

Az egészségturizmus, mint turisztikai termék választásának motivációs tényezői

II. rész

Csikász Emőke PhD-hallgató

Nyugat-Magyarországi Egyetem, Széchenyi István Doktori Iskola

Az Egészségügyi Világszervezet definíciója szerint az egészség nem csupán a betegség és fogyatékoság hiánya, hanem a teljes fizikai, mentális és szociális jól-lét állapota. Az egészség a mindennapi élet erőforrása, nem pedig az élet célja, olyan pozitív fogalom, mely a fizikai állapot mellett a társas és a személyes tényezők jelentőségét is hangsúlyozza (WHO, 1984).

A WHO megemlíti, hogy a társas kapcsolatok, vagyis a családi, munkahelyi, közösségi szerepek, továbbá a környezetünkkel való egyensúly egyaránt fontos szerepet játszanak az egészség megőrzésében.

Az egészségturizmus típusai

Az egészségturizmust *wellnessre* és *gyógyturizmusra* oszthatjuk, bár e két terület között van átfedés, ezért – a kettő ötvözeteként – *medical wellnessről* is beszélhetünk (1. ábra).

Dunn (1959) – aki elsőként definiálta a *wellness* fogalmát – szerint a *wellness* egy „különleges egészségi állapot, amely felöleli a jóllét általános érzését, mely szerint az ember a test, a szellem és az értelem összessége, és függ a környezetétől”.

Müller és Kaufmann (2000) szerint a *wellness* olyan egészségi állapot, mely magában foglalja a test, a szellem és a lélek, az önmagunk iránt viselt felelősség, a jó egészség, a szépségápolás, az egészséges táplálkozás, a pihenés,

a meditáció, a szellemi tevékenység, az oktatás, a környezet iránti érzékenység és a társas kapcsolatok, mint alapelemek összhangját.

A *wellness* többdimenziós fogalom, a Puczko és Smith (2008) által szerkesztett *wellnesskerék* 6 dimenziót tartalmaz (2. ábra). Egyáltalán nem valószínű, hogy egyetlen utazás e területek mindegyikét lefedi. A *wellness*-utazás leggyakoribb oka maga pihenés, a munkától való elmenekülés (Saját kutatás, 2014). A konferenciaturizmus egyrészt szívesen használja kiegészítő élményként, másrészt ez esetben a *wellness*-szolgáltatás éppen a kikapcsolódást segíti.

Magyarországon a *wellness*-szállodák vendégéjszakáinak száma évről-évre növekedést mutat (KSH 2014).

Magyarország és az egészségturizmus

Napjainkban egészségünk megőrzése és fejlesztése egyre fontosabbá válik. A hazai prognózisok szerint a lakosság egyre növekvő hányada ismeri fel, hogy a megfelelő egészségi állapot a munkatermelékenység, valamint az emocionális, intellektuális és fizikai fejlődés alapja (Kocziszky, 2004).

Magyarországon a rendszerváltás előtti szálláskínálat nem volt képes a kereslet maradéktalan kielégítésére, így szükségessé vált az ágazat előtt álló feladatok és elvárások újragondolása (Hegedűs, 2006). A Széchenyi-

LEVELEZÉSI CÍM:

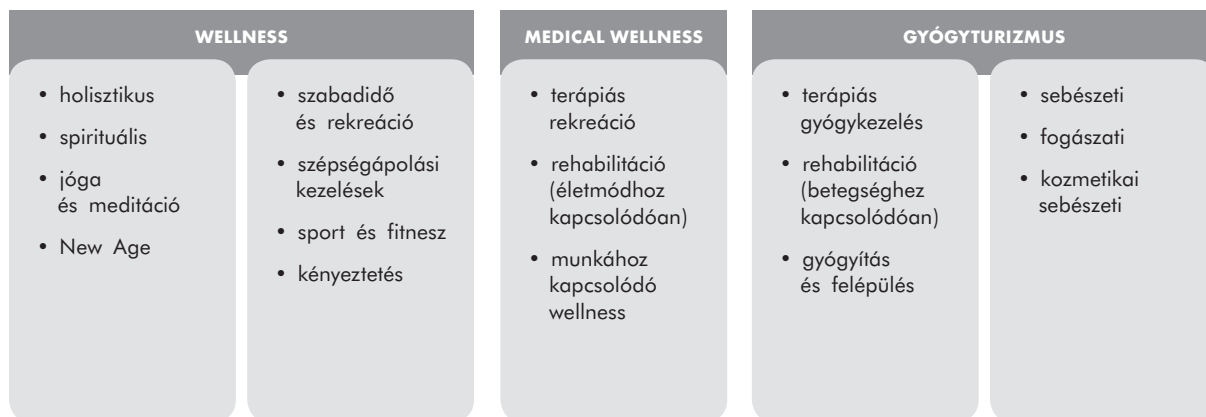
Csikász Emőke, Nyugat-Magyarországi Egyetem, Széchenyi István Doktori Iskola. Postacím: 9026 Győr, Rónay u. 15. Telefon: +36-70-663-6764 E-mail: csikasz.emoke@gmail.com A tanulmány első részét 2015/3. lapszámunkban olvashatták.



1. ábra

Az egészségturizmus alkotóelemei

Forrás: Puczko-Smith, 2008



tervnek köszönhetően számos, ilyen jellegű beruházás valósult meg, s ezek hatása a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégforgalmi mutatókban is mérhető volt (Hegedüs 2006).

A legfontosabb magyar egészségturisztikai helyszínek Hévíz, Hajdúszoboszló, Bükk, Balatonfüred, Zalakaros és Sárvár. Az 50 leglátogatottabb hazai település között 11 gyógyhely található (Itthon.hu, 2014). Magyarország a jövőben Európa egyik vezető egészségturisztikai hatalmává válhat, hiszen kiemelkedő gyógy- és termálvízkészlettel rendelkezünk, s gyógyfürdőink szolgáltatásai, valamint a magyar orvosok tudása nemzetközileg is elismertek. (Nemzeti Turizmusfejlesztési koncepció, 2014–2024).

Anyag és módszer

A tanulmányban arra kerestem a választ, hogy egy egészségturisztikai desztináció kiválasztásánál milyen szempontokat mérlegelnek a látogatók. A tanulmány – 2015/3. lapszámunkban megjelent – I. részében megismerhettük az egészségturizmus fogalmával kapcsolatos elképzeléseket, asszociációkat, véleményeket. Jelen tanulmányban a desztináció kiválasztásának, majd a visszatérő vendégek számára fontos szolgáltatások szempontjaira helyeztem a hangsúlyt.

Míg korábban a nyitott, jelen esetben a zárt kérdésekre adott válaszokat mutatom be. Keresztábra-elemzéssel megvizsgáltam, hogy a bizonyos demográfiai jellemzőkkel rendelkezők válaszai között van-e szignifikáns különbség, majd bináris logisztikai regresszió segítségével azt vizsgáltam, hogy a jellemzően egy adott desztinációba visszatérő vendégek, illetve nem törzsvendégek

válaszai között találunk-e eltérést, vannak-e olyan válaszok, melyek kifejezetten a visszatérő vendégekre jellemzőek?

A mintastruktúrát nem kötöttem ki előre. A kérdőívek online kiküldéséhez a *Héderváry Kastély* címlistájában szereplő e-mail címeket használtam, így a minta nem tekinthető reprezentatívnak. 114 fős mintanagysággal dolgoztam. A mintavétel során 46 férfi és 86 nő töltötte ki a kérdőívet, a legidősebb kitöltő 74, míg a legfiatalabb 18 éves volt. Életkor szerint három csoportot hoztam létre: a 23 év alattiak, a 23 és 47 év közöttiek, valamint a legalább 47 évesek csoportját. A három csoport kialakításánál a fő szempont az volt, hogy minden egyes csoportba nagyjából a válaszadók egyharmada kerüljön.

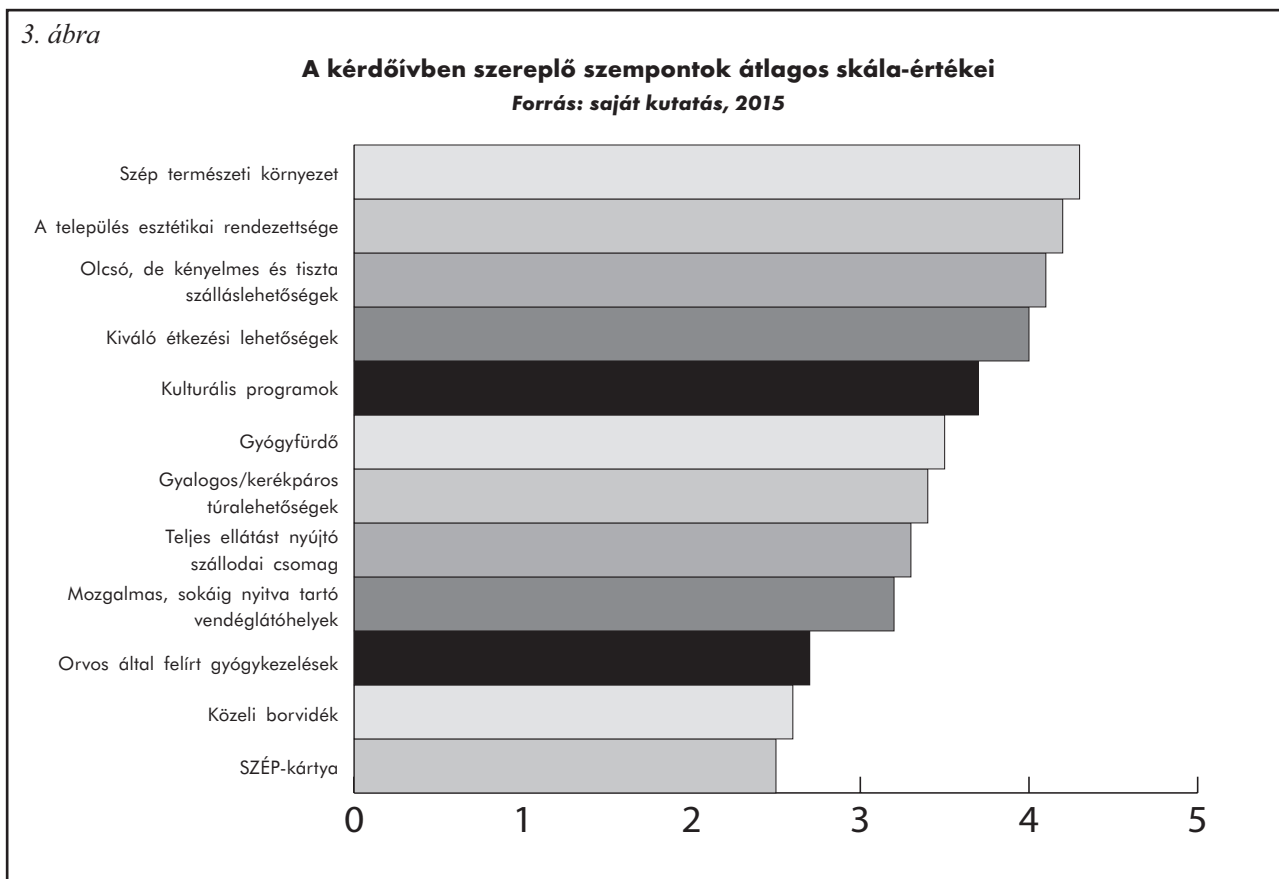
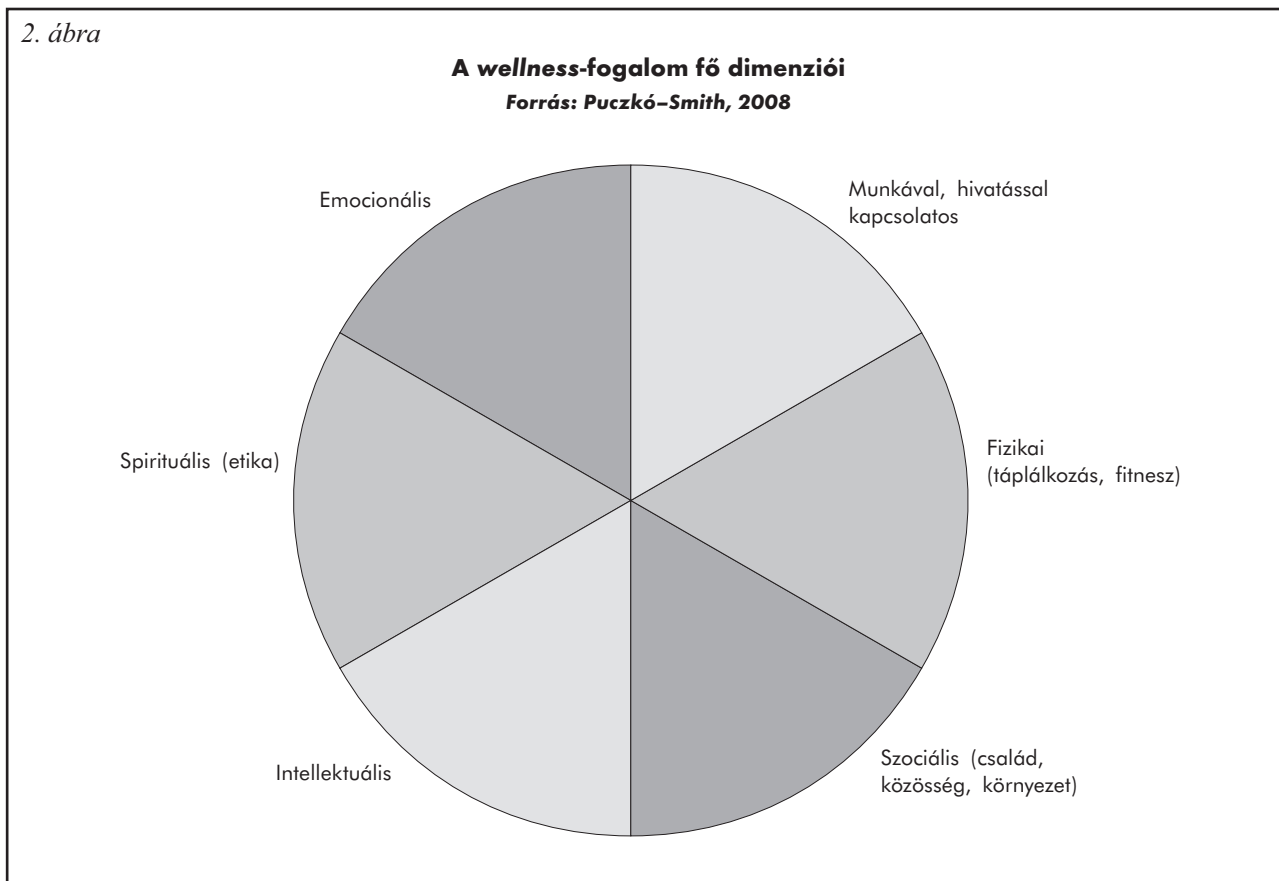
Az egészségturisztikai desztináció kiválasztásának szempontjai

A magyarországi egészségturisztikai desztinációk *ötpon-tos Likert-skálán* történő értékelése során a különböző figyelembe vehető tényezők között a 3. ábrán bemutatott sorrend alakult ki.

Az egyik legfontosabb szempont a *szép természeti környezet*. Ez olyan előny, mely akár további turisztikai termékek fogyasztására adhat lehetőséget, legyen az egy félnapos, vízparti üdülés, egy borút bejárása, vagy egy hátizsákos, bakancsos túra. A környezet másik eleme az *esztétikai rendezettség*. A település, ahol megszállunk és szabadidőnket töltjük, legyen rendezett, tiszta, „virágos”, egy vagy több gyalogos sétára érdemes.

Egy fürdővel rendelkező településen többnyire találunk egy-egy három-, négy- vagy ötszobás szállodát,





melyek teljes ellátással és házon belüli, komplex gyógy- és wellness-szolgáltatásokkal várják vendégeiket. Ezenkívül általában számos olyan magánzállás és panzió is megtalálható, melyek rendezett, tiszta szobákat biztosítanak a vendégek számára. Jelenlétük fontos, mert aki nem szeretne all-inclusive csomagot vásárolni vagy drágább szállást választani, alternatívaként kényelmes, szép, de olcsó panziókat keres a településen.

A legkülönbözőbb konyhájú és árkategóriájú éttermek jelenléte, az ebéd és vacsora kellemes környezetben való elköltése, valamint a kifejezetten magyar igényeket kielégítő étkezési lehetőségek lényeges, a desztinációválasztás szempontjából is fontos élményelemek. A kulturális programok – fesztiválok, időszakos kiállítások, szabadtéri koncertek – szintén befolyásolhatják a választást.

A gyógyfürdő általában nem a legfontosabb szempont az egészségturisztikai desztináció kiválasztásánál, tehát két gyógyfürdővel rendelkező település között nem feltétlenül maga a fürdő, hanem inkább a körülötte lévő környezet a döntő.

A demográfiai változók hatása

Keresztábra-elemzés és Chi²-próba segítségével vizsgáltam, hogy bizonyos demográfiai tényezők mely választási szempontokra vannak hatással, s 4 ilyen esetben találtam szignifikáns összefüggést. Az 1. táblázatban az életkor befolyása látható, a legfiatalabb válaszadó 18 éves, a legidősebb 74 éves volt. Az ötfokozatú skálát háromfokozatú skálává módosítottam, úgy, hogy a semlegesnél negatívabb és pozitívabb 2–2 skálapontot egy-egy ponttá vontam össze, így jobban érzékelhetővé válik az adott csoport negatív, semleges vagy pozitív véleménye.

A közeli túralehetőségek a 23 év feletti felnőtt generációnak fontosabbak ($p = 0,030$), ők azok, akik vagy családalapítás előtt állnak, vagy már bármely életkorú gyermekeket nevelnek. Az aktív időöltés a legkevésbé a fiatal egyetemista korosztálynak fontos. A kulturális programok a kor előrehaladtával egyre fontosabbá válnak ($p = 0,008$), a sokáig nyitva tartó vendéglátóhelyek a legfiatalabb csoport számára a legfontosabbak, a kor előrehaladtával pedig egyre kevésbé fontosak ($p = 0,000$).

1. táblázat

Az életkor szerinti desztinációválasztás szempontjai (keresztábra-elemzés)

Forrás: saját kutatás, 2015

	Kor	Chi ² Sig.	N	Egyáltalán nem fontos/ nem fontos	Fontos is és nem is	Fontos/ Nagyon fontos
Fontos, hogy legyen gyalogos/kerékpáros túralehetőség	23 év alatti fiatal	0,030	42	35,71%	33,33%	30,95%
	23–47 év közötti felnőtt		47	12,77%	21,28%	65,96%
	47 év feletti idősebb felnőtt		43	18,60%	23,26%	58,14%
Fontos, hogy a település kulturális programokat nyújtson	23 év alatti fiatal	0,008	42	21,43%	33,33%	45,24%
	23–47 év közötti felnőtt		47	4,26%	29,79%	65,96%
	47 év feletti idősebb felnőtt		43	11,63%	16,28%	72,09%
Fontos, hogy mozgalmas legyen, sokáig nyitva tartó vendéglátóhelyekkel	23 év alatti fiatal	0,000	42	23,81%	19,05%	57,14%
	23–47 év közötti felnőtt		47	14,89%	59,57%	25,53%
	47 év feletti idősebb felnőtt		43	41,86%	39,53%	18,60%

2. táblázat

**A nemek szerinti desztinációválasztás szempontjai
(keresztábra-elemzés)**

Forrás: saját kutatás, 2015

	Nem	Chi ² Sig.	N	Egyáltalán nem fontos/ nem fontos	Fontos is és nem is	Fontos/ Nagyon fontos
Fontos, hogy olyan hely legyen, ahol gyönyörköd- ni lehet a természetben	Férfi	0,002	46	2,17%	28,26%	65,57%
	Nő		86	2,33%	5,81%	91,86%

A nők és férfiak között egy esetben találtam szignifikáns különbséget (2. táblázat), a nők számára fontosabb a *szép természeti környezet* ($p = 0,002$). A nők szinte 100%-a inkább olyan egészségturisztikai desztinációt választ, ahol természeti látnivaló is található. A férfiaknál is magas ez az arány, de közel egyharmaduk számára ez a választási szempont semleges.

A jó vendég a törzsvendég

A törzsvendégek megbízhatóak, szokásaik ismertek, látogatásukra számítani lehet. Általában többet költenek, és véleményük sokat segíthet a szolgáltatások javításában (Michalkó 2004).

Saját kutatásom alapján elmondható, hogy magas azok aránya, akik egy adott egészségturisztikai desztinációt ismét meglátogatnak, a megkérdezettek kb. 60%-a visszajáró vendég. A legtöbben *Hévízre*, illetve a Balaton valamely településére látogatnak el ismét. Sokan nem konkrét várost említettek, hanem általánosságban wellness-szállodát vagy gyógyfürdőt, konkrét településként több alkalommal *Sárvárt*, *Zalakarost*, *Hajdúszoboszlót*, *Bükfürdőt*, *Egert* és *Egerszalókot*, nagyobb kiterjedésű földrajzi térségként a *Velencei-tavat*, az *Őrséget*, a *Bakonyt* vagy a *Mátrát* említették. A legkedveltebbek az ország leglátogatottabb települései, továbbá a rendkívül nyugodt, természetközeli, kevés zajártalommal rendelkező tájegységek.

A visszatérő vendégek számára fontos szolgáltatások

Bináris logisztikus regressziót alkalmaztam (3. táblázat), hogy megvizsgáljam, mely változók játszanak fontos szerepet a vendégek megtartásában. A logisztikus regressziós modellekben a függő változó kategorikus, jelen esetben 0 a változó, ha nem visszatérő és 1, ha visszatérő vendégről van szó. A *Hosmer- és Lemeshow-teszt* a bináris modellek mért adatokhoz történő illeszkedésének

vizsgálatára alkalmas, robosztus statisztika. A nullhipotézis – vagyis amikor a modell nem illeszkedik a mért adatokhoz – Sig. (p) 0,05 alatti értékek esetén lenne elfogadhatatlan. Esetünkben azonban a szignifikancia szintje a negyedik, vagyis utolsó lépésben $p = 0,540$, ami azt jelenti, hogy az illeszkedés megfelelőnek tekinthető.

A vizsgálat eredménye szerint a visszatérő vendégek számára az alábbi elemek fontosak:

- Teljes ellátás
- Orvos által felírt gyógykezelések elérhetősége
- Gyógyfürdő jelenléte
- A település esztétikai rendezettsége

Tehát ahhoz, hogy egy új vendégből visszatérő vendég váljék, olyan élményt kell megtapasztalnia, melynek során valóban át tudja magát adni a pihenésnek, a kikapcsolódásnak. Fontos, hogy a szálláshelyen teljes ellátás várja, mely megfelelő színvonalú szolgáltatásokat és kedves személyzetet takar. Ha sikerül megfelelően kiszolgálni a vendéget, akkor valószínűleg elégedetten távozik, és később ismét visszalátogat. Az eredményekből kiderül, hogy a törzsvendégek számára fontos a teljes ellátás.

Az egészségturizmusban résztvevő, visszatérő vendég számára lényeges, hogy az adott egészségturisztikai desztinációban legyen gyógyfürdő, ennél is fontosabb azonban, hogy orvos által felírt gyógykezelések is elérhetőek legyenek. Ha a gyógyfürdő és a kezelések is megfelelőek, akkor nagyobb a valószínűsége annak, hogy legközelebb a vendég nem választ másik desztinációt, és ugyanoda tér vissza.

Ez az eredmény utalhat arra is, hogy legfőképpen nem a kikapcsolódási, pihenési, hanem a gyógyulási, rehabilitációs céllal érkezők válnak törzsvendéggé. Erre további bizonyíték, hogy a nem visszatérő vendégek esetében nem feltétlenül a gyógyfürdő, sokkal inkább annak környezete a döntő szempont. Fontos, hogy a település esztétikailag rendezett legyen. Amennyiben ezzel, valamint a település infra- és szuprastruktúrájával a vendégek elégedettek, van esély arra, hogy az adott településre visszatérjenek.

3. táblázat

A „visszatérő vendég” magyarázó változói

Forrás: saját kutatás, 2015

Magyarázó változók	B érték	p-érték	Nagelkerke R ²	Függő változó
1. modell				
Legyen teljes ellátást biztosító csomagajánlattal rendelkező szálloda	-0,384	0,012	0,067	Visszatérő-e?
2. modell				
Legyen teljes ellátást biztosító csomagajánlattal rendelkező szálloda	-0,401	0,010	0,118	Visszatérő-e?
A település vagy közeli város esztétikailag rendezett legyen	-0,504	0,025		
3. modell				
Legyen teljes ellátást biztosító csomagajánlattal rendelkező szálloda	-0,526	0,002	0,169	Visszatérő-e?
Igénybe vehessen orvos által felírt gyógykezeléseket	0,315	0,021		
A település vagy közeli város esztétikailag rendezett legyen	-0,569	0,016		
4. modell				
Legyen teljes ellátást biztosító csomagajánlattal rendelkező szálloda	-0,507	0,004	0,231	Visszatérő-e?
Igénybe vehessen orvos által felírt gyógykezeléseket	0,475	0,002		
Legyen gyógyfürdő a településen	-0,481	0,009		
A település vagy közeli város esztétikailag rendezett legyen	-0,537	0,024		
Nem szignifikáns magyarázó változók				
Olcsó, de kényelmes és tiszta szálláshelyválaszték		0,490		Visszatérő-e?
Gyalogos/kerékpáros túralehetőség		0,761		
Magyarázó változók				
A település vagy közeli város nyújtson kulturális programokat		0,556		
Olyan hely legyen, ahol gyönyörködni lehet a természetben		0,176		
Mozgalmas legyen, sokáig nyitva tartó vendéglátóhelyekkel		0,537		
Kiváló étkezési lehetőségekkel rendelkezzen		0,099		
Közeli borvidékkel rendelkezzen		0,076		
A SZÉP-kártyát igénybe tudjam venni		0,199		

A jó egészségturisztikai élményhez szükséges tényezők

Az ISPA (*International Spa Association*) a „4R” fogalmának segítségével foglalta össze a spa-élményt. Az első elem a *relaxáció (relax)*, mely a stressz, a feszültség oldását jelenti. A második elem a *reflexió (reflect)*, mely az elmélyült gondolkodásra, a harmadik pedig a *revitalizáció (revitalise)*, mely a teljes felfrissülésre, az új energiák gyűjtésére utal. A negyedik elem a *jókedv (rejoice)*, vagyis a vidámság és felszabadultság. A 4R véleményem szerint nem csak a spa-élményre, hanem általában az egészségturizmusra – többek között legfőképpen a wellnessre, illetve a medical wellnessre – is jellemző.

Az egészségturizmus számos olyan, az egészségi állapokra kedvező hatást gyakorló tényezővel rendelkezik, melyek az emberi szükségletek kielégítése során aktivizálódnak (*Maslow, 2003*). Az életminőség alapvető tényezője az egészség, az ezzel kapcsolatos utazásokat pedig a Maslow által megalkotott szükséglet-hierarchia legalsó szintjén található fiziológiai igények kielégítése motiválja. Tehát a gyógyulásnak és a jó közérzet biztosításának egyik legkellemesebb formája az egészségturizmusban való részvétel, így az ilyen motivációjú utazások közvetlenül hozzájárulnak az életminőség javulásához (*Michalkó-Rátz, 2011*).

Egy egészségturisztikai desztinációval kapcsolatos legfontosabb fogyasztói elvárások tehát az alábbiak:

- Olyan szolgáltatások széles kínálata, melyek együttesen képesek a test, a szellem és a lélek egyensúlyának megteremtésére

- Személyre szabott szolgáltatások

- Változatosság, gazdag programkínálat, különböző stílusú helyiségek, a nemzetközi konyhaművészet kínálatának felvonultatása

- Megfelelő fizikai környezet, vagyis megnyugtató atmoszféra, mind az elmélyülést, mind pedig a társadalmi interakciókat elősegítő térkialakítás, esztétikailag vonzó berendezés, természeti és társadalmi környezet

- Megfelelő személyzet, vagyis magas szintű szakmai képzettség, jó kommunikációs készség, kiegyensúlyozottság, az egyes területek munkatársai közötti folyamatos belső kommunikáció, optimális alkalmazott–vendég arány annak érdekében, hogy a vendég valóban személyes szolgáltatásban részesüljön, a munkatársak pedig ne érezzék túlhajszoltnak magukat (*Rátz 2001 és Saját kutatás 2014*).

Összefoglalás

A tanulmányban arra kerestem a választ, hogy egy egészségturisztikai desztináció kiválasztásánál milyen szempontokat mérlegelnek a látogatók. A tanulmány – 2015/3.

lapszámunkban megjelent – I. részében megismerhettük az egészségturizmus fogalmával kapcsolatos elképzeléseket, asszociációkat, véleményeket. Jelen tanulmányban a desztináció kiválasztásának, majd a visszatérő vendégek számára fontos szolgáltatások szempontjaira helyeztem a hangsúlyt. A vizsgálat során keresztábrák-elemzést és bináris logisztikus regressziót alkalmaztam.

Az eredmények szerint az egyik legfontosabb szempont a *szép természeti környezet*, majd a *település esztétikai rendezettsége*, az *olcsóbb árkategóriájú, de kényelmes és tiszta szálláshelyek*, a *kiváló étkezési lehetőségek* és a *kulturális programok*. A kulturális programok a kor előrehaladtával egyre fontosabbá válnak. A *sokáig nyitva tartó vendéglátóhelyek* a fiatalok számára a legfontosabbak. A *közeli túralehetőség* fontossága leginkább a 23–47 éves korosztályra jellemző. A *szép természeti környezet* a nők számára nagyon fontos.

Tehát ahhoz, hogy egy új vendégből visszatérő vendég váljék, olyan élményt kell megtapasztalnia, melynek során valóban át tudja magát adni a pihenésnek, a kapcsolódásnak. Fontos, hogy a szálláshelyen teljes ellátás várja, mely megfelelő színvonalú szolgáltatásokat és kedves személyzetet takar. Fontos, hogy a szálláshelyen teljes ellátás várja, mely megfelelő színvonalú szolgáltatásokat és kedves személyzetet takar.

Ha sikerül megfelelően kiszolgálni a vendéget, akkor valószínűleg elégedetten távozik, és később ismét visszalátogat. A kapott eredmény utalhat arra is, hogy legfőképpen nem a kikapcsolódási, pihenési, hanem a gyógyulási, rehabilitációs céllal érkezők válnak törzsvendéggé.

Az egészségturizmus számos olyan, az egészségi állapokra kedvező hatást gyakorló tényezővel rendelkezik, melyek az emberi szükségletek kielégítése során aktivizálódnak.

Kulcsszavak: egészségturizmus, motiváció, wellness, kvantitatív kutatás

Abstract

In this publication I looked for the answer to the question, which viewpoints are considered, when a health tourism destination is chosen. In the previous '*Motivations factors of the health tourism, as tourism product*' publication I analyzed the answers of the open questions and could be get to know with the associations, opinions, conceptions refer to health tourism. Now I scrutinized the factors of the selection. I highlighted the important factors of the regular guests. I used crosstables and binary regression.

According to the results the most important factors of the selection are the *beautiful natural environment*; the *tidied, aesthetic settlement*; *comfortable accomodation with cheaper prices*; *excellent opportunities to eat and*



cultural programmes. For the elderly people the cultural programmes become more substantial. For the younger people are important the *busy places to entertain, which are open till late*. *Opportunities for hiking* are important factors for the age-group 23–47. The *beautiful natural environment* is essential for the women.

A guest will be regular one, if they will experience such things, which help them to have rest and relax. All-inclusive services at a hotel are important, which covers services with proper quality and nice hosts.

If the guests are pampered and served properly, it is

more probable, that they will be satisfied at their leaving, and will return. Results refer to the fact, that the guests with the aim of rehabilitation and recovery will be more surely regular ones, than the guests with the aim of only relaxing and have a rest.

To the entire mental and physical recreation is needed an all-inclusive service and entire problem-free time. Health tourism has many affects for the health statement, which activates during the satisfying of the needs.

Keywords: health tourism, motivation, wellness, quantitative research

IRODALOM

1. Dunn, H. (1959): „High-level wellness for man and society.” In: *American Journal of Public Health*, 49(6):786–792.
2. Hegedüs, Veronika (2006): „Az egészségturizmus fogalmi rendszerének és keresletének változásai Magyarországon.” In: *Földrajzi Értesítő*, 55(3–4):355–373.
3. <http://media.umwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> Letöltve: 2015.04.15
4. Kiss Kornélia–Török Péter (2001): „Az egészségturizmus nemzetközi keresleti és kínálati trendjei.” In: *Turizmus Bulletin*, 5(3): 7–14.
5. Kocziszky György (2004): „Egészségügyi klaszterek kialakításának lehetőségei az Észak-Magyarországi Régióban.” In: *Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek*, 1(2):3–32.
6. Maslow, A. (2003): *A lét pszichológiája felé*. Ursus Libris, Budapest.
7. Michalkó Gábor (2004): *A turizmuselmélet alapjai*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár.
8. Michalkó Gábor–Rátz Tamara (2011): *Egészségturizmus és életminőség Magyarországon*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
9. Mueller, H.–Kaufmann, E.L. (2001): „Wellness Tourism: Market Analysis of a Special Tourism Segment and Implications for the Hotel Industry.” In: *Journal of Vacation Marketing* 7(1):5–17.
10. *Nemzeti Turizmusfejlesztési koncepció (2014–2020)* <https://www.nth.gov.hu/hu/media/download/260>
11. Puczkó László–Smith, M. (2010): *Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
12. Rátz Tamara (2001): „Zennis és Lomi Lomi, avagy új trendek az egészségturizmusban.” In: *Turizmus Bulletin*, 5(4)
13. *Turizmus Statisztika* <http://neta.itthon.hu/szakmai-oldalak/letoltesek/turizmus-magyarorszagon> Letöltve: 2015.04.10

