



Szerző:
APPL PETRA
Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Hallgató,
applpetra1999@gmail.com
Tudományos tevékenység és főbb kutatási területei: Egészségturizmus, turizmus
A szerző leendő egészségügyi menedzser hallgató a PTE Egészségtudományi Karán. Az egészségügyi szervező alapképzését PTE Egészségtudományi Karának Zalaegerszegi Képzési Központjában végezte el.



Szerző:
DR. VARGA ZOLTÁN
adjunktus, mb. tanszékvezető
Zalaegerszegen születtem. Közép- és főiskolai tanulmányaimat is szülővárosomban végeztem. Közgazdász diplomát és „dr. universitatis” címet a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetemen kaptam. Közgazdasági területen dolgoztam 2016-ig, miközben a Soproni Egyetemen Ph.D fokozatot szereztem. 2017-től a Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar Egészség-gazdaságtani és egészségügyi szervező Tanszékén dolgozom Zalaegerszegen. Számomra fontos az idegenforgalom, a gyógyturizmus fejlődése és fejlesztése, melyet szeretnék hallgatókkal minél érdekesebb példákön keresztül megismertetni. Kutatási területem az egészségturizmus, rekreáció és ezek innovációs folyamatai. Fontosnak tartom, hogy a hallgatók az oktatáson túl egy fajta szemléletet kapjanak az egészségturizmus különböző területeiről, az egészségturizmusban rejlő lehetőségekről.



Rovatszerkesztő:
DR. BEKE SZILVIA
dékánhelyettes, tanszékvezető,
főiskolai tanár
beke.szilvia@gfe.hu
Gál Ferenc Egyetem, Egészség- és Szociális Tudományi Kar Tudományos tevékenysége során kiemelten foglalkozik az egészségfejlesztés, egészség-, gyógyturizmus területeivel, valamint az egészségi állapotot befolyásoló tényezőkkel, mind egyéni, mind társadalmi megközelítésben. a Recreation folyóirat egészségturisztikai rovatának vezetője.

Az idősök wellnesssturisztikai szolgáltatásokkal való elégedettsége a Nyugat-Dunántúli régióban

Satisfaction of the Elderly with Wellness Tourism Services in the West Transdanubia Region



ÖSSZEFOGLALÁS:

A XXI. század egyik legjellegzetesebb problémája az idősödés. Ez a jelenség az Európai Unióban, azon belül Magyarországon is problémát jelent. A kutatásunk célja, hogy megismerjük az idősök jelenlegi wellnesssturisztikai szolgáltatások igénybevételével kapcsolatos jellemzőit. Vizsgálatunkat 2022. májusa és 2022. szeptembere között végeztük on-line kérdőív formájában. 373 értékelhető kérdőív állt rendelkezésünkre. A kapott adatokból viszonyszámokat, megoszlást és szórás számoltunk.

A reprezentáció során az adatainkat grafikonokon ábráztuk. Az általunk vizsgált célcsoport az elmúlt évben a wellness szolgál-

tatásokra 150.000 forint alatti összeget és az egyéb szolgáltatásokra 50.000 forint alatti összeget szánt. Khi-négyzet próbák közül az iskolai végzettség és az aktivitás, a különböző szolgáltatásokra való költés között állt fenn szoros kapcsolat ($p < 0,01$).

Ezen kívül a gyakoriság és az iskolai végzettség között mutatott ki szoros kapcsolatot ($p < 0,01$). Következésképpen elmondható, hogy akik az aktív pihenést választják, többet költenek a különböző szolgáltatásokra és a szolgáltatókat 1-2 alkalommal látogatták, azok legalább egyetemi alapképzéssel rendelkeznek.

Kulcsszavak: idősturizmus, idősök, Nyugat-Dunántúl, egészségturizmus, fogyasztói elégedettség



ABSTRACT:

Ageing is one of the most prominent problems of the 21st century. This phenomenon is a problem in the European Union, including Hungary. Our research aims to find out the characteristics of older people's current use of wellness tourism services. Our survey was conducted between May 2022 and September 2022 in the form of an online questionnaire. We had 373 evaluable questionnaires available. From the data obtained, we calculated ratios, distributions, and standard deviations. For statistical representation, our data were plotted on graphs. The target group we studied

spent less than HUF 150,000 on wellness services and less than HUF 50,000 on other services in the past year. Among chi-square tests, there was a strong relationship between educational attainment and activity, and spending on different services ($p < 0,01$). In addition, a strong relationship was found between frequency and educational attainment ($p < 0,01$). In conclusion, those who choose active leisure, spend more on different services, and have visited service providers 1-2 times have at least a bachelor's degree.

Keywords: senior tourism, elderly, Western Transdanubia, health tourism, consumer satisfaction

1. BEVEZETÉS

Az OECD nemzetközi demográfiai népesség előrejelzései alapján elmondható, hogy az emberiség népességszáma a közel- és távoljövőben még emelkedni fog. Ebből következően a világ közel minden országában növekszik az idősök száma és aránya. A világ népességének elöregedése minden területen jelentős társadalmi átalakulásokhoz vezet. Ezen területek közé tartozik a turizmus is. A demográfiai változások új lehetőségeket és kihívásokat fognak

eredményezni az idegenforgalmi ágazat számára. A mostani idősök más szemlélettel rendelkeznek, mint az előző generáció. A fejlett országokban egyre nagyobb problémát jelent az idősödés, amelynek hatására a fogyasztói összetétele és szerkezete is megváltozik. A jövőben kevés piaci szegmens fog gyarapodni, amelyek közül az egyik az idősök szegmense. Ma már fogyasztási hajlamuk erősebb, minőségorientáltak, tudatosak és fogyasztási szokásaik közelednek a fiatalok fogyasztási szokásaihoz, valamint több szabadidővel és szabadon

elkölthető jövedelemmel rendelkeznek, ezáltal sokkal több esélyük is van arra, hogy aktívan, egészségesen töltsék nyugdíjas éveiket (Csizmadia, Győri Szabó, & Kovács, 2014.). Zsarnóczky korábbi kutatásában azon tényezőkkal foglalkozott, amelyek befolyásolják az idősek turisztikai utazási szokásait. Ennek eredményeként megállapította, hogy sokféle és összetett motivációval rendelkeznek. A fizikai motivációnak kiemelt szerepe van az egészség fenntartásában és hozzájárul az egészségturizmushoz is (Zsarnóczky, 2018.). Ennek eredményeként az idegenforgalmi ágazat aktívabb idős polgárokkal kerül szembe. Rövidtávon a szenior turizmus alkalmas piaccá vált a turisztikai ágazat számára. Ezért többet kell megtudni erről a szegmensről annak érdekében, hogy megértsük az idősebb turisták viselkedését, és így a legmegfelelőbb módon feleljünk meg igényeiknek. Ennek következtében jelen kutatásunk célja az egészségturizmus egy szegmensének vevőelégedettségének bemutatása mellett az iskolai végzettség és a wellness, valamint az egyéb turisztikai szolgáltatásokra való költés kapcsolatának meghatározása.

2. MÓDSZEREK

Saját készítésű, nem véletlenszerű kényelmi mintavételen alapuló kérdőíves felmérést végeztünk 2022. májusa és 2022. szeptembere között. Az általunk elvégzett kutatás az idősek wellness turisztikai szolgáltatásokkal való elégedettségének vizsgálata volt a Nyugat-Dunántúli régióban. Kutatásunk célcsoportja azok a 60 év feletti emberek voltak, akik wellness szolgáltatásokkal éltek. A szakirodalmi áttekintést követően fogalmazódott meg bennünk ez a kutatási téma, mivel ott is leírták a szerzők, hogy az idősebb turisták fontosak a turisztikai ágazat számára. Növekvő számukkal és szabadon elkölthető jövedelmükkel egyre nagyobb jelentőséggel bírnak ezen ágazat számára. Még többet kell megtudni erről a szegmensről annak érdekében, hogy megértsük az idősebb turisták viselkedését, és így a legmegfelelőbb módon feleljünk meg igényeiknek. Ennek következtében a kutatásunk célja az idős turisták múltbeli wellness turisztikai szolgáltatások igénybevételével kapcsolatos jellemzőinek megismerése.

Az általunk készített kérdőívet 684 válaszadó töltötte ki, amelyből a releváns kitöltések szám 373 ($n=373$). A kapott válaszokból életkor, megye, aktivitás, állampolgárság és igénybevett szolgáltatások alapján végeztük el a vizsgálatot. A 60 év feletti, Vas-, Zala- és Győr-Moson-Sopron megyei, magyar állampolgárságú egyének képezték a mintát, akik részt vettek wellness turisztikai szolgáltatásokon. A beérkezett válaszokat tekintve 60-82 éves korig töltötték ki a kérdőívet, nők és férfiak egyaránt. A kérdőívünkben szocio-demográfiai jellemzőkre, a szolgáltatások igénybevételére vonatkozóan fogalmaztunk meg kérdéseket, így az iskolai végzettségre, wellness turisztikai szolgáltatásokkal való elégedettségre és a wellness szolgáltatások igénybevételének számára kérdeztünk rá.

Az adatok táblázatban való rögzítését követően a kutatási célunk elérése érdekében az adatok jellegzetességeit figyelembe véve leíró statisztikai és matematikai elemzést választottunk. A kapott adatok feldolgozása Microsoft Office Excel 2013-as verziójával történt. A kapott adatok feldolgozása során T-próba és Khi-négyzet vizsgálatokat végeztünk el. A végső statisztikai adatokat grafikusán ábrázoltuk.

3. EREDMÉNYEK

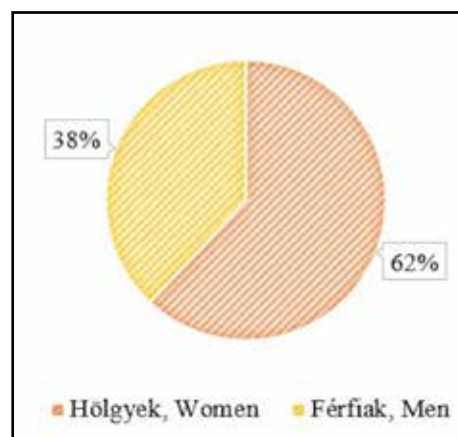
A válaszadók jelentős része a 60-65 év közötti korosztályhoz tartozott, de a 66-70 közöttiek is nagy számban voltak jelen a mintában. 63%-os többséggel voltak jelen a nők a válaszadók között és iskolai végzettségüket tekintve főleg egyetemi alapképzéssel rendelkeztek a mintában jelenlévő

emberek. A Nyugat-Dunántúl régiói közül Győr-Moson-Sopron megye „képviseltette” magát a legnagyobb számban. Ezt követően a családi állapottal, majd a használt információs csatornákkal foglalkoztunk. A családi állapotot tekintve 69%-os többségben voltak jelen a házasok, illetve a leginkább használt információs csatorna az internet volt. (1., 2., 3. ábra)

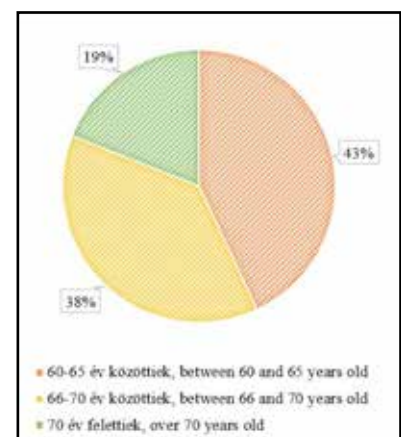
3.1. A wellness szolgáltatások igénybevételének gyakorisága a nemek szerint

A dolgozatban (Szabó & Hojcska, 2020.) tanulmányának hatására kezdtük el vizsgálni a fürdőszolgáltatások igénybevétel-gyakoriságának kérdését a nemek tekintetében. A matematikai statisztikai számítás során a kérdőív segítségével kapott válaszokat dolgoztuk fel. A kérdőív wellness szolgáltatások igénybevételének gyakoriságával foglalkozó kérdéséhez megadott válaszok között jelen volt az 1-2 alkalommal, 3-4 alkalommal, a 9-12 alkalommal és a 12-nél több alkalommal válaszlehetőség. Ezek a válaszlehetőségek a T-próba számítások elvégzéséhez átkódolásra kerültek. Az 1-2 alkalommal válaszlehetőség az 1-es kódot, a 3-4 alkalommal válaszlehetőség a 2-es kódot, a 9-12 alkalommal válaszlehetőség a 3-as kódot és a 12-nél több alkalommal válaszlehetőség a 4-es kódot kapta. Az általunk alkalmazott T-próba eredményeként megállapítható, hogy az átlagértékek alapján a mintában szereplő hölgyek gyakrabban vettek igénybe wellness szolgáltatásokat, mint a férfiak.

A wellness szolgáltatások igénybevételének gyakoriságát korcsoportonként, illetve nemek szerint is vizsgál-



1. ábra: A megkérdezettek életkorának megoszlása (%), Age distribution of respondents (%)
Forrása: Saját elemzés és szerkesztés (2022)



2. ábra: A nemek szerinti megoszlás, Gender distribution. Forrása: Saját elemzés és szerkesztés (2022)

tuk. Ezen vizsgálat eredményeként megállapítható, hogy a 60-65 év közöttiek és a 70 év felettiak esetében a férfiak, a 66-70 év közöttiek esetében a hölgyek vettek igénybe gyakrabban wellness szolgáltatásokat.

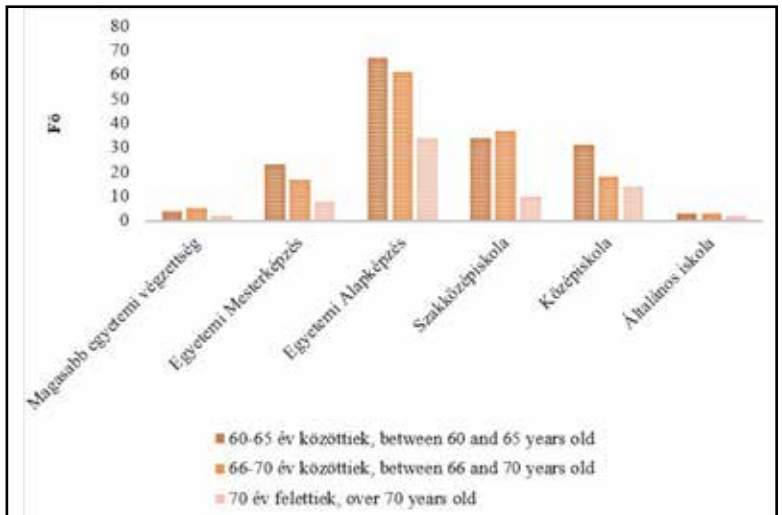
3.2. A wellness szolgáltatások igénybevételének gyakorisága korcsoportonként, illetve nemek szerint

A wellness szolgáltatások igénybevételének gyakoriságának vizsgálatából kifolyóan, amelyet nemek szerint vizsgáltunk, megállapítható, hogy az átlagértékek alapján a mintában szereplő hölgyek gyakrabban vettek igénybe wellness szolgáltatásokat, mint a férfiak.

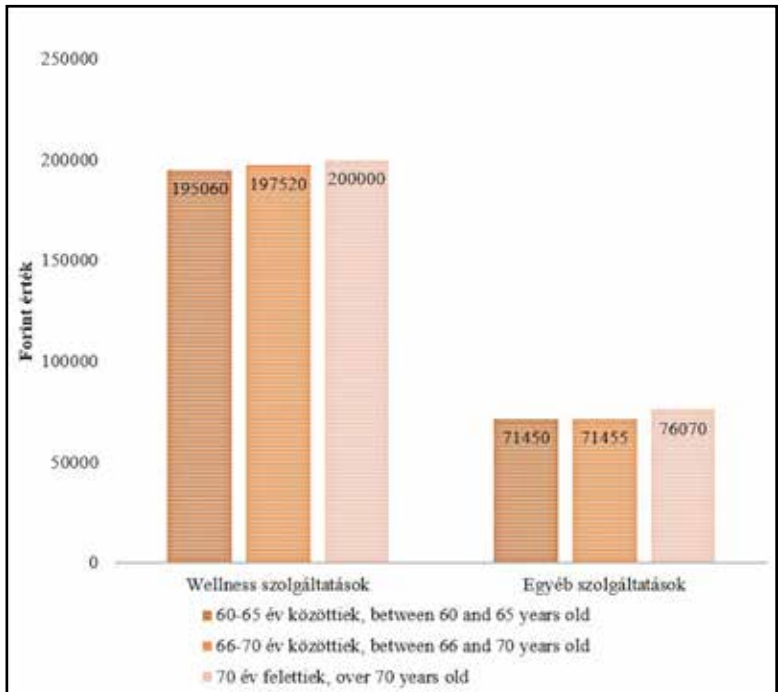
Ezután a 60-65 év közötti férfiak és hölgyek wellness szolgáltatások igénybevételének gyakoriságával foglalkoztunk, amelynek vizsgálata során elvégzett T-próba eredménye alapján elmondható, hogy a 60-65 év közöttiek korcsoportjában a férfiak gyakrabban vettek igénybe wellness szolgáltatásokat, mint ugyanebben a korcsoportban a hölgyek. A 66-70 év közötti férfiak és hölgyek wellness szolgáltatások igénybevételének gyakorisága esetén elmondható, hogy a 66-70 év közöttiek körében a hölgyek vettek igénybe gyakrabban wellness szolgáltatásokat. A következő korcsoport a 70 év felettiak voltak. Ezen korcsoport esetén is megvizsgáltuk a férfiak és a hölgyek wellness szolgáltatások igénybevételének gyakoriságát, amely alapján elmondható, hogy mind a két csoport inkább 1-2 alkalommal vett igénybe wellness szolgáltatásokat. Ugyan nagyon kicsi az eltérés a kapott értékek között, de megállapítható, hogy a férfiak gyakrabban vettek igénybe wellness szolgáltatásokat.

3.3. A wellness szolgáltatások igénybevételének gyakorisága korcsoportok szerint

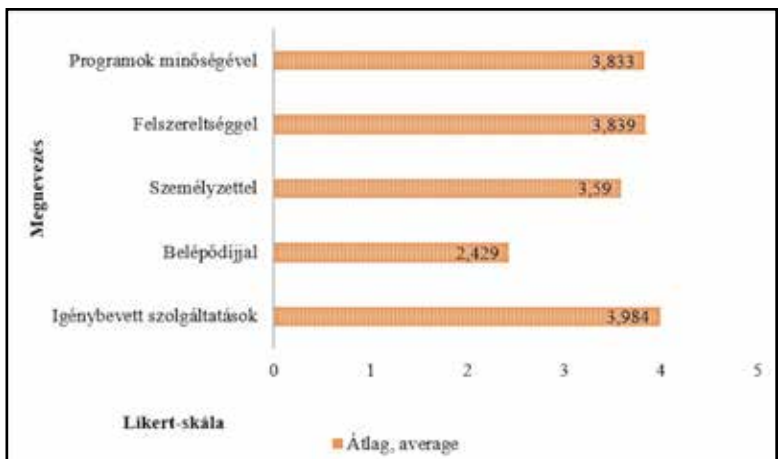
Az előző nemeknél végzett vizsgálathoz hasonlóan itt is T-próbák elvégzésére került sor, amelyeknek eredménye alapján kijelenthető, hogy a 60-65 év és a 66-70 év közöttiek vizsgálata esetén a 66-70 év közöttiek látogattak meg gyakrabban wellnesssturisztikai szolgáltatót az elmúlt évben. A 66-70 év közöttiek és a 70 év felettiak wellness szolgáltatások igénybevételének gyakorisága esetén elmondható, hogy a 66-70 év közöttiek vettek igénybe gyakrabban wellnesssturisztikai szolgáltatásokat az elmúlt évben. Továbbá összehasonlítottuk a 60-65 év közöttiek és a 70 év feletti wellnesssturisztikai szolgáltatások igénybevételének gyakoriságát. Ennek eredménye alapján kijelenthető, hogy a 60-65 év közöttiek gyakrabban vettek igénybe wellnesssturisztikai szolgáltatásokat az elmúlt évben, mint a 70 év felettiak. A vizsgálat alapján összességében elmondható, hogy az elmúlt évben a 66-70 év közöttiek vettek igénybe leggyakrabban wellnesssturisztikai szolgáltatásokat, majd következtek a 60-65 év közöttiek, és végül a 70 év felettiak zárták a sort.



3. ábra: Válaszadók iskolai végzettség szerinti eloszlása, Distribution of respondents by educational level
 Forrása: Saját elemzés és szerkesztés (2022)



4. ábra: Szolgáltatásokra való költés, Spending on services
 Forrása: Saját elemzés és szerkesztés (2022)



5. ábra: A válaszadók elégedettségének vizsgálata, Survey of respondents' satisfaction. Forrása: Saját elemzés és szerkesztés (2022)

3.4. A wellness szolgáltatásokra és az egyéb szolgáltatásokra való költség

3.4.1. A wellness szolgáltatásokra és az egyéb szolgáltatásokra való költség összehasonlítása korcsoportok szerint

A válaszadók által igénybevett szolgáltatásokra való költséggel foglalkozó kérdésnél négy válaszlehetőséget adtunk meg. Az 50.000 forint alatti válaszlehetőséget az 50000 kóddal, 50.000-100.000 forint közötti válaszlehetőséget a 75000 kóddal, 100.000-150.000 forint közötti válaszlehetőséget a 125000 kóddal, 150.000 forint feletti válaszlehetőséget a 150000 kóddal láttuk el. A wellness turisztikai szolgáltatásokkal foglalkozó kérdés esetében pedig öt válaszlehetőséget adtunk meg, amik szintén kódolásra kerültek. Így a 150.000 forint alatti válaszlehetőséget az 150000 kóddal, 150.000-250.000 forint közötti válaszlehetőséget a 200000 kóddal, 250.000-500.000 forint közötti válaszlehetőséget a 375000 kóddal, 500.000-550.000 forint közötti válaszlehetőséget az 525000 kóddal és 550.000 forint feletti válaszlehetőséget az 550000 kóddal jelöltük. Az általunk alkalmazott T-próba eredményeként kijelenthető, hogy a három csoport közül a 70 év felettiiek szánták a legnagyobb összegeket a wellness- és egyéb turisztikai szolgáltatásokra. Ez számszerűsítve a wellness szolgáltatások esetében 200.000 Ft-ot jelent, az egyéb turisztikai szolgáltatások esetében pedig 76.070 Ft. A sorban a 70 év felettiakat a 66-70 év közöttiek követték, akik a wellness szolgáltatásokra 197.520 Ft-ot és az egyéb turisztikai szolgáltatásokra pedig 71.455 Ft-ot költöttek. A legalacsonyabb összegeket a különböző szolgáltatásokra a 60-65 év közöttiek szánták.

3.4.2. A wellness szolgáltatásokra és az egyéb szolgáltatásokra való költség összehasonlítása nemek szerint

A kutatás során a wellness szolgáltatásokra és az egyéb turisztikai szolgáltatásokra való költség összehasonlításával is foglalkoztunk a nemek megoszlása szerint. A vizsgálatok eredményeképpen megállapítható, hogy a két nem közül a hölgyek költöttek többet egyéb szolgáltatásokra, amelynek összege 75.215 Ft volt. Ezzel ellentétben a férfiak csoportjához tartozó összeg 69.290 Ft volt. A wellness szolgáltatásokra való költség tekintetében kijelenthető, hogy a két nem közül a férfiak költöttek többet wellness szolgáltatásokra, amelynek összege 199.290 Ft volt. Ezzel szemben a hölgyek csoportjához tartozó összeg 199.250 Ft volt. A számadatok alapján elmondható, hogy a hölgyek többet költöttek egyéb turisztikai szolgáltatásokra, ezzel szemben a wellness szolgáltatásokra a férfiak áldoztak többet. (4. ábra)

3.5. A válaszadók elégedettségének vizsgálata

A válaszadók elégedettségének vizsgálata során öt ponton keresztül vizsgáltuk az elégedettséget, amelyek között helyet kapott a programok minőségével, a felszereltséggel, a személyzettel, a belépődíjjal és az általuk igénybevett szolgáltatásokkal való elégedettség. A beérkezett válaszok és az ábra alapján elmondható, hogy a válaszadók drágállták a wellness szolgáltatók árát, ezért kapta a belépődíjjal való elégedettség a legalacsonyabb pontszámot. A belépődíjjal való elégedettséget (2,32-2,61) leszámítva mindegyik szegmens legalább 3 (semleges) értékelést kapott a megkérdezettektől. Az egyéb szegmensek közül a személyzettel

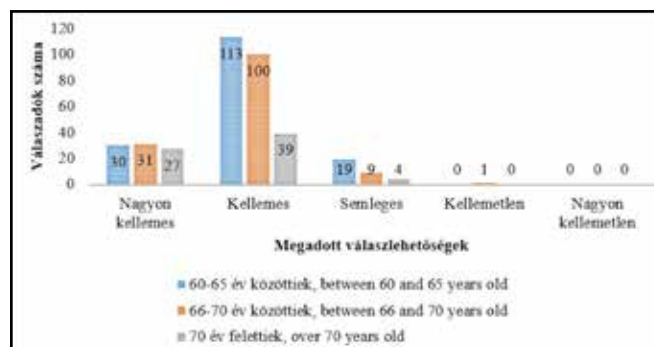
való elégedettség (3,49) kapta a legalacsonyabb értéket, amelyet a 60-65 évesek adtak, a recepcióval való elégedettség (4,33) pedig a legmagasabb értéket, amelyet a 70 év felettiiek ítéltek ennek a szegmensnek. Ezzel szemben a megkérdezettek az általuk igénybe vett szolgáltatásokkal voltak a legelégedettebbek.

Az általunk vizsgált három korcsoport esetében öt pontból álló rangsorokat hoztunk létre. Mind a három korcsoport esetén elmondható, hogy az első helyen az általuk igénybevett szolgáltatások, az ötödik helyen a személyzettel és a hatodik helyen a belépődíjjal való elégedettség állt. A három korcsoport rangsora között az a különbség, hogy a 60-65 év közöttiek és a 70 év felettiiek esetében a második helyen a programok minőségével való elégedettség, a harmadik helyen a felszereltséggel való elégedettség kapott helyet. A 66-70 év közöttiek rangsorában ezzel szemben a második helyet a felszereltséggel való elégedettség, a harmadik helyet a programok minőségével való elégedettség szerezte meg. (5. ábra)

3.6. A válaszadók recepcióval való elégedettségének vizsgálata

A recepciós személyzettel való elégedettség vizsgálata kifejezetten fontos annak tükrében, hogy az igénybe vevők első körben velük találkoznak. A recepció része a Front Office osztálynak, amelynek fontos szerepe van a szállodában, különösen a regisztráció kezelése, a szolgáltatások nyújtása során, az érkezés előtt, a tartózkodás alatt és a távozáskor. A Front Office feladata, hogy fogadja a vendégeket, ezért kiemelt fontosságú, hogy jó benyomást keltsen. Ez szükséges ahhoz, hogy a lehető legjobb szolgáltatást nyújtsa, mind a recepció személyzete, mind a szálloda többi dolgozója, összetevője, hogy az elégedettség érzetét keltsen minden érkező vendégben. Ha a nyújtott szolgáltatások megfelelnek az elvárásoknak, a vendégek elégedettek lesznek. Ellenkező esetben nem alakul ki elégedettség. Ez azért jöhet létre, mert a recepciós személyzet tagjai esetlegesen udvariatlanok vagy barátságtalanok, ennek hatására különböző olyan reakciókat váltanak ki a vendégekből, amelyek a szálloda vagy szolgáltató számára kedvezőtlenek. Ilyen lehet a megrendelések visszamondása. Ezen kívül a szolgáltató számára további kellemetlenséget okozhat az is, hogy a fogyasztók megosztják frusztrációjukat a közösségi média felületein.

A kapott válaszok alapján kijelenthető, hogy mind a három általunk vizsgált korcsoport kellemesnek ítélte recepciós személyzetet. (6. ábra)



6. ábra: Recepciós személyzettel való elégedettség, Satisfaction with reception staff. Forrása: Saját elemzés és szerkesztés (2022)

4. KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatásunk során egyéb tényezők kapcsolatával is foglalkoztunk. Így az aktivitás, az egyéb- és wellness turisztikai szolgáltatásokra való költés, a wellness szolgáltatók látogatásának gyakorisága és az iskolai végzettség kapcsolatával. A Khi-négyzet számítások eredményeként megállapítható, hogy az iskolai végzettség nagyban befolyásolja a szabadidőben végzett aktivitást, a különböző szolgáltatásokra való költést és a wellness szolgáltatók látogatásának gyakoriságát.

Továbbhaladva ezen gondolatmenet mentén megvizsgáltuk az iskolai végzettségek csoportosítását követően az iskolai végzettség és az aktivitás kapcsolatát. Két csoportot hoztunk létre, az egyetemi végzettséggel rendelkezők és az egyetemi végzettséggel nem rendelkezők csoportját. Az egyetemi végzettséggel rendelkezők csoportjába tartoztak a magasabb egyetemi végzettséggel, az egyetemi mester- és alapképzéssel rendelkezők. Az egyetemi végzettséggel nem rendelkezők csoportjába pedig az oktatás nélküliek, az általános iskolai végzettséggel, közép- és a szakközépiskolai végzettséggel rendelkezők tartoztak. A csoportosítás után elvégeztünk egy Khi-négyzet próbát, amelynek eredménye szignifikáns eredményt hozott ($p < 0,01$). A p-értékből következik, hogy szoros összefüggés van az iskolai végzettség és a pihenés aktivitása között. Ezután ugyanezt a csoportosítást használtuk fel az iskolai végzettség és a különböző szolgáltatásokra való költés kapcsolatának vizsgálata során. A számítások elvégzését követően azt a megállapítást tehetjük, hogy szoros összefüggés van az iskolai végzettség és a különböző szolgáltatásokra költött összegek nagysága között.

Ezután a wellness szolgáltatók látogatásának gyakorisága és az internet mint alkalmazott információs csatorna kapcsolata következett. A vizsgálat eredménye alapján elmondható, hogy azok az emberek, akik az internetet alkalmazták információ szerzés céljából, gyakrabban látogattak meg wellness szolgáltatót az elmúlt évben.

Kutatásunk során arra is fény derült, hogy az idősek többségében az internetet használták mint információs csatorna. Hangsúlyozandó, hogy két átfogó cikk is foglalkozik az idősek által alkalmazott információs csatorná-

kal. Az első tanulmány kimondja, hogy az idősek inkább a barátok és a családtagok véleményében bíznak, azokat fogadják meg. Ugyanakkor az idősek információs csatornái között fontos helyet foglalnak el a reklámok és a hirdetések is (Csizmadia, Győri Szabó, & Kovács, 2014.). A másik tanulmány részben az idősek tájékozódásával foglalkozik (Macuh & Raspor, 2020.). Ebben a cikkben kijelentik, hogy az idősek a saját korosztályukon keresztül tájékozódnak, közülük is főleg az ismerősök véleményét veszik figyelembe. Az általunk kapott eredmény és a kutatók eredményei eltérést mutatnak. Ugyan az idősek körében is az internet vált a legfontosabb információ szerzési eszközzé, ettől függetlenül még mindig kiemelkedő figyelemnek örvendhet az ismerősök véleménye, illetve hirdetések és a reklámok. Számítottunk az eltérésre, hiszen bármikor megfordulhat ez a sorrend. Annyi bizonyos, hogy az idősek számára kiemelt fontosságú az ismerősök, illetve kortársaik véleménye, amelyeket rendszerint figyelembe is vesznek.

(Szabó & Hojcska, 2020.) tanulmányában vizsgálta a fürdőszolgáltatásokkal való elégedettséget, amelynek egyik szempontja a felszereltséggel való elégedettség volt. Erre a szempontra 3,93-as átlagértéket kapott. Az általunk elkészített táblázat tartalmazza a felszereltséggel való elégedettséget, amely az elvégzett számítások alapján elmondható, hogy 3,84-es átlagértéket kapott. Az átlagértékek közötti eltérésre számítottunk, amely kismértékben, de jelen van. Arra a következtetésre jutottunk a felszereltséggel való elégedettség kapcsán, hogy területtől függetlenül elégedettek az igénybevevők. Azért is jutottunk erre a következtetésre, mert Szabó Zoltán a Szentés Fürdővel kapcsolatosan mérte fel a felszereltséggel való elégedettséget. Mi viszont a Nyugat-Dunántúli régió területén mértük fel ugyanezt a szegmenst.

5. IRODALOMJEGYZÉK

Cracolici, M., & Bernini, C. (2015.). Demographic change, tourism expenditure and life cycle behaviour. *Tourism Management*, 191-205. doi:10.1016/j.tourman.2014.09.016

Csapó, J., & Márton, G. (2017.). The Role and Importance of Spa and Wellness Tourism in Hungary's Tourism

Industry. *Czech Journal of Tourism*, 55-68. doi:10.1515/cjot-2017-0003.

Csizmadia, S., Győri Szabó, R., & Kovács, N. (2014.). Idősmarketing – a hazai idősek fogyasztási, vásárlási szokása vállalaton belüli és országok közötti interakciókban. *Tér, gazdaság, ember*, 123-153.

Hofmeister-Tóth, Á., & Neulinger, Á. (2021.). Az idősek iránti attitűd és az idősek fogyasztók ábrázolása a TV reklámokban Magyarországon. *Jel-Kép*, 64-80.

Macuh, B., & Raspor, A. (2020.). Društva upokojencev kot pospeševalci turistične potrebnje in prstočasnih dejavnosti slovenskih upokojencev. *Journal of Universal Excellence*, 16-30. doi:10.37886/ruo.2020.002

Michalkó, G., Kenesei, Z., Kiss, K., Kolos, K., Kovács, E., & Pinke-Sziva, I. (2020.). Hévízi nyugalom – életkori sztereotípiák a turizmusban. *Turizmus Bulletin*, 15-27.

Pan, Y., Fu, X., & Wang, Y. (2020.). How does travel link to life satisfaction for senior tourists? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 234-244. doi:10.1016/j.jhtm.2020.07.013

Patterson, I., & Balderas, A. (2020.). Continuing and Emerging Trends of Senior Tourism: A Review of the Literature. *Journal of Population Ageing*, 385-399. doi:10.1007/s12062-018-9228-4

Simon, I. Á., Kajtár, G., Herpainé Lakó, J., & Müller, A. (2018.). A fizikai aktivitás és a mentális egészség jelentősége a 60 év fölötti korosztály életében. *Képzés és gyakorlat*, 25-36.

Szabó, Z. (2017.). A HAZAI GYÓGYTURIZMUS KERESLETÉNEK VIZSGÁLATA. Magyarország.

Szabó, Z. (2021.). VIDÉKI TURISTÁK ALFÖLDI FÜRDŐKKEL VALÓ ELÉGEDETTISÉGE. *Acta Carolus Robertus*, 41-53.

Szabó, Z., & Hojcska, Á. (2021.). A FÜRDŐTURISTÁK ELÉGEDETTISÉGE NEK VIZSGÁLATA. *Deliberationes tudományos folyóirat*, 71-82.

Szabó, Z., & Hojcska, Á. (2020.). Rekreációs turisztikai fürdőszolgáltatások és azok igénybevitelének összefüggés-vizsgálata egy SPA-szolgáltatónál. *Modern healthy lifestyle*, 36-39.

Zsarnóczky, M. (2018.). Generációs sajátosságok az idősturizmusban. *Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, (old.: 31-38.)*. Pécs.

Zsarnóczky, M. (2016.). Az idősek szegmensének hatásai az egészségturizmusban. *Acta Carolus Robertus*, 318-332.