

¹MÜLLER ANETTA, ²SZABÓ RÓBERT, ³KERÉNYI ERIKA,
⁴MOSONYI ATTILA

¹*Eszterházy Károly Főiskola, Testnevelési és Sporttudományi Intézet, Eger*
College of Eszterházy Károly, PE and Sport Science Institute, Eger

²*Eszterházy Károly Főiskola, Gazdaságtudományi Intézet, Eger*
College of Eszterházy Károly, Institute of Economics Science, Eger

³*Mátrai Gyógyintézet, Mátraháza*
Mátra Medical Institute, Mátraháza

⁴*Hetényi Géza Kórház, Szolnok*
Hetényi Géza Hospital, Szolnok

E-mail: muller@ektf.hu

FÜRDŐKUTATÁS A KÖZÉP-DUNÁNTÚLI RÉGIÓBAN

BATH RESEARCH IN THE CENTRAL TRANS-DANUBIAN REGION

Összefoglaló

A fürdőlátogatás fokozatosan beépül a mindennapok programjába, mivel lehetőséget kínál a rendszeres testedzésre, a testápolás és kikapcsolódás, pihenés összekapcsolására. A fürdők ma már nem csupán az évi rendes főnyaralás, hanem az általános jó közérzet, a test és a szellem egészsége megőrzésének helyszínei is.

A tanulmányból megismerhetjük a Komáromi Gyógyfürdő, az Agárdi Termál- és Gyógyfürdő, és a Pápai Várkertfürdő vendégeinek főbb fürdőlátogató motivációs tényezőit, költési szokásait, illetve a fürdővel, és annak kínálati elemeivel való elégedettségüket a vendégek nemének és életkorának viszonylatában.

Kulcsszavak: termál és élményfürdő, vendéglégedettség, motváció.

Abstract

The bathvisiting gradually incorporated into the daily program as an opportunity for regular physical activity, body care and recreation link. The spa is no longer at the only annual main holiday, but the general well-being, body and spirit to maintain health and venues.

The study, we get to know the guests of the Komáromi Spa, the Agárdi Termál Spa, and Pápai Várkertfürdő Spa and their main motivation factors,

spending habits, the bath itself, and it's supply elements of satisfaction with the guests in relation to gender and age.

Keywords: thermal and experience bath, guest satisfaction, motivations.

Bevezetés

Az egészségturizmus összefoglaló néven tartalmaz minden, az egészséggel kapcsolatos utazási típust. A látogatók alapvető motivációja az egészségi állapot megőrzése, megtartása, a deformitások és betegségek megelőzése (wellness turizmus), valamint az egészségi állapot javítása, a kialakult betegségek gyógyítása (gyógyturizmus). Azt mondhatjuk, hogy az egészség megőrzése vagy helyreállítása érdekében tett utazások összességét tekintjük egészségturizmusnak (Könyves és Müller, 2007).

Az élménykeresés egyik fontos motivációja a XXI. század turistájának. „A turisztikai termékek esetében nem annyira az ár/érték arányra figyelnek a fogyasztók, hanem a befektetett energia, erőfeszítés (nemcsak pénz) és a cserébe kapott élmény viszonyára.” – hangzott el a WTO krakkói konferenciáján. (Halassy 1999.). Erre az élmény-centrikusságra épít a hazai wellness turizmus is, amelyben nagyszabású fejlesztések valósultak meg az utóbbi évtizedben. Követendő példa erre Hajdúszoboszló (Istók 2003) nagyszabású egészségturisztikai fejlesztése.

Egyre több település kezdi használatba venni az erőforrásait, főleg a termálvizet, ennek eredménye a fürdők „szaporodása” az országban. A lakosság igényli is a fürdőket, és szívesen használják a mindennapokban a lakóhelyhez közeli létesítményeket, míg az esetleges nyári szabadság alatti hosszabb időtöltésre a lakóhelytől esetleg távolabb elhelyezkedő, híresebb magyar fürdőket is látogatják.

A nyári üdülések, szabadidő eltöltések célpontjai tehát sokszor a fürdők. A fürdőlátogatás fokozatosan beépül a mindennapok programjába, mivel lehetőséget kínál a rendszeres testedzésre, a testápolás és kikapcsolódás, pihenés összekapcsolására. A fürdők ma már nem csupán az évi rendes főnyaralás, hanem az általános jó közérzet, a test és a szellem egészsége megőrzésének helyszínei is. A rendszeres fürdőlátogatók otthonuktól távol is elvárják a megszokott szabadidős szolgáltatásokat és azok magas minőségét, és ezt a turisztikai desztinációk fürdőinek egyre inkább figyelembe kell venniük a termékfejlesztésük során (Müller – Könyves – Borbély, 2009).

A Széchenyi-Terv egészségturizmus fejlesztőprogramja (2001–2004) hozzájárult ahhoz, hogy az ország olyan településein is történt fürdőfejlesztés, ahol eddig az attrakciók és infrastruktúra hiánya miatt nem volt jellemző. Ennek kedvező hatása az, hogy növeli az adott település vonzerejét a beruházók számára, illetve hozzájárul a turizmus gazdasági hatásainak növeléséhez.

A keresleti trendek arra ösztönözték a hagyományos gyógyfürdőket és gyógy-szállodákat Magyarországon – így a Közép-dunántúli régióban is –, hogy

kihasználva termál- és gyógyvíz adottságok nyújtotta lehetőségeket, alkalmazkodjanak az új keresleti igényekhez, sőt a versenytársaktól való megkülönböztetés szándékától is vezérelve korszerű egészségturisztikai szolgáltatásokat hozzanak létre.

Ezen fürdőkutatással kívántuk feltárni a Közép-dunántúli régió fürdővendégeinek, a fürdő területén történő költési szokásait (fizetési hajlandóságát), a fürdővel, és annak kínálati elemeivel való elégedettségüket.

Célunk volt, hogy megvizsgáljuk a régió három, általunk tetszőlegesen kiválasztott fürdőjének (a Komáromi Gyógyfürdő, az Agárdi Termál – és Gyógyfürdő, és a Pápai Várkertfürdő) a vendéglégedettségét, illetve hogy az összefüggéseket vizsgáljuk a fürdő vendégeinek neme, életkora, anyagi helyzete és költési hajlandósága között.

Mind a három településen fejlesztések valósultak meg a Széchenyi-terv pályázatainak köszönhetően, melyek nagy valószínűséggel hozzájárultak a fürdőkben található szolgáltatási elemek számának és színvonalának emelkedésén túl a vendéglégedettség növekedéséhez is.

A fürdők pozitív imázsának kialakítása szempontjából meghatározó, hogy a vendégek hozzáállása és véleménnyel a fürdővel kapcsolatban kedvező legyen.

A vendég sokban hozzájárulhat egy fürdő fejlesztéséhez, mivel a problémákat, hibákat, hiányosságokat előbb észrevehetik, mint a tulajdonosok, illetve erősebb lehet bennük a kritikára való hajlam is. Fürdőkutatásunk eredményei többek között ezért használhatóak a gyakorlatban, mivel a látogatók véleménye alapján fényt derülhet a hiányosságokra.

Kérdésfelvetések

Kutatásunk során többek között az alábbi kérdésekre, összefüggésekre keressük a választ:

1. Milyen jövedelmi háttérrel rendelkeznek a vendégek, és milyen az átlagos fizetési hajlandóságuk?
2. Melyek a fürdőlátogatásuk főbb motiváló tényezői?
3. Milyen a fürdővendégek elégedettsége a fürdő környezetével, kínálati elemeinek minőségével, mennyiségével, a személyzettel kapcsolatosan a vendégek nemének és életkorának viszonylatában?

A kutatás módszere, körülményei

A kérdőíves felmérésre 2009 nyarán került sor a Komáromi Gyógyfürdőben, az Agárdi Termál- és Gyógyfürdőben, és a Pápai Várkertfürdőben, melynek eredményeként összesen 375 db (Agárd: 137 db, Pápa: 120 db, Komárom: 118 db) megfelelően kitöltött kérdőívet sikerült összegyűjteni és feldolgozni.

A mintasokaság kiválasztása a fürdő területén tartózkodó vendégek segítőkészsége (válaszadási hajlandósága) alapján történt. Minden ötödik vendég töltötte ki a kérdőívet.

A kérdőív nyílt és zárt kérdéseket tartalmazott, a zárt kérdéseknél több válasz kategória állt a vendégek rendelkezésére. A kérdőíveket az SPSS 16.0 program segítségével dolgoztuk fel. Az adatokból átlagot, szórást, megoszlást számítottunk, valamint az összefüggések vizsgálatára is kitértünk.

A kérdőíves felmérés eredményei

A kérdőív első része a demográfiai adatokhoz kapcsolódik, amelyből informálódhatunk a mintába felvett vendégek neméről, életkoráról, anyagi helyzetéről – és vélhetően ebből fakadó költési hajlandóságáról. Ezek az adatok a későbbiek során fontos tényezői lesznek az összefüggés vizsgálatoknál.

1. táblázat: A minta nemek szerinti megoszlása (főben és %-ban)/ **Table 1:** The gender distribution of the sample (in persons and percentage)

	Agárd		Komárom		Pápa	
	(fő)	(%)	(fő)	(%)	(fő)	(%)
Férfi	58	42,3	52	44,1	52	43,3
Nő	79	57,2	66	55,9	67	55,8
Összesen:	137	100,0	118	100,0	120	100,0

Forrás: kérdőíves felmérés alapján saját szerkesztés

A táblázat alapján látható, hogy a nők vannak többségben, mind részvételi számban és mind százalékban. A legtöbb férfi megkérdezett a pápai fürdőben, a legtöbb nő pedig az agárdi fürdőben volt. Ebből következtethető az is, hogy mivel a legtöbb fürdőlátogató nő, ennek oka lehet a fürdők szolgáltatásai között – a fürdésen kívül több egészség-, és szépségápoló szolgáltatás igénybevétele, mint például fitness terem, szauna, kozmetika, szolárium, stb.

2. táblázat: A minta életkor szerinti megoszlása (főben és %-ban)/ **Table 2:** The age distribution of the sample (in persons and percentage)

	Agárd		Komárom		Pápa	
	(fő)	(%)	(fő)	(%)	(fő)	(%)
18 év alatti	9	6,6	9	7,6	8	6,7
19 – 28 év	22	16,1	23	19,5	31	25,8
29 – 39 év	22	16,1	21	17,8	30	25,0
40 – 50 év	23	16,8	16	13,6	30	25,0
51 – 60 év	28	20,4	29	24,6	12	10,0
61 év vagy idősebb	33	24,1	20	16,9	9	7,5
ÖSSZESEN:	137	100,0	118	100,0	120	100,0

Forrás: kérdőíves felmérés alapján saját szerkesztés

A különböző életkorok skálaszerűen voltak felsorolva, így a több válaszlehetőség közül, a válaszadónak nem kellett megadni a pontos korát, hanem csak a kora szerint megfelelő kategóriába kellett sorolnia magát.

Látható a táblázatból, hogy Agárd és Komárom adatainál az 50 év feletti életkorú vendégek a meghatározóak, Agárdnál 20,4% és 24,1% az arány az 50–60 év felettieknél a korcsoportok között, ezzel szemben Pápánál az arány megváltozik a fiatalabb, családostól irányába, mivel a nyugdíjas korosztály mindössze csak az arány 7,5%-át birtokolja. Ennek oka az is lehet, hogy Agárd és Komárom inkább gyógyvíz-szolgáltatásokban erősebb, amely indokoltá teszi az idősebb látogatói számot, míg Pápán a wellness- és élményelemekkel gazdagított medencék és egyéb szolgáltatásaik, a fiatalok és családostól számára kedvezőbbek, ezért ez a célcsoport jellemzőbb. A 18 év alatti minta aránya mindegyik esetben közel 7–8%.

Míg az előző két fürdő gyógyfürdő, addig a Pápai Várkertfürdő inkább wellness-fürdőnek számít. Bár rendelkezik gyógyászati részleggel és kúra-csomagokkal, de még nem elég régóta ahhoz, hogy elegendő nyugdíjast vonzzon magához. Ennek köze lehet még a megfelelő gyógy-és wellness szállodák hiányához is, mivel ezáltal a nyugdíjasoknak célszerűbb lehetne a fürdőhelyen való hosszabb tartózkodás.

A harmadik kérdéssel arra kerestük a választ, hogy a fürdő látogatók milyen jövedelmi kategóriába sorolják magukat. A jövedelmi kategóriák (havi jövedelemben szintjén) az alábbiak voltak:

Alsó: 80 000 Ft-nál kevesebb

Alsó közép: 80 000–120 000 Ft közötti

Felső közép: 120 000–160 000 Ft közötti

Felső: 160 000 Ft feletti

Agárdon és Pápán a legtöbb válaszadó „Alsó közép” kategóriába sorolta magát, köztük is Agárdnál a legtöbben 61,3%-kal, míg Komáromban az „Alsó” kategóriát jelölték meg 49,2%-kal. A „Felső közép”-hez viszonylag akadt, aki besorolta magát, Agárdon a minta több, mint 20%-a, de a „Felső” kategóriába alig akadt, illetve Komáromnál látható, hogy senki se jelölte be magát ebbe a kategóriába.

Tehát kikövetkeztethető, hogy a látogatók többsége közepesnek ítéli meg jövedelmi és vagyoni helyzetét, bár nem biztos, hogy a költési hajlandóságát is befolyásolja a vendégeknek.

3. táblázat: A fürdők látogatásának motiváló tényezői a minta körében (főben és %-ban)/
Table 3: The motivation factors of the sample in the baths (in persons and percentage)

	Agárd		Komárom		Pápa	
	(fő)	(%)	(fő)	(%)	(fő)	(%)
Helyiség hírneve						
• Jelölte	5	3,6	7	5,9	12	10,0
• Nem jelölte	132	95,7	111	94,1	108	90,0
Pihenés, kikapcsolódás						
	133	97,1	105	89,0	113	94,2
• Jelölte	4	2,9	13	11,0	7	5,8
• Nem jelölte						
Ár/érték arány						
• Jelölte	7	5,1	27	22,9	7	5,8
• Nem jelölte	129	94,9	91	77,1	113	94,2
Akciós ajánlatok						
• Jelölte	1	0,7	3	2,5	5	4,2
• Nem jelölte	135	98,5	115	97,5	115	95,8

Forrás: kérdőíves felmérés alapján saját szerkesztés

A kérdőív 4. kérdésénél több választ is meg lehetett jelölni a megadott válaszlehetőségek közül arra válaszolva, hogy „Milyen célból látogatja a vendég a fürdőt?”

Ezek alapján egyértelműen látható, hogy mind három fürdőnél a válaszadók többsége a „Pihenés, kikapcsolódás” céljából érkeznek a fürdőbe, nem pedig a helység hírneve, egyéb akciók, vagy a kedvező árak miatt.

4. táblázat: A minta átlagos költési arányának megoszlása (főben és %-ban)/ **Table 4:**
The average spending of the sample (in persons and percentage)

Tartózkodása során átlagos költése (Ft-ban)	Agárd		Komárom		Pápa	
	(fő)	(%)	(fő)	(%)	(fő)	(%)
0 – 5000 Ft	89	65,0	92	78,0	61	50,8
5000 – 10 000 Ft	35	25,5	22	18,6	49	40,8
10 000 – 20 000 Ft	12	8,8	4	3,4	9	7,5
Több mint 20 000 Ft	1	0,7	-	-	1	0,8
Összesen:	137	100,0	118	100,0	120	100,0

Forrás: kérdőíves felmérés alapján saját szerkesztés

Az 5. kérdés a fürdőlátogatók ottlétük során felmerülő átlagos költésére helyezte a hangsúlyt.

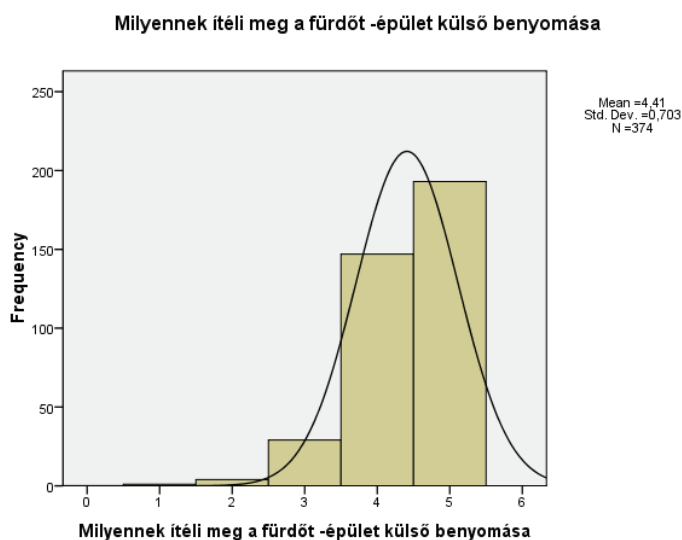
Ez a kérdés összefüggésben áll az előzőekben látható jövedelmi helyzetre vonatkozó kérdéssel, mivel ezek összefüggésbe hozhatóak a költési hajlandósággal.

Az előző elemzésekből kiderült, hogy a fürdőzők többsége közepes vagyoni helyzetbe sorolja magát (ezt mutatja a 3. táblázat), mivel mindegyik fürdőnél a válaszadók a „0 – 5000 Ft” költési határt jelölte be, amelyet általában az ott tartózkodásuk alatt költenek el. Ebbe az összegbe beleszámítják a belépők és az esetleges szolgáltatásokért vagy termékekért felszámított összegeket is. Ennek a legnagyobb aránya Komáromnál figyelhető meg 78,0%-kal. A második legnagyobb gyakoriságú a „5000 – 10 000 Ft” költési határ. Ennek magas száma Pápánál észrevehető 40,8%-kal. Ennek oka véleményem szerint a családok szerepe a fürdőkben, mivel egy család legalább 3-4 főből áll össze, ezáltal a költségeik is magasabbak.

A legkisebb előfordulású választási lehetőség a „több mint 20 000 Ft”, amelyet alig jelölt meg néhány válaszadó.

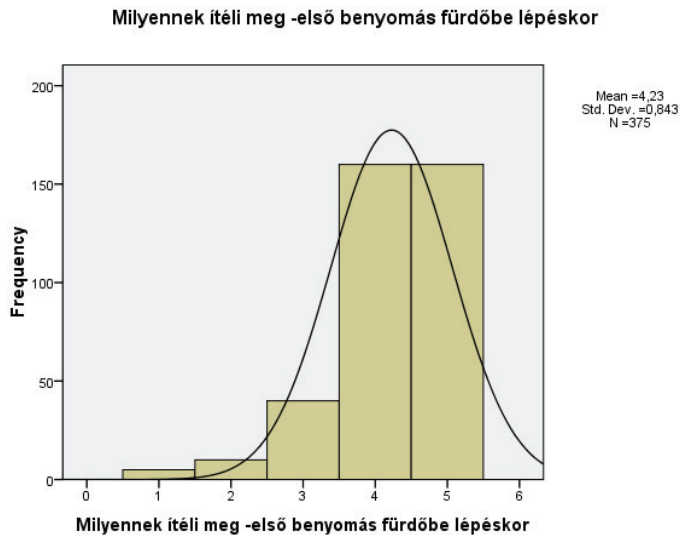
A vendégek elégedettségét vizsgáló témakörben olyan kérdések szerepelnek, amelyek a szolgáltatásokra és termékek minőségére, hiányosságokra, személyzettel kapcsolatos megfigyelésekre, egyéb észrevételekre kérdez rá, ezáltal a válaszokból kiderülnek, hogy a látogatók mennyire elégedettek a fürdővel.

A következő kérdésben a látogatóknak a fürdő szolgáltatásaival kapcsolatos tényezőket kellett minősíteniük 1-5-ig terjedő skálán, ahol a legjobb minősítést az „5” jelentette.



1. ábra: A fürdő épület külsejének megítélése a Közép-dunántúli régiók fürdőiben/
Chart 1: The opinion of the sample about the outside of the bath building in the Central-transdanubian region

Az „épület külleme” átlagosan 4,41-es átlagot kapott. Ezen belül is Agárdot ítélték jobbnak, és Pápát rosszabbnak 4,4-es átlagával.



2. ábra: A fürdő belső területével való elégedettség alakulása az első benyomás alapján a közép-dunántúli régiók fürdőiben/ **Chart 2:** The first impression of the sample about the inside of the bath building in the Central-transdanubian region

Az „Első benyomás fürdőbe lépéskor” hasonló eredményű lett, míg a medencék választékára és tisztaságára vonatkozó szempontok már rosszabb eredményűek. A „Medence választék”-ot Komáromnál jelölték többen jobbnak 3,75-ös átlaggal, Pápán volt a legkevesebb 3,64-gyel. Ez számunkra meglepő volt, mivel sok család látogatja a fürdőt, és a fürdő területéhez képest nagy választékkal rendelkezik medencék tekintetében. Az elégedetlenség valószínűleg a téli időszak körülményeinek tudható be, mivel ekkor a kinti medencék gyér száma használható csak, és a beltéri medencékkel kell beérniük a fürdőlátogatóknak, amik viszont nem kínálnak széles választékot az épület területe miatt sem. A „Medencék tisztasága” szempontnál megfordulnak az eredmények, Pápán jobbnak ítélik a víz tisztaságát, míg Komáromnál rosszabbnak. Mindegyik fürdő fiatalnak számít, tehát még sok a fejleszteni való a medencék és a vízforgatók számának növelésével, de ezektől függetlenül is mindig lesznek olyan vendégek, akik jobbnak vagy rosszabbnak ítélik a fürdő vizének tisztaságát.

A „Mosdók, zuhanyzók, öltözők tisztasága” fontos szempont egy fürdőnél, Komárom itt is rosszabb átlagot: 3,54-et kapott a válaszadóktól. Ez esetleg amiatt is lehet, hogy a fürdőben a női-férfi öltöző összevontan van jelen, ami ma-

napság már nem nagyon jellemző, és a látogatók többsége igényli a külön öltözőt. Gyenge minősítést kapott a „Fürdők wellness szolgáltatásainak kínálata”, Agárdnál volt a legmagasabb érték 4,38-cal, Komáromnál kevesebb. Természetesen ilyen fiatal fürdőhelyeknél még nem fejlett eléggé a wellness-csomagok és szolgáltatások színvonala ahhoz, hogy jó minősítést kaphasson, mivel idő kell ahhoz, hogy a vevők igényeit kiismerhessék, illetve a beruházásokhoz a pénzt előteremthessék.

A gyógy szolgáltatás már jobb minősítést kapott, ám a kiegészítő szolgáltatásokat szintén rosszabbra minősítették a vendégek. A kiegészítő szolgáltatások alatt éttermeket, sportolási lehetőségeket és az esetleges programlehetőségeket értjük. Ez Pápán volt magasabb átlagú, 4,08-cal, ahol sok program szokott lenni, és több étteremmel is rendelkezik a fürdő területén belül és kívül egyaránt. Komárom kapta a legkevesebbet, 3,75-öt, ami azért is lehetséges, mert nem rendelkezik belső étteremmel, illetve csak egy külső étteremmel, ahová nincs télen fűtött átjáró, illetve programszervezés terén is fejlődni kell.

A személyzet minősítése átlagosan mindegyik fürdőnél 4-es volt, és a „Szolgáltatások színvonala” – amely összesítése a szolgáltatások minőségének az értékelésére – is szintén 4-es átlagú volt a válaszadók körében.

Összességében elmondható, hogy a kérdőívet kitöltők körében Agárd kapott több jobb minősítést, és Komárom pedig a legtöbb kevésbé előnyös minősítést. Komáromban nemrég több átalakítás történt, amely nem tetszett a kérdőívet kitöltőknek, mivel sok helyre nem lehetett belépni, és belépéskor illetve az öltözőnél is kauciót kellett leadni. Ez hozzájárulhatott az esetleges negatív véleményekhez a fürdőről. Pápán is több fejleszteni való van még, de ettől eltekintve vegyesen kapott jó és rossz minősítéseket is. Tehát az elemzésből kiderül, hogy bár a fürdő látogatók több szempontot is közepesen értékelték, összességében elégedettek a kapott szolgáltatásokkal, és a fürdő megjelenésével, személyzetével, ez a következtetés a sok 4-es átlag alapján állapítható meg.

A kérdőív eredményei sok érdekességre hívja fel a figyelmet, amiből érdemes összefüggés-vizsgálatot készíteni. Az összefüggés vizsgálat alapja a fentiekben elemzett kérdőív kérdéseinek eredményei, amelyeket felhasználva és összehasonlítva egymással más érdekes eredményeket kapunk.

Az keresztábrás vizsgálat megmutatja, hogy van-e összefüggés a különféle kérdésekre adott válaszok, és a válaszadók neme, életkora között. A következőkben a nem és az életkor függvényében vizsgáljuk a vendégek elégedettségét a fürdővel, és annak szolgáltatásaival kapcsolatban.

Az első eltérés a skálás értékelésnél látható az épület külső benyomása szempontnál (szignifikancia szint, $p=0,000$), amelynél a nők közül néhányan 1-re és 2-re is értékelték, de többségében 5-ös és 4-es választ adtak. A férfiak közül többen jelölték a 3-as értéket, mint a nők, de átlagosan ők is kedvező értékeket adtak. A személyzet megjelenésével kapcsolatosan ($p=0,025$) a nők több 2-es és 3-as választ adtak, ugyanígy a 5 és 4 értékeket is.

Az életkor vizsgálatánál a skálaértékelésnél jött ki eltérés a medence választék pontozásánál ($p=0,000$), több negatív értékelést a fiatalabb korosztály adott. Elégtelent választottak a legtöbben a 19–28 évesek körében, illetve az elégséges és közepes értékelésnél is. Tehát a fiatalabbak kritikusabbak is, nagyobb elvárásai vannak. A legtöbb jó értékelés a 29–39 korúak között volt, a kiváló pedig 40–50 évesek körében volt.

A medencék tisztasága ($p=0,034$) pontozásánál több elégséges válasz a 40–50 éveseknél, közepes 19–28 évesek körében, jó szintén 19–28 és 50–60 év közöttiekénél, kiváló pedig a 60 év vagy idősebbeknél. Ennek oka az lehet, hogy az idősebbek a gyógyvíz hatékonysága miatt, a gyógyulás céljából érkeznek, emiatt fontos számukra víz minősége.

Több negatív vélemény lett a személyzet megjelenéséről ($p=0,015$), egyedül a 18 év alattiak nem pontozták elégségesre, több közepes választ 40–50 év, jót pedig a 29–39 év közöttiek, kiválót 50–60 évesek adtak. A személyzet vendéghez való hozzáállásánál ($p=0,001$) eltérés abban mutatkozik, hogy kevés negatív értékelés volt, a jó és kiváló az idősebbek körében oszlott meg. Személyzet hozzáértése ($p=0,023$) jónak és kiválónak a 29–39 évesek és 50–60 évesek látták, negatívan alig értékelték. Szolgáltatás színvonalát ($p=0,016$) jónak legtöbben a 19–28 évesek látták, kiválónak az 50–60 évesek, közepesnek 40–50 év közöttiek gondolták. A fiatalok szélesebb körben használják ki a fürdő szolgáltatásait, míg az idősebbek a gyógyászatot részesítik előnyben.

Következtetések

A kérdésvetésekre a kérdőíves felmérésünk során az alábbi eredmények születtek:

Jövedelmi helyzetet vizsgálva a „Alsó közép” típus vezet, amely a minta felét adja, illetve az „Alsó” típus is közel azonos arányt tesz ki. Az átlagos költség a látogatók között főleg 0–5000 Ft-ig terjed (64,5%), amelybe már beleszámítható a belépő és egyéb költségek, de jelentős számú az 5000–10 000 Ft-os költség is (28,3%), bár ehhez viszonyítani kell azt, hogy a családok számára a költségek nagyobbak.

A vendégek célja a látogatással főleg a pihenés és a kikapcsolódás (93,6% jelelte) volt, az akciós ajánlatok igénybevétele, vagy a kedvező ár/érték arány, esetleg a helység hírneve kevésbé volt meghatározó.

A fürdővendégek elégedettségét a fürdő környezetével, kínálati elemeinek minőségével, mennyiségével, a személyzettel kapcsolatosan a vendégek nemének és életkorának viszonylatában megállapítható, hogy az idősebb korú vendégek kedvezőbb értékelést adnak a fiatalabb vendégekhez képest, a hölgy vendégek kritikai észrevételei pedig élesebbek a férfiakénál.

Összességében, a 375 db helyesen kitöltött kérdőív alapján elmondható az, hogy a fürdőket látogatók elégedettek a fürdővel, vannak igaz hiányosságai, de

ettől függetlenül is látogatni fogják a létesítményt. A vendéglégedettségi mutató szerinti érték összesítve „4” lett.

Irodalom

- Istók Csaba (2003): A fenntartható turizmus megvalósítása, megőrzése és fejlesztése Hajdúszoboszlón. In: Turizmus Bulletin. 7. évf. 3. sz. 25–32. p.
- Halassy Emőke (1999): Beszámoló a WTO 1998. évi krakkói konferenciájáról.
http://old.hungarytourism.hu/bulletin/regi/99_03/forum_1.html
- Müller A. – Könyves E. – Borbély A. (2009): A szabadidős tevékenységek szerepe az Észak-alföldi és a Közép-dunántúli régiók fürdőiben – Konferencia előadás
- Könyves E – Müller A. (2007): Az Észak-alföldi régió Turizmusfejlesztési stratégiája 2007–2013. Fejlesztés és képzés a turizmusban. II: Országos Turisztikai Konferencia tudományos közleményei, Pécs, Elektronikus kiadvány (CD), kiadó: PTE TTK Földrajzi Intézet