

**Egyetemi doktori (PhD) értekezés tézisei**

**A KALANDPARKOK SPORTTURIZMUSBAN BETÖLTÖTT  
SZEREPÉNEK KOMPLEX ELEMZÉSE MAGYARORSZÁGON**

Boda Eszter Judit

Témavezető:

Dr. Bácsné Dr. habil. Bába Éva

Egyetemi tanár

Dr. habil. Müller Anetta

Egyetemi docens



**DEBRECENI EGYETEM**

Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok

Doktori Iskola

Debrecen, 2020

# 1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA

Rohanó életünkben egyre többet keressük a nem megszokott, extrém dolgokat, ezzel próbálva extra adrenalint csempészni az amúgy folyamatosan egy szinten pörgő és monoton mindennapjainkba. Az élménykereső tevékenységek valódi vagy vélt veszélyeket kínálnak minden résztvevőnek, eszközei a játék, a fun-, a kaland- és az extrém sportok, melyek egyre növekvő (és hirtelen növekvő) népszerűségüket a monotóniából kitörni akaró sokaságnak köszönhetik (KOVÁCS, 2004). Az extrém sportok és a kalandparkok kereslete dominánsan növekszik napjainkban, Európában, így hazánkban is. A természet közelség, az élményszerzés, a szórakoztató és kalandos fizikai aktivitások olyan vonzerőtényezők a rekreáció területén, melyeket a kalandparkok biztosítani tudnak a munkában megfáradt ember egészségének és munkaképességének újratermelésében (BODA et al., 2018b).

A növekvő kereslet ellenére komplex elemzés mégsem található hazánkban a kalandparkokról. A témát a turizmus és a sportturizmus oldaláról közelítettem meg. Kíváncsi voltam, hogy befolyással van-e a kalandparkokra vagy épp fordítva, hatást tud-e gyakorolni a keresletre és a kínálatra, hogyan működik a kalandparkokat is magába foglaló turisztikai piac, fellelhető-e csak erre a szektorra jellemző valamilyen specialitás, mi jellemzi a kalandparkokat látogató fogyasztókat, megfigyelhető-e bennük közös jellemvonás?

A kutatómunka kezdetekor leginkább ezek a kérdések foglalkoztattak. Előzetesen úgy gondoltam, hogy a parkok szolgáltatás kínálata azok fizikumot foglalkoztató jellege miatt kapcsolható a sportturizmushoz. A szakirodalom áttekintése után úgy döntöttem, hogy mind a parkok menedzsmentje, mind a parkokat látogató fogyasztók szemszögére szeretnék fényt deríteni. Ennek megfelelően többféle módszert alkalmazva folytattam le a kutatást. A vizsgálat fókuszában pedig a kutatás kezdetekor is felmerült kérdések álltak.

## **A kutatás fontosabb célkitűzései**

1. A legnagyobb hazai kalandparkok rekreációban és turizmusban betöltött szerepének vizsgálata, feltérképezése.

2. A hazai kalandparkok keresleti és kínálati elemeinek, célcsoportjainak, jellegzetességeinek a feltárása.
3. A kalandparkok gazdálkodását és szolgáltatás-menedzsmentjét jellemző sajátosságok feltárása.
4. A kalandparkok marketing-kommunikációs eszközkészletének és sajátosságainak jellemzése.

**Az alábbi kérdések mentén építettem fel vizsgálatomat:**

1. Mi jellemzi a kalandparkok keresletét?
2. Mi jellemzi a kalandparkokat látogató fogyasztókat?
3. Van-e közös jellemzőjük ezeknek a fogyasztóknak?
4. Befolyással van-e a fogyasztói magatartás a kalandpark-látogatásra?
5. Hogyan alakul a hazai kalandparkok kínálati trendje?
6. Kik alkotják a kalandparkok célcsoportjait?
7. Mi határozza meg gazdálkodásukat?
8. Milyen minőség-szolgáltatásmenedzsment és gazdasági modellek alkalmazhatók és adaptálhatók a kalandparkok esetében?
9. Miben rejlik versenyképességük?

**Ezeknek megfelelően megfogalmaztam általános és speciális hipotéziseket:**

*Általános hipotézisek:*

H1: A nemzetközi trendeknek megfelelően feltételezem, hogy a kutatásban szereplő kalandparkok is egyre növekvő kínálattal rendelkeznek, melyet a látogatólétszám és a bevételi adatok is alá támasztanak.

H2: A kalandparkok esetében legnagyobb veszélyeztető tényezőként a szezonalitást, valamint a versenytársak erősödését lehet beazonosítani.

H3: Feltételezem, hogy a vizsgálatba bevont parkok célcsoportja főként a családok, az iskolások és a munkahelyi csoportok, illetve motivációjukat tekintve azok, akik az élményt, a kihívást keresik és az aktív szabadidő eltöltést preferálják.

H4: A kalandparkok üzemeltetésének egyik meghatározó eleme az emberi erőforrás. Feltételezem, hogy a kalandparkok HR gyakorlata az átlagos HR gyakorlattól eltérő, speciális elemeket mutat.

*Speciális (a keresletre és a kínálatra vonatkozó) hipotézisek:*

- A kalandpark látogatók szabadidő-eltöltési szokásai befolyásolják a kalandpark látogatási gyakoriságot és annak motivációját.
- A férfiak és nők között eltérések lesznek tapasztalhatók a kalandpark szolgáltatások-fogyasztási illetve szabadidős szokásokban.
- A kalandpark szolgáltatások esetében feltételezem, hogy a fogyasztók számára a szórakoztató funkció, a természetközelség és a biztonság lesz a legfontosabb tényező.
- Feltételezem, hogy a parkok az időjárás miatti kiszámíthatatlanságot tartják a legnagyobb kockázatnak az üzemeltetés során.
- Feltételezem, hogy a versenyképességet a szolgáltatás folyamatos megújításával és az eszközök karbantartásával illetve új játékok beszerzésével igyekeznek tartani.
- Feltételezem, hogy minden park jól meghatározott célcsoportokra fókuszálva alakítja a szolgáltatás-kínálatát.
- A személyes kompetenciák nagyobb jelentőséggel bírnak a munkaerő kiválasztásánál, mint a tapasztalat és a gyakorlat.
- Az online média irányába tolódik el a toborzás „helye”, a kalandparkokban dolgozók számára a nem pénz jellegű ösztönzők a leggyakoribb motiválók.

A szekunder kutatómunka keretén belül az alábbi fogalmakat tekintetem át: turizmus, annak keresleti és kínálati trendjei, a turisták csoportosítása és jellemzői, a turizmusban megjelenő erőforrások (részletezve a humán erőforrást), a kaland-, az aktív és természeti turizmus jellemzőit hazánkban, a sportturizmust és annak hatásait, a rekreációt (fogalmát, típusait, kapcsolatát a turizmussal), a kalandparkok kapcsolatát az eddig felsorolt

alapfogalmakkal, a tematikus- és kalandparkok szerepét a világgazdaságban, trendeket a kalandparkokat látogató fogyasztók szabadidős szokásairól, a kalandparkoknál jellemző humán erőforrás-ellátásról, a marketing-kommunikációs eszközöket tekintve pedig a social média szerepét a kalandparkok életében.

## **2. ADATBÁZIS ÉS AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE**

Doktori értekezésemben a kalandparkok sportturizmusban betöltött gazdasági szerepét vizsgáltam Magyarországon keresleti és kínálati oldalról. Célom annak feltárása volt, hogy miért növekszik ilyen dinamikusan a kalandparkok rekreációban, turizmusban és a gazdaságban betöltött szerepe. Eredményeim igazolására szekunder és primer kutatást végeztem. A szakirodalmi áttekintés során megalapoztam saját kutatásomat a szakterület neves nemzetközi és hazai tekintélyei által korábban feltárt eredményeknek köszönhetően. Felhasználtam a tématerülethez köthető nemzetközi és hazai kutatásokat, jelentéseket, statisztikákat, szakkönyveket és tudományos közleményeket. A nemzetközi adatokat az EUROSTAT, UNWTO, WTO és a WTTC oldalairól kölcsönöztem, míg a hazai vonatkozások tekintetében a KSH, a Magyar Turisztikai Ügynökség, a Magyar Turizmus Zrt., és a Statisztikai Tükör adatait használtam. Speciálisan a kalandparkokról a vizsgálatba bevont parkok saját honlapjáról szereztem naprakész információkat. A szakcikkeket és tanulmányokat a Google.hu, a Scholar, a Scopus és a ResearchGate kereső adatbázisokkal értem el.

A primer vizsgálat keretein belül kvantitatív és kvalitatív kutatást végeztem, melyeket összevetettem a szekunder részben feltártakkal.

### **2.1. A kereslet vizsgálata**

#### **2.1.1. Módszer**

Primer kutatásom folyamán kvantitatív módszert, a kérdőíves kutatást választottam adatgyűjtésre. Az adatfelvétel 2017 májusában indult, elvégeztem egy pilot kutatást, majd a kérdések pontosítása után a tényleges adatgyűjtés első üteme 2017 szeptembere és decembere, második üteme 2018 szeptembere és 2019 februárja között papír alapon és online formában zajlott (az online esetében az Unipoll kérdőív-szerkesztő program volt a segítségemre). Ez idő alatt összesen 1282 darab értékelhető kérdőívet kaptam vissza (papír alapú n=313, online n=969).

A kérdések összeállításánál alapul vettem például RYAN et al. (2010) kutatásában használt elemeket. Törekedtem arra, hogy széleskörű és komplex képet kapjak a fogyasztókról, ennek érdekében 3 nagy csoportba soroltam szakmai kérdéseimet. Az első a

szabadidő-eltöltési szokásokat tárta fel, a második a kalandpark látogatási magatartásról és a tapasztalatokról szólt, míg a befejező részben a kitöltőről informálódtam.

A témakörben 34 kérdést fogalmaztam meg, melyek között voltak egyszerű és többszörös választásos, valamint skálás zárt és nyitott kérdések. Az adatokat SPSS 22.0 program és MS Excel segítségével értékeltem. Az elemzés során alapstatisztikát számítottam, kereszttábla elemzés során Chi<sup>2</sup>-próbával kerestem a szignifikáns összefüggéseket és különbségeket, melyeket a Gamma együttható vizsgálatával egészítettem ki, végeztem párosított T-próbát, variancia-analízist, valamint feltáró faktor-elemzést főkomponens vizsgálattal.

### **2.1.2. Minta**

A minta 1282 fős (papír alapon n=313 kérdőív került kitöltésre, így nagyobb arányban érkeztek az online válaszok n=969). Kényelmi mintavétellel kerültek az alanyok a válaszadók közé, vagyis bárki kitölthette, aki már legalább egy alkalommal járt Magyarországon kalandparkban. A mintában szereplő alanyok jellemzői az alábbiak szerint alakultak:

- Nemi megoszlás: 50,2% (n=643) nő, 49,8% (n=639) férfi.
- Életkor szerint: 47,5% (n=609) 21-30 év közötti, 28,2% (n=362) 21 év alatti, 11,5% (n=148) 41-50 év közötti, 10,1% (n=129) 31-40 év közötti, 2,7% (n=34) 51 év feletti.
- Lakóhely szerint: 40,6% (521) városban él, 33,6% (431) megyeszékhelyen él, 16,8% (n=215) községben, faluban él, 9% (n=115) a fővárosban él.
- Legmagasabb iskolai végzettség szerint: 48,7% (624) érettségizett, 11,4% (146) főiskolai diplomát szerzett, 9,3% (119) felsőfokú szakképesítéssel rendelkezik, 9% (115) általánost elvégzett, 8,2% (n=105) egyetemi diplomát szerzett.
- A foglalkozásának típusát tekintve: 64,7% (n=829) tanuló, 27,5% (n=353) alkalmazott, 4,4% (n=56) saját vállalkozásban dolgozik.
- A végzett munka jellegét tekintve: 48,7% (n=624) még nem dolgozik, 23,5% (301) vegyesen végez fizikai és szellemi munkát, 22% (n=282) szellemi munkát végez, 5,9% (n=75) fizikai munkás.

- A családi állapotot vizsgálva: 50,1% (n=642) hajadon/nőtlen, 18,4% (n=236) házas, 16,1% (n=206) nem válaszolt a kérdésre, 10,6% (n=136) élettárssal él.
- Az egy háztartásban élők száma: 34,1% (437) 4 fő, 25,4% (n=326) 3 fő, 23,7% (304) 2 fő.
- Az egy háztartásban élők egy főre jutó nettó havi jövedelmét tekintve: 23,6% (n=302) 100 001-150 000 Ft között van, 20-20% (n=256) 50 001-100 000 Ft vagy 150 001 Ft fölött van.

## **2.2. A kínálat vizsgálata**

### **2.2.1. Módszer**

A kínálatot három szempontból elemeztem:

#### *1. Honlap- és Google Trends kulcsszó keresési adatok elemzése:*

Megvizsgáltam a kalandparkok internetes oldalait és a Google Trends segítségével elemeztem, hogy mennyire volt népszerű egy-egy adott park a kulcsszavas keresések területén. Ezen kívül a közösségi médiában vizsgáltam a parkok Facebook követőinek számát, Instagramon pedig a parkokból történő bejelentkezések, „hash-tag”-ek számát.

#### *2. A kalandparkok működését vizsgáló kérdőív:*

A kérdések összeállításánál alapul vettem JÓNÁS-BERKI (2010) kutatása során használt kérdőívet, melynek fókuszában az alábbi témák álltak:

- a park létesítésének körülményei;
- az üzemeltetés sajátosságai;
- a jövőbeli tervek.

A kérdések javarészt zártak voltak (egyszerű és többszörös választásos, vagy rangsorolást/értékelést kérők), de tartalmazott nyitott végű kérdést is a kérdőív. Az adatgyűjtés 2018 szeptembere és decembere között zajlott. A beérkezett válaszokat Microsoft Excel program segítségével dolgoztam fel és grafikusan ábrázoltam.

### 3. Szakértői interjúk a humánerőforrásról:

Az interjúkkal kalandpark vezetőket kerestem meg a humánerőforrás-ellátás kérdéskörében. Az adatfelvételre 2016 júliusa és 2018 októbere között került sor. Az adatokat Excel program segítségével dolgoztam fel, az átlagértékek megállapítására és a grafikus megjelenítés prezentálására.

#### 2.2.2. Minta

##### 1. Honlap- és Google Trends:

A gazdasági működést vizsgáló kérdőívet kitöltő kilenc kalandpark internetes adatait vizsgáltam meg.

##### 2. Gazdasági működés:

A kínálat feltérképezésére minden nagyobb hazai kalandparkot (64 darab) megkerestem kérdőívemmel. A kutatásban 9 magyarországi kalandpark vett részt, ezeket mutatja jellemző adataikkal a következő táblázat (1. táblázat):

**1. táblázat: A vizsgálatba bevont szolgáltatók**

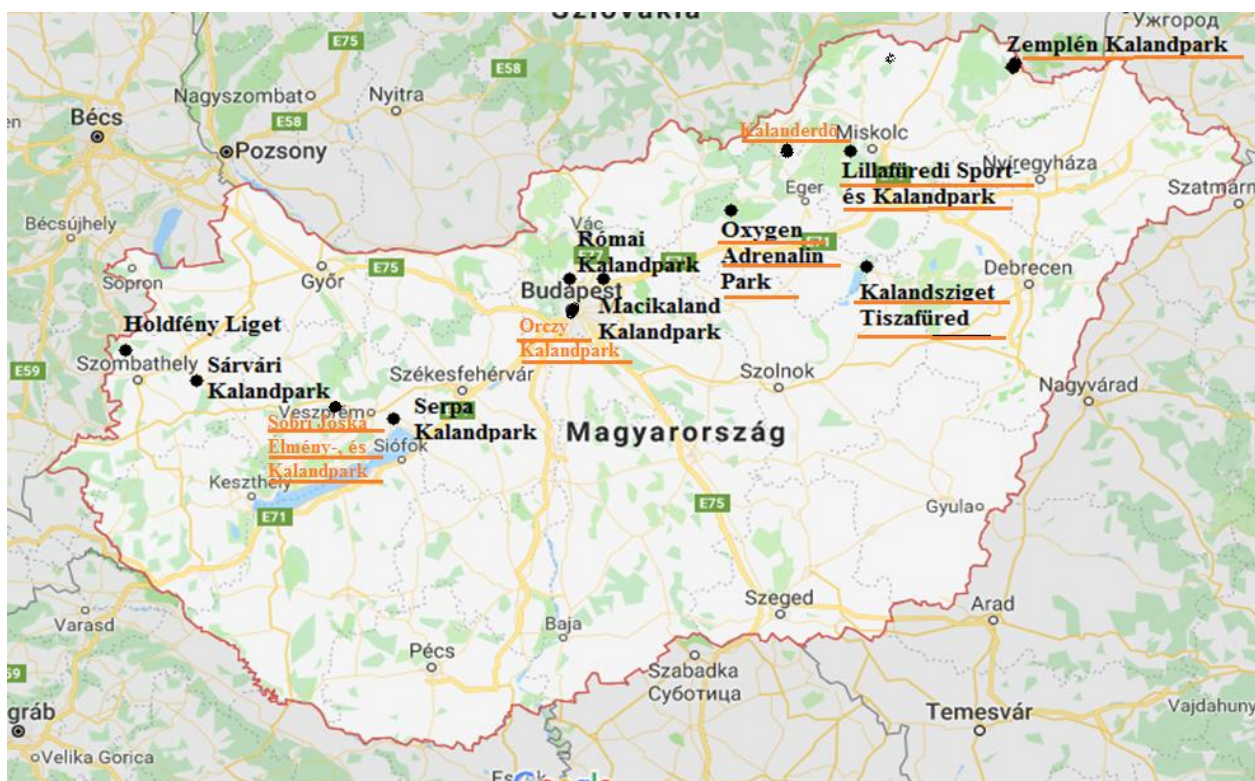
| A kalandpark neve                                                   | Hol található a park      | Város/település | Területe (Ha) | Üzemeltető         |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------|---------------|--------------------|
| <b>Magas-hegyi Turisztikai és Sportközpont (Zemplén Kalandpark)</b> | Észak-Magyarország        | Sátoraljaújhely | Több Ha       | Helyi önkormányzat |
| <b>Serpa Kalandpark</b>                                             | Balaton                   | Balatonfűzfő    | 2             | Kft.               |
| <b>Sárvári Kalandpark</b>                                           | Nyugat-Magyarország       | Sárvár          | 2             | Kft.               |
| <b>Római Kalandpark</b>                                             | Budapest                  | Budapest        | 2,5           | Kft.               |
| <b>Oxygen Adrenalin Park</b>                                        | Mátra, Észak-Magyarország | Gyöngyös-Sástó  | 16            | Kft.               |
| <b>Macikaland Kalandpark</b>                                        | Közép-Magyarország        | Veresegyház     | 3,5           | Kft.               |
| <b>Holdfény Liget – az Alpokalja kalandpark</b>                     | Nyugat-Magyarország       | Gyöngyösfalu    | 14            | Kft.               |
| <b>Kalandsziget – Tiszafüred</b>                                    | Tisza-tó                  | Tiszafüred      | 18            | Kft.               |
| <b>Lillafüredi Sport- és Kalandpark</b>                             | Észak-Magyarország        | Miskolc         | 2             | Zrt.               |

*Forrás: saját kutatás alapján (2018)*

### 3. Szakértői interjúk:

Összesen hét interjú tapasztalatait tartalmazza a dolgozat, ezek: az Orczy Kalandpark (mely jelenleg nem üzemel), a szilvásvárad Kalanderdő Kalandpark, a Zemplén Kalandpark, a Sobri Jóska Élmény- és Kalandpark, a tiszafüredi Kalandsziget, az Oxygen Adrenalin Park, és a Lillafüredi Sport- és Kalandpark voltak.

A kínálati vizsgálatban szereplő szolgáltatókat vizualizálja a következő térkép, ahol fekete jelölés a gazdasági vizsgálatban szereplőket, a narancssárga a szakértői interjúban résztvevőket mutatja. A fekete betű és narancssárga aláhúzás a mind a két vizsgálatban megjelenteket jelöli.



**1. ábra: A kínálat vizsgálatában szereplő kalandparkok**

*Forrás: A Google Maps alapján saját szerkesztés*

### 3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI

A válaszadók leggyakrabban a Zemplénben található Zemplén Kalandparkot keresték fel (336 fő, 26,2%), a második helyen a Mátrában található Oxygen Adrenalin Parkot (265 fő, 20,7%), a dobogó harmadik fokára pedig a Balaton partján található Zamárdi Kalandpark került (125 fő, 9,8%). A látogatások gyakoriságát tekintve kiderült, hogy a megkérdezettek ritkábban, mint évente teszik ezt, főként családjukkal, nyáron és hétvégén, kiegészítő programként, ami azt jelenti, hogy elsődlegesen más célból utaztak az adott desztinációba. Kérdeztem a fogyasztókat, hogy milyen csatornákon keresztül tájékozódnak az egyes kalandparkokról. A leggyakoribb válasz kutatásomban az interneten, közösségi médián keresztül (754 fő, 58,8%) történő informálódás lett. Jelentős jelölést kapott továbbá a barát, ismerős ajánlása (szájreklám) által történt információszerzés is (704 fő, 54,9%)

A **fogyasztókat** vizsgáló kutatási részben az alábbiakat tapasztaltam. A főkomponens elemzéssel zajló feltáró faktorelemzésnek köszönhetően a látogatókat négy különböző csoportba sikerült sorolni a szabadidő-eltöltési szokásaik alapján. Ezek: a „természetben aktívak”, az „élménykeresők”, a „magányra-vágyók”, és a „passzív, kulturálódók” kategóriái. Az egyes típusok jellemzői:

#### 1) „Természetben aktívak”

- Természeti sportok preferálása (túrázás, outdoor mozgásos tevékenységek)
- Természetben töltött szabadidő preferálása
- Barátokkal a szabadidőben töltött szabadidő a természetben
- Hétvégén, futóversenyeken, teljesítménytúrákon való gyakori részvétel
- Aktívan eltöltött szabadidő preferálása
- Napi szinten sporttevékenységek végzése

#### 2) „Élménykeresők”

- Extrém, a saját határokat feszegető tevékenységek kipróbálási hajlandósága
- Új tevékenységek kipróbálásának preferálása
- Nagyobb hajlandóság a kihívást jelentő sportok végzésére

#### 3) „Magányra-vágyók”

- A magányosan űzhető tevékenységek űzésének szeretete

- A társas tevékenységek prioritizálása (negatív előjellel)

#### 4) „Passzív, kulturálódók”

- Kulturális tevékenységek végzésének szeretete
- Passzív pihenés preferálása

A kalandparkok szolgáltatás kínálata leginkább az első két típus igényeinek kiszolgálására alkalmas, a magányosan végzett szabadidős tevékenység nyomai viszont megjelenhetnek például egy kötélpálya teljesítése során, ahol társak között, mégis egyedül küzdi végig magát a fogyasztó a kihívásokkal teli akadályokon. A kulturális tevékenységek lehetősége jelenleg „hiánycikk” a kalandparkok esetében, azonban esetleges megvalósítása által versenyelőnyre tehet szert az adott szolgáltató, kiaknázva addig meghódíthatatlan célcsoporti réteget.

A kalandparkok felkeresésének motivációját tekintve, a kapott eredmények szerint (melyek egybevágóak számos más kutatás eredményével is) azok szórakoztató tevékenysége miatt (661 fő, 51,6%), másrészt az ott tapasztalható kihívások és extrémítás miatt, mely a leginkább kalandpark-specifikus állítás volt (465 fő, 36,3%), harmadrészt pedig a kíváncsiságuk miatt látogatták a fogyasztók (385 fő, 30%). A rendelkezésre álló szabadidő mennyiségét is vizsgálva megállapításra került, hogy minél több a hétvégi szabad felhasználású idő, annál inkább jellemző a szórakoztató lehetőség miatti látogatási motiváció. Ezt a kérdést feltettem a gazdasági működést vizsgáló kérdőívben is, ahol a vezetők által nem ez lett a legnépszerűbb látogatási motiváció.

Kerestem a hasonlóságokat és az eltéréseket a szabadidő-eltöltés és a kalandpark látogatás kapcsán. Szignifikáns eltérést tapasztaltam a nemek tekintetében a szabadidejüket inkább aktívan (férfiakra jellemzőbb) és a turizmushoz köthető tevékenységekkel töltők (a nőkre jellemzőbb) között, azoknál, akik saját magukra inkább a passzív pihenést és az otthoni tevékenységek végzését jelölték jellemzőnek (a nőkre jellemzőbb), valamint a napi szinten sportolást prioritizálók, a hétvégi futóversenyen és teljesítménytúrákon szívesen résztvevők (mind a férfiakra jellemzőbb) és a kulturális tevékenységeket kedvelők között (a nőkre jellemzőbb).

A kalandparkok fejlesztésekor nemcsak a minőségi aspektusokat (CZEGLÉDI, 2011) de a fogyasztói igényeket és szokásokat egyaránt figyelembe kell venni. A nemek tekintetében

a fontossági tényezők is eltérést mutattak a férfiak és a nők preferencia-rendszerében. A nőknek minden tényező markánsabb jelentőséggel bír, mint a férfiaknak.

A szolgáltatások meglétének fontosságát megnézve a leginkább lényeges egy fogyasztó számára, hogy a kalandpark rendelkezzen szórakoztató funkciójú lehetőségekkel, alkalmasak legyenek ezek a szolgáltatások arra is, hogy azt családdal és barátokkal együtt végezhesse. Előre rangsorolták továbbá a biztonság és a higiénia meglétét, valamint az aktív kikapcsolódásra alkalmas attrakciókat.

## 2. táblázat: Alapstatisztika a kalandparkban vizsgált szolgáltatási elemek fontosságáról

| <i>Vizsgált tényezők</i>                                                                 | <i>Mean*</i> | <i>Mode</i> | <i>Std. Deviation</i> |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|-----------------------|
| Biztonságos megközelíthetőség, biztonságos utak a park területén és biztonságos eszközök | 3,64         | 4           | ,640                  |
| Tiszta környezet, a mosdók higiéniája                                                    | 3,64         | 4           | ,577                  |
| A családdal, barátokkal együtt eltöltött szabadidős tevékenység                          | 3,65         | 4           | ,597                  |
| Könnyen hozzáférhető a mellékhelység                                                     | 3,26         | 4           | ,766                  |
| A park szórakoztató funkciója                                                            | 3,66         | 4           | ,591                  |
| Aktív kikapcsolódást nyújt                                                               | 3,63         | 4           | ,636                  |
| A belépő ára, ár-érték aránya                                                            | 3,43         | 4           | ,759                  |
| Sokszínű programkínálat                                                                  | 3,47         | 4           | ,693                  |
| A kiszolgáló személyzet (szakértelem, udvariasság, segítőkészség, stb.)                  | 3,52         | 4           | ,668                  |
| Étkezési lehetőségek megléte, annak kínálata és minősége                                 | 3,08         | 4           | ,873                  |
| Kevés várakozási idő alatt igénybe vehető szolgáltatások (kevesebb, mint 10 perc)        | 3,43         | 4           | ,690                  |
| A park hangulata, atmoszférája, design eleme, összképe, benyomása                        | 3,49         | 4           | ,654                  |
| Extrémítás, kihívást jelentő szolgáltatások megléte                                      | 3,30         | 4           | ,787                  |
| A helyszíni információ biztosítottsága, egyértelműsége                                   | 3,45         | 4           | ,696                  |
| A kalandpark honlapja, a honlapon található információk                                  | 3,25         | 4           | ,850                  |

\*aláhúzással jelölve az öt legmagasabb átlagot kapott tényező

*Forrás: saját kutatás alapján (2018)*

Ezt a tényezőt az életkori csoportok tekintetében is vizsgálat alá vontam. A biztonságra vonatkozó kérdésnél elmondható, hogy minél idősebb a fogyasztó-látogató, annál fontosabb lesz számára e tényező megléte. A tisztaságra fókuszáló tényezőnél is hasonló összefüggés található, kivéve a 21 év alattiak és a 31-40 év közöttiek csoportjában, ahol a fiatalabbak magasabb átlaggal minősítették a komponenst. A családdal, barátokkal együtt töltött idő fontosságát vizsgáló paraméter szintén fontosabb szerepet tölt be az idősebb korcsoportban. Az aktív kikapcsolódást nyújtásának jelentősége is növekszik az egyes

korcsoportok életkorának emelkedésével és érdekes, hogy az extrém jelleg meglétének jelentősége is az idősebbeknél kapott magasabb átlagot.

**Hipotézis a kereslettel kapcsolatban:**

- A kalandpark látogatók szabadidő-eltöltési szokásai befolyásolják a kalandpark látogatási gyakoriságot és annak motivációját. →**RÉSZBEN BEIGAZOLÓDOTT**
- A férfiak és nők között eltérések lesznek tapasztalhatók a kalandpark szolgáltatások-fogyasztási illetve szabadidős szokásokban. → **BEIGAZOLÓDOTT**
- A kalandpark szolgáltatások esetében feltételezem, hogy a fogyasztók számára a szórakoztató funkció, a természetközelség és a biztonság lesz a legfontosabb tényező. → **BEIGAZOLÓDOTT**

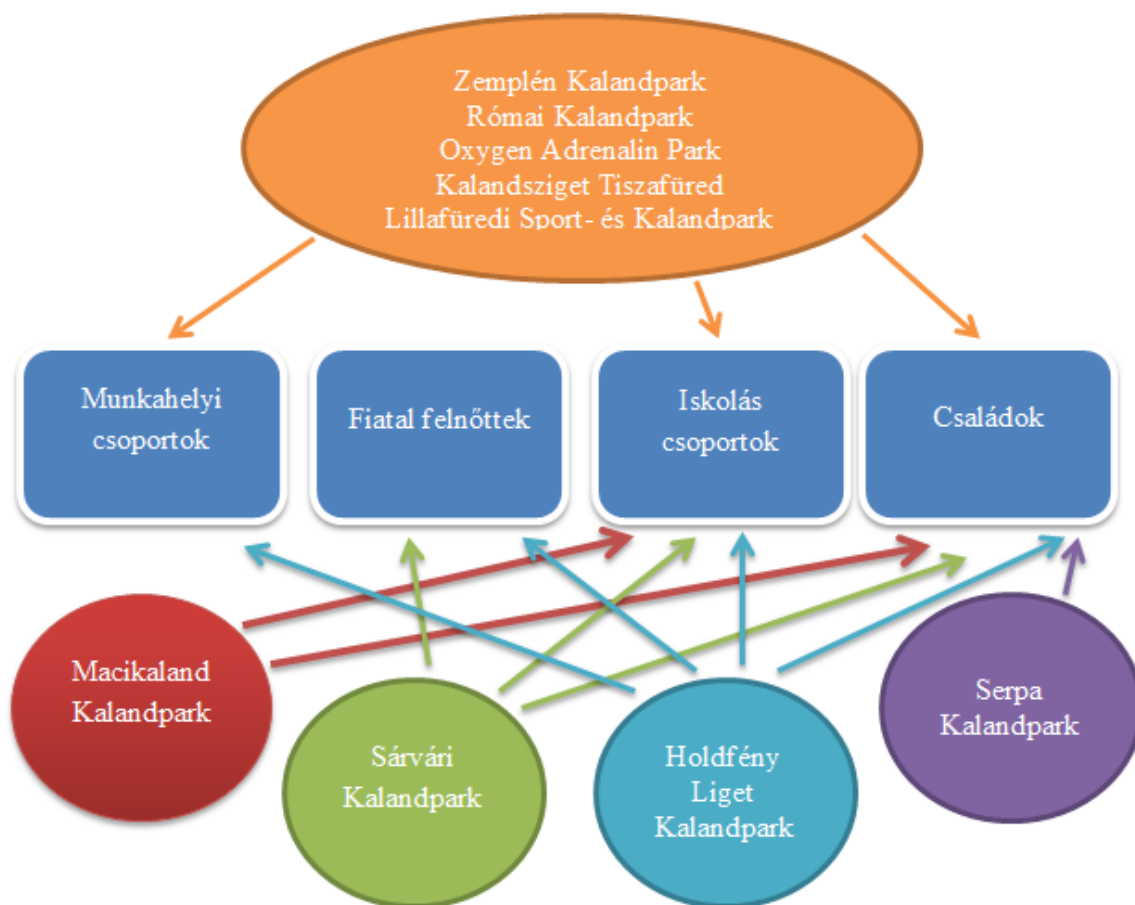
A „social” média megjelenések tekintetében a vizsgálatban szereplő kalandparkok Facebook és Instagram oldalait vizsgáltam meg. Ennek eredményeit összegzi a következő, 3. táblázat:

**3. táblázat: A kutatás során vizsgált kalandparkok Instagram és Facebook mutatói**  
(2019. április 4.-ei adatok)

| <b>Kalandpark</b>                        | <b>Instagram (tag-elés)</b> | <b>Facebook oldal kedvelői</b> |
|------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| <b>Holdfény Liget</b>                    | 648 db                      | 4 644 fő                       |
| <b>Kalandsziget - Tiszafüred</b>         | 119 db                      | 6 650 fő                       |
| <b>Lillafüredi Sport- és Kalandpark</b>  | 62 db                       | 8 218 fő                       |
| <b>Macikaland Kalandpark</b>             | 19 db                       | 313 fő                         |
| <b>Oxygen Adrenalin Park</b>             | 185 db                      | 10 420 fő                      |
| <b>Római Kalandpark</b>                  | 28 db                       | 4 235 fő                       |
| <b>Serpa Kalandpark</b>                  | 34 db                       | 1 036 fő                       |
| <b>Sobri Jóska Kaland- és Élménypark</b> | 767 db                      | 37 265 fő                      |
| <b>Zemplén Kalandpark</b>                | 772 db                      | 19 708 fő                      |

*Forrás: saját adatgyűjtés alapján (2019)*

A vizsgálatba bevont **kalandparkok létesítését, üzemeltetését** fókuszba állító rész eredményei alapján elmondható, hogy a parkok nyitvatartási szezonjára leginkább a szezonális, a dolgozói apparátus tekintetében 48 és 1 fő közötti létszám a jellemző. A vizsgálatba bevont kalandparkok létesítését a természeti környezet és a rendelkezésre álló anyagi források, míg legkevésbé a versenytársak szolgáltatás kínálatának alakulása befolyásolja. Az üzemeltetés legnagyobb kihívásainak az időjárás kiszámíthatatlansága, az innováció / a fejlesztés-, valamint a megfelelő szakértelemmel és személyiséggel rendelkező alkalmazottak hiánya tekinthetők. A látogatói célcsoportok kapcsán a családok, iskolás, valamint a munkahelyi csoportok jellemzik a megkérdezett szolgáltatókat. Ezt az alábbi ábra szemlélteti (2. ábra):



**2. ábra: A vizsgálatban résztvevő parkok célcsoportjai**

*Forrás: saját adatgyűjtés alapján saját szerkesztés*

A látogatói létszám a megadott adatok alapján csupán három kalandpark esetében mutatott folyamatosan növekvő tendenciát, egyénileg érkezők jönnek leginkább és a visszatérő vendégek számát 40-70% közé tették a vezetők. Az árbevételt elemezve három igazgató

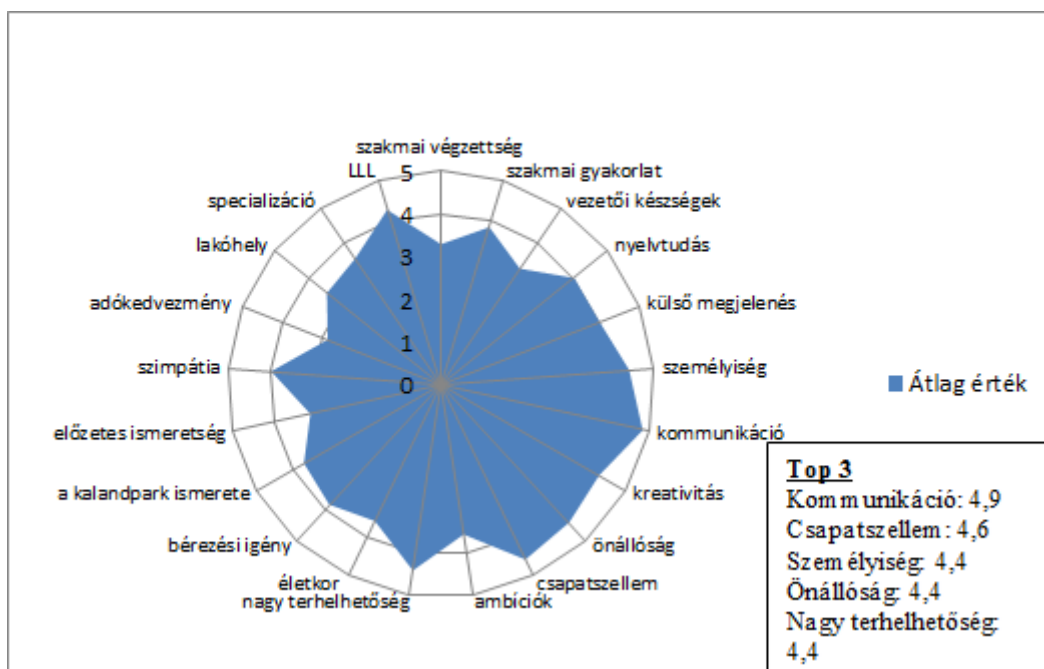
számolt be töretlen forgalomnövekedésről. Játékelemek tekintetében kötelező elemnek mondható a kalandpálya/kötélpálya megléte a kalandpark szolgáltatás kínálati elemei között. A jövőt vizsgálva pedig az új szórakozató/élmény elemek létesítése és a régiek felújítása jelenti a fejlesztést a parkok elképzelései szerint.

### **Hipotézis gazdasági működést vizsgáló kérdőív:**

- Feltételezem, hogy az üzemeltetést illetően az időjárás miatti kiszámíthatatlanság jelenti a legnagyobb kihívást ebben a szektorban. → **BEIGAZOLÓDOTT**
- Feltételezem, hogy a versenyképességet a szolgáltatás folyamatos megújításával és az eszközök karbantartásával illetve új játékok beszerzésével igyekeznek tartani. → **RÉSZBEN BEIGAZOLÓDOTT**
- Feltételezem, hogy minden park jól meghatározott célcsoportokra fókuszálva alakítja a szolgáltatás-kínálatát. → **BEIGAZOLÓDOTT**

A **szakértői interjúk** tapasztalatai alapján elmondható, hogy a kalandparkok, mint turisztikai szolgáltatók, munkaerő igényesek. A szolgáltatások minősége nagyban függ az ott dolgozó személyek „teljesítményétől”, így a munkaerő toborzás, kiválasztás és beillesztés folyamata nagy felelősséget ró a kalandpark menedzsmentjére. A kutatásom által megállapítható, hogy a vizsgált hazai kalandparkok tudatos HR tevékenységet folytatnak a humánerőforrás-ellátással kapcsolatban és ezt stratégiai tényezőként kezelik. A leggyakoribb toborzási mód az online felületeken keresztül történő toborzás és a dolgozói ajánlás. A munkaerő-ellátás folyamatának első lépcsője kapcsán érdekes tényező, hogy mivel igyekeznek vonzóvá tenni a vezetőket az adott munkahelyet. A kalandparkok esetében általánosságban főleg a nem anyagi természetű motivációs „plusz” kínálása a jellemző, mint a változatos, lendületes, fiatalos munkakörnyezet és csupán a hozzátartozói kedvezmények nyújtásában jelenik meg valamiféle anyagi-jellegű többlet. A kiválasztás folyamata során az önéletrajz, a személyes interjú és a próbanap segítik megtalálni a megfelelő embert a megfelelő helyre. A kiválasztás szempont-rendszerében az alábbi kompetenciák a legfontosabbak: kommunikáció, csapatszellem, személyiség, önállóság és a nagy terhelhetőség. Érdekes eredménynek tartom, hogy például a megfelelő szakmai

végzettséggel való rendelkezés vagy az előzetes ismeretség nem jelent egyáltalán nagy előnyt ebben a szektorban. Ennek eredményeit mutatja az alábbi ábra (3. ábra):



**3. ábra: A munkaerő-kiválasztásnál fontosnak tartott szempontok átlagértékei**

*Forrás: saját adatfelvétel alapján (2016-2018)*

A beillesztés esetében a próbaidő és a tapasztaltabb dolgozó mellé történő beosztást preferálják a munkaadók.

**Hipotézis a HR gyakorlattal kapcsolatban:**

- A személyes kompetenciák nagyobb jelentőséggel bírnak a munkaerő kiválasztásánál, mint a tapasztalat és a gyakorlat. → **BEIGAZOLÓDOTT**
- Az online média irányába tolódik el a toborzás „helye” és a kalandparkokban dolgozók számára a nem pénz jellegű ösztönzők a leggyakoribb motiválók. → **BEIGAZOLÓDOTT**

## **4. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI**

*Új eredmények tartom:*

**A Magyarországon működő kalandparkok keresletének és kínálatának komplex elemzését.**

A külön a keresletet és a kínálatot is elemző kutatás során tizenkettő kalandparktól érkezett valamilyen formában adat, illetve több mint 1200 fogyasztót kérdeztem meg kalandpark látogatási szokásairól. Elemzésem során például a keresletnél alapstatisztikát számítottam, keresztábra elemzésben  $\chi^2$ -próbával kerestem a szignifikáns különbségeket például a nemek között, melyet a Gamma együttható vizsgálatával egészítettem ki. Végeztem párosított T-próbát, ahol a kalandpark szolgáltatásaival kapcsolatban vizsgáltam a szolgáltatás meglétének fontosságát és a fogyasztók azzal való elégedettségét. Variancia-analízist készítettem az életkorok és a szolgáltatások meglétének fontossága tekintetében, valamint feltáró faktor-elemzést főkomponens elemzéssel a fogyasztók szabadidő-eltöltési szokásairól. A kínálatnál kerestem a kalandparkok működési sajátosságait, a marketing-kommunikáció területén az internetes megjelenésüket, valamint a humánerőforrás specialitásait.

**A kalandparkok munkaerő-ellátási folyamatának feltérképezését.**

Szakértői interjú módszerével megtudtam, hogy ebben a szektorban modern csatornákon és főként nem anyagi jellegű ösztönzők által toboroznak humánerőforrást. A kiválasztásnál a személyes kompetenciák lényegesebbek, mint a szakmai tudás vagy az előzetes ismeretség. A humánerőforrás-ellátás beillesztési szakaszában a próbanap és a tapasztaltabb kolléga mellét történő beosztás a legelterjedtebb.

**A kalandparkokat látogató fogyasztók négy típusba történő sorolását.**

A főkomponens elemzéssel elvégzett feltáró faktor elemzésnek köszönhetően az "aktív és természeti tevékenységet preferálók", az „élménykereső szabadidő-eltöltők”, a „magányra-vágyók”, és a „passzív, kulturálódók” csoportját állapítottam meg a kalandparkot látogató fogyasztók szétválasztására. Az egyes típusok jellemzőit vizsgálva az adott célcsoportnak leginkább megfelelő kínálat alakítható ki.

## **A fogyasztók szokásainak nemek szerinti vizsgálatát.**

A férfiak és nők preferencia rendszere a kalandpark látogatások esetében is eltérő eredményt hozott. A férfiak számára az aktívabb programok, míg a nők esetében a kultúrához és a passzívabb pihenéshez köthető tevékenységek a vonzóbbak a kalandpark szolgáltatásokban is.

### Újszerű eredménynek tartom:

**Külföldi, tematikus parkot vizsgáló kutatás alapján (RYAN et al., 2010) a szolgáltatások meglétének fontossága és az azzal való elégedettség közötti kapcsolat elemzését kalandparkra specializáltan.**

Az elégedettség alapján 5 legmagasabb átlaggal rendelkező tényezőt T-próba keretén belül megvizsgáltuk a fontosságát jelző értékpárjával. A biztonság fontossága és az azzal való elégedettség, a családdal és barátokkal együtt töltött szabadidős tevékenységi mivolta és azzal való elégedettség, valamint a szórakoztató funkció fontossága és az azzal való elégedettség adták a leginkább erős szignifikáns összefüggést.

**A külföldi kutatást alapul vevő (RYAN et al., 2010) szolgáltatások meglétének fontosságát központba állító vizsgálat elvégzését az életkor tekintetében, melynek köszönhetően célcsoport-specifikus kínálat alakítható ki.**

A biztonságról például elmondható, hogy minél idősebb a fogyasztó-látogató, annál fontosabb lesz számára e tényező megléte. A tisztaságra fókuszáló tényezőnél is hasonló összefüggés található, kivéve a 21 év alattiak és a 31-40 év közöttiek csoportjában, ahol a fiatalabbak magasabb átlaggal minősítették a komponenst. A családdal, barátokkal együtt töltött idő fontosságát vizsgáló paraméter szintén fontosabb szerepet tölt be az idősebb korcsoportban. Az aktív kikapcsolódást nyújtásának jelentősége is növekszik az egyes korcsoportok életkorának emelkedésével és érdekes, hogy az extrém jelleg meglétének jelentősége is az idősebbeknél magasabb átlagot kapott.

## 5. AZ EREDMÉNYEK GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA

A kutatás során tapasztalt eredményeket egybevetve arra a megállapításra jutottunk, hogy érdemes a kalandparkoknak a nemi különbségekből származó speciális igényeket figyelembe venni. A megkérdezett férfi vendégekre a nagyjából aktív szabadidő-eltöltés a jellemző, melyre kiváló alternatíva a kalandparkok által nyújtott szolgáltatás-kínálat. A nőkre inkább a passzívabb, otthoni tevékenységekkel töltött szabadidő-eltöltés volt tapasztalható, illetve a kulturálódással teli élmények keresése. Érdemes lenne ezt az eredményt kihasználva, ilyen jellegű programokkal bővíteni a szolgáltatási repertoárt (például egy képes összefoglaló/kiállítás/ a kalandpark létesítéséről, érdekes tényeket összegyűjtő információs-sarok, stb.), hogy amíg az erősebbik nem képviselői saját fizikai erejük korlátait feszegetik, addig a gyengébbik nem se tétlenkedjen. A férfiaknál tapasztalt versengési kedvre is lehetne építeni, akár egy-egy kötélpálya -, vagy átcsúszó-pálya teljesítési verseny által, ahol előtérbe kerülhet ügyességük, kiváló fizikumuk és ez motiváló tényezővé válhat az adott kalandpark újr látogatásánál.

A kapott eredmények hasznos információkat nyújthatnak a szolgáltatóknak, melyeket a kínálati elemek fejlesztésében, a célcsoport elégedettségének növelésében és annak elérésében (marketing-kommunikáció), valamint a humánerőforrás-gazdálkodás területén hasznosíthatnak. A jövőbeli terveim között szerepel például a vizsgált parkok számára az eredmények eljuttatása, illetve mivel fontosnak és aktuálisnak tartom a vizsgált témát, éppen ezért nagyon szeretném, ha még több kalandparkot és fogyasztót vonhatnék be egy nagyobb lélegzetvételű kutatásba, ezzel reprezentatív és még átfogóbb képet kapva a hazai helyzetről.

## 6. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN KÉSZÜLT PUBLIKÁCIÓK



**DEBRECENI  
EGYETEM**

**DEBRECENI EGYETEM  
EGYETEMI ÉS NEMZETI KÖNYVTÁR**

H-4002 Debrecen, Egyetem tér 1, Pf.: 400  
Tel.: 52/410-443, e-mail: publikaciok@lib.unideb.hu

Nyilvántartási szám: DEENK/47/2020.PL  
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Boda Eszter  
Neptun kód: CYB43W  
Doktori Iskola: Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola  
MTMT azonosító: 10056839

### A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

#### Folyóiratcikkek, tanulmányok (6)

1. **Boda, E.**, Bácsné Bába, É., Laoues, N., Müller, A. É.: Rekreációs fogyasztói szokások vizsgálata magyar fiatal felnőttek körében.  
*Különleges bánásmód. 5* (4), 33-44, 2019. EISSN: 2498-5368.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.18458/KB.2019.4.33>
2. **Boda, E.**, Bácsné Bába, É., Szabados, G., Müller, A. É.: A hazai kalandparkok helye a sportszolgáltatások piacán, egyetemi hallgatók körében végzett kutatás tükrében.  
*Studia Mundi - Economica. 5* (3), 34-45, 2018. EISSN: 2415-9395.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2018.05.03.34-45>
3. **Boda, E.**, Müller, A. É., Bácsné Bába, É.: A hazai piacvezető kalandparkok munkaerőforrás-ellátásának alakulása, a toborzás, kiválasztás és beillesztés tükrében.  
*Taylor. 10* (1), 7-15, 2018. ISSN: 2064-4361.
4. **Boda, E.**, Müller, A. É., Bácsné Bába, É.: Elégedettség-vizsgálat a zemplén kalandpark és az oxygen adrenalin park látogatói körében.  
*Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok. 13* (3-4), 129-137, 2018. ISSN: 1788-7593.
5. **Boda, E.**: Examination of Adventure park consumers in term of motivations and amount of leisure time.  
*Acta Oeconomica Universitatis Selye. 7* (2), 33-46, 2018. ISSN: 1338-6581.
6. **Boda, E.**, Bácsné Bába, É., Müller, A. É.: Motiváció vizsgálata a kalandpark-látogatók körében.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences. 3* (3), 106-126, 2018.  
EISSN: 2498-700X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2018.3.9>





### További közlemények

#### Folyóiratcikkek, tanulmányok (17)

7. Juhász, I., **Boda, E.**, Müller, A. É., Bíró, M., Molnár, A., Bácsné Bába, É., Soós, I., Whyte, I.: Daily Physical Education and the Impact of a "Handball at School" Project.  
*10 (2)*, 59-75, 2019. ISSN: 2393-1353.
8. Müller, A. É., Juhász, I., **Boda, E.**, Nagy, Z., Bíró, M.: Role of the Handball at School Programme in Everyday Physical Education.  
*Hungarian Educational Research Journal (HERJ)*. *8 (2)*, 7-23, 2018. ISSN: 2062-9605.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.14413/HERJ/8/2/2>
9. Müller, A. É., Juhász, I., **Boda, E.**, Bíró, M., Nagy, Z.: The role of "Handball at School" program in ability development and replenishment training.  
*Apstract*. *12 (1-2)*, 53-60, 2018. ISSN: 1789-221X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.19041/APSTRACT/2018/1-2/8>
10. Juhász, I., Müller, A. É., **Boda, E.**, Bíró, M.: A Kézilabda az iskolában című iskolai program ismertetése és hatásának vizsgálata a tanulók motorikus teljesítményeire.  
*Magyar edző*. *2*, 52-56, 2017. ISSN: 1418-6764.
11. Müller, A. É., Bíró, M., **Boda, E.**, Herpainé Lakó, J.: Az óvodások testtömegének és sportolási szokásainak összefüggései egy egri kutatás tükrében.  
*Acta Academiae Paedagogicae Agriensis. Nova Series. Sectio Sport*. *44*, 191-203, 2017.  
ISSN: 1788-1579.
12. Nagy, Z., Müller, A. É., Bíró, M., **Boda, E.**, Boros-Balint, I.: Study of the Basketball and Volleyball Thematic Unit Based on the Students' Performance.  
*Studia Universitatis Babeş-Bolyai Educatio Artis Gymnasticae*. *62 (1)*, 29-41, 2017. ISSN: 1453-4223.  
DOI: [http://dx.doi.org/10.24193/subbeag.62\(1\).03](http://dx.doi.org/10.24193/subbeag.62(1).03)
13. Juhász, I., Müller, A. É., **Boda, E.**, Bíró, M., Macra-Oşorhean, M.: A "kézilabda az iskolában" program értékelése egy (lehetséges) kutatás tükrében.  
*Acta Academiae Paedagogicae Agriensis. Nova Series. Sectio Sport*. *43 (klsz.)*, 21-54, 2016.  
ISSN: 1788-1579.
14. Müller, A. É., **Boda, E.**, Ráthonyi, G., Ráthonyi-Ódor, K., Barcsák, B., Könyves, E., Bíró, M., Dobay, B., Bendikova, E.: Analysis of the Cavebath of Miskolctapolca's brand elements and guests satisfaction.  
*Apstract*. *10 (4-5)*, 155-160, 2016. ISSN: 1789-221X.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.19041/APSTRACT/2016/4-5/20>
15. Müller, A. É., Bíró, M., Ráthonyi-Ódor, K., Ráthonyi, G., Széles-Kovács, G., **Boda, E.**, Macra-Oşorhean, M., András, Á.: Economic impacts of sports events.  
*Studia Educatio Artis Gymnasticae*. *61 (4)*, 85-95, 2016. ISSN: 1453-4223.





16. Herpainé Lakó, J., **Boda, E.**, Olvasztóné Balogh, Z., Hídvégi, P.: Generációk érték közvetítő szerepe a testnevelés és sport területén.  
In: A Selye János Egyetem 2016-os "Korszerű szemlélet a tudományban és az oktatásban" Nemzetközi Tudományos Konferenciájának tanulmánykötete : pedagógiai szekciók = Zborník medzinárodnej vedeckej konferencie Uneverzity J. Selyeho- 2016 "Súčasné aspekty vedy a vzdelávania" : Sekcie pedagogickych". Szerk.: György Juhász, Yvette Orsovics, Melinda Nagy, Univerzita J. Selyeho, Komárno, 334-341, 2016. ISBN: 9788081221873
17. Juhász, I., **Boda, E.**, Bíró, M., Müller, A. É., Macra-Oşorhean, M.: Impact of teaching handball on the improvement of target accuracy of students in consideration for the impact assessment of the project "handball at school".  
*Studia Universitatis Babes-Bolyai Educatio Artis Gymnasticae.* 61 (4), 15-27, 2016. ISSN: 1453-4223.
18. Révész, L., Müller, A. É., Herpainé Lakó, J., **Boda, E.**, Bíró, M.: A rekreáció elmélete és módszertana 1.: a rekreáció kialakulása, története, a rekreáció felosztása. Eszterházi Károly Főiskola Líceum Kiadó, Eger, 120 p., 2015. ISBN: 9786155621062
19. **Boda, E.**, Herpainé Lakó, J.: A rekreáció elmélete és módszertana 2.: a rekreáció és a szabadidő eltöltésének szinterei, speciális területei és formái. Eszterházi Károly Főiskola Líceum Kiadó, Eger, 95 p., 2015. ISBN: 9786155509988
20. Herpainé Lakó, J., **Boda, E.**: A rekreáció elmélete és módszertana 4.: az animáció szerepe a szabadidő-eltöltésben, az animáció területei. Eszterházi Károly Főiskola Líceum Kiadó, Eger, 27 p., 2015. ISBN: 9786155621031
21. Berecz, B., Bíró, M., **Boda, E.**: A sportágválasztás motívumai az atlétikában.  
*Acta Academiae Agriensis. Nova Series. Sectio Sport.* 42, 17-26, 2015. ISSN: 1788-1579.
22. **Boda, E.**, Honfi, L., Bíró, M., Révész, L., Müller, A. É.: A szabadidő eltöltésének és a rekreációs tevékenységeknek a vizsgálata egri lakosok körében.  
*Acta Academiae Paedagogicae Agriensis. Nova Series. Sectio Sport.* 42, 48-62, 2015. ISSN: 1788-1579.
23. Révész, L., Müller, A. É., Herpainé Lakó, J., **Boda, E.**, Bíró, M.: Recreation. Eszterházi Károly Főiskola Líceum Kiadó, Eger, 85 p., 2015. ISBN: 9786155297694

Konferenciaközlemények (3)

24. Váczi, P., **Boda, E.**, Herpainé Lakó, J., Müller, A. É.: A TAO rendszer bevezetésének hatása a magyar kosárlabda csapatoknál.  
In: A tíz éve elhunyt Rigler Endre emlékének szentelt 46. mozgásbiológiai konferencia Program, előadás-kivonatok, [s.n.], Budapest, 36, 2016.
25. Juhász, I., **Boda, E.**, Bíró, M., Müller, A. É.: Célzásbiztonsági vizsgálatok a "Kézilabda az iskolában" programban részt vevő tanulók körében.  
In: A tíz éve elhunyt Rigler Endre emlékének szentelt 46. mozgásbiológiai konferencia : program, előadás-kivonatok. Kiadta: a Testnevelési Egyetem, [s. n.], Budapest, 23, 2016.





26. Müller, A. É., Bíró, M., **Boda, E.**, Herpainé Lakó, J.: Óvodások testtömegének és sportolási szokásainak összefüggései: családi háttér és óvoda kapcsolata.  
*Obesitologia Hungarica*. 15 (Suppl.), 32-33, 2016. ISSN: 1586-7935.

A DEENK a Jelölt által az iDEa Tudóstérbe feltöltött adatok bibliográfiai és tudománymetriai ellenőrzését a tudományos adatbázisok és a Journal Citation Reports Impact Factor lista alapján elvégezte.

Debrecen, 2020.02.25.

