

VARGA Zoltán*–CSÁKVÁRI Tímea**

Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Zalaegerszeg
University of Pécs, Faculty of Health Sciences, Zalaegerszeg, Hungary

REKREÁCIÓS TURIZMUS NYUGAT-MAGYARORSZÁGON

RECREATIONAL TOURISM IN WEST-HUNGARY

ABSTRACT

In the core of our research we deal with analysing the habits of those availing themselves of health tourism services, which has a significant effect on implementation of health-conscious trends – having impact on economic recovery and being continuously changing – in the West-Transdanubia region. Assessment of consumer needs, knowing the expectations of guests can help the survival of health tourism services in a fierce competition. Accurate knowledge about consumer needs could successfully contribute to the establishment of the providers' palette or their tourist products. Our aim is to present the complexity of health tourism, furthermore, how the preventive sector of health tourism appears in culture and regional development. The main focus of the investigation is the examination of three different segments of the preventive and recreational tourism (wellness, fitness, leisure spas). During our cross-sectional study a self-made survey was used. The questionnaire had been compiled by its own. Data collecting was based on random sampling method, reveals what services are consumed on what regularity by the interviewed, what the motivations of the consumers being recipients of the services are, and in what ways all these in turn affect service providers in the foreseen future. Questionnaires was filled in spas and wellness hotels throughout the Trans-Danubian region. 3550 assessable returned. Descriptive statistics (mean, frequency) were calculated with SPSS 19.0 software.

Kulcsszavak: wellness, fitness, élményfürdő, igény, szolgáltatás

Keynotes: wellness, fitness, leisure spa, demand, service

* PhD; zoltan.varga@etk.pte.hu

** szakoktató; timea.csakvari@etk.pte.hu

1. Bevezetés

Magyarországon az elmúlt évtizedben ismét előtérbe került az egészségturizmus mint gazdaságélénkítő, munkahelyteremtő, versenyképességet javító ágazat.¹ Az egészségturizmusban részt vevő fogyasztók elvárásainak nehéz megfelelni a növekvő egészségtudatosság, az egyre erőteljesebben megjelelő külföldi trendek miatt.² Az sem elhanyagolható tény, hogy az egészségturizmus piacán sok új vállalkozás jött létre, amelyek a fogyasztók változó igényeit igyekeznek kielégíteni.³ Az egészségturisztikai szolgáltatásokat kereső fogyasztók igényeinek vizsgálata több szempontból is fontos.⁴ A potenciális vendégek elvárásainak megismerése segítheti az egészségturisztikai szolgáltatók fennmaradását a kialakult éles versenyben.⁵ A fogyasztói igények, elvárások megismerése hozzájárulhat az egészségturizmus szolgáltatói kínálatának kialakításához, bővítéséhez.⁶

Magyarországon az elmúlt időszakban számos szálloda átalakította szolgáltatásait a wellness és fitness szolgáltatások bevezetésével és jelentősen bővültek a rekreációs szolgáltatások is.⁷ Hasonló változások figyelhetők meg az élményfürdők tekintetében is, hisz a nemzetközi trendek alapján a magyar vízi szolgáltatások wellness, fitness programok kínálatával gyarapodtak.⁸

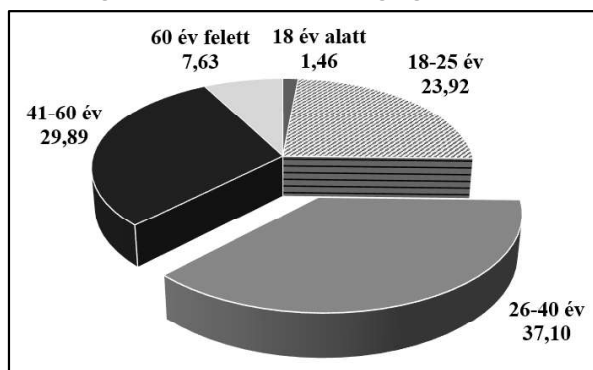
A hazai lakosság anyagi helyzete ugyan javuló tendenciát mutat, de ennek ellenére a társadalom rétegei közt az alsó és felső réteg egyre jobban távolodik egymástól.⁹ A középréteg szűkül, de a társadalom és a vállalkozások által nyújtott lehetőségek bővülésével egyre több fiatal, és lehetőséghez jutott (SZÉP kártya) polgár veszi igénybe az egészségmegőrzéshez kapcsolódó rekreációs szolgáltatásokat, engedheti meg magának azok évi egy-két alkalommal történő igénybevételét.¹⁰

2. Alkalmazott módszer

A kutatásban a primer megkérdezés módszerét alkalmaztuk. A kérdőívek felvétele személyes megkérdezés alapján történt több egészségturisztikai létesítményben. A kérdőív egy része szociodemográfiai kérdéseket tartalmazott, másik része az igénybe vett szolgáltatásokra, annak rendszerességére/rendszertelenségére irányult, elsősorban a rekreáció területén (wellness, fitness, élményfürdő). A kérdőívek összeállítása során zárt kérdéseket alkalmaztunk. A kérdőíveket a Dunántúl területén található élményfürdőkben és wellness szállodákban töltötték ki. 3550 értékelhető kérdőív kitöltésére került sor, mely alapján a válaszok kiértékelése SPSS 19,0 program segítségével történt.

3. A kutatás eredményei

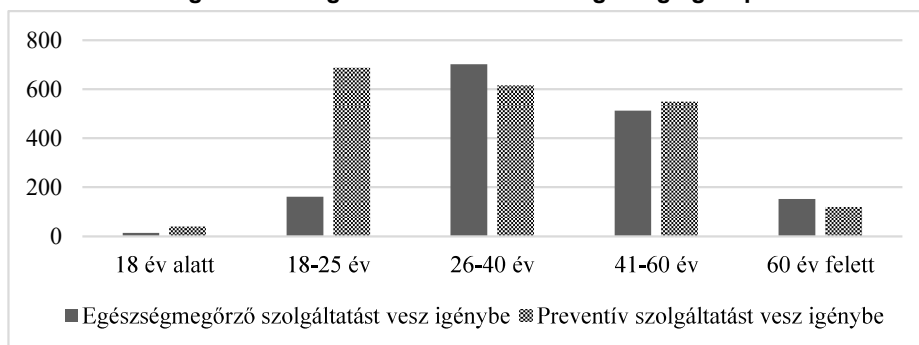
1. ábra: A megkérdezettek életkorának megoszlása (%) (n = 3550)
Figure 1.: Distribution of age groups (%)



Forrás: saját szerkesztés

Az 1. ábrából jól látható, hogy a megkérdezettek döntő többsége a 18 és 60 éves korosztály közé esik. A legnagyobb részarányt a 26–40 éves korosztály teszi ki, őket követi a 41–60 éves korosztály.

2. ábra: A szolgáltatások igénybevételének alakulása korcsoportok szerint (n = 3550)
Figure 2.: Usage of services according to age groups



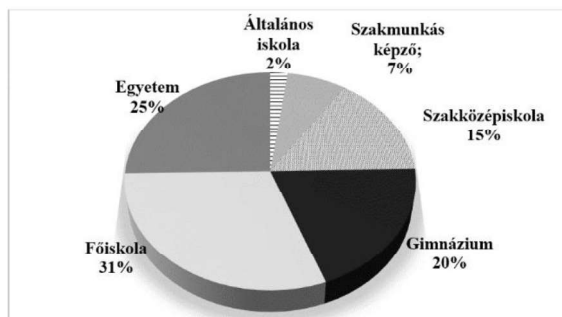
Forrás: saját szerkesztés

A minta életkor szerinti megoszlása alapján megállapítható, hogy a preventív szolgáltatásokat főleg a 26–40 év közötti korosztály veszi igénybe (64,8%), ugyanakkor az egészségmegőrző szolgáltatásokat a 41–60 év közötti korosztály helyezi előtérbe (78,8%).

Összességében megállapítható, hogy a vizsgálat tárgyát képező szolgáltatásokat a fiatalok és a 60 év feletti korosztály kevésbé veszi igénybe.

3. ábra: A megkérdezettek legmagasabb iskolai végzettség szerinti megoszlása (n = 3550)

Figure 3.: Distribution of the sample according to highest level of education



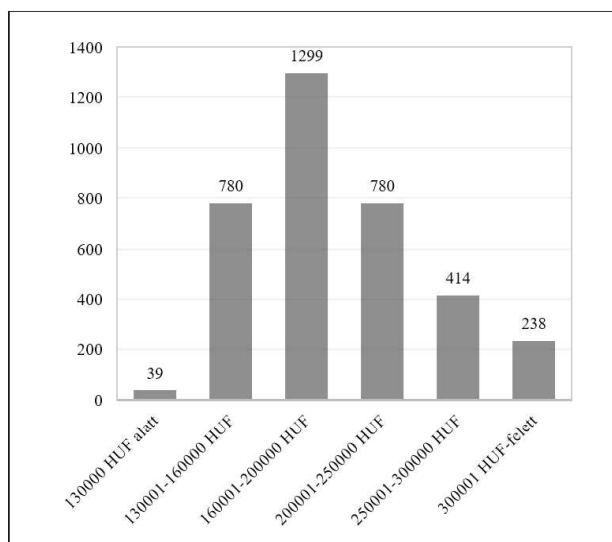
Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek 55,6%-a főiskolát és egyetemet végzett, ezen belül a főiskolát végzettek aránya 31%, míg az egyetemet végzett válaszolók aránya 25%. Középfokú érettségivel rendelkezők aránya 35%, ezen belül a gimnáziumot végzettek 20%-ot, míg a szakközépiskolát végzettek 15%-ot tesznek ki. A mintában 7% képvisel a szakmunkásképzőt végzettek és 2%-ot az általános iskolát végzettek aránya.

Összességében megállapítható, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkezők veszik igénybe nagyobb mennyiségben az egészségmegőrző szolgáltatásokat.

4. ábra: Egy főre jutó nettó jövedelem megoszlása a minta alapján (n = 3550)

Figure 4.: Distribution of sample according to net income per capita



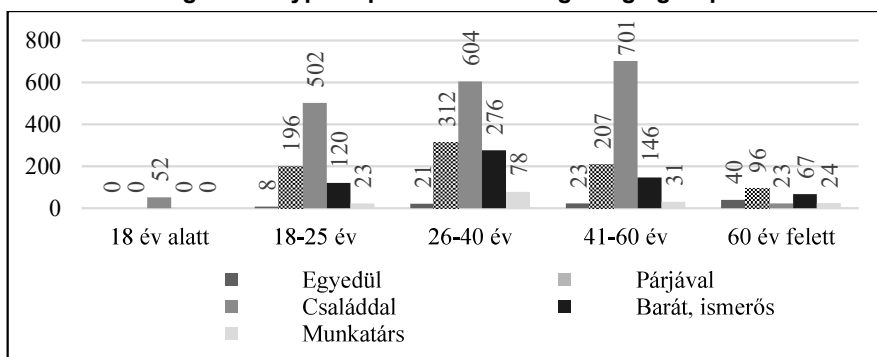
Forrás: saját szerkesztés

A mintában szereplő megkérdezettek szerint 36,6% a 160 001–200 000 Ft nettó jövedelem kategóriában, míg 21,97% a 130 001–160 000 Ft és a 200 01–250 000 Ft nettó jövedelem kategóriába tartozik. 250 001 Ft fölött a 652 fő jövedelme volt. Mindössze 39 fő nyilatkozott úgy, hogy az egy főre jutó nettó jövedelme nem éri el a 130 000 Ft-ot. Megállapítható, hogy inkább a magasabb jövedelemkategóriákba tartozó családok választják a wellness szállodákat és az élményfürdőket.

Az egészségturisztikai szolgáltatásokat a minta alapján az egyedül érkezők 8%-a, a párosával érkezők 9%-a, a három fővel érkezők 23%-a, a négy fővel érkezők 39%-a, az öt fővel érkezők 21,5%-a, míg az 5-nél több fővel érkezők 0,5%-a veszi igénybe. Azoknál a háztartásoknál, ahol több gyermekkel veszik igénybe az egészségturisztikai szolgáltatásokat, kedveltebb a preventív jellegű, élményt nyújtó szolgáltatások aránya.

Az egészségturisztikai szolgáltatást igénybe vevők nagy része a szabadidő eltöltésére, családjával, barátaival, vagy bizonyos esetekben egyedül, munkatársával érkezik. Ezt támasztotta alá a kapott kutatási eredmény is (5. ábra).

5. ábra: Kivel érkezett a szolgáltatás igénybevételére (korcsoportok szerinti megbontás) fő (n = 3550)
Figure 5.: Type of partner according to age groups



Forrás: saját szerkesztés

Összességében megfogalmazható, hogy az egészségturisztikai szolgáltatást döntő többségében a családok gyermekkel együtt veszik igénybe (1807 esetben), míg párjukkal együtt 715 eset fordult elő. Megfigyelhető az is, hogy 40 éves kor felett egyre gyakoribb a barát, ismerőssel történő szabadidő eltöltés.

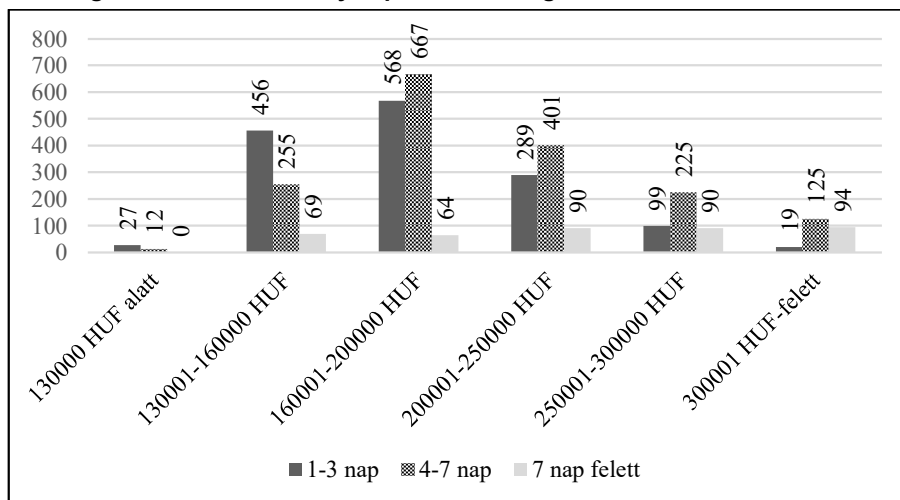
A kutatás kiterjedt arra is, hogy az egészségturisztikai szolgáltatást igénybe vevők honnan érkeztek pihenni, regenerálódni, a preventív szolgáltatásokat igénybe venni. Az eredmény jól mutatja, hogy a vendégek 15,7%-a Budapestről (557 fő), 31,1%-a (1104 fő) megyei jogú városból,

32,6%-a (1157 fő) egyéb városból és mindössze csak 20,6% (732 fő) faluról érkezett.

Szerettük volna megtudni azt is, honnan szereztek információt az egészségturisztikai szolgáltatásokról. A megkérdezettek 1,4%-os utazási irodától, 8,3%-a plakátról szórólapról, 9%-a televízióból, 28% rokonoktól, ismerősöktől, míg 53,2% internetről informálódott a lehetőségekről. Megállapítható, hogy a lakosság jelentős része a turisztikai attrakciókról az interneten keresztül értesül, mely ma már az elsődleges információforrás. Fontos a szolgáltatást igénybe vevők részére a barátok, ismerősök által szerzett élmény, mely nagymértékben befolyásolja az utazási döntést. A fentiekből az is kiolvasható, hogy a legtöbb szolgáltatást igénybe vevő 98,6%-ban egyéni szervezésben érkezett, és csak elenyésző az utazási irodák által történt szervezés (1,4%). A szolgáltatást igénybe vevők az előzetesen szerzett információk alapján döntenek, melyik családbarát wellness szállodát választják, illetve figyelembe veszik a gyermekek részére nyújtandó szolgáltatásokat is.

A felmérés során a mintában szereplők mindössze 5%-a vette igénybe a kedvezményes szolgáltatásokat és ajánlatokat, melyről szintén az internetről szerzett tudomást. A választást 95%-ban nem a kedvezményes ajánlat, hanem a szolgáltatások kínálata, színvonala, választéka határozta meg. Ugyanazokat a szolgáltatásokat veszik igénybe, hasonló arányban, mint akik nem kedvezményrel érkeztek.

6. ábra: Jövedelmek és az eltöltött napok számának megoszlása (n = 3550)
Figure 6.: Number of days spent according to different income levels



Forrás: Saját szerkesztés

A 6. ábrából jól látható, hogy a vendégek jövedelem kategóriák szerinti besorolása alapján az 1–3, illetve a 4–7 nap közti időintervallum a legkeresettebb, illetve ezeket keresik a mintában részt vevő fogyasztók. E mögött alapvetően a jövedelmi helyzet húzódik meg, azaz az egészségturisztikai szolgáltatásokat igénybe vevők jövedelmi viszonyai, mely jól mutatja a társadalmi rétegződést.

A szállodában és az élményfürdőben található szolgáltatásokat a mintában szereplő fogyasztók 79%-a vette igénybe.

1. táblázat: Az iskolai végzettség és az igénybe vett szolgáltatások kapcsolata (n = 3550)

Table 1.: Connection between educational level and services used

	Általános iskola	Szaktun- kás- képző	Szakközép- iskola	Gimnázium	Főiskola	Egyetem
Élményfürdő	92%	79%	89%	77%	80%	82%
Finn szauna	14%	27%	42%	45%	49%	51%
Gőzkamra	19%	24%	31%	38%	40%	39%
Jakuzzi	23%	29%	30%	35%	35%	42%
Masszázs	14%	22%	23%	27%	36%	40%
Játszóház	25%	13%	12%	11%	18%	17%
Étterem	29%	35%	51%	52%	71%	75%

Forrás: Saját szerkesztés

A 1. táblázatból látható, hogy az élményfürdő használata a legnépszerűbb valamennyi iskolai végzettséggel rendelkező körében. Ezen belül az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők körében a legmagasabb. A finn szaunát 14%-ban az általános iskolai végzettséggel rendelkezők, 27%-ban a szaktun-
kás-
képzővel, 42%-ban a szakközépiskolai, 45%-ban a gimnáziumot végzetek, 49%-ban a főiskolai és 51%-ban az egyetemmel rendelkezők vették igénybe.

A jakuzzi, a gőzkamra, és a masszázis esetében közel azonos volt az igénybe vett szolgáltatás nagysága. A fentiek alapján 14–31% között mozgott az általános iskolai, szaktun-
kás-
képző és szakközépiskolában végzetek szolgáltatás igénybevétele, míg a 27–42% közt a gimnáziumi, főiskolai és egyetemi végzettséggel rendelkezőké. A masszázis szolgáltatást a főiskolát és egyetemet végzetek vették leginkább igénybe. Ez annak tudható be, hogy a masszázis szolgáltatás legtöbb helyen díjköteles és ehhez párosul e réteg magasabb jövedelme is. Az is jól látható, hogy az éttermi szolgáltatást inkább az érettségizettek és a főiskolai és egye-

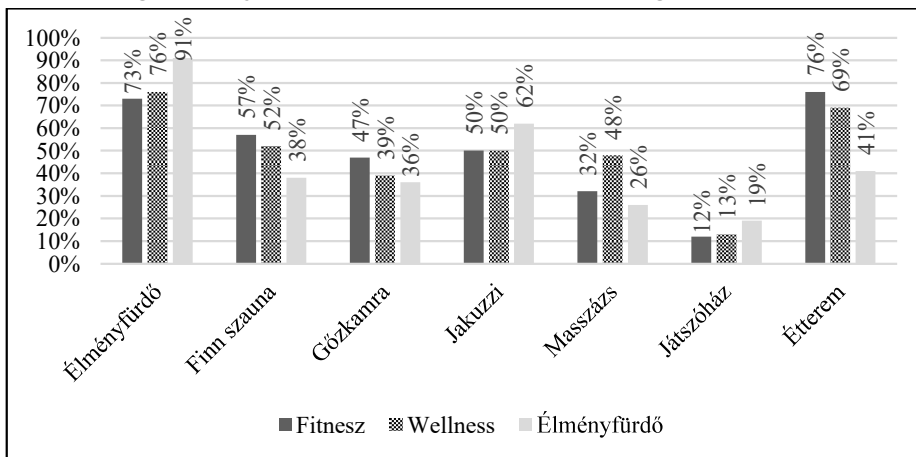
temi diplomával rendelkezők vették igénybe. A játszóház szolgáltatás mindig annak függvénye, hogy mely időszakban készítjük a vizsgálatot, illetve a szülőkkel érkező gyermek korosztály korösszetétele milyen.

Az élményfürdőbe érkező vendégek 62%-ban a jakuzzi, 38%-ban a finn szauna, 36%-ban a gőzkamra, 26%-ban a masszázs és 19%-ban a játszóház szolgáltatásait veszik igénybe. Külön érdemes megemlíteni az éttermi szolgáltatások igénybevételét, mely az élményfürdőbe érkező vendégek esetében 41%-ot tett ki.

A wellness szállodába érkezők közül 76% veszi igénybe az élményfürdő szolgáltatásait, 52% a finn szaunát, 39% a gőzkamrát, 50% a jakuzzit és 48% a masszázst. Megfigyelhető itt is, hogy a játszóház szolgáltatást mindössze 13% vette igénybe. Az étkezést illetően megállapítható, hogy a wellness szállodába érkezők döntő többsége a félpanziós ellátást részesíti előnybe, így az étterem szolgáltatásait 69% vendég vette igénybe.

7. ábra: Az igénybe vett szolgáltatások megoszlása a megkérdezettek körében (n = 3550)

Figure 7.: Type of different services used among respondents



Forrás: Saját szerkesztés

A fitness szolgáltatást igénylő vendégek közül az élményfürdőt 73%, a finn szaunát 57%, a gőzkamrát 47%, jakuzzit 50%, míg a masszázst 32% vette igénybe. A fitness szolgáltatást igénybe vevő családok a játszóházat csak 7%-ban veszik igénybe, ami azzal magyarázható, hogy a kisgyermek korosztály a fitness szolgáltatást igénybe vevőknél lényegesen alacsonyabb. Ugyanakkor megfigyelhető az is, hogy a fitness szolgáltatást igénybe vevőknél az éttermi szolgáltatást igénybe vevők aránya 76%.

A látogatói elégedettség vizsgálata az igénybe vett szolgáltatások függvényében vizsgálható varianciaanalízis segítségével. Az figyelhető meg, hogy az átlagos elégedettség a minta egészére nézve igen magas, azonban csoportonként (fitnesz, wellness, élményfürdő) eltérések mutathatók ki. A wellness szolgáltatást igénybe vevők szignifikánsan elégedettebbek voltak a (1–5-ös skála) teljes szolgáltatási élményre vetítve. A fitnesz és élményfürdő szolgáltatásnál kisebb eltérések mutathatók ki, mely közel volt a teljes minta átlagához (4,45). Ezt követően megvizsgáltuk, hogy a mintában szereplő vendégek összességében elégedettek voltak-e a szolgáltatásokkal. Arra mutatunk rá ezzel, hogy a legismertebb befolyásoló egyéni szolgáltatási élmény és a teljes szolgáltatási élmény kapcsolata milyen (például az élménymedence igénybevétele, mint kínált szolgáltatás nem befolyásolja-e azt, hogy összességében a vendégek elégedettek voltak-e a szolgáltatásokkal). Így kimondható, hogy az élménymedencék a teljes látogatói élményre nincsenek hatással.

A szauna, gőzkamra, masszázs szintén nem voltak szignifikáns hatással a teljes szolgáltatási élmény átlagára. Ugyanakkor a gyermekes családoknál a kikapcsolódás, rekreációs élmények visszavezethetők a gyermekek animációs foglalkozásaira, gyermek játszóházakra. Ha a gyermek megelégedett volt, akkor az javította a szülők elégedettségét is. A szülők akkor tudják igénybe venni a wellness programokat, ha mellette gyermek programok is zajlanak. Igaz ez a sportszolgáltatásokra is. Az elégedettség foka mérhető azzal is, hogy a vendégek visszatérnek-e a látogatóhoz és ajánlják-e a szolgáltatást másoknak is (6%). Az elégedettségi vizsgálatokból az is kiderült, hogy a szállodák által kínált sport szolgáltatás színvonala, a fitnesztermek felszereltsége nem mindig a legkorszerűbb.

A versenyképesség megőrzése szempontjából a különböző egészségturizmussal foglalkozó vállalkozások fejlesztéseiknél várhatóan figyelembe veszik a vendégektől kapott információkat, az általuk megfogalmazott igényeket és elvárásokat, melyek meghatározhatják egy-egy szálloda fejlesztési lehetőségeit. Ennek elemzése minden egészségturizmussal foglalkozó szálloda elemi érdeke.

4. Következtetések

A vizsgálat tárgyát képező szolgáltatásokat a 18 év alatti fiatal korosztály és a 60 év felettek kevésbé, míg a közöttük található korosztályba tartozók gyakrabban veszik igénybe.

A magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők az egészségmegőrző szolgáltatásokat veszik igénybe. Az egészségügyi szolgáltatások köre általában a magas ár miatt egyre szűkül.

Az egyes családok nagysága is hatással van a szolgáltatások igénybevételére. Érdeemes a külön szolgáltatások igénybevételére nagyobb hangsúlyt fordítani (például masszázsszolgáltatások erőteljesebb reklámja).

A két vagy többgyermekes és magasabb jövedelemmel rendelkező családoknál jobban kedveltek a preventív, élményt nyújtó szolgáltatások. A wellness szállodákba és élményfürdőkbe érkezők előnyben részesítik a 1–3, illetve a 4–7 vendégéjszakák számát.

A kedvezmények csak részben befolyásolják a szolgáltatások igénybevételét. Érdeemes a szolgáltatások minőségére koncentrálni.

A magasabb jövedelemmel rendelkezők többször vesznek részt rekreációs pihenéseken. Érdeemes nagyobb figyelmet fordítani az éttermi és játszóház szolgáltatásokra, ezek promotálására.

A kapott információk jobban beépíthetők a promóciós szolgáltatásokba, a vállalkozások marketingstratégiájába.

A látogatás gyakorisága hatással van az igénybe vett egészségturisztikai szolgáltatásokra, azonban ez nem minden szolgáltatástípusra igaz.

JEGYZETEK/NOTES

1. Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. (2016): Magyar Turisztikai Ügynökség.
2. Michalkó Gábor (szerk.) (2011): Egészségturizmus, Turisztikai termékfejlesztés, tervezés. Pécsi Tudományegyetem. Pécs.
3. Kincses Gyula (2009): Az egészségturizmus perspektívái – magyarországi konzekvenciák. Egészségügyi Stratégiai Kutatóintézet.
4. Balogh Károly (2011): A magyar turizmus versenyhátrányáról <http://alon.hu/balogh-karoly-magyar-turizmus-versenyhattranyarol> (Megtekintés ideje: 2019. 10. 29.)
5. Michalkó Gábor (2010): Boldogító utazás a turizmus és az életminőség kapcsolatának Magyarországi vonatkozásai. MTA Földrajztudományi Intézet. Budapest.
6. Boros Szilvia, Mondok Anita, Várhelyi Tamás (2012): Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje. Szolnoki Főiskola. Szolnok.
7. Laczkó Tamás, Rébék Nagy Ágnes (2008): A wellness régióspecifikus jellemzői. Pécsi Tudományegyetem. Pécs.
8. Puczkó László, Melanie Smith (2010): Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika, Akadémiai Kiadó. Budapest.
9. TÁRKI adatbázis (2015).
10. Ács Pongrác, Laczkó Tamás (2008): Területi különbségek a hazai egészségturizmus kínálatában Területi Statisztika 48 (3): pp. 344–356.

FELHASZNÁLT IRODALOM/REFERENCES

- Ács Pongrác, Laczkó Tamás (2008): Területi különbségek a hazai egészségturizmus kínálatában *Területi Statisztika* 48 (3): pp. 344–356.
- Balogh Károly (2011): A magyar turizmus versenyhátrányáról <http://alon.hu/balogh-karoly-magyar-turizmus-versenyhatranyarol> (Megtekintés ideje: 2019. 10. 29.)
- Boros Szilvia, Mondok Anita, Várhelyi Tamás (2012): Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje. Szolnoki Főiskola. Szolnok.
- Kincses Gyula (2009): Az egészségturizmus perspektívái – magyarországi konzekvenciák. Egészségügyi Stratégiai Kutatóintézet.
- Laczkó Tamás, Rébék Nagy Ágnes (2008): A wellness régióspecifikus jellemzői. Pécsi Tudományegyetem. Pécs.
- Michalkó Gábor (szerk.) (2011): Egészségturizmus, Turisztikai termékfejlesztés, tervezés. Pécsi Tudományegyetem. Pécs.
- Michalkó Gábor (2010): Boldogító utazás a turizmus és az életminőség kapcsolatának Magyarországi vonatkozásai. MTA Földrajztudományi Intézet. Budapest.
- Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. (2016): Magyar Turisztikai Ügynökség
- Puczkó László, Melanie Smith (2010): Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika, Akadémiai Kiadó. Budapest.
- TÁRKI adatbázis (2015).