32. *Egy finnországi sziget arra kéri az utazókat, hogy mondják le telefonjukat*, Lebowitz Lily Girma, Bloomberg, 2023. június 22., letöltve: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-06-22/finland-s-new-phone-free-island-puts-your-social-media-addiction-to-the-test?srnd=premium-europe> utolsó letöltés: 2023. 08. 25.
33. *Ez a 33 dolog teszi boldoggá az embereket*, Papós Tamás, Hvg.hu, (2016. 02. 11.) letöltve: https://hvg.hu/instant_tudomany/20160211_ez_a_33_dolog_teszi_boldogga_az_embereket_boldogsag utolsó letöltés: 2023. 08. 02.
34. *Kijött a legújabb World Happiness Report, Magyarország továbbra sem túl boldog hely*, Forbes, 2023. 03. 20., letöltve: <https://forbes.hu/a-jo-elet/boldogsagindex-world-happiness-report-2023/> utolsó letöltés: 2023. 08. 08.
35. World Happiness Report weboldala, (n.d.), letöltve: <https://worldhappiness.report/> utolsó letöltés: 2023. 08. 01.
36. *Feel Better Campaign*, WellBeing International, letöltve: <https://wellbeingintl.org/> utolsó letöltés: 2023. 08. 27.
37. *Vendégéjszakák száma a turisztikai szálláshelyeken 2000-2021*, (n.d.), Központi Statisztikai Hivatal (KSH), Eurostat, letöltve: https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0040.html utolsó letöltés: 2023. 08. 21.
38. *Share of travel and tourism's total contribution to GDP in European Union member countries (EU-27) and the United Kingdom (UK) in 2019 and 2022*, letöltés: <https://www.statista.com/statistics/1228395/travel-and-tourism-share-of-gdp-in-the-eu-by-country/> utolsó letöltés: 2023.10.28

39. *Tourism in the economy and outlook for recovery* letöltve: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/6e0cec1d-en/index.html?itemId=/content/component/6e0cec1d-en> utolsó letöltés: 2023.10.29
40. *Tourism statistics* letöltve: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics#More_than_three_out_of_four_residents_of_the_Netherlands.2C_Sweden.2C_France.2C_Luxembourg_and_Finland_participated_in_tourism utolsó letöltés: 2023.10.29
41. *Statistics Iceland- About Statistics Iceland* letöltve: <https://www.statice.is/publications/news-archive/national-accounts/the-share-of-tourism-in-gdp-2021-provisional-estimates/> utolsó letöltés: 2023.10.29
42. *Tourism by the numbers* letöltve: <https://www.tia.org.nz/about-the-industry/quick-facts-and-figures#:~:text=Tourism%20generated%20a%20direct%20annual%20contribution%20to%20GDP,billion%2C%20another%203.8%25%20of%20New%20Zealand%E2%80%99s%20total%20GDP.> utolsó letöltés: 2023.10.29
43. *Norway Tourism in the economy and outlook for recovery* letöltve: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/c41cef4a-en/index.html?itemId=/content/component/c41cef4a-en> utolsó letöltés: 2023.10.29
44. *Israel sees surge in foreign tourists' hotel overnight stays* letöltve: <https://www.siasat.com/israel-sees-surge-in-foreign-tourists-hotel-overnight-stays-2510390/> utolsó letöltés: 2023.10.29

8.1. Ábrák jegyzéke

1. ábra: A lassú turizmus modellje, Forrás: Pécesek, 2014, idézi: Gonda, 2022, 22. o.
2. ábra: Vendégéjszakák száma a WHR 2023-as rangsor (1-9) országában, Forrás: KSH/Eurostat, 33. o.
3. ábra: Turizmus a GDP-hez való teljes hozzájárulásának aránya a WHR 2023-as rangsor 10 országában Forrás: Eurostat, OECD, 34.o.

8.2. Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Allart.modellje, Forrás:Allart: Having, Being – An alternative tot he Swedish Model of Welfare Research (Utasi, 2006;287) idézi: Kovács, 2007,26.o.
2. táblázat: A legboldogabb országok adatainak elemzése rangsormódszerrel, Forrás: WHR, KSH, Eurostat, OECD, 34.o.

9. Nyilatkozat

Gyenis Regina Erzsébet (név) (hallgató Neptun azonosítója: Fjfcz7) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót¹ áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem³

Kelt: 2023 év november hó 10 nap



belső konzulens

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

² A megfelelő aláhúzendő.

³ A megfelelő aláhúzendő.

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió⁴ nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Gyenis Regina Erzsébet
A Hallgató Neptun kódja: Fjfcz7
A dolgozat címe: A boldogság közgazdaságtana a turizmusban
A megjelenés éve: 2023
A konzulens intézetének neve: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
A konzulens tanszékének a neve:

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió⁵ egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: 2023 év november hó 10. nap



Hallgató aláírása

⁴ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

⁵ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.