

OTDK-DOLGOZAT

2015

**EGY VIDÉKI FŐISKOLA HALLGATÓINAK UTAZÁSI ÉS
REKREÁCIÓS SZOKÁSAI**

**TRAVEL AND RECREATIONAL HABITS OF STUDENTS AT A
COLLEGE**

Kézirat lezárva: 2013. október 29.

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS	1
2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS	3
2.1. A TURIZMUS, MINT VILÁGJELENSÉG	3
2.1.1. A turizmus és a turista fogalma	4
2.1.2. A turizmus rendszere	5
2.1.3. A motiváció	6
2.1.4. A szabadidő	7
2.1.5. Diszkrecionális jövedelem.....	8
2.2. A TURIZMUS TÍPUSAI, AZ UTAZÁS ALAPVETŐ CÉLJA.....	8
2.3. AKTÍV TURIZMUS	9
2.4. REKREÁCIÓ.....	10
2.4.1. A rekreáció fogalma és területei	10
2.4.2. A rekreáció és turizmus kapcsolata	11
2.5. IFJÚSÁGI TURIZMUS	12
2.5.1. A turisztikai termék fogalma	12
2.5.2. A turisztikai termék tárgyi elemei	12
2.5.3. A turisztikai termékek csoportosítása.....	15
2.5.4. Csoportspecifikus turisztikai termékek	15
2.5.5. Az ifjúsági turizmus fogalma, szegmentációja és jellemzői.....	15
2.5.6. Az ifjúsági turizmus helye a fejlesztési stratégiákban.....	17
3. ANYAG ÉS MÓDSZER	18
3.1. A VIZSGÁLAT ANYAGA	18
3.2. A VIZSGÁLAT, MÓDSZEREI	18
3.3. A VIZSGÁLT MINTA	19
4. GYÖNGYÖS ÉS A FŐISKOLA KÍNÁLATI ELEMEINEK BEMUTATÁSA. 21	
4.1. A GYÖNGYÖSI FŐISKOLA RÖVID BEMUTATÁSA.....	21
4.2. REKREÁCIÓS LEHETŐSÉGEK GYÖNGYÖS ÉS KÖRNYÉKÉN.....	22
4.2.1. Térítésmentes sportolási lehetőségek a hallgatók részére a 2013/2014-es tanévben.....	22
4.2.2. A felsőoktatási intézmény sportcentruma.....	23
4.2.3. Oxygen Adrenalin Park	23
4.2.4. A gyöngyösi Sportfólió Kft. szabadidős létesítményei	24
4.2.5. Sportkert	24
4.2.6. Hegyi Sportok Bázisa	25
4.2.7. Fitnesz és edzőtermek Gyöngyös és környékén	25
4.2.8. Síelés a Mátrában.....	26
4.2.9. Batthyány téri tenispálya, Gyöngyös	26
4.3. A HALLGATÓI ÖNKORMÁNYZAT (HÖK) SZEREPE A HALLGATÓK REKREÁCIÓS TEVÉKENYSÉGÉNEK ELŐSEGÍTÉSÉBEN	27
4.3.1. A Hallgatói Önkormányzat szervezeti felépítése	27
4.3.2. A sportfelelősi tisztségről	28
4.3.3. A hallgatók aktivitására vonatkozó információk.....	28
4.3.4. Hallgatók igényeinek felmérése	28

4.3.5. Népszerű programok, táborok, rendezvények	29
4.3.6. Kommunikációs csatornák	29
4.3.7. Anyagi források	30
4.3.8. Jövőbeli tervek.....	30
4.4. „SPORT A FELSŐOKTATÁSBAN” CÍMŰ HALLGATÓI IGÉNYFELMÉRÉS EREDMÉNYEI ...	30
5. A KUTATÁS EREDMÉNYEI	33
5.1. UTAZÁSI SZOKÁSOK.....	33
5.2. SPORTOLÁSI SZOKÁSOK	42
5.3. REKREÁCIÓS SZOKÁSOK	43
6. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK	48
ÖSSZEFOGLALÁS	50
IRODALOMJEGYZÉK	52
MELLÉKLETEK.....	I

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat: Az aktív turizmus gyűjtőfogalmába tartozó turisztikai termékek	9
2. táblázat: Az ifjúsági turizmus szegmenseinek összefoglaló jellemzése	16
3. táblázat: A mintában szereplők üdülés alatti szálláshelyeinek megválasztása (n=120) ..	36
4. táblázat: Varimax módszerrel rotált faktorsúlymátrix sorba rendezett eredményekkel .	38
5. táblázat: A Főiskola által kínált rekreációs lehetőségek igénybevételének megoszlása a kitöltők körében (n=120)	44

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Nemzetközi turistaérkezések száma (milliárd) és a turisztikai bevételek (Mrd USD) alakulása 1950 és 2020 között	4
2. ábra: A turizmus rendszere és környezete	5
3. ábra: A turizmus rendszere és környezete	6
4. ábra: Maslow-féle szükséglet piramis és idegenforgalmi értelmezése	7
5. ábra: A rekreációs tevékenységek fajtái	11
6. ábra: A turizmus tárgyi feltételeinek egymásra épülése	13
7. ábra: A válaszadók nem és kor szerinti ábrázolása „korfa” segítségével (n=120)	19
8. ábra: A hallgatók havi sportolásra költött összegeinek megoszlása (n=80)	31
9. ábra: A hallgatók havi sportolásra költött összegeinek megoszlása „ideális körülmények” esetében (n=80)	32
10. ábra: A hallgatók utazásainak iránya (n=120)	33
11. ábra: Mely hónapban szoktál leginkább üdülni? (n=120)	34
12. ábra: A válaszadók megoszlása a nyaralási partnerek tekintetében (n=120)	35
13. ábra: A mintában szereplők utazáshoz szükséges közlekedési eszközeinek megválasztása (n=120)	36
14. ábra: A klaszteranalízis alapján kapott csoportok ábrázolása (n=115)	39
15. ábra: A létrejött klaszterek megoszlása (n=115)	40
16. ábra: A létrejött klaszterek megoszlása nemenkénti bontásban (n=115)	41
17. ábra: A sportolás gyakorisága a sportoló hallgatók körében (n=88)	43
18. ábra: A sportolás hiányának okai a nem sportolók körében (n=32)	43
19. ábra: A diákok tájékozódási forrásai a főiskolai rekreációs lehetőségekről (n=120) ..	45
20. ábra: Gyöngyös rekreációs lehetőségeinek értékelése 1-6-ig terjedő skálán (n=120) ..	45
21. ábra: A Főiskola rekreációs lehetőségeinek értékelése 1-6-ig terjedő skálán (n=120)	46
22. ábra: A tanulók válaszai a „Mennyi időt töltesz a következő elfoglaltságokkal?” kérdésre (n=120)	47

1. BEVEZETÉS

A főiskolai élet elsősorban a tanulásról, másodsorban a kikapcsolódásról, szórakozásról, szabadidő-eltöltésről szól. Tanulni minden diáknak szükséges, erről gondoskodik a felsőoktatási intézmény, azonban azt, hogy a tanulási kötelezettségen kívül fennmaradó időmennyiséget hogyan és mire használják fel a hallgatók, igen összetett szempontok függvénye.

Egyrészt jelen van a motiváció, mint belső indíttatású szükséglet, amelyet egyfajta mozgatóerőként írhatunk le, folyamatosan cselekvésre ösztönöz. Másrészt a hallgatók szabadidő-eltöltését az őket befogadó környezet és főiskola kínálati elemei is befolyásolják. Egy érdekes viszonyrendszernek lehetünk tanúi, hiszen a hallgatók a főiskola tanulmányi rendszerében tanulóként szerepelnek, a sástói Oxygen Adrenalin Park nyilvántartásában viszont már látogatóként. Ezeken kívül az életforma, életstílus és sokminden más hatással van a szabadidő-eltöltésre.

Dolgozatom témaválasztását több tényező indokolja.

Az egyik érvem mellett szól, hogy a fiatal korosztály szabadidő-eltöltési szokásainak vizsgálata mindig népszerű és kutatható téma. Korunk „élménygazdaság” és „élménytársadalom” világában a fiatalok, mint fogyasztók erőteljesen jelen vannak. A hétköznapiak során is tapasztaljuk, hogy „élményparkba” látogatnak, „élménypizzériában” étkeznek, „élményfesztiválon” vesznek részt. Életkori sajátosságaikból kifolyólag jellemzi őket az élményorientáltság, az élményekre való nyitottság (Schulze, 1992).

Nem elhanyagolandó az a tény, hogy nemzetközi viszonylatban az ifjú turisták teszik ki a turizmus keresleti oldalának 20 százalékát. Ez évente 160 millió utazást és 136 milliárd dolláros turisztikai piacot jelent (WYSE-TC, 2008).

A M. Á. S. T Piac- és Közvélemény-kutató Társaság 2008-as adatgyűjtése alapján a 17-30 éves korosztály (18-24 és 25-30 év) a hazai utazások 28,4%-át adja a többnapos, és 28,9%-át az egynapos utazások esetében.

Témaválasztásomra hatással volt a Mozgásvilág nevezetű internetes magazinban megjelent negatív kicsengésű cikk, mely szerint a 18-25 éves korosztály egészségügyi mutatói romlanak. Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) felmérései szerint a krónikus betegségek (magas vérnyomás, keringési zavarok, diabétesz) kialakulásának alapja a mozgásszegény életmód és az alanyok körülbelül 30%-át a fiatal felnőttek teszik ki (Mozgásvilág, 2009).

Szerencsére számos kezdeményezést láthatunk arra vonatkozóan, hogy az egyes felsőoktatási intézmények hogyan próbálnak élen járni az egészséges életmódra való nevelésben, a sport népszerűsítésében. A gyöngyösi Főiskola, ahol immár harmadik éve a tanulmányaimat végzem sem kivétel ez alól.

Magamról elmondhatom, hogy rendszeresen sportolok, szívesen veszek részt a Hallgatói Önkormányzat által szervezett rendezvényeken illetve kirándulásokon. Emellett a diákkedvezményeket kihasználva utazok, amerre csak kedvem tartja. Próbálok pozitív példát mutatni hallgatótársaimnak, hogy a szabadidőnk minimális ráfordítással, hasznosan is eltölthetjük.

Dolgozatom alaphipotézisei a következők:

1. Az ifjú korosztály fogyasztása a turizmussal kapcsolatosan megnyilvánul, a diákok tudatosan készülnek elsősorban a nyári szünet utazással történő eltöltésére, főként barátokkal együtt szervezett utak formájában.
2. Az utazást választó hallgatók kényelemmel kapcsolatos elvárásai alacsonyak, ugyanis árérzékenyek.
3. A hallgatók legfőbb utazási motivációja a szabadidő-eltöltés, pihenés, kikapcsolódás.
4. A hallgatók üdülés alatti szabadidő-eltöltési módja nem azonos, turistaként nem alkotnak homogén közösséget.
5. A gyöngyösi Főiskola tanulóinak többsége aktív életmódot folytat, sportol szabadidejében, viszont a sportolók nagy része nem használja ki az intézmény és a város által nyújtott edzési lehetőségeket.
6. A Főiskola alkalmazkodni tud a diákok változó igényeihez a széles rekreációs kínálat kialakításával.

2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

A turizmus társadalomban, gazdaságban betöltött szerepével közvetve vagy közvetlenül nagyon sokan foglalkoztak az elmúlt évtizedekben. Nem célom, hogy a szakirodalom teljes körű áttekintésére támaszkodjak. Az alábbi rendszerező összefoglalóban bemutatom a turizmus jelenségét, meghatározom a turizmus és turista fogalmát, majd felvázolom a turizmus rendszerét. Érintem az szabadidős turizmus területét, azon belül az ifjúsági és aktív turizmust. A rekreációt a megszokottaktól eltérő aspektusban, a turizmussal összefüggésben tárgyalom.

2.1. A TURIZMUS, MINT VILÁGJELENSÉG

„A világ egy könyv; aki otthon marad, csak egy oldalt olvas el.” –írja Szent Ágoston.

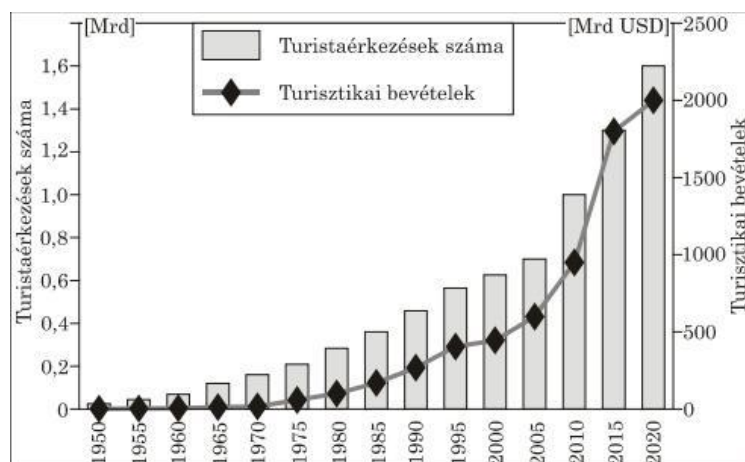
A turizmus jelenlegi értelmezésében meglehetősen új jelenségnek számít, bár a szabadidőben történő utazások már az ókortól kezdve ismertek voltak. Kezdetben az utazások alatt olyan helyváltoztatást értettek, mely főként tanulás, vallás, sport tevékenységek gyakorlása érdekében történt. A történelem során az utazás kizárólag felsőbb rétegek előjoga volt. A 18-19. században kibontakozó ipari forradalom új alapokra helyezte a turizmust. Fejlődött az idegenforgalmi kínálat, bővültek a szállás, étkezési lehetőségek, a közlekedést illetően jelentős modernizáció történt. Így az iparosodással, valamint az azzal összefüggő városiasodással és polgárosodással szélesebb kör számára teremtdtek meg az utazáshoz szükséges alapfeltételek, mint a szabadidő, diszkrecionális jövedelem, motiváció (Puczkó-Rácz, 1998).

A 20. századot szokás a turizmus tömegessé válásának koraként is jellemezni. Igaz, voltak olyan események pl. világháborúk, gazdasági válság (1929), olajválság (1973), melyek egy időre megszakították a turizmus fejlődését, de az újra talpra tudott állni.

A 20. század végére és a 21. század elejére a turizmus mindennapjaink legmeghatározóbb gazdasági és társadalmi jelenségévé válik (Lengyel, 2004).

A nemzetközi turistaérkezések számát az 1. ábra mutatja, mely szerint azok 1950-ben 25 millióra, 2000-ben 700 millióra, 2008-ban 924 millióra, 2010-ben 939 millióra nőttek.

A forgalomból eredő bevételek ugyanezen években a következőképp alakultak: 2,1 md USD (1990)-476 md USD (2000)-kb. 750 md USD (2008)-kb. 900 md USD (2010), 2012-ben átlépte az 1 milliárd dollárt. (1. ábra)



1. ábra: Nemzetközi turistaérkezések száma (milliárd) és a turisztikai bevételek (Mrd USD) alakulása 1950 és 2020 között

Forrás: Voleszák (1998) és Lengyel (1984) alapján
in: (Heti Turizmus, é.n.) p. 4.

2.1.1. A turizmus és a turista fogalma

A turizmus legelterjedtebb definícióját a World Tourism Organization és az Interplanetáris Unió 1989-ben elfogadott Hágai Nyilatkozata adja meg a következő formában:

„A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat.” (Lengyel, 2004, 79. o.)

A hágai definíciót egészítette ki az Ottawai Konferencián elhangzott értelmezés, mely szerint a turizmus: „Olyan mindennapi életvitelen túli tevékenység, melynek során a szokásos környezetükből kiszakadva a motiváció a szabadidő eltöltése, üzleti, vagy egyéb cél. A felkeresett helyen az utazó kevesebb, mint egy évig tartózkodik.” (WTO, 1993)

A legújabb, 21. század eleji turizmusdefiníciót Michalkó (2004, 21. o.) alkotta meg, miszerint „A turizmus lényege a személyek élményszerzéssel párosuló környezetváltozása, amelynek során szolgáltatások igénybevételére kerül sor.”

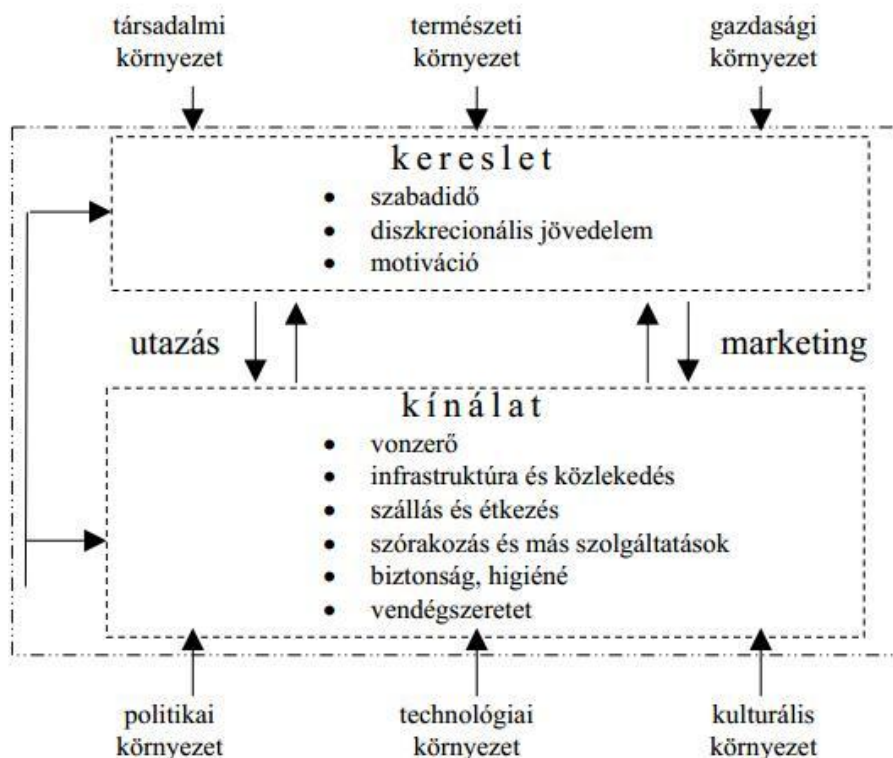
A turisztikai céllal utazó személyeket statisztikai szempontból két kategóriába szokták besorolni. Az egyik a turista, mint időszakos látogató, akinek állandó lakhelye nem az adott országban van és legalább 24 órát tartózkodik a célországban. Látogatónak nevezzük a kirándulót is, aki 24 óránál kevesebbet tölt el az adott országban (Puczkó-Rácz, 2000).

2.1.2. A turizmus rendszere

A turizmus rendszerének két fő résztvevője van, az egyik a turista, aki a gazdaság keresleti oldalát jelenti, a másik pedig a kínálatot megtestesítő turisztikai termék, szolgáltatások. A két alrendszert három tényező kapcsol össze: marketingtevékenység, utazás, közvetítő szektor.

Lengyel Márton A turizmus általános elmélete című először 1992-ben, majd azóta többször is megjelentetett művében a keresleti elemek közül a motivációnak, a kínálati elemek közül a vonzerőnek szán központi szerepet. A két elemet sajátos módon összekapcsolja, ugyanis a turista részéről a motiváció megléte vagy hiánya dönti el, hogy az adott fogadóterületre elutazik vagy sem (Lengyel, 2004).

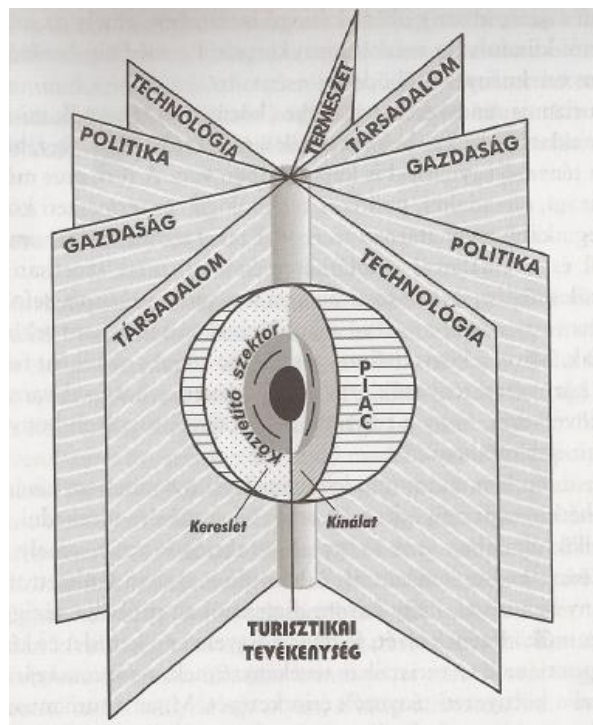
A turizmust, mint a 2. ábra is szemlélteti, nyílt rendszerként értelmezi, ugyanis környezetével (természeti, társadalmi, gazdasági stb.) állandó kölcsönhatásban van, onnan különböző inputokat szerez be és oda különféle outputokat bocsát ki.



2. ábra: A turizmus rendszere és környezete

Forrás: Lengyel (2004) p. 47.

Michalkó Gábor (2004) könyvében (3. ábra) egy háromdimenziós kereslet-kínálat alapokon nyugvó modellt szemléltet. A két elem szoros összesimulása a turisztikai piac létrejöttét ábrázolja. A turisztikai piacon belül kiemelt szereppel bír a turisztikai tevékenység, mint a turizmus legegzezaktabb megnyilvánulása. A keresletet és kínálatot a közvetítő szektor kapcsolja össze, amely egyfajta kompként funkcionál, a szolgáltató szektortól kezdve a marketingen át a médiáig segíti az idegenforgalom sikeres működését. Michalkó rendszerében Lengyeléhez hasonlóan a környezeti tényezők hatnak a piac működésére, de úgy, hogy minden elem egymással is kapcsolatban áll.



3. ábra: A turizmus rendszere és környezete

Forrás: Michalkó (2004) p. 105.

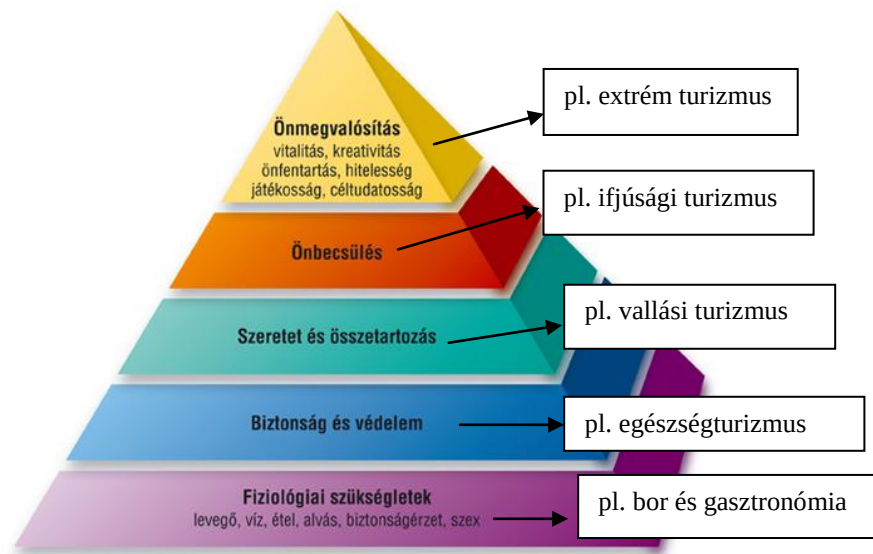
2.1.3. A motiváció

Ahogy a bevezetésben is említettem a motivációnak kulcsfontosságú szerepe van a kikapcsolódási célú döntések meghozatalában. A szabadidő és diszkrecionális jövedelem mellett ez a legfontosabb tényező, mely a keresletet befolyásolja.

A motiváltság az egyén viselkedését befolyásoló állapot, amikor valamely szükségletének kielégítése jelentős hatást gyakorol akár a pillanatnyi, akár a huzamosabb időn keresztül folytatott tevékenységére. Maslow elmélete szerint a szükségleteknek létezik egy

hierarchiája, mely a biológiai szükségletektől a legmagasabb pszichológiai motivációkig terjed. A magasabban elhelyezkedő szükségletek csak akkor válnak fontossá, ha az alapvető szükségletek már kielégítést nyertek. A modern turizmuselmélet korán rájött, hogy a különféle utazások egy-egy szükségletet elégítenek ki (Michalkó, 2012).

Maslow (1943) az emberi szükségleteket öt, hierarchikusan egymásra épülő kategóriába csoportosította, mely idegenforgalmi példákkal együtt újféle megközelítést alkot. (4. ábra)



4. ábra: Maslow-féle szükséglet piramis és idegenforgalmi értelmezése

Forrás: Maslow (1943) alapján saját szerkesztés

Mill – Morrison (1985) két új elemmel egészítette ki a piramist:

- esztétikai pl. naplemente Bali szigetén
- tudni, megérteni pl. nyelvismeret bővítése érdekében megtett utazások

2.1.4. A szabadidő

A keresletet ugyancsak befolyásoló szabadidő regenerálódásra, feltöltődésre ad lehetőséget. Az egyik legteljesebb, legaktuálisabb szabadidő-definíciót Dumazedier, francia szociológus alkotta meg: „A szabadidő olyan foglalatosságokból áll, amelyeket az egyén szabad akaratából fejt ki, hogy pihenjen, vagy szórakozzon, hogy ismereteit bővítse, vagy képességeit anyagi érdek nélkül tökéletesítse, miután szakmai, családi és társadalmi kötelezettségeinek eleget tett.” (Szabó, 2002, 45. o.)

A turizmus felismerte azt az igényt, hogy az emberi létet meghatározó munka világából megmaradó hányadot az egyén szervezeten, élményszerűen töltsse el. Ennek kielégítésére

jöttek létre azok a szolgáltatók, akik professzionálisan programozzák a szabadidőt. A szabadidőipar piaci szereplővé vált, képviselői egymással versenyezve igyekeznek a fogyasztók kegyeibe férközni (Michalkó, 2004).

2.1.5. Diszkrecionális jövedelem

Diszkrecionális vagy szabadon elkölthető jövedelem a harmadik tényező, mely a keresletre hatással van. Diszkrecionális jövedelem alatt a háztartás fenntartásával kapcsolatban felmerülő alapvető költségek kiegyenlítése után szabad rendelkezés szerint felhasználható jövedelmet értjük. A jövedelem megmutatja, hogy abból mennyi árut és szolgáltatást lehet a piacon megvásárolni. Ha a turizmus és jövedelmi viszonyok kapcsolatát vizsgáljuk, kevés kutatást találunk. Amennyiben a piacra koncentrálnak, láthatjuk, hogy ugyanabba a desztinációba eltérő áron, eltérő színvonalú szolgáltatásokat igénybe véve is el lehet jutni. Így a potenciális turista a diszkrecionális jövedelmi szintjének kedvező színvonalat figyelembe véve hozza meg a döntését az utazásról.

A fentiekén kívül a szocializáció-vagyis az a folyamat, amelynek során az ember a társadalomba beilleszkedő, öntudattal bíró, értelmes személyiséggé válik- szerepe megkérdőjelezhetetlen a kereslet kialakulásában (Michalkó, 2004).

2.2. A TURIZMUS TÍPUSAI, AZ UTAZÁS ALAPVETŐ CÉLJA

Amennyiben a turizmus megjelenési formáit vizsgáljuk, többféle tipológiával találkozhatunk. A turisták küldőterülete és az általuk választott úti cél viszonya szerint az alábbi témámmal összefüggő csoportosításról beszélhetünk:

- belföldi turizmus: a lakosság országon belüli turisztikai utazásai.
- kiutazó turizmus: a lakosság turisztikai célú utazásai külföldre.

Jellemzően a mai társadalmak (beleértve a magyart is) alapvetően a munka, hivatás, tanulás valamint a szabadidő köré szerveződnek. Az utazás célja szerint megkülönböztetünk:

- hivatás és
- szabadidős turizmust

Mivel a vizsgálatom középpontjában lévő ifjúsági korosztály elsődleges kötelezettsége a tanulás, iskolalátogatás, ezért elsősorban a szabadidős turizmusban lehetnek érdekeltek. Tehát dolgozatomban turisztikai utazások alatt a szabadidőben történő utazásokat értem, a hivatásturizmust figyelmen kívül hagyom.

Szabadidő vagy üdülő turizmus esetén a legfőbb cél a szórakozás, pihenés, szabadidő tartalmas eltöltése. Nagy tömegeket érint és erős szezonális jellemzi. Az utazás saját megtakarításból (diszkracionális jövedelem), a saját szabadidő terhére történik.

- a küldőterület szempontjából lehet aktív és passzív
- minőségi szempontból: luxus és tömeges turizmus
- az utazás szervezettsége alapján: szervezett és nem szervezett utazó
- a turisták korösszetétele szerint: ifjúsági és senior turizmus

(Európa 2000 Középiskola, é. n.)

2.3. AKTÍV TURIZMUS

A regionális fejlesztési stratégiák az ifjú turistákat az aktív turizmussal hozzák kapcsolatba. Ennek alapja a számukra vonzó aktív kínálat illetve az a tény, hogy egészségügyi okokból ezen szegmens alkalmas leginkább aktív turisztikai tevékenységek végzésére (Ifjúsági stratégia, 2010).

„Az aktív turizmus olyan turizmusforma, amely esetében a turista utazásának motivációja valamilyen fizikai aktivitást igénylő szabadidős vagy sporttevékenység gyakorlása.”(Magyar Turizmus Rt., 2003)

Michalkó (2004) definíciója szerint az aktív turizmus a magyar nyelvben meghonosodott, latin eredetű szó elsődleges jelentéséből kiindulva azt a fajta turisztikai tevékenységet értjük alatta, ahol a turista magatartását cselekvő, tevékeny folyamatok jellemzik. Az aktív turizmus alatt lényegében olyan utazásokat értünk, ahol a turista a hétköznapiól eltérő intenzív mozgást végez, mindeközben valamilyen árut vásárol.

A nemzetközi szakirodalomban korábban nem számított bevett fogalomnak, leginkább a szabadidős sporttevékenységhez kapcsolták. Megállapítható, hogy mindig a hagyományoshoz képest valamilyen intenzívebb időtöltést jelent.

1. táblázat: Az aktív turizmus gyűjtőfogalmába tartozó turisztikai termékek

Víziturizmus	Horgászturizmus	Lovasturizmus
Kerékpárturizmus	Vadászturizmus	Síturizmus
Golfturizmus	Természetjárás	Egyéb (pl. extrém sportok)

Forrás: Michalkó (2004) p. 170.

2.4. REKREÁCIÓ

Ahogyan sűrűsödnek a zárthelyi dolgozatok, közeledik a vizsgaidőszak, egyre több diáktársam érzi magát feszültnek, túlterheltnek. Ilyenkor a stressz jelei, illetve a fáradtság tünetei jelentkeznek az emberi szervezetben. A fáradtság két típusát különböztetjük meg: objektív és szubjektív fáradtság. Az előbbire a pihenés, alvás; az utóbbira a rekreáció, kikapcsolódás nyújt segítséget.

A továbbiakban ismerkedjünk meg a rekreációval közelebbről.

2.4.1. A rekreáció fogalma és területei

Rekreáció alatt a helyi társadalom aktív, testmozgással együtt járó szabadidős tevékenységét értjük, amelynek legfőbb célja, hogy az egyén önmaga egészségét és munkabíró-képességét megőrizze. A rekreációhoz elsősorban olyan tevékenységek tartoznak, amelyek a mindennapi szabadidő-eltöltés részét képezik és az esetek többségében ingyenesen, vagy minimális térítés ellenében végezhetők (Michalkó, 2004).

A rekreáció az emberi munkavégző-képesség és teljesítőképesség újratermelésében játszik elengedhetetlen szerepet. A gondolatmenetet Szabó (2002, 7. o.) tovább fogalmazza: „Szó lehet bizonyos „bővített újratermelésről is”, hiszen a különféle rekreációs tevékenységekkel bővül az ember ismeretanyaga, tudása gyarapszik, és munkáját, teljesítőképességét is nagyobb határfokon tudja működtetni.”

A rekreáció felosztása és eszközrendszerének bemutatása többféle módon történhet. Ezek közül kiemelnék egy csoportosítást:

Szellemi rekreáció

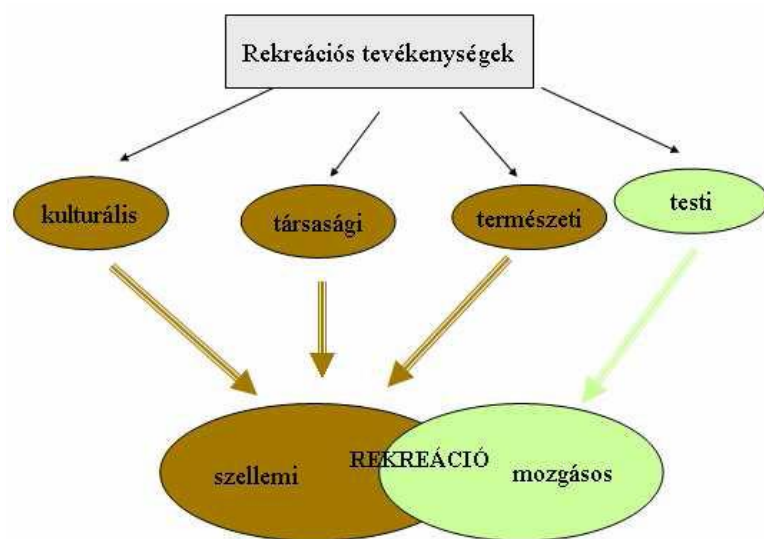
Típusai:

- Passzívak (befogadó szerep) pl. olvasás, kiállítások megtekintése, szurkolás
- Aktívak vagy kreatívak (résztevő, létrehozó szerep) pl. éneklés, festés, fafaragás
- Hobbi jellegűek (egyben részttevő és létrehozó is) pl. gyűjtés, kisvasutazás

Fizikai vagy mozgásos rekreáció

Típusai:

- Hobbi jellegű tevékenységek pl. barkácsolás, kertészkedés
- Tánc-és a táncjellegű mozgások
- Turisztika pl. kirándulás, túrázás, alpinisztika
- Játék
- Rekreációs sport



5. ábra: A rekreációs tevékenységek fajtái

Forrás: Rekreáció elmélete és gyakorlata (2009) p. 2.

Turizmus

A turizmusról, mint rekreációs területről a szerző a következő módon fogalmaz: „(nem turisztika) az egyik legklasszikusabb, hatalmas tömegeket mozgó rekreációs tevékenység.” (Kovács, 2004)

2.4.2. A rekreáció és turizmus kapcsolata

A következő részfejezetben a rekreáció és turizmus kapcsolatát fogom összehasonlítani. Közös jellemzőként említhető, hogy a rekreáció és turizmus is egyfajta környezetváltozással jár együtt. Különbség elsősorban az irányultságban rejlik. Míg a turizmus elsődleges célja a maradandó élmény keresése, a rekreációé az átmeneti, aktív kikapcsolódás, a szervezet felfrissítése. Az a mozgási folyamat tehát, amely a turista számára ritkán ismételt élményt, az egy helyi lakosnak akár mindennapos, rutinszerű eseménysort is jelenthet (pl. reggeli kocogás New Yorkban, a Central Parkban). További különbségeket tehetünk a környezetváltozás mértéke alapján. Az aktív turizmus folytatásakor a biztos tájékozódási pontokat jelentő térségből kilépve keressük a mozgás nyújtotta élményeket. A rekreáció során éppen a rendelkezésre álló rövidebb idő következményeként nem hagyjuk el a bejárt térpályánkat. A harmadik különbségtétel a pénzköltés alapján történik. A turizmus üzletként arra hivatott, hogy fogyasztásra ösztönözze a vendégeket. A rekreáció esetében erősebben van jelen a szociális, jóléti szerep (így gyakran ingyenes, vagy kedvezményes áru).

Az aktív turizmus fejlesztésében különösen fontos szerepre tehetnek szert azok a rekreációs zónák, amelyek a turisztikailag frekventált térségek közelében helyezkednek el, mivel kiegészítő programok tereként szolgálhatnak a vendégek számára és hozzájárulhatnak a turizmus területi decentralizációjához (Michalkó, 2004).

2.5. IFJÚSÁGI TURIZMUS

Mivel az ifjúsági turizmus a kínálat alapjául szolgáló turisztikai termék, elsőként szükséges tisztázni a turisztikai termék fogalmát, összetevőit, majd egy csoportosításban elhelyezni.

2.5.1. A turisztikai termék fogalma

A Digitális Tankönyvtár szerint „... turisztikai terméknek nevezzük az egy, esetleg több idegenforgalmi vonzerőre alapozott, a vendég igényeinek összességét kielégítő potenciális szolgáltatáshalmazt. Más szóval, a turisztikai termék a turista adott desztinációban végezhető tevékenységeinek azon kereteit jelenti, amelyből ideális esetben kialakítható a versenyképes szolgáltatás.” (Digitális Tankönyvtár, 2011)

Az összetett turisztikai termék magában foglalja az attrakció, a megközelíthetőség, az ellátás, a vendégszeretet összességét. A termék értékesítését a szolgáltató egységek végzik, melyeket támogatnak az országos, a regionális vagy a helyi szintű turisztikai marketingszervezetek (Turisztikai desztináció menedzsment – TDM), akik jelentősen hozzájárulhatnak magához a termék fejlesztéséhez is (Digitális Tankönyvtár, 2011).

2.5.2. A turisztikai termék tárgyi elemei

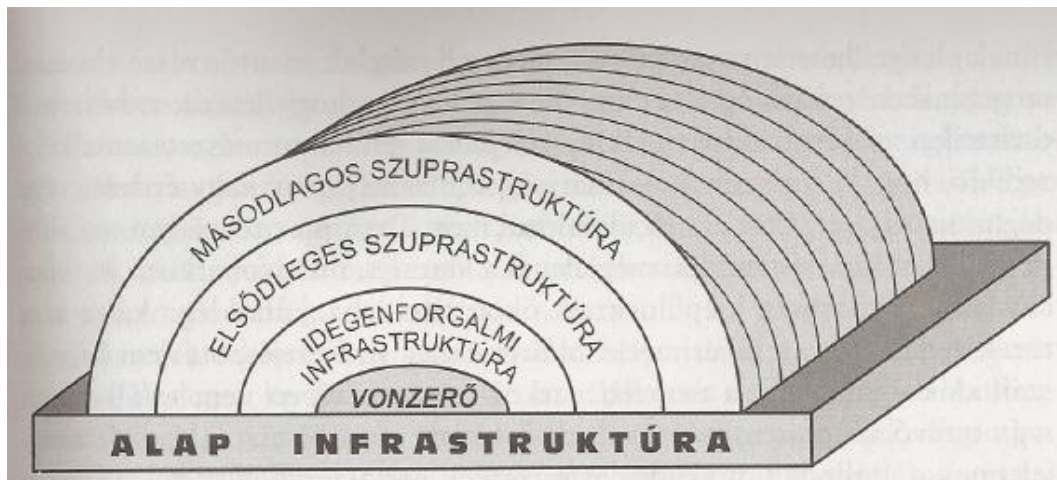
Ahhoz, hogy a kereslet a kínálathoz eljusson, közlekedési eszközök igénybevételére van szükség. A legalapvetőbb közlekedési formák a következők:

- légi közlekedés
- vasúti közlekedés
- távolsági autóbusz-közlekedés
- közlekedés személygépkocsival

Miután a turista eljutott a kívánt turisztikai fogadóhelyre, a turisztikai infra- és szuprastruktúra elemeivel találkozik. Michalkó (2004) értelmezésében idegenforgalmi infrastruktúra alatt a különleges közlekedési szállítóeszközöket (kisvasút, libegő), a

vendégek pihenését és rekreációját szolgáló helyi létesítményeket (gyógyfürdők, múzeumok, túraútvonalak), kongresszusi központokat értjük.

A szerző modellje jól szemlélteti a turizmus tárgyi feltételeinek szoros kapcsolatát. Az ábra középpontjában a vonzerő található, erre épül a turisztikai infrastruktúra, amely megalapozza a szuprastuktúra létrehozását. (6. ábra)



6. ábra: A turizmus tárgyi feltételeinek egymásra épülése

Forrás: Michalkó (2004) p. 93.

„Turisztikai szuprastruktúra alatt az adott desztináció teljes szálláshely és vendéglátóipari kínálatát, továbbá az ezen felül álló, a turista által igénybe vett szolgáltatások összességét értjük.” (Michalkó, 2004, 93. o)

Megkülönböztetünk elsődleges és másodlagos szuprastruktúrát. Az elsődleges szuprastruktúrát az adott fogadóterület turisták számára fenntartott szálláshely és vendéglátóipari szolgáltatásainak összessége jelenti.

2009. október 25-én életbe lépett a 239/2009. (X. 20.) Kormány Rendelet a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről. Az új dokumentum nem tesz különbséget a korábbi magánszállásadói (falusi és vendéglátó szállásadás) és kereskedelmi típusú szállásadói tevékenység között. A rendelet a következő szállásadói egységeket említi meg:

- szálloda
- panzió
- kemping
- üdülőház

- közösségi szálláshely
- egyéb szálláshely
- falusi szálláshely

Egy másik irat, a Kormány 173/2003. (X. 28.) rendelete a nem üzleti célú közösségi, szabadidős szálláshely-szolgáltatásáról az alábbi szálláshelyeket sorolja fel az igénybevétel időtartama szerint:

- a) az egy éjszakás tartózkodást biztosító (a továbbiakban: alkalmi) szálláshelynek minősül
 1. a bivakszallás,
 2. a hegyi menedékházban kialakított szükségsszállás;
- b) 2-4 éjszakás (a továbbiakban: rövid idejű) tartózkodást biztosító szálláshelynek minősül
 1. a nomád táborhely,
 2. a hegyi menedékházból a kulcsosház és a matracszállás,
 3. a pihenőhelyből a vendégszállás
- c) 5-28 éjszakás (a továbbiakban: átmeneti) tartózkodást biztosító szálláshelynek minősül
 1. az üdülő,
 2. a gyermek-és ifjúsági tábor,
 3. a hegyi menedékházból a turistaház,
 4. a pihenőházból a munkásszállás,
 5. a diákotthon, kollégium

Úgy gondolom, a vendéglátóhelyek kínálata elegendő az országban. 2012 év végén 55 953 vendéglátóhely működött Magyarországon (KSH, 2013). Változatos létesítmények szolgálják a turisták étkezési, valamint szórakozási igényeinek kielégítését:

- melegkonyhás vendéglátó üzletek pl. étterem, vendéglő, gyors-étkezőhely
- cukrászda
- bár, borozó, italbolt, kocsmá, drinkbár
- egyéb nem melegkonyhás vendéglátóhely pl. teázó, fagyaltatózó, büfé
- zenés szórakozóhely
- diszkó (Michalkó, 2004)

2.5.3. A turisztikai termékek csoportosítása

A turisztikai termékek esetében legfőbb cél, hogy a turizmusban résztvevők tudatában könnyen azonosítást nyerjenek. Ennek alapján megkülönböztetünk:

- térspecifikus pl. városi, falusi, vízparti
- tevékenységspecifikus pl. bevásárló, konferencia, egészségturizmus
- csoportspecifikus pl. ifjúsági, senior turizmusra vonatkozó turisztikai termékeket (Digitális Tankönyvtár, 2011).

2.5.4. Csoportspecifikus turisztikai termékek

Csoportspecifikus turisztikai termékek esetében a társadalmi nagycsoportok tagjai olyan gazdasági, szociális és szimbolikus javakhoz juthatnak hozzá a csoporthoz való tartozásuknak köszönhetően, amelyeket magányosan nehezebben vagy egyáltalán nem lennének képesek megszerezni. Az idegenforgalmi ipar korán felismerte az igények bizonyos közösségképző tulajdonságok mentén történő rendeződését, és ezek kielégítésére létrehozta a maga kínálatát.

A csoportspecifikus turisztikai termékek között vezető helyen állnak a társadalom fiatal (ifjúsági turizmus) és idős (senior turizmus) korosztályainak igényeit kielégítő szolgáltatáshalmazok, így mindkét csoport számára a generációjukat jellemző kereslethez igazodó fogadóképességet alakítanak ki.

A szolgáltatáscsomagok megjelenhetnek ár, minőség és programok sajátosságaiban is (Digitális Tankönyvtár, 2011).

2.5.5. Az ifjúsági turizmus fogalma, szegmentációja és jellemzői

Az ifjúsági turizmus az egyik legösszetettebb és legsajátosabb formája a turizmusnak. Mindeztidáig nem beszélhetünk egységes, mind nemzetközi, mind hazai értelemben elfogadott definícióról az ifjúsági turizmust illetően. A különböző szakirodalmak és tanulmányok más-más korosztályi elhatárolódást alkalmaznak.

A 2010-ben elkészült magyarországi ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája a World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE-TC) meghatározását tekinti mérvadónak, mely szerint:

„Az ifjúsági turizmus magába foglalja a 16-29 éves korosztály egy évnél rövidebb ideig tartó, önálló utazásait, amit részben vagy teljes egészben más kultúrák megismerésének

vágya, élettapasztalat szerzése, és/vagy az utazó szokásos környezetén kívül elérhető formális vagy informális tanulási lehetőségekből származó haszonszerzés motivál.” (WYSE –TC, 2007)

Ahogy nincs egységes fogalmi meghatározás, úgy egységes szegmentáció sem létezik. Dolgozatomban életmód illetve életstílus szerint csoportosítom a fiatalokat, egyrészt mivel a hazai ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája erre épül, másrészt kutatásom kérdései is erre vonatkoznak.

A tanulmány szerint négy különböző szegmenset különítünk el, az alábbi táblázat szemlélteti a különbségeket:

2. táblázat: Az ifjúsági turizmus szegmenseinek összefoglaló jellemzése

	„Élmény és szórakozás”	„Aktivitás és kaland”	„Felfedezés”	„Elmélyülés”
alapszükséglet	valahová tartozás	megbecsült-ség, elismertség	kognitív, esztétikai szükségletek	önmegvalósítás
fő cél	szórakozás, kapcsolatépítés	testmozgás, izgalomkeresés	ismeretszerzés	megismerés, tapasztalás
termék	üdülés, buli, fesztivál	kaland (extrém-) sport	kulturális turizmus és részei	tanulmányút, önkéntes munka
stílus	„turista”	„utazó”+ „hátizsákos”	„utazó”+ „hátizsákos”	„ifjú hivatás-turista”

Forrás: Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája (2010) p. 51.

Az ifjúsági turizmus szereplőiről, különösen a felsőfokú képzésben résztvevőkről általánosságban elmondható, hogy már rendelkezhetnek önálló keresettel, amennyiben tanulmányaik mellett munkát vállalnak és/vagy ösztöndíjat kapnak. Jellemző rájuk az önállóság és aktivitás, színes, változatos programokat igényelnek nyaralásaik alatt. Fontosak számukra az aktuális trendek, a környezet befolyásolja utazási döntéseiket. Utazásaik során nemritkán összekapcsolják a tanulást, munkavállalást, szórakozást, más területek felfedezését.

Gyakran negatív sztereotípiákkal is találkozhatunk az ifjúsági turizmus jellemzése kapcsán, így például:

- alacsony költési hajlandóság, olcsó szolgáltatások
- szociálisan támogatott / támogatandó tevékenység
- igénytelenség a szolgáltatások tekintetében
- „hátizsákos” utazások
- „komolytalan” turisztikai termékek iránti igény (szórakozás, bulizás)

(Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája, 2010)

2.5.6. Az ifjúsági turizmus helye a fejlesztési stratégiákban

Mivel az ifjúsági turizmus szerves részét képezi a turizmus egészének, számos fejlesztési stratégiában helyet kapott. A már említett Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája címet viselő, a veszprémi Pannon Egyetem Turizmus tanszéke által publikált terv a legalaposabb a témában. Leglényegesebb része a fejlesztési prioritások és a hozzájuk kapcsolódó intézkedések, melyek a következők:

1. prioritás: A kínálatfejlesztés alapjainak megerősítése. Intézkedések: infrastruktúrafejlesztés, humán erőforrásfejlesztés, befektetésösztönzés.
2. prioritás: Vonzerőfejlesztés. Intézkedések: arculatformáló vonzerők fejlesztése, interpretáció, programszervezés és csomagok kialakítása.
3. prioritás: Szolgáltatásfejlesztés. Intézkedések: szálláshelyfejlesztés, vendéglátás fejlesztése, közlekedés fejlesztése, turisztikai árucikkek kínálatának bővítése.
4. prioritás: Marketingtevékenység. Intézkedések: marketingkutatás és monitoring, arculatformálás és a kommunikáció tartalmi fejlesztése, értékesítési és kommunikációs technikák fejlesztése.
5. prioritás: Termékmenedzsment. Intézkedések: szervezetfejlesztés és együttműködés, minőségbiztosítási eszközrendszer fejlesztése.

Az ifjúsági turizmus emellett szerepel a Nemzeti Ifjúsági Stratégia 2009-2024-ben is. A stratégia tizenöt éves időtávban határozza meg az ifjúsági szegmenssel kapcsolatos társadalmi célokat és az ezekhez kötődő állami intézkedéseket. 4.6.2.3. Tudatosság és társadalmi integráció részfejezetében kiemelt hangsúlyt helyez az egészségmegőrzésre, az egészséges életmód szerepére. Kimondja, hogy oktatási sportinfrastruktúrákat szükséges kialakítani az ifjúság szabadidős sporttevékenységeinek céljaira. A szabadidősport tárgyi feltételeinek megteremtését ösztönözni kell (Nemzeti Ifjúsági Stratégia 2009-2024, 2009).

3. ANYAG ÉS MÓDSZER

A fejezetben összegyűjtöm dolgozatom során felhasznált anyagok típusait illetve a vizsgálatom során alkalmazott legfontosabb statisztikai módszereket. Ezután ismertetem a felmérésem alanyainak legfőbb ismérveit, a mintámat „korfa” diagram segítségével ábrázolom.

3.1. A vizsgálat anyaga

Munkám megírása során a primer és szekunder kutatás eszközeit egyaránt alkalmaztam. Többféle turizmussal foglalkozó szakirodalmat áttanulmányoztam, amelyekre hivatkoztam, majd a saját tapasztalatomat felhasználva rendszerbe szerveztem. Olyan dokumentumokat is alkalmaztam dolgozatomban, amelyek az ifjúsági turizmus jövőjét vázolják fel. Számos internetes forrást, fejlesztési koncepciót és különböző tanulmányokat dolgoztam fel, így vonva le a megfelelő következtetéseket. Dolgozatom megírásában segítségemre voltak a Főiskola intézményi kiadványai és honlapja, ahonnan számos hasznos információt gyűjtöttem, majd rendszereztem. Nagy segítségemre volt a Hallgatói Önkormányzat akkori sportfelelősétől mélyinterjúm során kapott válaszok is, amelyek a hallgatói életéről szóló hasznos információkat tartalmazza. Munkámat könnyítette, hogy jómagam a főiskola hallgatója vagyok, így saját véleményemet és tapasztalataimat is megfogalmazhattam a dolgozatírás során.

3.2. A vizsgálat, módszerei

A primer kutatásomat segítették a hallgatók által kitöltött online kérdőívek is. A lekérdezést követően a válaszokat tipizálva és kódolva vittem fel az SPSS 20 nevezetű programba. A Statistical Package for the Social Sciences (röviden SPSS) szoftver megfelel arra a célra, hogy a kutatásom során mélyebb összefüggések feltárása is megvalósulhasson. Több statisztikai szoftver közül az SPSS alkalmas leginkább a gazdaság-és társadalomtudományi elemzések végzésére (Marques de Sá, 2007).

A programcsomag segítségével egyváltozós (pl. keresztábra elemzés) és többváltozós (faktoranalízis, klaszteranalízis) vizsgálatokat is végeztem. A táblázatok és diagramok táblázatkezelő programmal készültek és szöveges résszel kiegészítve kerültek a szövegszerkesztőbe.

Az alábbiakban a módszerek lényegét ismertetem.

A keresztábra elemzés egy olyan statisztikai módszer, amely két változót ír le egyidejűleg egy olyan táblával, amely ábrázolja két vagy több-korlátozott számú kategorizált vagy értéket felvevő változó együttes eloszlását (Malhotra, 2001).

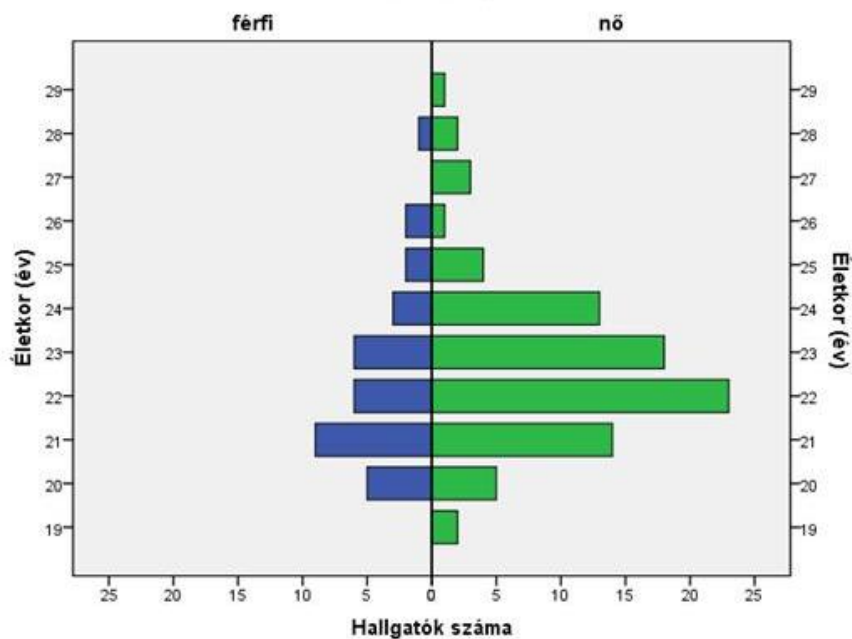
Az elemzés révén a két nominális változó közötti összefüggést vizsgáltam.

A kérdőívemben többször is használt 6 fokozatú Likert skála a faktoranalízisem alapjául szolgált. A faktorelemzés alkalmas arra, hogy az általam megnevezett változókat csökkentsem, illetve összesítsem őket és e folyamat révén komplex tényezőket (faktorokat) hozzak létre, melyek több tartalommal bírnak és ezáltal jellemzik a mintát. A többváltozós módszer célja tehát a változók osztályba sorolása, és a változók számának redukálása.

A főkomponens-elemzés révén létrejött faktorokat felhasználtam a klaszteranalízisemhez is. A klaszterelemzés esetén az osztályozás matematikai alapokon történik (Sajtos – Mitev, 2007). Az elemzés a társadalomtudományok területén elfogadott és alkalmazott többváltozós statisztikai módszer. Az egyes létrehozott faktorokat felhasználtam a klaszteranalízis során, mellyel az volt a célom, hogy a mintában szereplőket az egyes változók rájuk gyakorolt hatása alapján csoportokba rendezzem.

3.3. A vizsgált minta

Kérdőíves kutatásom során 120 hallgatót kérdeztem meg. Mintámat az ifjúsági, 19-29 éves korosztály alkotja. Korfámból világosan kirajzolódik, hogy a nők felülreprezentáltak, a minta 71,66 %-át alkotó női tanulók többsége (26,74 %) 22 éves. A férfiak 28,33%-a képviseltette magát, többségük (26,47 %) 21 éves. (7. ábra)



7. ábra: A válaszadók nem és kor szerinti ábrázolása „korfa” segítségével (n=120)

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók döntő többsége 97,5%-a tanul nappali tagozaton, csupán 2,5%-uk levelezőn. Ez a szempont azért lényeges, mert a nappali tagozatos hallgatók kérdőívemben olyan kérdéseket is meg tudnak válaszolni, amelyek feltételezik, hogy gyakrabban látogatják a főiskola létesítményeit, ezáltal van egy benyomásuk annak szabadidős szolgáltatásairól. A kitöltők 40,83%-a kollégista, 59,17%-a bejárós. A lakóhelyet illetően 45,83%-uk városban, 39,16%-uk községen, 8,33%-uk Budapesten és 6,66%-uk megyeszékhelyen él. Ezek a számok nagyjából a vidéki átlagot hozzák, ezáltal ez a tényező alkalmas lesz különböző összefüggések vizsgálatára.

A hallgatók 39,16%-a tanulmányi ösztöndíjban részesül, míg 44,16%-a dolgozik tanulmányai mellett. A diákok fennmaradó része (16,68%) egyik juttatásban sem részesül. A hallgatók 11,66%-a nyilatkozott arról, hogy ösztöndíjat és munkabért egyaránt kap. Fontosnak tartom megvizsgálni, hogy a dolgozó diákok a munkavégzésből fakadóan esetleg más jellegű szabadidő-eltöltést preferálnak-e, mint a többi nem dolgozó hallgató.

4. GYÖNGYÖS ÉS A FŐISKOLA KÍNÁLATI ELEMEINEK BEMUTATÁSA

A fejezetben röviden bemutatom a gyöngyösi Főiskola történetét, legfőbb jellemzőit. Felvázolom az intézményhez szorosan kötődő, valamint a környéken fellelhető legfontosabb rekreációs lehetőségeket. Ebben a részben interjút készíték a Hallgatói Önkormányzat volt sportfelelősével, Szalai Ádámmal.

4.1. A gyöngyösi Főiskola rövid bemutatása

Immár 51 éve annak, hogy a Mátra hegység lábánál fekvő Gyöngyös város magáénak tudhatja a Főiskolát. Az intézmény története 1871-ig nyúlik vissza, amikor a Városi Gazdasági Egyesület munkatársai kezdeményezték a szőlész-borász egyetem létrehozását a térségben. A városban 1900-ban már vincellériskola létesült. A Gyöngyösi Felsőfokú Mezőgazdasági Technikum 1962-ben kezdte el szakemberképző munkáját.

„Hazánkban a mezőgazdasági szakemberképzés több mint 200, a kertészképzés több mint 100 éves múltra tekint vissza. Ez idő alatt a mezőgazdasági oktatás jelentősen kiszélesedett és több fejlődési szakaszon ment át. Napjainkban a modern gazdasági szakemberképzés egyik fellelvára Gyöngyös, ahol 40 évvel ezelőtt indult el az azóta többször átalakult, de ma is virágzó oktatás.”- olvasható a Felsőoktatás Gyöngyösön 1962-2002 című, a 40 éves jubileum alkalmából készült kiadvány bevezetőjében (Magda et al., 2003, 5. o.).

Azóta az intézmény az 50 éves évfordulóját is megünnepelte.

A Magyar Köztársaság Országgyűlése 2003. június 17-én a gyöngyösi székhelyű Főiskola létesítéséről döntött, 2003. szeptember 1-jétől önálló intézmény.

A Főiskolán jelenleg egy kar működik, a 2013/2014-es tanévet a hallgatók nappali, levelező és távoktatási tagozaton 8200-an kezdték meg. A diákok 2 mester, 11 alapképzés, 12 felsőoktatási szakképzési szakon tanulhatnak.

A Főiskola legfőbb törekvése, hogy az oda járó diákok elégedettségét biztosítsa, szakmai felkészültségével, vevőközpontúságával, vezetői elkötelezettségével a modern főiskola igényeinek megfeleljen. A „Zöld Főiskola” jelzővel az intézmény a környezettudatosságot hangsúlyozza.

„Az intézmény 2006/2007-es tanévtől rendelkezik ERASMUS Intézményi Iránytűvel az „Egész életen át tartó tanulás program” keretén belül, melynek konkrét célja, a nemzetközi intézményközi hallgatói és oktatói mobilitás elősegítése és ösztönzése, valamint a nemzetközi projektek számának növelése. A program keretében évente 20-30 hallgatónk

vesz részt féléves külföldi tanulmányúton.”- olvasható a Felsőoktatás Gyöngyösön 50. című könyvben (Magda et al., 2012, 110. o.).

A Főiskola a következő országokkal ápol Erasmus kapcsolatokat:

- Törökország
- Csehország
- Lengyelország
- Olaszország
- Spanyolország
- Szlovákia
- Románia
- Franciaország
- Horvátország
- Bulgária
- Svédország
- Finnország
- Németország

(Magda et al., 2012)

4.2. Rekreációs lehetőségek Gyöngyös és környékén

A „Mátra kapuja”-ként emlegetett városba a hallgatók egy vendégszerető légkörbe érkeznek, műemléki helyekre, finom borokra, kulturális rendezvényekre lelnek.

Gyöngyös illetve a Mátra idegenforgalmi lehetőségeit elsősorban a természeti-táji adottságok, építészeti emlékek, kulturális, népművészeti hagyományok, termálvizek és turisztikai rendezvények adják. A Mátra a téli és nyári szabadidős és versenysportok egyik fellegvára (Magda et al., 2012).

Gyöngyös és környéke számtalan sportolási lehetőséget kínál a hallgatók számára, melyek közül párat kiemelnek.

4.2.1. Térítésmentes sportolási lehetőségek a hallgatók részére a 2013/2014-es tanévben

- kosárlabda (A főiskola sportcentruma)
- labdarúgás (A főiskola diákszállójának udvara)
- röplabda (A főiskola sportcentruma)

- tenisz (A főiskola sportcentruma)
- női és férfi konditerem (A főiskola diákszállója, A épület)
- ping-pong (A főiskola diákszállója, A épület)
- csocsó (A főiskola diákszállója, B épület)
- jégkorcsolya (A főiskola sportcentruma)

(www.karolyrobert.hu)

4.2.2. A felsőoktatási intézmény sportcentruma

„Nemzetközi tapasztalatok alapján is igazolt, hogy nem lehet egy felsőoktatási intézmény versenyképes, ha a hallgatók részére nem tudja biztosítani azokat a szolgáltatásokat, amelyek nélkülözhetetlenek az egészséges életmódhoz.” (Magda et al., 2012, 118. o.)

Gyöngyös, Bene út 69. szám alatt, több ezer m²-en elterülő Sportcentrum 2011. május 16-án nyílt meg. Zárt térben műfüves pálya és gumiborítású multifunkcionális pálya működik, míg a nyílt műjégpályán korcsolyázásra van lehetőség. A sportok között helyet kapott a tenisz, futball, futsal, kézi, kosár, röplabda. Lehetőség van kisebb-nagyobb sportrendezvények pl. családi nap, sportnap valamint versenyek lebonyolítására is. Kiegészítő szolgáltatásként recepciós szolgálat, szállás, oktatás, szauna, öltözők, büfé-kávézó, parkoló várja a vendégeket (www.kr-sport.hu).

4.2.3. Oxygen Adrenalin Park

Az ország legmagasabb kalandparkja Budapest, illetve Miskolc vonzáskörzetéből az M3-as autópályáról közelíthető meg. Gyöngyös felől a 24-es főúton-Mátrafüreden keresztülhaladva- Sástó után, menetirány szerint jobb oldalt kerül el a 16 hektáron kialakított szabadidő-komplexum.

A folyamatos fejlesztések révén nemcsak kültéri, hanem beltéri játékokra is lehetőség nyílik. Legnépszerűbb attrakciói közé tartozik a téli-nyári bobpálya, eurobungy, függőhíd, canopy, erdei labirintus.

Ideális helyszín táborok (edző, nyelvi, ismeretterjesztő), osztálykirándulások, csapatépítő tréningek, rendezvények lebonyolítására.

Szálláshelyek, kereskedelmi és vendéglátó egységek koncentrált jelenléte jellemzi a kalandparkot (www.adrenalin-park.hu).

4.2.4. A Gyöngyösi Sportfólió Kft. szabadidős létesítményei

A Gyöngyösi Sportfólió Kft. üzemeltetése alatt találjuk meg a Gyöngyösi Városi Sport-és Rendezvénycsarnokot, a Kömlei Károly és Sport úti sporttelepeket, valamint a Gyöngyösi Uszoda és Termálfürdőt.

Közülnék a **Városi Sport-és Rendezvénycsarnok**, mint az egészséges életmód, a versenysport és szabadidős tevékenységek „nagykövete” van jelen a Gyöngyös és környéke életében.

1100 fős ülőhellyel, 400 fős állóhellyel, nyolc öltözőegységgel, orvosi, doppingkioszával, 180 m²-es fitness teremmel, büfével, tárgyalótermekkel, irodákkal rendelkezik a gigantikus létesítmény. A hagyományos teremsportágak, mint például a kézilabda, röplabda, kosárlabda mellett más labdajátékok üzésére is lehetőséget nyújt.

A küzdőtérnek elnevezett területen rendszeresen helyet kapnak könnyűzenei koncertek, felkészülési és barátságos mérkőzések, különféle sportversenyek.

2008 nyaratól fogadja sportolni vágyó vendégeit a **Gyöngyösi Uszoda és Termálstrand**. Kültéri és beltéri versenymedencékkel, élménymedencével, jakuzzival, szaunával, infrasaunával, vibro szoláriummal, masszázsfotellel, strandfoci és röplabda pályákkal felszerelt. Számos jegy-és bérletkombinációval, változatos mozgásórákkal egyszerre több generáció szükségleteit kielégíti (www.gyongyosisportfolio.hu).

A több mint 100 éves Kömlei Károly sporttelep szabadtéri és teremsportok folytatására egyaránt alkalmas. 50x120 m-es salakos és füves labdarúgópálya, 400 m-es salakos futópálya található benne. A kisteremben birkózók, ökölvívók, karatézók tartják meg edzéseiket.

A Sport úti komplexumban a kültéri részleg hasonló a Kömlei Károly sporttelepéhez, azzal a különbséggel, hogy egy extrém pálya és tenispálya is színesíti a kínálatot (Gyöngyösi Kalendárium 2011, 2010).

4.2.5. Sportkert

A gyöngyösi létesítmény csendes, parkosított környezetben, szolid árakkal várja a vendégeit. A Bethlen Gábor u. 22. sz. alatti Sportkert mind sportolásra, mind egyéni és csoportos kikapcsolódásra egyaránt alkalmas.

Az oda látogatók 2005 év végétől a fedett műfüves, padlófűtéses tenispályát, két vakolt, parkettás fallabda pályát, egy dupla pályás bowling és egy ping-pong szobát vehettek igénybe. 2006 nyaratól a három külső salakos tenispálya üzemeltetése is elindult.

A játékok kipróbálása mellett pályabérlésre és sporteszköz vásárlásra is adott a lehetőség.

További kiegészítő szolgáltatásként tartjuk számon a hangulatos büfét és szociális helyiségeket (www.matrasportkert.fw.hu).

4.2.6. Hegyi Sportok Bázisa

Mátrafüred központjában buszváróterem ad otthont az ismerősem körében a hegyi sportok „fellegvára”-ként emlegetett bázisnak.

A lehetőség adott mátrai kerékpártúrák, terepsegway-túrák lebonyolítására. A bázisban működik Európa első GEPIDA tesztrendszer, mely márka alatt alkalom nyílik kerékpárok bérelésére, vásárlására. A PegPerego elektromos kisautói a helyszínen próbaüzemelnek.

Szolgáltatások: túrafelszerelések értékesítése, kerékpárszerviz, mosatás, információszolgáltatás, hegyi mentés.

Tervek között szerepel a KRESZ-terepasztal elkészítése, mely makettként funkcionálva közlekedésbiztonsági szituációk eljátszására ad lehetőséget (www.gyongyos-matra.hu).

4.2.7. Fitnesz és edzőtermek Gyöngyös és környékén

Fitnesztermek széles választéka áll a hallgatók rendelkezésére. Néhány példát említenék közülük:

C68 Fitness Centrum-Gyöngyös, Petőfi utca 174.

FitStudio-Gyöngyös, Kohári út 22.

Gladiator Dock-Gyöngyös, Egri út 30.

Kleopátra Fitness-Gyöngyös, Batthyány Lajos tér 15.

Kondi –M99 Bt.-Gyöngyös, Török Ignác u. 9.

Vital Center-Gyöngyös-Belváros tér 1.

Xbody Stúdió-Gyöngyös, Belváros tér 6.

4.2.8. Síelés a Mátrában

A hegység téli sportlehetőségei között első helyen szerepel a síelés. A turisták kiváló pályákkal találkozhatnak, többféle szálláshely közül válogathatnak. Síelésre alkalmas pályákra lelhetünk:

- Kékestetőn
- Mátraszentistvánon
- Galyatetőn
- Mátraszentimrén

A kékestetői lesiklópálya az ország legmagasabb pontjáról, 1014 méterről indul és 1,8 km hosszú. A pályát végigsízó személyeket sibuszok szállítják vissza Kékestetőre. Síkölcsönző, szerviz és oktatás áll a vendégek rendelkezésére. Az itt pihenők bárban illetve a Tető Étteremben fogyaszthatnak.

A mátraszentistváni síparkban 9 pálya áll a síelők rendelkezésére, mely hazai viszonylatban egyedinek mondható. A lejtők hossza nagyjából 4 km. A parkban ratrakok és nagyteljesítményű hóágyúk vannak elhelyezve a minőségi síelés érdekében. A síszezon átlagosan 90 napig szokott tartani. A síkomplexum egyedien kialakított éttermében finom ételeket, forró italokat kóstolhatnak az oda látogatók. Pénteki és szombati napokon este kivilágított sípályák különleges élményt adnak. Síkölcsönzés, síoktatás egyaránt működik a téli sportok központjában (www.gyongyos-matra.hu).

A galyatetői Panoráma Sípálya kezdők, gyermekek számára ajánlott, hiszen részükre lett kialakítva a 100 méter hosszú, 40 méter széles terep. Síoktatás is működik (www.matrahegy.hu).

A mátraszentimrei sílesikló pálya a Hotel Narád szomszédságában található. Szolgáltatásai között szerepel az esti síelés, síbakancs, síléckölcsönzés és oktatás. Ez a pálya is főként kezdőknek ajánlott (www.vendegvaro.utazom.com).

4.2.9. Batthyány téri tenispálya, Gyöngyös

Gyöngyös, Batthyány tér 1. szám alatt található a teniszkomplexum. Előzetes egyeztetés alapján 1 db salakos kézilabdapálya, 6 db szabadtéri salakos és 3 db műanyag borítású tenispálya várja a tenisz szerelmeseit (www.gyongyosikalauz.hu).

4.2.10. További aktív kikapcsolódási lehetőségek

Az aktív szabadidő-eltöltési lehetőségek tárháza szinte kimeríthetetlen a Mátrában. Gyalogos és kerékpártúrák, sziklamászás, siklóernyőzés, sétarepülés, nordic walking, lézercsata, gokartpálya és még sokminden más várja az ide látogatókat (www.gyongyos-matra.hu).

Az aktív résztvevők összefogására, az egészséges életmód terjesztésére jöttek létre különböző egyesületek, klubok:

- Kékes Turista Egyesület
- Gyöngyösi Siklóernyős Sport Klub
- Gyöngyösi Főiskolai Kézilabda Klub
- Mátra Aero Club, Pipishegy
- Energia SC, Gyöngyös

4.3. A Hallgatói Önkormányzat (HÖK) szerepe a hallgatók rekreációs tevékenységének elősegítésében

A hallgatók főiskolai szintű képviselőit a Főiskola Hallgatói Önkormányzata látja el. A HÖK a Főiskolára beiratkozott hallgatók érdekképviselőjének ellátása mellett rendezvényszervezési tevékenységet is folytat. A szükséges anyagi feltételek megléte esetén kulturális, sport egységeket hoz létre, azokat irányít.

2013. február 11-én mélyinterjút készítettem Szalai Ádám akkori sportfelelőssel annak érdekében, hogy árnyaltabb képet kapjak a Hallgatói Önkormányzat tevékenységéről. Az interjú során igyekeztem felmérni a főiskola által kínált szabadidőeltöltési-lehetőségeket, próbáltam választ keresni, hogy azok mennyiségileg és minőségileg mennyire szolgálják a hallgatói igényeket.

4.3.1. A Hallgatói Önkormányzat szervezeti felépítése

Első kérdésem a HÖK szervezeti felépítésére irányult. A válaszból kiderült, hogy bár vannak jól elkülönülő tisztségek, például a HÖK elnöke a nagyobb iskolai rendezvényekért, Szalai Ádám a sporteseményekért, a szervezeti koordinátor a szórakoztatási igényeket kielégítő programokért felelős, azonban közösen beszélnek meg a felmerült ötleteket és együttesen bonyolítják le a nagyobb rendezvényeket. Kisebb volumenű eseményeket akár egyéni szinten is meg lehet szervezni. A HÖK munkáját segíti a személyi asszisztens, a gazdasági alelnök és az általános alelnök. A HÖK tagjait

ambíciózus, ötletekkel teli, újdonságra nyitott fiatalok alkotják, melynek jövőjét nem vonhatjuk kétségbe.

4.3.2. A sportfelelősi tisztségről

Szalai Ádám beszámolt arról, hogy a sportfelelősi tisztséget két éve tölti be, egy fél éves betöltetlen időszak után vette át a hallgatói sportélet irányítását. A kezdeti időszakban a főiskolai oktatók illetve az akkori testnevelő tanár segítette munkáját.

A tisztség elvállalásakor elsősorban a hallgatói sportéletet felpezsdítése motiválta. Ádám maga is sportol, a labdarúgás, kondicionálás mindig érdekelte. Elismerte, hogy a hallgatói passzivitás ellen nehéz tenni, de minden erejével arra törekszik, hogy minél több diákkal megszerettesse a különféle sportokat.

4.3.3. A hallgatók aktivitására vonatkozó információk

Interjúalanyom szerint két réteget különíthetünk el a hallgatói aktivitást illetően. Beszélhetünk egy rendkívül aktív, sportos, programokra nyitott szegmensről, akik az elsők között jelentkeznek a meghirdetett versenyekre, legyen szó fekvenyomó bajnokságról vagy akár asztaliteniszről. Az előbbihez erős fizikumra is szükség van, férfiak, azon belül is kollégisták vesznek részt rajta. A bejárósokat mindig nehezebb megmozgatni. A különböző versenyeken mindig vannak nyeremények pl. serlegek, oklevelek. Egyéb nyeremények között szerepelnek a szponzorok által felajánlott ajándékok pl. kulcstartó, póló stb.

Vannak viszont olyan hallgatók, akik előre megkérdezik, hogy milyen fődíj várható és ennek alapján döntenek el, hogy felkészülnek és indulnak-e a megmérettetéseken. „Sajnos azok a versenyek, események a legnépszerűbbek, ahol valamilyen alkoholos ital a fődíj.”-vallja Ádám.

Negatív tendenciaként jelentkezik, hogy a hallgatók más karok rendezvényeit ritkábban látogatják, egyfajta klasszosodás észlelhető.

4.3.4. Hallgatók igényeinek felmérése

A hallgatói igények felmérésére szolgál a HÖK által készített, folyamatosan frissített kérdőív, melyet minden évben közzétesznek a Főiskola honlapján és a Facebookon, így mindenki számára elérhető. Ezen keresztül felméri a diákok kulturális, sporttal, rendezvényekkel kapcsolatos igényeit, kéréseit. Céljuk, hogy minél több ember kitöltse, ezáltal minél reprezentatívabb legyen a felmérés. Az idei felmérés eredményeit a 4.4. alfejezet tartalmazza.

4.3.5. Népszerű programok, táborok, rendezvények

A sportképviselő meglátása szerint a zenés-táncos programokat preferálják leginkább a hallgatók. A szórakozási lehetőségek között a Club Bakar nevezetű szórakozóhely dominál. Tavaly egy népszerű televíziós vetélkedőt, az 1 perc és nyersz c. játékot is meglevenítették a tánctéren. Ádám elmondása szerint sikerrel zárult a rendezvény, rengetegen jelentkeztek játékosnak, szinte teltház alakult ki.

A kulturális programokat illetően népszerű a Mátra Múzeum látogatása, illetve a színházlátogatás. Időszakosan a KÁ-RÓ színpad szórakoztató, rögtönző műsorai szerepelnek a programajánlóban.

Sport területén a kispályás labdarúgás, ping-pong, erőemelés igen közkedvelt, folyamatosan növekszik az érdeklődés. A kosárlabda, kézilabda viszont háttérbe szorult. Napjainkban teret hódító zumba aerobik heti két alkalommal mozgatja meg a női hallgatókat.

Passzív kikapcsolódásra vágyóknak tavaly az Xbox bajnokságot hirdették meg, melyre körülbelül 30 ember jelentkezett, azonban 85-90%-ban kollégisták játszottak.

A Főiskola állandó rendezvényei között szerepel a Gólyatábor. Augusztus utolsó hétvégéje felejthetetlen pillanatokat kínál mind a leendő első évfolyamos hallgatóknak, mint az öregdiákoknak, szervezőknek. A minden évben megrendezésre kerülő Gólyabál ugyancsak népszerű, mely nemcsak főiskolásokat, hanem Gyöngyös polgárait is vonzza. Ezenkívül jelentős eseménynek számít a Sportnap, az egynapos rendezvény április végén, májális előtt zajlik le. Színes programokkal várják a tanulókat, oktatókat, főiskolai dolgozókat. Napközben hastánc, karate bemutató, bika rodeó, szumó birkózás, este pedig rengeteg koncert, valamint diszkó várja a kikapcsolódásra vágyókat.

A HÖK-kal együttműködve sítáborok szervezésére is van lehetőség. Népszerű desztinációnak bizonyult idén, január végén a szlovákiai Észak-Chopokra irányuló sítúra. A hallgatók téli rekreációját szolgálja továbbá az adventi karácsonyi vásár, melyet az elmúlt évben Bécsbe szervezték.

Nyaralási célpontok között szerepel az olasz tengerpart mellett fekvő Bibione városa, valamint a görögországi Paralia.

4.3.6. Kommunikációs csatornák

A HÖK a programok meghirdetésére egyaránt használja a hagyományos (szórólap) és az új internetes csatornákat. Mivel a marketingköltségeik meglehetősen minimálisak, az egyik legnépszerűbb közösségi oldalon, a Facebookon jelenik meg a hirdetések többsége.

Szinte minden hallgató rendelkezik regisztrációval, ezáltal könnyebben, gyorsabban eljutnak a lényeges információk. Ezen kívül az plakáthirdetéseknél mind e-mailben, mint faliújságokon is fontos szerepet tulajdonítanak. A szájreklám, mint marketingkommunikációs eszköz szerepe megkérdőjelezhetetlen. A hallgatói Önkormányzat együttműködik városi nyomtatott médiumokkal, gyakori, hogy ezek médiatámogatóként is megjelennek egy-egy rendezvényen.

4.3.7. Anyagi források

A Hallgatói Önkormányzat részére igen csekély anyagi eszközök állnak rendelkezésére, amelyből gazdálkodniuk kell. A Főiskolától kapott összeget elsősorban nagyobb rendezvényekre, mint például a Gólyatábor, Gólyabál, Cseperedés szervezésére használhatják fel, ezért gyakran szponzorok felkeresésére is szükség van.

4.3.8. Jövőbeli tervek

Szalai Ádám beszámolt arról, hogy a korábban hagyományosnak számító Kari Estek a főiskolai karok megszűnésével ugyan kikerült a kínálati palettából, de a jövőben a tervek között szerepel, hogy megpróbálják újjáéleszteni Főiskolai Est vagy Főiskolai Nap néven. A karácsonyi vásárt szeretnék kibővíteni más desztinációkra is, Bécsen kívül akár Pozsonyba is utazhatnak a hallgatók. Szeretnék egy korábban működőképes újságot, a Tabula Rasa-t új köntösbe öltöztetni és online felületen újraindítani. A rekreációs lehetőségként megpróbálnak együttműködni a városi uszodával, valamint igyekeznek a női hallgatók részére a zumbát alakformálással is kibővíteni.

Az interjú végét Ádám a következő üzenettel zárta:

„ Azt üzenném a hallgatóknak, hogy mozogjanak sokat, mert nagyon egészséges. A sport nagyon jó stresszlevezető, csapatépítő, felfrissít, jókedvre derít. Néhány nappal ezelőtt kiraktam egy képet a Facebook üzenőfalamra, mely egyik oldalán egy tolódzkodó embert ábrázol, másikon pedig egy számítógép előtt görnyedő férfit. A kép alatt a következő üzenet szerepel: Te döntesz! Mire fordítod az idődet!”

4.4. „Sport a felsőoktatásban” című hallgatói igényfelmérés eredményei

2013 májusában készült egy sportolási szokás-és igényfelmérés, amelyben az intézmény hallgatói alkották a célcsoportot. A felmérés vezetője az akkori HÖK elnök, Szabó Gergő Krisztián volt. A kérdőív eredményeit EvaSys program segítségével értékelte ki.

Az online kérdőívet összesen 80 hallgató töltötte ki. A minta 55, 7%-a nő, 44,3%-a férfi (n=79). A legtöbb kitöltő a 21 éves korosztályból került ki.

A minta nagy részét (63,3%-át) főiskolai alapképzésen tanulók alkotják.

Arra a kérdésre, hogy „Mennyi pénzből gazdálkods egy hónapban?”, a diákok majdnem fele a minimális 35. 000 Ft alatti kategóriát jelölték be. Második helyen szerepel a 35.000-50.000 Ft közötti lehetőség.

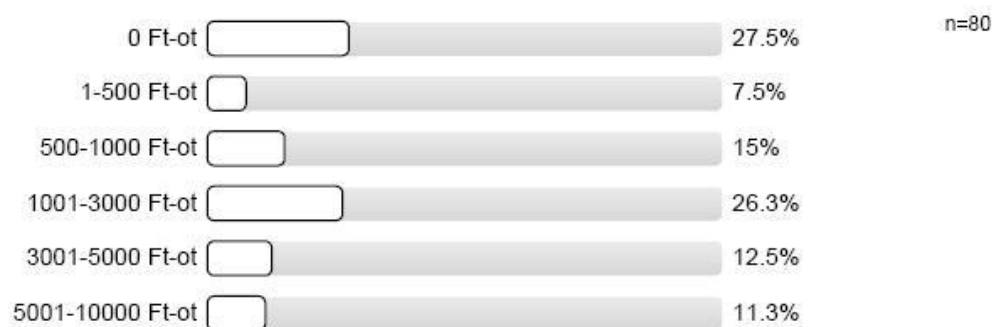
A hallgatók többsége (28,8%) hetente 2-3 alkalommal sportol, mióta főiskolára jár. Nem elhanyagolható a heti rendszerességgel testmozgást végzők aránya (25%).

A legtöbb kitöltő (39,2%) egy alkalommal 61-90 perc között sportol, második helyen áll (26,6%) a 46-60 perc közötti kategória, majd ezt követi (20,3%) a 30-45 perc mozgás.

A főiskola sport kínálatában a hallgatók többsége (45%) az úszást látná legszívesebben, de kiugró értékkel szerepel a kerékpározás (38,8%), a fitnessz (35%), a természetjárás, túrázás (33,8%).

A diákok 27,5%-a jelenleg az ingyenes sportolási lehetőségeket preferálja, 26,3%-uk pedig 1001-3000 Ft közötti összeget szokott havonta a sportra fordítani.

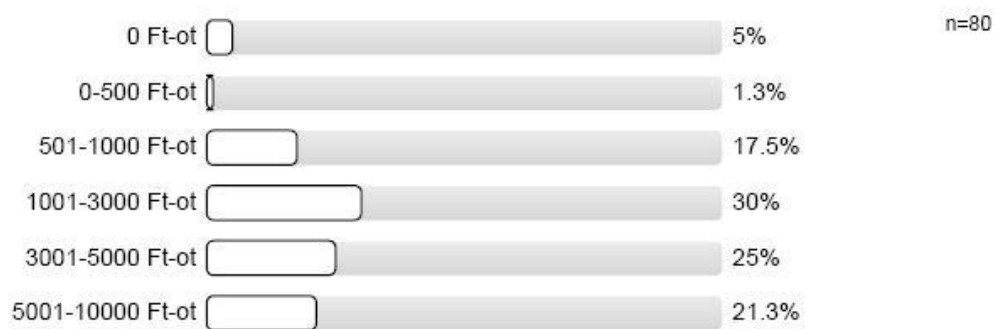
(8. ábra)



8. ábra: A hallgatók havi sportolásra költött összegeinek megoszlása (n=80)

Forrás: Szabó (2013)

A kérdőív utolsó két kérdése a jövőbeli „ideális körülmények” közötti sportolásra vonatkozott. A hallgatók „ideális esetben” maradnának a heti 2-3 edzés mellett (40%), 35%-uk pedig többet edzene, minimum 4 alkalommal. Ennek érdekében hajlandóak lennének több pénzt testmozgásra költeni. A diákok 30%-a 1001-3000 Ft közötti összeget költene sporttevékenységekre, míg jelentős az 5001-10000 Ft közöttiek aránya. (9. ábra)



9. ábra: A hallgatók havi sportolásra költött összegeinek megoszlása „ideális körülmények” esetében (n=80)

Forrás: Szabó (2013)

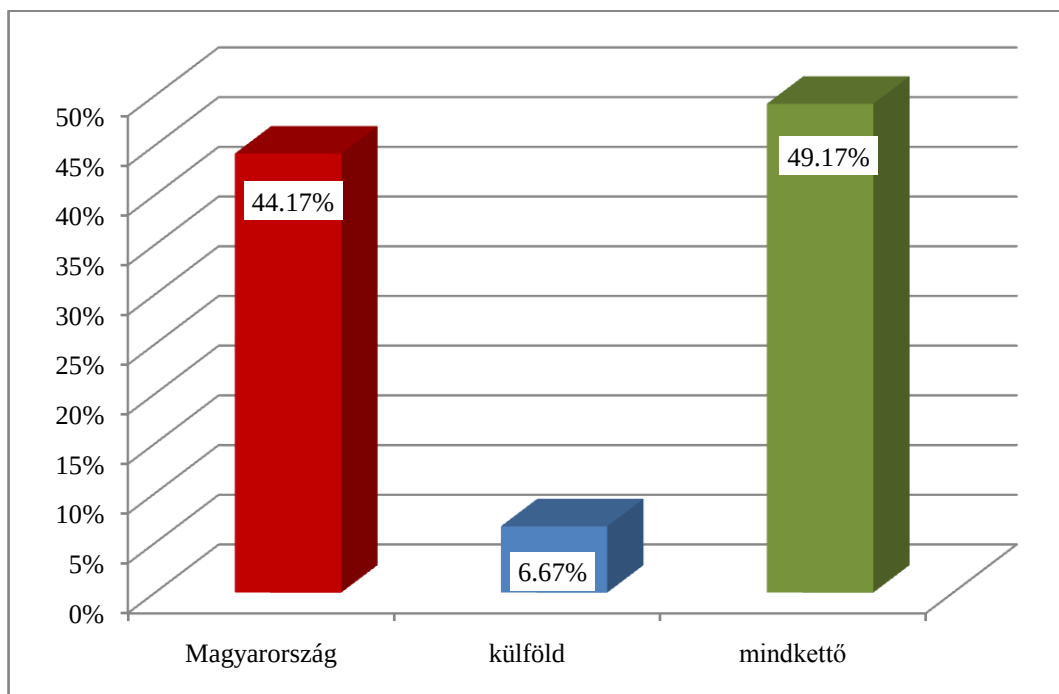
5. A KUTATÁS EREDMÉNYEI

Kérdőíves vizsgálatomban három fő kérdéskört érintettem, melyek válaszait a következő sorrendben kívánom kiértékelni. Első körben a hallgatók utazással kapcsolatos megnyilvánulásait (utazás megléte, iránya, havonkénti eloszlása, utazási partnerek stb.) vizsgálom. Ezután arra próbálok választ találni, hogy a vizsgált közösségben mennyire jellemző a kényelmesség az utazásokkal kapcsolatban. Feltérképezem a fiatalok utazási és szabadidős motivációit is. A második szakaszban kiemelten kezelem a sportolási szokásokat, összevetem egy korábbi nagymintás kutatás eredményeivel. Végül az egyéb rekreációs formák kerülnek előtérbe. Kíváncsi vagyok arra, hogy az intézmény és város által nyújtott rekreációs formák milyen szerepet töltenek be a hallgatók hétköznapijában.

5.1. UTAZÁSI SZOKÁSOK

Első kérdésem arra irányult, hogy az utazás, mint motiváció jelen van-e a hallgatók életében, melyre a válaszadók 100%-a adott igen választ.

A hallgatók 44,17%-a keres kizárólag belföldön, 6,67%-a külföldön kikapcsolódási lehetőségeket, míg 49,17%-a belföldön és külföldön egyaránt. (10. ábra)

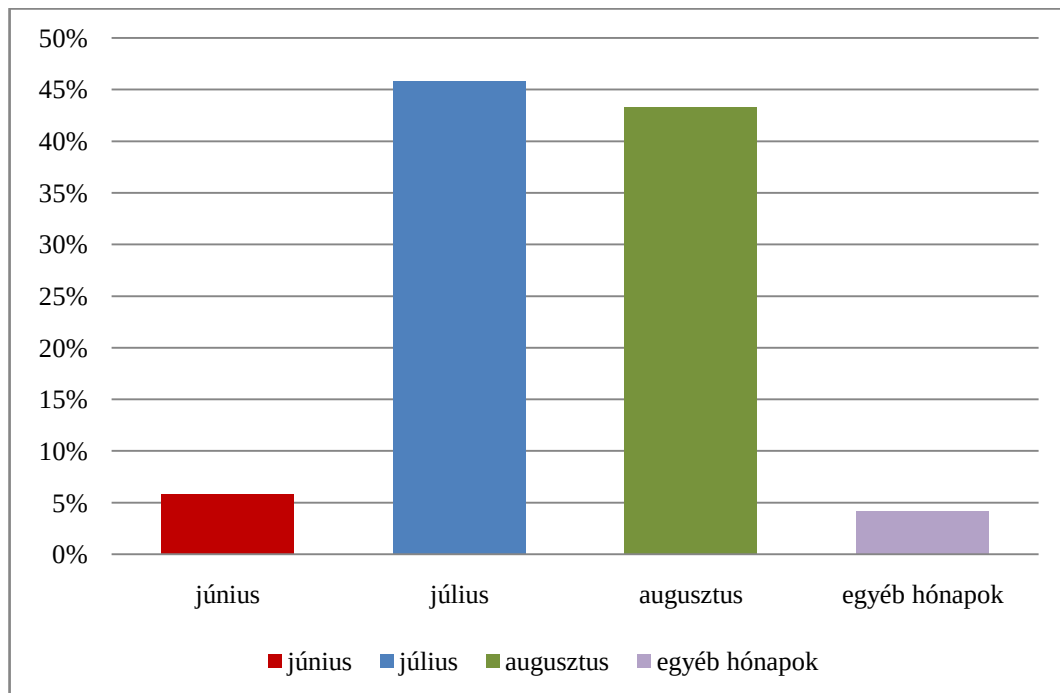


10. ábra: A hallgatók utazásainak iránya (n=120)

Forrás: saját szerkesztés

Az évszakok közül legnépszerűbbek a nyári üdülések, kirándulások (95%), a többi évszak elenyésző e tekintetben. 3 hallgató télen, 2 tavasszal, míg 1 ősszel indul útnak.

A hónapokat illetően két nyári hónap igen telített, ami azt jelzi, hogy jellemzően főszezonban utaznak a diákok, a vizsgaidőszak végeztével. Tehát 5,83%-uk júniusban, 45,83%-uk júliusban, 43,33%-uk augusztusban utazik. Az egyéb hónapok nem tesznek ki az 5%-ot. (11. ábra)



11. ábra: Mely hónapban szoktál leginkább üdülni? (n=120)

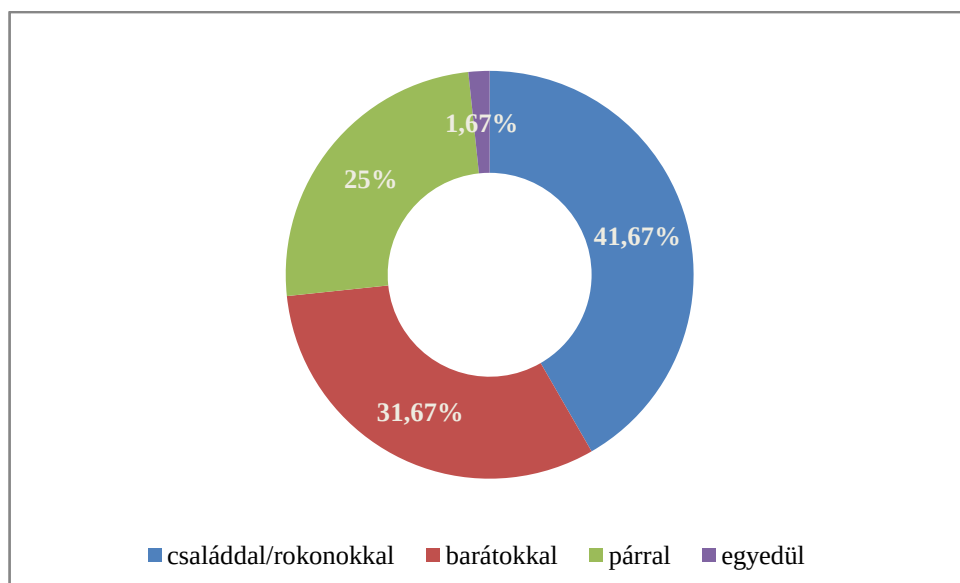
Forrás: saját szerkesztés

A hallgatók átlagosan 1,85 alkalommal utaznak évente, leggyakoribb elem az 1, melyet 57-en (47,5%) válaszottak. A diákok évente minimum egyszer, maximum hatszor kelnek útra üdülés végett. A nyaralás hosszát tekintve elmondható, hogy legkedveltebbek a 4-6 napig tartó kikapcsolódások, ugyanis az alanyok 46,66%-a nyilatkozott erről. Második helyen szerepelnek az egy hétnél hosszabb, de 10 napnál rövidebb vagy azzal megegyező üdülések, 28,33%-kal. Harmadik helyen pedig a hétvégi típusú (1-3 napig tartó) nyaralások kaptak helyet, kevéssel lemaradva, 22,5%-kal. Nem népszerűek a 10 napnál hosszabb kiruccanások, csupán az alanyok 2,5%-a jelölte be ezt az opciót.

Vizsgáltam a nyaralás szervezettségét is, tehát azt a tényezőt, hogy a főiskolások mennyire körültekintően illetve mennyire tudatosan készülnek a nyaralásukra. A hallgatók

több, mint a fele (52,5%) 1-3 hónappal hamarabb kezdi el szervezni nyaralását, legkevesebb jelölést a „csak utolsó napokban” kapta (10%-uk). A diákok ugyancsak 52,5%-a nyilatkozott úgy, hogy kikapcsolódásukat eléggé részletesen megszervezik, viszont spontán elemeket is szokott tartalmazni. Kiemelendő, hogy egyharmaduk (33,33%) teljesen spontán módon, szinte szervezettség nélkül indul útnak. 12,5%-uk részletesen, alaposan szervez.

A válaszadók jelentős mértékben családdal, rokonokkal karöltve indulnak útnak (41,67%), míg 31,67%-uk barátokkal, egynegyedük a párjával. Egyedül minősze a válaszadók 1,67%-a utazik, a munkahelyi kapcsolatokat egyikük sem választotta. (12. ábra)

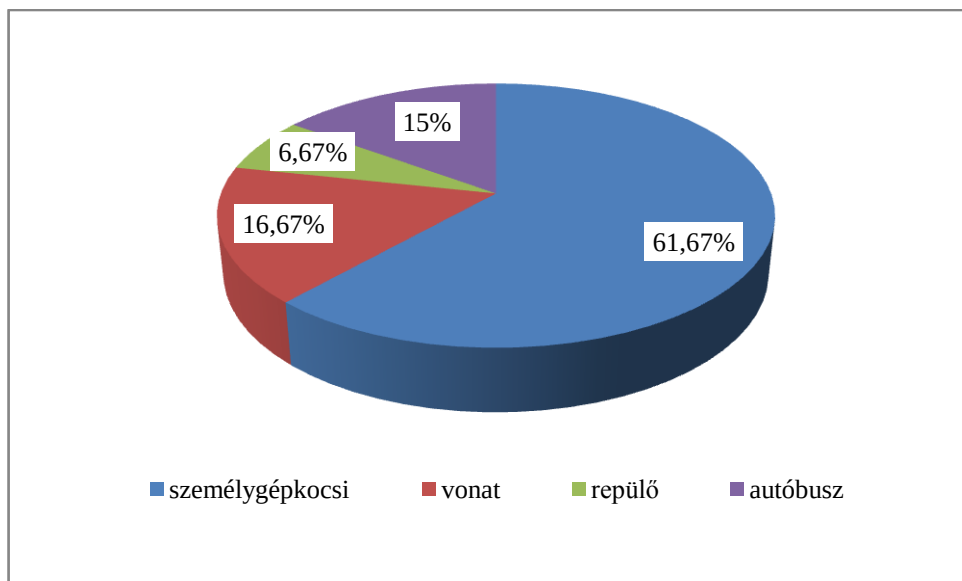


12. ábra: A válaszadók megoszlása a nyaralási partnerek tekintetében (n=120)

Forrás: saját szerkesztés

Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiájában olvashatók azok a sztereotípiák, miszerint az ifjúsági korosztályra jellemző az alacsony költési hajlandóság, olcsóság, igénytelenség a szolgáltatásokat illetően. Ezek a felsorolások árérzékenységet feltételeznek az utazás alanyaira nézve illetve azt jelzik, hogy nem igénylik a kényelmes utazásokat. Kíváncsi voltam, hogy a főiskolások esetében mennyire állják meg helyüket a feltételezések, mennyire árérzékenyek, ezért az utazással kapcsolatos igényeket veszem górcső alá.

A közlekedési eszközöket illetően legtöbbször a személygépkocsit választják (61,67%), ezt követi a vonat (16,67%), az autóbusz (15%), végül a repülőgép (6,67%). (13. ábra)



13. ábra: A mintában szereplők utazáshoz szükséges közlekedési eszközeinek megválasztása (n=120)

Forrás: saját szerkesztés

A kitöltők körében a fejenkénti egy utazásra jutó költség 20-50 000 Ft közötti, amit a minta 42,5%-a választott. Ezenkívül jelentős az 50-70 000 Ft-ot költők száma (21,66%). Elhanyagolható az 1-10 000 Ft között (2,5%) illetve a 100 000 Ft felett költők (8,33%) aránya.

A főiskolások leggyakrabban apartmant (39,17%) illetve szállodát (38,33%) vesznek igénybe. A többi, elsősorban a fiatal korosztályra specializálódott szálláshely szinte eltörpül e két opció mellett: panzió 10,83%, kemping 8,33%, míg ifjúsági szálló és falusi szálláshely 1,67-1,67%-ot kapott. (3. táblázat)

3. táblázat: A mintában szereplők üdülés alatti szálláshelyeinek megválasztása (n=120)

Szálláshely típusa	(%)
apartman	39,17%
szálloda	38,33%
panzió	10,83%
kemping	8,33%
ifjúsági szálló	1,67%
falusi szálláshely	1,67%
összesen	100%

Forrás: saját szerkesztés

A kutatás során vizsgáltam a tanulók étkezési szokásait is. A hallgatók az esetek többségében, ha utaznak, az egyéni étkezést választják, tehát nem a szálláshelyen étkeznek. A félpanzió illetve a szállás csak reggeli ellátással is több jelölést kapott, mint a teljes panzió.

Az igénybe vett vendéglátóegységeket illetően legnépszerűbbek a különféle éttermek (étterem, gyorsétterem, pizzeria), legkevésbé népszerűek az alkoholos italokat is forgalmazó üzletek (bár, borozó, italbolt, kocsmá, drinkbár).

Kíváncsi voltam arra, hogy a hallgatóknak milyen eszközökre, berendezésekre van feltétlenül szükségük az adott desztinációban. A legtöbben a külön fürdőszobát részesítik előnyben (120-ból 93-an), ezt követi az internetezéshez szükséges wifi berendezés (120-ból 75), majd a klímaberendezés (120-ból 43), televízió (120-ból 42). A minibárat kevesen veszik igénybe, a kitöltők mindössze 6,66%-a. Az „egyéb” kategóriába a minta 21,66%-a írt be valamit, példaként említeném a mobiltelefont, számítógépet, konyhai gépeket.

A turizmusban részt vevő fiatalok motivációit illetően a legfontosabb ok, amiért útra kelnek a strandolás, fürdőzés (120-ból 112 hallgató bejelölte) illetve a pihenés (120-ból 104-en). Jelentős szerepet töltenek be a szórakozás céljából megszervezett utazások (120-ból 93 jelölte). A hallgatók szerény érdeklődést mutatnak a vallási és az üzleti turizmus iránt. Mindössze 5 hallgató vett már részt vallási célú utazáson és 8 fő üzleti turizmusban.

Azt is kutattam, hogy a dolgozó hallgatók, akik a minta 56,26%-át jelentik, más jellegű szabadidő-eltöltésre vágnak-e, mint a nem dolgozó diákok? Keresztábra-elemzést végeztem erre vonatkozólag. A két tényező között nem fedeztem fel szignifikáns kapcsolatot, tehát a munkát végző hallgatóknak is legalább olyan fontos az aktív, mint a passzív kikapcsolódás.

Kutatások igazolják, hogy az ifjúsági korosztály érdeklődése, szabadidő eltöltési módja nem azonos (Bauer-Szabó, 2005) ezért kísérletet tettem a fiatal turisták tipizálására. Az elemzés során megvizsgáltam, hogy mit tartanak fontosnak a főiskolások a nyaralással kapcsolatosan, és faktoranalízist alkalmaztam. A vizsgálat során elsőként előszűrést végeztem, ahol Kaiser-Meyer-Olkin mutatót számoltam. A KMO mutató megmutatja, hogy az elemzésbe bevitt változók faktorba rendezhetőek-e vagy sem. (Ketskeméthy et al., 2011)

Megállapítottam, hogy kérdéseim alkalmasak a faktoranalízis futtatására, mivel a KMO mutató értéke 0,768 ami nagyobb, mint a minimálisan elvárt 0,5. A program három faktort hozott létre, melyre varimax forogatósi módszert használtam. (4. táblázat)

4. táblázat: Varimax módszerrel rotált faktorsúlymátrix sorba rendezett eredményekkel

Változók	1. faktor	2. faktor	3. faktor
sportolás	,845	,020	,058
más kultúrák megismerése	,820	,154	,157
természeti környezet megismerése	,796	,011	,198
új dolgok tanulása, megismerése	,652	,580	,054
nyelvtanulás	,471	,380	,098
pihenés	,466	,209	,370
flörtölés	,013	,848	,098
ismerkedés, kapcsolatépítés	,228	,842	,039
kulturális programlehetőségek	,052	,670	,418
azt tenni, amit akarok	,099	,038	,828
bulizás	,096	,016	,798
jól érezni magam a többiekkel	,236	,145	,740
izgalmas élményeket szerezni, új dolgokat kipróbálni	,515	,309	,519

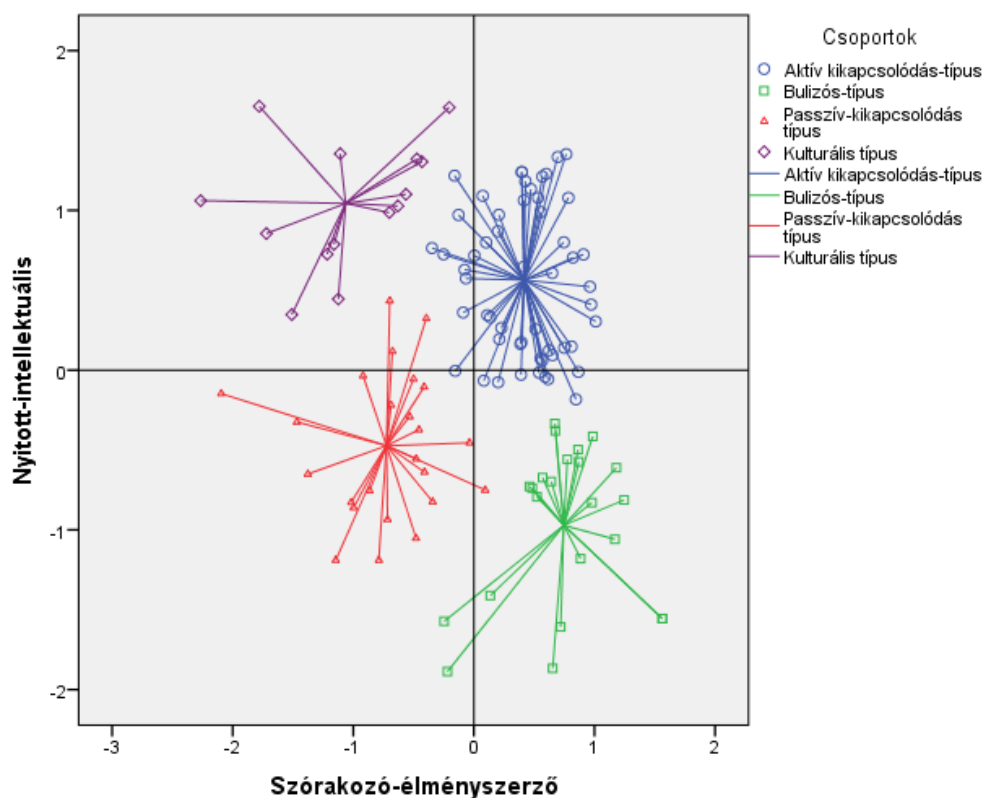
Forrás: saját szerkesztés

Az első faktor a **nyitott-intellektuális** elnevezést kapta, hiszen e fákorra jellemző a nyitottság új dolgok illetve kultúrák iránt, kedvelt a sportolás, nyelvtanulás, fontos a természeti környezet és pihenés is.

A második faktor (**kontrasztélményeket keresők**) vegyesnek mondható, hiszen szerepet kap benne az ismerkedés, kapcsolatépítés, flörtölés valamint a kulturális programok iránti érdeklődés is.

A harmadik faktor (**szórakozó-élményszerző**) alapját elsősorban a bulizás, izgalmas élmények megszerzése adja.

Ezután a faktorok felhasználásával elvégeztem a hierarchikus klaszteranalízist. A vizsgálat során centroid (súlyközpontos) módszert használtam. Ez a gyakran használatos eljárás a klaszterek súlypontjának előzetesen kiszámolt koordinátái alapján határozza meg a klaszterek közötti távolságot (Kata, 2007).



14. ábra: A klaszteranalízis alapján kapott csoportok ábrázolása (n=115)

Forrás: saját szerkesztés

A klaszteranalízisem ábrájáról (14. ábra) leolvasható, hogy 4 csoportot különíthetünk el, ha a két faktort (nyitott-intellektuális) és (szórakozó-élményszerző) összevetjük egymással. Öt hallgatót kivettem a teljes mintából, mivel túlságosan elkülönültek a csoportoktól.

A legnagyobb részt képviselő „*aktív kikapcsolódás-típus*” a minta 46,96%-át teszi ki. A csoporttagok számára fontos a szórakozás, a társasági együttlét, emellett nyitottak az új dolgok iránt is. Nyaralási motivációjuk között szerepel a strandolás, fürdőzés. Üdülésükre legfőképp a spontaneitás jellemző, szinte előzetes szervezés nélkül indulnak útnak. Szeretnek nyaralásuk során izgalmas élményeket szerezni, új dolgokat kipróbálni. Az ún. „szeretem azt tenni, amit akarok” mentalitás jellemző rájuk. A turisztikai termékek közül az aktív turizmusban lehetnek érdekeltek.

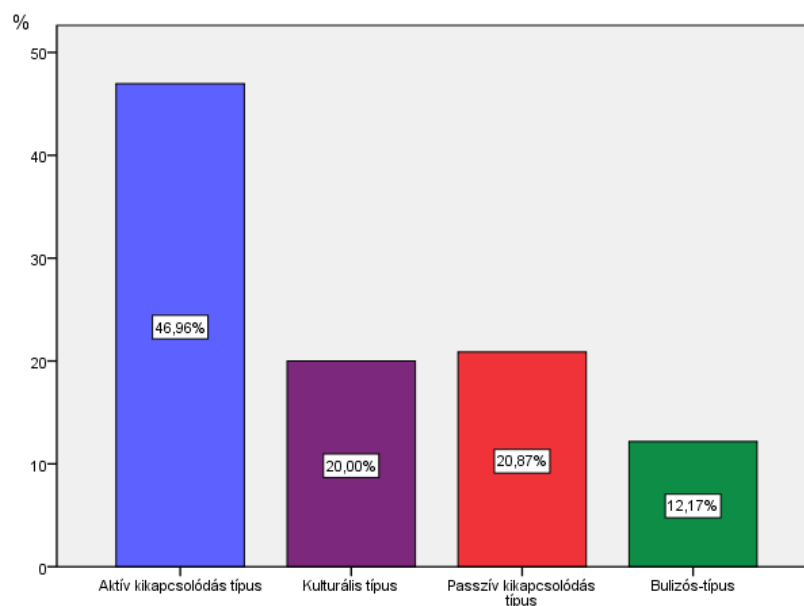
A „*bulizós-típus*” a minta 12,17%-át képviseli. Elsősorban a bulizást, önfeledt szórakozást részesítik előnyben. Az ebbe a csoportba tartozó fiatalság elsősorban a zenés, táncos szórakozóhelyeket, kötöttségektől mentes rendezvényeket keresi. Fontos számukra, hogy

jól érezzék magukat a többiekkel. Nyaralásukat részletesen megszervezik, de az spontán elemeket is tartalmazhat.

A „*passzív kikapcsolódás típus*” csoport onnan kapta a nevét, hogy nem vesznek részt a szórakozással összefüggő tevékenységekben, nem elsődleges számukra a nyitottság. Nyaralási céljaik között a pihenés, rokonlátogatás, városlátogatás jelenik meg. Szabadidejükben olvashatnak, kiállításokat tekinthetnek meg. A minta 20,87 %-át alkotják. Üdülésüket részletesen megszervezik, de az spontán elemeket is tartalmaz.

A „*kulturális típus*” a minta egyötödét teszi ki. Nyaralásukra az jellemző, hogy azt nem spontán módon szervezik meg, viszont spontán elemeket is szokott tartalmazni. A szegmens érdeklődésének középpontjában a kulturális és természethez kapcsolódó attrakciók állnak. Szívesen ismerkednek meg más kultúrákkal, örömmel tanulnak új dolgokat. Vonzó program lehet számukra a városlátogatás, bor- és gasztronómiához kötődő események. Emellett részt vehetnek könnyűzenei fesztiválokon, sőt nyelvtanulás érdekében tanulmányi utakon is. Náluk jelenik meg legmarkánsabban a sport, mint motiváció.

A csoportok százalékos megoszlását a 15. ábra mutatja.



15. ábra: A létrejött klaszterek megoszlása (n=115)

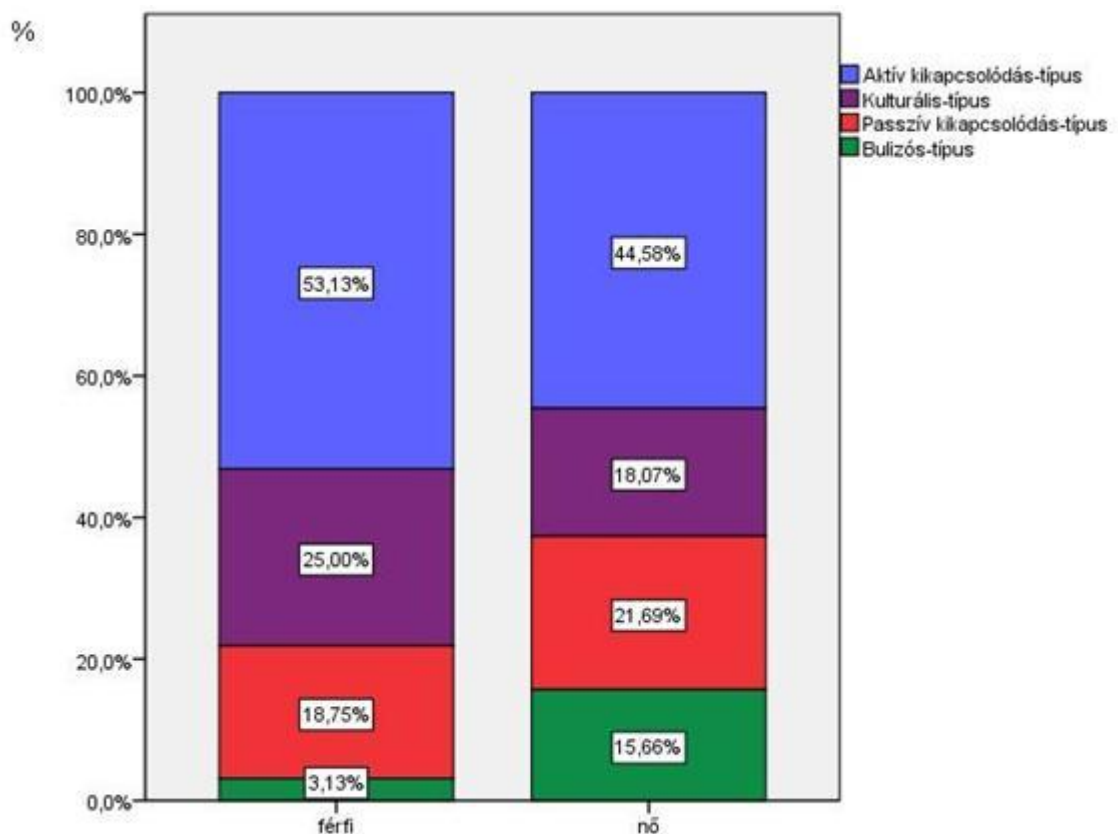
Forrás: saját szerkesztés

Khí-négyzet próbát végeztem azzal kapcsolatban, hogy milyen összefüggés fedezhető fel a faktoranalízis alapján létrejött csoportok és aközött, hogy milyen információszerzési

forrást használnak a nyaralás megtervezéséhez illetve megszervezéséhez. A Pearson-féle Khí-teszt eredménye alapján a kapcsolat szignifikáns, ugyanis a kapott 0,009 érték kisebb, mint a 0,05-ös elméleti küszöbérték. A két változó közötti kapcsolat viszont gyenge (0,252). Mivel a hallgatóság 92,17%-a az internet alapján gyűjt információkat, a megmaradt 7,83%-ot kitevő forrásokat (újságcikk, utazási iroda, média) úgy gondolom, nem érdemes elemezni az életstílus alapján.

A kapott klaszterek alapján elvégeztem a kereszttábla-elemzést csoporthoz való tartozás és a főiskolás neme között is. Mivel a khí négyzet próba eredménye magasabb volt, mint a megengedett 0,05-ös érték, így nem alakult ki szignifikáns kapcsolat a kapott csoportok és nemek között. Ez arra enged következtetni, hogy a turisztikai szolgáltatóknak nem szükséges külön-külön megcélózni a női és férfi hallgatókat.

A látványosság kedvéért felnagyítottam mindkét nem arányát 100%-ra, a 16. ábra jól szemlélteti a nemeken belüli illetve nemek közötti százalékos megoszlásokat.



16. ábra: A létrejött klaszterek megoszlása nemenkénti bontásban (n=115)

Forrás: saját szerkesztés

5.2. SPORTOLÁSI SZOKÁSOK

A Kutatópont Kft. 2012-ben készített egy nagymintás ifjúságkutatást (N=8000) „Magyar Ifjúság 2012” címmel, melyben a sportolási szokások is felmérésre kerültek. Az országos minta a 15-29 éves korosztályt reprezentálta. Ennek a vizsgálatnak az eredményeit a saját mintámon végzett kutatásommal összehasonlítva kívánom bemutatni.

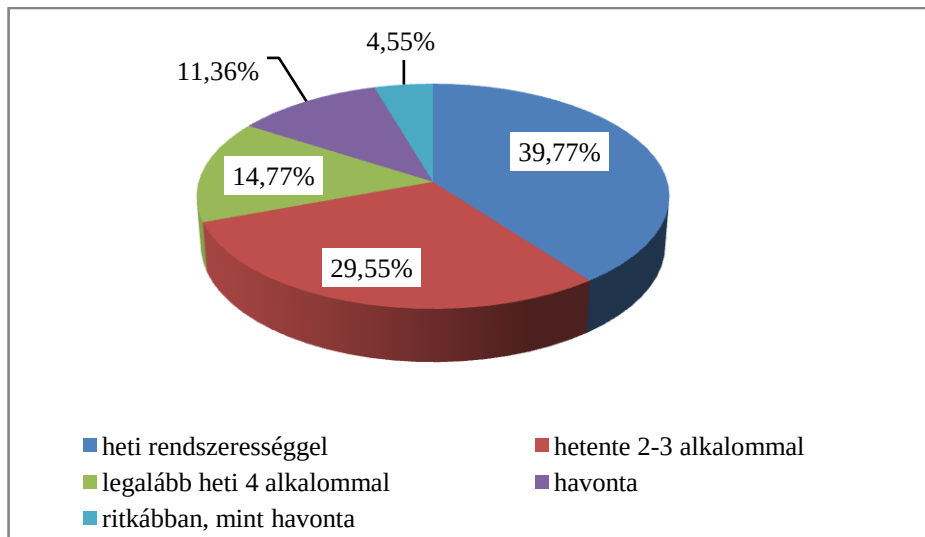
A 2012-es felmérés szerint az alanyok kb. harmada (35%) sportol a kötelező testnevelési órán kívül. A főiskolásokkal lefolytatott vizsgálatomban a fiatalok 73,33%-a tesz eleget a sportolás valamelyik formájának. Tehát intézményi szinten több mint kétszer gyakrabban fogalmazódik meg a sportolás iránti igény, mint a nagymintán. Azt viszont hozzá kell tennem, hogy a vizsgált intézményben jelenleg nincs kötelező testnevelés óra, ebből kifolyólag nagyobb igény mutatkozhat a mozgásra.

Az országos kutatás megállapítja, hogy nincs szignifikáns kapcsolat aközött, hogy sportol-e az illető illetve milyen típusú településen lakik. A saját kutatásomon keresztáblelemzést végeztem annak érdekében, hogy megvizsgáljam a két tényező kapcsolatát. Mivel a chí-négyzet mutató értéke (0,708) nagyobb volt, mint a megengedett 0,05, ezért az urbanizáltság és sportolás között nem fedezhető fel jelentős összefüggés.

A nagymintás felmérésben a megyeszékhelyen lakók nagyobb fizikai aktivitása érzékelhető, míg a főiskolai vizsgálatban a városiak aránya enyhén nagyobb.

Saját kutatásomban egyéb tényezőket is vizsgáltam, melyek nem szerepelnek a nagymintás kutatásban. A sportoló főiskolás hallgatók 65,9%-a szabadban, 34,09%-a zárt térben szeret mozogni.

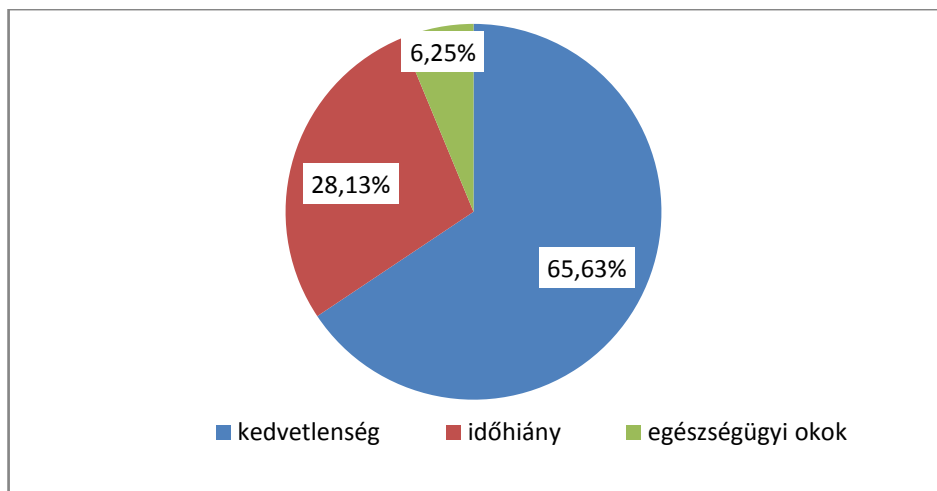
A 88 fős sportoló minta 39,77%-a heti rendszerességgel, 29,55%-a hetente 2-3 alkalommal, 14,77%-a legalább heti 4 alkalommal, 11,36%-a havonta, 4,55%-a ritkábban, mint havonta végez testmozgást. Százalékokkal kifejezve a következőképpen lehet szemléltetni:



17. ábra: A sportolás gyakorisága a sportoló hallgatók körében (n=88)

Forrás: saját szerkesztés

A nem sportolók a minta 26,66%-át teszik ki. Döntő többségük (65,63%) kedvetlenséggel magyarázza a nem sportolás okát, 28,13% időhiányra panaszlik, míg 6,25% valamilyen egészségügyi okból kifolyólag nem tud résztvenni e tevékenységben.



18. ábra: A sportolás hiányának okai a nem sportolók körében (n=32)

Forrás: saját szerkesztés

5.3. REKREÁCIÓS SZOKÁSOK

A rekreációs szokásokat érintve célt az volt, hogy megvizsgáljam a hallgatókat befogadó felsőoktatási intézmény és környék rekreációs formáinak vonzerejét, a hasznos szabadidő-eltöltésben elfoglalt szerepét, a hallgatók elégedettségének tükrében.

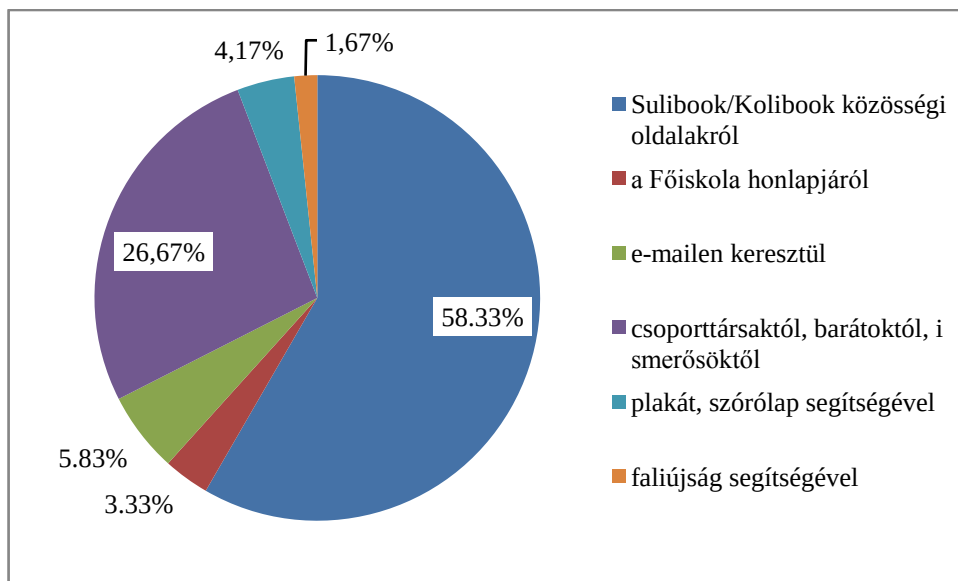
Öröm azt tapasztalni, hogy a minta 80,83%-a ismeri a Főiskola által nyújtott szabadidő-eltöltési lehetőségeket. A teljes mintán belül 53,33% ismeri és egyúttal igénybe is veszi ezen formákat, 46,67% ugyan ismeri, de nem használja ki ezen lehetőségeket. Az alábbi táblázatból látszik, hogy a legnépszerűbbek a szórakozási lehetőségek, a különféle rendezvények. A hallgatók szerényebb érdeklődést mutatnak a sítábor iránt.

5. táblázat: A Főiskola által kínált rekreációs lehetőségek igénybevételének megoszlása a kitöltők körében (n=120)

rekreációs lehetőségek	igénybe veszi (%)	nem veszi igénybe (%)	összesen
nyaralás	33,33%	66,67%	100%
sítábor	0,00%	100,00%	100%
gólyatábor	35,83%	64,14%	100%
karácsonyi vásár	21,66%	78,34%	100%
edzési lehetőségek	31,66%	68,34%	100%
rendezvények pl. Gólyabál	55,00%	45,00%	100%
szórakozási lehetőségek pl. Club Bakar	57,50%	42,50%	100%

Forrás: saját szerkesztés

A következő kérésem az volt a hallgatók felé, hogy jelöljék be a legfontosabb információszerzési forrást, ahonnan a különböző programokról, rendezvényekről leggyakrabban értesülnek. A kitöltők majdnem 60%-a a Facebook nevezetű közösségi oldal csoportjain keresztül informálódik a kikapcsolódási lehetőségekről. Fontos szerep jut még az ún. „szájreklámnak”, a csoporttársaktól, barátoktól, ismerősöktől szerzett szóbeli információnak (26,67%). Legkevésbé népszerű az intézmény honlapja (3,33%) illetve a faliújságon történő hirdetés (1,67%).

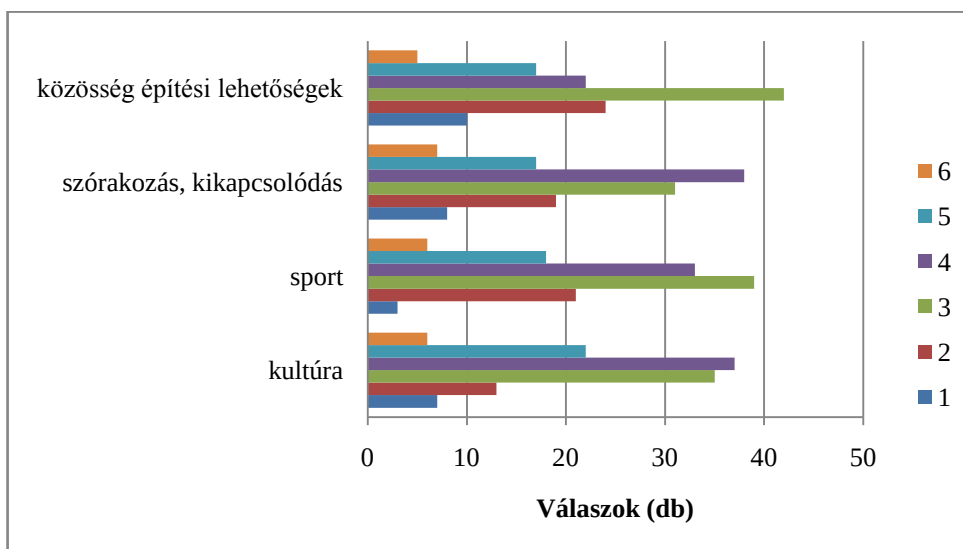


19. ábra: A diákok tájékozódási forrásai a főiskolai rekreációs lehetőségekről

(n=120)

Forrás: saját szerkesztés

A 30. és 31. kérdésben a hallgatókat arra kértem, hogy értékeljék Gyöngyös várost és a Főiskolát különböző szempontok alapján 1-6-ig terjedő skálán. Az 1 jelentette a nem jó, míg a 6 a kiváló értékelést. A 20. ábra elemzésével megállapíthatom, hogy a tanulók általában közepesnek (3) illetve jónak (4) ítélik meg a Gyöngyösön fellelhető rekreációs formákat. A közösség építési lehetőségekről pl. klubok, szakkörök többen gondolják úgy, hogy mind mennyiségileg, mind minőségileg megfelelnek a hallgatói igényeknek.

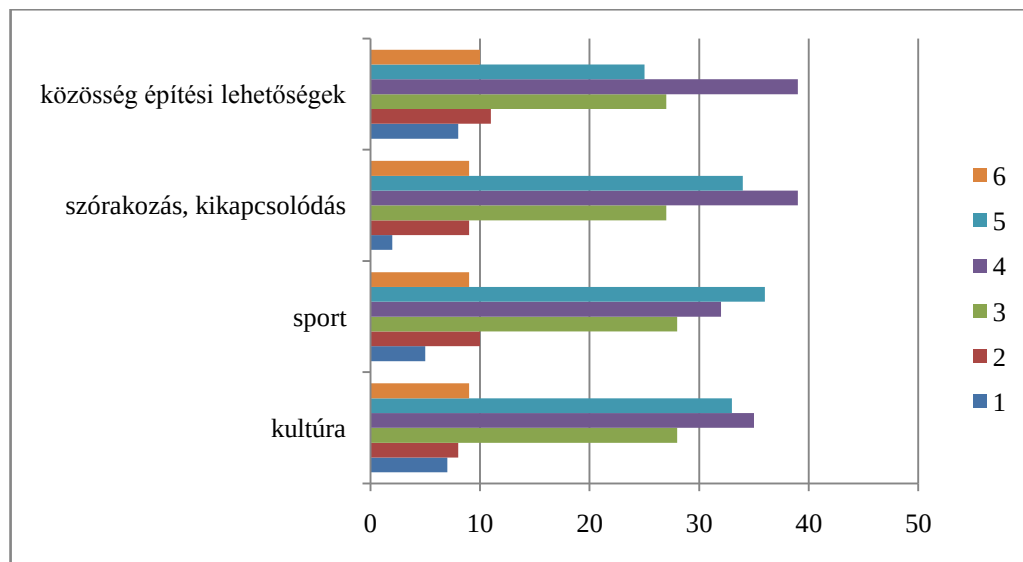


20. ábra: Gyöngyös rekreációs lehetőségeinek értékelése 1-6-ig terjedő skálán

(n=120)

Forrás: saját szerkesztés

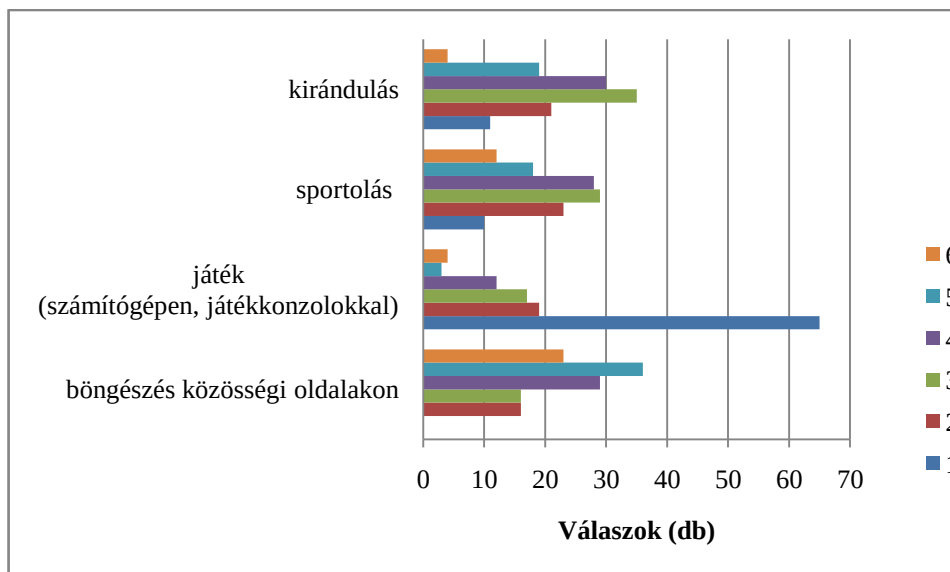
A Főiskola esetében (21. ábra) az említett számok mellett az 5-ös (megfelelő) értékelésnek is domináns szerep jut, különösen a sport esetében. Bár a szórakozási, kikapcsolódási illetve a kulturálódási lehetőségek sem sokkal maradnak le. Ez utóbbiak magas értékelését alátámasztják az 5. táblázatban kapott részvételi arányok. Mind a szórakozási lehetőségek esetében, mind a kulturális rendezvények vonatkozásában 50% feletti a hallgatói részvételi arány.



21. ábra: A Főiskola rekreációs lehetőségeinek értékelése 1-6-ig terjedő skálán (n=120)

Forrás: saját szerkesztés

A következő kérdésem arra irányult, hogy a diákok tanuláson kívül fennmaradó szabadidejükből mennyit szánnak különböző aktív és passzív tevékenységekre. Az 1-es értékelés jelentette a nagyon kevés időt, míg a 6-os a nagyon sok időt. Kiugró értéket találtam egy esetben, mely szerint a főiskolások nagyon kevés időt töltenek el zárt térben a számítógép vagy televízió előtt játékkal foglalatoskodva. Kiemelendő, hogy a közösségi oldalakon (pl. Facebook, Twitter) viszonylag sok időt (5) töltenek szörfözéssel az alanyok. A sportolás és kirándulás nagyjából 3-as 4-es értékkel bír az 1-6-ig terjedő skálán. (22. ábra)



22. ábra: A tanulók válaszai a „Mennyi időt töltesz a következő elfoglaltságokkal?” kérdésre (n=120)

Forrás: saját szerkesztés

Végül megvizsgáltam, hogy a hallgatók jövedelmük hány százalékát költik szabadidős tevékenységre. A diákok a bevételük átlagosan 19%-át költik rekreációra, a válaszadók 32,5 %-a nem költ pénzt kikapcsolódásra, míg egy kitöltő annak 100%-át áldozza egy-egy kellemes programért.

6. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Meglátásom szerint hipotéziseimre sikerült választ kapnom vizsgálataim során.

A kérdőíves kutatásom alapján megállapíthatom, hogy a Főiskola hallgatói előszeretettel utaznak főként a nyári szünidő alatt, azonban legjellemzőbbek a családdal együtt töltött üdülések. A nyaralásukat tudatosan, előrelátóan szervezik, életkori sajátosságaikból kifolyólag az spontán elemeket is tartalmaz. Első hipotézisemet el kell vetnem.

A tanulók kényelemmel összefüggő elvárásai meglehetősen magasak. Ezt azzal támasztom alá, hogy személygépkocsival szeretnek utazni, apartmanban illetve szállodában szándékoznak megszállni. Viszonylag magas összeget költenek egy-egy kiruccanásra. Előnyben részesítik azokat a nyaralóhelyeket, ahol külön fürdőszoba és internetezési lehetőség áll rendelkezésükre. Második hipotézisem tehát nem igazolódott be.

A sportolást illetően viszont a célcsoport érzékeny. A Hallgatói Önkormányzat által készített „Sport a felsőoktatásban” kérdőív adatai szerint a hallgatók akkor költenének magasabb összeget testmozgásra, ha a kínálati palettát jobban az igényeikhez igazítanák. A mélyinterjúból kiderült, hogy a Hallgatói Önkormányzat jövőbeli fejlesztéseken dolgozik, szélesebb szabadidős kínálatot tervez kialakítani.

A diákok legfőbb utazási motivációja a pihenés, kikapcsolódás, szabadidő-eltöltés. Harmadik hipotézisem beigazolódott. A Mátra aktív turisztikai lehetőségei, amelyek a 4. fejezetben bemutatásra kerültek, könnyen elérhetőek, minimális térítés ellenében igénybe vehetőek.

Az utazással kapcsolatos elvárásokat illetően különböző komponenseket, faktorokat különíthetünk el, melyeket aztán csoportokba, klaszterekbe rendeztem. A főiskolai hallgatók tehát turista szerepben nem alkotnak homogén közösséget. Primer vizsgálatom során 4 különböző turistatípust sikerült létrehoznom, melyek még inkább megvilágítják ezeket a különbségeket.

A hallgatók gyakran sportolnak, minimum heti rendszerességgel, ami pozitívnak mondható. Azokra viszont kevés példát láthatunk, akik a Főiskola edzési lehetőségeit kihasználják. Mélyinterjúm válaszai alapján alátámaszthatom a hatodik hipotézisemet is, miszerint a Főiskola a megfelelő sportkínálat kialakításával alkalmazkodni tud a diákok változó igényeihez.

A kérdésekre adott válaszok alapján megállapítható, hogy a hallgatók az internet aktív használói. Az internetes közösségi oldalakon eltöltött időmennyiség megelőzi az egyéb rekreációs tevékenységekre fordított időmennyiséget. A szálláshelyek részéről az

internetes reklámokat kell előnyben részesíteni, bár ez hazánkban már elterjedt. Úgy gondolom, hogy jelentős, kiaknázatlan lehetőségek rejlenek a mobilalkalmazások világában. Pintér Róbert, az Ipsos online ügyfélkapcsolati igazgatója beszámolt a hazai okostelefon-felhasználási trendekről. „Adatai szerint jelenleg 8-900.000 okostelefon-használó van Magyarországon, de sokan nem használják a készülék adta lehetőségeket.” (Turizmus Online, 2011)

A mobilapplikációk segítségével a turisztikai szolgáltatók népszerűsíthetik termékeiket és szolgáltatásaikat, a megfelelő marketing kialakításával menedzselhetik a potenciális vásárlókat.

Több megkérdezett jelezte, hogy a felkutatott desztinációban nem áll rendelkezésükre eszköz az internet használatához. Javaslom, hogy a szolgáltatók több e-pontot alakítsanak ki az ország legfontosabb turisztikai célpontjaiban.

Faktoranalízisem során kiderült, hogy a hallgatók többsége aktív turista, akik utazásaik során változatos programokat és tevékenységeket igényelnek. Azok a turisztikai desztinációk lehetnek versenyképesek, akik komplex, élményközpontú szolgáltatáscsomagot kínálnak részükre.

A sportolási szokásokat illetően megállapítható, hogy a hallgatók 5-ösre értékelik az ezzel kapcsolatos lehetőségeket, 46,67%-uk azokat mégsem használja ki. A Főiskolán a sportolást népszerűsíteni kell. Úgy gondolom, hogy akciók meghirdetésével, a HÖK erőteljesebb munkájával, a testnevelési óra bevezetésével és egy sportszervező segítségével a probléma orvosolható lenne.

Felmérésem szerint a nyomtatott hirdetéseknek, szórólapoknak, plakátoknak csekély szerepe van az információk továbbításában, ezért csökkenteni kell használatukat. Előnyben kell részesíteni a költséghatékony megoldásokat, mint a közösségi oldalakon történő felhívásokat.

A diákok egy csoportjának a passzivitását a programszervezők is érzékelik, ellenben a szórakozással kapcsolatos események folyamatos szervezését, a meglévő szabadidős paletta színesítését ők sem érzékelik problémaként. Javaslom továbbá szórakoztató események szervezését és azok időpontjainak délutánra történő időzítését, hogy a bejárós hallgatók is részt tudjanak venni azokon.

ÖSSZEFOGLALÁS

Dolgozatom a gyöngyösi Főiskola hallgatóinak elemzésén keresztül az ifjúsági turizmus és rekreáció vizsgálatához kívánt hozzájárulni közgazdasági és társadalomtudományi szempontból.

Napjaink „élménytársadalom” és „élménygazdaságtan” korszakában helyet foglaló ifjú korosztály mind a turizmusban, mind a hétköznapiak során megvalósuló szabadidős célú vizsgálata egy lehetséges kutatási terepet biztosított ahhoz, hogy megismerjem döntéseiket, motivációjukat, rekreációs módjukat.

Az első fejezetben a szakirodalmat tekintettem át hazai és külföldi tanulmányokon, előadásokon, folyóiratokban közölt írásokon keresztül. Ezen a téren elsősorban a turizmuselmélet és rekreációtan szakkönyvei, ifjúsággal foglalkozó stratégiák jelentek meg. Olyan dokumentumokat is felhasználtam, amelyek konkrétan a turizmus fejlesztésére vonatkoznak.

Az anyag és módszer fejezet a dolgozatom során alkalmazott módszertan főbb jellegzetességeit, az elemzések lényegének ismertetését tartalmazza. Dolgozatomban adataimat a gazdaság- és társadalomtudományok területén ismert és alkalmazott SPSS 20 adatelemzési rendszer segítségével dolgoztam fel. Az elemzés során egy-és többváltozós elemzéseket: faktoranalízist, klaszteranalízist, kereszttábla-elemzést is készítettem.

A harmadik részben kínálati oldalról közelítettem meg a problémát. Bemutattam a hallgatókat befogadó felsőoktatási intézményt, ismerttettem az ahhoz kapcsolódó rekreációs lehetőségeket. A főiskolai sportszervezővel készített mélyinterjúm során egyebek közt arra kerestem a választ, hogy az intézmény mennyire tud megfelelni a hallgatói igényeknek. A hallgatók elvárásait az alacsony belépő árú programokra, valamint a rekreációs lehetőségek bővítését a Hallgatói Önkormányzat programszervezői is érzékelik. Megjelenik az aktivitás hiánya is, azonban a szórakoztató események szervezését és azok folyamatos hirdetését ők is ösztönzik.

A negyedik rész a kérdőíves vizsgálatom elemzéséről szól. Céлом az volt, hogy a fiatalok turisztikai és egyéb szabadidős jellemzőit alaposabban megismerjem. Ebben a fejezetben többek között kiderült, hogy az életstílus, a korosztályra jellemző trendek jól beazonosítható és elkülöníthető szabadidő-eltöltési típusokat határoznak meg.

Munkámban kirajzolódott, hogy a turizmusban résztvevő diákok utazásaik során hasznos időtöltésre is vágnak. A legnépszerűbb utazási motiváció a pihenés, kikapcsolódás,

szabadidő-eltöltés, tehát a szabadidős turizmusban, azon belül az aktív turizmusban érdekeltek.

Az ifjú turista utazása alatt tudatosan vagy véletlenszerűen kontrasztélményeket szerez, tapasztalatokat gyűjt. Míg a turizmus a maradandó élmények megszerzéséhez, a rekreáció az átmeneti, de hatékony kikapcsolódáshoz járul hozzá. Mindkettő kiemelt megszokott környezetünkből, miközben lehetőséget ad arra, hogy megismerjük, felfedezzük a körülöttünk lévő világot.

A fiatal korosztály utazásai és szabadidő-eltöltési szokásai vitathatatlanul szerves részét képezik a turizmus egészének. A világ turizmusának 20 százalékát adják a fiatalok, ami évente 160 millió utazást és 136 milliárd dolláros turisztikai piacot jelent (WYSE-TC, 2008), ezért is tartom fontosnak az ágazat hazai támogatását, fejlesztését.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

- Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája (2010). Veszprém, Pannon Egyetem Turizmus Tanszék, 126 o.
- Báryné Gál E. - Ferenczi M. - Magda S. - Pálos L.-né - Wachtler I. (2003): Felsőoktatás Gyöngyösön 1962-2002, Budapest, Litopress Kft., 171 o. ISBN 963-210-964-3
- Bauer B. - Szabó A. (2005): Ifjúság2004 gyorsjelentés. Budapest, Mobilitás Ifjúságkutatási Iroda, 95 o.
- Európa 2000 Középiskola (é. n.): Turizmus elmélete. Órai anyag, 2010/2011. Letöltés dátuma: 2013. október 22. forrás: [www.europa2000.huhttps://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0CEQQFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.europa2000.hu%2Fcomponent%2Fdocman%2Fdoc_download%2F643-20102011turizmuselméleteturizmusformai&ei=nxFmUp2UIqf80QWkjYCgCw&usg=AFQjCNFyqg7E1L2ZCct0OGkMY4iCVUGL6w](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0CEQQFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.europa2000.hu%2Fcomponent%2Fdocman%2Fdoc_download%2F643-20102011turizmuselméleteturizmusformai&ei=nxFmUp2UIqf80QWkjYCgCw&usg=AFQjCNFyqg7E1L2ZCct0OGkMY4iCVUGL6w)
- Gyöngyösi Kalendárium 2011 (2010). Gyöngyös, Gyöngyös Város Önkormányzata, 304 o. ISSN 0865-5898
- Jelentés a turizmus 2012. évi teljesítményéről (2013): Budapest, KSH, 27 o. Letöltés dátuma: 2013. október 22. forrás: www.ksh.hu
<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/jeltur12.pdf>
- Kata J. (2007): Korszerű módszerek a szakképzésben. Pécs, Typotex Kiadó, 336 o. ISBN: 9639664616
- Ketskéméthy L. – Izsó L. – Könyves Tóth E. (2011): Bevezetés az IBM SPSS Statistics programrendszerbe. Budapest, Artéria Stúdió Kft., 579 o. ISBN 9630811002
- Kovács T. A. (2004): A rekreáció elmélete és módszertana. Budapest, Fitness Kft., 342 o. ISBN 379-8-796
- Kutatópont Kft. (2013): Magyar ifjúság 2012. Budapest, Magyar Közlöny Lap-és Könyvkiadó. 358 o. Letöltés dátuma: 2013. október 5. forrás: [www.kutatopont.huhttp://kutatopont.hu/files/2012/02/magyar_ifjusag_2012.pdf](http://kutatopont.hu/files/2012/02/magyar_ifjusag_2012.pdf)
- Lengyel M. (2004): A turizmus általános elmélete. Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., 524. o. ISBN 9789636372378
- Magda S. – Wachtler I. – Lakatos M. – Dinya L. – Bíró B. – Hegyi J.-né – Helgertné Szabó I. – Göröcsné Orsó Á. – Ocela T. – Benedek G. B. (2012): Felsőoktatás Gyöngyösön 50. Budapest, Vareg Produkció, 139 o. ISBN 978-963-9941-68-7

- Magyar Turizmus Zrt. (2003): Aktív turizmus. Letöltés dátuma: 2013. szeptember 20.
forrás:
[www.szakmai.itthon.huhttp://szakmai.itthon.hu/aktivturimus1;jsessionid=43ADADD1B6A1E1AB1D2C96E2589D9CF1?p_p_id=58&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view](http://szakmai.itthon.huhttp://szakmai.itthon.hu/aktivturimus1;jsessionid=43ADADD1B6A1E1AB1D2C96E2589D9CF1?p_p_id=58&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view)
- Magyar Turizmus Zrt és a M.Á.S.T Piac- és Közvéleménykutató Társaság (2009): A magyar lakosság utazási szokásai, 2008 In: Turizmus Bulletin XIII. Évfolyam 2. szám pp. 3-22. Letöltés dátuma: 2013. október 24. forrás:
[www.szakmai.itthon.huhttp://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/1114_utazasi_szokas_03-22.pdf/c5b5885e-85ed-4fed-9468-b20fc8bcf204](http://szakmai.itthon.huhttp://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/1114_utazasi_szokas_03-22.pdf/c5b5885e-85ed-4fed-9468-b20fc8bcf204)
- Malhotra, N. K. – Hall, J. – Staw, M. – Oppenheim, P. (2001): Market Research: An applied orientation (2. ed). Australia: Pearson Education ISBN-10: 0136085431
- Marques de Sá, J. (2007): Applied Statistics Using SPSS, STATISTICA, MATLAB and R (Second Edition. kiad.). Heidelberg, Springer-Verlag, 506 p. ISBN-10: 3540719717
- Maslow A. H. (1943): A Theory of Human Motivation. Psychological Review. Oregon, Rough Draft Printing, 44 p. ISSN 1492-3713
- Michalkó G. (2004): A turizmuselmélet alapjai. Székesfehérvár, Turizmus Akadémia, 218 o. ISBN 9789639558229
- Michalkó G. (2012): Turizmológia. Budapest, Akadémiai Kiadó Zrt., 266 o. ISBN 9789630592161
- Mill, R.C., and Morrison, A. M. (1992): The Tourism System. Prentice-Hall, International Editions, London. 457 p ISBN-10 0757562019
- Mozgásvilág (2009): Görnyedő nemzedék-a testnevelés hiánya. Megjelenés: 2009.01.30. , Letöltés dátuma: 2013. szeptember 20. forrás:
www.mozgasvilag.huhttp://www.mozgasvilag.hu/testneveles/hirek/gornyedo_nemzedek_a_testneveles_hianya
- Nemzeti Ifjúsági Stratégia 2009-2024 (2009), Budapest. 70 o.
- Pécsi Tudományegyetem (2011): Turisztikai terméktervezés és fejlesztés. Letöltés dátuma: 2013. szeptember 21. forrás: [www.tankonyvtar.hu, http://www.tankonyvtar.hu, http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch01s03.html#id487357](http://www.tankonyvtar.hu,http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch01s03.html#id487357)
- Pécsi Tudományegyetem (2011): Turisztikai terméktervezés és fejlesztés. Letöltés dátuma: 2013. szeptember 21. forrás: [www.tankonyvtar.hu, http://www.tankonyvtar.hu, http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch01s02.html](http://www.tankonyvtar.hu,http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch01s02.html)
- Puczkó L. – Rátz T. (1998): A turizmus hatásai. Budapest, Aula Kiadó, 491 o. ISBN 9639585394

Puczkó L. – Rátz T. (2000): Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei. Budapest, Geomédia Szakkönyvek, 399 o. ISBN 9789630589840

Sándor J. (2009): Rekreáció elmélete és gyakorlata. Órai anyag. 1. évfolyam, 2. félév, Debreceni Egyetem. Letöltés dátuma: 2013. október 22. forrás: [eznembla-bla.uw.huhttp://eznembla-bla.uw.hu/tananyagok/eet/2felev/rekreacio.pdf](http://eznembla-bla.uw.hu/tananyagok/eet/2felev/rekreacio.pdf)

Sajtos L. - Mitev A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Budapest, Alinea Kiadó, 402 o. ISBN-13: 978-963-9659-08-7

Schulze, G. (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main-New York: Campus Verlag, 612 p. ISBN 3593378884

Scott M. (1999): The Canadian experience in developing and using the tourism satellite account. Nice, 17 p. Letöltés dátuma: 2013. október 12. forrás: [www.wto.org, http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/nicepaper_e.pdf](http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/nicepaper_e.pdf)

Szabó G. K. (2013): „Sport a felsőoktatásban” hallgatói igényfelmérés, Kutatási jelentés, a primerkutatás a KRF hallgatók körében történt, Gyöngyös

Szabó J. (2002): Rekreáció. Az elmélet és gyakorlat alapjai. Szeged, JGYF Kiadó, 180 o. ISBN: 9789639167650

Turizmus Online (2011): Mobilalkalmazások a turizmusmarketingben. Letöltés dátuma: 2013. szeptember 12. forrás: [www.turizmusonline.huwww.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/mobilalkalmazasok_a_turizmusmarketingben](http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/mobilalkalmazasok_a_turizmusmarketingben)

Voleszák Z. (1998): A turizmus és a vendéglátás alapjai II. Sopron, Magánkiadás, 164 o. ISBN: 963-460-074-3

WTO (2008): Youth Travel Matters-Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel. Letöltés dátuma: 2013. szeptember 20. forrás: World Tourism Organization.http://issuu.com/ldaly/docs/youth_travel_matters_report/9?e=1740888/2859913

WYSE (2007): New Horizons II – The Young Independent Traveller 2007. WYSE Travel Confederation

Jogszabályok

A Kormány 173/2003. (X. 28.) rendelete a nem üzleti célú közösségi, szabadidős szálláshely-szolgáltatásról

239/2009. (X. 20.) Kormány Rendelet a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről

Egyéb internetes források

www.adrenalin-park.hu Letöltés dátuma: 2013. október 23.

www.gyongyosikalauz.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=172:batthyan-teri-sporttelep&catid=53:sportpalyak&Itemid=87 Letöltés dátuma: 2013. október 23.

<http://www.gyongyosisportfolio.hu/?q=uszoda> Letöltés dátuma: 2013. szeptember 13.

www.gyongyos-matra.hu/hirek/hegyi-sportok-bazisa.html Letöltés dátuma: 2013. október 23.

<http://www.gyongyos-matra.hu/hu/info/aktivan-a-matraban/sieles-a-matraban/kekestetoi-sipalyak.html> Letöltés dátuma: 2013. október 23.

www.karolyrobert.hu Letöltés dátuma: 2013. október 23.

www.kr-sport.hu/bemutakozas.html Letöltés dátuma: 2013. október 23.

www.matrahegy.hu/sportok/sieles Letöltés dátuma: 2013. október 23.

www.matrasportkert.fw.hu Letöltés dátuma: 2013. október 23.

www.vendegvaro.utazom.com/matraszentimrei-sipalya Letöltés dátuma: 2013. október 21.

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET:KÉRDŐÍV

Kedves Főiskolai Hallgató!

Köszönöm, hogy megtisztelsz bizalmaddal, és időt szakítasz a kérdőív kitöltésére. A kutatás célja többek között, hogy felmérje a gyöngyösi Főiskola hallgatóinak utazási szokásait, szabadidejük minőségét, felhasználását. A kérdőív kitöltése anonim módon történik, kb. 10-15 percet vesz igénybe. A kitöltést követően lehetőség lesz kutatásom eredményeinek áttekintésére.

1. A gyöngyösi Főiskola hallgatója Vagy?
 - 1) igen
 - 2) nem
2. Szoktál üdülni?
 - 1) igen
 - 2) nem
3. Ha igen, akkor Magyarországon vagy külföldön?
 - 1) Magyarországon
 - 2) külföldön
 - 3) is-is
4. Ha igen, melyik évszakban szoktál leginkább üdülni?
 - 1) tavasz
 - 2) nyár
 - 3) ősz
 - 4) tél
5. Melyik hónapban szoktál leginkább üdülni?
 - 1) január
 - 2) február
 - 3) március
 - 4) április
 - 5) május
 - 6) június
 - 7) július
 - 8) augusztus
 - 9) október

10) november

11) december

6. Egy évben hány alkalommal szoktál üdülni?

(Csak egy db számot írd be!)

.....

7. Hány napra tervezed a nyaralásod?

1) 1-3

2) 4-6

3) 7-10

4) 10 napnál hosszabbra

8. Általában mivel szoktál utazni?

1) vonattal

2) autóbusszal

3) személygépkocsival

4) repülővel

9. Mely/melyek utazásod elsődleges célja/céljai? (Több választ is bejelölhetsz!)

1. igen 2. nem

1) pihenés (pl. napozás, olvasás)

2) aktív turizmus (pl. síelés, kerékpártúrák)

3) rokon, ismerős, barát meglátogatása

4) vízparti üdülés

5) szórakozás, bulizás

6) természetjárás

7) kulturális kikapcsolódás (pl. kastély, múzeum megtekintése)

8) üzleti utazások

9) városlátogatás

10) extrém sportok (pl. rafting, ejtőernyőzés)

11) tanulmányutak, nyelvtanulás

12) a bor és gasztronómia élvezete

13) vallási turizmus, zarándoklatok

14) egészségmegőrzés (wellness szállodák)

15) könnyűzenei fesztiválokra való részvétel

16) falusi turizmus

10. Általában kivel szoktál üdülni?
- 1) egyedül
 - 2) párral
 - 3) családdal/rokonokkal
 - 4) barátokkal
 - 5) munkahelyi barátokkal/kapcsolatokkal
11. Ha két lehetőség közül lehetne választanod, melyikre esne a szavazatod?
- 1) kirándulás, hegymászás, vízitúra, sportolás
 - 2) pihenés, wellness, nyugalom
12. Mikor szoktad elkezdni szervezni az utazásodat?
- 1) félévvel hamarabb
 - 2) 1-3 hónappal előtte
 - 3) 1 hónapon belül
 - 4) csak az utolsó napokban
13. Mennyire szoktad megszervezni az utazásodat?
- 1) részletesen, alaposan
 - 2) eléggé részletesen, de spontán elemeket is szokott tartalmazni
 - 3) spontán módon, nincs előre megszervezve
14. Mennyi pénzt szánsz általában egy nyaralásra, kirándulásra?
- 1) 1-10 000 forint között
 - 2) 10-20 000 forint között
 - 3) 20-50 000 forint között
 - 4) 50-70 000 forint között
 - 5) 70-100 000 forint között
 - 6) 100 000 forint felett
15. Nyaralás alkalmával legfőképpen hol szoktál megszállni?
- 1) szálloda
 - 2) panzió
 - 3) kemping
 - 4) turista szálló
 - 5) ifjúsági szálló
 - 6) kulcsosház
 - 7) falusi szálláshely
 - 8) apartman

- 9) motel
- 10) saját üdülő
- 11) ismerősöm üdülője

16. Üdülés alkalmával milyen, a vendéglátóhely által biztosított ellátást szoktál igénybe venni?

1. igen 2. nem

- 1) szállás reggelivel
- 2) félpanzió
- 3) teljes panzió
- 4) egyéni étkezés

17. Üdülés alkalmával milyen vendéglátóegységet szoktál igénybe venni?

1. igen 2. nem

- 1) étterem, gyorsétterem, pizzeria
- 2) bár, borozó, italbolt, kocsmá, drinkbár
- 3) büfé, lángosos, palacsintázó
- 4) cukrászda, kávéház, teaház

18. Mennyire fontosak számodra a következő dolgok utazás során? Értékelj 1-6-ig terjedő skálán! (1 = egyáltalán nem fontos; 6 = nagyon fontos)

- 1) ismerkedés
- 2) új dolgok tanulása, nyelvtanulás
- 3) pihenés
- 4) más kultúrák megismerése
- 5) flörtölés
- 6) jól érezni magam (a többiekkel)
- 7) izgalmas élményeket szerezni, új dolgokat kipróbálni
- 8) azt tenni, amit akarok
- 9) önállóság
- 10) bulizás
- 11) kulturális programlehetőségek (színház, múzeum, világörökségek)
- 12) természeti környezet megismerése
- 13) sportolás

19. Az alábbiak közül melyek azok, amelyekre mindenképpen szükséged van a nyaralásod alatt?

1. igen 2. nem

- 1) wi-fi rendszer
- 2) külön fürdőszoba
- 3) klímaberendezés
- 4) televízió
- 5) minibár
- 6) egyéb

20. Amennyiben az előző kérdésben az "Egyéb" kategóriát jelölted be, kérlek, hogy írd be ide! (Ha az előző kérdésben nem jelöltél be egyéb kategóriát, ugorj a következő kérdésre!)

.....

21. Hol szoktál leginkább a szállás, étkezési és kikapcsolódási lehetőségekről informálódni?

- 1) internet
- 2) újságcikk, hirdetés
- 3) utazási iroda, tourinform
- 4) szórólap, prospektus
- 5) utazáskiállítás, vásárok
- 6) telefonos ajánlások
- 7) rokonok, ismerősök ajánlásai
- 8) média (rádió, televízió)
- 9) útkönyv

22. Szabadidődben végzel testmozgást?

(Ha nem a válaszod, ugorj a 25-ös kérdésre!)

- 1) igen
- 2) nem

23. Ha igen a válaszod, hol szoktál ennek eleget tenni?

- 1) szabadban
- 2) teremben

24. Milyen gyakran sportolsz?

- 1) ritkábban, mint havonta
- 2) havonta

- 3) heti rendszerességgel
 - 4) hetente 2-3 alkalommal
 - 5) legalább heti 4 alkalommal
25. Ha nem a válaszod, mi ennek a legfőbb oka?
- 1) időhiány
 - 2) kedvetlenség
 - 3) orvosilag nem engedélyezett
26. Ismered a Főiskola által nyújtott szabadidő eltöltési lehetőségeket?
- 1) igen
 - 2) nem
27. Igénybe szoktad venni a Főiskola által nyújtott szabadidős lehetőségeket?
- 1) igen
 - 2) nem
28. Ha igen, melyeket?
- | | 1. igen | 2. nem |
|-------------------------------|---------|--------|
| 1) nyaralás | | |
| 2) sítábor | | |
| 3) gólyatábor | | |
| 4) karácsonyi vásár | | |
| 5) edzési lehetőségek | | |
| 6) rendezvények | | |
| (pl. hallgatói nap, gólyabál) | | |
| 7) szórakozási lehetőségek | | |
| (pl. Club Bakar) | | |
29. Honnan tájékozódasz leginkább a sportolási, kikapcsolódási lehetőségekről?
- 1) Sulibook/kolibook nevezetű internetes közösségi oldalakról
 - 2) a Főiskola honlapja
 - 3) e-mailen keresztül
 - 4) csoporttársaktól, barátoktól, ismerősöktől
 - 5) plakát, szórólap
 - 6) faliújság

30. Értékelj Gyöngyös várost a következő szempontok alapján, 1-6-ig terjedő skálán! (1=nem jó; 6=kiváló)

- 1) kultúra
- 2) sport
- 3) szórakozás
- 4) kikapcsolódás
- 5) közösségépítési lehetőségek (pl. klubok, szakkörök)

31. Értékelj a Főiskolát a következő szempontok alapján, 1-6-ig terjedő skálán! (1=nem jó; 6=kiváló)

- 6) kultúra
- 7) sport
- 8) szórakozás
- 9) kikapcsolódás
- 10) közösségépítési lehetőségek (pl. klubok, szakkörök)

32. Mennyi időt töltesz a következő elfoglaltságokkal? Értékelj 1-6-ig terjedő skálán! (1=nagyon kevés időt; 6=nagyon sok időt)

- 1) böngészés közösségi oldalakon (pl. Facebook, Twitter)
- 2) játékkonzolok, számítógépes játékok
- 3) sportolás
- 4) kirándulás

33. Nemed?

- 1) férfi
- 2) nő

34. Mikor születted? (pl. 1986)

.....

35. Milyen típusú településen élsz?

- 1) község
- 2) város
- 3) megyeszékhely
- 4) Budapest

36. Milyen tagozaton tanulsz?

- 1) nappali
- 2) levelező
- 3) távoktatás

37. Kollégista vagy bejárós Vagy?

1) kollégista

2) bejárós

38. Kapsz-e ösztöndíjat tanulmányaid mellett?

1) igen

2) nem

39. Dolgozol-e tanulmányaid mellett?

1) igen

2) nem

40. Ha az előző két kérdésből valamelyikre igennel válaszoltál, annak hány %-át költöd szabadidős tevékenységre?

(Kérlek, hogy csak egy db számot írd! pl.: 20)

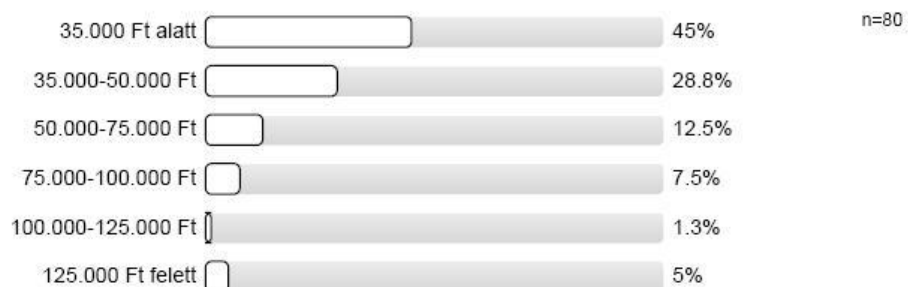
.....

KÖSZÖNÖM, HOGY KITÖLTÖTTED A KÉRDŐÍVET!

**2. MELLÉKLET: A HALLGATÓI ÖNKORMÁNYZAT KORÁBBI SPORTFELELŐSÉVEL,
SZALAI ÁDÁMMAL KÉSZÍTETT INTERJÚ KÉRDÉSEI**

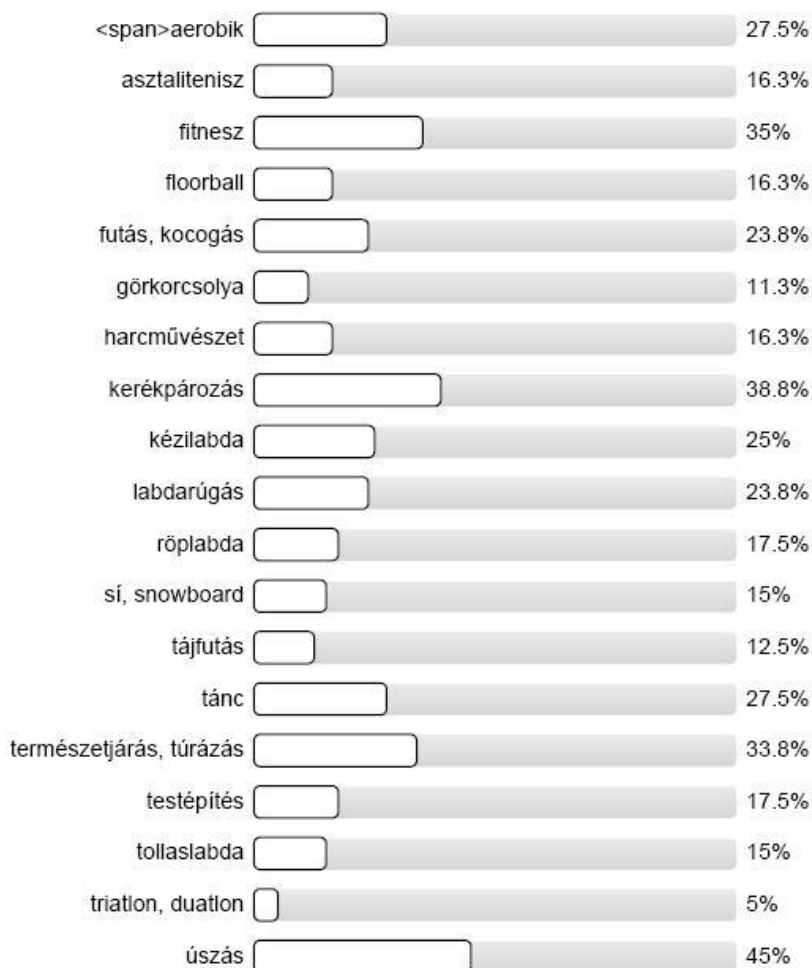
1. Hogyan néz ki a Hallgatói Önkormányzat szervezeti felépítése? Kik foglalkoznak programok szervezésével?
2. Kik segítik a munkátokat?
3. Mi motivált a HÖK sportfelelősi tisztségének elvállalásakor?
4. Milyennek látod a HÖK munkáját?
5. Mennyire aktívak a hallgatók és mivel lehet őket motiválni?
6. Milyen kommunikációs csatornát használtok a célcsoport elérésére? Ezek közül melyik bizonyul a leghatékonyabbnak?
7. Végeztek-e igényfelmérést a hallgatók körében?
8. Mik a visszajelzések a munkátokkal kapcsolatban?
9. Milyen típusú programokat preferálnak a hallgatók?
10. Milyen állandó és milyen időszakosan megrendezésre kerülő események vannak évközben?
11. Ezek közül melyek a legsikeresebb programok?
12. Milyen anyagi források állnak rendelkezésetekre?
13. Mit üzennél a hallgatóknak?

3. MELLÉKLET: A HALLGATÓK VÁLASZAI A „MENNYI PÉNZBŐL GAZDÁLKODSZ EGY HÓNAPBAN? KÉRDÉSRE (N=80)



Forrás: Szabó, 2013

4. MELLÉKLET: A HALLGATÓK ÁLTAL IGÉNYELT SPORTÁGAK SZÁZALÉKOS MEGOSZLÁSA (N=80)



Forrás: Szabó, 2013

5. MELLÉKLET: ROTÁLT FAKTORSÚLYMÁTRIX

Rotated Component Matrix ^a			
	Component		
	1	2	3
19.12. sportolás	,845	,020	,058
19.4. más kultúrák megismerése	,820	,154	,157
19.11. természeti környezet megismerése	,796	,011	,198
19.2. új dolgok tanulása, megismerése	,652	,580	,054
19.13. nyelvtanulás	,471	,380	,098
19.3. pihenés	,466	,209	,370
19.5. flörtölés	,013	,848	,098
19.1. Mennyire fontos az ismerkedés, kapcsolatépítés	,228	,842	,039
19.10. kulturális programlehetőségek (színház, múzeum)	,052	,670	,418
19.8. azt tenni, amit akarok	,099	,038	,828
19.9. bulizás	,096	,016	,798
19.6. jól érezni magam (a többiekkel)	,236	,145	,740
19.7. izgalmas élményeket szerezni, új dolgokat kipróbálni	,515	,309	,519

Forrás: saját készítés

6. MELLÉKLET: CSEPEREDÉS, 2013



Forrás: saját készítés

7. MELLÉKLET: HEGYI SPORTOK BÁZISA



Forrás: <http://m.hegyisportok.hu/index2.php?page=csapatepites>

8. MELLÉKLET: A FŐISKOLA DIÁKSZÁLLÓJÁNAK UDVARA



Forrás: <http://kr-sport.hu/galeria>

9. MELLÉKLET: ERDEI KALANDPARK AZ OXYGEN ADRENALIN PARKON BELÜL



Forrás: http://kepgaleria.adrenalin-park.hu/displayimage.php?album=27&pid=3660#top_display_media