

A Liget Termálstrand és Élmenyfürdő kínálata a fürdővendégek véleményének tükrében

Szabó Róbert

Eszterházy Károly Főiskola, Gazdaságtudományi Intézet,
Turizmus Tanszék, Eger
szabo.robort@ektf.hu

ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt évtizedekben egyre inkább értékévé vált az egészség, a test és a lélek jó karban tartása. A modern világban ez az érték összekapcsolódik a sikeresség fogalmával is, mert sikeresebbek lehetünk a munkában, a környezetünkben és a magánéletünkben is, ha hosszú távon egészségesek, ápoltak, fittekek tudunk maradni. A modern ember ebből fakadóan egyre többet hajlandó arra áldozni, hogy egészséges körülmények között, sportos, aktív, de egyben relaxáló tevékenységet végezzen fittsége, vagy egyszerűen kellemes közérzete megőrzése érdekében.

A tanulmányból megismerhetjük a wellness-, illetve a gyógyturizmus iránti kereslet főbb motivációs tényezőit a szolnoki Liget Termálstrand és Élmenyfürdő fürdővendégeinek véleményében. Bemutatásra kerül az ezen kereslet kielégítésére alkalmazható szolgáltatások köre, illetve egy kérdőíves felmérés eredményeként képet kaphatunk arról, hogyan változik a kereslet, és a motivációs tényezők az életkor növekedésével.

Kulcsszavak: egészségsturizmus, motiváció, vendéglégedettség

SUMMARY

During the last decades health, body and soul control became important issues. In the modern world this values are closely connected to the term of success, because we can be successful in every aspect of life: work, and personal life, if we can maintain our health, and fitness in a long run. From that comes that modern people are willing to spend money and time to take an active part in sporty but relaxing activities in a healthy environment in order to keep their fitness or just feel themselves well.

In my study I will show the main motivating factors and demand elements of wellness and healthtourism, according the opinions of the visitors of Liget - Thermal Spa and Experience Bath. I will introduce different services that are suitable for satisfying this demand, furthermore we can get an insight by the results of questionnaire survey, how the motivating factors and the demand changes in case of different age groups.

Keywords: health tourism, motivation, guest satisfaction

BEVEZETÉS

A technika fejlődésének köszönhetően egyre kényelmesebbé válik életünk, és ez egyúttal azt is jelenti, hogy egyre kevesebbet mozgunk. A különféle médiákon keresztül szinte naponta találkozhatunk olyan információkkal – az egészséges táplálkozástól kezdve a stressz oldásának legkülönfélébb módszerein át egészen a rendszeres testmozgásig –, amelyek hasznos tanácsokkal látnak el ahhoz, hogyan éljünk teljes és betegségtől mentes életet. Többek

között ezekre a dolgokra hívja fel figyelmünket a fitness/wellness, mely szabályainak köszönhetően szerte a világon egyre több ember dőbben rá arra, hogy kizárólag ő a felelős saját egészségéért (Holloway, 2006). Miután ez a felismerés megtörténik, arra is hamar rájönnek, hogy a betegségek megelőzése nemcsak számukra lenne kényelmesebb és kellemesebb megoldás (a betegség kellemetlen tüneteinek elkerülése miatt), hanem a pénztárcájuknak is (a többlet pénz kiadása miatt), hiszen hosszú távon sokkal olcsóbb megőrizni egészségünket, mint kigyógyulni valamilyen betegségből. A prevenció helyszínéül sokféle létesítmény megfelel a célnak, mint például a különböző fürdők, amelyekből hazánkban szerencsére nincs hiány.

AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS ALSZEKTORAI

Az egészségsturizmus 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 egészségsturizmusnak (Könyves és Müller, 2007).

A gyógyturizmus célcsoportjának jellemzői, motivációi

Krónikus betegség(ek)ben szenvedő, vagy fájdalma enyhítésére vágyó vendég. A gyógyturizmus fő motívuma a gyógyulás, a rehabilitáció. Ennek során a (nem sürgősségi ellátásra szoruló) beteg emberek elsődlegesen egészségügyi kezeléseket igényelnek, de szabad idejükben turisztikai szolgáltatásokat is igénybe vesznek. A gyógyturizmus tehát a rehabilitációra épül elsődlegesen. Orvosi értelemben a rehabilitáció azoknak az eljárásoknak az összessége, amely a betegségből, balesetből adódóan elveszített egészség és munkaképesség helyreállítását biztosítja. Rehabilitáció során a testgyakorlatok, sportmozgások igen fontos szerepet játszanak, hiszen a csökkent teljesítőképességű embernek visszaadja (részben vagy egészben) a teljesítőképességét, önbizalmát, lelkiállapotának egyensúlyát. Az igénybevett egészségügyi szolgáltatások a kötelező egészségbiztosító által finanszírozott szolgáltatások is lehetnek. A tipikusan természeti gyógy-tényezőkre

(gyógyvíz, gyógybarlang, gyógyiszap, mikroklíma) épülő gyógyászati és turisztikai szolgáltatások között a fő hangsúly a gyógyászatra helyeződik, amelyeket kiegészítenek a turisztikai szolgáltatások és vonzerők. Hazánkban és külföldön egyaránt általában orvosi rendelvényre, többnyire támogatás formájában veszik igénybe a vendégek az adott szolgáltatásokat, de egyre jelentősebb a saját finanszírozás is. Az arány a jövőben egyre inkább az önfinanszírozás irányába tolódik majd az állami biztosítók kivonulásával és a magánbiztosítók markáns megjelenésével. Nevesíteni lehet a „medical (gyógyászati) turizmust”, mely kiterjed a nem gyógyhelyi jellegű kezelésekre, úgymint műtétek, fogászati, szépészeti-plasztikai, lézeres beavatkozások, de csak és kizárólag akkor sorolhatók ebbe a kategóriába, amennyiben turisztikai szolgáltatások igénybevételével párosulnak (Aquaprofit, 2007).

A wellness turizmus célcsoportjának jellemzői, motivációi

Egészséges vendégek, akiknek célja a feltöltődés, kényeztetés, „beauty-szolgáltatások” igénybevétele, a relaxáció, elsősorban az egészségmegőrzés érdekében. A wellness turizmus célja az egészségmegőrzés, amelynek során az egészséges emberek szabad idejükben, saját költségükön vagy kiegészítő/magánbiztosítók finanszírozásával egészségügyi elemeket is tartalmazó turisztikai szolgáltatásomagot vásárolnak meg és vesznek igénybe. A wellness szolgáltatók a vendégek számára vonzó környezetben, szórakoztató módon, komplex egészség-megőrzési, prevenció programot kínálnak, ugyanakkor lehetőséget nyújtanak az egészséggel kapcsolatos tudás megszerzésére is. A wellness turizmus vendégei számára fontos az egészség átfogóan értelmezett (mentális, fizikai, biológiai) összhangjának megteremtése, megőrzése. Mindez az életstílus megváltoztatásával, a betegség megelőzésével, és az egészség megőrzésével áll összefüggésben. A wellnessen belül megkülönböztetünk aktív (főként sportos) és passzív (inkább a szépségre koncentráció) tevékenységeket.

A wellness tevékenységek között találhatunk tradicionális gyógyászati szolgáltatásokat éppúgy, mint spirituális programokat vagy sporttevékenységeket. Mára már jellemző a wellness szolgáltatóknál is az ágazaton belüli specializáció, melyeket wellness profiloknak nevezünk (Aquaprofit, 2007).

EGÉSZSÉGTURIZMUS AZ ÉSZAK-ALFÖLDI RÉGIÓBAN

Az egészségturizmus az egész ország szempontjából meghatározó, gyorsan fejlődő turisztikai szegmens. Bár Magyarország fürdőkultúrája több mint 1000 éves, a régió fürdői csak a XX. században keletkeztek, illetve váltak jelentőssé. Magyarországon, különösen az Alföldön a magas geotermikus gradiens miatt különösen jelentős

termálvíz készlet található, az Észak-alföldi régió termál- és gyógyvízkinccsel rendelkezik. A régióban 27 db lezárt kutat nem számítva 209 db 30 °C-nál melegebb vizet adó kút van. Ez 16,2%-a a Magyarországon található termálvíz kutaknak. Mintegy félszáz fürdőhelye (szállodák önálló fürdőreszlegeivel együtt) van a régióban, ebből 29 helyen minősített gyógyvízzel rendelkeznek.

Az Észak-alföldi régió óriási az egészségturisztikai potenciálja, amit a régióban található nagy gyógyászati intenzitású termálvizek, az ország átlagánál fejlettebb, stabilabb egészségügyi intézmények (így az ország egyetlen tartósan stabilan gazdálkodó orvosi egyeteme), valamint a javuló elérhetőség jelentenek. E szegmens az országban általánosan jellemző német mellett jelenleg elsősorban a lengyel küldő piac felé igen aktív.

Az ország egyik legismertebb és leglátogatottabb gyógyfürdője, az egyetlen nemzetközileg is jegyzett régiós fürdő, a Hungarospa Hajdúszoboszló Gyógyfürdő. Debrecenben a hajdúszoboszlóinál kevésbé sikeres, de a fejlesztések és a régióközpont fejlődése miatt országos jelentőségű Aquaticum várhatóan bővülő nemzetközi vendégkörrel fog rendelkezni. A többi nagyvárosi fürdő: Nyíregyháza-Sóstón az Aquarius Elményfürdő, Szolnokon a Tiszaligeti Liget Termálstrand és Elményfürdő. Ez utóbbi kettő a jelentős helyi kereslet miatt wellness, a megyei kórházakkal együttműködve gyógyturizmus vonatkozásában is fejleszthetőek. Regionális jelentőségűek, de kisebb nemzetközi vendégkör is tervezhető (Könyves és Müller, 2006; Szabó, 2008).

A LIGET TERMÁLSTRAND ÉS ÉLMÉNYFÜRDŐ KÍNÁLATI ELEMEI

A Tiszaligeti Liget Termálstrand és Elményfürdő Szolnok kellemes hangulatú, ligetes területen lévő, modern fürdője. A Liget Termálstrand és Elményfürdőt 2003-ban újították fel és gazdagították élményelemekkel és csúszdákkal. A fürdő egészen 2007. május 1-ig csupán szezonálisan üzemelt, ami azt jelentette, hogy június 1-től szeptember 1-ig (3 hónap) üzemelt. 2007. május 1. óta egész évben üzemel, mert bezárt a városban a Damjanich uszoda, melynek szerepét a Tiszaligeti Termálstrand és Elményfürdő vette át, a ponyvázható (téli-szerű) úszómedencével (Könyves és Müller, 2007).

A Liget Termálstrand és Elményfürdő által nyújtott wellness/fitness és gyógy szolgáltatások körét képezi az (téli fűtött sátorral fedett) 50 m-es, 27 °C-os úszómedence, a 32 °C-os tanmedence, a 3 nyitott gyógyvizes medence, melyek gyógyvize reumatikus, mozgásszervi (csípő- és térdízületi) megbetegedésekre, baleseti sérülések utókezelésére ajánlott.

A medencék (feszített) emelt víztükrűek, vasbeton szerkezettel épültek, és belső felületükön mázas kerámia burkolattal ellátott építmények. A Tisza ligetben található egy összetett csúszda rendszer. Ez nem más, mint 5 csúszda kombinációja. Található benne egy hagyományos kialakítású enyhe esésű, kanyargós 150 m-es csúszda. Van egy fekete

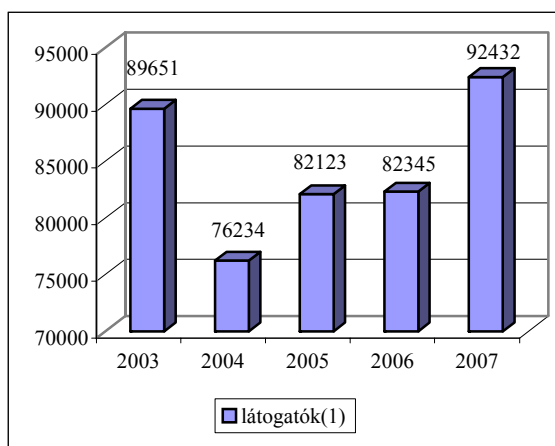
alagút, ami kicsit merészebb esésű, éles kanyarokkal kialakított csúszda. Ennek érdekessége, hogy nem félső, hanem teljes cső kialakítású, azaz végig zárt. Ezek mellett található 3 db „kamikaze” csúszda. Ebből 2 db egyforma, páros, a harmadik pedig a legmeredekebb. Ezek érdekessége, hogy meredeken kezdődnek, így nagy sebesség érhető el, a végen egy levezető szakasszal. Ezek a csúszdák külön medencébe érkeznek meg, hogy a többi fürdőzőt ne zavarják a nagy sebességű vízbe érkező fürdőzők. Ezen kívül van még egy nagy széles és egy kicsi kanyaros gyerek csúszda, valamint egy aranyos kiselefánt a legkisebbek pancsolójában.

A wellness részlegen található két darab finn szauna (fény-, hang- és illatterápiával), gőzkabin, jakuzzi, egy merülő medence, egy „Kneipp gyalogló” és egy masszázs szoba, a „Liget Masszázs”.

A fitness kínálati elemek között sportolási lehetőségek is vannak: asztali tenisz, mini golf-, lánstenisz-, strandfoci-, strandröplabda pálya, csónakázó-tó, a gyermekeknek játszótér, illetve a vendégek rendelkezésére áll egy kompletten felszerelt fitness terem is (Bodnár, 2008).

A kevésbé megerőltető tevékenységre vágyók számára egyéb, változatos programok nyújtanak kikapcsolódási lehetőséget a fürdő területén.

1. ábra: A Liget Termálstrand és Élmenyfürdő látogatottsága a három hónapos nyári nyitvatartási idő alatt 2003-tól 2007-ig (fő)



Forrás: a Liget Termálstrand és Élmenyfürdő saját statisztikája(2)

Figure 1: Attendance of the Thermal Spa and Experience Bath during the three months long summer period from 2003 to 2007 (persons)

Visitors(1), Source: Liget Thermal Spa and Experience Bath own statistics(2)

Az ábrából kitűnik (lásd 1. ábra), hogy a 2003-as év kedvező látogatottsági adataihoz képest a 2004-es és a 2005-ös évek adatai is elmaradtak a várakozásoktól, melyet a csapadékos nyári időszakokkal lehet indokolni. A Liget Termálstrand és Élmenyfürdő 2005-ben és 2006-ban hasonló forgalommal rendelkezett. 2007-ben 10000 fővel növekedett meg a fürdő forgalma az előző évhez

képest, melyhez hozzájárult az a tény, hogy 2007 nyarán már nem működött a Damjanich uszoda (bezárták, mert nem felelt meg az EU-s követelményeknek), így részben ennek is köszönhető a jelentős forgalombővülés. 2007 nyarán adták át a Liget Termálstrand és Élmenyfürdő új épületét.

A fürdő üzemeltetése veszteséges volt 2007-ben, a 62 milliós bevétel mellé 90 milliós kiadás társult. A veszteséges működést azzal magyarázták, hogy a 3 hónapos üzemeltetés alatt befolyó bevétel nem fedezi a 12 hónapra számított kiadásait (a 7 fős személyzet bérei, járulékai, akik állagmegóvást télen is végeznek, stb.).

A Liget Termálstrand és Élmenyfürdő fejlesztése lehet, hogy hamarosan folytatódik. Pályáztak a Kiemelt nagyberuházások célkeretéből 3,3 milliárd összeget fejlesztésre, mely pályázat folyamatban van. A forrás 50%-a állami, a másik 50% önkormányzati keretből lenne biztosítva.

Ez a fejlesztés három nagy területet érint.

1. Felépülne egy 25×50 méteres nemzetközi szabványoknak megfelelő fedett úszómedence, mely a szezonaritást megoldaná és korszerűbb, színvonalasabb szolgáltatást nyújtana, mint a jelenlegi ponyvasátras medence.
2. Elkészülne egy 100 fő befogadására alkalmas fedett élmenymedence. Ez jó lehetőséget biztosítana a családi (külföldi, belföldi) célcsoport számára.
3. Felépülne egy 100 fő befogadására képes balneoterápiás gyógyászati részleg, melyhez wellness sziget is tartozna.

A pályázatba feltüntetésre került a projekt kapcsolódása a megépülő szálláshelyekkel. Ez a pályázati összeg nem fedezi ugyan, de a beruházás további tervezetében szerepel az élmenyfürdővel összeköttetésben felépülő két szálloda. Az egyik egy 5 csillagos 150 szobás gyógy szálló, és egy 100-120 fő befogadására alkalmas 3 csillagos sportszálló. Amennyiben ez a beruházás a jövőben megvalósul, Szolnok egészségturisztikai szerepe felértékelődhet a régióban (Könyves és Müller, 2007).

HIPOTÉZISEK

A kérdőíves felmérés során arra kerestem a választ, hogy a strandfürdő látogatói:

- Fontosnak tartják-e a sportolási lehetőségek meglétét a fürdőben?
- Mik azok a főbb motivációs tényezők, amik miatt a fürdőbe látogatnak?
- A különféle nemek és korosztályok hogyan viszonyulnak a fürdőben található sportolási lehetőségekhez?

Az 1. hipotézisem szerint feltételezem, hogy a látogatók elsősorban a természetes környezetet, és a társas sportolási lehetőségeket preferálják a fürdőben tartózkodásuk során.

A 2. hipotézis szerint feltételezem, hogy a fürdő vendégei körében elsősorban a hölgyek számára fontos a sportolási lehetőség.

A 3. hipotézisem szerint feltételezem, hogy a fürdővendégek életkorának növekedésével fordított arányban áll a sportolási lehetőségek igénybevételére való hajlandóság.

A 4. hipotézisem szerint feltételezem, hogy a fürdő szolgáltatásai közül elsősorban a szabadtéri elemeket veszik igénybe a látogatók.

A KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS EREDMÉNYEI

A kérdőíves felmérés célja az volt, hogy megismerjem a különféle (nem, életkor szerint eltérő) fogyasztói célcsoportok motivációit: honnan érkeznek, miért választják a Liget Termálstrand és Élményfürdőt, mely igényeik kielégítésére alkalmasak a fürdő által nyújtott szolgáltatások, mennyire tartják fontosnak a helyi sportolási lehetőségek kihasználását, a fürdő mely szolgáltatásait veszik igénybe, illetve milyen mértékben elégedettek a különféle szolgáltatási elemekkel.

A kérdőív 8 kérdésből állt, amit logikailag két részre bonthatunk. Az első három kérdés szocio-demográfiai adatokra kérdezett rá, úgymint: neme, életkora, lakóhelye. A többi öt kérdés pedig a vendégek üdülési szokásait, motivációit, illetve a fürdő által nyújtott szolgáltatásokkal való elégedettségüket vizsgálja.

A kérdések zárt kérdések voltak, ahol több, előre megadott választási alternatívából kellett bejelölnie a vendégnek a számára leginkább megfelelő választ. A minta kiválasztása a fürdővendégek köréből véletlenszerű mintavétellel történt 2008. júliusában a helyszínen. A felmérés végén 121 db értékelhető állapotban lévő kérdőív érkezett vissza, melyek ezt követően feldolgozásra kerültek SPSS 16.0 szoftver segítségével. Az adatokból átlagot, szórást, megoszlást számítottam, valamint az összefüggések vizsgálatára is kitertem.

Az alábbiakban szocio-demográfiai kérdések adataival bemutatom a mintasokaság főbb jellemzőit. A minta életkor és nemek szerinti megoszlását az 1. táblázat mutatja be.

1. táblázat

A minta életkor és nemek szerinti megoszlása (fő)

Életkor(1)	Nem(2)	
	Férfi(3)	Nő(4)
14-18 év(5)	10	18
19-24 év(6)	13	15
25-35 év(7)	11	12
36-55 év(8)	11	13
55 év fölött(9)	9	9
Összesen(10)	54	67

Forrás: kérdőíves felmérés(11)

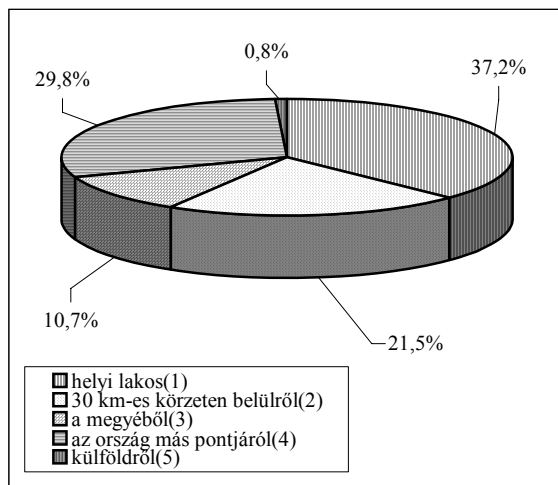
Table 1: Distribution of the sample according ages and genders (persons)

Age(1), Gender(2), Male(3), Female(4), 14-18 years old(5), 19-24 years old(6), 25-35 years old(7), 36-55 years old(8), over 55 years(9,) Total(10), Source: Questionnaire(11)

A Liget Termálstrand és Élményfürdő esetében a látogatók 65,2%-a tartozott a 36 év alatti korosztály kategóriáiba. Ha a válaszadók nemek szerinti megoszlását vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy a hölgyek aránya volt a nagyobb. Egy kivételtől eltekintve (55 év feletti) ez a tendencia figyelhető meg az egyes életkori kategóriáknál külön-külön is.

A 2. ábra a turisták lakóhelyére vonatkozó kérdés eredményeit mutatja százalékos összetételben. Eszerint jelentős létszámban képviseltették magukat a helyi lakosok (37,2%), nagy arányban voltak jelen az ország más egyéb pontjairól, több mint 20% a város 30 km-es vonzáskörzetéből érkezett, a külföldről érkezett turisták száma viszont elenyésző volt. Alapvetően megállapítható, hogy a fürdő célcsoportja főleg a helyi lakosokból tevődik össze.

2. ábra: Honnan érkezett? A minta lakóhely szerinti %-os megoszlása



Forrás: kérdőíves felmérés(6)

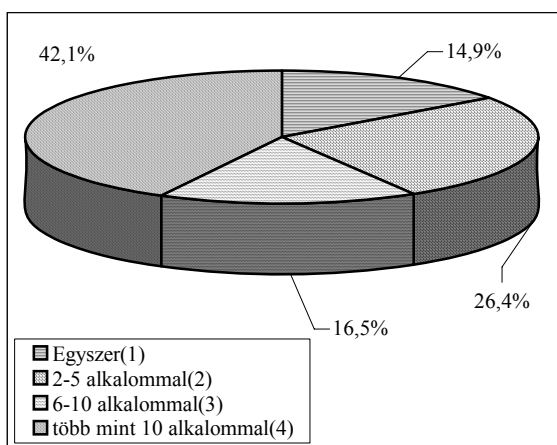
Figure 2: Where are you come from? Distribution of the sample according home place in percentage

Local(1), From closer than 30 km(2), From the county(3), From the land(4), From abroad(5), Source: Questionnaire(6)

A 4. kérdés (3. ábra) a gyógyfürdő felkeresésének gyakoriságát vizsgálta, mely már az üdülési szokásokra, fogyasztási motivációkra vonatkozik. Megállapíthatjuk, hogy a válaszadók legtöbbször (42,1%) tíznél több alkalommal keresi fel a fürdőt egy évben, miután főleg helyi lakosokról van szó, akik nagy része az egészséges életmód híve, formában szeretnék tartani magukat, ezért reggelente úszással kezdik a napot. A második helyen a „2-5 alkalommal” végzett 26,4%-kal. A megkérdezettek 15-16%-a az „egyszer” és a „6-10 alkalmat” jelölték meg.

A kérdőívet kitöltők között sok anyukával lehetett találkozni, akiknek gyermeke a felmérés ideje alatt is éppen a fürdőben tartott úszásoktatáson vett részt. A legtöbbet fürdőbe járók harmadik csoportját pedig a vízilabdások képviselték, akik az edzések és mérkőzések miatt szintén gyakori vendégei a létesítménynek.

3. ábra: Hányszor látogatja meg a fürdőt az év során?



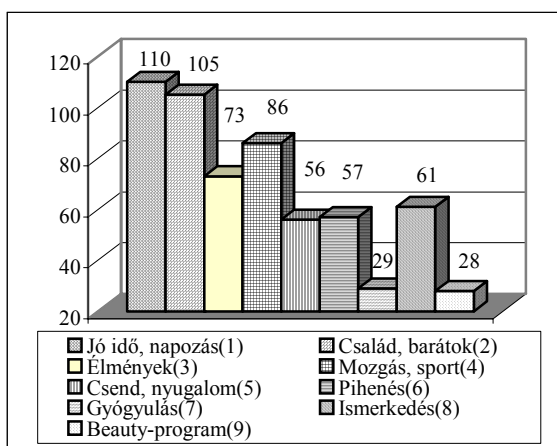
Forrás: kérdőíves felmérés(5)

Figure 3: How many times do you visit the bath during a year?

Once(1), 2-5 times(2), 6-10 times(3), More than 10 times(4), Source: Questionnaire(5)

Az ötödik kérdésnél (4. ábra) a válaszadóknak azt az öt legfontosabb dolgot kellett megjelölniük (rangsorolás nélkül), amire leghamarabb asszociáltak, és amit vonzó tényezőnek tartanak a fürdőben eltöltött idővel kapcsolatban.

4. ábra: Mely tényezőket találja vonzóknak, kívánatosnak a fürdővel kapcsolatban?



Forrás: kérdőíves felmérés(10)

Figure 4: Which element find you preferable connected with the bath?

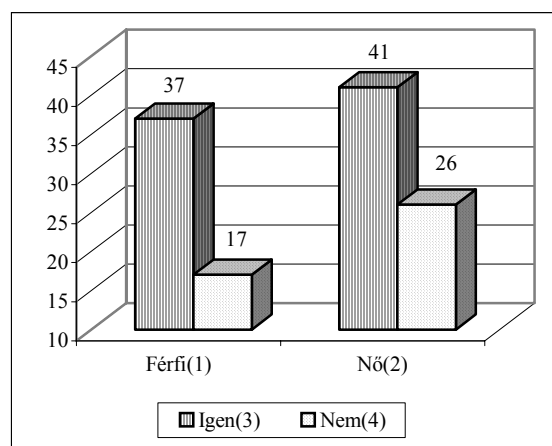
Good weather, sunbathing(1), Friends, family(2), Experiences(3), Sport activity(4), Silence, calm(5), Rest(6), Cure(7), Pickup friends(8), Beauty programme(9), Source: Questionnaire(10)

A „jó idő, napozás” válaszlehetőség bizonyult a legnépszerűbbnek korra és nemre való tekintet nélkül, erre ugyanis 110 jelölés érkezett. A második legtöbb szavazatot kapta a „családdal, barátokkal történő kikapcsolódás”, elsősorban a fürdők hölgyvendégei részéről.

Nagy örömmre szolgált, hogy a kérdőívet kitöltők közül 86-an asszociáltak a mozgásra a fürdőben eltöltött idővel kapcsolatban. Ennek a válaszlehetőségnek a gyakorisága az életkor előrehaladtával természetesen csökkent. A 4. legnépszerűbbnek bizonyultak az élmények, melyet minden korosztály fontosnak tartott. Ez a szempont nem sokkal, de a férfiak körében volt népszerűbb. Az ismerkedés és új kapcsolatok reménye elsősorban a fiatalabb korosztály férfi vendégeit motiválja, hogy ellátogassanak a fürdők valamelyikébe. A kérdőívekben 61-szer szerepelt ez a válasz az öt legfontosabb dolog egyikeként. A „pihenés”, illetve a „csend, nyugalom” 57, illetve 56 vendégnek jutott eszébe. Ezt elsősorban az idősebb korosztály tagjai részesítették előnyben, közülük is inkább a férfiakra volt jellemző, hogy teljes nyugalomban tudnak csak igazán kikapcsolódni. Szinte ugyanannyi kérdőívben jelent meg a „gyógyulás” (29) és a „beauty-program” (28) a látogatók válaszait vizsgálva. Még az előbbi kategóriánál a 36-55 év közötti nők és az 55 év feletti férfiak játszottak domináns szerepet, addig a szépülést természetesen csak a hölgyvendégek részesítették előnyben.

A hatodik kérdésben (5. ábra) arra voltam kíváncsi, hogy a fürdőzők igénybe veszik-e a strand területén kínálgató sportolási lehetőségeket. A létesítményt vizsgálva az alábbi eredményeket kaptam.

5. ábra: Igénybe veszi-e a fürdő területén lévő sportolási lehetőségeket? (fő)



Forrás: kérdőíves felmérés(5)

Figure 5: Do you use any sport opportunities provided by the bath?(persons)

Male(1), Female(2), Yes(3), No(4), Source: Questionnaire(5)

Ha a kérdést a válaszadó nemével összefüggésben vizsgálom, akkor arra a megállapításra jutok, hogy hölgyek 61,2%-a (41 fő) és a férfiak 68,5%-a (37 fő) veszi igénybe a rendelkezésre álló sportolási lehetőségeket. Összességében vizsgálva a kérdőíveket kiderült, hogy az „igen”-ek kerültek többségbe (64,5%) a „nem”-ekkel szemben (35,5%),

vagyis a vizsgált minta 2/3 része igényli és igénybe is veszi a rendelkezésre álló sportolási lehetőségeket.

Ha pedig az életkori sajátosságokat és a válaszadó nemét vesszük figyelembe (2. táblázat), akkor azt tapasztalhatjuk, hogy az életkor növekedésével fordítottan arányosan csökken a mozogni vágyók száma. Még a 14-18 évesek 75%-a, a 19-24 évesek 82,1%-a, addig az 55 év felettiek csupán 22,2%-a végez valamilyen sporttevékenységet a strand területén.

2. táblázat

**Igénybe veszi-e a fürdő területén lévő sportolási lehetőségeket?
A minta válasza nemenként és életkoronként (fő)**

Életkor(1)	Válasz(2)	Nem(3)		
		Férfi(9)	Nő(10)	Összesen(11)
14-18 év(4)	Igen(12)	9	12	21
	Nem(13)	1	6	7
19-24 év(5)	Igen(12)	12	11	23
	Nem(13)	1	4	5
25-35 év(6)	Igen(12)	9	8	17
	Nem(13)	2	4	6
36-55 év(7)	Igen(12)	7	6	13
	Nem(13)	4	7	11
55 év fölött(8)	Igen(12)	0	4	4
	Nem(13)	9	5	14

Forrás: kérdőíves felmérés(14)

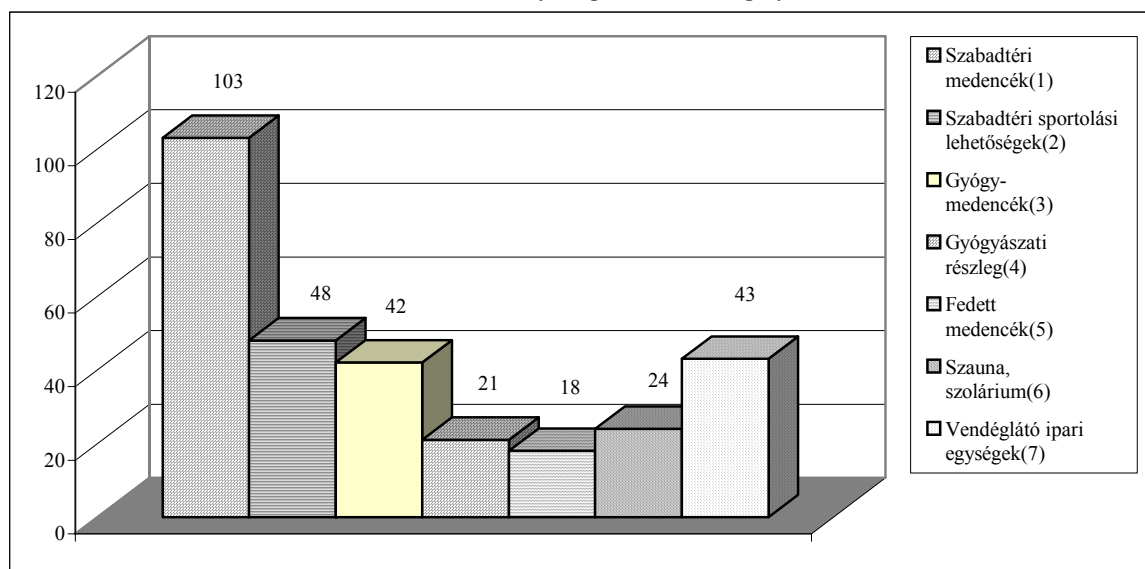
Table 2: Do you use any sport opportunities provided by the bath? The answer of the sample according gender and ages (persons)

Age(1), Answer(2), Gender(3), 14-18 years old(4), 19-24 years old(5), 25-35 years old(6), 36-55 years old(7), over 55 years(8), Male(9), Female(10), Total(11), Yes(12), No(13), Source: Questionnaire(14)

A technikai fejlődés miatt kialakult mozgáshiány miatt jelentősen megnőtt többek között a mozgásszervi megbetegedések száma is. A minta életkoronkénti válasza alapján azonban pozitív képet kaphatunk arról, hogy a fiatalabb korosztályok törődnek jó kondíciójuk fejlesztésével, megőrzésével.

A 7. kérdésben arra kérdeztem rá, hogy a látogatók a fürdők mely szolgáltatásait veszik igénybe (6. ábra) – ami szorosan kapcsolódik az 5. kérdésben vizsgáltakhoz. Az előzőekből már kiderült számunkra, hogy a legtöbb ember a jó időre és a napozásra asszociál a fürdőben eltöltött idővel kapcsolatban. Ennek megfelelően ennél a kérdésnél a szabadtéri medencék bizonyultak a legnépszerűbbnek 103 szavazattal. A 2. legnépszerűbb a mozgás, illetve a szabadtéri sportolási lehetőségek, mely kérdés esetében a válaszadók 48 alkalommal jelölték be ezt a lehetőséget. A fiatalabb korosztály mozgásigénye nagy, a szabadtéri sportolás a legmegfelelőbb választás számukra. A szolgáltatások között a vendéglátó ipari egységek bizonyultak a harmadik legnépszerűbbnek, eggyel maradtak el mögötte a gyógymedencék, 42-es gyakorisággal. Ez a tendencia az idősebb korosztály körében volt népszerűbb, csakúgy, mint a gyógyvízhez szintén szorosan kapcsolódó, ám sokszor igen költséges gyógyászati kezelések is. Az idősebb korosztály tagjainak nemcsak igénye van a kezelésekre, hanem ezekre fordítják diszkrecionális jövedelmük jó részét is. Voltak olyan fürdőlátogatók, akik a „jó időt” emelték ki, így a kedvező időjárásnak köszönhetően a fedett részek népszerűsége jóval a szabadtériek mögött maradt. Ezt a lehetőséget a fürdőzők közül 18-an választották. Kevesebben vették igénybe a szaunát és a szoláriumot is, melyek használata szintén nem igazán volt idényszerű.

6. ábra: A fürdő mely szolgáltatásait veszi igénybe?



Forrás: kérdőíves felmérés(8)

Figure 6: Which service of the bath do you prefer?

Outdoor pools(1), Outdoor sport facilities(2), Medical pools(3), Medical facilities(4), Indoor pools(5), Sauna, solarium(6), Catering facilities(7), Source: Questionnaire(8)

A 8. kérdés a fürdővendégek elégedettségét vizsgálta különféle szempontok alapján (3. táblázat). A különféle szempontokat 1-től 5-ig terjedő skálán kellett minősíteniük, ahol a legjobb minősítést az 5-ös jelentette, a legrosszabbat az 1-es.

3. táblázat

Mennyire volt megelégedve az alábbiakkal a fürdőben?

Elégedettséget befolyásoló szempontok(1)	Átlag(2)
Nyitvatartási rend(3)	4,27
Belépő ára, ár-érték aránya(4)	3,18
Környezet tisztasága(5)	3,99
Részlegek felszereltsége, modernsége(6)	4,04
Személyzet munkája(7)	3,92
Személyzet udvariassága(8)	3,83
Gyerekek számára szolgáltatások(9)	3,78
Programok színvonala(10)	3,45
Vendéglátó egységek kínálata(11)	3,55
Vendéglátó egységek ár-érték aránya(12)	2,72

Forrás: kérdőíves felmérés(13)

Table 3: How were you satisfied with the elements below at the bath?

Satisfaction aspects(1), Mean(2), Opening hours(3), Price of admission(4), Cleaness(5), Unit's equipment, modernity(6), Work of the staff(7), Attention of the staff(8), Children services(9), Level of programmes(10), Supply of catering(11), Price of catering(12), Source: Questionnaire(13)

A vendéglátó egységek kínálata 3,55-ös minősítést kapott. A Liget Termálstrand és Élmenyfürdő fiatal fürdőnek számít, ebből fakadóan a fürdő vendéglátás része sincs még talán annyira kiépítve. Vélhetően a jövőben tervezett fejlesztés biztosan ezekre az egységekre is ki fog terjedni. A leggyengébb minősítést a vendéglátóegységek ár-érték aránya kapta 2,72-vel. A kérdés a vendéglátáson kívül még számos más területre is kiterjedt. Ilyen volt például a fürdő helye, környezetének tisztasága. Bár volt egy-két látogató, aki a fürdő tisztaságával és higiénijával nem volt teljesen elégedett, ez a szempont közel 4-es osztályzatot kapott.

Ez azért fontos, mert úgy kell tekintenünk a környezettudatosságra, mint a wellness egyik alapelemére.

KÖVETKEZTETÉSEK

A kérdőíves elemzés eredményeként az alábbiak állapíthatók meg:

A Liget Termálstrand és Élmenyfürdő vendégei főleg helyi lakosok, akik évente több mint 10 alkalommal látogatják meg a fürdőt. A vendégek fő motivációs tényezői a fürdővel kapcsolatosan a napozás, családdal és barátokkal való közös program, sportolás, pihenés illetve az ismerkedési lehetőségek.

Az 1. hipotézisem beigazolódt, miszerint a látogatók főleg a természetes környezetet, és a társas sportolási lehetőségeket preferálják a fürdőben tartózkodásuk során.

A 2. hipotézisem nem igazolódt be, hogy a fürdő vendégei körében elsősorban a hölgy vendégek számára fontos a sportolási lehetőség, ugyanis a mintában szereplő sportolási lehetőségekre igényt tartó hölgyek aránya (61,2%) a férfi vendégekhez képest (68,5%) néhány százalékkal alulmaradt, bár a különbség nem volt jelentős.

A 3. hipotézisem beigazolódt, hogy a fürdővendégek életkorának növekedésével fordított arányban áll a sportolási lehetőségek igénybevételére való hajlandóság. A 2. táblázat adatai alapján igazolható, hogy az életkor előrehaladtával egyre kisebb igény mutatkozik a sportolási lehetőségek igénybevételére.

A 4. hipotézisem is beigazolódt, mivel a 6. ábra adatai alapján a fürdő szolgáltatásai közül elsősorban a szabadtéri szolgáltatási elemeket (szabadtéri úszómedence és egyéb szabadtéri sport lehetőségek) veszik igénybe a vendégek.

A vendégek elégedettségét vizsgálva megállapítható, hogy a belépőjegyek és a vendéglátó egységek áraival voltak megelégedve a legkevésbé.

Mindezen tények ismeretében és a fürdő látogatottsági adatai alapján elmondható, hogy a Liget Termálstrand és Élmenyfürdő Szolnok egészségturisztikai kínálatának egy meghatározó eleme.

IRODALOM

Bodnár L. (2008): Barangolás a Kárpát-medencében. Bodnár és Társa Geográfus Bt. 135-136.
 Holloway, J. Ch. (2006): The Business of Tourism. Prentice Hall, 55.
 Könyves E.-Müller A. (2006): Az egészségturizmus lehetőségei az Észak-alföldi régióban. Acta Academiae Pedagogicae Agriensis. Az Eszterházy Károly Főiskola tudományos közleményei. XXXIII. Eger 132-144.
 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
 Szabó R. (2008): Adalékok az Észak-alföldi régió egészségturizmusához. A harmadfokú képzés szerepe a regionális átalakulásban (TERD) Nemzetközi konferencia, Debrecen, 2008. június 24. (megjelenés alatt)
 Aquaprofit Műszaki, Tanácsadási és Befektetési Rt. (2007): Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia http://www.oib.gov.hu/docs/egeszsegturizmus_strategia.pdf