

## VÁRHELYI TAMÁS

Eszterházy Károly Egyetem, Gazdaságtudományi Intézet, Eger  
University of Eszterházy Károly, Institute of Economics Science, Eger

### A WELLNESS-VILÁGTRENDEK ÉS A SPORT

#### Összefoglaló

A világon a wellness már nem az, aminek mi itthon ismerjük. A gyors fejlődés és a sorozatos innovációk révén egyrészt visszatért azokhoz a hagyományos megközelítésekhez, amelyek az orvosilag is megalapozott kezeléseket és életmód-tanácsadást jelentették. Másrészt a modern prevenciós szemléletmód és a komplexitás, valamint a holisztikus szemlélet révén a wellness egyre inkább integrálni tudja a kapcsolódó iparágakat – így a sporttal kapcsolatos iparágak egy részét is. Ennek révén a tágan értelmezett wellness iparág mérete mára 3700 milliárd amerikai dollárra nőtt. Ezekhez a világtrendekhez Magyarországnak is alkalmazkodnia kell, ha sikeres akar lenni a nemzetközi piacokon. Az alkalmazkodás része a spa és wellness termékfejlesztés megújítása, valamint a szinergiák kihasználása az egyes turizmuságak között. Ilyen szinergia figyelhető meg a wellness és a sport, illetve a sportturizmus között. Ennek révén a hazai turizmus eredményessége jelentősen növekedhet.

A cikkben a wellness keresleti és kínálati trendjeit mutatom be secunder kutatásokra alapozva.

## Bevezető

A wellness iparág az elmúlt évek intenzív növekedése következtében egyre komolyabb tényező a turizmuson túl a fejlett világ polgárai életmódjának fejlesztése, meghatározása terén is. Ennek oka, hogy a fejlett világban egyre inkább a középosztály életmódjának részévé vált a wellness, az egészséges életmód szervezése (Cohen, Bodeker 2008). A jelentősebb munkahelyek is egyre többet költenek a wellnessre, mert bizonyítottnak látják, hogy ez megtérül nekik abban, hogy a dolgozók hatékonyabban, valamint kevesebb hiánnyal tudnak dolgozni. Az egyik leggyorsabban fejlődő terület éppen ezért a workplace wellness. A másik ilyen terület a friss tudományos eredmények, így az epigenetika eredményeinek gyors alkalmazása, az egyénre szabott étkezési, szépségápolási és prevenciós tanácsadás terjedése.

Amennyiben a wellness a turizmus helyett inkább az életmód körében értelmezhető jelenség, akkor nyilvánvaló, hogy a sport, illetve a sport egyes részei is a wellness integráns részeivé válnak. A sikeres országok, így Ausztria példáján láthatjuk, hogy a wellness-termékfejlesztés megújult, és egyre komplexebbé vált – ide értve egy sor mozgásforma alkalmazását is. Ez nem jelenti azt, hogy a megújult termékek ne tartalmazzák a hagyományos kezeléseket, illetve a helyi jellegzetességeket, csak más formában, illetve kiegészítve a mai tudomány által hatásosnak ítélt kezelésekkel. Így a példaként említett Ausztriában létezik az „Alpin wellness” fogalom és a szénaszauna.

A másik oldalról vizsgálva a kérdést, amennyiben a wellness egyre több ember életmódjának részévé, illetve vezérfonalává válik, akkor érthető, ha bármely más okból történő utazásaik során is igénylik a wellness-szolgáltatásokat. Ez kifejezetten igaz az aktív, sportjellegű utazások során: ilyen elsősorban a vízi turizmus és a kerékpáros turizmus, a világon pedig a sí- és a golfturizmus.

## Problémafelvetés

A vizsgálandó probléma az, hogy a turizmus fejlődése hogyan párosulhat az eredményesség fejlődésével, ezen belül hogyan lehetne kihasználni a wellness és a sport, illetve az aktív turizmus kapcsolatát ennek érdekében. A hazai trendeket a KSH, illetve a Magyar Turizmus Zrt. kutatásai és adatai alapján elemezve láthatjuk, hogy 2015-ben a turisztikai ipar növekedése egyértelmű, a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő vendégek száma (10 402 901 fő) mintegy 8%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (25 887 893 éj-

szaka) 6,0%-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő viszont csak 2,5 éjszaka volt, és még a gyógy szállók vendégei esetében is csak 3,5 éjszaka. Nyilvánvaló, hogy az eredményesség növelésének legfontosabb módja a tartózkodási idő növelése, ennek egyik lehetősége pedig éppen annak a trendnek a kihasználása, hogy a wellness egyre komplexebbé válik, és így a wellness turizmus keretében a vendégek egyre nagyobb hányada igénybe vesz sport-, illetve aktív turizmus-jellegű szolgáltatásokat.

Az egészségturizmust számos más turisztikai ág segíti – ez természetesen ezek számára is fejlődési lehetőség. A hosszú tartózkodási idő miatt a vendégek alternatív programajánlatokat, kirándulási lehetőségeket igényelnek. Így a fürdőközpontok környéke, a környező, programot vagy látnivalót kínálni tudó kistérségek is profitálhatnak a központ fejlődéséből. Ugyancsak fontos kiegészítője az egészségturizmusnak a gasztronómia, különösen a biotáplálkozás. Az ország mezőgazdasági adottságai és agrárinnovációs kapacitása kiválóan kihasználható ezen a területen, és a fejlődés később a teljes lakosság táplálkozásának egészségesebbé válásához is hozzájárulhat (Szakály és mtsai. 2013).

Az utóbbi két évtizedben végbemenő technológiai fejlődés is arra ösztönzi az egészségturisztikai szektor szolgáltatóit, hogy lépést tartsanak a technológiai környezet változásaival és az aktuális trendekkel. A turisták ezen technológiák révén egyre tájékozottabbá és kifinomultabbá váltak, melynek köszönhetően az utazásaik során egyre több IKT eszközt használnak (okostelefon, táblagép stb), továbbá elsődleges információforrássukká az internet vált (Ráthonyi, 2013).

## A wellness világtrendjei

A wellness tartalma, hangsúlyai természetesen nálunk is folyamatosan változnak, de amennyiben előre látjuk a világtrendeket, akkor jobban fel tudunk készülni a várható keresletre. A hazai wellness-szolgáltatóknak sürgősen fel kellene készülni a kereslet ezirányú változására. Az alábbiakban felvázolom ezeket a trendeket, számszerűsítem az egyes területeket, és a hazai sajátosságok alapján értékelem a trendek jelentőségét, illetve a lehetőségeinket. A legfontosabb, kiemelhető trendek a következők:

- A wellness immár nem elsősorban turizmus, hanem a helyes, egészséges életmódot segítő iparágak összessége, illetve az ezeket is orientáló szemléletmód (Várhelyi és mtsai. 2009). Ebből következően a wellness része a

mozgás, számos sporttevékenység is. A sport egészségmegőrzést szolgáló része egyre inkább integrálódik a wellness keretébe (Müller és mtsai. 2013, Müller 2015).

- A wellnessurizmus maga is fejlődik, de tartalma a kényeztető kezelések felől a wellnessrendeknek megfelelő összetevők felé tolódik el. Egyre több a szakosodó, illetve az egy bizonyos korosztályra fókuszáló szolgáltató (Könyves és mtsai. 2013, Müller és mtsai. 2016).
- A wellnesskezeléseken belül teret nyertek a bizonyítékokon alapuló kezelések, a wellness a gyógyító orvosláshoz hasonló tudományos megalapozottsággal igyekszik szolgáltatásait kialakítani. A szakma a kor tudományos szintjének megfelelő fürdőkezelésektől és ivókúráktól egy jókora kitérő után eljutott a bizonyítékokon alapuló wellnesskezelésekig.
- Megjelentek az egyénre szabott kezelések a wellnessben, szépsészeti kezeléseken és táplálkozási tanácsadásban egyaránt, amelyekhez genetikai vizsgálatok is alapul szolgálnak (Csörgő és mtsai. 2013).
- A fentiekkel összefüggésben változik a fogyasztók magatartása is (Stanton 2009). Előtérbe kerül az étkezés, de a diétás célra fejlesztett „egészségjavító” termékek helyett az egyszerűbb, ellenőrizhetően egészséges táplálékok kereslete nő, fontossá vált a termékek megfelelő jelölése, származásának követhetősége a kozmetikumok esetén is. Újra felfedezték a normál flóra fontosságát, a bőrön és a testen belül egyaránt, komoly piaca van a normál flórába tartozó baktériumok védelmét szolgáló készítményeknek.
- A szépségipar is egyre inkább integrálódik, egyre inkább magáévá teszi a wellness új szemléletét, holott ez az iparág önmagában nagyobb a wellness bármely szegmensénél. Elfogadottá vált, hogy a szépségápolás nem lehet hatékony a korszerű elveknek megfelelő, egészséges wellnesséletmód nélkül.
- Korábban marginális területek fejlődnek a leggyorsabban, így a munkahelyi wellness és a wellnesséletmód által megalapozott ingatlanfejlesztés. Lakások, közintézmények ilyen elvek szerinti épülése mellett ez egész városrészek fejlesztését is jelenti. Ez a most élénkülő magyar ingatlanfejlesztő ipar számára is fontos.

- Egyre szorosabb a kapcsolat a gyógyító egészségügy és a wellness között: a szépsészeti és fiatalító beavatkozások, a prevenció orvoslás és a népegészségügy, az egészséges étkezés és a súlykontroll terén egyaránt. Magyarországon az elmúlt években az egészségügy igyekszik lépni a prevenció előmozdítása érdekében, de még nem történt meg a wellness-szakmával az egymásra találás, a fejlődés közös tervezése (Várhelyi 2016).

A sikeres hazai wellness-szállodák és fürdők követik ezeket a trendeket, és beépítik a szolgáltatási kínálatukba, mely a versenyképesség egyik meghatározó eleme (Barta és mtsai. 2011, Müller és mtsai. 2016).

## A wellness és a sport

A wellness és a sport legszembetűnőbb kapcsolata a síturizmus kapcsán figyelhető meg. A síturizmus és a wellness-turizmus konvergenciáját már korábban részletesen vizsgáltuk (Várhelyi, Könyves, 2007). Az eltelt időben az akkor leírt tendenciák folytatódtak, és számos új wellness-szálloda, valamint fürdő épült a síközpontokban. Ezek közül kiemelhetjük Zell am See-t, a Ziller völgyét vagy a német Bad Reichenhals-t.

Magyarország vonatkozásában várhatóan a legjelentősebb aktív turizmusfajta a túrázás és a vízi turizmus mellett a kerékpáros turizmus lesz, mivel az infrastruktúra fejlesztése itt a leggyorsabb. Részben az egészséges életmód terjedése, részben a nyugati trendek megérkezése miatt a turizmusban is egyre fontosabb a kerékpározás. Erre Eger környékén is egyre több példát látunk. Az egészségturizmussal összefüggésben kiemelhetjük az Egerszalókot Demjénnel összekötő kerékpárutat. Adódik a lehetőség, hogy ezt meg kell hosszabbítani a Korona Borházig, illetve Kerecsendig. Tervbe van véve a K2 út mellett a kerékpárút bekötése az egri hálózatba – ennek kifejezetten nagy jelentősége lenne. Mivel a potenciális célközönség jelentős része a fővárosból, illetve a főváros felől érkezik, és a MÁV lehetőséget biztosít a kerékpárok szállítására is, ha a kerékpárút elér egy vasútállomásig, az további vendégkört generálhat. Ez különösen a nyári borturizmust, illetve az aktív turizmust lendíthetné fel. A fejlesztés során létesülnie kell olyan kerékpáros kölcsönző- és szervizközpontnak, ahol az üzemeltető képes és hajlandó kiszállásos segítségnyújtásra is.

Itt kell megemlíteni, hogy például a táplálkozástudományban látható fejlődés és világtrendek egyaránt fontosak a wellness, a tömegsport és az élsport számára. A sportolók számára is egyre inkább célszerű alkalmazni korunk tu-

dományos alapú wellnessének eredményeit. Egyre inkább teret tudnak nyerni a funkcionális élelmiszerek is a táplálkozásban.

### **A wellness és a fitness jelentősége, az iparág számai**

2016 októberében rendezték Kitzbühelben a Global Wellness Summitot, az egészségturizmus szakmai csúcstalálkozóját. A meghívásos alapú rendezvényen az iparág vezető döntéshozói, véleményformálói cseréltek eszmét a wellnesvilág és az életmódipar fejlődéséről, jövőjéről. A rendezvény mögött álló mozgalom az elmúlt tíz évben sikeresen alakította is ezt a jövőt: megalakult a Global Wellness Institute, és ennek égisze alatt adatbázist fejlesztettek a szakmai tényekről, kutatásokat végeznek az iparágról, formális kezdeményezéseket, projekteket indítanak egy-egy területen, kerekasztalokat szerveznek. Egyre több szakember segít kutatni az iparágot, valamint jó irányba befolyásolni a fejlődését. Ez a fejlődés a jobb életminőség és egészség elérését objektíven segíteni tudó részterületek integrálása felé tart.

A találkozón ismertetett kutatások eredményei szerint az iparág éves forgalom alapján becsült mérete mintegy 1300 milliárd amerikai dollár – ebbe beleszámít a wellness-, a spa- és a termálturizmus mellett a munkahelyi wellness 43 milliárdos, de várhatóan hamarosan megtöbbszöröződő bevétele, a fitness (testi-lelki gyakorlatok, így a jóga) 542 milliárdos bevétele és a wellness-ingatlanfejlesztés is. A tágan értelmezett iparághoz tartozik még a szépség- és az öregedés elleni (anti-aging) ipar mintegy 1000 milliárddal, valamint a táplálkozás, a súlykontroll, a prevenció orvoslás, valamint az alternatív orvoslás mintegy 1400 milliárd amerikai dollárral – utóbbi keretében az egyre fontosabb súlykontroll miatt a sporttal történő kapcsolódás fontossága nyilvánvaló. Csak a wellness- és a termálturizmus, valamint a spák mintegy 21,5 millió munkavállalót foglalkoztatnak a világon. Akár trendként, akár az iparágra leselkedő veszélyként megfogalmazhatjuk a szakemberek szerepének felértékelődését, illetve a szakemberhiányt: a becslések szerint csak spamenedzserből 70 ezer fő, egyéb spaszakemberből 400 ezer fő fog hiányozni az elkövetkező években. Ez vonatkozik az animátorokra, a személyi edzőkre, a turisták aktív sporttevékenységét bármi módon segítőkire is. Ez a képzőhelyek, felsőoktatási intézmények számára jelent lehetőséget, de csak akkor, ha nem a hagyományos, akadémiai szemlélettel, hanem a sikeres termékfejlesztőkkel és az iparági szereplőkkel közösen szerveznek képzéseket.

## Eredmények, következtetések

Magyarország számára az adottságok és a hagyományok miatt különösen fontos az egészségturizmus. A magyar pozíciókat erősítheti az orvosilag megalapozott kezelések felé fordulás, de csak akkor, ha a hagyományos kezelések hatékonyságát sikerül modern kutatásokkal is igazolni, ahol már a molekuláris hatásmechanizmusok is bemutatásra kerülnek. Ugyancsak elengedhetetlen a kezelések kiegészítése, modernizálása. Ezek a kezelések a sportos és az aktív életet élők számára is jelentősek lesznek. Bár létezik, de nemzetközi mércével mérve láthatatlan a spa- és wellnesstermékek fejlesztése: ezen a téren csak komoly kormányzati támogatással lehetne fejlődést elérni – enélkül a magyar egészségipar is külföldi termékekkel fog dolgozni.

Bár a világtrendek figyelembevétele elengedhetetlen, emellett a helyi hagyományok és adottságok beépítése lehetséges és kívánatos. Így például Eger esetében lényeges lehet a kerékpáros turizmus fejlesztése, a Modern Városok Program keretében tervezett vizes fejlesztések megfelelő tervezése és a wellness kínálatba integrálása, valamint a borvidék adottságain alapuló szőlő és bor alapú egészséges wellness-termékek fejlesztése.

A kezelések részei lehetnek a sportjellegű mozgások is, illetve a sportolók, sportturisták számára érdekesek lehetnek ezek a kezelések. Egyes aktív turizmus-ágak, így a kerékpáros és a vízi turizmus sikerét elősegítheti, ha bázishelyükön egészségturisztikai szolgáltatások is elérhetők. A két ágazat egymásra hatása erősítheti egymást, valamint hozzájárulhat a turizmusban az átlagos tartózkodási idők, valamint az eredményesség növekedéséhez.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

ANETTA MÜLLER, BARBARA BARCSÁK, JUDIT ESZTER BODA (2016): Health tourism the cavebath of Miskolctapolca. In: György Juhász, Enikő Korcsmáros, Erika Huszárik (szerk.) *Korszerű szemlélet a tudományban és az oktatásban. Gazdaságtudományi szekció: Zborník medzinárodnej vedeckej konferencie Univerzity J. Selyeho – 2016 „Súcasné aspekty vedy a vzdelávania”*. Sekcie ekonomických vied. 278 p. Konferencia helye, ideje: Komárno, Szlovákia, 2016. 09. 13. – 2016. 09. 14. Komárno: Selye János Egyetem, 2016. pp. 233–245. (ISBN: [978-80-8122-186-6](#))

BARTA GÁBOR – PÁLINKÁS RÉKA – MÜLLER ANETTA (2011): The Role of the Saliris Thermal Spa's bath in the tourism and recreation. In : *Acta Academiae Agriensis Nova Series Tom-Sectio Sport* 38. kötet. 5–13.p.

COHEN, M., GERARD BODEKER: *Understanding the global spa industry*. Elsevier, 2008.

CSÖRGŐ TAMÁS, BÍRÓ MELINDA, KOPKÁNÉ PLACHY JUDIT, MÜLLER ANETTA: *Masszázsterápia hatásának vizsgálata 60 év feletti nők körében*. In: *Acta Academiae Agriensis*. XL. 5–17.p. 2013.

KÖNYVES ERIKA, MÜLLER ANETTA, KÖDMÖN JÓZSEF (2013): *Az egészségturizmus fókuszai*. Egyetemi jegyzet. Kiadó: Debreceni Egyetem. 24. 9. p. ISBN: 9789633183175.

MÜLLER ANETTA (2015): *Fitness Alapismeretek*. 8–28p. In. *Fitness-wellness és táplálkozás terápia elmélete és gyakorlata* (szerk. Melczer Csaba.) Pécs, 2015. ISBN978-963-642-789-4.

MÜLLER ANETTA, BÍRÓ MELINDA, HIDVÉGI PÉTER, VÁCZI PÉTER, PLACHY JUDIT, JUHÁSZ IMRE, HAJDÚ PÁL, SERES JÁNOS (2013): *Fitnessz trendek a rekreációban*. In: *Acta Academiae Agriensis*. XL. 25–35. p. 2013

RÁTHONYI GERGELY (2013): *Influence of social media on tourism – especially among students of the University of Debrecen*, Abstract – *Applied Studies In Agribusiness And Commerce* 7:(1) pp. 105–112.

Stanton, L.: *Research: Global Spa Consumers*. *Spa business*, 2009/3, pp. 32–36.



SZAKÁLY Z, PETHŐ K, SOÓS M, SZENTE V (2013): Az életstílus hatása az egészségmagatartásra és a funkcionális élelmiszerek fogyasztására. In: Élelmiszer, Táplálkozás és marketing. 9:(1) pp. 3–12.

VÁRHELYI T (2016): Hungary & Central-Eastern Europe, Global Wellness Industry Briefing Papers, Global Spa Summit, Kitzbühel.

VÁRHELYI T, KÖNYVES E.: A síturizmus és a wellness konvergenciája. Acta Academiae Paedagogicae Agriensis, nova series tom. XXXIV. Eger, 2007. 149–158. o.

VÁRHELYI TAMÁS (SZERK), VÁRHELYI T, KOVÁCS B, TORDAY J, MÜLLER A: Világtrendek a turizmus-iparban, Szolnoki Főiskola, 2009.