

Egyetemi doktori (PhD) értekezés tézisei

A CSOPORTOS EDZÉS MINT FITNESS SZOLGÁLTATÁS KERESLETI ÉS KÍNÁLATI ELEMZÉSE

Bartha Éva Judit

Témavezető:

Dr. Bácsné Dr. habil. Bába Éva

Tanszékvezető egyetemi docens



DEBRECENI EGYETEM

Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok

Doktori Iskola

Debrecen, 2018

TARTALOMJEGYZÉK

1. A KUTATÁS CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA	1
A kutatás fontosabb célkitűzései	1
A kutatás hipotézisei.....	2
2. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI	3
3. AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE	5
3.1. Szekunder adat- és információgyűjtés	5
3.2. Primer adat- és információgyűjtés	6
3.2.1. Kérdőív a fitneszedzők részére	7
A Myers – Briggs Típus indikátor bemutatása.....	8
3.2.2. Kérdőív a fitnessz fogyasztók részére	9
3.2.3. Alkalmazott statisztikai módszerek.....	10
3.2.4. A minta bemutatása	12
Az edzői kérdőív kitöltői	13
A fitnessz fogyasztóknak szóló kérdőív kitöltői.....	14
4. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI	16
5. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI	30
6. AZ EREDMÉNYEK GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA	32
7. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN KÉSZÜLT PUBLIKÁCIÓK	34

1. A KUTATÁS CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA

Kutatásom általános célja a fitnessz szektor vizsgálata keresleti és kínálati oldalról, a fitnessztermekben dolgozó, csoportos órákat tartó edzők és a szolgáltatásokat igénybevevő fogyasztók, a sportolók szempontjából. Töreksem egy átfogó kép kialakítására a fitnesszipar szereplőiről, amelynek segítségével következtetéseket vonhatok le azzal kapcsolatban, hogy milyen tényezőkkel lehet növelni egy fitnesszklub versenyképességét és biztosítani hosszú távú fenntarthatóságát. Kutatásom során arra is választ keresek, hogyan lehet a népesség minél nagyobb részét megszólítani és a fitnesszedzéseken való részvételre ösztönözni, mivel tudományosan bizonyított tény, hogy a fizikai aktivitás növelése hozzájárul a lakosság egészség-megőrzéséhez, így hosszabb távon a háztartások és az állam számára betegségteher megtakarítását eredményezi.

A kutatás fontosabb célkitűzései

1. a hazai fitnessz szektor fogyasztói edzészlátogatási szokásainak feltárása
2. a fitnessz szektor fogyasztóit edzésen való részvételre ösztönző legfőbb motivációk meghatározása
3. a fitnessztermek látogatóinak sportlétesítmény-választását befolyásoló tényezők meghatározása
4. annak vizsgálata, hogy a fitnesszedzések résztvevői milyen személyiségjegyeket tulajdonítanak edzőjüknek
5. az edzői minta képzettség valamint a Myers - Briggs-féle személyiség típusok alapján történő elemzése
6. az edzők óralátogatottságát befolyásoló tényezők, sajátosságok vizsgálata
7. a fogyasztói igények eredményeinek a kínálati oldal adottságaival való összevetése

Dolgozatom alaphipotézise az, hogy a fitnessz-szolgáltatók a fogyasztók motivációinak vizsgálatára és a fitnesszterem-választás legfontosabb szempontjainak feltárására alapozva, valamint a megfelelő szakemberek (edzők) kiválasztásával jelentősen növelhetik versenyképességüket.

A kutatás hipotézisei

H1: A fitnesstermek fogyasztóinak edzészlátogatási szokásai eltérnek az átlagpopuláció fizikai aktivitás mutatóitól, hiszen az edzőtermi tagság alapján feltételezhető az aktív életvitel.

H2: A fitnesszedzéseken való részvételt befolyásoló legfőbb motivációk az egészség megőrzéséhez és a külső megjelenéshez kapcsolódnak.

H3: A fitnesslétesítmények közötti választást a tárgyi feltételek mellett a személyzet, és különösen az edző személye befolyásolja leginkább.

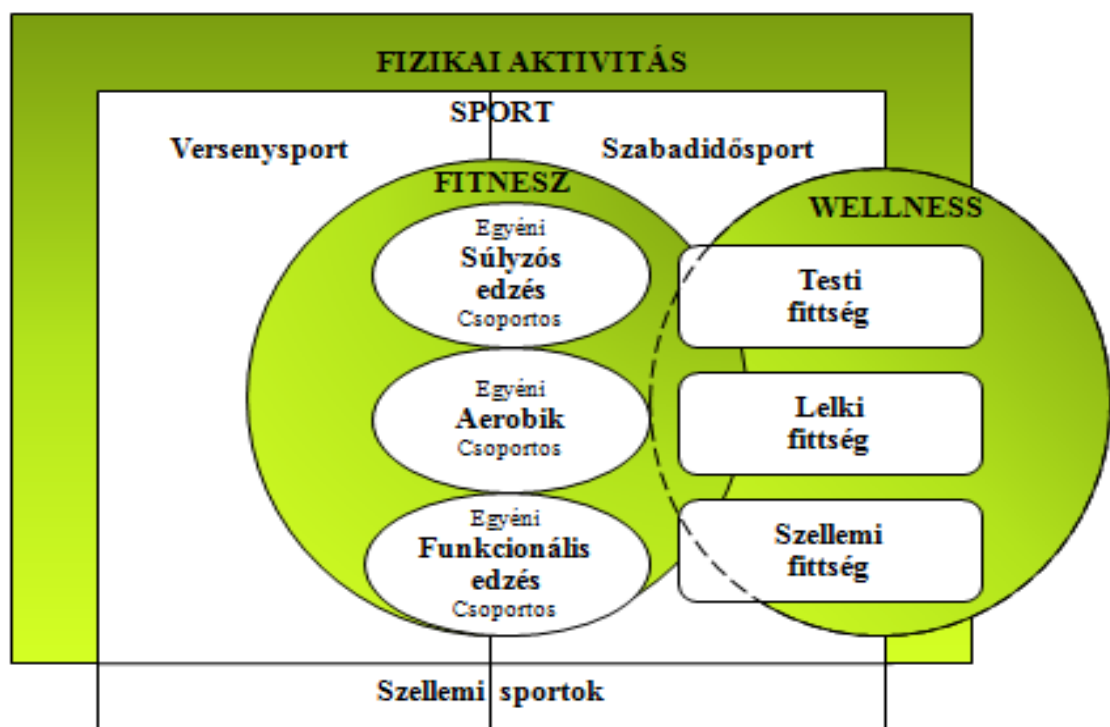
H4: A Myers – Briggs-féle személyiség típusok közül az extravertált típus előfordulása magasabb az edzők körében, mint az introvertált típusé.

H5: Az edző személyisége (extravertált/introvertált) befolyásoló tényező az extravertált és introvertált típusú sportolók edzőválasztásában. Főként az introvertáltak esetében feltételezem, hogy személyiségükhöz hasonlóan az introvertált beállítottságú edzőket választják szívesebben.

H6: Az extravertált típusú edzők óráin magasabb a részvétel, mint az introvertált személyiségű edzők által tartottakon.

2. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI

A fitnessipar világszerte fontos részét képezi a sportgazdaságnak. A fitnessklubokban regisztrált tagok száma lassú, de folyamatos növekedést mutat (IHRSA, 2015). Magyarországon nemcsak a fizikai aktivitás mutatói, hanem a fitnessklubokban való sportolás arányai is alacsonynak számítanak (EUROBAROMETER, 2014). A fitness szektor szereplőinek vizsgálata azért aktuális, mert a fitnesstermék mindenki számára elérhető sportlehetőséget kínálnak, és a fitnesszedzésekbe való bekapcsolódást befolyásoló motivációk feltárásával lehetőség nyílna a nagyobb tömegek megszólítására, a sportolási szokások átalakítására és javítására. A fitness szektor által nyújtott alapszolgáltatások az edzések, melyeknek többféle besorolása létezik, azonban ezeknek napjainkban egységes rendszerezése még nem áll rendelkezésünkre. Ezért dolgozatomat a nemzetközi és hazai szakirodalom feldolgozása alapján egy olyan modell kialakításával kezdem, amely bemutatja a fitness helyét a fizikai aktivitásokon belül, valamint a fitnesszedzések értelmezésem szerinti kategorizálását (1. ábra). Ezt követően a modellnek megfelelően mutatom be a fitnesszel kapcsolatos főbb alapfogalmakat.



1. ábra: A fitness helye a fizikai aktivitásokon belül

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

A korábbi sportdefiníciók alapján a fitneszedzéseket a következő sajátosságokkal lehet leírni: szabadidőben végzett fizikai tevékenység, mely a fizikai erőnlét fejlesztését szolgálja, fontos eleme a szórakozás, a társadalmi kapcsolatok ápolása. A fitneszedzések között megjelenik mind a versenysport, mind a szabadidősport. Kutatásom középpontjában a fitness szektor szabadidő-sportolói állnak.

A fitness szektorral kapcsolatban rendelkezésre álló szakirodalom mennyisége meglehetősen korlátozott, nem tartalmazza a fitness strukturális jellemzését. Kutatásom a fitness szektor fogyasztóknak nyújtott sportszolgáltatásaira irányul. Ez a szolgáltatás az edzés, amely a szabadidős fizikai aktivitások egyik alkategóriája (HOWLEY, 2001).

A fitness szolgáltatások áttekintéséhez segítséget nyújthat a szolgáltatások kategorizálása és definiálása, viszont erre egységes rendszer nem áll rendelkezésre. A fitneszedzéseknek három nagy csoportját különböztetem meg az edzés tartalma és az edzés során használt eszköz alapján: a súlyzós edzések, az aerobik, valamint a funkcionális edzések csoportját (2. ábra). A súlyzós edzések közé tartoznak a szabadsúlyokkal, valamint erősítő gépekkel végzett edzésformák, az aerobikhoz a különböző zenés, koreográfiára végzett edzések, míg a funkcionális edzésekhez a saját testsúlyra épülő, azt felhasználó, az emberi test mindennapi működését, funkcionalitását fejlesztő edzések.



2. ábra: A fitneszedzések típusai

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

3. AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ÉS A KUTATÁSI MINTA ISMERTETÉSE

Kutatási célom a csoportos edzéseket tartó fitneszedzők valamint a fitnesztermekbe, edzői irányítással végzett edzésekre járó szabadidő-sportolók vizsgálata, így a mintába kizárólag ezeknek a paramétereknek megfelelő személyek kerültek.

Értekezésem a fitnesz szektorban dolgozó szabadidő-sportolókkal foglalkozó edzők személyiségét és képzettségét tanulmányozza abból a szempontból, hogy ezek mennyire befolyásolják csoportos óráik látogatottságát, azaz gazdasági hatékonyságukat a fitnesz szolgáltatók, fitneszközpontok számára. Felmérésem emellett kiterjedt a fitneszterembe járó szabadidő-sportolók sportolási szokásaira is.

Kutatásom területét igyekeztem edzői és sportolói oldalról is megközelíteni, így az edzők személyiségének és képzettségének megítélését felmértem az edzők és a fitneszterembe járó fogyasztók, vendégek körében is.

Az edzői oldalon az edzések látogatottságát, az edzők képzettségét, valamint személyiségét, és ezek összefüggéseit vizsgáltam. A fogyasztói oldalon azzal kapcsolatban gyűjtöttem információt, hogy milyen tényezők befolyásolják a fitneszterem-választást, valamint mely célok motiválják a sportolókat az edzéseken való részvételre, és a választásban, a motiváció szempontjából mekkora szerepe van az edzőkkel kapcsolatos, az előbbiekben leírt összefüggéseknek.

A disszertáció elkészítése során szekunder és primer adat- és információgyűjtési eljárásokat alkalmaztam. A szekunder kutatási eljárásban a témához kapcsolódó, már megjelent nemzetközi és hazai szakirodalmat gyűjtöttem össze és elemeztem.

Primer kutatásom módszere kérdőíves felmérés volt az edzők és az edzők által irányított edzések résztvevői körében.

3.1. Szekunder adat- és információgyűjtés

A szekunder adatgyűjtés a kutatási munka fontos része. Ezek az adatok viszonylag könnyen és olcsón hozzáférhetőek, és segítséget nyújtanak többek között a kutatási terv kialakításához és a primer adatok pontosabb bemutatásához (MALHOTRA, 2008). A szekunder kutatási eljárások során nemzetközi és hazai releváns szakirodalmi források segítségével meghatároztam a kutatási témához kapcsolódó legfontosabb fogalmakat,

bemutattam a fitness különböző jelentéseit és történeti előzményeit, valamint a fitness szektor helyzetét és jellemzőit napjainkban. A fitnessiparral kapcsolatos szakirodalom meglehetősen korlátozott, így az információgyűjtés egy részét online felületeken keresztül végeztem. Az edzőkre vonatkozó korábbi kutatások szinte kivétel nélkül a versenysportolókkal foglalkozó edzőket vizsgálták eddig, bár napról napra rohamosan nő azon edzők száma és jelentősége, akik a szabadidősport valamelyik területén dolgoznak.

Szekunder kutatásommal igyekeztem biztosítani az elméleti alapot primer adatgyűjtésemhez, és felhasználni a megismert elemzéseket, kutatási eredményeket a saját kutatási eredményeim értelmezésében.

3.2. Primer adat- és információgyűjtés

A primer kutatás a kutató saját kutatási céljainak megfelelő adatgyűjtés, amely lehet kvalitatív és kvantitatív (SAJTOS – MITEV, 2007). Módszerei közé tartozik a kérdőíves felmérés, a megfigyelés, az interjú és a kísérlet (LAMPEK – KÍVÉS, 2012). A primer kutatási eljárások közül a kérdőíves felmérést alkalmaztam. A kérdőíveket online és papíralapú formában is ki lehetett tölteni.

A strukturált kérdőíves megkérdezés alkalmazása népszerű módszer, a kérdőívvel szerzett adatok kódolása, elemzése és értelmezése egyszerű (MALHOTRA, 2008). Mivel a megkérdezettek számát 1000 fő körülire terveztem, az előbbieken felsorolt előnyei miatt a kérdőíves módszer használatát választottam.

A kérdőíveket a szekunder kutatásban feldolgozott szakirodalmi forrásokra építve állítottam össze, törekedve arra, hogy a vizsgált tényezők összhangban legyenek kutatási célkitűzéseimmel és hipotéziseimmel is. Vizsgálatom tárgya meghatározta a kérdőívek célcsoportját, így a kitöltők fitness szektorban dolgozó edzők, valamint fitnessterembe, edzők óráira járó szabadidő-sportolók voltak. Két különböző kérdőívet alkalmaztam, egyet az edzők, egyet a sportolók felmérésére. Mindkét kérdőívet elkészítettem papíralapon és online formában is. Az online megkérdezést azért választottam, mert úgy gondoltam, így több emberhez eljuttatható a kérdőív, más városokba is, hiszen a Debrecenben dolgozó edzők száma meglehetősen korlátozott. Az online kérdőívek számtalan előnnyel rendelkeznek azon kívül, hogy gyors és alacsony költségű módszernek számítanak. A válaszadó észlelt anonimitása magas, így nagyobb az esély az őszinte válaszokra, valamint

a társadalmi elvárások hatásának kiküszöbölésére (MALHOTRA, 2008). A kérdőíveket kitöltő személyek tájékoztatást kaptak a kitöltés önkéntességéről, anonimitásáról, és a kutatás céljáról (FÓNAI ET AL., 2002).

A kérdésekre összesen 1014 fő válaszolt, 753 sportoló és 261 edző. A továbbiakban a két kérdőív tartalmát mutatom be részletesebben.

3.2.1. Kérdőív a fitneszedzők részére

Az edzők által kitöltött kérdőív három fő részből állt:

- *Általános adatok:* A válaszadó demográfiai jellemzőire (nem, életkor, lakhely, végzettség), munkavégzésére (munkaidő, munkavégzési forma, mióta dolgozik), valamint óralátogatottságára (edzői népszerűség, sikeresség) vonatkozó kérdések tartoznak ide. Ez a része a kérdőívnek (1. - 8. kérdés) egyaránt tartalmazott zárt és nyitott, arány, nominális és ordinális mérési szintű kérdéseket.
- *Kulturális tőke:* Az edző szakmai ismereteit, képzettségét BOURDIEU (1986) kulturális tőkeelméletére alapozva vizsgáltam. Külön kérdésekkel mértem fel az edzők inkorporált, tárgyasult valamint intézményesült kulturális tőkáját. A kérdőív ezekre vonatkozó kérdései alapján megismerhető az edző sporthoz kapcsolódó legmagasabb végzettsége, valamint az önfejlesztésére irányuló törekvései, jár-e továbbképzésekre, részt vesz-e szakmai rendezvényeken, konzultál-e más szakemberekkel, használ-e szakmai folyóiratokat, könyveket, DVD-eket, internetes forrásokat ismereteinek folyamatos bővítésére, a naprakész szakmai tudás biztosítására. A kulturális tőkére vonatkozó rész (9. – 14. kérdés) szintén zárt és nyitott, arány, nominális és ordinális mérési szintű kérdésekből épült fel.
- *Myers – Briggs Típus Indikátor:* A kérdőív harmadik része az edzők személyiségének vizsgálatára irányult. Erre a Myers – Briggs Típus Indikátort alkalmaztam, amely a személyiséget az információ-feldolgozás jellegzetességei alapján vizsgálja. A kérdőívet Dr. Takács Ildikó bocsátotta rendelkezésemre, és személyes hozzájárulásával használtam fel. Dr. Takács Ildikó a Műegyetemen Izsó Lajossal együttműködve évtizedek óta alkalmazza a Myers – Briggs Típus Indikátort a pályaválasztási tanácsadás területén (ERŐS – JOBBÁGY, 2001). Mivel az amerikai és angol nyelvű szakirodalmak alapján a teszt rövidebb verziója, a 94

kérdéses G Forma is pontosan mér, viszont rövideje miatt nagyobb a kitöltési hajlandóság, ezt a verziót választottam. A módszer alkalmazását indokolja kiváló felhasználhatósága a karrier-választás vizsgálata és a karrier-tanácsadás területén (TAKÁCS, 1999).

A Myers – Briggs Típus Indikátor bemutatása

A Myers – Briggs Típus Indikátor a C. J. Jung nevéhez fűződő típustanra épülve megalkotott vizsgálati módszer, amely Katharine C. Briggs és Clarence G. Myers nevéhez fűződik, végleges kidolgozása Isabel Briggs Myersnek köszönhető (TAKÁCS, 1999). A teszt a Jung-i tipológia által meghatározott négy dimenzió mentén preferenciákat különböztet meg, amelyek alapján a vizsgált személyek jellemezhetők:

- Extraverzió (E) és Introverzió (I)
- Érzékelés (S) és Intuíció (N)
- Gondolkodás (T) és Érzés (F)
- Ítéletalkotás (J) és Észlelés (P) (ERŐS – JOBBÁGY, 2001).

A különböző típusokba sorolható személyek az alábbi sajátosságokkal írhatók le:

Extravertált: a külvilágból érkező tárgyi és szociális ingerek érdeklik, tevékenység-orientált, társaságkedvelő, impulzivitás és kezdeményező-készség jellemzi.

Introvertált: saját belső világára fókuszál, elmélkedő, tartózkodó, nem szeret középpontban állni.

Érzékelő: az érzékszervek által érzékelhető ingerekre koncentrál, előnyben részesíti a racionális, hasznos, praktikus dolgokat, jelen-orientált.

Intuitív: a mélyebb összefüggéseket és lehetőségeket kedveli, fontosak számára a megérzések, jövő-orientált.

Gondolkodó: logikus, szívesen analizál, ok-okozati összefüggéseket keres, objektív.

Érző: érzelmek útján közelíti meg a történéseket, elfogadó, az emberi szempontokat értékeli.

Megítélő: szeret mindent előre megtervezni, fontos számára a rendezettség, a keretek meghatározása, határozott, megfontolt.

Észlelő: kedveli a változatosságot, kihasználja a lehetőségeket, nyitottság, kíváncsiság és jó alkalmazkodóképesség jellemzi (MIRNICS, 2006; TAKÁCS,1999).

A preferenciák segítségével a kitöltő személyek tizenhat alaptípusba sorolhatók, amelyet az 1. táblázat szemléltet.

1. táblázat: A Myers – Briggs temperamentum index tizenhat alaptípusa

Érzékelő	Érzékelő	Intuitív	Intuitív		
Gondolkodó	Érző	Érző	Gondolkodó		
ISTJ	ISFJ	INFJ	INTJ	Introvertált	Ítéletalkotó
ISTP	ISFP	INFP	INTP	Introvertált	Észlelő
ESTP	ESFP	ENFP	ENTP	Extravertált	Észlelő
ESTJ	ESFJ	ENFJ	ENTJ	Extravertált	Ítéletalkotó

Forrás: TAKÁCS, 1999. 9. o.

A tizenhat alaptípusba való besorolás a 753 válaszadó sportoló és a 261 edző esetében a statisztikai elemzés (SPSS) szempontjából azt eredményezte volna, hogy az egyes típusokba tartozók túl alacsony, nehezen értékelhető létszámú csoportot alkotnak (és ez a statisztikai vizsgálatok során nehézséget okozhat). Ezért kizárólag az edzői mintában – amelynél feltétlenül szükségesnek ítéltem meg– mértem fel az alaptípusok előfordulásának gyakoriságát, a többi vizsgálatot azonban a preferencia-dichotómiák alapján kialakított csoportok között futtattam le.

Mivel ez a kérdőív kifejezetten a fitness szektorban dolgozó edzők megkérdezésére készült, így igyekeztem egyenesen ezen célcsoporthoz eljuttatni azt. A kérdőíveket online formában továbbítottam a közösségi média fitnessedzőket összegyűjtő csoportjában, valamint két hazai fitnessiskola saját edzői körében megosztotta. Így végül 261 edzőt sikerült megkérdezniem.

3.2.2. Kérdőív a fitnessz fogyasztók részére

A fitnesszterembe járó vendégek által kitöltött kérdőív a következő területeket méri fel:

- általános adatok, demográfiai jellemzők,
- edzészlátogatási szokások,
- fitnesszterem-választás szempontjai (4-fokozatú Likert-skála),
- edzéseken való részvételt motiváló tényezők, célok (5-fokozatú Likert-skála)
- edzővel kapcsolatos kérdések (a sportoló edzőhöz való ragaszkodása, edző szakértelméről alkotott véleménye),
- edző személyisége (*Myers – Briggs Típus Indikátor* kézikönyvének személyiség-leírásai alapján),
- sportoló személyisége (*Myers – Briggs Típus Indikátor* kézikönyvének személyiség-leírásai alapján),
- a sportoló fitnessszel kapcsolatos költési hajlandósága.

Ez a kérdőív szintén tartalmazott nyitott és zárt kérdéseket is, valamint Likert-skálákat, amelyek a megfogalmazott állítással való egyetértés mértékét vizsgálják (KEHL – RAPPAL, 2006). Az edzőterem választás szempontjainak fontosságát 4 fokozatú Likert-skálával vizsgáltam, hogy elkerüljem a válaszok átlag középérték köré való rendeződését (FÁBIÁN, 2014).

A fitnessz vendégeknél szóló kérdőívet kétféle módon juttattam el a fitnessztermet látogató sportolókhöz. Egy részük papíralapon kapta meg a kérdőívet és töltötte ki, a többiek online formában. Az online kérdőív linkjét hólabda módszerrel küldtem el a megkérdezetteknek, akik továbbították ismerőseik körében. A kérdőívet összesen 753 fitnesszterembe járó szabadidő-sportoló töltötte ki.

Kutatásom során törekedtem arra, hogy olyan módszereket válasszak, amelyek biztosítják eredményeim hitelességét és lehetővé teszik kutatásom területének minél több oldalról történő vizsgálatát. A kérdőívekből nyert kvantitatív adatok elemzése az SPSS statisztikai program alkalmazásával történt.

3.2.3. Alkalmazott statisztikai módszerek

A kérdőíves felmérések eredményeként kapott adathalmaz feldolgozása során többféle statisztikai eljárást alkalmaztam, leíró statisztikai eljárásokat valamint többváltozós és következtetési statisztikai elemző módszereket.

A kvantitatív eredmények vizsgálatára, a válaszadó fitneszedzők és sportolók személyes jellemzőinek, a sportolók edzési szokásainak, az órákon résztvevők számának, valamint az edzők képzettségének feltárására *leíró statisztikai módszereket* vettem igénybe, a kérdőívekre adott válaszokat megoszlási viszonyszámokkal elemeztem.

A változók nominális, ordinális és arányskála mérési szintűek voltak. *Nominális változók* esetében teljesülnek a teljesség és a kölcsönös kizárás feltételei, olyan csoportok jönnek létre, melyek tagjai legalább egy tulajdonság alapján hasonlóak, míg ugyanez alapján eltérnek a más csoportok tagjaitól. Az *ordinális változók* adott jellemzők szerint rangsorolhatók, ezek alapján a különböző csoportok tagjai sorba rendezhetők (BABBIÉ, 2003). Vizsgálati módszereimet úgy választottam ki, hogy azok illeszkedjenek a különböző mérési szintű változókhoz.

A vizsgált tényezők eltéréseit nemek, életkor és a Myers-i személyiség-dimenziók alapján vizsgáltam. A kétváltozós csoportképző ismérvek vizsgálatánál a *Mann - Whitney próbát*, a többváltozós csoportképző ismérvek esetében a *Kruskal – Wallis tesztet* alkalmaztam (HUNYADI – VITA, 2006).

Az óralátogatottság és az önfejlesztés különböző formáinak alkalmazása közötti összefüggések vizsgálatához a Spearman-féle rangkorrelációt használtam, amely segítségével a változók közötti kapcsolat szorossága és iránya jellemezhető (SAJTOS – MITEV, 2007).

Keresztábrás elemzéseknél a Pearson-féle *Khi-négyzet próbát* alkalmaztam a kategorizált változók statisztikai összefüggéseinek vizsgálatára. A *keresztábrás-elemzés* egy vagy több változó együttes eloszlását jeleníti meg egy kontingencia-táblázatban (MALHOTRA, 2009).

Ezután a *Cronbach-féle alfa* segítségével is megvizsgáltam az adathalmazt. A Cronbach – alfa a tesztek megbízhatóságának mutatója (CRONBACH, 1951). Ennek értéke a motivációval kapcsolatos kérdéseknél 0,812 lett, míg a létesítmény-választásra vonatkozó

kérdéseknél 0,843. Ez a mutató meghaladja a javasolt 0,7-es értéket, így elvégeztem a főkomponens-elemzéses vizsgálatot.

A motivációval és létesítmény-választással kapcsolatban vizsgáltam, hogy az általam alkalmazott változók számát lehet-e redukálni, összevonhatók-e meghatározott faktorokba. Ehhez a *főkomponens-elemzés* eljárást választottam, ami a változók számának csökkentése mellett segít a köztük lévő kapcsolatok értelmezésében is, és emiatt jól alkalmazható a homogén sajátosságokkal jellemezhető sokaságok leírására (SZÉKELYI – BARNA, 2002). A *főkomponens-elemzés* mellett az információ-veszteség minimális (ÁCS, 2015). A főkomponens-analízis segítségével a fitness fogyasztók létesítmény-választását tükröző hat független komponens alakítottam ki. Ugyanezt az eljárást alkalmaztam a fitness fogyasztók legfőbb motivációit tükröző dimenziók létrehozására, ennek során szintén hat komponens sikerült elkülöníteni.

A komponensek számának meghatározására a *Kaiser – Meyer - Olkin mutató* és a *Bartlett teszt* kritériumait alkalmaztam. A Kaiser – Meyer - Olkin érték azt jelzi, hogy a változók alkalmasak-e főkomponens-analízisre, minimális értéke 0,5. A Bartlett-teszt a változók közötti belső összefüggést vizsgálja, amennyiben az elsőfajú hiba valószínűsége 0,05 alatti, a változók alkalmasak a főkomponens-elemzésre (SZÉKELYI – BARNA, 2002). Vizsgálatomban ezek a feltételek teljesültek.

Azt, hogy a válaszadók között milyen csoportokat lehet létrehozni a motivációs valamint a létesítmény-választással kapcsolatos kérdésekre adott válaszaik alapján, *klaszterelemzéssel* vizsgáltam, amely során a létrehozott főkomponens változókat alkalmaztam. A válaszadók szegmentálásával viszonylag homogén csoportokat alakítottam ki, amelyek tagjai egymáshoz hasonlóak, míg a többi csoport tagjaitól különböznek bizonyos tényezők alapján (SAJTOS – MITEV, 2007).

3.2.4. A minta bemutatása

A kérdőíves vizsgálatra 2017 őszén került sor. Az edzői kérdőívre 261 fő, a fitnessztermet látogatók számára készült kérdőívre 753 fő válaszolt.

Az edzői kérdőív kitöltői

A kérdőívet a fitnessztermekben dolgozó edzők között online formában terjesztettem. A fitnessz szektorban dolgozó szakemberek nyilvántartása - ahogy a szakirodalmi fejezetben

ismertetem - hiányos, nem áll rendelkezésre hazánkban adatbázis, így elérhetőségük nehézkes, számuk és szocio-demográfiai jellemzők szerinti megoszlásuk nem ismert.

Kérdőívet egy közösségi portál aerobik és fitneszedzőket összegyűjtő csoportjában osztottam meg, valamint debreceni fitnesztermekbe küldtem el. A kitöltő edzők közül sokan továbbították szintén edzőként dolgozó ismerőseiknek, valamint két fitnesz iskola is eljuttatta saját edzőihez és a náluk végzetetteknek. A továbbiakban a válaszadó edzők mintáját mutatom be szocio-demográfiai jellemzőik alapján.

A mintát kitöltő edzők között 57 férfi és 204 nő volt, ez jelentős, csaknem háromszoros különbség. Feltételezhetjük, hogy egyrészt a nők száma sok más szakmához hasonlóan a csoportos edzéseket tartó edzők körében is magasabb, mint a férfiaké, másrészt a fitnesz kezdetén a népszerű aerobik edzések női edzőkhöz kötődtek, a fitnesz a nők körében volt a legnépszerűbb, az edzők is a nők köréből kerültek ki, és ez a hagyomány máig él más csoportos edzések területén is.

Életkor alapján a minta elég változatos, minden korosztályból képviseltetik magukat edzők. Ugyanakkor elmondható, hogy ebben a szakmában inkább a fiatal és középkorú korosztály dolgozik, a minta legnagyobb része (207 fő) 45 évnél fiatalabb. Ennek oka valószínűleg a fitneszmozgalom elterjedésének, dinamikus növekedésének időszaka, az, hogy csak az utóbbi évtizedben növekedett meg a fitnesztermek száma. Ebben az időszakban vált szükségessé az edzők számának növelése, ami a képzésekben, a fiatalok pályaválasztásában is motiváló erőt jelentett. Az idősebb korosztály főleg a testnevelés oktatásában dolgozó, vagy korábbi sportolói életpályából kilépő, az edzői pályát választó személyekből került a szabadidősport területére.

A kérdőívet kitöltő edzők többsége (63%) több, mint 3 éve dolgozik a szakmában, ebből 102 fő 5 évnél is régebben, tehát valószínűsíthető, hogy a megkérdezett edzők rendelkeznek szakmai tapasztalattal és volt idejük ennyi idő alatt vendégkörük kiépítésére.

A mintában jellemző a megbízási szerződéses vagy vállalkozói munkaviszony és a részmunkaidős állás, mindössze 37 válaszadó dolgozik edzőként teljes munkaidőben.

147 megkérdezett válaszolta azt, hogy kevesebbet dolgozik fitneszedzőként heti tíz óránál. Legtöbbjük (161 fő) csak egy típusú edzést tart, 69 fő két fajtát, ennél többet összesen 30 fő a 261-ből. A megkérdezett fitneszedzők közül 172 fő rendelkezik főiskolai vagy

egyetemi diplomával, 52 fő csak OKJ-s végzettséggel. Az edzői munkához kapcsolódóan azonban az OKJ-s végzettség bizonyult a leggyakoribbnak, 212 fő választotta ezt a válaszlehetőséget, míg mindössze 38 főnek van az edzői szakmához kötődő főiskolai vagy egyetemi diplomája, a többi felsőfokú végzettségű edző (134 fő) más területen szerzett diplomát, és mellette az edzői munkához szükséges OKJ-s végzettséget. A végzettség szempontjából tehát valamennyi megkérdezett rendelkezik az edzői munkához szükséges, a mostani jogszabályok szerint előírt képzettséggel, de kevesen választják ezt a munkát fő megélhetési formának, inkább különböző motivációból - a sport szeretete, plusz jövedelem - kiegészítő tevékenységnek.

A fitness fogyasztóknak szóló kérdőív kitöltői

A fitnessterembe járó vendégek közül összesen 753 fő töltötte ki a kérdőívet. Ebből 500 nő (66%) és 253 férfi (34%). Mivel a kérdőív kitöltői kizárólag a fitnessteremben, edzői irányítással sportolók voltak, megállapítható, hogy a nők nagyobb arányban veszik igénybe edző segítségét, ha fitnessközpontba járnak edzeni. Arról, hogy ez az arány a valóságban, a fitnesstermek látogatói között is hasonló-e, nincs adatom, de a nők aránya a fitnesstermekben – jellemzően a csoportos edzéseken - a tapasztalatok alapján nagyobb. A csoportos edzések nagy része a női látogatók számára szerveződik: aerobik, alakformálás, de a nem kifejezetten nekik szóló edzésekben (spinning, gerinctorna) is nagyobb a nők részvétele.

A szocio-demográfiai adatok elemzésének következő lépéseként megvizsgáltam a fitnessterembe járók csoportjának kor szerinti összetételét. A kitöltők 86%-a (647 fő) 18 és 65 év közötti, legtöbben (252 fő) a 18 és 25 év közötti korosztályba tartoznak. Legkevesebb (mindössze nyolc) kitöltés a 65 év felettiektől érkezett, míg a 18 év alattiak közül 98 fő szerepel a mintában.

Ebből arra lehet következtetni, hogy a fitness szolgáltatók edzők által irányított edzései népszerűbbek a fiatalok és középkorúak körében, mint az idősebb korosztályban, esetleg kevesebb olyan szolgáltatást nyújtanak, amelyek kifejezetten az idősebbeknek szólnak. Az idős korosztályt célzó szolgáltatások szinte alig találhatók meg a fitnesstermek kínálatában, a célkorosztály – ahogy a minta arányai is mutatják - a 18-25 év közöttiek korosztálya. A fitnesstermek „öregedésével” ez az életkor kitolódik, a korábban ezeket az

edzésformákat az életükbe beépítő fogyasztók folytathatják az edzéseket 30-40 éves korukban is.

Végül a minta végzettség, munkaerő-piaci és anyagi helyzet szerinti jellemzőit vizsgáltam. Ezek szerint a fitnesztermekben dolgozó edzőkhöz járó vendégek között túlsúlyban vannak a felsőfokú végzettséggel rendelkezők. A kérdőívet kitöltők 43%-a (320 fő) főiskolai vagy egyetemi diplomával rendelkezik, ezt követi a minimum érettségivel rendelkezők száma (225 fő).

Meg kell említeni, hogy bár 107 megkérdezettnek nyolc általános a legmagasabb végzettsége, ez nem meglepő annak tükrében, hogy megközelítőleg ugyanennyien vannak a mintában, akik jelenleg középiskolai tanulmányokat folytatnak. A kitöltők nagy része (359 fő) szellemi munkát folytat, vagy tanuló (292 fő).

A megkérdezettek szembetűnően nagy többsége (94%) tartja anyagi helyzetét átlagosnak, vagy annál jobbnak. Összesen 359 fő válaszolt úgy, hogy anyagi helyzete átlagos, 280 fő úgy, hogy az átlagostól kicsit jobb és további 70 fő úgy, hogy sokkal jobb az átlagostól. A mintából szinte teljesen kimaradnak a saját helyzetüket az átlagosnál rosszabbnak tartók, mindössze 44 kitöltő választotta ezt a válaszlehetőséget.

A minta szocio-demográfiai jellemzőinek áttekintése után megállapítható, hogy a fitnesztermek edzők által nyújtott szolgáltatásait a nők sokkal nagyobb számban veszik igénybe, mint a férfiak, valamint, hogy ezeknek az edzéseknek a résztvevőit a magas végzettség, és átlagos vagy átlagostól magasabb anyagi helyzet jellemzi. Az alacsonyabban képzett, alacsony jövedelmű társadalmi csoport, valamint a fizikai munkát végzők szinte egyáltalán nem képviseltetik magukat a mintában. Valószínűsíthető, hogy ez az adat tükrözi az edzéstermek látogatóinak összetételét is.

4. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI

Ebben a fejezetben bemutatom a kutatásom célkitűzéseivel kapcsolódó, vizsgálati eredményeim alapján tett főbb megállapításaimat. Kutatásom általános célkitűzése a hazai fitness szektor keresleti és kínálati oldalának átfogó vizsgálata volt a csoportos edzések tükrében.

Törekedtem a rendelkezésre álló szakirodalom feldolgozása, valamint saját kérdőíves vizsgálatom alapján összefüggő kép kialakítására a fitness fogyasztók fő motivációiról, azon szempontok vizsgálatára, amelyek alapján fitnessztermet választanak, valamint feltárni azt, hogy ebben mekkora szerepe van a fitnesszedzőknek.

Az edzői mintában kísérletet tettem annak felmérésére, hogy milyen tényezők befolyásolják egy edző óralátogatottságát, azaz mitől lesz egy edző sikeres órátartó. Célom volt a fitnessklubok sikerességének legfőbb kritériumait meghatározni, valamint annak feltérképezése, milyen feltételek teljesülése mellett lehetséges a népesség szélesebb rétegeinek megszólítása és a fitness szektorban való részvételének növelése.

Kutatásom alaphipotéziseként azt fogalmaztam meg, hogy *a fitness-szolgáltatók a fogyasztók motivációinak vizsgálatára, és a fitnesszterem-kiválasztás legfontosabb szempontjainak feltárására alapozva, valamint a megfelelő szakemberek (edzők) kiválasztásával jelentősen növelhetik versenyképességüket.*

Célkitűzéseimhez és a hipotézisekhez kapcsolódóan az alábbi megállapításokat tettem:

Célkitűzés 1: a hazai fitness szektor fogyasztói edzészlátogatási szokásainak feltárása

H1: A fitnessztermek fogyasztóinak edzészlátogatási szokásai eltérnek az átlagpopuláció fizikai aktivitás mutatóitól, hiszen az edzőtermi tagság alapján feltételezhető az aktív életvitel.

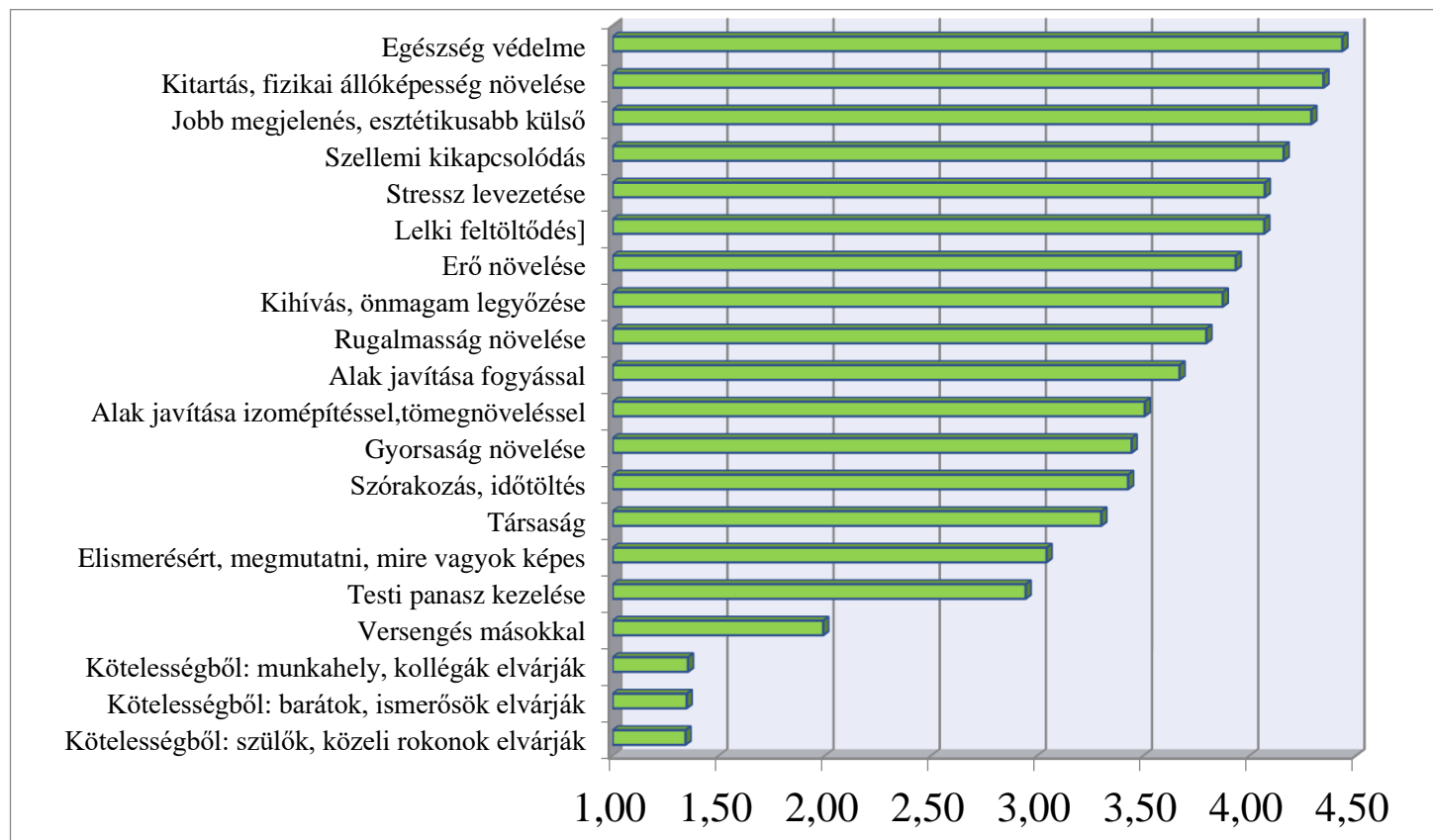
Az edzészlátogatási szokások vizsgálata során kapott eredményeim azt tükrözik, hogy a kérdőívet kitöltő fitness fogyasztók nagy része, azaz 72%-a minden héten részt vesz fitnessztermi edzéseken. Ez az átlag lakossághoz képest, amelynek 38%-a sportol valamilyen rendszerességgel, 62%-a azonban soha, jelentős eltérés. A vizsgálat a fitnessklubok vendégeire koncentrált, így a minta összetétele alapján valószínűsíthető volt a rendszeres fizikai aktivitásban való részvétel. Ezért azt feltételezem, hogy a válaszadók

azon része, amelyik havi egy-két alkalom vagy annál ritkább fitneszedzésen való részvételről számolt be, más helyszíneken is végez sporttevékenységet. *Eredményeim alátámasztják a H1 hipotézist.*

Célkitűzés 2: a fitnessz szektor fogyasztóit edzésen való részvételre ösztönző legfőbb motivációk meghatározása

H2: *A fitneszedzéseken való részvételt befolyásoló legfőbb motivációk az egészség megőrzéséhez és a külső megjelenéshez kapcsolódnak.*

A vizsgálati eredmények alátámasztják a H2 hipotézis azon állítását, hogy a legfontosabb motiváció a fitnessztermi edzéseken való részvételre az egészség megőrzésének szándéka valamint az esztétikus külső megjelenés iránti vágy. *Ez alapján a H2 hipotézist igazoltnak tekintem.* Azonban kutatásomban emellett a minta számára kiemelkedő jelentőségűnek számított a mentális egészség megőrzésének ösztönző ereje, a szellemi kikapcsolódás, a lelki feltöltődés és a stresszlevezetés, amelyek hasonlóan fontosnak bizonyultak a válaszadók számára, mint a testhez kapcsolódó motivációk. A fitnessz fogyasztók körében a legfőbb motivációk vizsgálata során nyert eredményeket a 3. ábra szemlélteti.



3.ábra: A fitnessz fogyasztók legfőbb motivációi az edzéseken való részvételre (5 fokozatú Likert)

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

Megvizsgáltam, hogy volt-e különbség a férfiak és nők között az alapján, hogy mit tartanak fő ösztönzőnek a fitneszedzéseken való részvétel szempontjából.

Az eredmények arra engednek következtetni, hogy a mintát alkotó fitnessz fogyasztók közül a nők számára szignifikánsan fontosabb motiváló tényezőnek számít az alak javítása fogyással, a jobb megjelenés és esztétikusabb külső elérése, valamint az egészség védelme. Emellett a nőket inkább készítette sportolásra testi panasz kezelésének szándéka, a szellemi kikapcsolódás, a lelki feltöltődés és a stressz levezetése, mint a férfiakat.

Ezzel szemben a férfiak számára jelentősen nagyobb ösztönző erőt jelent az alak javítása izomépítéssel, az erő és gyorsaság növelése, valamint a másokkal való versengés. Érdekes, hogy a férfiak körében szignifikánsan magasabb értékeket kapott a kötelesség, mint fitneszedzéseken való részvételre motiváló hajtóerő, akár munkahelyi, akár a barátok, ismerősök részéről érkező elvárásoknak való megfelelés miatt alakul ki.

Ez összekapcsolódhat a hagyományos nemi szerepekből adódó felfogással, miszerint a férfiak a családfenntartók, az „erősebb nem”, tehát érezhetnek belső késztetést a jó fizikai kondíció megőrzését illetően.

Kutatásom fontos eredményének tekintem a fogyasztói csoportok szegmentálását a legfőbb edzésre ösztönző erők alapján. Az edzésre járást befolyásoló motivációk fontossági sorrendje szerint a fitnessz fogyasztók négy különböző klaszterbe rendeződnek (2. táblázat). Akik számára a szociokulturális tényezők, valamint az elismerés a legfontosabb ösztönző erő, a „*Társaságkedvelő aktív*” klaszterbe kerültek. A „*Sportos, edzett*” klaszter tagjai a kondicionális képességek fejlesztését, valamint az izomzat fejlesztését tekintik legfőbb céljuknak. Az egészségtudatos, főként egészségük fejlesztése és a vonzó külső elérése érdekében edzeni járó fitnessz fogyasztók alkotják az „*Egészséges, fitt*” csoportot. Végül azok a sportolók, akik kötelességből, az elvárásoknak való megfelelés, vagy a kívülről érkező elismerés érdekében járnak fitnesszterembe, a „*Külső kontrollos*” klaszterbe kerültek.

2. táblázat: A motivációk alapján létrejött fogyasztói klaszterek jellemzői

Változó		Klaszter				Sig.
		1	2	3	4	
Nem	nő	67%	53%	77%	50%	p<0,01
	férfi	33%	47%	23%	50%	
Életkor		Idősebbek*	Fiatalabbak*	Idősebbek*	Fiatalabbak*	p<0,01
Anyagi helyzet		Jobb*	Roszzabb*	Átlagos*	Roszzabb*	p=0,20
Edzésre járás gyakorisága		Gyakori*	Ritka*	Átlagos*	Ritka*	p<0,01

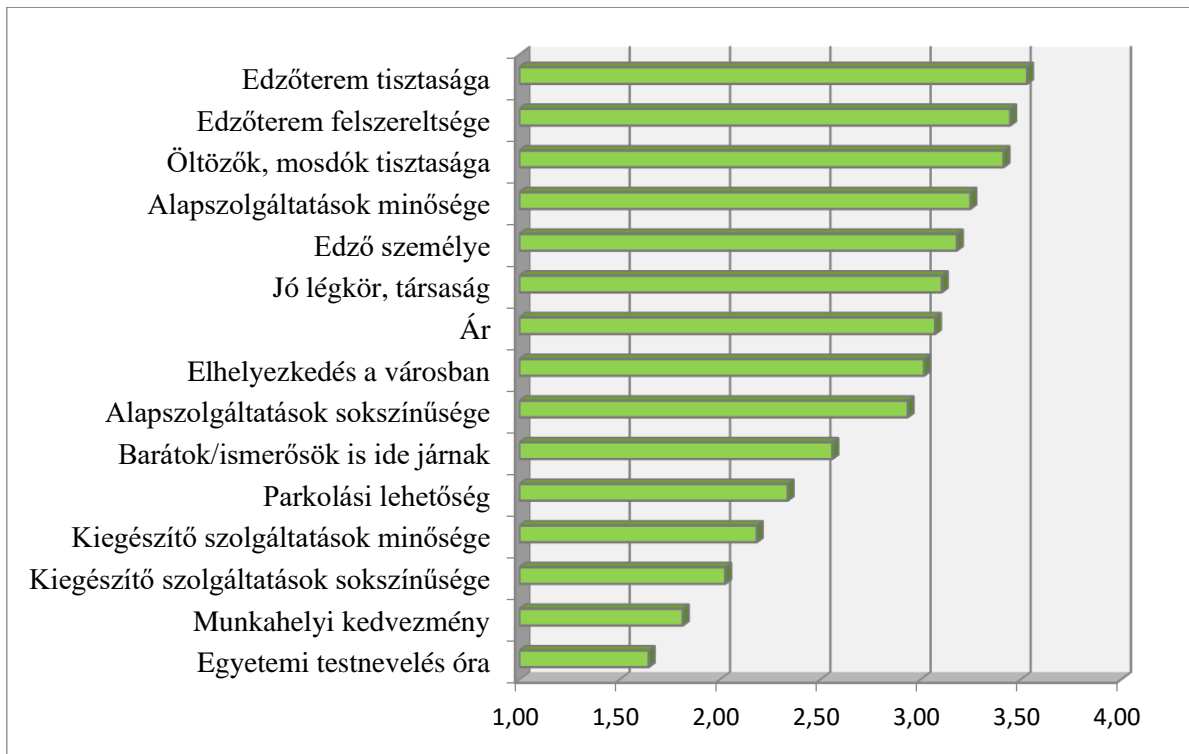
*alapsokasághoz képest

Forrás: Saját szerkesztés, 2017

Célkitűzés 3: feltérképezni, hogy a fitnessztermek látogatói milyen szempontok alapján választanak edzésükhöz sportlétesítményt

H3: *A fitnessz-létesítmények közötti választást a tárgyi feltételek mellett a személyzet, és különösen az edző személye befolyásolja leginkább.*

Az eredmények azt tükrözik, hogy a fitnessz szektor fogyasztóinak létesítmény-választását legerősebben valóban a tárgyi környezet (főként a felszereltség és a tisztaság) befolyásolja (4. ábra). Ezeken kívül a legfontosabb szerepet a választásban az alapszolgáltatások minősége, valamint a személyzethez kapcsolódó szempontok (edző, jó társaság, légkör) játszották. Ez alátámasztja a H3 hipotézist, azonban ki kell egészíteni az alapszolgáltatások minőségének, az ár, valamint az elhelyezkedés jelentőségének kihangsúlyozásával. *A H3 hipotézist az eredmények alapján elfogadom.*



4.ábra: A fitnesslétesítmény választásának szempontjai (4 fokozatú Likert)

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

Megvizsgáltam az edzőterem-választást befolyásoló tényezőket aszerint is, hogy van-e különbség fontossági sorrendjükben a nemek között. Habár a sorrend hasonlóan alakult a teljes mintáéhoz, szignifikáns különbségek adódtak a férfiak és nők között öt esetben.

A férfiak számára jelentősen fontosabb szerepet játszanak az edzőterem kiválasztásában a barátok és ismerősök, mint a nőknek. A nők ezzel szemben magasabban értékelték az edző személyét, az edzőterem és öltözők, mosdók tisztaságát, valamint a fitnessklub városban való elhelyezkedését.

Az, hogy a férfiak számára fontosabb tényezőnek számítanak a barátok, ismerősök, megfelel a motivációk vizsgálatának eredményeivel, amelyek szerint a férfiakat szignifikánsan jobban ösztönzik az edzőterembe járásra a barátok, ismerősök irányából érkező elvárások. Lehetséges, hogy emiatt kevésbé fontos az edzőterem elhelyezkedése is.

A fogyasztók szegmentálását ezután a létesítmény-választás szempontjai alapján is elvégeztem. A klaszterelemzés eredményeként öt fogyasztói csoport jött létre (3. táblázat). „Aktív dolgozó”-nak neveztem el azt a klasztert, amely tagjai egy edzőterem munkahelyükkel összefüggő tulajdonságai (elhelyezkedés, kedvezmény) alapján

választanak helyszínt edzéseikhez. Akik a kiegészítő szolgáltatások nyújtotta kikapcsolódási lehetőségek alapján választanak létesítményt, az „Aktívan kikapcsolódó” csoportba kerültek. „Társaságkedvelő aktív” klaszternek neveztem azt, amelyben szereplő sportolók számára a munkahelyükkel kapcsolatos szempontok mellett a szociokulturális tényezők, a társaság játszottak kiemelkedő szerepet. Azok a fitness fogyasztók, akik számára az ár számít döntő szempontnak a fitnessklub kiválasztásában, az „Aktív gazdaságos” klaszterbe kerültek. Végül „Igényes látogatóknak” neveztem el azt a klasztert, amelyben az edzőterem összes fontos tulajdonsága, a tárgyi környezet, valamint a szolgáltatások nagy hangsúlyt kaptak.

3. táblázat: A fitnesszterem-választás szempontjai alapján létrejött fogyasztói klaszterek jellemzői

Változó		Klaszter					Sig.
		1	2	3	4	5	
Nem	nő	79%	65%	61%	66%	56%	p<0,01
	férfi	21%	35%	39%	34%	44%	
Életkor		Idősebbek*	Idősebbek*	Átlagos*	Idősebbek*	Fiatalabbak*	p<0,01
Anyagi helyzet		Átlagos*	Jobb*	Átlagos*	Átlagos*	Roszzabb*	p<0,01
Edzésre járás gyakorisága		Átlagos*	Ritka*	Gyakori*	Gyakori*	Ritka*	p<0,01

*alapsokasághoz képest

Forrás: Saját vizsgálat 2017 (N=753)

Az eredmények tehát azt tükrözik, hogy a fitnessztermek fogyasztói mind legfőbb motivációik, mind az edzőterem-választásukat befolyásoló szempontok alapján jól elkülöníthető fogyasztói csoportokba rendeződnek.

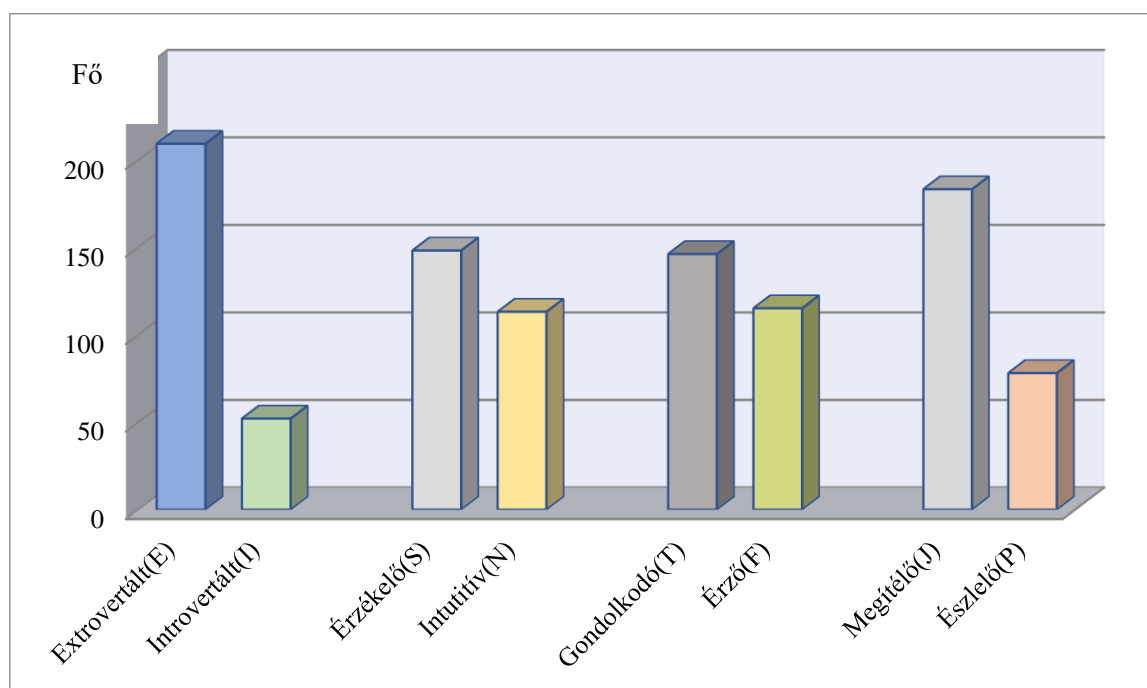
Célkitűzés 4: elemezni az edzői mintát a Myers - Briggs-féle személyiségtípusok alapján

H4: *A Myers - Briggs-féle személyiségtípusok közül az extravertált típus előfordulása magasabb az edzők körében, mint az introvertált típusé.*

A hipotézis a minta vizsgálata során igazolódott, a Myers - Briggs temperamentum index által történő felmérés eredményei szerint a válaszadó edzők 80%-a tartozik az extravertált preferenciájú csoportba. Az összetett személyiségtípusok összehasonlításakor az extravertált, érzékelő, gondolkodó és megítélő típus képviseltette magát kiemelkedően

magas arányban az edzők körében, a tizenhat különböző típus közül ebbe tartozik a válaszadók 22%-a, ezért feltételezhető, hogy az edzői pálya választását befolyásolják a vizsgált személyiség-preferenciák. Ezek az eredmények a H4 hipotézist egyértelműen igazolják.

Az 5. ábrán jól látszik, hogy a legnagyobb eltérések az extravertió – introverzió, valamint a megítélő – észlelő preferenciapárokban voltak. Eszerint extravertált a mintában szereplő edzők 80%-a (209 fő), mindössze 52 introvertált van közöttük.



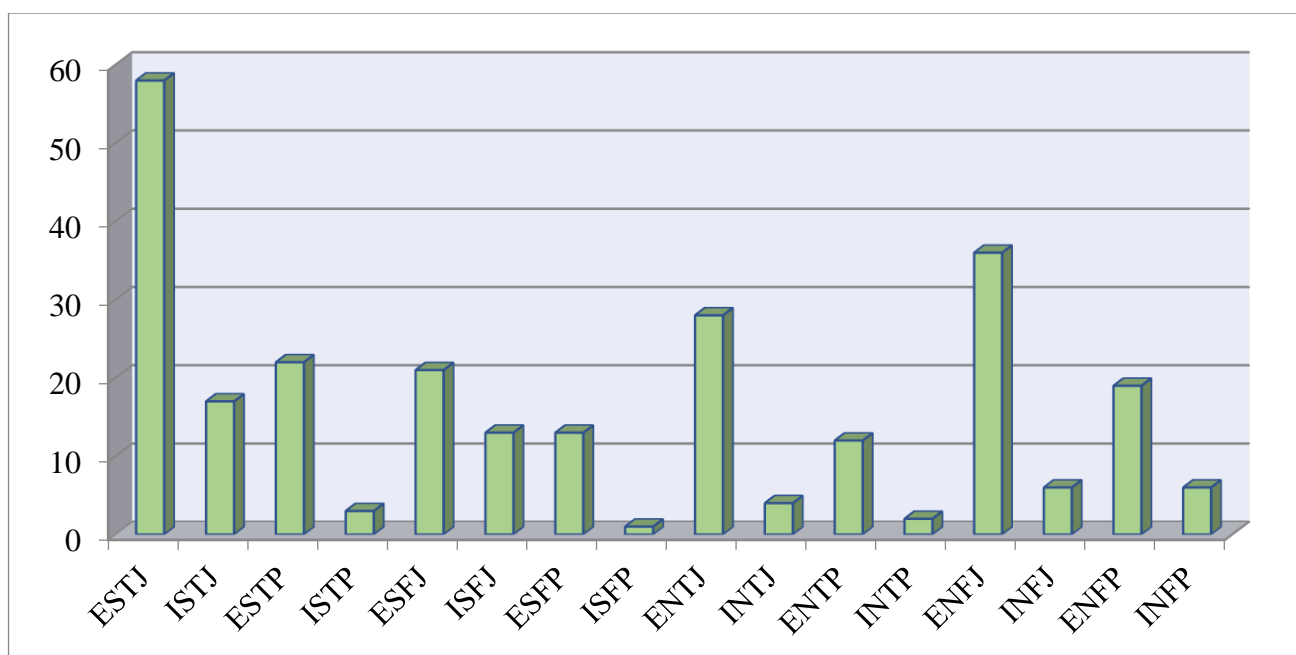
5. ábra: A Myers-i személyiség-preferenciák az edzői mintában

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=261)

Az edzői mintában leggyakrabban előforduló személyiségtípus a Myers - Briggs Temperamentum Index alapján az extravertált – érzékelő – gondolkodó – ítéletalkotó (ESTJ) típus (6. ábra).

Az extravertált attitűdű emberek jellemzője az aktivitás, a környezettel való intenzív kapcsolat, jó kommunikáció, nyitottság a külső világra, érdeklődés más emberek iránt. Ha összevetjük ezeket az extravertált személyiségre jellemző attitűdöket az introvertáltakra a köztudatban is ismert jellemzőkkel: félénkebbek, befelé forduló, a magányt jobban szeretik a társaságnál, akkor a kapott eredmények jól illeszkednek az edzőkkel szembeni, a korábbiakban megfogalmazott elvárásokkal. 183 főnek (70%) a preferált életstílusa a

myers-i rendszerben a megítélés, 78 főnek (30%) az észlelés. Érdekes ez a nagy különbség, de az ítéletalkotókra jellemző attitűd esetében ez is magyarázható a fitneszedzők mintájában, különösen akkor, ha finomítjuk a csoportokat a másik dimenzió, a gondolkodás - érzés funkciónak az ítéletalkotáshoz kapcsolásával. A megítélőkre általában jellemző a tervszerűség, határozottság, a gyors és elégséges információszerzés utáni döntés. Az észlelés és döntés preferenciáknál nem volt ennyire szembeötlő a különbség, azonban kisebb eltérés itt is megfigyelhető. Az edzők közül 148-an (57%) tartoznak az érzékelők, míg 113-an (43%) az intuitívok közé, döntés szempontjából 146 fő (56%) gondolkodó, 115 fő (44%) pedig érző.



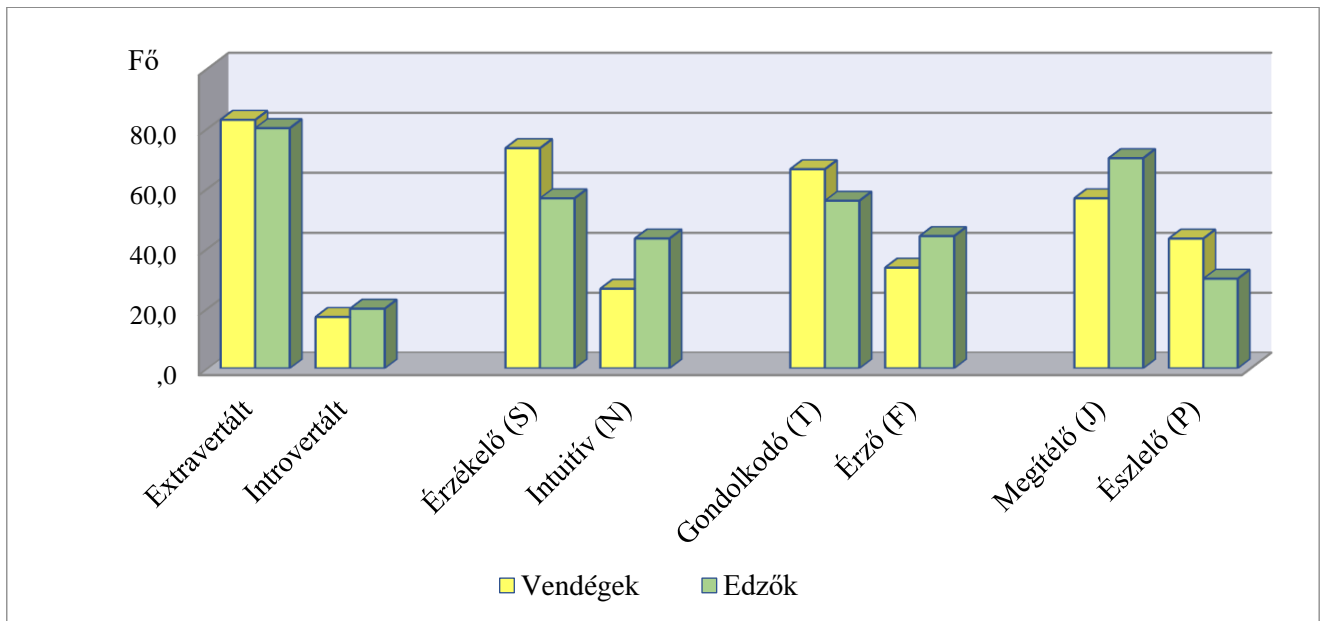
6. ábra: Az edzői minta megoszlása az MBTI 16 alaptípusa között

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=261)

Célkitűzés 5: annak vizsgálata, hogy a fitneszedzések résztvevői milyen személyiségjegyeket tulajdonítanak edzőjüknek

H5: *Az edző személyisége (extravertált/introvertált) befolyásoló az extrovertált és introvertált típusú sportolók választásában. Főként az introvertáltak esetében feltételezem, hogy az introvertált beállítottságú edzőket választják szívesebben.*

A fitness fogyasztók által elvárt személyiség-preferenciák megfeleltek az edzői mintában kapott eredményeknek, tehát megállapítható, hogy a keresleti és kínálati oldal a fitneszedzők személyiségének tekintetében összhangban van.



7. ábra: A fitnesszedzői minta összetétele a fogyasztók megítélése és az edzők személyisége alapján

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

Az edző Myers-i személyiség típusa valóban befolyásolja a sportolók fitnesszedző-választását. Vizsgálatom eredményeként szignifikáns kapcsolat bizonyítja, hogy az extravertált típusú fitnessz fogyasztók extravertált edzőt választanak, míg az introvertált típusúak inkább introvertált edzőt. *Így a H5 hipotézist igazoltnak tekintem.*

Ugyanakkor a hipotézis második részét, amely szerint ez az introvertált személyeknek a fontos, ki kell egészíteni azzal, hogy nem csak ennek a típusnak, hanem az extravertált preferenciájú fogyasztóknak is. A többi preferencia-dichotómia közül az érzékelés – intuíció dimenziók voltak még meghatározóak ebből a szempontból. A tendenciák azt tükrözik, hogy az érzékelő típusú sportolók érzékelő, míg az intuitívak intuitív edzőhöz járnak inkább. A gondolkodás – érzés és a megítélés – észlelés preferenciákban nem volt különbség.

Végül vizsgáltam azt is, hogy az edző személyisége befolyásolja-e azt, hogy a fitnesszterem kiválasztásánál mennyire fontos szempont az edző személye. Egyetlen egy dimenzió volt, amely szignifikáns kapcsolatot mutatott ezzel, az extraverzió. Ez alapján megállapíthatjuk, hogy amennyiben a sportoló edzőjét extravertálnak, azaz nyitottnak, közvetlennek látja, fontosabb helyre sorolja az edző személyét a létesítmény-választás szempontjai között.

Célkitűzés 6: meghatározni, hogy milyen tényezők, sajátosságok befolyásolják az edzők által tartott órák látogatottságát

A fitness szektorban rendkívül kiélezett verseny van, így a fitnessklubok számára gazdasági szempontból a megtermelt profit kiemelt jelentőségű. Ennek jelentős részét képezik az edzők által generált, csoportos órákból származó bevételek. Minél népszerűbbek egy edző csoportos órái, annál inkább megéri az adott szakembert alkalmazni egy fitnessteremnek.

H6: Feltételeztem, hogy az extravertált típusú edzők óráin magasabb a részvétel, mint az introvertált személyiségű edzők által tartottakon.

Ezt a hipotézist a vizsgálati eredmények nem igazolták. Sem az összetett személyiségtypusok, sem a preferencia-dichotómiák összehasonlításakor nem volt szignifikáns eltérés az extravertált és introvertált edzők óráinak létszámában. Ugyanígy a többi preferenciapár vizsgálatánál sem. Feltételezhető, hogy az edzők személyiségtypusba való tartozásánál erőteljesebb hatással vannak viselkedésükre a szakmai követelmények és a vendégek irányából érkező elvárásoknak való megfelelés szándéka. *Emiatt a H6 hipotézist elvetem.*

Kutatásom kiterjedt az edzők szakmai ismereteinek vizsgálatára is, amelyet BOURDIEU (1986) alapján inkorporált, tárgyiasult és intézményesült kulturális tőkékük szerint mértem fel. Az eredmények azt tükrözik, hogy az önfejlesztés bizonyos formái (más edzők óráin való részvétel), a szakkönyvek birtoklása, valamint az edzői munkához kapcsolódó minél magasabb szintű végzettség összefügg azzal, hogy hányan vesznek részt egy edző óráin.

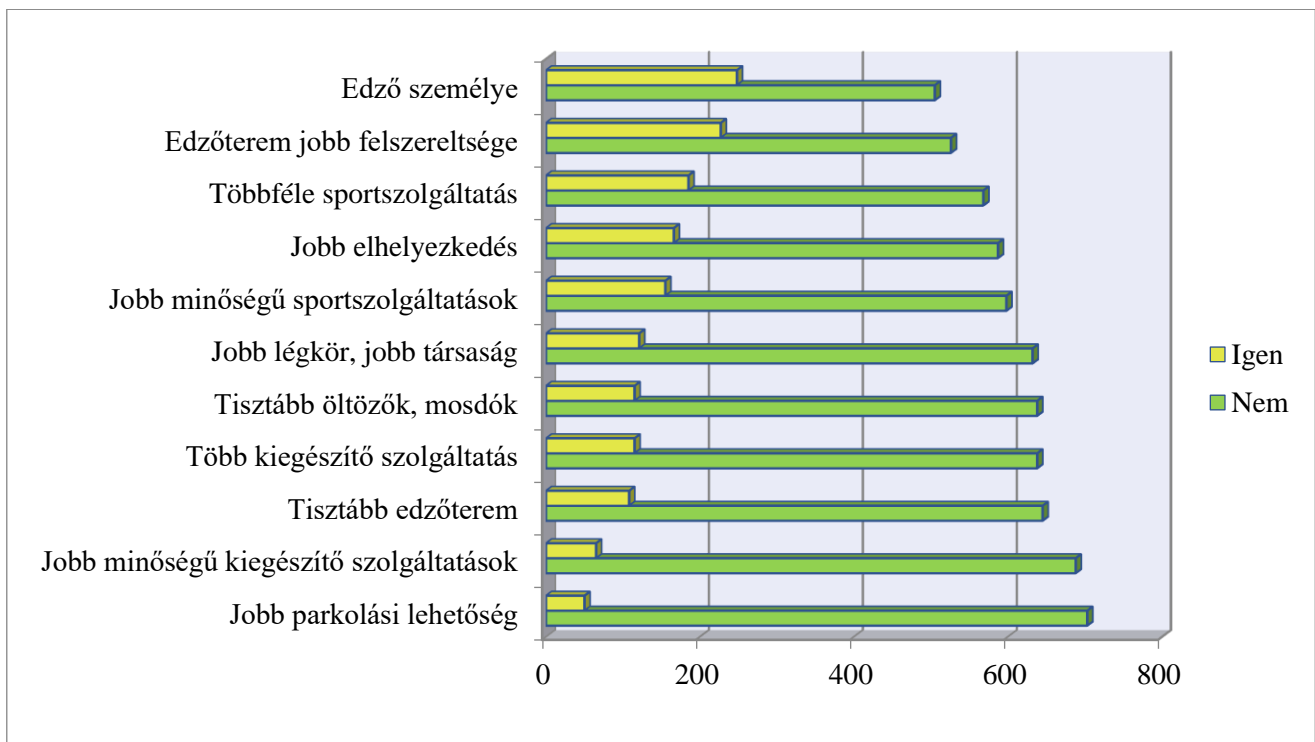
Óralátogatottság szempontjából a nemek között nem volt jelentős eltérés, tehát nem lehet kijelenteni, hogy a férfi vagy nő edzők lennének sikeresebbek. Életkor alapján azonban már szignifikáns különbség mutatkozott az eltérő korosztályok között, amely azt tükrözte, hogy az idősebb edzők óráin többen vesznek részt, mint a fiatalabbakén. Ennek lehet oka az, hogy több idő alatt több kapcsolatra, ismeretségre, nagyobb vendégkörre tudnak szert tenni, mint egy kezdő edző. Befolyásolhatja ezt a fitness fogyasztók azon elképzelése is, miszerint egy idősebb szakember több tapasztalattal, szélesebb körű ismeretekkel rendelkezik, így jobban megbíznak tudásában. Végül meg kell említeni, hogy amennyiben

az adott edző idősebb kora ellenére is jó fizikai kondícióban van, és vonzó külsővel rendelkezik, követendő példaképként motiválhatja vendégeit.

Kutatásom eredményei alátámasztják azt a feltételezést, hogy a fitnesszterem sikerességének fontos tényezője a megfelelő sportszakemberek alkalmazása. Fontos, hogy egy edzőteremben dolgozó óraadók milyen személyiséggel és milyen képzettséggel, szaktudással rendelkeznek, hiszen ez hatással van a fogyasztók edzőterem-választására és a csoportos órák látogatottságára, amelyekből a fitnesszklubok bevételeinek jelentős része származik. Az eredmények emellett felhívják a figyelmet arra, hogy a fogyasztók fitnesszterem közötti választását lényegesen tudja befolyásolni az edző személye, tehát a megfelelően kiválasztott személyzet az edzőteremnek fontos előnyt jelenthet versenytársaihoz képest.

Kutatásom kiterjedt a fitnessz vendégek sportfogyasztási szokásainak vizsgálatára is. Az eredmények azt tükrözik, hogy a mintában szereplő fitnessz fogyasztók legnagyobb része (42%), nagyjából havi 6000 és 12000 forint közötti összeget szán a fitnesszterem látogatásra. 11%-uk 12000 és 20000 forint között fizet ezekért minden hónapban, míg 7% ennél is többet. Megállapíthatjuk, hogy a válaszadók több mint fele költ 6000 forintnál többet az edzőterembe járásra. 31% fizet ennél kevesebbet, míg 9% nem fizet érte, ebből 39 főnek a munkahelye, míg 26 válaszadónak sportegyesület támogatja a fitnesszteremben való sportolását. Ezek szerint az edzőterem havi bérletére a vendégek nagy része 6000 és 12000 forint közötti összeget költ.

Vizsgáltam, hogy melyek azok a tényezők, amelyek miatt a fitnessz fogyasztók több pénzt is kiadnának az edzéseken való részvételért (8. ábra).



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

Forrás: Saját vizsgálat, 2017 (N=753)

A megkérdezett fogyasztók nagy része nem fizetne többet az aktuális költségeinél fitness szolgáltatásokért. Akik hajlandóak lennének magasabb árat fizetni, azok leginkább az edző személye miatt tennék ezt. A mintából 505 fő nem fizetne emiatt, 248-an viszont igen. A második legfontosabb szempont az edzőterem felszereltsége volt, amiért 227 fogyasztó fizetne magasabb árat. 185-en fizetnének, ha többféle sportszolgáltatást nyújtana egy fitnesszterem, 166-an a jobb elhelyezkedését, 155-en a jobb minőségű szolgáltatásokért, 121-en a jobb légkör, jobb társaság kedvéért, 115-en a tisztább öltözőkért, mosdókért és több kiegészítő szolgáltatásért, 108-an a tisztább edzőteremért. A legkevesebben a jobb minőségű kiegészítő szolgáltatásokért (65 fő), valamint a jobb parkolási lehetőségekért (50 fő) vállalnák a magasabb árat.

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

Végül feltérképeztem, hogy mekkora összeggel lennének hajlandóak többet fizetni a fogyasztók a fitness szolgáltatásokért. A 753 megkérdezettből 195-en (26%) egyáltalán nem fizetnének többet semmilyen esetben az edzőterem-látogatásért a jelenleginél, 154 fő,

azaz 20%, legfeljebb 1000 forinttal járna drágábban. 270 fő (36%) nyilatkozott úgy, hogy 1000 és 3000 forint közötti összeggel többet fizetne a számára kedvezőbb feltételek mellett, 99-en (13%) 3000 és 6000 forinttal, 35 fő (5%) még ennél is többet fizetne.

Úgy vélem, kutatási eredményeim alátámasztják alaphipotézisemet, amely szerint a fitnesstermek versenyképessége növelhető a fogyasztók motivációinak, létesítményválasztásának figyelembe vétele, valamint a megfelelő személyzeti feltételek megteremtése mellett.

5. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI

A fitness szektorral kapcsolatban rendelkezésre álló szakirodalom mennyisége Magyarországon meglehetősen korlátozott. Dolgozatom újszerűségének tartom, hogy a fitness szegmens fontos szereplőit, a csoportos órákat tartó edzőket és az azokon résztvevő sportolókat vizsgálja, hiszen ezen a téren tudományos kutatás hazánkban még nem született. Ebben a fejezetben dolgozatom új és újszerű eredményeit foglalom össze.

- Szekunder kutatásaimra alapozva kialakítottam egy modellt, amely a fitnessedzések fizikai aktivitásokon belül elfoglalt helyét mutatja be, valamint elvégeztem a fitness szektor jellemző edzéseinek kategorizálását tartalmuk és eszközigényük alapján.
- Primer kutatásom újszerű eredményeihez sorolom azt, hogy a fitnessedzéseken részt vevő sportolók legfontosabb motivációi között az egészség megőrzése és az esztétikus külső megjelenés elérése mellett kiemelt jelentőséget kapnak a mentális egészséghez kapcsolódó tényezők, mint a szellemi kikapcsolódás, a lelki feltöltődés és a stresszlevezetés.
- A kutatás új eredményének számít a fitness szektorban dolgozó edzők személyiség-vizsgálata a Myers - Briggs-féle Temperamentum Index alapján. Az eredmények azt tükrözik, hogy a mintában jelentős többségben vannak az extravertált, érzékelő, gondolkodó és megítélő személyiségtípushoz tartozó edzők. Az extravertió-introvertió szempontjából is számottevő különbség mutatkozott meg a mintán belül: a megkérdezett fitnessedzők 80%-a extravertált beállítottságú.
- Megvizsgáltam a fitnessedzők és fogyasztók myers-i személyiségtípusának összefüggéseit, és eredményeim szerint a preferenciák befolyásolják nemcsak a fogyasztók edzőválasztását, hanem azt is, mennyire játszik az edző személye fontos szerepet a sportolók fitnessterem választásában.
- A motivációs vizsgálatok során megállapítottam a fitness fogyasztók következő csoportokba való rendeződését: *Társaságkedvelő, aktív; Sportos, edzett; Egészséges, fitt* és *Külső kontrolllos* klaszter. Ezeket a klasztereket jellemeztem összetételük és fitnessedzésekkel kapcsolatos aktivitásuk alapján.

- A létesítmény-választás szempontjai alapján szintén szegmentálhatóak a fitness fogyasztók, öt klaszterbe soroltam őket: *Aktív dolgozó*; *Aktívan kikapcsolódó*; *Társaságkedvelő aktív*; *Aktív gazdaságos* és *Igényes látogató*, melyeket szintén a főbb jellemzőik és edzéslátogatási szokásaik alapján írtam le.

6. AZ EREDMÉNYEK GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA

Értekezésemben a fitness szektor kínálati és keresleti oldalának elemzésére vállalkoztam a csoportos edzéseket tartó edzők és az azokon résztvevő fogyasztók vizsgálatával. Eredményeim alapján a fitnessklubok hosszú távú sikeressége, valamint a fogyasztók fitnessedzéseken való részvételének növelése érdekében a következő javaslatokat fogalmaztam meg:

1. Egy fitnessklub üzemeltetőjének, tulajdonosának fontos szem előtt tartani a megszólítani kívánt célközönséget, és ennek megfelelően, az adott csoportra jellemző motivációs tényezők, és létesítménnyel szembeni főbb elvárások alapján kialakítani kínálati profilját.
2. Nélkülözhetetlen, hogy a fitness szolgáltatók tisztában legyenek a megcélzott csoport edzési szokásaival, elvárásaival, árérzékenységével és költési hajlandóságával ahhoz, hogy a kínálati oldal által nyújtott szolgáltatások és feltételek a keresleti oldal igényeivel egyensúlyban legyenek, és a fitnessklub nyereséges működése hosszú távon fenntartható legyen.
3. Érdemes már egy fitnessterem megnyitása előtt is tájékozódni a környékbeliek életkori sajátosságaival, életmódjával, preferenciáival kapcsolatban.
4. Célszerű a sok alkalmazottat foglalkoztató munkahelyek környékén edzőtermet nyitni, még ha csak alapszolgáltatásokat nyújtanak is az érdeklődőknek.
5. A higiénia minden esetben elengedhetetlen feltétele egy fitnessterem sikerességének, hiszen hozzátartozik az egészségtudatos gondolkodáshoz, ezért alapfeltételnek tekinti a fogyasztók nagy része.
6. A település típusa is meghatározó a sikerességet befolyásoló szempontok jelentőségében, hiszen míg egy nagyvárosban kritikus az elhelyezkedés és a parkolási lehetőség, addig kisebb településeken ezek a szempontok háttérbe szorulhatnak.
7. Az edzők személyiségével kapcsolatos vizsgálatok azt tükrözik, hogy érdemes extravertált edzőket alkalmazni egy fitness szolgáltatónak abból a szempontból, hogy az extravertált edző személye nagyobb szerepet játszik a fogyasztók létesítmény-választásában. Ugyanakkor a személyiség-preferencia az órák látogatottságát nem

befolyásolja, de a szolgáltatások sokszínűségének biztosítása (több órátípus) valamint az introvertált fogyasztók megtartása érdekében szükség van az introvertált fitneszedzőkre is.

8. A kínálat sokszínűségének fenntartása miatt az alacsonyabb látogatottságú órákat sem feltétlenül szükséges megszüntetni, inkább vizsgálni kell, hogy milyen eszközökkel lehet a fogyasztók számára vonzóbbá tenni.

9. A fitneszkluboknak nem árt az edző szakmai tudásáról, végzettségeiről széleskörűen tájékozódni, esetleg szakembereik folyamatos továbbképzését támogatni a magas óralátogatottság és a hosszú távú sikeresség érdekében. A fitnesztermek az edzők szakmai bemutatását felhasználhatják marketingjükben is.

10. Emellett hasznos lehet a szolgáltatóknak hangsúlyozniuk a fogyasztók megnyerése érdekében a fitneszterem működésének azokat a jellemzőit, amelyek a vizsgálat szerint leginkább befolyásolják a fogyasztók létesítmény-választását.

7. 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/134/2018.PL
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Bartha Éva Judit
Neptun kód: DVOPBW
Doktori Iskola: Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
MTMT: 10052156

A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

Folyóiratcikkek, tanulmányok (5)

1. **Bartha, É. J.**, Kun, A. I.: Az önértékelés és a teljesítmény kapcsolata a szabadidősportban.
Magyar Sporttudományi Szemle 18 (69), 10-17, 2017. ISSN: 1586-5428.
2. **Bartha, É. J.**: A fitnessz ipar gazdasági és társadalmi jelentősége.
In: Sokszínű sporttudomány. Szerk.: Szmodis Márta, Szóts Gábor, Magyar Sporttudományi Társaság, Budapest, 24-35, 2016, (Magyar sporttudományi füzetek, ISSN 2062-9559 ; 14.)
ISBN: 9786155187100
3. **Bartha, É. J.**: A kommunikációs stílus szerepe az edzői munka hatékonyságában.
Taylor 8 (2), 87-94, 2016. ISSN: 2064-4361.
4. **Bartha, É. J.**: Szakmai kompetenciák és képzettség szerepe az edzői munka hatékonyságában.
Taylor 8 (4), 35-44, 2016. ISSN: 2064-4361.
5. **Bartha, É. J.**, Perényi, S.: Communication of trainers as one of the means for customer retention in fitness clubs.
Apstract 9 (1-2), 35-40, 2015. ISSN: 1789-221X.
DOI: <http://dx.doi.org/10.19041/APSTRACT/2015/1-2/7>





További közlemények

Folyóiratcikkek, tanulmányok (1)

6. **Bartha, É. J.**: Sport, vallás, hagyomány.

Ethnica 15 (1), 18-19, 2013. ISSN: 1419-8177.

Konferenciaközlemények (1)

7. Perényi, S., **Bartha, É. J.**, Lenténé Puskás, A., Kozma, G., Bács, Z.: Sport a nonprofit társadalmi térben: A sporttal foglalkozó nonprofit szervezetek gazdasági mutatóinak összehasonlító vizsgálata.

Magyar Sporttudományi Szemle 17 (66), 52, 2016. ISSN: 1586-5428.

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

Debrecen, 2018.05.07.

