

BARTHA Éva

tudományos segédmunkatárs

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar

assistant research fellow

University of Debrecen Faculty of Economics and Business,

Debrecen, Hungary

email: bartha.eva.judit@econ.unideb.hu

FITNESZ VENDÉGEK SPORTFOGYASZTÁSI SZOKÁSAI

SPORT CONSUMPTION HABITS OF FITNESS CLUB GUESTS

ABSTRACT

The importance of fitness providers in sports economy and the number of registered members in fitness clubs has shown a steady increase.^{1,2} In Hungary the rate of sports activities done in fitness clubs are considered low.³ We studied fitness consumers sporting and consumption habits with questionnaires. A total of 753 respondents answered the questions: 500 women and 253 men. The questionnaire completed by gym guests cover the following fields: general data, demographic characteristics, training session attendance-related habits, aspects of gym choice and the sports person's willingness to spend on fitness. This questionnaire also included close- and open-ended questions, as well as Likert-scales, which assess the extent of agreement with the relevant statement.⁴ The quantitative data obtained from the questionnaire survey were analyzed using SPSS statistical program. The results obtained through the study of training session attendance-related habits reflect, that the majority of fitness consumers responding to my questionnaire, i. e. 75% attend gym training sessions on a weekly basis. It is a significant difference as compared to the average population, 38% of which does sports with some regularity, but 62% never does any. Results reflect that tangible environment has the strongest influence on the gym choice of fitness sector consumers. Our research covers the study of spending habits of fitness consumers. Results reflect that the majority of fitness consumers in the sample (42%) spend a monthly amount of approx. HUF 6000–12000 on visiting the gym. The majority of the respondent consumers would not pay more than they pay now for fitness services. Those willing to pay higher price would spend more because of the person of the trainer. 195 of the 753 respondents (26%) would not at all pay more than the current amount for visiting the gym, and 154 people, i.e. 20% would pay at most HUF 1000 more. 270 people (36%) claimed that they would pay HUF 1000–3000 more for more beneficial conditions, 99 people (13%) would spend HUF 3000–6000 more, and 35 people (5%) would be willing to exceed this amount.

Kulcsszavak: fitnessz szektor, sportfogyasztás, szabadidősport, fitnessz szolgáltatók, fogyasztó.

Keynotes: fitness segment, sport consumption, recreational sport, fitness providers, consumers

1. Bevezetés

A sportgazdaságban a fitnessz ipar világszerte fontos szerepet tölt be, hiszen a fitnessztermekben sportoló fogyasztók száma folyamatosan növekszik.⁵ Magyarországon nemcsak a fizikai aktivitás szintje, hanem a fitnesszklubokban való sportolás is elmarad a többi európai országhoz képest.⁶ A fitnessz szektor fontos szereplőinek számítanak a szolgáltatók, akik között Magyarországon is egyre élesebb verseny alakul ki, valamint a fogyasztók, akik fizetnek a fitnesszklubok által nyújtott szolgáltatások igénybevételéért. Az, hogy a fitnesszipar ezen a sportlétesítményei mennyire válnak vonzóvá a társadalom számára, nemcsak fennmaradásuk szempontjából lényeges, hanem arra is hatással van, hogy a szabadidősportolók közül mennyien kapcsolódnak be a mindennapos testmozgásba ezeken a helyszíneken. Ezért nagyon fontos, hogy ezek a szolgáltatók hitelesek legyenek, valamint, hogy meg tudják szerezni a sportolni vágyók bizalmát, hosszú távon kialakítsák és fenntartsák az egészséges életmód igényét. Napjainkban egyre növekvő számú fitnessz szolgáltató között válogathatnak a fogyasztók, így egyre erősebb verseny jellemző ebben a szegmensben. A fitnessz területén megjelenő vizsgálatok korlátozott számban állnak csak rendelkezésre, és leginkább a fitnessz elméleti hátterével,⁷ szolgáltatásaival,⁸ trendjeivel,^{9, 10} valamint az egészségre kifejtett hatásaival foglalkoznak.^{11, 12, 13, 14} Kutatásunk célkitűzése a fitnessztermekben sportoló vendégek fogyasztási szokásainak vizsgálata volt.

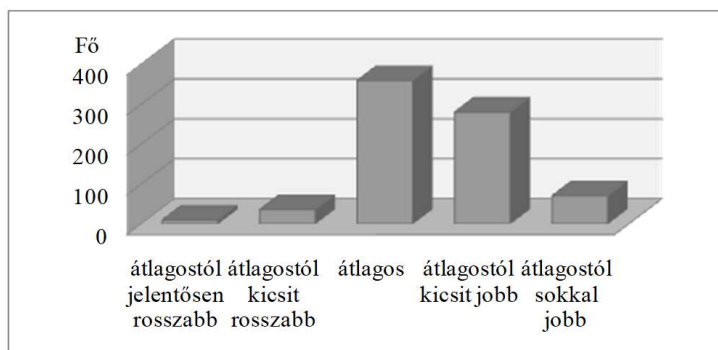
2. Anyag és módszer

Kutatásunk során kérdőíves megkérdezéssel vizsgáltuk a fitnessztermek csoportos óráin részt vevő szabadidő-sportolók sportfogyasztási szokásait, többek között az edzésre járási szokásaikat, a létesítmény-választásukat befolyásoló főbb szempontokat, valamint költségi hajlandóságukat. A megkérdezésre 2017 őszén került sor, melynek során 753 fitnessz fogyasztó töltötte ki a kérdőívet. Ebből 500 nő (66%) és 253 férfi (34%). A kérdőíves felmérés során beválasztási kritérium volt az, hogy a válaszadók edzők által levezényelt csoportos órákra járjanak, így megállapítottuk, hogy ezek az edzők által irányított órák népszerűbbek a nők

körében még akkor is, ha nem kifejezetten a nőket megcélzó edzéstípusokról (kettlebell, crossfit) van is szó.

A kitöltők 86%-a (647 fő) 18 és 65 év közötti, 252 fő 18 és 25 év közötti. Legkevésbé az idősebb korosztály, a nyugdíjasok képviseltetik magukat, a 18 év alattiak közül 98 fő szerepel a mintában. Az idősebb korosztály szembenőően alacsony aránya jelentheti azt, hogy kevésbé mozgékonyak, nem szívesen mennek edzőterembe, de azt is, hogy nincsen elég kifejezetten őket megcélzó fitness szolgáltatás a fitnessklubokban.

1. ábra: A sportolói minta anyagi helyzet szerinti megoszlása
Figure 1.: The proportion of consumers sample with different financial situation



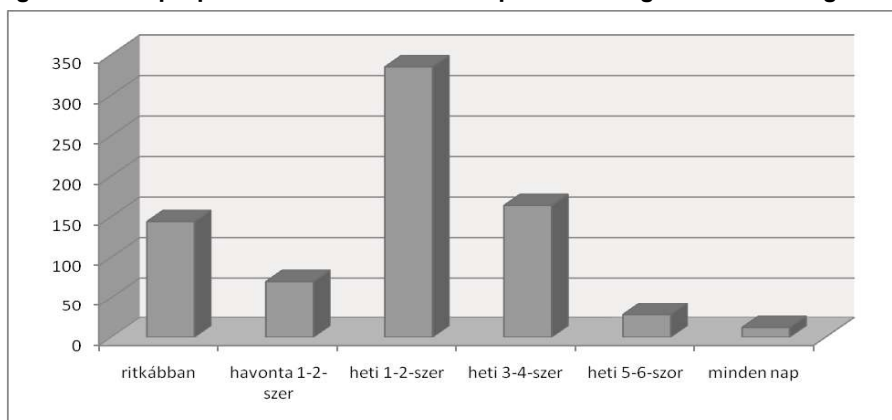
Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N = 753)

Végül a minta végzettség, munkaerőpiaci és anyagi helyzet szerinti jellemzőit vizsgáltuk. Ezek szerint a fitnessstermekben dolgozó edzőkhöz járó vendégek között túlsúlyban vannak a felsőfokú végzettséggel rendelkezők. A kérdőívet kitöltők 43%-a (320 fő) főiskolai vagy egyetemi diplomával rendelkezik, ezt követi a minimum érettségivel rendelkezők száma (225 fő). A válaszadók nagy része (359 fő) szellemi munkát folytat, vagy tanuló (292 fő). A megkérdezettek szembenőően nagy többsége (94%) tartja anyagi helyzetét átlagosnak, vagy annál jobbnak (1. ábra). Összesen 359 fő válaszolt úgy, hogy anyagi helyzete átlagos, 280 fő úgy, hogy az átlagostól kicsit jobb és további 70 fő úgy, hogy sokkal jobb az átlagostól. A mintából szinte teljesen kimaradnak a saját helyzetüket az átlagosnál rosszabbnak tartók, mindössze 44 kitöltő választotta ezt a válaszlehetőséget.

3. Eredmények

Vizsgálatunk során először a mintában szereplő fitness vendégek edzslátogatási szokásait mértük fel. A válaszok azt tükrözték, hogy a megkérdezettek 63%-a, azaz 479 fő, már egy évnél régebben vesz részt fitnessstermi edzéseken, 26%-a két hónap és egy év közötti időszak óta, és mindössze 11% jár az edzésekre egy hónapnál rövidebb ideje. Az, hogy a válaszadók nagy része egy évnél régebb óta jár edzeni, arra a feltetelezésre ad okot, hogy a kérdőívre adott válaszaik hitelesek, valódi tapasztalatokon alapulnak.

2. ábra: A sportolói minta edzésre járás gyakorisága szerinti megoszlása
Figure 2.: The proportion of consumers sample according to their training habits



Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N = 753)

A vizsgált minta legnagyobb részére (44%) az jellemző, hogy heti egy-két alkalommal vesznek részt fitnessstermi edzéseken, 28% ennél is többször, így a válaszadók 72%-áról elmondható, hogy legalább heti rendszerességgel jár fitnessklubokba. A megkérdezett vendégek 9%-a havonta egy-két alkalomról számolt be, míg 19% ennél is ritkábban edz fitnesssteremben (2. ábra). A kérdőívet kitöltő fitnessz fogyasztók nagy része minden héten részt vesz fitnessstermi edzéseken. Ez az átlag lakossághoz képest jelentős eltérés, hiszen az EUROBAROMETER 2014-es adatai szerint a magyarok 62%-a soha nem sportol, míg 38%-a valamilyen rendszerességgel.

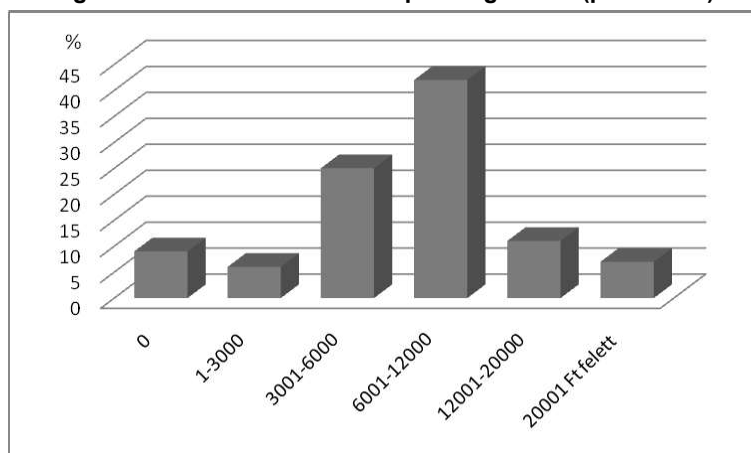
Ezek az arányok nem meglepőek annak tükrében, hogy a minta összetétele, amely fitnessklubok vendégeiből áll, eleve feltételezi a rendszeres fizikai aktivitást, hiszen a lakosság inaktív része valószínűsíthetően nem látogat fitnessstermeket sem. Ennek tükrében feltételezhető, hogy a minta 28%-a, aki havonta egy-két alkalommal, vagy ritkábban jár az edzőterembe, nem tekinthető inaktívnak, hanem a fitnessklubokon

kívül más helyszínen is folytat sporttevékenységet. A férfiak és nők között nem volt különbség az edzésre járás időszakának hosszúsága, valamint rendszeressége tekintetében. Életkor alapján azonban szignifikáns eltérést mutatott az edzésre járás időszaka, amely a kor növekedésével együtt egyre hosszabb volt (Khi-négyzet: 52,58; szf.: 4; $p < 0,01$). Ehhez hasonlóan az idősebbekre az edzőterembe járás nagyobb rendszeressége volt jellemző, mint a fiatalabbakra (Khi-négyzet: 19,95; szf.: 4; $p < 0,01$). Feltételezhetjük, hogy az idősebb korosztály már nagyobb egészségtudatossággal rendelkezik, mint az ifjúság, és ahogy egészségük egyre nagyobb jelentőséggel bír számukra, a rendszeres testmozgásra is több figyelmet fordítanak. Ezt alátámasztják a motivációval kapcsolatos eredményeink, amelyek szerint az egészség megőrzése egyre nagyobb szerepet kap minden 25 éven felüli korosztálynál.

A fitnessterem kiválasztás szempontjainak vizsgálata során kiderült, hogy a megkérdezettek között a sportlétesítmény-választást befolyásoló legfontosabb tényezőnek a fitnessterem adottságai számítanak. A válaszadók számára a legnagyobb jelentősége az edzőterem tisztaságának és felszereltségének, valamint az öltözők és mosdók tisztaságának volt.

Fő célkitűzéseink közé tartozott annak feltárása, mennyit költenek a fogyasztók a fitnessstermek által nyújtott szolgáltatásokra és milyen tényezők kedvéért lennének hajlandók többet fizetni az eddiginél (3. ábra). A mintában szereplő fitnessz fogyasztók legnagyobb része (42%), nagyjából havi 6000 és 12 000 forint közötti összeget szán a fitnesssterem-látogatásra. 11%-uk 12 000 és 20 000 forint között fizet ezekért minden hónapban, míg 7% ennél is többet.

3. ábra: A fitnessz fogyasztók edzőteremre fordított költségei (havonta)
Figure 3.: Fitness consumers spending habits (per month)



Forrás: Saját vizsgálat 2017 (N = 753)

Megállapíthatjuk, hogy a válaszadók több, mint fele költ 6000 forintnál többet az edzőterembe járásra. 31% fizet ennél kevesebbet, míg 9% nem fizet érte, ebből 39 főnek a munkahelye, míg 26 válaszadónak sportegyesület támogatja a fitnessteremben való sportolását. Ezek szerint az edzőtermek havi bérletére a vendégek nagy része 6000 és 12 000 forint közötti összeget költ. Vizsgáltuk, hogy ez változik-e a fogyasztók neme és életkora alapján. A férfiak és nők között különbség volt abban, hogy mennyit költenek átlagosan havonta fitnessterembe járásra, az eredmények azt tükrözik, hogy a férfiak szignifikánsan több pénzt költenek erre a nőknél (Mann-Whitney U: 55688,00; $p < 0,01$). Életkor alapján is volt eltérés a válaszadók között. Az idősebb korosztály többet költ, mint a fiatalabbak, legtöbbit a 36–45 év közöttiek áldoznak a fitnessztermi edzésre (Khi-négyzet: 31,84; szf.: 4; $p < 0,01$). Ez az ár, mint a választást befolyásoló tényezőnél leírtakkal is magyarázható, a középkorosztály egzisztenciálisan kevésbé érzékeny az ilyen jellegű kiadásokra, különösen igaz ez a férfiak esetében. Végül felmértük, hogy van-e különbség a fitnesszteremre költött összegben a myersi típusok alapján. Az extravertió-intorverzió költségi hajlandósággal való összefüggéseinek vizsgálatából származó eredmények azt tükrözik, hogy az extravertált személyek (rangátlag: 392,40) az introvertáltaknál (rangátlag: 352,27) jelentősen nagyobb összeget fizetnek ki azért, hogy fitnesszteremben sportoljanak (Mann-Whitney U: 59901,50; $p < 0,01$). A többi személyiség-dimenzió (érzékelő/intuitív, gondolkodó/érző, megítélő/észlelő) alapján elkülönített csoportok között ebben a tekintetben nem volt szignifikáns eltérés.

Az eredmények szerint tehát feltételezhetően a mintából a 36 és 45 év közötti extravertált férfiak hajlandóak legdrágábban fitnesszterembe járni. Érdekes ezek után feltárni, hogy az edzőtermek milyen jellemzői, szolgáltatásai azok, amelyek befolyásolhatják, hogy milyen áron veszik azokat igénybe a fogyasztók.

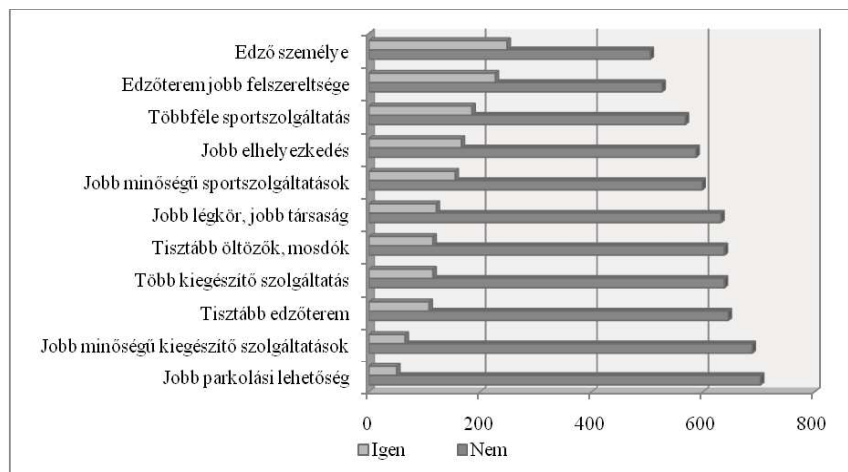
Vizsgálatunk következő lépése azt mérte fel, vannak-e, és ha igen, melyek azok a tényezők, amelyek miatt a sportolók az aktuális költségeiknél többet is lennének hajlandóak fizetni egy edzőteremben. Az eredményeket a 4. ábra szemlélteti.

A megkérdezett fogyasztók nagy része nem fizetne többet az aktuális költségeinél fitnessz szolgáltatásokért. Akik hajlandóak lennének magasabb árat fizetni, azok leginkább az edző személye miatt tennék ezt. A mintából 505 fő nem fizetne emiatt, 248-an viszont igen. A második legfontosabb szempont az edzőterem felszereltsége volt, amiért 227 fogyasztó fizetne magasabb árat. 185-en fizetnének, ha többféle sportszolgáltatást nyújtana egy fitnesszterem, 166-an a jobb elhelyezkedésért, 155-en a jobb minőségű szolgáltatásokért, 121-en a jobb légkör, jobb társaság kedvéért, 115-en a tisztább öltözőkért, mosdókért és több kiegészítő

szolgáltatásért, 108-an a tisztább edzőteremért. A legkevesebben a jobb minőségű kiegészítő szolgáltatásokért (65 fő), valamint a jobb parkolási lehetőségekért (50 fő) vállalnák a magasabb árat.

4. ábra: Mely tényezők miatt lennének hajlandóak többet fizetni a fogyasztók a fitness szolgáltatásokért?

Figure 4.: Which elements influence the fitness consumers' willingness to spend on fitness services?



Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N = 753)

Ez a sorrend azt sugallja, hogy amennyiben egy fitnessklub magasabb áron szeretné kínálni szolgáltatásait, elsősorban a megfelelő edzők alkalmazásával, az edzőterem jó felszereltségével és a változatos programokkal, órarenddel tudja ezt biztosítani.

Megvizsgáltam, hogy különböznek-e a mintában a férfiak és nők abban a tekintetben, hogy mely tényezők miatt vásárolnának drágábban fitness szolgáltatásokat (*1. táblázat*). A mintában szereplő nők inkább fizetnének többet, mint a férfiak, ha több kiegészítő szolgáltatást nyújtana számukra a fitnessklub (Mann-Whitney U: 59795,50; $p < 0,05$). Az edzőterem jobb felszereltségéért és a tisztább edzőteremért azonban már a férfiak fordítanak nagyobb összeget a fitnesszterem igénybevételére.

A többi tényező között nem volt számottevő különbség a két nem között. A kiegészítő szolgáltatások nagyobb jelentősége a nők körében ebből a szempontból feltételezhetően annak köszönhető, hogy ezek nagy részének a fitnessklubokon belül főként a nők a célközönsége (kozmetika, manikűr, pedikűr, gyermekmegőrző), míg kevesebb az olyan kiegészítő szolgáltatás, amelyet a férfiak is gyakran vesznek igénybe (szauna, masszázs, fodrászat), vagy amelyet kifejezetten férfiaknak szól. Az edzőterem felszereltsége és tisztasága azért lehet a férfiak szemében olyan

szempont, ami miatt több pénzt is kiadnak, mert a kifejezetten nők számára szóló edzések legtöbbször a fitnessklubon belül külön csoportos órák részére kialakított teremben folynak, a férfiak feltételezhetően több időt töltenek magában a gépekkel felszerelt edzőtermi részben.

1. táblázat: Szignifikáns különbségek nemek alapján a költési hajlandóságot befolyásoló tényezőkkel kapcsolatban
Table 1: Significant differences in factors influencing the willingness to spend between sexes

	Nem	Rangátlag	Mann - Whitney U	Szignifikanciaszint
Több kiegészítő szolgáltatás	férfi	369,95	59725,50	p<0,05
	nő	390,93		
Edzőterem felszereltsége	férfi	404,87	56198,00	p<0,01
	nő	362,90		
Edzőterem tisztasága	férfi	395,92	58463,50	p<0,01
	nő	367,43		

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N = 753)

Érdekes, hogy abban a felmérésben, amelyben azt vizsgáltuk, hogy milyen szempontok alapján választottak a minta tagjai edzőtermet, a férfiak értékelték jobban a kiegészítő szolgáltatásokat, míg a nők tartották kissé fontosabbnak az edzőterem felszereltségét és tisztaságát (a különbség csak a tisztaság értékelésénél volt szignifikáns). Azzal kapcsolatban, hogy miért fizetnének többet, éppen fordítva alakult ezek szerepe a két nem között. Ebből azt a következtetést lehet levonni, hogy fontos a felszereltség és a tisztaság a nők számára, de annyira nem, hogy többet is fizessenek érte, illetve a tisztaságot alapfeltételnek tekintik egy edzőterem működésében, amiért nem jár magasabb ár.

Életkor alapján megfigyelhető tendencia, hogy az alapszolgáltatások minőségéért a 18–25 év közöttiek fizetnének több pénzt, őket követik a 18 év alattiak, a 26–35, a 36–45 majd a 46 év felettiak, akik a legkevésbé fizetnének ezért magasabb árat (Khi-négyzet: 17,29; szf.: 4; $p < 0,01$) (2. táblázat). Hasonlóan alakult a sorrend a kiegészítő szolgáltatásoknál, szintén a 18–25 év közöttieknél a legmagasabb a rangátlag őket követik a 26–35 közöttiek, a 46 év felettiak, végül a 18 év alattiak és a 36–45 közöttiek (Khi-négyzet: 9,75; szf.: 4; $p < 0,05$). Ugyanígy a 18–25 év közötti korosztálynak a legnagyobb a fizetési hajlandósága a jobban felszerelt edzőterem esetében, valamint a 18 év alattiaknak, utánuk következnek a 26–35, a 36–45 év közöttiek és a 46 év feletti korosztály (Khi-négyzet: 24,52; szf.: 4; $p < 0,01$). Abban, hogy a tisztább öltözők és mosdók kedvéért fizetnének-e többet, a fiatalabb korcsoportok között nem volt különbség, egyedül a 46 év felettieknél volt alacsonyabb azok száma, akik többet fordítanak edzésre emiatt (Khi-négyzet: 10,15; szf.:

4; $p < 0,05$). A jobb légkör, jobb társaság viszont a 25 év alattiak mellett a 46 év felettieknek számított olyan tényezőnek, ami megéri a magasabb árat is (Khi-négyzet: 19,34; szf.: 4; $p < 0,01$).

2. táblázat: Szignifikáns különbségek életkor alapján a költési hajlandóságot befolyásoló tényezőkkel kapcsolatban

Table 2.: Significant differences in factors influencing the willingness to spend between different ages

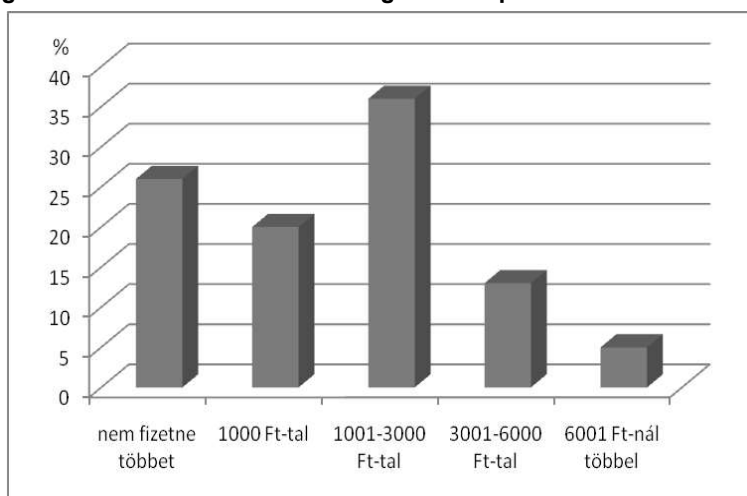
	Jobb minőségű alapszolgáltatások	Több kiegészítő szolgáltatás	Edzőterem jobb felszereltsége	Tisztább öltözők, mosdók
Életkor	Rangátlag	Rangátlag	Rangátlag	Rangátlag
18 év alattiak	384,02	357,92	405,65	384,81
18–25 évesek	405,58	392,71	411,41	380,76
26–35 évesek	367,77	381,56	356,59	385,70
36–45 évesek	350,55	351,41	346,46	383,31
46 év felettiek	347,02	377,99	336,61	337,78

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N = 753)

Megvizsgáltuk, hogy a személyiség-preferenciák befolyásolják-e azt, hogy mely tényezők vannak hatással a fitness fogyasztók költési hajlandóságára. Kizárólag a jobb elhelyezkedés szempontnál volt szignifikáns különbség (Mann-Whitney U: 62797,50; $p < 0,05$). A rangátlagok alapján ez az introvertáltak számára (391,71) lényegesebb tényező, mint az extravertáltaknak (367,84), és ők akár többet is fizetnének egy edzőterem jobb elhelyezkedése kedvéért. Mivel az introvertáltaknak kevésbé fontosak a tárgyi és szociális ingerek, így elképzelhető, hogy a legfőbb tényező, amelyet figyelembe vesznek, és amely hatására nagyobb áron vásárolnának fitness szolgáltatásokat, az az edzőterem számukra kedvező elhelyezkedése. A következő szignifikáns különbség az érzékelő és intuitív csoportok között mutatkozott meg a mosdók és öltözők tisztaságával kapcsolatban (Mann-Whitney U: 63057,00; $p < 0,01$). Ez a létesítmény-választásnál az érzékelőknek volt szignifikánsan fontosabb, ebben az esetben azonban az intuitívok csoportjának rangátlaga (396,67) lett magasabb az érzékelőkével szemben (362,30). Mivel az első vizsgálat arra vonatkozott, hogy mi alapján választanak edzőtermet, ez viszont arra, hogy mi miatt fizetnének érte többet, elképzelhető, hogy az intuitívok kevésbé ítélik tisztának az öltözőket és mosdókat abban az edzőteremben, ahová jelenleg járnak, és ezért értékelték ezt a szempontot úgy, mint ami kevésbé befolyásolta őket a választásban. Azonban, ha nagyobb tisztaság lenne jellemző, akkor készek lennének fizetni érte. A gondolkodó és érző, valamint a megítélő és észlelő preferenciapárosok között nem volt számottevő különbség arra vonatkozóan, hogy mely feltételek teljesülése mellett fizetnének az eddiginél nagyobb összeget a fitness szolgáltatások igénybevételére.

Ezek után felmértük, mennyivel lennének hajlandóak a fitnessz fogyasztók többet fizetni a fitnesszklubban való sportolásért. Eredményeinket az 5. ábra szemlélteti.

5. ábra: A fitnessz fogyasztók edzőteremmel kapcsolatos költési hajlandósága
Figure 5.: Fitness consumers willingness to spend on fitness services



Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N = 753)

A 753 megkérdezettből 195-en (26%) egyáltalán nem fizetnének többet semmilyen esetben az edzőterem-látogatásért a jelenleginél, 154 fő, azaz 20%, legfeljebb 1000 forinttal járna drágábban. 270 fő (36%) nyilatkozott úgy, hogy 1000 és 3000 forint közötti összeggel többet fizetne a számára kedvezőbb feltételek mellett, 99-en (13%) 3000 és 6000 forinttal, 35 fő (5%) még ennél is többet fizetne.

Ez azt jelenti, hogy a megkérdezett fitnessz fogyasztók több, mint fele 1000 forintnál nagyobb összeggel fordítana több pénzt a fitnessz szolgáltatások igénybevételére a jelenleginél, amennyiben azok a számára fontos kritériumoknak megfelelnek. Ha figyelembe vesszük, hogy a minta legnagyobb része (42%) havi 6000 és 12 000 forint között költ az edzőterem-látogatásra, arra következtethetünk, hogy ez az összeg akár 8–50%-os növekedést is elérhetne. A nemek között szignifikáns különbség van abban, hogy mennyivel költenének többet (Mann-Whitney U: 56728,50; $p < 0,05$). A férfiak (rangátlag: 402,78) eszerint több pénzt lennének készek kiadni, mint a nők (363,96). Kor szerint is szignifikáns az eltérés (Khi-négyzet: 16,26; szf.: 4; $p < 0,01$). Rangátlag alapján a sorrend a következő lett: 26–35 évesek (409,27), 18–25 évesek (387,59), 36–45 évesek (373,13), 46 év felettiak (364,92) és 18 év alattiak (307,20). A myersi személyiség típusok között azzal kapcsolatban, hogy

mennyivel fizetnének az eddiginél nagyobb összeget a fitness szolgáltatások igénybevételéért, nem volt jelentős különbség.

Ezekből az eredményekből arra következtethetünk, hogy a vendégek legnagyobb része elutasítja azt, hogy többet költsön a megszokottnál. Amennyiben mégis, az árral kapcsolatban a 18 év feletti korosztály és főként a férfiak számítanak rugalmasabbnak.

4. Következtetések

Vizsgálatunk a fitness vendégek edzslátogatási és költési szokásaira irányult. Eredményeink alapján megállapítható, hogy a fitnessteremben sportoló fogyasztók fizikai aktivitásának szintje magasabb az átlag lakosságéhoz képest, jóval nagyobb rendszerességgel végeznek testmozgást a hazánkban jellemző átlagnál. A fitnessklubok közötti választásukat leginkább a tárgyi környezet, a felszereltség, valamint a személyzet jellemzőinek mérlegelése befolyásolja, valamint ezen tényezők játszanak fontos szerepet költési hajlandóságukban is. A minta legnagyobb része nem fizetne magasabb árat a fitness szolgáltatások igénybevételéért, azonban vannak olyan jellemzők, amelyek miatt akár 50%-kal drágábban is megvásárolnák a fitnessklubba szóló bérletet.

Az eredmények azt sugallják, hogy a fitnessklubok fenntarthatósága érdekében az üzemeltetőknek, tulajdonosoknak szükséges felmérni a fogyasztók főbb jellemzőit, az általuk megszólítani kívánt célközönséget, és ezek alapján, hozzájuk alkalmazkodva kialakítani szolgáltatási profiljukat. Fontos, hogy a fitness szolgáltatók alaposan feltérképezzék a megcélzott csoportok edzslátogatási szokásait, valamint fitnessstermekkel szembeni elvárásait, hiszen ezek nagyban befolyásolják költési hajlandóságukat. Egy fitnessklubnak kiemelt figyelmet kell szentelnie a fizikai környezet kialakítására, valamint a személyzet megválogatására, hiszen ezek a tényezők bizonyultak döntő jelentőségűnek mind a sportlétesítmény-választásnál, mind a költési hajlandóság befolyásolásánál. Célszerű már egy fitnessterem megnyitásának tervezése során, annak kialakítása előtt is feltérképezni a környékbeliek életkori sajátosságait, életmódját, preferenciáit. Végül a szolgáltatóknak érdemes lehet a fogyasztók megnyerése érdekében kihangsúlyozni a fitnessterem működésének azokat a sajátosságait, amelyek a vizsgálat eredményei szerint leginkább hatással vannak a fogyasztók létesítmény-választására.

JEGYZETEK/NOTES

1. International Health, Racquet & Sports club Association (2015): The 2015 IHRSA Global Report: The State of the Health Club Industry. <https://www.ihrsa.org/publications/the-2015-ihrsa-global-report/pdf>. (Letöltés ideje: 2016. 04. 22.)
2. International Health, Racquet & Sports club Association (2017): The 2017 IHRSA Global Report: The State of the Health Club Industry. <https://www.ihrsa.org/publications/the-2017-ihrsa-global-report> (Letöltés ideje: 2017. 12. 10.)
3. Ács Pongrác–Kovács Antal (2015): A fizikai aktivitás lényeges mutatóinak változása hazánkban és az Unióban az elmúlt négy év vonatkozásában. Magyar Sporttudományi Szemle. Vol. 16. No. 62. (pp. 21.)
4. Kehl Dániel–Rappai Gábor (2006): Mintaelemszám tervezése Likert-skálát alkalmazó lekérdezésekben. Statisztikai Szemle. 84. (9) 848–875.
5. IHRSA (2015).
6. Special Eurobarometer (2014): Sport and physical activity. http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_412_en.pdf. (Letöltés dátuma: 2017. 10. 18.)
7. Müller Anetta (2015): Fitness Alapismeretek. In: Fitness-wellness és táplálkozás terápia elmélete és gyakorlata (szerk. Melczer Csaba.) Pécs. (pp. 8–28.) http://www.etk.pte.hu/files/tiny_mce/File/oktatas/OktatasiAnyagok/!Palyazati/sport/FitnessWellness_eK2.pdf.
8. Müller A., Rácz I. (2011): Aerobic és Fitness irányzatok. Campus Kiadó, Budapest. (pp. 277.)
9. 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. (pp. 25–35.)
10. Müller Anetta–Bíró Melinda–Hidvégi Péter–Váczi Péter–Dávid Lóránt Dénes–Szántó Ákos (2017): A 2016-os fitnessz trendek helye és szerepe a rekreációban. ACTA ACADEMIAE PAEDAGOGICAE AGRIENSIS NOVA SERIES: SECTIO SPORT No. 44. (pp. 91–102.)
11. Andrea L. D., Bess H. M., James B. K., Melissa E. G., Harold W. K., Steven N. B. (1999): Comparison of Lifestyle and Structured Interventions to Increase Physical Activity and Cardiorespiratory Fitness JAMA. Vol. 281. No. 4. (pp. 327–334.) doi: 10.1001/jama.281.4.327. In: <http://jama.ama-assn.org/content/281/4/327.abstract>
12. Neuffer P. D. (1989): The effect of detraining and reduced training on the physiological adaptations to aerobic exercise training. In: Sports medicine. Vol. 8. No. 5. (pp. 302–320.) Társadalomtudományi Kar Tudományos Közleményei Vol. 7. No. 1. (pp. 233–247.)
13. Ross E. A., Thomas A. W., Susan J. B., Babette Z., Tony J. V. Shawn C. F. (1999): Effects of Lifestyle Activity vs Structured Aerobic Exercise in Obese Women. JAMA. Vol. 281. No. 4. (pp. 335–340.) doi: 10.1001/jama.281.4.335. In: <http://jama.ama-assn.org/content/281/4/335.abstract>
14. Osváth Péter (1999): A női testformálás; Eurovina Nyomda. (pp. 7–78.)

FELHASZNÁLT IRODALOM/REFERENCES

- Ács Pongrác–Kovács Antal (2015): A fizikai aktivitás lényeges mutatóinak változása hazánkban és az Unióban az elmúlt négy év vonatkozásában. Magyar Sporttudományi Szemle. Vol. 16. No. 62. (pp. 21.)
- Andrea L. D., Bess H. M., James B. K., Melissa E. G., Harold W. K., Steven N. B. (1999): Comparison of Lifestyle and Structured Interventions to Increase Physical Activity and Cardiorespiratory Fitness JAMA. Vol. 281. No. 4. (pp. 327–334.) doi: 10.1001/jama.281.4.327. In: <http://jama.ama-assn.org/content/281/4/327.abstract>
- International Health, Racquet & Sports club Association (2015): The 2015 IHRSA Global Report: The State of the Health Club Industry. <https://www.ihrsa.org/publications/the-2015-ihrsa-global-report/pdf>. (Letöltés ideje: 2016. 04. 22.)
- International Health, Racquet & Sports club Association (2017): The 2017 IHRSA Global Report: The State of the Health Club Industry. <https://www.ihrsa.org/publications/the-2017-ihrsa-global-report> (Letöltés ideje: 2017. 12. 10.)
- Kehl Dániel–Rappai Gábor (2006): Mintaelemszám tervezése Likert-skálát alkalmazó lekérdezésekben. Statisztikai Szemle. 84. (9) 848–875.
- Special Eurobarometer (2014): Sport and physical activity. http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_412_en.pdf. (Letöltés dátuma: 2017. 10. 18.)
- Müller Anetta (2015): Fitness Alapismeretek. In: Fitness-wellness és táplálkozás terápia elmélete és gyakorlata (szerk. Melczer Csaba.) Pécs. (pp. 8–28.) http://www.etk.pte.hu/files/tiny_mce/File/oktatas/OktatasiAnyagok/!Palyazati/sport/FitnessWellness_eK2.pdf.
- 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. (pp. 25–35.)
- Müller Anetta–Bíró Melinda–Hidvégi Péter–Váczi Péter–Dávid Lóránt Dénes–Szántó Ákos (2017): A 2016-os fitnessz trendek helye és szerepe a rekreációban. ACTA ACADEMIAE PAEDAGOGICAE AGRIENSIS NOVA SERIES: SECTIO SPORT No. 44. (pp. 91–102.)
- Müller Anetta–Rácz Ildikó (2011): Aerobic és Fitness irányzatok. Campus Kiadó, Budapest. (pp. 277.)
- Neufer P. D. (1989): The effect of detraining and reduced training on the physiological adaptations to aerobic exercise training. In: Sports medicine. Vol. 8. No. 5. (pp. 302–320.)
- Osváth Péter (1999): A női testformálás; Eurovina Nyomda. (pp. 7–78.)
- Ross E. A., Thomas A. W., Susan J. B., Babette Z., Tony J. V. Shawn C. F. (1999): Effects of Lifestyle Activity vs Structured Aerobic Exercise in Obese Women. JAMA. Vol. 281. No. 4. (pp. 335–340.) doi: 10.1001/jama.281.4.335. In: <http://jama.ama-assn.org/content/281/4/335.abstract>