

BOLDOGSÁGGYÁR TÚL AZ ÓPERENCIÁN: AZ ÉLETMINŐSÉG-ORIENTÁLT TURIZMUSFEJLESZTÉS AUSZTRIÁBAN

KISS KORNÉLIA – KOVÁCS BALÁZS – MICHALKÓ GÁBOR

HAPPINESS FACTORY FAR AND AWAY:
QUALITY OF LIFE-ORIENTED TOURISM DEVELOPMENT IN AUSTRIA

Abstract

Tourism geography is one of the disciplines close to the practice of tourism itself. In addition to its contribution to theory and academic literature, the formation and development of tourism geography have always been in symbiosis with the everyday practice of tourism, in particular in the service of planning, development, and regulation. Tourism geography focuses on the social, economic, and environmental issues of the interaction between the traveler (*homo turisticus*) and the destination, but the exploration of psychological changes has also become increasingly prominent in the last decade. The examination of the impact of tourism on the quality of life in Hungary was induced during the process of drafting the National Tourism Development Strategy 2005-2013, and the think tank established at that time enriched both theory and practice with valuable research results. This study reviews the impact of tourism on well-being, and then demonstrates how the theory can be transformed into planning practice through the process of designing the Austrian Tourism Strategy (Masterplan T) and the document itself, published in 2019.

Keywords: quality of life (QoL), happiness, well-being, Austria, tourism, TDM, brand, quality living space/destination

Bevezetés

A tudomány művelése minden történelmi korban kiváltságnak számított, a mecénások a legtöbb esetben elvárták, hogy a produktum a közjót szolgálja (EVANGELIDIS, B. 2017). Napjaink tudományossága számos kihívással szembesül, amelyek közül a forrásszerzés az egyik legnehezebb feladat. A tudománnyal immár professzionális módon foglalkozó kutatói társadalomnak időről időre igazolnia kell, hogy a legkülönbözőbb műhelyekben megszülető eredmények a társadalom számára jól használhatóak. Ez bizonyos tudományágakban szinte magától értetődik, másokban nehezebb az adófizetők meggyőzése. A jelen tanulmány szerzőgárdája a turizmussal kapcsolatos jelenségek és folyamatok vizsgálatában szerzett jártasságát és tudásának szinergiáit kívánja a köz érdekében kiaknázni, a teamben egy elméleti és egy gyakorlati szakember kooperál egy olyan szakértővel, aki tudja, miként kell a teóriát a praxis számára fogyaszthatóvá tenni. Hármójuk tudományos együttműködése nem új keletű, különösen nem az a turizmus és az életminőség kapcsolatának feltárásában, mivel közel egy évtizede (eltérő munkaszerepekben) vállalták fel az utazás és a jóllét alkotta szimbiózis sokoldalú megismerésének elősegítését. KISS KORNÉLIA a *Magyar Turizmus Zrt.* kutatási igazgatójaként, KOVÁCS BALÁZS az *Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárság* vezető-tanácsosaként, MICHALKÓ GÁBOR pedig az *MTA Földrajztudományi Kutatóintézet* főmunkatársaként némi elméleti municióval (KOVÁCS B. et al. 2006) felvértezve ült le 2006-ban ahhoz a bizonyos kerekasztalhoz, amely később egy több pólusú, de emberileg és szakmailag egyaránt összetartó, a hazai és nemzetközi relációban elismert műhellyé nőtte ki magát. (A működési modelljét és létszámát tekintve egyformán dinamikusnak mondható műhelyben töb-

bek között megfordult BAKUCZ MÁRTA, ILLÉS SÁNDOR, IRIMIÁS ANNA, KARSAI ÁRPÁD, KINCSES ÁRON, LŐRINCZ KATALIN, MELANIE KAY SMITH, PROBÁLD ÁKOS, PUCZKÓ LÁSZLÓ, RÁTZ TAMARA, SULYOK JUDIT, SZIVA IVETT, TASNÁDI JÓZSEF, TÓTH GÉZA, UTASI ÁGNES és a néhai HORKAY NÁNDOR.) A kooperáció az elméleti eredményeken kívül számos gyakorlati hozadékkal is büszkélkedhet, többek között ilyen a 2007. évi, a *KSH Szolgáltatásstatistikai Főosztály* közreműködésével lebonyolított, nemzetközi összehasonlításban is egyedülálló felmérés indukálása, amelynek során közel 11 ezer magyarországi háztartásban került sor az utazás és a boldogság kapcsolatának feltárására (MICHALKÓ G. et al. 2009), továbbá a turizmus-specifikus életminőség index (TÉMI) kidolgozását, amelyben a *Xellum Kft*-vel együttműködő *Turisztikai Tanácsadók Szövetsége* orosz-lánrészt vállalt. Az elkövetkezendő években kutatási projektek sora szövődött a műhely köré, így valósulhattak meg az *MTA Bolyai János Kutatási Ösztöndíjprogram* (2006–2009), az *OTKA K 67573* (2007–2011) és a *KTIA AIK 12-1-2013-0043* (2013–2015) által támogatott vizsgálatok. Természetesen a műhely illeszkedett a szakpolitika és más társadalomtudományi kutatások fő sodorvonalába, így a *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005–2013* célkitűzéseire és a Kopp Mária vezette *Hungarostudy* kutatások szellemiségéhez.

A turizmus életminőség-orientált fejlesztése jelenleg is a magyarországi turizmuspolitika fókuszában áll, a *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030* című dokumentum (MTÜ 2017) a turista és a helyi lakos vonatkozásában egyaránt hangsúlyozza a jóllét erősítésének fontosságát, amely célkitűzésnek az érintett települések egyrészt a kínálat fejlesztésével, pontosabban annak elősegítésével, másrészt a fenntarthatóság, különösen a teherbíró képesség biztosításával igyekeznek eleget tenni. A turizmus boldogító hatásának direkt hangsúlyozása elvéve szerepel a hazai turizmusmarketing eszköztárában, miközben az élményszerzéssel párosuló környezetváltozás és a jóllét nexusának hozadéka – megfelelő menedzsment esetén – a vendég és a vendéglátó szerepében egyaránt megtapasztalható (PEARCE, PH. 2011 et al., NAWIJN, J. 2012). Magyarország nyugati szomszédja, egyben turizmusiparának egyik versenytársa, Ausztria is jelentős erőfeszítéseket tesz az életminőség-orientált turizmusfejlesztés mindennapi gyakorlatba történő átültetése terén, amely törekvést egyrészt a folyamatokat generálók meglehetősen stabil teoretikus háttere, másrészt a végrehajtásban érintettek hosszú évtizedekre visszanyúló tapasztalatai segítenek. Jelen tanulmány e kettőség bemutatására törekszik, a szakirodalom alapján feltárja a turizmus és szubjektív jóllét kapcsolódásait, majd az osztrák turizmus gyakorlatába történő átültetésének alternatíváit elemzi.

Szubjektív életminőség és turizmus a kutatások fókuszában

Az életminőség mibenléte Arisztotelész „Nikomakhoszi etikájától” Veenhoven „boldogság-adatbázisának” létrehozásáig több mint kétezer éve foglalkoztatja az emberiséget (MICHALKÓ G. 2010). WEIXLBAUMER, N. (1993) a repülőgépek fekete dobozaiban tárolt adatok kiértékelésének nehézségeivel állítja párhuzamba az életminőséget alkotó tényezők elemzését. Annak ellenére, hogy az életminőség értelmezésének tartománya dinamikusan illeszkedik a vonatkozó probléma sajátosságaihoz, abban viszonylagos egyetértés mutatkozik, hogy definiálása során az emberi létet meghatározó objektív tényezőket (például életszínvonal, életkörülmények, életmód) és azok szubjektív tükröződését (például elégedettség, boldogság közérzet) együttesen kell figyelembe venni (BRUNI, L. – PORTA, P. 2007). A magyar nyelvű szakirodalomban használt szubjektív életminőség terminológia gyakorlatilag az életminőség fogalmi konstrukciójának jóllét (well-being vagy subjective well-being) pillérére utal, amely szoros szimbiózisban áll az objektív tényezőket magába foglaló jólét (welfare) pillérrel (UTASI Á. 2006). Ugyan a szubjektív életminőség önmagában is egy komplex fogalmi

kategória, a VEENHOVEN, R. (2003) nevével fémjelzett iskola annak legmarkánsabb elemét, a boldogságot a jólléttel azonosítja és az étellel való általános elégedettség szintjével méri.

Az életminőség és a turizmus szimbiózisának a *szabadidős fókuszú* kutatásokba való beemelése szorosan kapcsolódik Uysal, Perdue és Sirgy munkásságához. Eredményeik (NEAL, J. D. et al. 1999, SIRGY, M. J.–CORNWELL, T. 2001, NEAL, J. D.–SIRGY, M. J. 2004, SIRGY, M. J. et al. 2010, UYSAL, M. et al. 2012) jelentős lendületet adtak az utazás boldogságra gyakorolt hatásainak feltárásához, így mára számos elméletalkotó és szintetizáló tanulmány foglalkozik a szubjektív életminőség és a turizmus kapcsolatával (CORVO, P. 2011, NAWIJN, J. et al. 2010, PUCZKÓ L.–SMITH, M. K. 2011, FILEP, S. 2012). DOLNICAR, S. et al. (2012) tizennégy, 1976 és 2009 között készített szubjektív életminőség témájú tanulmányt vizsgálva arra a megállapításra jutott, hogy a turizmus a szabadidő részeként csaknem a kutatások felében jelenik meg jólléti tényezőként, külön elemként azonban mindössze egy tanulmányban vizsgálták. Az önálló tényezőként való elkülönítés fontosságát azzal indokolják, hogy míg a szabadidőt otthoni környezetben és gyakran rutinszerű elfoglaltsággal töltjük, addig az utazás ritkább és a szokásos környezetünktől távol lévő aktivitásokat foglal magába.

Az életminőség és a turizmus kapcsolatát vizsgáló kutatások másik jelentős része a *turizmus gazdasági, társadalmi-kulturális és környezeti hatásainak* vizsgálatával függ össze. Ezen, számos desztinációra, illetve turisztikai termékre vonatkozóan elvégzett kutatások többek között a turizmus életszínvonal-növelő, jövedelemtermelő, munkahelyteremtő, a képzett munkaerő iránti keresletet növelő, infrastruktúra fejlesztő és kulturális örökséget megőrző szerepét vizsgálják, de jelentős számban fordulnak elő a turizmus környezetromboló hatását, a turizmustól való gazdasági függőség kérdését, illetve a turizmus kultúraromboló hatását vizsgáló tanulmányok is (PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 1998).

A hazai, életminőség-fókuszú turisztikai kutatások megjelenése egyértelműen a 2005-ben elkészült, 2007-2013-as időszakra szóló Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiához köthető (MTH 2005), amelynek fő célja az életminőség javítása volt. A turisztikai fejlesztések irányítójaként szolgáló dokumentumban megjelenő életminőség a hazai kutatásokra rendkívül ösztönzőleg hatott: az életminőség gondolatiságának megjelenése, a mérési apparátusának kidolgozásával kapcsolatos munka, a modellalkotó tevékenység nyomán számos hazai és nemzetközi tanulmányban, kötetben, konferencián publikált kutatási eredmény látott napvilágot (KOVÁCS B. et al. 2006, MICHALKÓ G. et al. 2009, MICHALKÓ G. 2010, MICHALKÓ, G.–RÁTZ, T. 2010, 2013, SMITH, M. K.–PUCZKÓ L. 2012).

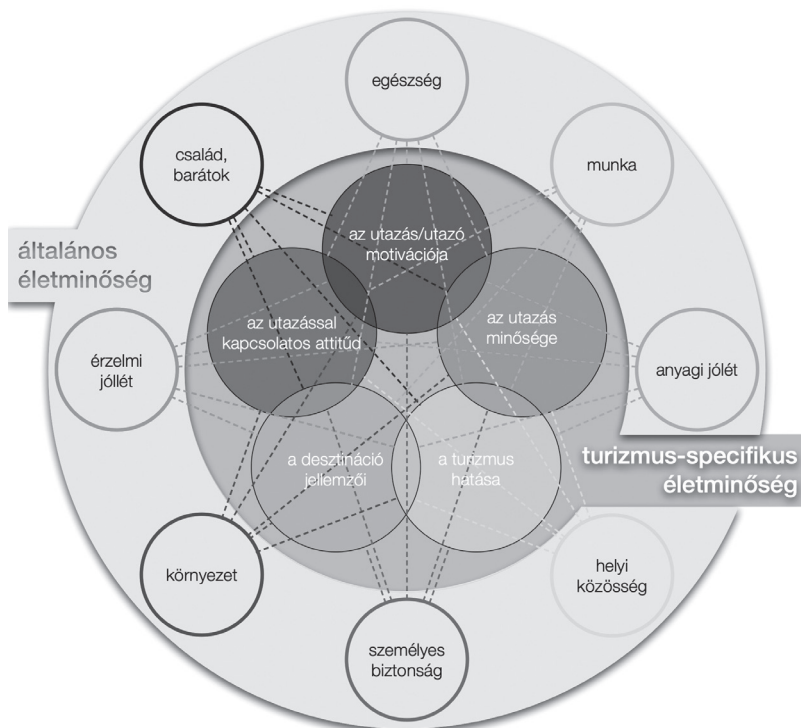
Turizmus-specifikus életminőség-modellek

Uysal, Neal és Sirgy a turizmus életminőségre gyakorolt hatásait a helyi lakosság és a turisták vonatkozásában egyaránt vizsgálta (NEAL, J. D. 2000, NEAL, J. D.–SIRGY, M. J. 2004, NEAL, J. D. et al. 2007, SIRGY, M. J. et al. 2010, UYSAL, M. et al. 2012). Az első olyan, modellalkotás felé tett lépés, amely a turisztikai szolgáltatásokkal való elégedettségnek az étellel való megelégedettségre gyakorolt hatásait mutatja meg, NEAL és szerzőtársai (1999) nevéhez fűződik. Neal, Sirgy és Uysal azt feltételezte, hogy az egyes turisztikai szolgáltatásokkal való elégedettség jelentős szerepet játszik a turisztikai szolgáltatásokkal való általános elégedettség alakulásában. A turisztikai szolgáltatásokkal való általános elégedettség és az oda-vissza utazás megítélése együtt vizsgálva lényeges szerepet játszanak a turisztikai élménnyel való általános elégedettség alakulásában. A turisztikai élménnyel való általános elégedettség és az otthoni szabadidő-kihasználás élménye együtt vizsgálva, lényeges szerepet játszanak a saját szabadidőélménnyel való általános elégedettség

alakulásában. Végül, a saját szabadidőélménnyel való általános elégedettség és az egyéb tényezőkkel való általános elégedettség együtt vizsgálva, lényeges szerepet játszanak az étellel való általános elégedettség alakulásában.

A modellalkotás magyarországi előzményei a 2005–2013 közötti tervezési időszakra vonatkozó Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (NTS) elkészítéséhez vezetnek vissza. A közreműködők az első Nemzeti Fejlesztési Terv célrendszeréből kiindulva emelték be az életminőséget a hazai turizmusfejlesztés kormányhatározattal jóváhagyott dokumentumába (A Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiáról és az azzal kapcsolatos intézkedésekről szóló 1100/2005. (X. 7.) Korm. határozat), így az NTS végrehajtásáról szóló intézkedési terv feladatként jelölte ki az életminőség alakulásában a turizmus hozzájárulását objektív módon lehetővé tevő turizmus-specifikus életminőség-index (TRQL) kidolgozását (KOVÁCS B. 2007). A turizmus akkori szakpolitikai „gazdája”, az Önkormányzati és Területfejlesztési Minisztérium a TRQL-index kidolgozására létrehozott egy szakértői munkacsoportot, amely a Turisztikai Tanácsadók Szövetségének égisze alatt dolgozott és jelentősen hozzájárult az úgynevezett Budapest-modell előkészítéséhez.

PUCZKÓ L. és SMITH, M. K. (2011) Rahman és szerzőtársai életminőség-tényezőire alapozva hozta létre a helyi lakosság és a turisták vonatkozásában egyaránt értelmezhető Budapest-modellt (1. ábra), amely a turizmus és a családi, baráti (társadalmi) kapcsolatok, az egészség, a munka, az anyagi jólét, a valahová tartozás, a személyes biztonság, a környezet, az érzelmi jóllét közötti kapcsolatrendszer szemlélteti. E tényezők relatíve



1. ábra Az általános és a turizmus-specifikus életminőség-tényezők kapcsolatrendszere
 Forrás: PUCZKÓ L.–SMITH, M. K. (2011:170) alapján szerkesztette HILD Gy.
 Figure 1 Relationship between general and tourism-specific quality of life factors
 Source: edited by HILD, Gy. based on PUCZKÓ, L.–SMITH, M. K. (2011: 170)

objektíven mérhetőek, a turizmus mint speciális szolgáltatás adottságaiból adódóan azonban szükségessé vált az eredeti modell szubjektív dimenziókkal történő kiegészítése. A Budapest-modellnek az életminőség szubjektív vetületeit specifikusabban vizsgáló tényezői az utazás mint tevékenység megítélése, a látogató motivációi, az utazás jellemzői, a turisztikai desztináció jellemzői és a turizmus hatásai.

A modell, amely az általános életminőség-tényezőknek a turizmusban észlelhető leképeződéseit mutatja be, 11 objektív, statisztikailag mérhető paramétert szubjektív és objektív tényezőket is vizsgáló kérdőíves kutatás eredményeivel szintetizál. A modell alapján elvégzett kutatások (PUCZKÓ L.–SMITH, M. K. 2011) egyértelműen megerősítették, hogy a turizmus a legtöbb életminőség-tényezőre hatással van, a legerősebb összefüggés az egészség, a munka és produktivitás, az érzelmi és szellemi jóllét, valamint a családdal és barátokkal való kapcsolat tekintetében mutatható ki. A turisták utazásuk alatt egy új közösség részének érezhetik magukat és több figyelmet fordíthatnak a környezetre is. Kutatási eredményeikben korábbi társadalomföldrajzi kutatások eredményei is visszaköszöttek (EGEDY, T. et al. 2009).

A turizmus hatása a helyi lakosság szubjektív életminőségére

Az elmúlt évtizedekben a turisztikai fogadóterületeken élők turizmussal kapcsolatos attitűdjeinek és a turizmus helyi lakosság életére gyakorolt hatásainak vizsgálata népszerű kutatási téma volt. A PUCZKÓ L. és RÁTZ T. (1998) által azonosított három turisztikai hatáscsoportnak megannyi, életminőséggel kapcsolatos aspektusa van. Például:

- a gazdasági hatások és a helyi lakosság életminősége közötti kapcsolatra utal az, hogy a turizmus munkahelyet teremt, jövedelmet termel, gazdasági hasznot hajt, ami hozzájárul(hat) a helyiek objektív és szubjektív életminősége növekedéséhez.
- a társadalmi-kulturális hatások és a helyi lakosság életminőségének összefüggése jelenik meg a turizmus kultúra- és hagyományos társadalmi struktúrákat romboló szerepének és a társadalmi jóllétnek a kapcsolatában.
- a turizmus fizikai környezetre gyakorolt hatásai és a helyi lakosság életminősége szoros kapcsolatára utal az a tény, hogy a turizmus fizikai hatásainak jelentős része közvetlenül a helyiek állandó lakhelyén jelentkezik.

A fent bemutatott, a teljesség igényét messzemenően nélkülöző példák jól szemléltetik, hogy a turizmus hatásai az életminőség tényezőit egyaránt érinthetik. A turizmus hatásainak vizsgálatát célzó kutatások azonban alapvetően különböznek a kifejezetten a turizmus és a helyi lakosság szubjektív életminőségének kapcsolatát feltáró kutatásoktól, amelyek lényege a turizmus életminőségre gyakorolt hatásainak azonosítására való törekvésben ragadható meg. Noha a turizmus helyi lakosság életminőségére gyakorolt hatásainak azonosítása újszerű kutatási területnek tekinthető, ilyen típusú vizsgálatokra mind nemzetközi, mind hazai vonatkozásában találunk példát (ANDERECK, K. L.–NYAUPANE, G. P. 2010, MICHALKÓ G. et al. 2010).

A turizmus hatása a turisták szubjektív életminőségére

A turizmus a benne fogyasztóként részt vevők szubjektív életminőségét kétféleképpen javíthatja. Egyrészt az elutazás közvetlen hatásain keresztül, ahol három fázist különböztetünk meg: utazás előtt (a várakozás hatása), az utazás alatt (az élmény hatása) és az utazás után (az utóhatás). Másrészt, a megszerzett élmény indirekt módon járulhat hozzá

a mindennapok boldogságszintjéhez, például az élmények emlékeinek felidézésével. A felidézést segítik az emléktárgyak, fotók, az utazás élményei által keltett érzelmek, benyomások (NAWIJN, J. 2010). SIRGY, M. J. et al. (2010) tizenhárom életminőség-tényezőt vizsgáló kutatása igazolta, hogy az utazáshoz köthető pozitív és negatív érzelmek befolyásolják a szabadidőnkkel és az életünk egyéb területeivel (szeretet, család, társadalmi kötelek) kapcsolatos elégedettségünket is. RICHARDS, G. (1999:189) az életminőség és a társadalmi jóllét kapcsolatára utal azzal, hogy kiemeli: „a társadalmi érintkezésben, az egyén személyes fejlődésében és személyiségének alakulásában” a szabadidős célú utazások hozzájárulnak az életünk minőségéhez. Az életminőség/szubjektív életminőség és a turizmus összefüggéseit a benne fogyasztóként résztvevők szemszögéből vizsgáló kutatásokból az körvonalazódik, hogy:

- a turizmusnak a turisták életminőségére gyakorolt hatása csekély, de mérhető (NEAL, J. D. 2000, DOLNICAR, S. et al. 2012, GILBERT, D.– ABDULLAH, J. 2004, NAWIJN, J. et al. 2010, SIRGY, M. J. et al. 2010). MILMAN, A. (1998) a turizmusnak a benne fogyasztóként résztvevők életminőségére gyakorolt hatásait egy szűkebb szegmensben, az idősök körében igazolta.
- az utazások előtti, alatti és utáni szubjektív életminőség-specifikus turisztikai kutatások egy része (STRAUSS-BLANSCHÉ, G. et al. 2000, WESTMAN, M.– ETZION, D. 2001) az utazások stressz-csökkentő és/vagy egészségi állapot javító hatásáról számol be. DE BLOOM, J. és szerzőtársai (2009) azonban hangsúlyozzák, hogy ezek a hatások csak rövid ideig állnak fenn.
- NAWIJN, J. (2010) és GILBERT, D.– ABDULLAH, J. (2004) kutatása az utazás hossza és az azt követő emelkedett „boldogságszint” között nem tudott kapcsolatot kimutatni, NEAL, J. D.– SIRGY, M. J. (2004), valamint NEAL, J. D. et al. (2007) kutatása azonban igazolta az utazás hossza és az utazás alatti elégedettség és a boldogság közötti kapcsolatot.
- NAWIJN, J.-nak (2010) a turizmus hosszú távú hatásait a különböző rendszerességgel utazók körében végzett kutatása kimutatta, hogy az utazás előtti boldogság szintje kissé nagyobb a rendszeresen „nyaralóknál”, mint az úgynevezett alkalmi turistáknál. Az utazás utáni (post-trip) boldogság szintjében nem mutatkozik különbség.

SMITH, M. K. és DIEKMANN, A. (2017) szerint a tekintetben, hogy hogyan lehetne meghatározni azokat a módszereket, amelyekkel a turizmus mind a turisták, mind a helyi lakosok körében pozitívan járul hozzá a jólléthez, nincs konszenzus. Tekintve, hogy a két szegmens életminőségét meghatározó tényezők más-más természetűek, ezeknek a módszereknek az azonosítása nem könnyű feladat. A fogadóterületen a turisták jellemzően rövid ideig tartózkodnak és lehet, hogy oda soha nem térnek vissza, míg az általuk fogyasztott terek a helyi lakosság állandó lakhelyéül szolgálnak, ahonnan elképzelhető, hogy ők turistaként sohasem mozdulnak ki. Ideális esetben a turizmust olyan mértékben és szintig érdemes fejleszteni, amíg a helyiek életminősége javul. Ennek megvalósításában azonban problémát jelent az, hogy a turizmus – annak is elsősorban rövidtávú, pozitív – gazdasági hatásai a legtöbbször prioritást élveznek a környezeti vagy éppen a társadalmi-kulturális hatásokkal szemben. Pedig – ahogyan arra az Easterlin-paradoxon is felhívja a figyelmet – a gazdasági növekedés nem feltétlenül jár együtt az életminőség javulásával: a bővülő munkalehetőségek, a növekvő nemzetgazdasági vagy akár háztartási jövedelmek nem vonják automatikusan maguk után a helyiek magasabb életminőségét és jóllétét. A fejlődés következtében sérülhetnek a hagyományos társadalmi struktúrák, generációs vagy nemek közötti konfliktusok alakulhatnak ki, elértéktelenedhetnek vagy kommercializálódhatnak a hagyományok, sérülhet a természeti környezet – vagyis a turizmus hosszú távú hatásait elfedhetik a rövidtávú gazdasági hasznai.

Életminőség az osztrák turizmusipar fókuszában

Stabil szervezeti háttér

Ausztria turisztikai intézményrendszere, annak felépítése és a napi működését biztosító kiforrott szabályzórendszer gyakran hivatkozási alap a magyarországi turisztikai szakemberek előtt. Ennek oka elsősorban abban rejlik, hogy Ausztriában a turizmus nemzetgazdasági jelentőségét már a XX. század elején felismerték, így a turisztikai szabályzórendszer gyakorlata jóval nagyobb időintervallumot ölel fel, mint a magyarországi. A professzionális turizmus irányítás csírái már az 1800-as évek közepén kialakultak Ausztriában, az akkoriiban létesített „szépészeti egyletek” (Verschönerungsvereine) a modern értelemben vett desztináció menedzsment szervezetek (TDM) elődei voltak. Az egyletek feladata a turista fogadás feltételeinek kialakítása, az infrastruktúra (turistautak kitérője, pihenőhelyek kialakítása stb.) biztosítása és gondozása volt. Az állami szerepvállalás területéről feljegyzést lényeges esemény, hogy 1884-ben Grazban szervezték meg az első delegációs-gyűlést (Delegiertagung) az „idegenforgalom támogatása” érdekében (internetes és egyéb forrás, továbbiakban if; if1). A milécentenárium évében, 1896-ban alakult meg a K.u.K Eisenbahnministerium (Vasútiügyi Minisztérium), amely „idegenforgalmi kompetenciával” is rendelkezett. Szövetségi szinten az első világháború után, 1923-ban létesítették – a mai kifejezéssel élve – az első nemzeti turisztikai promóciós szervezet, az „Österreichischen Verkehrswerbung GmbH”-t, amelynek célja a „közlekedés- és országpropaganda” volt. A mai turisztikai intézményrendszer alapjait a második világháborút követően rakták le, 1955-ben alapították az „Österreich Werbung”, a nemzeti turisztikai promóciós szervezet jogelődjét, az „Österreichische Fremdenverkehrswerbung”-ot. A turisztikai ágazatot illetően, ebben az időszakban alakult ki a máig tartó munkamegosztás a tartományok, a szövetségi kormányzat és a gazdasági kamarák között, amelyet alkotmányos szinten rögzítettek (if2). A szövetségi államforma miatt a működési mechanizmusok, amelyet elsősorban a tartományi szintű turizmustörvények biztosítanak, igen összetettek, komplex és szofisztikált szabályozókon keresztül hatnak. A szervezeti háttérrel szorosan összefügg az osztrák turizmusiparban érvényesülő személet és megközelítésmód (if3). Ausztriában a turizmust egyfajta „élmény- és boldogsággyárnak” tekintik, amely jelentősen hozzájárul mind a turisták, mind pedig a helyi lakosság életminőségének növeléséhez. Ez a legtöbb tartományi, városi és a szövetségi szintű turisztikai márkaképzésben is visszatükröződik. Az „Österreich Werbung” márkakézikönyvében (if4) a brand-kerék összetevőinek (brand-esszencia) feltárásakor találkozunk azzal a kitételrel, hogy „Ausztria olyan ország, ahol élvezik az életet, s ahol értik, hogy mi teszi boldoggá a turistát.”

Az új osztrák turizmusstratégia, a Masterplan T

2019 tavaszán mutatták be az egyéves stratégiaalkotási műhelymunka után elkészült új, egységes osztrák turizmusstratégiát (if5), amely röviden a *Masterplan T* elnevezést kapta (if6) (BMNT 2019). A névadás tudatos, mivel készítői vallják, hogy „minden siker mögött széleskörű összefogás és egy mestermű pontosságú terv áll” (if7). A 40 oldalas dokumentum alapelve a fenntarthatóság, annak érdekében, hogy Ausztria turizmusa gazdaságilag, társadalmilag és környezetileg is fenntartható módon gyarapodjon: a fenntarthatóság szempontjából „a világ legsikeresebb mintaországává válhasson”. A *Masterplan T* két nagyobb szerkezeti egységre bontható. Az első részben a szakpolitikai nyilatkozatok mellett közel 600 szakmai mélyinterjúra alapozva kerül bemutatásra a kiinduló állapot.

E „diagnózis” szerint az osztrák turizmusgazdaság a nemzetközi versenyben jelenleg sikeres, imázsa kitűnő, ugyanakkor a szakmai interjúkat összegző megállapítás szerint az ágazat számos versenyképességi kihívással is szembesül. A második nagyobb szerkezeti egység a célok és a cselekvési területeket mutatja be. A *Masterplan T* felváltja a közel 10 éve készült korábbi turizmusstratégiát (if8), s szemléletében szakít annak gazdaság-centrikus és GDP-központú logikájával. A *Masterplan T* készítése során paradigmaváltásként rögzítették, hogy a jövőkép elérése során többé nem csak a vendég igényeinek kielégítése az egyedüli szempont, hanem ugyanekkorra súllyal esik latba az ágazatban dolgozók és a helyi lakosság elvárásainak és szükségleteinek kielégítése is.

A szemléletváltás során a stratégia újraértékeli és kibővíti a desztináció fogalmát, amelynek a turistafogadás helyszíne helyett a jövőben egyfajta „minőségi élettérre” kell válnia, ahol a turista és a helyi lakos egyaránt jól érzi magát, legyen szó akár vidéki, akár városi környezetről. Ha a turizmust kiváltó alapmotivációkat, mint például az új megismerése iránti igényt, az élmények keresését, illetve az azok megélésének vágyát is figyelembe vesszük, akkor, kicsit szabadabban fordítva, egyfajta „minőségi élménytérként” interpretálhatjuk a desztináció új megközelítésű definícióját. A „turisztikai desztinációk, életterek” című alponban a helyi lakosság turisztikai fejlesztésekkel és szabályozással kapcsolatos döntéshozatalba való bevonásának fontosságát hangsúlyozzák. A dokumentum készítői szerint hosszú távon így oldható meg, hogy a turisták és a turizmusgazdaságból élők érdekei ne írják felül a helyi lakosság elvárásait, igényeit. A minőségi élettér fogalmához kapcsolódva kerülnek a környezetvédelmi szempontok is kifejtésre. Itt elsősorban a klímaváltozással összefüggő kihívások turisztikai, illetve ehhez kapcsolódóan a mezőgazdasági és a közlekedéspolitikai aspektusok kapnak említést.

Társadalmi és szakmai beágyazottság

A *Masterplan T* elkészítése példaértékű szakmai összefogás és partnerség keretében valósult meg, amely garancia arra, hogy a dokumentum nem az asztalfióknak készült, hanem azt az ágazatban dolgozók a sajátjuknak érzik, s a benne foglaltakat végre is fogják hajtani. A kormányzati oldal szereplői mindvégig odafigyeltek arra, hogy a folyamatos párbeszéd, a visszacsatolás és a kreatív ötletelési fórumok a stratégiaalkotási folyamat teljes egészében biztosítottak legyenek. A koncipiálási munka során az ágazat érdekképviselői és szakmai szervezetein kívül a turizmushoz kapcsolódó területek elismert szakértői is bevonásra kerültek. A munkafolyamat koordinátora az akkor irányadó kormányprogram (if9) szerint a Szövetségi Fenntarthatósági és Turisztikai Minisztérium (if10) szakértői voltak. Ausztria kilenc tartományában úgynevezett „jövőműhelyekben” folyt a diagnózisalkotás, a célok meghatározása és a feladatok rangsorolása. Az itt született ötleteket, javaslatokat a turisztikai minisztérium, a gazdasági kamara és az „Österreich Werbung” csapata gyűrtte egységes egészé. Több mint 500 résztvevő gondolata és hozzájárulása került a munka során beépítésre, minden érintett viszonláthatja saját jövőképét és gondolatait.

Célok és beavatkozási területek

A *Masterplan T* második szerkezeti egysége, három célterület (Zielkorridore) és kilenc beavatkozási mező (Handlungsfeld) mentén határozza meg a jövőképet és az elérendő célokat. Az elkövetkezendőkben kizárólag a jelen tanulmány témája szempontjából releváns életminőség- központú megközelítésekre és az új típusú élettérrel összefüggő célkitűzésekre koncentrálva kerülnek bemutatásra az osztrák turizmusstratégia fővonalai.

1. célterület – Paradigmaváltás a turizmusban

Turizmus jelentőségének tudatosítása (1)

A dokumentumban markánsan megjelenik, hogy a turizmus jelentős mértékben és több áttételen keresztül is hozzájárul az osztrák lakosság életminőségének javításához. A szabadidő-gazdaság területén kiépített attrakciók és szolgáltatási infrastruktúrák egyszerre szolgálják a helyben élők, s az adott térségbe látogatók, valamint az ott dolgozók érdekét. Ahogy azonban a dokumentum szövegezői fogalmazzák, a helyi lakosság „saját szabadságolási és nyaralási döntéseit” leszámítva nem igazán foglalkozik a turizmussal, nincsenek tudatában annak, hogy térségükben pontosan milyen hatásokkal jár a turizmus, illetve annak pozitív hatásaiból miként részesedhetnek. Ebből a megállapításból kiindulva a *Masterplan T* célként fogalmazza meg, hogy mind a városi, mind a vidéki területeken a legtöbb társadalmi csoport számára tudatosításra kerüljön a turizmus hatásmechanizmusa. E cél érdekében új típusú részvételi és együttműködési modelleket szükséges kidolgozni, hogy a turizmusról kialakított értékítélet megalapozott legyen, az ágazat társadalmi elfogadottsága javuljon. A dokumentum összeállítói hangsúlyozzák, hogy a stratégiai tervezés és a turizmusról való gondolkodás során az embert kell a középpontba állítani. A „turisztikai desztináció és a lakossági életter szimbiózisával” szükséges az „osztrák-specifikus, autentikus minőségi életteret” létrehozni, így biztosítható a helyiek és a térségbe látogató turisták harmonikus interakciója. Fontos, hogy a helyi lakosság is megértse saját szerepét és felelősségét, s ez helyet kapjon az önértékelés során is. Ugyanis amíg Ausztriát a nagyvilágban makulátlan turisztikai imázssal és szolgáltatásokkal azonosítják, ez a pozitív kép a legtöbb esetben nem jelenik meg, nem tudatosodik a helyi lakosság önértékelésében.

Az együttműködés kultúrájának terjesztése (2)

A fentiek értelmében olyan fórumok működtetésére van szükség, amelyek segítségével tudás- és információtranszfer valósítható meg az ágazati szereplők és a lakosság között.

Digitális lehetőségek hasznosítása (3)

A digitalizáció turisztikai ágazatot érintő transzformációs hatásai óriásiak. A *Masterplan T* épít a még 2017. végén elfogadott osztrák digitális-turizmusstratégiára (if11), amely egy önálló csomagtervet tartalmaz a digitalizációs kihívásokra való felkészülés és a lehetőségek megragadása érdekében.

2. célterület – a 21. század sikerágazata

Az ágazat versenyképességének növelése (4)

A turisztikai ágazatban tevékenykedő vállalkozások és dolgozók adóterhei versenyképességi tényezőként értelmezendők. Az osztrák szabadidő-gazdaság modelljének megértéséhez fontos információ, hogy a turisztikai vállalkozások túlnyomó többsége családi vállalkozás. A *Masterplan T*-ben közölt adat szerint 2020-ban közel 2000 szálloda lesz abban a helyzetben, hogy az idősebb családi generáció átadja a stafétabotot az őt követőnek. A fiatalok körében a turizmus mint ágazat vonzóvá tétele kardinális kérdés a jövőbeli siker szempontjából. A stratégia célkitűzése szerint számos ösztönző jellegű intézkedéscsomag szükséges e kihívás menedzseléséhez.

A munkaerőpiac jövőorientációja (5)

A versenyképesség munkaerőpiaci szempontból is kulcsfontosságú. Sajátos ellentmondás, hogy míg a turisztikai ágazatban való munka imázsa az utóbbi időben Ausztriában megkopott, addig pont ez az ágazat képes nagy számban fiatalokat, illetve más ágazatokból „áttérőket” foglalkoztatni. Az egyéni életminőség szempontjából releváns

megállapítás, hogy a családi élet és a munka jobb összeegyeztethetősége érdekében „innovatív” megoldások szükségesek, s ágazatspecifikus ösztönzőkkel szükséges a munkaerő lojalitását erősíteni.

Fenntarthatóság alapelvei (6)

Az osztrák turizmus sikeres jövője nem képzelhető el a fenntartható szemlélet átfogó érvényesítése nélkül. A klímaváltozás és a turizmus kölcsönösen hatnak egymásra, az ágazat feltételeit markánsan befolyásolja a klímaváltozás mértéke és üteme, s ugyanez visszafelé is igaz. Az energiahatékonyság növelése megkerülhetetlen, ehhez olyan kormányzati szintű intézkedéscsomagok megvalósítása szükséges, mint például a 100 ezer napkollektoros-tető program (if12). A fenntarthatóság és a lakosság életminősége szempontjából leginkább a helyi közlekedési hálózatok kiváltása, klímasemleges jellegűvé alakítása a legfontosabb prioritások közé tartozó feladatok.

3. célterület – az összefogás ereje

Regionális értékkeremtés (7)

Ausztria földrajzi sajátosságaira tekintettel a turizmus és a mezőgazdaság közötti összefonódás a fejlesztési dokumentumban is megjelenik. Ahogy a falusi turizmus területén megvalósuló „Urlaub am Bauernhof” termékek sikere mutatja, hatalmas kereslet van az autentikus vidéki élet megélésének lehetőségét biztosító, turisztikai termékek iránt. A magas minőséget és a hozzáadott értéket képviselő mezőgazdasági termékeknek a turisztikai szolgáltatás- és élményláncba való bekapcsolása kölcsönösen segíti a vidéki „gazdasági és minőségi élettér” megerősítését. E megoldások ösztönzésével, még inkább hangsúlyt kap a helyi alapanyagokra épülő gasztronómia, amely hozzájárulhat a termelők életminőségének javulásához.

Turizmusmarketing jövője (8)

A digitalizáció, a klímaváltozás, a kiegyenlítetlen és hektikus turistaáramlások (over tourism), a területi és jövedelmi egyenlőtlenségek mind-mind olyan kérdések, amelyekkel a fenntartható turizmus menedzselése szempontjából szintén foglalkozni kell. A közpénzből finanszírozott turisztikai desztinációs- és marketingszervezeteknek (helyi, tartományi és szövetségi szintű TDM szervezetek) tehát az alapfeladataikon túlmutató kihívásokat is kezelniük kell. A TDM szervezetek feladata és profilja az elmúlt években gyökeres változásokon ment keresztül. A korábbi szerepük, miszerint az adott desztinációba csábítsák a vendégeket, amely érdekében integrált márkakommunikációt és értékesítés-ösztönzést végeznek, a jövőben már nem elégséges a sikeres helytálláshoz. Manapság a termékfejlesztés mellett a minőségbiztosítás garantálása, innovációs know-how terjesztése is a feladataik közé tartozik. Olyan új teendők is felmerülnek, mint az *employer branding*, *smart* közlekedési megoldások kialakítása, vendégforgalom optimalizáció és a vendégutak terelése. Összefoglalóan a helyi lakosok és a vendégek életterének a komplex menedzsmentje az új feladat. A dokumentum készítői által szemléletesen megfogalmazva: a turisztikai desztinációs marketingszervezetek irányából (TDM), a desztinációs menedzsment szervezeti (DMO) funkció felé tolódik el az új típusú, a minőségi élettér, – vagy ahogy korábban fogalmaztunk, a minőségi élménytér – megszervezésére szakosodott szervezetek feladata.

Rugalmas fejlesztés- és támogatáspolitikai (9)

A stratégiában megfogalmazott feladatok és célok eléréséhez nélkülözhetetlenek a pénzügyi eszközök, amelyek növelik egyfelől a családi gazdaságok tőkeellátottságát, segítik a környezetbarát energetikai korszerűsítések elvégzését és az ezzel kapcsolatos know-how eljuttatást a turisztikai vállalkozásokhoz.

A *Masterplan T* a statisztikai rendszer reformja keretében, horizontális jelleggel tárgyalja az életminőség mérésével és a minőségi élettér szemléletével összefüggő indikátorok kidolgozásával kapcsolatos témákat. A stratégia keretében egy olyan új típusú „indikátorszett” kidolgozását látja szükségesnek, amely mind a gazdasági, szociális és kulturális, valamint a fenntarthatósági szempontokat is képes modellezni, s a változásokat mérhetővé tenni. Ebből a szempontból a fókusz egyre inkább a turizmus szatellit-számlarendszerre (TSA) helyeződik át, amelyen keresztül az értékteremtés, a foglalkoztatottsághoz való hozzájárulás, más nemzetgazdasági ágazatokkal kapcsolatos interpenetráció mértéke is megállapítható. Bemutatásra kerül, hogy mely típusú indikátorok előállításáért melyik szereplő a felelős. A vendégek és a helyben lakók elégedettségének (boldogságának) transzparens mérése az egyik legnagyobb kihívás, amelyre sem hazai, sem nemzetközi sztenderdek nem léteznek még. E terület képezheti az új megközelítésű TSA szociokulturális dimenzióját.

A Masterplan T kritikája

A széleskörű társadalmi párbeszéd, a szakmai szervezetek bevonása, az érintettek sokaságának személyes részvétele a műhelymunkákban, mind-mind olyan tényező, amely alapján garantálható, hogy a 2019 márciusában elfogadott *Masterplan T* szakmai konszenzuson nyugszik. A szakmai konszenzus tényét jól mutatja, hogy a 2019 májusában bekövetkezett osztrák kormányválságot követően sem lehetett arról hallani, hogy a stratégiában foglalt célok végrehajtása megkérdőjeleződött volna, jóllehet a dokumentum előterjesztője és a kiadója a szövetségi minisztérium volt. A *Tourismus Wissen – quarterly* című osztrák tudományos folyóiratban szakmai vitát indítottak a *Masterplan T*-ben foglaltakról és a célkitűzésekről. A felkért hozzászólók mindegyike, szinte kivétel nélkül hangsúlyozta, hogy a stratégia elkészítésének munkafázisai során olyan sok szakember jött össze, s ezáltal egy olyan pozitív „erőtér” képződött, amely összefogás biztosítja a lehetőségét annak, hogy egy új szakasz kezdődjön az ausztriai turizmuspolitikában. Érdemi kritika elsősorban a fenntarthatósági kritériumok és irányok, valamint a gazdasági célok összeegyeztethetősége kapcsán merült fel. E vélemények szerint a turisztikai bevételek és a gazdaság növelése nem működhet olyan „örökmozgóként”, amelynek semmilyen káros „mellékhatása és kibocsátása” ne lenne. E mellett a bírálók arra is rámutattak, hogy a kiadott szövegváltozat túlságosan marketing hangszerelésű volt, „reklámszágúan” megfogalmazott kijelentéseket és célkitűzéseket tartalmazott, amelyek gyengítik a hitelességét, egyes esetekben megkérdőjelezi annak szakmaiságát. A stratégia végrehajtása akcióterveken keresztül történik, amelyet évente fognak kidolgozni, a komplex indikátorszett elkészítése azonban hosszabb műhelymunkát igényel majd.

Összefoglalás

A turizmusföldrajz a praxisközeli diszciplínák egyike, az utazással kapcsolatos folyamatok és jelenségek, illetve azok társadalmi, gazdasági és környezeti hatásainak tér- és időbeliségét vizsgálja. Könyvtárnyi elméleti hozadéka mellett kialakulása és fejlődése mindvégig a turizmus mindennapi gyakorlatával szimbiózisban, a tervezés, a fejlesztés és a szabályozás szolgálatában zajlott. A turizmusföldrajz fókuszában jellemzően az utazó ember (*homo turisticus*) és a célterület közötti interakciók problémavilága, különösen a léptékek közötti különbségek és azok okainak megismerése áll. Az elmúlt másfél évtizedben a geográfusok – más diszciplínák képviselőivel szorosan együttműködve – a turizmus lélektani kérdéseit is górcső alá vették, elsősorban a célterület, a szabadidős tér fogyasztásának boldogságra

gyakorolt hatásaira koncentráltak. A turizmus és az életminőség nexusának magyarországi vizsgálatát a *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005-2013* megalkotásának folyamata indukálta és az akkor létrejött, különböző intenzitással azóta is üzemelő műhely az elméletet és a gyakorlatot egyaránt számos értékes kutatási eredménnyel gazdagította. A jóllét-orientált szemlélet fenntartásának hozadéka, hogy a *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030* elnevezésű dokumentum is magáévá tette a turistáknak szóló és az adott desztináció lakosságának életterében realizálódó, boldogságfókuszú kínálatbővítését. A turizmusipar versenyképességét őrző, illetve növelő stratégiaalkotásban érvényesülő életminőség-orientáltság tükröződik vissza a 2019-ben napvilágot látott osztrák turizmus stratégiában (*Masterplan T*) is. A magyar és az osztrák turizmusfejlesztési dokumentumok célpiramisainak csúcsán – a turista, a turizmusban dolgozók és a helyi lakosság hármasszempontrendszerét figyelembe véve – ott találjuk az életminőség javításának szándékát. Ez feltétlenül paradigmaváltást jelent a korábbi, GDP-fókuszú szemléletmódhoz képest. A korábban leginkább a desztinációk marketingjéért felelős szervezetek feladata a jövőben a turisztikai célterületek teljes körű menedzselése lesz, annak érdekében, hogy a turisták által előszeretettel látogatott helyszínek minőségi életterekké váljanak. Az osztrák és a magyar turizmus jövőjét meghatározó dokumentumok szemlélete hasonló, azok egyfajta „élő-fejlődő”, egymást némileg interpenetráló szakmai útmutatóknak tekinthetők. Így esély mutatkozik arra, hogy Közép-Európa ezen térsége az életminőség-vezérelt turisztikai fejlesztéspolitika és márkaépítés tekintetében mintarégióvá válhasson.

Köszönetnyilvánítás

Jelen kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú „Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek” című projekt keretében jött létre.

KISS KORNÉLIA
Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest
kornelia.kiss@uni-corvinus.hu

KOVÁCS BALÁZS
GD Consulting, Bécs
kb@good-deal.at

MICHALKÓ GÁBOR
Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest
CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest
gabor.michalko@uni-corvinus.hu

IRODALOM

- ANDERECK, K. L. – NYAPANE, G. P. 2010: Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. – *Journal of Travel Research*. 50. 3. pp. 248–260.
- BMNT 2019: Plan T: Masterplan für Tourismus. – Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus, Wien. 44 p.
- BRUNI, L. – PORTA, P. 2007: Handbook on the economics of happiness. Edward Elgar, Cheltenham.
- CORVO, P. 2011: The Pursuit of Happiness and the Globalized Tourist. – *Social Indicators Research*. 102. pp. 93–97.

- DE BLOOM, J.–KOMPIER, M. A. J.–GEURTS, S. A. E.–DE WEERTH, C.–TARIS, T.–SONNENTAG, S. 2009: Do we recover from vacation? Meta-analysis of vacation effects on health and well-being. – *Journal of Occupational Health*. 51. 1. pp. 13–25.
- DOLNICAR, S.–YANAMANDRAM, V.–CLIFF, K. 2012: The contribution of vacations to quality of life. – *Annals of Tourism Research*. 39. 1. pp. 59–83.
- EGEDY, T.–FÖLDI, ZS.–BALOGI, A.–KOVÁCS, Z. 2009: Budapest in the eyes of creative foreigners: the view of transnational migrants. AMIDSt, University of Amsterdam, Amsterdam. 132 p.
- EVANGELIDIS, B. 2017: Landmarks in the history of science. Great scientific discoveries from a global-historical perspective. – Vernon Press, Wilmington. 204 p.
- FILEP, S. 2012: Positive psychology and tourism. In: UYSAL, M.–PERDUE, R.–SIRGY, J. (eds.): *Handbook of Tourism and Quality of Life Research*, Springer, Heidelberg. pp. 31–50.
- GILBERT, D.–ABDULLAH, J. 2004: Holidaytaking and the sense of well-being. – *Annals of Tourism Research*. 31. 1. p. 103–121.
- KOVÁCS B.–HORKAY N.–MICHALKÓ G. 2006: A turizmussal összefüggő életminőség-index kidolgozásának alapjai. – *Turizmus Bulletin*. 10. 2. pp. 19–26.
- KOVÁCS B. 2003: Életminőség – boldogság – stratégiai tervezés. – *Polgári Szemle*. 3. 2. pp. 14–29.
- MICHALKÓ G. 2010: Boldogító utazás. A turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest. 122 p.
- MICHALKÓ G.–KISS K.–KOVÁCS B. 2009: Boldogító utazás: a turizmus hatása a magyar lakosság szubjektív életminőségére. – *Tér és Társadalom*. 23. 1. pp. 1–17.
- MICHALKÓ, G.–RÁTZ, T. 2010: Measurement of Tourism-oriented Aspects of Quality of Life. – *Journal of Tourism Challenges and Trends*. 3. 2. pp. 35–50.
- MICHALKÓ G.–RÁTZ T. (szerk.) 2013: Jó(l)lét es turizmus: utazók, termékek es desztinációk a boldogság és a boldogulás kontextusában. Kodolányi János Főiskola – MTA CSFK Földrajztudományi Intézet – Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár – Budapest. 270 p.
- MICHALKÓ G.–RÁTZ T.–IRIMIÁS A. 2010: Egy magyarországi fürdőváros lakosságának életminősége: az orosz-házi eset. – *Turizmus Bulletin*. 14. 4. pp. 61–68.
- MICHALKÓ G.–RÁTZ T.–TÓTH G.–KINCSESE Á. 2009: A gyógyfürdővel rendelkező magyarországi települések életminőségének vizsgálata. – *Területi Statisztika*. 49. 2. pp. 170–185.
- MILMAN, A. 1998: The impact of tourism and travel experience on senior travelers’ psychological wellbeing. – *Journal of Travel Research*. 37. 2. pp. 166–170.
- MTH 2005: Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005–2013. – Magyar Turisztikai Hivatal, Budapest. 210 p.
- MTÜ 2017: Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. – Magyar Turisztikai Ügynökség, Budapest. 154 p.
- NAWIJN, J. 2010: Happiness Through Vacationing: Just a Temporary Boost or Long-Term Benefits? – *Journal of Happiness Studies*. 12. pp. 651–665.
- NAWIJN, J. 2012: Leisure travel and happiness. An empirical study into the effect of holiday trips on individuals’ subjective wellbeing. – *NRIT Media*, Rotterdam. 128 p.
- NAWIJN, J.–MARCHAND, M. A.–VEENHOVEN, R.–VINGERHOETS, AD J. 2010: Vacationers happier, but most not happier after a holiday. – *Applied Research in Quality of Life*. 5. 1. pp. 35–47.
- NEAL, J. D.–SIRGY, M. J.–UYSAL, M. 1999: The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life. – *Journal of Business Research*. 44. pp. 153–163.
- NEAL, J. D. 2000: The effects of different aspects of tourism services on travelers’ quality of life: Model validation, refinement, and extension. – Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA. 265 p.
- NEAL, J. D.–SIRGY, M. J. 2004: Measuring the effect of tourism services on travelers’ quality of life: Further validation. – *Social Indicators Research*. 69. 3. pp. 243–277.
- NEAL, J. D.–UYSAL, M.–SIRGY, M. J. 2007: The Effect of Tourism Services on Travelers’ Quality of Life. – *Journal of Travel Research*. 46. pp. 153–163.
- PEARCE, PH.–FILEP, S.–ROSS, G. 2011: Tourists, tourism, and the good life. – Routledge, Oxon. 226 p.
- PUCZKÓ L.–RÁTZ T. 1998: A turizmus hatásai. – Aula-Kodolányi, Budapest-Székesfehérvár. 491 p.
- PUCZKÓ L.–SMITH, M. K. 2011: Tourism-Specific Quality of Life Index: The Budapest Model. In: BUDRUK, M.–PHILIPS, R. (eds.): *Quality-of-Life Community Indicators for Parks, Recreation and Tourism Management*. Social Indicators Research Series 43. Springer, Dordrecht. pp. 163–184.
- RICHARDS, G. 1999: Vacations and the quality of life. – *Journal of Business Research*. 44. 3. pp. 189–198.
- SIRGY, M. J.–CORNWELL, T. 2001: Further validation of the Sirgy et al.’s measure of community quality of life. – *Social Indicators Research*. 56. 2. pp. 125–143.
- SIRGY, M. J.–KRUGER, P. S.–LEE D.-J. B.–YU, G 2010: How Does a Travel Trip Affect Tourists’ Life Satisfaction? – *Journal of Travel Research*. 20. 5. pp. 1–15.
- SMITH, M. K.–PUCZKÓ L. 2012: An Analysis of TQoL Domains from the Demand Side. In: UYSAL, M.–PERDUE, R. R.–SIRGY, M. J. (ed.): *Handbook of Tourism and Quality-of-Life (QOL) Research: The Missing Links*. – Springer, Dordrecht. pp. 263–277.

- SMITH, M. K.–DIEKMANN, A. 2017: Tourism and wellbeing. – *Annals of Tourism Research*. 66. pp. 1–13.
- STRAUSS-BLASCHKE, G.–EKMEKIOGLU, C.–MARKTL, W. 2000: Does vacation enable recuperation? Changes in well-being associated with time away from work. – *Occupational Medicine*. 50. 3. pp. 167–172.
- UTASI Á. 2006: A minőségi élet feltételei és forrásai. In: UTASI Á. (szerk.): *A szubjektív életminőség forrásai: biztonság és kapcsolatok*. MTA Politikai Tudományok Intézete, Budapest. pp. 13–49.
- UYVAL, M.–PERDUE, R.–SIRGY, J. (eds.) 2012: *Handbook of Tourism and Quality of Life Research*. – Springer, Heidelberg. 702 p.
- VEENHOVEN, R. 2003: Happiness. – *The Psychologist*. 16. 3. pp. 128–129.
- WEIXLBAUMER, N. 1993: Suggestion regarding the measurement of the quality of life of the population in the rural areas in Austria. A contribution to agricultural geography – *Geographical Studies (Nitra)*. 2. pp. 85–96.
- WESTMAN, M.–ETZION, D. 2001: The impact of vacation and job stress on burnout and absenteeism. – *Psychology and Health*. 16. 5. pp. 595–606.

Internetes és egyéb források:

- if1 <https://www.austriatourism.com/ueber-uns/geschichte-des-tourismus-in-oesterreich/>
- if2 <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000138&ShowPrintPreview=True> (A szövetségi és tartományi feladatok közötti megosztásról az Osztrák Alkotmány – Bundes-Verfassungsgesetz – tizenöt paragrafusáról rendelkezik.)
- if3 Az osztrák-magyar turisztikai kapcsolatok területéről származó jó gyakorlatokról rendszeresen olvasható beszámoló a GD Consulting blogjában: <https://www.good-deal.at/hu/h%C3%ADrek/> és beszámolóiban: <https://www.good-deal.at/hu/r%C3%B3lunk-%C3%ADrt%C3%A1k/>.
- if4 <https://www.austriatourism.com/marke-urlaub-in-oesterreich/>
- if5 Szántó Zoltán: Új osztrák turizmusstratégia in *Turizmus.com*, 2019. május, pp. 10.
- if6 A stratégiai dokumentum teljes címe: Plan T: Masterplan für Tourismus, Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus 21. 03. 2019, a dokumentum teljes egészében elérhető, s letölthető innen: https://www.bmnt.gv.at/tourismus/masterplan_tourismus.html.
- if7 Elisabeth Köstner, szövetségi fenntarthatósági- és turisztikai miniszter in Plan T: Masterplan für Tourismus, Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus 21. 03. 2019, pp. 3.
- if8 Neue Wege im Tourismus, Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, 2010. február, https://www.bmnt.gv.at/dam/jcr:7d0389dd-4ae8-4726-b254-b88b90da00f0/Strategie_Neue%20Wege%20im%20Tourismus.pdf
- if9 Kovács Balázs: Jelentős hangsúlyt kap az új osztrák kormányprogramban a turizmus in *GD Consulting Blog*, 2017. december 17. <https://www.good-deal.at/kormanyprogram-au-turizmus/>
- if10 <https://www.bmnt.gv.at/ministerium.html>
- if11 https://www.bmwf.gv.at/Tourismus/Documents/DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE_barrierefrei.pdf
- if12 Masterplan für Tourismus, Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus 21. 03. 2019, pp. 26.
- if13 Gerhard Frank, az Erlebnisdramaturgie GmbH ügyvezetője, in *Tourismus Wissen – quarterly*, 2019. július, pp. 216.
- if14 Harald A. Fiedel, Professor for Sustainable Tourism, CSR and Ethics, Inst. for Health and Tourism Management in *Tourismus Wissen – quarterly*, 2019. július, pp. 218