

## EGÉSZSÉG – ÉLMÉNY – MARKETING: AYURVEDA SZEMLÉLETŰ ÉLETMÓD PROGRAM



### HEALTH – EXPERIENCE – MARKETING: THE ASPECT OF AYURVEDA LIFESTYLE PROGRAM



*SZABÓ, Sára*



Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Tanszék  
(University of Kaposvár, Faculty of Economic Science, Department of Marketing and Trade)  
H-7400 Kaposvár, Guba S. u. 40.  
e-mail: szabó.sara@ke.hu



Az életmódprogram alapötlete az egészségmarketing speciális kihívásainak vizsgálata során született meg. A kutatások során gyakran szembe találkoztunk azzal a jelenséggel, hogy az egészség illetve egészséges életmód folytatásának fogyasztói megítélése rendkívül pozitív, azonban az erre irányuló cselekvési hajlandóság meglehetősen alacsony szinten marad. Feltételezésünk szerint a problémára nem ad választ a klasszikus marketingkommunikációs eszközökkel történő egyirányú információ átadás, ugyanis a fogyasztó folyamatos információáradatban él, illetve amennyiben az üzenet eljut a tudatos feldolgozásig abban az esetben sem elég hatékony a cselekvés kiváltására, különösen nem alkalmas tartós viselkedésváltozás létrehozására.

A 21. század fogyasztójának élményre és személyes kapcsolatokra van szüksége, a viselkedésváltozás záloga pedig a személyes megélés és fejlődés. Erre a koncepcióra kívánunk egy megoldási alternatívát nyújtani. Mi lehet egy életmód program működtetésének haszna vállalati szempontból? Az életmód programba illesztett termékek általi népszerűsítésen és pillanatnyi eladás ösztönzésen túl a személyes céljai elérésében támogatott fogyasztó lojalitása várhatóan növekedni fog a vállalat iránt. Mivel az egészségfejlesztés társadalmi szinten is kiemelt értéket képvisel a program ingyenes vagy részben támogatott módon történő működtetése beilleszthető a társadalmi felelősségvállalás koncepciójába. Megfontolandó továbbá, hogy mivel életmód programokat jellemzően wellness centrumok, egészség- életmódközpontok jövedelmezően működtetnek, idővel akár önálló üzletággá is kinőheti magát.

A bemutatásra kerülő életmód programot számos kutatás előzte meg. Kvalitatív és kvantitatív eljárásokkal feltártuk a magyar fogyasztók egészség értelmezését, szubjektív egészségi állapotát, illetve önbevallásos módszerrel objektív egészségi állapotra utaló jellemzőket is. Több szempontból vizsgáltuk az egészségmagatartás iránti

attitűdöket, a háromtényezős attitűdmodell alapján, rávilágítva az érzelmi, kognitív és viselkedéses komponensek közötti anomáliákra. Az Integrált Viselkedési Modell (IBM) országos reprezentatív mintán történő tesztelése során elkészítettük a lakosság egészségmaratát alapú szegmentációját számos pszichológiai tényező figyelembevételével. Ezen kívül vizsgáltuk az alternatív táplálkozási módok, köztük az ayurveda táplálkozás ismertségét illetve alkalmazását a felnőtt lakosság körében. Az ayurveda szolgáltatások iránti attitűdök feltárását a viszonylag alacsony ismertség miatt fókuszcsoportos vizsgálatokkal végeztük el.

Az alapozó kutatási szakasz után kidolgozásra került egy táplálkozásmód váltásra irányuló program pszichológus és táplálkozástudományi szakértő közreműködésével. A táplálkozásmód váltásra irányuló program 4 egymásra épülő tematikus alkalomból áll (1,5-2 óra időtartamban) kiscsoportos keretek között (6-10 fő) 4 héten át, majd 2 hét elteltével egy megerősítő, eredményesség mérő csoportra hívjuk meg a résztvevőket, amelyen minden résztvevő írásos visszajelzést kap az általa elért eredményről így a program teljes hossza 5 hét.

A program tartalmazza a reális, jól formált célok kitűzését, az addigi szokások előnyeinek mérlegelését és átdolgozását. A foglalkozásokon sorra vettük az egészség tudatosabb táplálkozási mód kialakítását gátló tényezőket, és aktivizáltuk a rendelkezésre álló erőforrásokat azok legyőzésére, illetve figyelmet fordítottunk a táplálkozással kapcsolatos testi jelzések tudatosabb megélésére. Pszichológus és táplálkozástudományi szakértő együttes vezetésével minden alkalommal a pszichológiai szempontból átdolgozott területhez (pl. célok, erőforrások) kapcsolódó táplálkozási információkat, a megvalósításhoz szükséges gyakorlati útmutatást kaptak a résztvevők. Az élményalapú átdolgozást integratív hipnoterápiás módszerek alkalmazásával biztosítjuk.

A program első tesztelése megtörtént, amelynek so-

rán a következő változókat kísértük figyelemmel: BMI index, derék/csípő hányados, konyhakörkép, szociális támogató háló, testi attitűdök, étkezési attitűdök, általános jól-lét illetve a résztvevők által saját maguk számára kitűzött célok megvalósulása. A vizsgált változók és a résztvevők által kitöltött elégedettség mérő kérdőív alapján a program első változatát eredményesnek tekintjük, azonban a kis elemszám egyelőre statisztikai vizsgálatokat nem tesz lehetővé.

Jelenleg a táplálkozásmód váltás áll az életmód

program fókuszában, azonban megkezdődött a további, fókuszcsoportos vizsgálaton elfogadottnak ítélt ayurveda szolgáltatások (ayurvedikus táplálkozási tanácsadás, jóga, ayurvedikus masszázs) integrációja a táplálkozásmód váltás kiegészítéseként. Meglátásunk szerint ayurveda „emberközpontú, személyre szabott, komplex, preventív” szemlélete miatt bizonyos korlátozásokkal kiválóan alkalmazható európai környezetben, a kulturális távolság és az autentikus jelleg érdekessé és vonzóvá teszi a magyar fogyasztók számára.

## JEGYZETEK ♣ NOTES