

Wellness és egészségturisztikai szolgáltatások fogyasztói motivációi egy primer kutatás eredményeinek tükrében

Árpási Zoltán

Szent István Egyetem Gazdálkodási Kar,
arpasiz@zeus.tsf.hu

Dr. Fodor Mónika

Budapesti Gazdasági Főiskola Marketing Intézet,
fodor.monika@kkfk.bgf.hu

Dr. Horváth Ágnes

Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Marketing Intézet,
Horváth.Agnes@gtk.szie.hu

Absztrakt: A tanulmányban egy hazai kutatás részeredményeit mutatjuk be. Primer vizsgálatunk célja a hazai wellness szolgáltatások igénybevételét meghatározó tényezők feltárása, a wellness pihenés legfőbb fogyasztói motivációinak definiálása volt. A kutatás során alapvetően arra kerestük a választ, hogy a nemzetközi trendek milyen formában érvényesülnek a hazánkban. Úgy ítéljük meg, hogy egy ilyen dinamikusan fejlődő piacnál különösen fontos a potenciális vevői elképzelések és vágyak változásának nyomon követése. Ahhoz, hogy a kínálati oldal szereplői a változó igénybevevői elvárásoknak meg tudjanak felelni, szükség van olyan kutatásokra, melyek képesek definiálni a leglényegesebb vevői elvárásokat, az igénybevevők preferenciáit, döntési mechanizmusát.

Kulcsszavak: wellness, fogyasztói motivációk

1 A téma elméleti háttere

A wellness napjaink egyik meghatározó trendje. A wellness a testi-lelki harmónia, melynek lényege, hogy a külső szépséghez belső szépség és kiegyensúlyozottság is társul (Törőcsik, 2004.)

A nemzetközi szakirodalomban megjelenő wellness fogalom ennél is összetettebb jelenségre utal. Eszerint az emberi jólét egy speciális állapotát jelenti, amely a következő tényezőkből tevődik össze: felelős életmód, egészséges táplálkozás, testi fitness, lelki aktivitás (Dunn, 1961).

Egészség és a wellness szempontjából két szegmenst különíthetünk el egymástól. Az egyik szegmens fogyasztói komplex szolgáltatások formájában keresi a teljes testi-lelki jólétet, szabadidejükben vesznek részt wellness-programokon. Ezen célcsoport igényeit elsősorban a terciér szektor vállalkozásai tudják kielégíteni. A másik célcsoport azok a fogyasztók tartoznak, akik a hétköznapi életükben kívánják megvalósítani a teljes testi-lelki jólétet. Ők keresik azokat a táplálkozási és életmódformákat, amelyeknek segítségével a mindennapjaik részévé válhat a wellness. Napjainkban azonban az egészség és a wellness státusz-szimbólummá, divattá váltak. Ennek hatására átalakult az a fogyasztói csoport is, akiknél aktív egészségtudatosságról beszélhetünk. A tendenciák megismerése a hazai piac fejlesztése szempontjából kiemelkedően fontos piackutatási feladat.

Egy ilyen dinamikusan fejlődő piacnál különösen fontos a potenciális vevői elképzelések és vágyak változásának nyomon követése. Ahhoz, hogy a kínálatot nyújtó, ezeket az igényeket ki tudja elégíteni, szükség van olyan kutatásokra, mely képes definiálni a leglényegesebb vevői elvárásokat, a leendő igénybevevők preferenciáit, értékítéletét.

Nem utolsó sorban a wellness szolgáltatások fejlesztése egy-egy település, régió számára kitörési pont lehet, lehetőséget jelenhet a nagyobb vonzerő megteremtéséhez, mely több látogatót, több vendégéjszakát és nagyobb járulékos szolgáltatás-igénybevételt is eredményezhet. Mindez a jelenlegi gazdasági helyzetben különösen prioritizált szempont lehet bizonyos település-fejlesztési programokban (Csiszárik-Kocsir Ágnes, 2008).

2 Anyag és módszer

Kutatásunk során előtesztelt sztenderdizált kérdőív segítségével személyes megkérdezést valósítottunk meg. A kérdőívben csak zárt kérdések szerepeltek, nominális, ordinális és intervallum mérési szinteken. A kutatási segédanyagokban helyt kaptak a wellness turisztikai program igénybevételének körülményeit, sajátosságait, illetve a wellness szolgáltatás fogyasztói megítélést vizsgáló kérdések, a személyes kérdések mellett.

Kutatási célkitűzésünk volt a wellness szolgáltatás igénybevételét meghatározó tényezők feltárása, a wellness pihenés legfőbb fogyasztói motivációinak definiálása.

Az adatok feldolgozása SPSS 14.0 statisztikai programmal történt. Az elemzés során a leíró statisztikák mellett, többváltozós összefüggés vizsgálatot is végeztünk faktoranalízis segítségével.

2.1 A minta demográfiai jellemzői

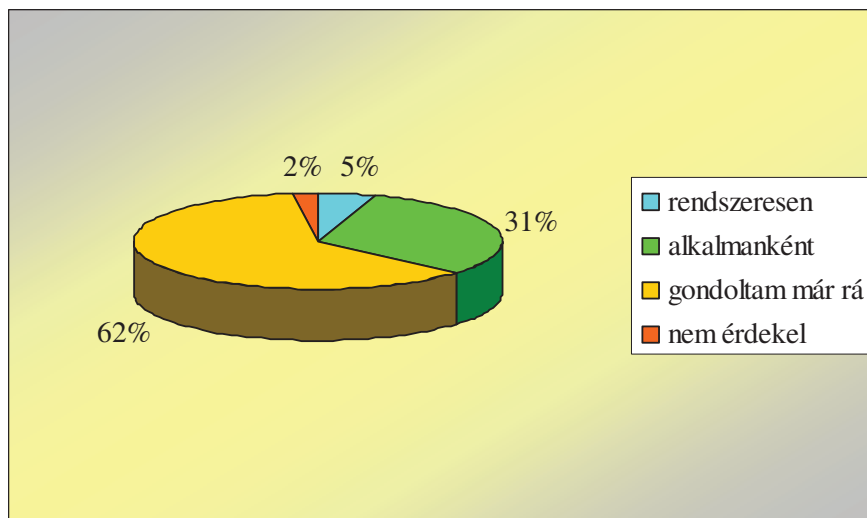
A felmérés Békés (40%), Pest megye (47%) és Budapest (13%) lakói körében folyt le. A válaszadók 31%-a volt férfi, 69 %-a nő. Többségben voltak a fiatalok (18-29 évesek), illetve fiatal középkorúak (31-39 évesek). 60 év feletti válaszadó aránya igen csekély volt a mintában. A mintatagok 55%-a házastársi, élettársi kapcsolatban él, és sokan voltak (41%) a hajadon, nőtlen családi állapotúak is. A megkérdezettek többsége (68%) városi lakos, illetve 13% a fővárosban él. A kérdőívet kitöltők között a legnagyobb arányt (73%) a középfokú képesítéssel rendelkezők adták. 25% volt a felsőfokú végzettséggel bírók aránya, az alacsonyabb képesítésűeké pedig mindössze 2%. Az egy főre jutó havi nettó jövedelem szerint megállapítható, hogy a többség (55%) 60 ezer és 120 ezer forintból gazdálkodik havonta. Ugyanakkorra arányban voltak (20%-20%) a 60 ezer forint alatti egy főre jutó jövedelemből élők és a 120-ezer-220 ezer forintot magukénak tudók a mintában. 350 ezer forint feletti havi jövedelemmel csak kevesen (2%) rendelkezett.

3 Kutatás eredményei

3.1 A wellness turisztikai program igénybevételének sajátosságai

A megkérdezettek közül a többség (62%) nyilatkozott úgy, hogy gondolt arra, hogy részt vegyen turisztikai wellness programon, de még nem volt. Viszonylag népes csoportot jelentett azon válaszadók köre, akik alkalmanként részt vesznek ilyen típusú nyaraláson. Azok száma viszont, akik rendszeresen élvezik a wellness nyújtotta előnyöket, meglehetősen csekély volt:5%-ot képviselt a mintában (lásd 1.ábra).

Árpási Z., Fodor M., Horváth Á.
Wellness és egészségturisztikai szolgáltatások fogyasztói motivációi ...



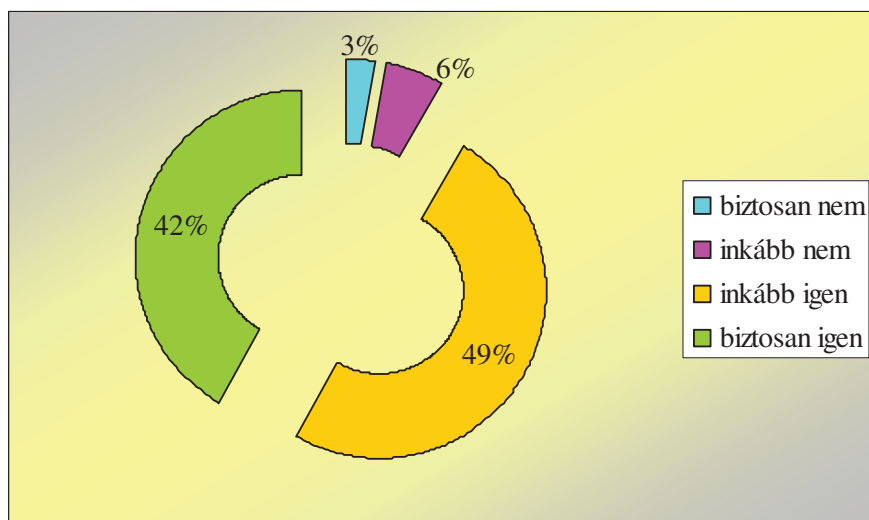
1.ábra
Részvétel turisztikai vagy wellness programon
Forrás: saját kutatás, 2009. N= 195

A mintában szereplők csaknem fele (40%-a) utoljára wellness nyaraláson az elmúlt évben volt, több mint egyharmada (35%-a) pedig 2-3 évvel ezelőtt. A felmérés évében, 2009-ben csupán a megkérdezettek 18%-a vett részt wellness nyaraláson. Azonos arányban: 33-33%-ban voltak azok a kérdőív kitöltők, akik évente egyszer, illetve évente 2-3 alkalommal vesznek részt wellness programokon, és viszonylag nagy számban (30%-ban) találhatóak azok a mintatagok is, akik évente több mint 6 alkalommal hódolnak a wellness élvezeteknek. Kíváncsiak voltunk arra is, hogy átlagosan mennyi időt töltenek el egészség- illetve wellness üdülés során az emberek. A legtöbben (72%) 1-3 napot, mely a klasszikus hosszú hétvégét jelentheti. A 4-5 napos üdülés már kevésbé jellemző, és még ritkább, hogy egy hétnél többet töltsenek el a felüdülésre vágyók az egészség illetve wellness programokon .

Fontosnak tartottuk megvizsgálni, hogy a közeljövőben terveznek-e a wellness turisták újabb utazást. Ez úgy gondoljuk, nem csak a leendő igénybevevők számának megbecslése miatt lehet lényeges, hanem azért is, mert összefüggésbe hozható a korábbi szolgáltatással való elégedettséggel is. Hiszen feltételezhető, hogy ha valaki elégedett volt a kapott szolgáltatással, akkor szívesebben tervezi a közeljövőben annak ismételt igénybe vételét. Egy elégedetlen utazót azonban visszatartathat tervétől, ha a várakozásait alul múltó szolgáltatónál töltötte el legutóbbi üdülését.

Az eredmények biztatóak voltak: szinte a minta fele (49%) tervezi, hogy megismétli a programot, és 42% nyilatkozott úgy, hogy a közeljövőben biztosan megismételni

üdüését (2. ábra). Azok aránya, akik biztosan nem tervezik, hogy a közleüüében ismételten részt vesznek ilyen programon, minimális 3%-ot tett ki, mely azt mutatja, hogy a szándék, a vágy a fogyasztók többségében meg van arra, hogy wellness üdülésen vegyen részt a közleüüében.



2. ábra

Ismételt részvétel

Forrás: saját kutatás, 2009. N= 195

Vizsgálni kívántuk, hogy mennyit lennének hajlandók költeni egy egyhetes wellness üdülésre a válaszadóim. A legtöbben (39%) 75 ezer-100 ezer forintot áldoznának erre, illetve szép számban (37%) voltak azok is, akik 50 ezer és 75 ezer Ft közötti összeget tartanának leginkább elképzelhetőnek. Több mint 200 ezer forint feletti kiadást senkinek sem ér meg egy egyhetes wellness üdülés. Még a 150e ezer és 200 ezer forint közötti egy főre vetített összeget is csak kevesen tartották elképzelhetőnek.

3.2 A wellness szolgáltatás igénybevételét meghatározó tényezők

Az üdülöhely megválasztását determináló tényezők fontossága szerinti rangsort nézve azt tapasztalhattuk, hogy 4,5 feletti átlagértéket egyetlen egy vizsgált tényező sem kapott (1.táblázat). A viszonylag nagy szórásértékek pedig azt mutatják, hogy az egyes tényezők fontosságának megítélésben korántsem homogén a válaszadók véleménye. Ez arra utal, hogy nem beszélhetünk egyértelműen kiforrott fogyasztói szolgáltatásválasztási indítékokról, illetve azok egyértelmű preferenciájáról. Mely nem meglepő, lévén egy viszonylag újszerű,

Árpási Z., Fodor M., Horváth Á.

Wellness és egészségturisztikai szolgáltatások fogyasztói motivációi ...

változó, folyamatosan alakuló, módosuló piacról van szó, melyet áthatnak, befolyásolnak az éppen aktuális fogyasztói trendek.

tényezők	átlag	szórás
belföldi legyen	3,24	1,37
külföldi legyen	2,33	1,19
termálfürdő	3,21	1,27
élményfürdő	3,32	1,31
nyugodt környezet	4,23	0,94
szépségápolási szolgáltatások	3,20	1,30
fogyókúrázási lehetőség	2,41	1,31
fitness terem	3,17	1,42
medence	4,13	1,13
bioételek	2,71	1,30
gyermekmegőrzés	3,18	1,52
gyermekbarát szálloda	3,66	1,44
orvosi felügyelet	4,13	1,12
gyógyszertár	3,38	1,36
rövid időtartam	2,99	1,27
egy hetes tartózkodás	3,19	1,30
két hetes tartózkodás	2,40	1,25
több mint kéthetes tartózkodás	1,91	1,14
előadások az egészséges életmódról	2,25	1,21
kulturális lehetőségek	3,77	1,11
alternatív kezelési lehetőségek	3,02	1,06
sportolási lehetőségek	3,94	1,14
kirándulási lehetőségek	4,38	0,73
túrázási lehetőségek	4,06	1,03
háziállat fogadó szálloda	2,30	1,45
masször	4,05	1,22
szauna	4,14	1,10

1. táblázat

Az üdülőhely megválasztásánál szerepet játszó tényezők fontossága (érték=átlag, ahol 1= egyáltalán nem fontos, 5= teljes mértékben fontos)

Forrás: saját kutatás, 2009. N= 195

A fontosabb (átlag \geq 4,00) tényezők közé sorolták a kérdőív kitöltői a nyugodt környezet, a kirándulási és túrázási lehetőségek meglétét, azt, hogy a hotelben legyen medence, biztosított legyen a masször-szolgáltatás, lehessen szaunázni és legyen biztosítva az orvosi felügyelet is.

Ezek a befolyásoló tényezők a külföldi szakirodalomban sokszor hangsúlyozott négy wellness elemből (fitness/sport, kiegyensúlyozott étkezés, felépülés/kikapcsolódás és szellemi aktivitás) leginkább a fitness/sport és felépülés/kikapcsolódás faktorokhoz rendelhetők hozzá [6].

A másik két wellness elem az általunk megkérdezetteknél nem élvezett prioritást: a szellemi aktivitás (előadások az egészséges életmódról, kulturális lehetőségek), valamint a kiegyensúlyozott étkezés (bio ételek, fogyókúrázási lehetőség) átlagai jellemzően 3,00 körüliek, vagy az alattiak voltak.

Annak érdekében, hogy megtudjuk, mely tényezők tartoznak össze a fogyasztók értékítélete szerint, ha üdülőhely kiválasztásáról van szó, a befolyásoló tényezőkre faktor analízist alkalmaztunk (2.táblázat).

Több próbát elvégeztünk (kilenc-, illetve öt- és hatfaktoros próbákat), végül a szakmailag és statisztikailag legjobban magyarázható, végső faktorstruktúra a 7 tényező megoldás lett:

- **F1: élmény, kényeztetés** (szauna, masször, medence, élményfürdő, alternatív kezelési lehetőség); magyarázott variancia =10,33%;
- **F2: egészségtudatosság** (fogyókúra, fitness, bioételek, szépségápolás, előadások az egészséges életmódról); magyarázott variancia =9,76%;
- **F3: aktív, természetbarát** (túrázás, kirándulás, kulturális lehetőségek, sportolási lehetőségek, háziállat fogadó); magyarázott variancia =9,21%;
- **F4: gyermekközpontú, hagyományos orvoslás:** (gyermekbarát, orvosi felügyelet, gyermekmegőrzés, gyógyszerár); magyarázott variancia =8,31%;
- **F5: hosszú pihenés:** (két hét, kettőnél több hét és negatív korrelációban max 3 nap); magyarázott variancia =7,351%;
- **F6: kényelem és gyógyászat** (belföld, nyugodt környezet, termálfürdő); magyarázott variancia =6,62%;
- **F7: külföldi utazás** (külföldön, egy hét); magyarázott variancia =6,46%.

Az élmény, kényeztetés faktorba a „szauna”, a „masször”szolgáltatás, az igény, hogy legyen „medence” a hotelben, az „élményfürdő”, és az „alternatív kezelési lehetőségek” megléte került.

A második faktor az egészségtudatosság lett, ahová azok a tényezők tartoztak, melyek a táplálkozás és a szellemi aktivitás, tudatos egészségmegőrzés és táplálkozás tényezőit lehetett sorolni.

Árpási Z., Fodor M., Horváth Á.

Wellness és egészségturisztikai szolgáltatások fogyasztói motivációi ...

Az aktív, természetbarát faktor a sport-, a természetközpontúság elemeit foglalta magába.

A gyermekközpontú, hagyományos orvoslás tényezőkörbe a „gyermekmegőrzés” és „gyermekbarát” léggör kerültek a hagyományos orvoslásra utaló tényezők mellett.

A hosszú pihenés faktora tartalmazza a „két hét” vagy „annál hosszabb idő”-re tervezett utakat. A „maximum 3 nap” viszont negatív korrelációban van a faktor többi elemével, mely teljesen logikus következmény, és jól mutatja a faktor elemei közötti belső ellentmondást, a tényezők közötti ellentétes irányú kapcsolatot.

A kényelem és gyógyászat faktorcsoportba azok a befolyásoló tényezők kerültek, melyek a nyugalmat, a hagyományos termálkúrát testesítik meg, illetve a belföldi utazási lehetőségeket.

A „külföldi utazás” és az „egy hét” tényezők egymással korrelálva alkották meg a külföldi utazás faktorát.

Érdekes eredmény volt, hogy a „élményfürdő”, „medence”, „szauna” minden egyes faktorpróba alkalmával együtt mozogtak, mely azt igazolja, hogy ezek a befolyásoló elemek szorosan összekapcsolódnak az emberek értékítélete szerint egy üdülőhely megválasztása során.

Hasonlóképpen erős, faktorszámától függetlenül meglévő korrelációt figyelhattunk meg a „fogyókúra”, a „fitness” és a „bioételek” esetében is, mely arra utal, hogy ezek az egészségtudatossághoz köthető elemek egybeforrnak a wellness turisták gondolkodásában. Tipikus „vándorelem” volt azonban az „alternatív kezelési lehetőség”, mely hol a sport és természetbarát tényezők közé keveredett (a hatfaktoros megoldásnál), hol pedig az egészségtudatosság faktortényezői közé (ötfaktoros megoldásnál).

tényezők	F1 élmény, kényeztetés	F2 egészség- tudatosság	F3 aktív, termé- szetbarát	F4 gyermek- központú, hagyományos orvoslás	F5 hosszú pihenés	F6 kényelem és gyógyászat	F7 külföldi utazás
szauna	0,732	0,152	0,295	0,031	-0,035	-0,051	0,109
masszőr	0,730	0,137	0,088	0,211	-0,140	0,184	0,039
medence	0,666	0,084	-0,193	0,185	0,066	-0,228	-0,100
élményfürdő	0,632	0,055	-0,032	-0,111	0,024	0,090	0,258
alternatív kezelési lehetőség	0,451	0,313	0,077	0,114	0,127	0,202	-0,374
fogyókúra	0,020	0,767	-0,039	0,017	0,059	0,103	0,106
fitness	0,290	0,730	0,080	-0,033	-0,164	-0,029	0,227
bioételek	0,129	0,605	0,128	0,152	0,200	-0,107	-0,265
szépségápolás	0,353	0,548	0,069	0,056	-0,022	0,168	-0,023
előadások	-0,059	0,534	0,153	0,183	0,137	0,213	-0,125
túrázás	0,071	-0,028	0,836	0,049	0,051	-0,026	0,067
kirándulás	-0,047	0,077	0,825	0,032	-0,029	0,050	-0,148
kulturális lehetőségek	-0,028	0,067	0,685	-0,002	0,121	0,323	-0,156
sportolási lehetőség	0,266	0,323	0,419	0,124	-0,107	-0,085	0,086
háziállat fogadó	0,092	0,190	0,354	0,169	0,158	-0,084	0,177
gyermekbarát	-0,053	0,145	0,204	0,781	-0,190	-0,122	-0,078
orvosi felügyelet	0,141	-0,021	0,004	0,736	0,129	0,320	0,079
gyermekmegőrzés	0,089	0,274	0,184	0,655	-0,296	-0,231	0,160
gyógyszertár	0,293	0,036	-0,143	0,630	0,201	0,396	-0,046
két hét	-0,015	0,062	0,062	0,011	0,847	-0,077	0,196
kettőnél több hét	0,035	0,165	0,095	-0,089	0,745	-0,140	0,264
max 3 nap	0,160	0,157	-0,010	0,081	-0,460	0,242	0,206
belföldön	0,048	-0,024	0,000	-0,036	-0,212	0,642	0,138
nyugodt környezet	-0,270	0,264	0,141	0,156	-0,091	0,541	0,031
termálfürdő	0,318	0,193	0,082	0,088	-0,047	0,531	0,220
külföldön	0,195	0,000	-0,100	-0,019	0,167	0,088	0,691
egy hét	-0,019	-0,006	0,040	0,083	0,225	0,166	0,647

2. táblázat

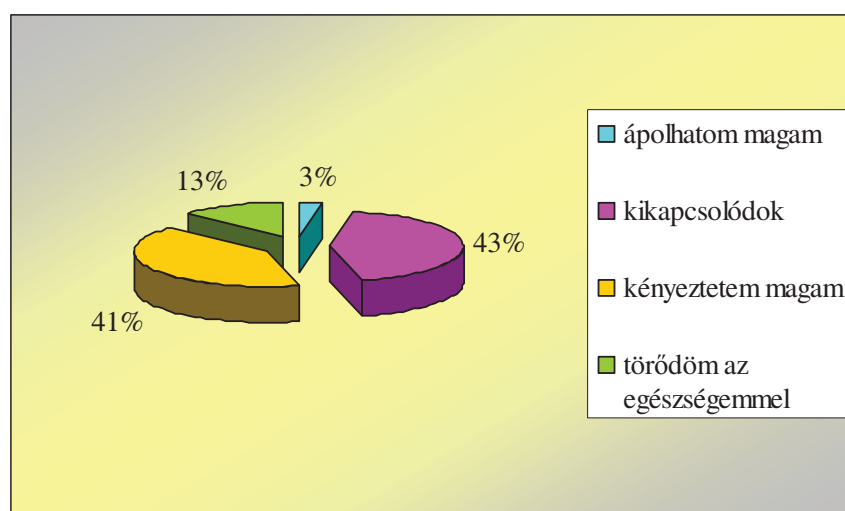
Üdülöhely megválasztását befolyásoló tényezők faktoranalízise

Forrás: Saját kutatás N=197 Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization, Rotation converged in 13 iterations. KMO= 0,671 Összvariancia: 58,07 %

3.3 A wellness pihenés fogyasztói motivációi

Nemzetközi kutatások szerint a wellness-fogyasztó nagy hangsúlyt fektet az élvezetekre, igényli a kiegyensúlyozottságot, belső egyensúlyra és harmóniára törekszik, hogy a stresszes hétköznapi fáradalmait kipihenhesse (Haug, 1992; Marnka, 1997).

Saját kutatásunk eredménye összecseng a külföldi tapasztalatokkal. Az általunk megkérdezettek számára legmeghatározóbb, legfontosabb motiváció, mely egy wellness pihenés igénybevétele mögött áll, a kikapcsolódás lehetősége és a kényeztetés élményének keresése (3.ábra).



3. ábra

A legfontosabb szempont a wellness pihenés igénybevételekor

Forrás: saját kutatás, 2009. N= 195

A kikapcsolódás és kényeztetés lehetőségének keresése a wellness fogyasztók részéről az *individualizmus trendjének érezhető hatását is igazolja*. E trend értelmében ugyanis a fogyasztó figyelme önmagára irányul, saját belső egyensúlyára és harmóniájára összpontosul. Ebből kifolyólag a fogyasztó nem csupán kellemes környezetet, hanem a személyre szabott élménynyújtást is elvárja szolgáltatójától (Berg, 2008). *A wellness szolgáltatásról szerzett információk forrásait vizsgálva megállapíthattuk, hogy legmeghatározóbb szerepe az internetnek van* (3. táblázat). A megkérdezettek 76%-a jelölte be ezt a médiumot, mely nem meglepő annak tudatában, hogy az internet esetében a legdinamikusabban növekvő felhasználói kört magának tudó reklámeszközről van szó. A hagyományos reklámeszközök közül a televízió szerepe emelkedett

még ki, mellyel azonos mértékű említést kapott az ismerősök, barátok véleménye is, mely a társadalmi csatornák meghatározó szerepét mutatja.

információforrás	említések (%)
postai reklám	11,3
utazási iroda	16,9
utazási kiállítás	6,2
internet	76,9
orvosi ajánlás	3,6
televízió	45,1
nyomtatott sajtó	34,9
ismerősök/barátok	45,1
családtagok	14,9

3. táblázat

Információszerzés wellness turisztikai lehetőségekről (említések %-ában*)

Forrás: saját kutatás, 2009. N= 195 (* relatív gyakoriság, több válasz volt adható)

A tény, hogy az orvosi ajánlásra a válaszadók mindössze 3,6 %- döntött egy wellness turisztikai szolgáltatás mellett, összhangban azzal a nemzetközi vélekedéssel, miszerint a wellness turista fontos jellemzője az önkéntesség, azaz nem jellemző rá, hogy orvosi beutaló hatására dönt az egészségtudatos szolgáltatás igénybevétele mellett. Sokkal inkább az aktív információgyűjtésbe kezd, saját maga olvas utána a lehetőségeknek, vagy érdeklődik ismerősei körében (Marnka, 1997).

3.4 A wellness turizmussal kapcsolatos fogyasztói elvárások nemek szerint

Szakértői vélemények arról számolnak be, hogy a wellness fogyasztó többsége nő, akinek fontos a minőség az élet minden területén. Szabadidejükben is a számos elfoglaltsággal rendelkeznek és sok minden iránt érdeklődnek (Marnka, 1997). Épp ezért kutatásunk során szeretnénk volna megvizsgálni, hogy mutatkozik-e különbség a két nem között abban, hogy milyen szempontok szerint döntenek egy wellness üdülöhely kiválasztása során. Ennek érdekében a nemre vonatkozó szűrési feltételek megadásával a mintát megbontottuk, és külön-külön megvizsgáltuk a női és a férfi válaszadók preferencia rendjét. Az eredmények szerint a hölgy válaszadónál - mind a mintaátlaghoz, mind a férfiak vélekedéséhez képest - fontosabb választási kritérium volt, hogy szépségápolási szolgáltatásokra nyíljon lehetőség, hogy bioételeket tartson kínálatában a hotel, hogy a szálloda gyermekbarát legyen. Továbbá mérvadónak ítélték a kulturális és a kirándulási lehetőségeket is. A férfiak ezzel szemben a külföldi wellness utakat

Árpási Z., Fodor M., Horváth Á.

Wellness és egészségturisztikai szolgáltatások fogyasztói motivációi ...

részesítik előnyben, ahol élményfürdő is tartozik a szállodához és a fitness terem szolgáltatásait is igénybe lehet venni.

tényezők	nők átlaga	férfiak átlaga	mintaátlag
belföldi legyen	3,26	3,21	3,24
külföldi legyen	2,21	2,59	2,33
termálfürdő	3,23	3,14	3,21
élményfürdő	3,27	3,44	3,32
nyugodt környék	4,26	4,16	4,23
szépségápolási szolgáltatások	3,45	2,67	3,20
fogyókúrázási lehetőség	2,49	2,24	2,41
fitness terem	3,11	3,32	3,17
medence	4,17	4,03	4,13
bioételek	2,89	2,31	2,71
gyermekmegőrzés	3,20	3,13	3,18
gyermekbarát szálloda	3,78	3,40	3,66
orvosi felügyelet	4,07	3,93	4,13
gyógyszertár	3,41	3,31	3,38
rövid időtartam	2,93	3,13	2,99
egy hetes tartózkodás	3,13	3,27	3,19
két hetes tartózkodás	2,40	2,39	2,40
több mint kéthetes tartózkodás	1,85	2,04	1,91
előadások az egészséges életmódról	2,30	2,14	2,25
kulturális lehetőségek	3,94	3,40	3,77
alternatív kezelési lehetőségek	3,04	2,96	3,02
sportolási lehetőségek	3,89	4,04	3,94
kirándulási lehetőségek	4,44	4,26	4,38
túrázási lehetőségek	4,07	4,03	4,06
háziállat fogadó szálloda	2,37	2,18	2,30
masszőr	4,11	3,90	4,05
szauna	4,17	4,08	4,14

4. táblázat

Az üdülőhely megválasztásánál szerepet játszó tényezők fontossága női és férfi válaszadók esetében (érték=átlag, ahol 1= egyáltalán nem fontos, 5= teljes mértékben fontos)

Forrás: saját kutatás, 2009. N= 195