

Árpási Krisztina<sup>1</sup>

## A SZABADIDŐ ELTÖLTÉSÉRE VONATKOZÓ CSALÁDON BELÜLI DÖNTÉSHOZATALI PREFERENCIÁK

### BEVEZETÉS

Napjainkban a vásárlói döntések 80%-át közvetlenül vagy közvetve a nők hozzák meg. Ennek köszönhetően, a jövő üzleti vállalkozásai nem hagyhatják figyelmen kívül a női fogyasztók igényeit. Mivel a nők és férfiak sok mindenben különböznek egymástól, így nem meglepő, hogy ez az eltérés a vásárlási szokásoknál és a döntési folyamatoknál is megmutatkozik.

A vásárlások egy speciális fajtája a szabadidő eltöltésére vonatkozó döntések meghozatala, hiszen minden család életében kiemelt fontosságú az éves szabadság megtervezése. A vásárlási döntések meghozatalában hangsúlyos a turizmushoz kapcsolódó motiváció vizsgálata. Ezen a területen az elmúlt 60 év során folyamatos változás volt tapasztalható, jól látható a fejlődés iránya. Jelen tanulmányban megvizsgálom, hogy milyen volt a nők szerepe a családokon belül a turizmust érintő döntéshozatalban az elmúlt évtizedben.

A tanulmány kiindulópontja a turizmus alanya, a döntéshozó, a potenciális turista. A turizmus esetében is beszélünk keresletről és kínálatról. A turisztikai kereslet a turizmus szabadidővel rendelkező alanyának azt a készségét fejezi ki, hogy különböző, meghatározott mennyiségű turisztikai szolgáltatást képes és hajlandó meghatározott pénzmennyiségért megvásárolni. Kutatásom fókuszában a nők állnak, mint részben a turizmus alanyai, részben pedig mint döntéshozói. (Rice).

Kiemelten fontosnak tartom a turizmushoz kapcsolódó motiváció, alapvetően a családon belüli motiváció és döntéshozatal vizsgálatát, különös tekintettel a női döntéshozatalra. Vagyis a családokon belül először a nők utalnak-e az utazásra, pihenésre, nyaralásra? A nők mérik-e fel a lehetőségeket, gyűjtik össze az információkat? A nők döntenek-e el, hogy hova, mennyi időre és mivel utazzon el a család? A nők döntenek-e el, hogy mennyit költsenek? A nők az internetet használják vagy utazási irodához fordulnak-e inkább? A férfiak és a gyermekek használják-e valamelyiket az információk begyűjtésére, s ha igen, többségében melyiket? Létezik-e kimondottan női vagy férfi szerep a nyaralás tervezésekor?

### TÖRTÉNETI ÁTTEKINTÉS

Az 50-es évek előtt teljesen egyoldalú nézet volt elfogadott a tekintetben, hogy családon belül ki az, aki a döntéseket hozza, ugyanis a családokon/háztartásokon belül a férj minősült egyedüli és kizárólagos döntéshozónak.

Az 50-es évektől kezdve – a nők munkába állásával – azonban megdőlni látszott az a kijelentés, hogy családon belül a férjnek kizárólagos, mondhatni egyeduralmuk van a felségükkel szemben.

Sharp és Mott (1956) vizsgálata már újdonságnak számított a korábbi tényfeltárásokhoz képest. Hiszen ők(,) a férj és a feleség együttes döntéshozatalát állították vizsgálatuk középpontjába. Feltételezésük szerint, nem lehet kizárólagos döntéshozót meghatározni a családon belül, vagyis szerintük, mind a feleség, mind a férj hozzájárul a döntéshez. Vizsgálatuk azt is kimutatta, hogy a vakációra vonatkozó teljes döntési folyamat során

---

<sup>1</sup>Árpási Krisztina: Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi Kar, Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet  
E-mail: [arpaskrisztina@gmail.com](mailto:arpaskrisztina@gmail.com)

(kiindulva az ötlet felvetésétől egészen a végső döntésig bezáróan) legalább kétharmad részben közösen hoznak döntés.

Davis (1970) egy nagyon fontos megfigyelést tett, miszerint egy vásárlói döntés számos aldöntésből (döntési egységekből) áll, így a szabadidő eltöltésével kapcsolatos döntések is több részből tevődnek össze, mint pl. hova, mikor, hogyan stb. menjen a család vakációzni. Amikor azt kívánjuk meghatározni, hogy családon belül ki a fő döntéshozó a vakációra vonatkozóan, akkor részleteiben kell megvizsgálni a folyamatot, vagyis azt, hogy az egyes kérdéseket illetően ki tekinthető meghatározó döntéshozónak.

Cunningham és Green (1974) már konkrétan a közös döntéshozatalt helyezték a fókuszba, és arra a következtetésre jutottak, hogy egyre jelentősebb a családon belüli közös döntés a szabadidő eltöltésére vonatkozóan, ami nagyrészt a nemek közötti egyenlőségre törekvésnek köszönhető.

Jenkins (1979) tanulmányában a családtagok szerepét vizsgálta. Azt kutatta, hogy az egyes aldöntések esetében mekkora befolyással bírnak az egyes családtagok. Állítása szerint a férj dönt arról, hogy gyerekekkel vagy nélkülük utazzanak, hogy milyen közlekedési eszközzel induljanak útra, milyen szabadprogramon vegyenek részt, milyen szállást vegyenek igénybe és hogy mi legyen az utazásuk célpontja.

Smith (1979) egy 141 utazóból álló mintát vizsgált, és a velük készített interjúból modellezte a családon belüli döntéshozatali szerepeket. Ennek eredményeként a nőket jelölte meg a fő döntéshozóknak, bár megjegyezte, hogy állítása a férfi domináns európai és japán családok esetében nem biztos, hogy igaz.

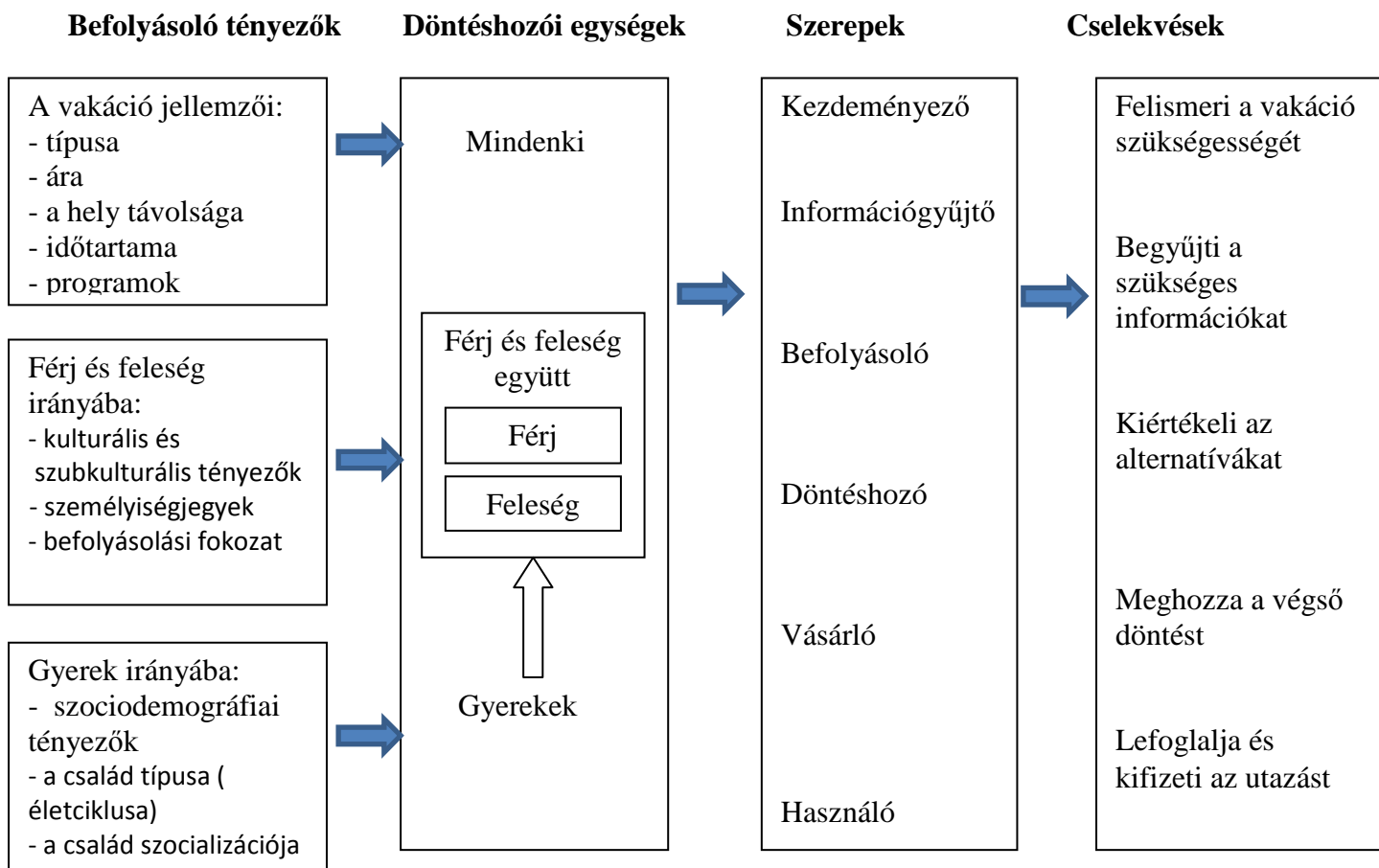
Filiatrault és Ritchie (1980) éppen az ellenkezőjét állítja annak a modellnek, amit Jenkins állított fel. Filiatrault és Ritchie a házastársak befolyásának mértékét vizsgálták az egyes döntési részeknél (aldöntés). Arra a megállapításra jutottak, hogy a befolyás mértékét a gyermekek száma és a jövedelem befolyásolja leginkább.

Fodness (1992) azt állította, hogy a családon belüli, utazási döntéshozatali folyamat az adott család életciklusának és a demográfiai változóknak a függvénye, s hogy a különböző jövedelmek mellett az egyes háztartások döntéshozatali modellje is különböző.

Zalatan (1998) tanulmányában szintén a feleségek döntésének mértéke áll a középpontban. A turizmussal kapcsolatos döntéseknél 17 kategóriát határozott meg, és vizsgálata során érdekes különbségeket észlelt az egyes kategóriákat illetően. Például a pénzügyeket tekintve relatív alacsony a nők döntésben való részvételi aránya, míg olyan témákban, mint a vásárlás, étterem választás, információ gyűjtés, bőrönd összekészítése viszonylag nagy befolyással bírnak. Zalatan nem vizsgálta külön a női és a férfi döntéshozatali arányokat az egyes folyamatot illetően, csupán azt állapította meg, hogy multidimenzionális, és hogy mindketten részt vesznek a döntésben.

A tanulmányok többsége a családon belüli döntéshozatal három legjellemzőbb lehetőségét hangsúlyozza (férj-domináns, feleség-domináns és közös döntéshozatal), viszont a modellek nem veszik figyelembe a gyerekek, különösen a tinédzserek befolyását a döntési folyamatokra. Pedig a gyerekeknek gyakran igen fontos szerepük van egy-egy fogyasztói folyamatban, ezért nagyon fontos ezen réteg fontosságának a kiemelése.

Ahhoz, hogy megértsük a családi döntési folyamatot a szabadidő eltöltésével kapcsolatosan, az alábbi modell tanulmányozása szükséges.



1. ábra. Családi döntési folyamat modell a szabadidőre vonatkozóan (módosítva Nanda et al. 2008 alapján)

Az említett, korábbi tanulmányokban a három leggyakoribb felállást tanulmányozták a kutatók. A férj-domináns családoknál értelemszerűen a férj a fő döntéshozó, a feleség-domináns családoknál pedig a nő, míg a közös döntéshozatal egyenlő döntési arányokat állapít meg mind a férj, mind a feleség részéről.

Az 1. ábrán látható modell szerint az egyes családtagok eltérő szerepeket játszanak a különböző döntési helyzetekben. Összesen hat különböző szerepről beszélünk, melyek azonban nem állandóak. (Nanda, Hu, Bai, 2008)

Kezdeményező az, aki az egész családon belüli döntési folyamatot elindítja, kezdeményezi. Ők azok, akik először felismerik a vakáció szükségességét. Információgyűjtők azok, akik elsődlegesen felelősek az információk beszerzéséért és őket mondhatjuk a leginkább befolyásolóknak is. Ők azok, akik aztán az értékelés szempontrendszerét is felállítják.

A befolyásolók olyan családtagok, akik megbeszélik az adott vásárlási folyamatot. Értékelésük nagymértékben határozza meg a vásárlási folyamat döntését.

Döntéshozók azok, akiknek formálisan vagy informálisan a legnagyobb hatásuk van a végső döntés meghozatalára. A vásárlók azok, akik ténylegesen végrehajtják az adott termék/szolgáltatás/utazás megvásárlását. Végezetül a használók azok, akik végső felhasználóknak számítanak.

Martinez és Polo (1999) négy okot véltek felfedezni arra vonatkozóan, hogy családon belül a férj és a feleség együttesen hozzanak döntést: (1) a döntés sok pénzről szól, (2) a döntés hatással van a család jövőjére, (3) a döntés magába foglal további vitákat, (4) a döntéshez bizonyos közös tapasztalatok kellenek. Az utazással kapcsolatos döntések mindig

különlegesek, mivel nem hétköznapi, mindennapos döntésről, másfelől meglehetősen költséges dologról van szó.

M. A. Belch és Willis (2002) megállapították, hogy a vakációval kapcsolatos döntések általában közösek, bár a közös döntés esetében is a feleségeknek meghatározó a szerepük annak eldöntésében, hogy hova utazzanak és milyen szálláshelyet válasszanak.

Hawkins, Best és Coney (2001) azt tanulmányozták, hogy milyen tényezők befolyásolják a családtagok viselkedését a döntési folyamatokban. Ezek a tényezők egyaránt tartalmaznak kulturális és szubkulturális determinánsokat, szerep specializációkat, valamint személyiség jegyeket is.

A kultúra nagy mértékben befolyásolja azt, hogy egy adott döntésben a férjnek vagy a feleségnek van-e dominánsabb szerepe vagy közösen döntenek. Blood és Wolfe (1960) azt hangsúlyozták, hogy ha pl. a kulturális norma alapján a férj dominanciája a jellemző, akkor a vakációval kapcsolatos döntéseknél is jellemzően a férj szerepe lesz a jellemzőbb. A feleségek szerepe összetettebb terület. Korábbi kutatások azt bizonyítják, hogy a nők, feleségek szerepe a családi életciklus egyes szakaszaiban különböző lehet. Például a házasság első évében a házastársak törekednek arra, hogy közösen hozzanak döntést, míg a továbbiakban a feleségek még inkább törekednek befolyásuk növelésére a pénzügyek területén. Másik fontos befolyásoló tényező lehet a szerepeket illetően, hogy az adott területen kinek, milyen hozzáértése van. Ha valamelyik házastárs jobban ért az adott termékhez, akkor nyilvánvalóan nagyobb a szerepe a döntésekben is.

Feltételezhető továbbá, hogy a háztartások struktúrájának változásával, módosul a nők szerepe a szabadidő eltöltésében való döntést illetően. Vagyis az elmúlt évtizedek során, a nők az egyenjogúságra való törekedés következtében, mind inkább szerepet vállaltak az egyes vásárlói folyamatokban. Információt gyűjtöttek, tájékozottabbak lettek, s ezzel egyidejűleg befolyásuk is nőtt a döntéshozatalban. Megállapítható ugyanis, hogy akinek van tapasztalata, hozzáértése az egyes fázisokhoz, annak nagyobb is a lehetősége a döntésben való részvételle. (Zalatan, 1998).

A személyiségjegyek szintén hatással vannak a végső döntéshozatalra a szerepeket illetően. Filiatrault és Ritchie az 1980-as években még a férj jövedelmének a fontosságára hívták fel a figyelmet, mint a befolyásoló tényezők egyikére. Az elmúlt évtizedekben azonban a családon belüli befolyásoló tényezők ezen a téren is átrendeződni látszanak, ami annak a következménye, hogy a nők már nem háztartásbeliek, hanem képzik magukat, és ezért egyre nagyobb befolyással bírnak a családjukon belül.

M. A. Belch és Willis 2002-es tanulmánya is ezt támasztja alá. Kimutatták, hogy az 1900-as évek elején a nők 20%-a volt jelen a munkaerő piacon, míg ez a szám a 2000-es évek elejére 60%-ra nőtt. A nők növekvő képzettsége, foglalkoztatottsága és keresete úgy tűnik, hogy növekvő befolyással bír a családon belüli döntéshozatalra.

Összefoglalásul elmondható, hogy a háztartások szerkezetének változásával a nők befolyása növekszik a családon belüli döntéshozatalban, bár a házastársaknak nagyjából egyenlő a szerepe annak eldöntésében, hogy vakációra hova és mikor utazzanak, illetve mennyi pénzt költsenek.

Kutatások bizonyítják továbbá, hogy a bevétel is jelentős meghatározó tényező a döntési folyamatokban (Zalatan 1998), de a képzettség is befolyással lehet arra, hogy ki hozza meg a döntéseket. Minél képzettebb valaki, annál nagyobb lesz a befolyása a vásárlási folyamatokra (Madrigal 1998).

**FELHASZNÁLT IRODALOM**

- BARLETTA MARTI 2006. Marketing to woman
- BELCH G. E., BELCH M.A., CERESINO, G. 1985. Parental and teenage child influences in family decision making. *Journal of Business research*, 13(2), 163-176
- BELCH M. A., WILLIS L. A. 2002. Family decisions at the turn of the century: Has the changing structure of households impacted the family decision-making process? *Journal of Consumer Behaviour*, 2(2), 111-124
- BLOOD R. O., JR. WOLFE, D.M. 1960. *Husbands and wives: The dynamics of married living*. Glencoe, IL: Free Press
- BRENNAN BRIDGET 2009. Why she buys
- BROWN MARY, ORSBORN CAROL 2006. Boom
- CLIFT STEPHEN, GRABOWSKI PETER 1997. *Tourism and Health: Risks, Research and Responses*, Thomson Learning,
- CUNNINGHAM JANE, ROBERTS PHILIPPA 2006. Inside her pretty little head
- DAVIS H. L. 1970. Dimensions of marital roles in consumer decision making. *Journal of Marketing Research*, 7(2), 168-177
- FILIATRAULT P., RITCHIE J. R. B. 1980. Joint purchasing decisions: A comparison of influence structure in family and couple decision making units. *Journal of Consumer Research*, 7(2), 131-140
- FODNESS, D. 1992. The impact of family life cycle on the vacation decision-making process. *Journal of Travel Research*, 31(2), 9-13
- GANESH, G. 1997. Spousal influence in consumer decisions: A study of cultural assimilation. *Journal of Consumer Marketing*, 14(2), 132-155
- GEUENS M., DE PELSMACKER P., MAST, G. 2003 How family structure affects parent-child communication about consumption. *International Journal of Advertising and Marketing to Children*, 4(2), 57-62
- HAWKINS D. I., BEST R. J., CONEY K. A. 2001. *Consumer behaviour: Building marketing strategy* (8<sup>th</sup> ed.). New York, NY: Irwin/McGraw-Hill
- JENKINS R. L. 1979. Family vacation decision making. *Journal of Travel Research*, 16(4), 2-7
- MADRIGAL R., HAVITZ M. E. , HOWARD D. R. 1992. Married couples involvement with family vacations', *Leisure Sciences*, Vol. 14, pp. 283-301
- MARTINEZ,E., POLO Y. 1999. Determining factors in family purchasing behaviour: An empirical investigation. *Journal of Consumer Marketing*, 16 (4/5), 461-481
- MATHIESON A., WALL G. 1982, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts'*, Longman, London
- MAYO E., JARVIS L. 1981. *The Psychology of Leisure Travel'*, CBI Publishing, Boston, MA
- MOTTIAR Z., QUINN D. 2004. Couple Dynamic in Household Tourism Decision Making: Women as the Gatekeepers?
- NANDA D., HU C., BAI B. 2006. Exploring Family Roles in Purchasing Decisions During Vacation Planning: Review and Discussions for Future Research, *Journal of Travel@Tourism Marketing*, Vol. 20 (3/4), p.107-125
- SCHARP H., MOTT P. 1956. Consumer decisions un the metropolitan family. *Journal of Marketing*, 21(2), 149-156
- QUINLAN MARY LOU 2003. Just ask a woman, 2003
- SCHMOLL G. 1977. *Tourism Promotion'*, Tourism International Press, London
- SILVERSTEIN MICHAEL J., SAYRE KATE 2009 Women want morE
- SMITH V. L. 1979. Women: The taste-makers in tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 49-60
- WILKS, JEFF- PAGE, STEPHEN 2003. Managing tourist health and safety in the new millenium (advances in tourism research), Pergamon
- ZALATAN A. 1998. Wives' involvement in tourism decision processes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 890-903