

A SPORTLÉTESÍTMÉNY-VÁLASZTÁST BEFOLYÁSOLÓ
LEGFŐBB SZEMPONTOK VIZSGÁLATA A FITNESSZ
SZOLGÁLTATÁST IGÉNYBE VEVŐ FÉRFIAK ÉS NŐK
KÖRÉBEN

*STUDY OF THE MAIN FACTORS INFLUENCING FITNESS
CONSUMER MEN AND WOMEN IN THEIR CHOICES RELATED TO
SPORT FACILITIES*

BARTHA ÉVA JUDIT

tudományos segédmunkatárs/assistant research fellow
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar/University of Debrecen
Faculty of Economics and Business
Debrecen
bartha.eva.judit@econ.unideb.hu

BÁCSNÉ BÁBA ÉVA

egyetemi docens/associate professor
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar/University of Debrecen
Faculty of Economics and Business
Debrecen
bacsne.baba.eva@econ.unideb.hu

ABSTRACT

Fitness industry is an important segment of sports economy worldwide. The number of registered members in fitness clubs has shown a slow, but steady increase (IHRSA, 2015). In Hungary, it is not only the indicators of physical activity that are considered low, but also the rate of sports activities done in fitness clubs. It is timely to conduct a study on the stakeholders of the fitness sector, as gyms offer sports facilities that are available for all, and by exploring the main factors influencing the gym choice and the participation in fitness trainings, a larger mass of people could be reached, and sporting habits could be changed and improved. As our primary research method, we used questionnaire survey among fitness consumers. 753 guests attending to gyms responded to the questionnaire. 500 of them are women (66%) and 253 are men (34%). Results reflect that tangible environment (mainly equipment and cleanliness) has the strongest influence on the gym choice of fitness sector consumers. Apart from these the quality of basic services, as well as staff-related aspects (trainer, good community, atmosphere) played the most important role in their choice.

1. Bevezetés

A szabadidősport lehetőséget nyújtó sportlétesítmények létrehozása és működtetése a sport gazdaságban betöltött szerepében egyre inkább fontos területnek számít (Sárközy, 2004). A szabadidő-sportolók sporttevékenységük helyszínéül választhatnak a civil egyesületek, vagy az üzleti alapon működő szolgáltatók, a fitneszklubok által nyújtott lehetőségek közül. Míg korábban a civil egyesületek szolgáltattak leginkább a szabadidő-sportolóknak lehetőséget, napjainkban a fitneszklubok egyre népszerűbbé válnak a sportszolgáltatások fogyasztói között (Szabó, 2012). Az egyetemi hallgatók körében is a fitnesztermi lehetőségek a legnépszerűbbek, minden második diák ilyen típusú sporttevékenységet választ (Pfau, 2016).

A sportgazdaságban a fitnesz szektor piaci részesedése folyamatosan emelkedik, amit az International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA) globális beszámolója is alátámaszt. Eszerint a fitnesz ágazat nyereségének 4%-os, jelentős növekedése volt megfigyelhető 2014-ben (IHRSA, 2015). 2016-ban a fitneszklubok már több mint nyolevanegy milliárd dollár bevételt hoztak a fitnesziparnak (IHRSA, 2017).

A fitnesz területén megjelenő kutatások az utóbbi évtizedekben kezdtek fellendülni, amelyek a fitnesz elméleti háttérével (Müller, 2015), szolgáltatásaival (Müller – Rác, 2011), trendjeivel (Müller et al. 2013, 2017), egészségre gyakorolt jótékony hatásaival foglalkoznak (Andrea et al. 1999; Neuffer 1989; Ross et al. 1999; Osváth, 1999).

Európa-szerte 2012-ben mintegy negyvenezer fitneszterem évente negyvennégy millió vendégnek nyújtott sportolási lehetőséget, és emellett négyszázezer munkavállalót foglalkoztatott (EHFA, 2012). Az EUROBAROMETER 2014-es felmérése szerint 2009-ben az európai lakosság 9%-a volt regisztrált tagja valamilyen szabadidő- vagy fitneszklubnak. Ez az arány 2014-re 11%-ra növekedett. A vizsgálat szerint a tagok számának növekedése ellenére még mindig az otthon történő testmozgás számít a leggyakoribbnak (EUROBAROMETER, 2014).

Magyarországon 2011-ben megközelítőleg négyszáz fitneszterem működött, összesen háromszázezer taggal, száznegyvennégy millió euros forgalommal (Zopcsák, 2013). 2009 óta hazánkban a fizikailag inaktív társadalom 9%-kal csökkent, a mindennap sportolók aránya pedig háromszorosára nőtt (Ács - Kovács, 2015).

Ráthonyi et al. (2016, 2017) szerint a sport társadalomban betöltött egyedülálló szerepe világossá tette a vállalatok számára is a CSR (társadalmi felelősségvállalás) és a sport integrációjában rejlő kihasználatlan előnyöket. Például a sport CSR fizikai aktivitásra buzdító programjai révén, széles körben terjesztheti az egészséges életmód pozitív üzeneteit és tovább csökkentheti a fizikailag inaktív társadalom arányát. A magyar lakosságnak - bár folyamatos növekedés tapasztalható - mindössze 6%-a jár fitneszklubokba sportolni. Ez az

arány a rendszeresen sportolók körében magasabb (26%) (EUROBAROMETER, 2014).

Hazánkban a fitnesz szolgáltatókból túlkínálat van, a fitneszklubok kihasználtsága megközelítőleg 40%-os (Szabó, 2012). A szektorban rendkívül nagy a verseny, ezért vizsgálatunk annak feltárására irányul, melyek azok a tényezők, amelyek hatással vannak a fogyasztók fitneszterem-választására.

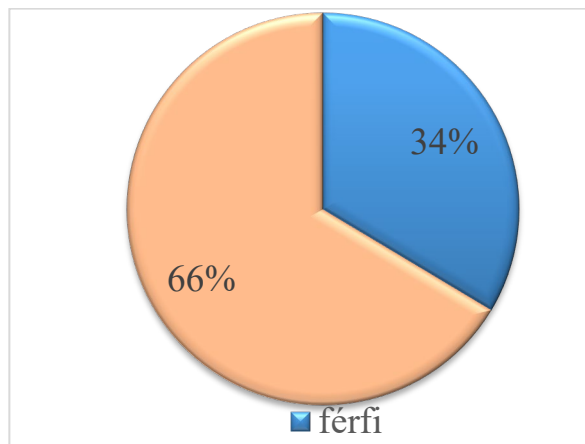
2. Anyag és módszer

Kutatásunk módszere kérdőíves felmérés volt az edzők által irányított edzések résztvevői körében. A kérdőív a fogyasztók fitneszterem választását befolyásoló legfőbb szempontokat mérte fel. Ezen tényezők fontosságát 4 fokozatú Likert-skálával vizsgáltuk a válaszok átlag középérték köré való rendeződésének elkerülése érdekében (Fábián, 2014).

A kérdőívet kétféle módon juttattuk el a fitnesztermet látogató sportolókhöz. Egy részük papíralapon kapta meg és töltötte ki, a többiek online formában. Az online kérdőív linkjét hólabda módszerrel küldtük el a megkérdezetteknek, akik továbbították ismerőseik körében. A kérdőívekből nyert kvantitatív adatok elemzése az SPSS statisztikai program alkalmazásával történt.

A fitnesz vendégeknek szóló kérdőívben beválasztási kritérium volt, hogy a válaszadó edzői irányítással végzett csoportos edzéseken vegyen részt. Kizárási kritériumnak számított, ha a válaszadó nem szabadidő-sportoló. A fitneszterembe járó vendégek közül összesen 753 fő töltötte ki a kérdőívet. Ebből 500 nő (66%) és 253 férfi (34%). Az 1. ábrán látható, hogy a nők sokkal nagyobb arányban szerepelnek a vizsgálatban, mint a férfiak.

1. ábra: A sportolói minta nemek szerinti megoszlása
Diagram 1. The proportion of genders in the consumers sample



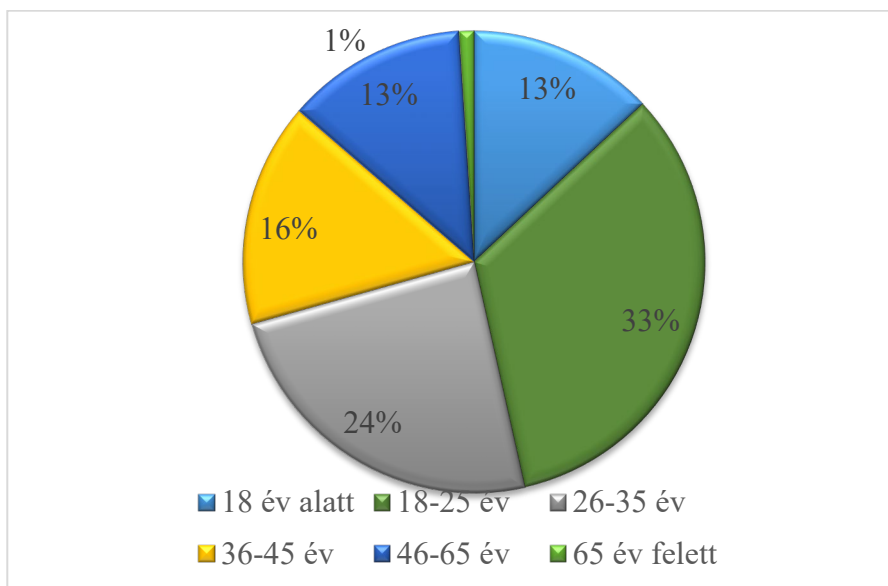
Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

Mivel a kérdőív kitöltői kizárólag a fitneszteremben, edzői irányítással sportolók voltak, megállapítható, hogy a nők nagyobb arányban veszik igénybe edző segítségét, ha fitneszközpontba járnak edzeni. Arról, hogy ez az arány a valóságban, a fitnesztermek látogatói között is hasonló-e, nincs adatunk, de a nők aránya a fitnesztermekben – jellemzően a csoportos edzéseken - a tapasztalatok alapján nagyobb. A csoportos edzések nagy része a női látogatók számára szerveződik: aerobik, alakformálás, de a nem kifejezetten nekik szóló edzésekben (spinning, gerinctorna) is nagyobb a nők részvétele.

A szocio-demográfiai adatok elemzésének következő lépéseként megvizsgáltuk a fitneszterembe járók csoportjának kor szerinti összetételét (2. ábra). A kitöltők 86%-a (647 fő) 18 és 65 év közötti, legtöbben (252 fő) a 18 és 25 év közötti korosztályba tartoznak. Legkevesebb (mindössze nyolc) kitöltés a 65 év felettiektől érkezett, míg a 18 év alattiak közül 98 fő szerepel a mintában.

2. ábra: A sportolói minta kor szerinti megoszlása

Diagram 2. The proportion of age groups in the consumers sample



Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

Ebből arra lehet következtetni, hogy a fitnesz szolgáltatók edzők által irányított edzései népszerűbbek a fiatalok és középkorúak körében, mint az idősebb korosztályban, esetleg kevesebb olyan szolgáltatást nyújtanak, amelyek kifejezetten az idősebbeknek szólnak. Az idős korosztályt célzó szolgáltatások szinte alig találhatók meg a fitnesztermek kínálatában, a célkorosztály – ahogy a minta arányai is mutatják - a 18-25 év közöttiek korosztálya. A fitnesztermek

„öregedésével” ez az életkor kitolódik, a korábban ezeket az edzésformákat az életükbe beépítő fogyasztók, folytathatják az edzéseket 30-40 éves korukban is.

3. Eredmények

Ahogy a bevezetésben említettük, a fitness fogyasztók napjainkban számtalan különböző méretű és eltérő szolgáltatásokat nyújtó fitnessterem közül választhatnak. A fitness szektorban jellemző erős verseny miatt szükséges vizsgálni, hogy melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolják a sportolni vágyó egyént abban, hogy melyik sportlétesítményt választja.

Vizsgálatunkban 753 fitness fogyasztó preferenciáit mértük fel azzal kapcsolatban, mennyire játszottak szerepet számukra a sportlétesítmény kiválasztásában a következők: ár, elhelyezkedés a városban, edző személye, alapszolgáltatások minősége, alapszolgáltatások sokszínűsége, kiegészítő szolgáltatások minősége, kiegészítő szolgáltatások sokszínűsége, edzőterem felszereltsége, edzőterem tisztasága, öltözők, mosdók tisztasága, parkolási lehetőség, jó légkör, társaság, barátok/ismerősök fitnessterem-választása, munkahelyi kedvezmény, egyetemi testnevelés óra. (Több felsőoktatási intézményben a diplomaszerezés kritériuma két félév testnevelés órán való részvétel. Ezt a hallgatók fitnessterem látogatással is teljesíthetik.)

Az egyes azt jelentette, hogy egyáltalán nem fontos a megkérdezett számára az adott tényező, a négyes azt, hogy nagyon fontos szerepet játszott a választásban. A válaszadók által adott értékek átlagai alapján rangsoroltuk a tizenöt tényező fontosságát (3. ábra).

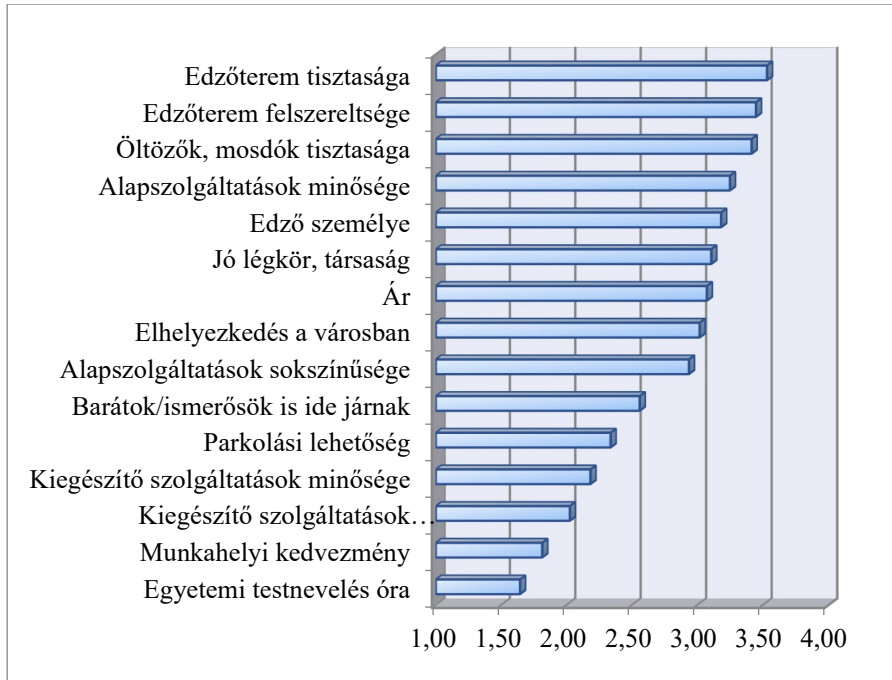
Az eredmények alapján megfigyelhető, hogy a mintában a sportlétesítmény-választást befolyásoló legfontosabb tényezőnek a fitnessterem fizikai adottságai számítanak. A megkérdezettek számára a legnagyobb jelentősége az edzőterem tisztaságának (3,53) és felszereltségének (3,45), valamint az öltözők és mosdók tisztaságának (3,41) van.

Inkább fontosnak számít még ezeken kívül a válaszadóknak, azaz hármas értékelés feletti átlagot kapott az alapszolgáltatások minősége (3,25), az edző személye (3,18), a jó légkör, jó társaság (3,11), az ár (3,07) valamint az elhelyezkedés a városban (3,02). Ezeket a tényezőket követi az alapszolgáltatások sokszínűsége (2,94), az, ha a kitöltő barátai, ismerősei is az adott edzőterembe járnak (2,56), valamint a parkolási lehetőség (2,34).

Legkevésbé a kiegészítő szolgáltatások jelentőségét értékelték a vendégek, sem minőségük (2,18), sem sokszínűségük (2,03) nem játszik fontos szerepet edzőterem választásukban. Hasonlóan nem bizonyult döntő tényezőnek a munkahelyi kedvezmény (1,81), valamint az egyetemi testnevelés (1,64) óra abban, hogy szabadidejükben hova járnak edzeni a megkérdezettek.

3. ábra: A fitnesslétesítmény választásának szempontjai
(4 fokozatú Likert-skála)

Diagram 3. The factors influencing the gym choice (4-point Likert scale)



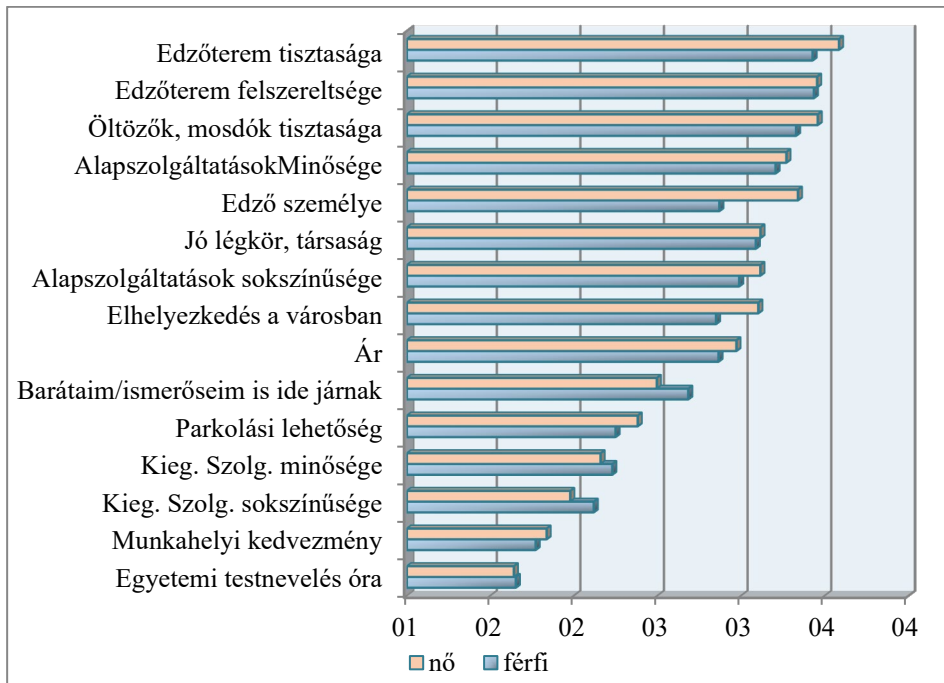
Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

Megvizsgáltuk, hogy van-e különbség az egyes tényezők fontosságának rangsorolásánál a nemek tekintetében. A nemek közötti vizsgálat eredményeként megállapítható, hogy bár a sorrend hasonlóan alakult, adódtak eltérések férfiak és nők között abból a szempontból, hogy mi alapján választanak fitnessklubot (4. ábra).

Az ábrán látható, hogy a nők majdnem mindegyik szempontot magasabban értékelték, mint a férfiak. Ez kizárólag négy tényező esetén alakult másként: annak a szerepénél, hogy az adott terembe járnak-e a válaszadó barátai, ismerősei, a kiegészítő szolgáltatások sokszínűségénél és minőségénél, valamint az egyetemi testnevelés órát illetően.

4. ábra: A fitnesslétesítmény választásának szempontjai, nemek közti különbségek (4 fokozatú Likert-skála)

Diagram 4. The factors influencing the gym choice, gender differences (4-point Likert scale)



Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

A nemek közötti különbség öt esetben volt szignifikáns. A férfiak számára jelentősen fontosabb szerepet játszanak az edzőterem kiválasztásában a barátok és ismerősök, mint a nőknek. A nők ezzel szemben magasabban értékelték az edző személyét, az edzőterem és öltözők, mosdók tisztaságát, valamint a fitnessklub városban való elhelyezkedését. A szignifikáns eltéréseket és a szempontok rangátalagait az 1. táblázat foglalja össze.

1. táblázat: Szignifikáns különbségek nemek között
a fitnessterem-választás szempontjaiban
Table1. Significant differences in factors influencing
the gym choice between sexes

	Nem	Rangátlag	Mann - Whitney U	Szignifikanciaszint
Edzőterem tisztasága	férfi	346,02	55411,00	p<0,01
	nő	389,78		
Öltözők, mosdók tisztasága	férfi	353,44	57289,00	p<0,05
	nő	386,00		
Edző személye	férfi	323,97	49834,50	p<0,01
	nő	402,42		
Elhelyezkedés a városban	férfi	341,09	54165,00	p<0,01
	nő	393,73		
Barátaim, ismerőseim ide járnak	férfi	397,21	57125,00	p<0,05
	nő	363,67		

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

4. Összegzés

Vizsgálatunk fő célkitűzése a fitnessterem látogatóinak a sportlétesítmények közötti választását befolyásoló legfontosabb szempontok feltérképezése, és ezek nemek közötti eltéréseinek elemzése volt.

Eredményeink alapján megállapítható, hogy mintánkban a fitnessz fogyasztók létesítmény-választását legerősebben a tárgyi környezet (főként a felszereltség és a tisztaság) befolyásolja. Ezekon kívül a legfontosabb szerepet a választásban az alapszolgáltatások minősége, valamint a személyzethez kapcsolódó szempontok (edző, jó társaság, légkör) játszották. Ezek mellett ki kell hangsúlyozni az alapszolgáltatások minőségének, az ár, valamint az elhelyezkedés jelentőségét.

Eredményeink részben megfelelnek a korábbi kutatásoknak, amelyek szerint a fitnessz fogyasztók számára legfontosabb tényezők a fizikai környezethez kapcsolódnak (Afthinos et al., 2005; Kim – Kim, 1995). Azonban a régebbi kutatások nem különülten kezelik a fizikai környezet, a szolgáltatások és a személyzet kérdését, nem rangsorolják őket minden esetben. Mintánkban a tárgyi környezet kiemeltebb jelentőségű volt a válaszadók számára, mint a programok sokszínűsége, a személyzet, valamint az ár, amelyek szintén a fontosabbnak értékelt tényezők közé tartoztak. Szabó (2012) szerint a magyar fitnesszklub-látogatók létesítmény-választását nagyban befolyásolja az elhelyezkedés a városban. Jelen kutatás nem Budapesten zajlott, így a városon belüli kisebb távolságok az elhelyezkedés fontosságának megítélését befolyásolhatták. Az eredmények továbbá alátámasztják a személyzet jelentőségét hangsúlyozó korábbi

kutatások megállapításait, ezek közül a vizsgálati mintában az edző személye valamint a jó légkör szerepe kapott magas értékeket. Véleményünk szerint a kiemelkedő választási értékek, a tisztaság és felszereltség az első benyomás jelentőségét mutatják a fogyasztók szempontjából, ugyanakkor a meglétük fontos az elégedettség hosszú távú fenntartásában.

Az, hogy a férfiak számára fontosabb tényezőnek számítanak a barátok, ismerősök, megfelel korábbi motivációkkal kapcsolatos vizsgálatunk eredményeinek, amelyek szerint a férfiakat szignifikánsan jobban ösztönzik az edzőterembe járásra a barátok, ismerősök irányából érkező elvárások, lehetséges, hogy emiatt kevésbé fontos az edzőterem elhelyezkedése is.

Az publikáció elkészítését a GINOP-2.3.2-15-2016-00005számú projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával valósult meg.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Ács P., Kovács A. (2015): A fizikai aktivitás lényeges mutatóinak változása hazánkban és az Unióban az elmúlt négy év vonatkozásában. Magyar Sporttudományi Szemle Vol. 16 No. 62. (pp. 21.)
- Afthinos, Y., Theodorakis, N., Nassis, P. (2005): Customers expectations of service in greek fitness centers. Gender, age, type of sport center and motivation differences. Managing Service Quality Vol. 15 No. 3. (pp. 245-258.)
- Andrea L. D., Bess H. M., James B. K., Melissa E. G., Harold W. K., Steven N. B. (1999): Comparison of Lifestyle and Structured Interventions to Increase Physical Activity and Cardiorespiratory Fitness JAMA. Vol.281. No. 4. (pp. 327-334.) doi: 10.1001/jama.281.4.327 .In: <http://jama.ama-assn.org/content/281/4/327.abstract>
- EHFA - European Health and Fitness Association (2012): Annual report. <http://fliphtml5.com/fcnq/yfvg/basic/pdf>. (Letöltés ideje: 2016.06.20.)
- Fábián G. (2014): Alkalmazott kutatás módszertan. TÁMOP-4.1.2 A1 és TÁMOP 4.1.2 A2 könyvei.
- International Health, Racquet & Sportsclub Association (2017): The 2017 IHRSA Global Report: The State of the Health Club Industry. <https://www.ihrsa.org/publications/the-2017-ihrsa-global-report> (Letöltés ideje: 2017.12.10.)
- International Health, Racquet & Sportsclub Association (2015): The 2015 IHRSA Global Report: The State of the Health Club Industry. <https://www.ihrsa.org/publications/the-2015-ihrsa-global-report/pdf>. (Letöltés ideje: 2016.04.22.)
- Kim, D., Kim, S.Y. (1995): "QUESOC: An Instrument for Assessing the Service Quality of Sport Centers in Korea", Journal of Sport Management, Vol. 9, No. 2. (pp.208-220.)
- Müller A. (2015): Fitness Alapismeretek. In. Fitness-wellness és táplálkozás terápia elmélete és gyakorlata (szerk. Melczer Csaba.) Pécs. (pp.8-28.) http://www.etk.pte.hu/files/tiny_mce/File/oktatas/OktatasiAnyagok/!Palyazati/sport/FitnessWellness_eK2.pdf.
- Müller A., Bíró M., Hidvégi P., Váczi P., Plachy J., Juhász I., Hajdú P., Seres J. (2013): Fitnessz trendek a rekreációban. In: Acta Academiae Agriensis. XL. (pp. 25-35.)

- Müller A., Bíró M., Bodolai M., Hidvégi P., Váczi P., Dávid L., Szántó Á. (2017): A 2016-os fitnesztrendek helye és szerepe a rekreációban. ACTA ACADEMIAE PAEDAGOGICAE AGRIENSIS NOVA SERIES: SECTIO SPORT No. 44. (pp. 91-102.).
- Müller A., Rác I. (2011): Aerobic és Fitness irányzatok. Campus Kiadó, Budapest. (pp. 277.)
- Neufer P.D. (1989): The effect of detraining and reduced training on the physiological adaptations to aerobic exercise training. In: Sports medicine. Vol. 8. No.5. (pp. 302-320.)
- Osváth P. (1999): A női testformálás; Eurovina Nyomda. (pp. 7-78.)
- Pfau C. (2016): Hallgatói szabadidősport szervezése és jellemzői a felsőoktatásban. Taylor: Gazdálkodás- és Szervezéstudományi folyóirat: a Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei, Szeged. (pp. 5 -16.)
- Ráthonyi-Odor K. – Ráthonyi G. – Borbély A. (2016): Sportolni jó – felelősen a sport népszerűsítéséért. Agrártudományi Közlemények/Acta Agraria Debreceniensis No.67. (pp. 71-76.)
- Ráthonyi-Odor K. – Ráthonyi G. – Földesi B. – Urbánné Katona M. (2017): Sportközpontú CSR-intézkedések értékelése. Acta Carolus Robertus: Károly Róbert Főiskola Gazdaság- És Társadalomtudományi Kar Tudományos Közleményei Vol.7. No.1. (pp. 233-247.)
- Ross E.A., Thomas A.W., Susan J.B., Babette Z., Tony J.V. Shawn C.F. (1999): Effects of Lifestyle Activity vs Structured Aerobic Exercise in Obese Women. JAMA. Vol. 281. No.4. (pp. 335-340.) doi: 10.1001/jama.281.4.335 .In: <http://jama.ama-assn.org/content/281/4/335.abstract>
- Sárközy T. (2004): Sportjog: A 2004-es sporttörvény magyarázata. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest.
- Special Eurobarometer (2014): Sport and physical activity. http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_412_en.pdf. (Letöltés dátuma: 2017.10.18.)
- Szabó Á. (2012): A magyar szabadidősport működésének vizsgálata. Piacok, értékteremtés, feladatok a szabadidősportban. Ph.D. értekezés. Budapest.
- Zopcsák L. (2013): A fitness szektor szerepe az egészségfejlesztésben. Nemzetközi Fitness, Szabadidősport és Egészségfejlesztési Konferencia, Budapest.