

## **A egészségvédelem, prevenció, wellness életfilozófia: összehasonlító kutatás magyar és román piacon**

### **Dr. Fodor Mónika**

Budapesti Gazdasági Főiskola, Külkereskedelmi Főiskolai Kar

*fodor.monika@kkfk.bgf.hu*

### **Dr. Medvéné Dr. Szabad Katalin**

Budapesti Gazdasági Főiskola, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi  
Kar

*Medvene.Dr.SzabadKatalin@bgf.hu*

### **Szilágyi Tibor Pál**

Szent István Egyetem

*sztp@standford.edu*

*Absztrakt: Kutatásunkban arra kerestük a választ, hogy a magyar és román emberek hogyan viszonyulnak az egészségmegőrzés kérdéséhez, mit tartanak fontosnak az egészség védelme szempontjából és mit tesznek mindennapjaikban azért, hogy egészségüket megóvják. Külön vizsgálati aspektus volt a wellness egészségmegőrzésben betöltött szerepének elemzése azzal a szándékkal, hogy meglássuk, milyen mértékben tér el ezen életfilozófiai hazai és román megítélése annak valódi tartalmától. A felmérés során előtesztelt sztenderdizált kérdőívet laklamaztunk, mind a magyar, mind a romániai piacon. A kutatás során tapasztaltuk, hogy a vélemények együtt mozogtak - azaz kardinális attitűd különbségek, magatartás, preferencia ellentétek nem voltak a két minta között – de a román válaszadók rendre a magyar lakossághoz képest kisebb értékeket rendeltek az egyes tényezőkhöz.*

*Kulcsszavak: egészség, prevenció, wellness, primer kutatás*

## 1 A téma aktualitása

Bár egyes tanulmányok szerint Magyarország egészségügyi mutatói a legrosszabbak között állnak Európában, úgy tűnik, hogy a hazai lakosság mégis kezdi felismerni az egészség megőrzés fontosságát és saját felelősségének, szerepvállalásának jelentőségét ebben a folyamatban

Az egészséges életmódot elméletben ismerők és az egészségükért gyakorlatban is tevék között – a megtett erőfeszítések jellegétől függően – hazánkban 25-40 százalék a különbség a teljes felnőtt lakosságra vetítve, ami jóval nagyobb a Csehországban vagy Lengyelországban mért különbségeknél. (PUBLIKATOR, 2012)

Az egészséges életmóddal kapcsolatos szolgáltatások és a hozzájuk kapcsolódó termékek piaca az utóbbi években azonban azt mutatja, hogy a gyógyhatásúnak és egészségesnek tartott termékekre, egészségfejlesztésre, gyógyszerre és különböző gyógyászati termékekre, valamint az egészséges táplálkozásra fordított kiadások növekednek. (Gaál et al 2011.)

Szintén a pozitív változást igazolja a fogyasztás szerkezetében bekövetkezett azon változás is, miszerint tavaly megduplázódott a teljes lakossági kiadás az egészségesnek tartott termékekre, egészségfejlesztésre, valamint az egészséges táplálkozásra. (GFK, 2012)

Az egészség szerepének megnövekedése új fogyasztói igényeket generált, új fogyasztói csoportok, célszegmensek kialakulásához vezetett. Ezeket a potenciális célpiacokat természetesen a keresleti oldal szereplői folyamatosan próbálják a lehető legnagyobb hatékonysággal elérni, célirányos, jól pozicionált kínálati elemek létrehozásával. Hazánkban is tapasztalható tendencia, hogy egyes célszegmensek körében az egészségtudatos gondolkodásmód és életvitel egyre holisztikusabb értelmezést kap. Egyes fogyasztói csoportok számára életvitel, életfilozófia és gondolkodásmód is egyben az egészséges életvezetés. (TÖRŐCSIK, 2003)

## 2 Kutatás módszertana

Kutatásaink fő célja az egészségmegőrzés és a wellness fogyasztói megítélésének elemzése volt magyar és román mintán.

A kvantitatív eljárás során előtesztelt, sztenderdizált kérdőívet alkalmaztunk

Az első, hazai adatfelvétel 2013. harmadik negyedében zajlott. Nem reprezentatív, hólabda mintavételi módszer után 957 értékelhető kérdőívet kaptunk. Ezen minta szociodemográfiai jellemzőit "A wellness, mint

egészségmegőrző projekt lehetőségei a régiók fejlesztésében fogyasztói primer adatok tükrében” című tanulmányunkban ismertettük részletesen.

A második adatfelvétel 2013-utolsó negyedében valósult meg Romániában. A mintavétel módja megegyezett a hazai adatfelvétellel és a kutatási segédeszköz is azonos volt. Ennek eredményeként 186 válasz érkezett.

Az adatokat mindkét esetben SPSS 19.0 statisztikai program segítségével elemeztük.

A romániai minta esetében is 53% volta nők és 43% a férfiak aránya. Az életkor szerint 25 év alatti válaszadó 32%-ban, 26-35 éves 19 %-ban, a 36-45 évesek pedig 14%-ban képviseltették magukat a válaszadók között. A 45 év feletti aránya 34 %-ot tett ki.

Ez esetben is a városban élők alkották a nagyobb többséget (65%). A családi állapot szerint a hajadon, nőtlen (47%) és a házasságban élő válaszadók (46%) szinte azonos arányban kerültek a mintában.

Iskolai végzettség szerint a közép és felsőfokú képesítésűek voltak egyértelmű többségben. (62% illetve 31%)

Jövedelem alapján a 100 ezer Ft és a 100-és 200 ezer Ft havi nettó jövedelemből élők alkották az abszolút többséget (együttesen a minta 88%-át).

A két mintavételi eljárás egyike sem volt reprezentatív, az eredményeket szakmailag vetjük össze, hogy a legfontosabb eltéréseket, különbségeket, illetve a véleményazonosságokat meg tudjuk ismerni, körvonalazni tudjuk ezzel egy következő, célcsoportorientált felmérés megtervezéséhez.

### **3 Eredmények**

#### **3.1 Egészségmegőrző fogyasztói magatartás a magyar és a román minta összehasonlításában**

A felmérés első részében az egészségmegőrzés szerepét és fontosságát vizsgáltuk, megnéztük, mekkora jelentőséget tulajdonítanak az egyes vizsgált tényezőknek az alanyok.

Mindkét minta esetében a legfontosabb szempont az helyes táplálkozás volt, bár ennek jelentőségét a magyarok nagyobbra értékelték.

Egyetértés volt az alanyok között az orvosi szűréseken való részvétel fontosságának megítélésében is.

A rendszeres sporttevékenység jelentőségét azonban eltérően értékelték: a magyar válaszadók jóval fontosabb szerepet tulajdonítottak a testmozgásnak, mint román társaik. Az orvosi szűréseken való rendszeres részvételt sem értékelték olyan mérvadónak a román válaszadók, mint a magyar kérdőív kitöltők, és az olyan „alternatív” egészségmegőrző tevékenységeknek, mint masszázs, szauna, meditáció még a magyar lakosságnál is kisebb jelentőséget tulajdonítottak.

Úgy tűnik tehát, hogy a román piacon még több tennivaló mutatkozik az egészségvédelemmel kapcsolatos lehetőségek megismertetése szempontjából, mint hazai szinten.

Tényezők	Átlag magyar	Átlag román
	<i>(4= legfontosabb)</i>	
Helyes táplálkozás	<b>3,93</b>	<b>3,43</b>
Rendszeres sporttevékenység folytatása	<b>3,59</b>	<b>3,02</b>
Orvosi szűréseken való részvétel	3,43	2,91
Meditáció, relaxáció	2,39	2,11
Rendszeres masszázs	2,20	1,96
Rendszeres szaunázás	2,14	1,77

1. táblázat

Egészségvédelem tényezőinek fontossága a magyar és a román mintán

Forrás: Saját kutatás, 2013. N=957, N=186.

Külön kérdéskörben vizsgáltuk azt is, hogy az egyes egészségmegőrző tevékenységekre jövedelmük mekkora hányadát fordítják a megkérdezettek.

A legtöbbet mindkét mintában a helyes táplálkozásra fordítják az alanyok. Prevenció szempontjából azonban semmiképp nem tekinthető üdvözítő eredménynek, hogy mind a magyar, mind a román alanyok több mint egyharmada semmit nem költ orvosi szűrésekre, masszázsra, relaxációra.

A kirándulásra, aktív sporttevékenységre anyagi értelemben is többet áldoznak a magyar lakosok, mint román társaik, mely a sport egészségmegőrző szerepének megítélésében mutatott eltéréssel összhangban áll.

A kutatásban résztvevőket arra kértük, hogy nyilatkozzanak arról, hogy mit tesznek, egészségmegőrzésük érdekében.

	Átlag magyar	Átlag román
<b>Tevékenységek</b>	<i>1=egyáltalán nem jellemző</i>	
Odafigyelek a megfelelő folyadék bevitelre	3,11	2,98
Helyesen, egészségesen táplálkozom	2,78	2,68
Megfelelő számú órát alszom	2,73	2,62
Hetente legalább háromszor folytatok valamilyen aktív mozgást, sporttevékenységet	2,50	2,35
Rendszeren járok orvosi szűrésekre	2,37	2,69
Időt szakítok a szellemi kikapcsolódásra, relaxációra	2,35	2,25
Rendszeresen járok masszázsra	1,45	1,36
Rendszeresen meditálok	1,44	1,34
Rendszeresen járok szaunába	1,43	1,28

2. táblázat

Egészségmegőrző tevékenységek folytatása magyar és román piacon

Forrás: Saját kutatás, 2013. N=957, N=186.

Az eredmények szerint leginkább a megfelelő folyadékbevitelre, a helyes táplálkozásra figyelnek oda mindennapjaikban mind a hazai, mind a román alanyok, illetve arra, hogy megfelelő mennyiségű (szükséges) órát aludjanak.

A rendszeres sporttevékenység folytatása azonban már kevésbé volt ilyen népszerű, különösen a román mintában, de elmondható ez mindkét esetben az orvosi szűréseken való rendszeres részvételről is.

További kedvezőtlen hír, hogy viszonylag ritkán tudnak időt szakítani mind a magyar, mind a román alanyok a szellemi kikapcsolódásra, ahogy a rendszeres masszázs, szaunázás, meditáció sem része mindennapjaiknak.

A tényezők sorrendjét tekintve összességében elmondható, hogy nagyon hasonló eredményt kaptunk a két mintán, azt azonban meg lehet figyelni, hogy a román válaszadók minden egészségmegőrző tevékenység folytatásához kisebb átlagértéket rendeltek hozzá – azaz kevésbé értékelték önmagukra jellemzőnek -, mint magyar társaik.

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy a megkérdezettek mit gondolnak a helyes táplálkozásról, mennyire játszanak szerepet abban a felvázolt tényezők.

### **3.2 Egészséges táplálkozás szerepe és megítélése a magyar és a román válaszadók véleménye alapján**

Az eredmények szerint mind a hazai, mind a román válaszadók többsége tisztában volt az egészséges táplálkozás legfontosabb tényezőivel. A válaszadók legtöbbször úgy vélte, hogy a megfelelő folyadékbevitel, a gyümölcsök, illetve a zöldségek fogyasztása tartozik leginkább bele a helyes, kiegyensúlyozott táplálkozás fogalmába.

Azonban némileg meglepő, hogy a hazai kutatás résztvevőinek kevesebb, mint fele (46%) vélekedik úgy, hogy a fehér húsok is az egészséges táplálkozás részét képezik, a vörös húsok fogyasztását pedig inkább kerülendőnek ítélték. Az eredmény nem meglepő, hiszen számos, eltérő álláspontot képviselő szakértői véleményt, ajánlást hallhatunk nap, mint nap a fehér és vörös húsok, hústermékek fogyasztásának egészséges vagy épp egészségtelen mivoltáról.

Még inkább elgondolkodtató eredmény, amit a diéta megítélése mutatott, melyről a mindkét mintában legtöbbször úgy gondolták, hogy csak kis mértékben képi a helyes táplálkozás részét (24% és 13%).

Mindez igazolja, hogy az egészséges táplálkozás kérdésének, illetve az ehhez tartozó alapfogalmaknak (mint például diéta) tisztázásában számos feladat vár még a szakemberekre.

### **3.3 Wellness megítélése, szerepe az egészségmegőrzésben magyar és román eredmények összevetése kapcsán**

Kutatásunk másik célkitűzése volt annak elemzése, hogy a magyar és a Romániában élő fogyasztók miként vélekednek a wellness egészségmegőrző szerepéről.

Ennek érdekében először azt vizsgáltuk, hogy mit is gondolnak válaszadók összességében, általánosságban a wellnesről.

A hazai fogyasztók spontán asszociációja szerint leginkább a pihenés, relaxáció, fürdők, élményfürdők, szauna, masszázs voltak a legtöbbet említett kifejezések. De megjelentek olyan asszociációk is, mint a luxus, túl drága jelzők.

A romániai minta esetében hasonló eredményt kaptunk, a pihenés és relaxáció itt is a legtöbbet elhangzott kifejezések voltak, hasonlóképpen a szauna, gyógymedence, masszázs fogalmakhoz.

Ezen minta estében azonban nagyobb arányban jelentek meg a drága, luxus, kifejezések az elsők körben említett fogalmak között.

Külön állításlista formájában is teszteltük a wellnessről alkotott véleményeket.

Tényezők		Aki wellnesz ni jár, az jobban odafigyel egészségére a mindennapok során is	A wellness a gazdag emberek kiváltsága	A wellness jelentős szerepet játszik az egészség megőrzésben	Hazánkban státusz szimbólum a wellness szolgáltatások igénybevétele
Egyáltalán nem ért egyet	magyar	20%	8%	10%	9%
	romániai	16%	12%	15%	19%
Inkább nem értek egyet	magyar	36%	29%	36%	26%
	romániai	25%	21%	31%	30%
Inkább egyetértek	magyar	32%	40%	39%	36%
	romániai	45%	37%	38%	27%
Teljes mértékben egyetértek	magyar	12%	22%	16%	29%
	romániai	14%	30%	15%	24%

3. táblázat

Wellness megítélése magyar és román lakosság körében

Forrás: Saját kutatás, N=957, N=186.

Ezek szerint a romániai és a magyar válaszok nagyon hasonló eredményt hoztak, mindössze néhány esetben az arányok tekintetében figyelhetünk meg eltérést.

Az egyik ilyen állítás volt a wellness státusz szimbólum jellege, mellyel a romániai válaszadók kevésbé egyetértettek, mint a magyar kitöltők.

A romániai válaszadók nagyobb arányban értettek egyet azzal is, hogy aki a wellness szolgáltatásokat rendszeresen igénybe veszi, arra jellemző, hogy mindennapjaikban is egészségtudatosabban élne.

Látható tehát, hogy a magyar lakosságra jellemzőbb volt a romániai válaszadókhoz képest, hogy a wellnesst a gazdag emberek kiváltságának, státusz szimbólumnak tekinti, sem mint életstílusnak, életfilozófiának.

Úgy gondoljuk, hogy a hazai eredmény sok szempontból visszavezethető arra, hogy a magyarországi szolgáltatók igen sok esetben nagyon egysíkúan, élvezetes hétvégi programként definiálják a wellnesst, messze eltérve annak valós jelentésétől. Így nem csoda, ha az igénybevevői oldalon téves képzetársítás alakul ki.

Ez a kommunikációs üzenet marketing szempontból azért problémás, mert potenciális célcsoportokat zár ki a szolgáltatás igénybevételének lehetőségéből, feltételezve, hogy ez csak a „kiváltságos, tehetséges emberek” hobbyja.

A cél az kellene, hogy legyen, hogy a wellness valódi, egészségmegőrző szerepét betöltve része legyen az emberek életének, méghozzá úgy, hogy az betöltse a tudatosan kiválasztott, pihenéssel, feltöltődéssel egybekötött szolgáltatásválasztásokat és a mindennapi életvezetés gyakorlatát.

Nyugat-európai példák bizonyítják, hogy eredményes lehet a valódi wellness szemlélet promotálása egészségmegőrző szempontból, ha annak eredeti küldetésére helyezzük a hangsúlyt, és nem csupán marketinglehetőségeként kezeljük azt, csupán hangzatos jelzőként használva néhány, már kevésbé versenyképes szolgáltatás újrapozicionálásához. [WAGNER, 2006]

Úgy gondoljuk, hogy a felmérésünk igazolja, hogy sok a tenni való a wellness és a hozzá köthető életmód és szolgáltatásportfólió megismertetése, szakmailag korrekt és hiteles tájékoztatáson alapuló népszerűsítése terén. Megítélésünk szerint ez lenne az első lépés egy tudatosan formált imázs és a pozitív attitűd kialakításához vezető úton.

## 4 Összegzés

Kutatásunkban arra kerestük a választ, hogy a magyar és román emberek hogyan viszonyulnak az egészségmegőrzés kérdéséhez, mit tartanak fontosnak az egészség védelme szempontjából és mit tesznek mindennapjaikban azért, hogy egészségüket megóvják. Külön vizsgálati aspektus volt a wellness egészségmegőrzésben betöltött szerepének elemzése azzal a szándékkal, hogy meglássuk, milyen mértékben tér el ezen életfilozófiai hazai és román megítélése annak valódi tartalmától.

A kutatás eredményei szerint a két minta véleménye sok tekintetben összecseng, az egyik ilyen lényeges eleme, hogy a helyes táplálkozást tartják a legfontosabb szempontnak az egészségvédelem kapcsán mind a hazai, mind a román fogyasztók.



Az egészségmegőrzés érdekében leginkább a kellő mértékű folyadékbevitelre és megfelelő óra alvásra figyelnek oda leginkább és sajnálatos módon az aktív testmozgás, a preventív magatartás nem jellemzi a többséget egyik országban sem.

Külön elemeztük a vizsgálatban, hogy a wellness életfilozófia, mint egészségmegőrző eszköz mennyire ismert az emberek körében. A felmérés egyértelműen igazolta, hogy a wellness értelmezése mindkét mintán távol áll annak valódi tartalmától. Sokak számára jelenti még mindig a tehetősebb emberek kiváltságát, egyfajta státuszszimbólumot, semmint az egészséges életmód fontos tényezőjét.

Fejlesztésre tehát még nagy szükség van mindkét országban. Mindenekelőtt fontos a lakosság hiteles tájékoztatása, a gyakorlati útmutatások és a megvalósítható tanácsok korrekt és érthető megosztása.

A kutatás során tapasztaltuk, hogy a vélemények együtt mozogtak - azaz kardinális attitűd különbségek, magatartás, preferencia ellentétek nem voltak a két minta között – de a román válaszadók rendre a magyar lakossághoz képest kisebb értékeket rendeltek az egyes tényezőkhöz.

Ez azt mutatja, hogy sok tekintetben még a magyar lakossághoz képest is kisebb egészségmegőrző aktivitás, kisebb érintettség jellemzi a külföldi mintatagokat, mely még több, a hazaihoz képest aktívabb, magatartásformáló kommunikációt, tervezett, tudatos kampányokat igényel.

Úgy gondoljuk, hogy a megfelelő eszközökre épített marketingstratégia kialakításával, a hiteles és szakszerűen előkészített kommunikáció mindkét minta esetében segítené, hogy az egészségmegőrzés fontosságával ne csupán elméleti síkon legyenek tisztában az emberek, hanem a gyakorlatban, a mindennapokban is meglássák azokat az elérhető lehetőségeket, melyek segíthetnek az egészség értékének megőrzésében.

### Felhasznált irodalom

- [1] Gaál Sz.-Szigeti P.-Dimitra P.-Matthew G-Ewout van G. (2011): Major challenges ahead for Hungarian healthcare British Medical Journal; 343.p.
- [2] Törőcsik M. (2003): Fogyasztói magatartás trendek Complex Kiadó, 2003. 100-120.p.
- [3] GF:  
[http://www.gfk.hu/pressreleases/press\\_releases/articles/010199/index.hu.html](http://www.gfk.hu/pressreleases/press_releases/articles/010199/index.hu.html) 2012.11.20.
- [4] Publikator: <http://www.publikator.blog.hu> 2012.01.25

**Vállalkozásfejlesztés a XXI. században**  
Budapest, 2014.