

PREVENCIÓS, REKREÁCIÓS TURIZMUS IRÁNT MUTATKOZÓ FOGYASZTÓI IGÉNYEK FELMÉRÉSE – FIATALOK SPORT ÉS WELLNESS SZOKÁSAI

SURVEY OF CONSUMER DEMAND FOR RECREATIONAL AND PREVENTIONAL TOURISM-SPORT AND WELLNESS HABITS OF THE YOUTH

KOZMÁNÉ CSIRMAZ ÉVA PhD-hallgató

DE AGTC GVK Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

Abstract

A health conscious person might contribute to the preservation of its health and to the prevention of illnesses by its lifestyle, health conscious nutrition and regular exercise. Wellness helps to reach these goals with its complex services that are aimed at both the improvement of the physical state, the stamina and the preservation of mental freshness. The intention to develop health conscious life is traceable in the ever increasing demand. The goal of wellness tourism is to preserve health: healthy people purchase in their free time tourist service packages with medical elements that are financed by themselves or by complementary private insurance sources. The providers of wellness services offer complex prevention and health promotion programs in an entertaining way and in an attractive environment for the customers, while giving them the opportunity to obtain knowledge about healthy lifestyle. It is important for the customers of wellness tourism to attain and preserve health in its complex, comprehensive meaning, i.e. to obtain the balance between the mental, physical and biological aspects of health.

Bevezetés

Egészségünk a legnagyobb értékünk. Ma már sokak számára a fogalom nemcsak a betegség hiányát jelenti, az egészség élményéhez a lelki harmónia is hozzákapszódik.

Az Egészségügyi Világszervezet 1998-ban az alábbiak szerint fogalmazta meg mi az egészség. „Az egészség a mindennapi élet erőforrása, nem pedig életcélja, pozitív fogalom, amely a társadalmi és egyéni adottságokat, valamint a fizikai állapotot egyaránt figyelembe veszi.”¹

Növekvő tendenciát mutat a nem orvosi eszközökkel történő prevenció és egészségmegőrzés (wellness, fitness, életmódprogramok stb.). A testi, szellemi és szociális jólét iránt felmerülő igényeket az egészségügyi szolgáltatások igyekeznek kielégíteni. Ilyen szolgáltatások a wellness szállodák. Magyarország a gyógyvíz nagyhatalmak közé tartozik és ezt az előnyünket érdemes kihasználni, azonban nem lehet csupán a gyógyvízre alapozni, mert ez a vendégkör szűkülését jelentheti.

Szakirodalmi áttekintés

Az egészségtudatos életmód kialakítására való igény nyomon követhető a kereslet folyamatos növekedésében. Egy korábban elkészült egészségügyi kutatás belföldi kereslet-elemzése alapján a wellness szolgáltatásai elsősorban a megelőzésre (70%) és a pihenésre (23%) irányulnak. A wellness-turizmus célcsoportjához tartozókat általában az jellemzi az évente egyszeri, de hosszabb üdülés kedvelőivel szemben, hogy az évente több alkalommal, rövidebb ideig tartó (pl. hosszú hétvége) wellness szolgáltatásokat preferálják.²

A Turisztikai Világszervezet (UNWTO)³ 10 megatendencit határozott meg (demográfia, ismeretek és képzettség, egészségtudatosság, szabadidő, utazási tapasztalatok, életmód, információtechnológia, közlekedés, fenntarthatóság, biztonság), amelyek alapján különböző trendeket állapíthatunk meg a fogyasztók szegmenseire.⁴

- Öregedő népesség: az egyre javuló szociális helyzetből adódóan az átlagéletkor növekszik a nyugati társadalmakban. Az idősebb emberek nagyobb mértékű szabadon elkölthető jövedelemmel rendelkeznek. Nő a minőség, kényelem és a biztonság iránti igény. Egyre keresettebbek lesznek a főszezonon kívüli ajánlatok, a személyre szabott és speciális termékek, valamint a „télből nyárra” jellegű üdülések.⁵
- Erősödő egészségtudatosság: ez a desztináció kiválasztására és a vakáció alatt tanúsított viselkedésre egyaránt hatni fog. Ennek következtében az egészségesnek tartott desztinációk preferáltabbak lesznek. Az aktív turizmus népszerűsége erősödik. Nő a gyógyfürdők és fitnesscentrumok iránti kereslet.
- Egyre magasabb iskolai végzettség: a kommunikációban szereplő elemek sokkal kreatívabb és magasabb színvonalúak kell, hogy legyenek. Az új, közép- és kelet-európai országok iránti kereslet nőni fog.

- A hétköznapi fokozódó nyomása: manapság egyre több inger és stressz éri a halandókat, mint korábban. Elengedhetetlen, hogy ne álljanak rendelkezésre olyan létesítmények, melyek segítenek levezetni a munkában vagy akár az otthoni nézeteltéréseket, feszültségeket.
- Tapasztaltabbá váló fogyasztók: a turisztikai szolgáltatást igénybe vevők egyre inkább tudják, mire van szükségük és sokkal tájékozottabbak jogaikat tekintve. Ebből adódik, hogy az elvárt minőségi szint magasabb lesz, a fogyasztók előnyben részesítik az autentikusabb kínálatot.
- Változó életmód: az olcsónak értékelt szálláshelyek és szolgáltatások iránti kereslet csökken. A személyre szabottság és a személyes törődés mindinkább fontosabbá válik. Ebből következik, hogy a kisebb hotelek szerepe nőni fog.
- Az internet növekvő szerepe: egyre népszerűbbé válik az internetes helyfoglalás, ezért fontos, hogy az egyes desztinációk részletes és pontos információt tegyenek közzé.
- A megszokottnak vélt közlekedési eszközök reformja: a gyorsan és olcsón megközelíthető desztinációk minél inkább keresettebbek lesznek.
- A fenntartható fejlődés erősödő szerepe: a környezet iránt érzett felelősség tovább fokozódik. A természet és lakosság összhangja és a helyiek mentalitása egyre nagyobb hangsúlyt kap. A túlzott beépítettség elriasztja a látogatókat.
- A biztonság kiemelkedő szerepe: az elmúlt évek borzalmai, a terrortámadások, regionális háborúk beárnyékolják mindennapjainkat. Épp ezért a turisták elkerülik a veszélyesnek ítélt területeket. Kiemelkedő jelentőséget kap a vízminőség kifogástalansága. A kritikusabb turista előbb ad hangot nem tetszésének, ha a kapott szolgáltatás nem felel meg igény szintjének.⁶

Célkitűzések

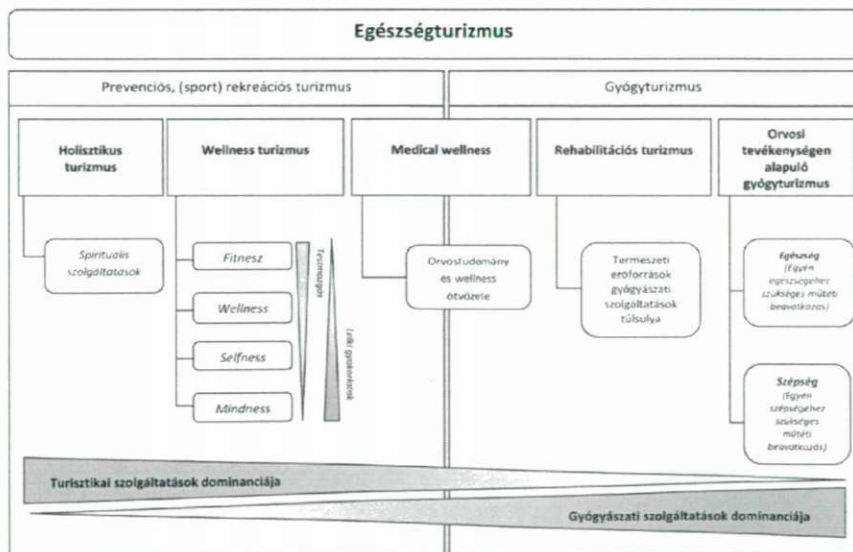
Vizsgálataim fókuszába a fiatalok prevencióis illetve rekreációs turizmus iránt mutatkozó igényeinek és szokásainak elemzését helyeztem. Céloom volt feltárni, hogy a 18–20 éves korosztály mennyire egészségtudatos azon belül is a férfiak vagy a nők azok akik ebben a korosztályban jobban óvják egészségüket.

Továbbá célom volt megvizsgálni hogy, mik azok a tényezők amelyek szerepet játszanak az egyetemisták egészség megőrzésében.

Az egészségturizmus fogalomrendszere folyamatosan változik követve a változó fogyasztói igényeket. Számos publikáció problémaként említi, hogy a turizmuson belül nincs egy egységes kialakult fogalomrendszer és ez komoly kommunikációs és funkcionális problémákat okozhat az adott tárgykörben.

Az alábbi ábra az egészségturizmus fogalomrendszerét ábrázolja, melyben a Kincses Gyula, illetve a Magyar Turizmus Zrt. által megalkotott egészségturizmus fogalomrendszereket ötvöztem és kiegészítettem.

1. ábra. Az egészségturizmus fogalomrendszere
Figure 1. Definition system of health tourism

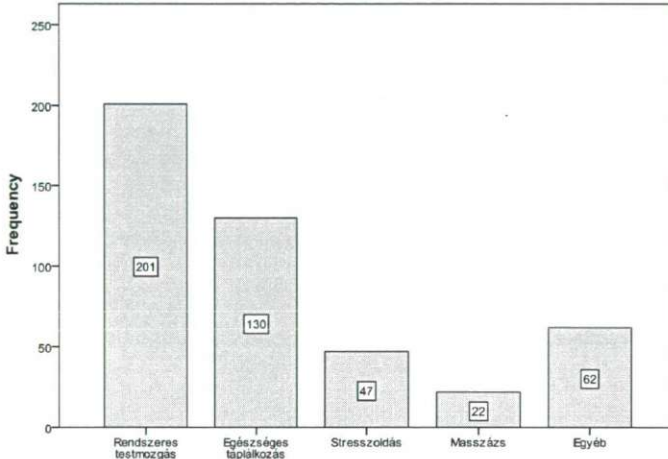


Forrás: Saját szerkesztés (Kincses Gyula és Magyar Turizmus Zrt. ábrája alapján)

A minta jellemzése

A felmérésben 472 hallgató vett részt, véletlenszerűen kiválasztott mintavételezési eljárás eredményeképpen. A Centrum nappali tagozatos hallgatóinak 55,8%-a nő, 44,2%-a férfi. A vizsgálatban részt vevő 472 főből 169 férfi (35,8%), 299 nő (63,6%) volt. A mintában 4 ismeretlen adat szerepelt (0,8%). A 470 főből 459 esetben (97,7%) kaptam választ erre a kérdésre. A legfiatalabb válaszadó 17 éves, a legidősebb 39 éves volt. A megkérdezettek életkorának átlaga 20 év, melynek szórása 1,816.

2. ábra. Mit tesz egészsége megőrzése érdekében?
Figure 2. How do you contribute to preserve your health ?

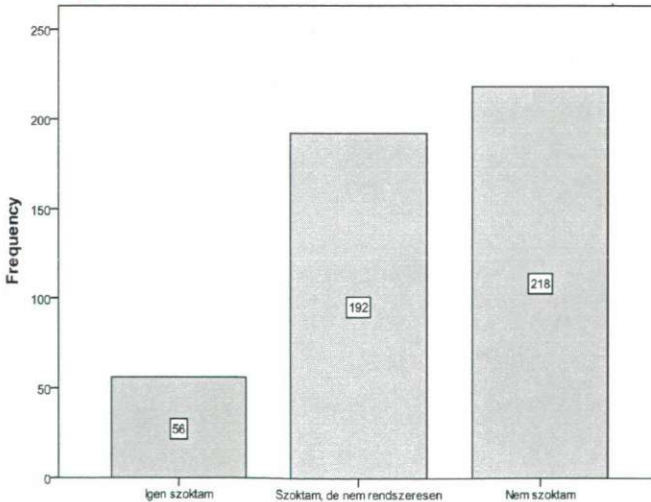


Forrás: Saját szerkesztés

A válaszadók 42,6%-a választotta a rendszeres testmozgást, 28,1% az egészséges táplálkozást jelölte meg, 13,4% az egyéb válaszlehetőséget karikázta be, 10,2% a stresszoldást és 4,8% a masszázst választotta.

A „Mit tesz egészsége megőrzése érdekében?” kérdésre adott válaszokban a nemek között szignifikáns eltérés van (Pearson-féle Chi négyzet: 15,541; $df = 4$; $p < 0,05$). A férfiak inkább rendszeres testmozgással őrzik egészségüket, míg a nők esetében az egészséges táplálkozás és a rendszeres testmozgás közel azonos súllyal szerepel az egészség megőrzésében. A 18–22 éves fiatalok 80%-a szeret sportolni, 16%-ának közömbös a sport, míg 4% azok aránya, akik inkább, vagy nagyon nem szeretik a sportot.

3. ábra. Szokott-e rendszeresen wellness-terápiás szolgáltatásokat igénybe venni?
Figure 3. Do you use regularly wellness therapeutic services ?



Forrás: Saját szerkesztés

A „Mennyire szereti a sportot” kérdésre a következő válaszok születtek. A megkérdezett férfiak 87%-a szeret, vagy nagyon szeret sportolni. 10,6%-nak közömbös a sport, azok aránya akik nem, vagy inkább nem szeretnek sportolni 2,4%. A nők esetében azok aránya akik szeretnek, vagy nagyon szeretnek sportolni 75,6%. 19,4%-nak közömbös a sport, míg a nők 5,0%-a nem, vagy inkább nem szereti a sportot.

Ha férfit kérdezzünk a wellness-terápián való részvételt illetően, a „nem szoktam” választ kapjuk nagyobb valószínűséggel, míg ha a megkérdezett nő, akkor nagyobb valószínűséggel kapjuk a „szoktam, de nem rendszeresen” választ (3. ábra).

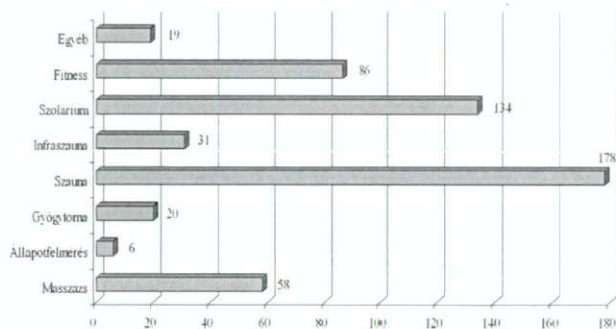
A „Szokott-e rendszeresen wellness-terápiás szolgáltatásokat igénybe venni?” kérdésre adott válaszokban a nemek között szignifikáns eltérés van. A nők (58,9%) jellemzőbben vesznek igénybe wellness-terápiás szolgáltatásokat, mint a férfiak (43,9%).

Wellness-szolgáltatások kedveltsége tekintetében a megkérdezettek 33%-a a szaunát, 25%-a a szoláriumot, 16%-a fitneszt, 11%-a masszázst, 6%-a infrasaunát, 4–4%-a a gyógytorna és az egyéb lehetőséget jelölte meg.

A „Milyen gyakran szokott wellness szolgáltatásokat igénybe venni?” kérdésre adott válaszokban a nemek között nincs szignifikáns eltérés. Mind a férfiak, mind a nők heti, ill. kétheti rendszerességgel ugyanolyan arányban wellness-elnek (20–24%) és a havi rendszerességű válaszok aránya is közel azonos.

A wellness-szolgáltatások igénybevételénél a válaszadók 29,9%-a jelölte meg a masszázsterápiát, 24,1% a szaunát, 19,0% a fitneszterem lehetőséget választotta. 10% alatti az arány a szolárium (9,4%); a gyógytorna/mozgásterápia (8,4%); állapotfelmérés (6,6%) és infrasauna (2,8%) esetében.

4. ábra. Milyen szolgáltatásokat szokott igénybe venni?
 Figre 4. What kind of services do you use?



Forrás: Saját szerkesztés

Összegzésképpen elmondható, hogy az egyetemistáknál már megfigyelhető a növekvő egészség tudatosság, azonban elsődlegesen a külső megjelenés, amely motiválja őket prevenció, rekreációs szolgáltatások igénybe vételére. Míg a férfiak a rendszeres testmozgást részesítik előnyben egészségük megőrzése érdekében addig a nők az egészséges táplálkozást preferálják.

Jegyzetek

1. http://whqlibdoc.who.int/hist/official_records/constitution.pdf
2. <http://www2.eco.u-szeged.hu/tudkozlemeny/pdf/2009/Malovics-Malovics.pdf>
3. United Nations World Tourism Organization – az ENSZ Turisztikai Világszervezete
4. http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/bulletin200304/trendek.pdf
5. http://www.jokortv.hu/hirek/az_oregedo_tarsadalom_is_kinal_kivalo_uzleti_lehetosegeket
6. <http://www.tthungary.hu/modules/foldertree/versions/1/view.php?type=7&nid=1501&PHPSESSID=5d93138c1fffd132cc8f9ad6b246e5b4>

Felhasznált irodalom

- Gulyás E 2008: A magyar egészség-turizmus helyzete a Magyar Turizmus Rt. szemszögéből vizsgálva. http://elib.kkf.hu/edip/D_10259.pdf.
- http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/bulletin200304/trendek.pdf.
- http://whqlibdoc.who.int/hist/official_records/constitution.pdf
- http://www.jokortv.hu/hirek/az_oregedo_tarsadalom_is_kinal_kivalo_uzleti_lehetosegeket
- <http://www.tthungary.hu/modules/foldertree/versions/1/view.php?type=7&nid=1501&PHPSESSID=5d93138c1fffd132cc8f9ad6b246e5b4>
- Málovics J.–Málovics É. (2009): Szervezeti kultúra és kompetenciák az egészség-turizmusban: elméleti modellek és empirikus vizsgálati lehetőségek, JATEPress, Szeged, 108–126. o. 123. o. <http://www2.eco.u-szeged.hu/tudkozlemeny/pdf/2009/Malovics-Malovics.pdf>