

Az idősök turizmusban való részvétele Magyarországon: motivációk és turisztikai élmények vizsgálata

Participation by seniors in tourism in Hungary: an investigation into motivation and tourism experience

Szerzők: Kolos Krisztina¹ – Kövesdi Júlia²

Az idős fogyasztók teljes népességben belüli arányának növekedése kihívás elé állít számos iparágat. Ez alól a turizmus sem kivétel. Az idősök turizmusban való részvételének elősegítése a piaci lehetőségeken túlmenően tágabb kontextusban értelmezendő. Az aktív életmód összefüggésben áll a társadalmi jólléttel és az élettel való elégedettséggel. Kutatásunkban az idős korosztály utazási motivációit és élményeit vizsgáljuk, és arra keressük a választ, hogy az idősebb turisták milyen motivációs tényezők hatására utaznak leginkább, illetve milyen nehézségeket, kockázatokat észlelnek utazásaik során. Mélyinterjúink megerősítik azt a vélekedést, hogy az idősök összetett társadalmi csoportnak tekinthetők, és utazásaik során nemcsak anyagi, hanem sok más, érzelmi és intellektuális tényező is érvényesül, mint például a szocializáció, a tudásvágy vagy akár a nosztalgia.

The increase in the proportion of older people in the total population creates challenges for several industries. Tourism is no exception to this. Promoting participation by seniors in tourism should be considered in wider perspective than that of a market opportunity: an active lifestyle is related to social wellbeing and satisfaction with life. In our research we investigate motivation and tourism experience among the elderly. We focus on understanding the motivating factors, the difficulties and risks perceived by senior tourists during their travels. Our in-depth interviews confirm the belief that the elderly make up a heterogeneous social group, and their travels are affected, not only by financial, but also by various emotional and intellectual factors such as socialization, intellectual curiosity and nostalgia.

Kulcsszavak: utazási motivációk, idősök utazási magatartása, senior turizmus.

Keywords: travel motivation, seniors' travel behavior, senior tourism.

1. Bevezetés

A népesség elöregedése egész Európát jellemzi, és ez a folyamat előreláthatólag a jövőben is folytatódik. Az előrejelzések szerint Európa teljes népessége 520 millióra növekszik 2070-re a 2016-os 511 millióról, miközben a munkaképes korú népesség (15-64 év között) jelentős mértékben csökken (EUROPEAN COMMISSION 2017).

Noha az idősödő fogyasztók számának alakulása jelentős piaci lehetőséget sejtet, figyelembe kell venni, hogy az idősödő fogyasztók gazdasági ereje a világ különböző részein igen eltérő. Nem kevés olyan ország van, ahol az idős kor a korábbi fogyasztás jelentős csökkenésével jár együtt. Azonban még azokban az országokban is, ahol a turizmusban való részvétel hiányának az oka elsősorban nem anyagi jellegű, legalábbis a többi korosztállyal való összehasonlításban, az idősebbek több, mint fele nem vesz részt a turizmusban (EUROSTAT 2014).

Az idősödés jelenségére a fejlett társadalmaknak megfelelően kell reagálni. Kiemelt területnek számít például az idősbarát munkahelyek kialakítása, az egészségügyi ellátás biztosítása, az élet-hosszig történő tanulás, a közösségi lét formáinak megteremtése vagy akár az infokommunikáci-

¹ egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem, krisztina.kolos@uni-corvinus.hu

² egyetemi hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, juli.kovesdi@gmail.com

ős technológiák alkalmazása az idősök körében (KENESEI et al. 2019). Az aktív idősödés támogatása kiemelt prioritás, amely a turizmus területén is egyre inkább érvényesül.

Az idősödő fogyasztók ugyanakkor igen heterogén és összetett csoportnak tekinthetők. Általában jellemző, hogy a preferenciáik összetettek, ahol a múltbéli fogyasztás nem közvetlen jelzője a jövőbeli fogyasztásnak. E csoport heterogenitására utal a szakirodalomban használt elnevezések sokszínűsége is. TÖRŐCSIK (2016) például a 45 év felettieket az „életet újrafogalmazók” néven tárgyalja, utalva arra, hogy a fogyasztók az idősebb kor határát közelítve érzékenyek a korukra, nehezen tudnak azonosulni saját élethelyzetükkel. A képet az is árnyalja, hogy az egyes emberek életíve igen eltérő lehet. A szerző az idős vagy idősödő jelzők helyett inkább a szenior megnevezést javasolja, hiszen ehhez a szóhoz nem kötődnek negatív asszociációk.

Objektív meghatározás hiányában, és talán az üzleti gyakorlat számára is, jól használható megközelítés a fogyasztó szubjektív értékelésére támaszkodni. Több szerző (BARAK 1987, BARAK et al. 2001) is hangsúlyozza, hogy az öreg és a fiatal relatív fogalmak, ezért az egyén szubjektív percepcióján alapuló kognitív kor kifejezés használatát javasolják, ami kifejezi, hogy az egyén hány évesnek érzi magát.

Az idősödés jelenségének áttekintése után a következő pontokban a kutatásunk szempontjából releváns elméleti fogalmakat tekintjük át. Elsőként a turizmus és a motiváció kapcsolatáról adunk áttekintést, majd az idősök turizmusban betöltött szerepével foglalkozunk. Szakirodalmi áttekintésünket e két kérdéskör ötvözése zárja, amely során bemutatjuk, hogy milyen kutatások készültek eddig az idősök utazási motivációinak vonatkozásában.

2. A turizmus és motiváció kapcsolata

A turizmus volumenének utóbbi évtizedekben bekövetkezett gyors és nagymértékű expanziója kapcsán felvetődik a kérdés, hogy mi ösztönzi a turistákat arra, hogy időben és anyagiakban is egyre többet áldozzanak utazásokra? A motiváló tényezők azonosításához fel kell tárni a fogyasztók szükségleteit, valamint azt a folyamatot, melynek eredménye maga az utazás.

A motiváció előzménye az egyénben megjelenő valamilyen szükséglet kielégítésére irányuló igény, melynek következményeként kialakul a motiváltság állapota, mely lehet pillanatnyi vagy hosszú távú. Az emberek azért cselekszenek, mert a ben-

nük megfogalmazódó szükséglet egyfajta hiányérzetként jelentkezik (MICHALKÓ 2012). Mindezek alapján a motivációt úgy lehet determinálni, mint egy „belső állapotot, amely meghatározott célok teljesítése irányába mozgatja az emberek cselekedeteit” (BAUER et al. 2007:69).

A turisztikai motivációk társadalmi-pszichológiai indítékok, amelyek utazásra ösztönzik az embert (UYSAL et al. 2008). MICHALKÓ (2012) a Maslow-féle piramis kiegészített és a turizmus szakterületére adaptált változatának segítségével mutatja be, hogyan járulhat hozzá a turizmus a szükségletek kielégítéséhez, legyen szó fiziológiai szükségletről (üdülés-egészségturizmus), biztonsági szükségletről (kockázatok minimalizálása), szeretet iránti szükségletről (barátok, rokonok látogatása), megbecsülésről (konferenciaturizmus) vagy akár önmegvalósításról (kalandturizmus).

A szakirodalomban széles körben alkalmazott egyik legjelentősebb modell a push-pull (ösztönző-húzó) elmélet. Az ösztönző (push) motivációk jelentik a belső kényszert, a vágyakat, amelyek az egyént fogékonnyá teszik az utazásra, míg a húzó (pull) motivációk azok a tényezők, amelyek egy konkrét desztinációba vonzzák a turistát. Az ösztönző (push) tényezők nagy része belső motiváció, melyek a korábban említett Maslow hierarchiához kapcsolódnak: menekülés, pihenés, kikapcsolódás, egészség, fitness, kaland és társadalmi interakció iránti vágyak, melyek segítenek megmagyarázni az utazás utáni sóvárgást. A húzó (pull) motivációk megfogható (például a desztináció erőforrásai: turisztikai látnivalók, létesítmények) és megfoghatatlan (a turista percepciói, elvárásai, marketing által közvetített kép) elemekből állnak. Sok kutató azt állítja, hogy az egyének utazási döntéseit megmagyarázni és előre jelezni a push-pull elmélettel lehet a legegyszerűbben (KIM et al. 2007, UYSAL et al. 2008). HINEK (2017) kutatása ezt Magyarországon empirikus úton is alátámasztotta. Eredményei szerint a fogyasztók különböznek a push és pull motivációk szerepének fontosságában, sőt szegmentálhatóak is ez alapján.

3. Idősek szerepe a turizmusban

Öregedő korszerkezetű társadalomban élünk, melynek eredményeként az idősebb generációk egyre jelentősebb tényezővé válnak a piacon növekvő vásárlóerejük, az egyének emelkedő várható élettartama, és az egészségben, aktívan eltöltött évek számának növekedése miatt. Mindez a szabadidő eltöltésére és az utazási szokásokra is kihatással van (LOHMANN-DANIELSSON 2001).

A szakirodalomban számtalan tanulmányban vizsgálták az öregedő társadalmat. A témában

publikált cikkek jelentős része Amerikában és Ázsiában készült, így a kutatások alanyai is az ott élő lakosok voltak. Ezt a tényt HUNG és LU (2016) kutatása is alátámasztja, amely az 1984 és 2013 közötti három évtizedben, a top hat turisztikai folyóiratban publikált, időskori turizmussal kapcsolatos tanulmányokat elemezte. A kutatás eredményéből kiderült, hogy az 52 megvizsgált cikk kutatási helyszíneinek 56%-a észak-amerikai.

A nemzetközi szakirodalom túlsúlya mellett az idősebb generáció jelentősége a hazai turisztikai kutatásokban is megjelenik. ZSARNÓCZKY (2018) például megállapítja, hogy amennyiben az idős turisták megfelelő árszínvonalú kínálattal találkozhatnak, a kedvező ár-érték arány hatására döntenek. Az utazási döntéseknél mások ajánlása is meghatározó lehet. A biztonság szintén kiemelten fontos a korosztály számára, keresletük nem szezonális, és nagyobb érdeklődést mutatnak az orvosi és egészségügyi szolgáltatások iránt (ZSARNÓCZKY 2017).

A szenior turizmus szemléletbeli változásaira hívja fel a figyelmet SOMOGYI és MICHALKÓ (2016). Az egészségorientált megközelítések mellett egyre fontosabbá válik a kultúra és az aktív szabadidő-eltöltés szerepe. Minderre a szubjektív koréskülönböztetés is hatással van. A magukat fiatalabbnak tartók jobb egészségi állapotról számolnak be, és az élet élvezetét hangsúlyozzák. A szerzőpáros a vasúti utazási magatartást vizsgálta, és kutatási eredményeik szerint 2011-ben naponta átlagosan 15-20 ezer 65 év feletti utast regisztráltak a MÁV pénztárainál. Ezek jelentős részben olyan utazások, amelyek a családdal való kapcsolattartást, a fiatalabb generáció segítségét szolgálják. A család és biztonság az idősek számára alapvetően fontos értékek. E korosztály nagyra értékeli az emberi kapcsolatokat, és nagyon családcentrikus, hiszen egyrészt kiemelten fontos számára, hogy a családját biztonságban tudja (anyagilag, lelkileg), másrészt a család nyújtotta biztonságos háttér fontossága is megjelenik (KOLOS 2010).

Az aktív életmód azonban feltételez egy megfelelő mértékű életszínvonalat. Így a turizusból éppen a leghátrányosabb társadalmi csoportok szorulhatnak ki. A vallási turizmus olyan lehetőség, amely bevonhatja azokat az időseket is, akik elesettek vagy rosszabb anyagi helyzetben vannak (MITEV et al. 2015), és különösen akkor érvényesülhet a pozitív hatása, ha az adott zárandókhely generációk találkozásának színtere is egyben.

Az idős turistákkal kapcsolatban készült kutatásokból származó egyértelmű következtetéseket nagyon megnehezíti, hogy az idős generáció rendkívül heterogén. Az idősebb utazókról alkotott sztereotípiák, melyek szerint a csendes, buszos utakat, a relaxálós hajóutakat és az egyéb passzív

utazásokat preferálják, egyáltalán nem általánosíthatóak erre a korosztályra. Az átélt történelmi, politikai, gazdasági és társadalmi események, a technológia fejlődése, a bővülő tanulási lehetőségek és életstílusbeli változások folyamatosan hatást gyakorolnak a szenior korosztályba lépők életmódjára. Mindez kihívás elé állítja nemcsak a turizmust, hanem más iparágakat is, valamint folyamatosan kutatásokra, felmérésekre ösztönöz az idősök fogyasztási magatartására vonatkozóan.

Fontos megemlítenünk a turizmus és az idősök jóllétének kapcsolatát. KELLEY-GILLESPIE (2009) az idősök jóllétét tanulmányozva hat fő tényezőt határozott meg, amelyek nagy szerepet játszanak az idősök életében: szociális/szabadidős jóllét, fizikai jóllét, pszichikai jóllét, kognitív jóllét, spirituális jóllét, valamint környezeti jóllét. A felsorolt területek közül az egyik legfontosabb szerepet a szabadidő játssza. WOO és szerzőtársai (2016) a 65 éves és annál idősebb korosztályt vizsgálták, mely során az utazási motivációk feltárása mellett többek között az volt a célkitűzésük, hogy megtalálják a turizmus és az életminőség közötti kapcsolatot, és választ kapjanak arra, miként járul hozzá az utazás az idősök élettel való elégedettségéhez. Kutatási eredményeik alátámasztották, hogy az idősök élettel való elégedettségét jelentős részben a szabadidőben végzett tevékenységek, aktivitások határozzák meg, amibe maga az utazás is beletartozik. Az 1. táblázatban az idősök utazási motivációit vizsgáló kutatásokban szereplő fő utazási indítékok szerepelnek.

1. táblázat

Az idősebb turisták utazási motivációi

Utazási motivációk		
HORNEMAN et al. (2002)	tanulás, egyéni fejlődés, szabadidő kihasználása, új élmények keresése	szórakozás, új emberek megismerése, rokonok és barátok látogatása, kényelem és biztonság keresése
JANG-WU (2006)	szocializáció, relaxáció	tudásvágy, önbecsülés, énkép megerősítése
HSU et al. (2007)	kiszakadás a hétköznapi rutinból, szocializáció, tudásvágy, büszkeség és patriotizmus	nosztalgia, fizikai és mentális jóllét javítása, kemény munka után járó jutalom
WOO et al. (2016)	újdonságkeresés, szórakozás, relaxáció	szocializáció, önmegvalósítás/belső motiváció
ALÉN et al. (2017)	egészségügyi okok, kikapcsolódás, nyaralás	rokonok és barátok látogatása, üzlet

Forrás: saját szerkesztés HORNEMAN et al. (2002), JANG-WU (2006), HSU et al. (2007), WOO et al. (2016) és ALÉN et al. (2017) alapján

A fenti motivációkat vizsgálva észrevehetjük, hogy több kutatás is a fő indítékok közé sorolta a szocializációt. Ennek az az egyszerű magyarázata, hogy a nyugdíjba vonulást követően az idősek kevesebb időt töltenek emberek között, hiszen megszűnt a heti ötszöri munkába járás rutinja, amit több évtizedig folytattak. Érdekes jelenség a nosztalgia is mint utazási motiváció. Aki eléri a nyugdíjas kort, az feltehetően már sok helyen járt, sok emberrel találkozott, esetleg jelentősebb eseményeket is átélt, így a 65. életév felett már rengeteg emlékekkel rendelkezik. Ezeket az élményeket az idősek olykor szeretnék felidézni, netalántán újra élni (HSU et al. 2007). Egyre növekszik továbbá az igény a nagyobb aktivitással eltöltött és kalandokkal teli utak iránt, így az egészségi állapot fenntartása érdekében ez is egy fő utazási indítékká vált (JANG–WU 2006). A fizikai állapot fenntartása mellett a mentális állapot is fontos szerepet játszik. Ide tartozik, hogy az idősebbeket a tanulás, a tudásvágy és a látókör-bővítés is motiválja az utazásra, részben abból az okból, mert kíváncsiak, milyen változások következtek be a különböző desztinációkban a fiatalokkorukban tapasztaltakhoz képest (HSU et al. 2007).

Ahogy az utazás pozitív hatással van az idősek élettel való elégedettségére, úgy az ezt hátráltató tényezők negatív irányba terelhetik, valamint az életkor növekedésével a korlátok mértéke tovább erősödhet (WOO et al. 2016). Éppen ezért az utazási motivációk mellett szükségszerű meghatározni azokat a tényezőket, amelyek meggátolhatják az időseket az utazásban, így segítve a turisztikai

desztinációkat, hogy megkönnyítsék az idősek utazását, és csökkentsék az útjukba álló korlátokat. Ennek fontosságát felismerve az Egészségügyi Világszervezet, a WHO, 2007-ben publikált egy kiadványt *Global Age-Friendly Cities: A Global Guide* címmel annak érdekében, hogy segítse a városokat az idősbárát környezet és atmoszféra megteremtésében. A 2. táblázatban az idősekre jellemző utazást hátráltató tényezőket gyűjtöttük össze különböző kutatások alapján.

Az anyagi okokon túl a legtöbb kutatásban megjelennek a szociális korlátok, mint például az utazótárs hiánya, valamint a pszichológiai kockázatok (bűntudat, esetleges megbánás, észlelt képességek). Meglepő, hogy az idő hiánya több kutatásban is hátráltató tényezőként jelent meg, hiszen az időskor gyakran jár együtt a szabadidő bőségével. Feltehetőleg ez összefüggésben áll az időskorú munkaerő-piaci aktivitásával.

4. Kutatási kérdések és módszertan

Kutatásunk során arra kerestük a választ, hogy Magyarországon a nyugdíjasok körében melyek a releváns utazási motivációk, és ezek milyen kontextusban jelennek meg. Az idősek és a nyugdíjasok nem alkotnak homogén egységet, és körülményeikből, élethelyzeteikből adódóan akár eltérő preferenciákkal rendelkezhetnek. Ebben a kutatásban a nyugdíjasokkal foglalkozunk hangsúlyosan. A következő kutatási kérdéseket fogalmaztuk meg:

- K1: Melyek azok a tényezők, amelyek a hazai nyugdíjas korúakat utazásra ösztönzik?

2. táblázat

: Az idősebb turisták főbb utazását hátráltató tényezők

Az utazást hátráltató tényezők		
McGUIRE et al. (1986)	fizikai állapot szociális képességek	idő hiánya jóváhagyás hiánya
HUANG–TSAI (2003)	anyagi okok félelem az otthon felügyelet nélkül hagyásától utazótárs hiánya egészségi állapot/diétás igények	félelem attól, hogy nem fogják magukat jól érezni, így pénzt pazarolnak információhiány esetleges nehézségek időt találni
HSU et al. (2007)	anyagi okok egészségi állapot	idő hiánya életkor
NIMROD (2008)	anyagi okok egészségi állapot	másokról való gondoskodás terhe utazótárs hiánya
KAZEMINIA et al. (2013)	interperszonális korlátok (például utazótárs hiánya) strukturális korlátok (technológiai akadályok, képességek)	intraperszonális korlátok (egészségi állapot, bűntudat, észlelt öregség)

Forrás: saját szerkesztés McGUIRE et al. (1986), HUANG–TSAI (2003), HSU et al. (2007), NIMROD (2008) és KAZEMINIA et al. (2013) alapján

- K2: Melyek azok a tényezők, amelyek korlátozzák a nyugdíjasok turizmusban való részvételét?
- K3: Mi jelent a nyugdíjasok számára kockázatot egy utazás során, és ezt hogyan előzhetik meg?
- K4: Milyen kapcsolat van a hazai nyugdíjasok jólléte és az utazás között? Szükséges az utazás a boldogságukhoz?

A kutatási kérdések feltáró jellege miatt fogyasztói mélyinterjúkat készítettünk. Kutatási alanyaink közé olyan magyar személyek tartoztak, akik már nyugdíjas éveiket élik, és az elmúlt öt év során legalább egyszer utaztak szabadidős elfoglaltság céljából. A hólabdás-mintavétel módszerét alkalmaztuk, azaz az első néhány interjúalanytól kértünk további javaslatokat potenciális alanyokra.

A fogyasztói mélyinterjút 14 fővel készítettük el 2019-ben. Az alanyok életkora 64 és 78 év között mozog, 4 fő Budapesten él, 7 fő megyeszékhelyen, a többiek egyéb városban vagy községben laknak. A nyugdíjba vonulást megelőző munkakörük igen változatos képet mutat. A szellemi szabadfoglalkozástól a műszerészen át a gazdasági vezetőig többféle munkakör megtalálható.

5. Eredmények

5.1. HÉTKÖZNAPI AKTIVITÁS ÉS ÁLTALÁNOS UTAZÁSI JELLEMZŐK

A szakirodalomban tapasztaltakat alátámasztják a mélyinterjúk eredményei, miszerint a nyugdíjas korúak egyre inkább igénylik az aktivitást (GIBALDI 2013). A válaszadók közül hárman továbbra is dolgoznak rész munkaidőben a nyugdíj mellett. Egy fő 74 éves koráig dolgozott, további két fő pedig szociális jellegű aktív tevékenységet végez. A többi válaszadó ugyan már nem dolgozik, de kivétel nélkül mindegyikük azt állította, hogy nem nevezhető tipikus nyugdíjasnak, hiszen nem szeret otthon ülni, igyekszik minél aktívabban és hasznosabban eltölteni a mindennapjait.

Az interjúalanyok mindennapi aktivitásának része a házimunka és az ügyintézés. Ezen kívül 8 fő említette meg a családdal való időtöltést, mint legfontosabb szabadidős tevékenységet, ugyanennyi fő az utazást, valamint további 6 fő olvasással tölt sok időt. Az egyéb szabadidős elfoglaltságok közé tartozik még a rendszeres színházba és étterembe járás, a rejtvényfejtés, az internetezés vagy a háziállattal való foglalkozás. Szabadidős tevékenység céljából történő utazáson az összes alany évente többször vesz részt, a legjellemzőbb válasz a 3-5 alkalommal való utazás volt. A többség a rövidebb

és a hosszabb utakat egyaránt kedveli, nem ez a fő döntési szempont az utazások megszervezésénél.

5.2. UTAZÁSSAL KAPCSOLATOS POZITÍV ÉS NEGATÍV ÉLMÉNYEK

A mélyinterjúkat megelőzően az alanyoknak elküldtük az interjú témaköreit, valamint megkértük őket arra, hogy az elmúlt öt év utazásai során készült fotókból válasszanak ki hármat, amelyeket különösen szeretnek és közel áll hozzájuk. Az interjúban részletesen beszélgettünk a képekről, többek között arról, hogy az interjúalany miért ezeket választotta ki. A választott képeket két csoportba soroltuk:

- Azoknál a képeknél, amelyeken a megkérdezettek a családtagjaikkal együtt szerepelnek, a hangsúly a képen szereplő személyeken, és nem a tájon van. A választás oka jellemzően a család jelentősége és az irántuk érzett szeretet, de olyan is volt, aki újonnan megismert emberekkel való emléket idézett fel. „A 3 legkedvesebb kép, ami elsőre eszembe jutott, az elmúlt két évben készült, ezek a legfrissebb emlékek. A helyszín Barcelona, Jeruzsálem és a lengyel tengerpart, de nem az számít, hol készültek a képek, hiszen mindig a gyerekeimmel eltöltött utazások a legjobbak, akárhova is megyünk!” (67 éves, nő). „Cipruson voltam Zarándokúton, ott készült egy csoportos kép. Nagyon jó élmény volt, a képen azokkal vagyok, akiket ott ismerhettem meg, és közel kerültek a szívemhez.” (72 éves, nő).
- Azok a képek, amelyeken személyek helyett természeti táj vagy kulturális attrakció szerepel. „Görögország, tengerpart. A családdal nagyon kedveljük a mediterrán helyeket [...], nagyon szeretem a növényeket/virágokat, és sok olyan mediterrán területen élő növényt sikerült felfedeznem és megismernem, amit eddig még nem volt szerencsém.” (64 éves, nő). „Japánban készült az egyik kép, ez az egyik kedvencem, mert Japán egy igazi kuriózum! Nagyon érdekes a kultúrája!” (70 éves, nő).

A kedvenc képekről való beszélgetést követően az alanyok a legpozitívabb, illetve a legkellemetlenebb utazási élményeikről számoltak be, szintén az elmúlt öt évben történt utazásokra vonatkozóan. A legkellemesebb emlékek felelevenítése szoros kapcsolatban áll a kiválasztott képekkel. Nagyon sok alany esetében az emlék és az egyik kiválasztott kép ugyanazon utazást eleveníti fel, vagy pedig a család, a barátok, esetleg az attrakciók voltak az adott utazás választásának legfőbb tényezői.

A válaszadók közül csupán ketten említettek olyan utazást, ahol a természeti környezet és kultúra mellett a szolgáltatás minősége is nagyban hozzájárult az út sikerességéhez. „Gran Canarián voltunk a Neckermann utazási iroda szervezésében. Kellemes kora őszi idő volt, a szálloda remek, tiszta és kényelmes, a konyha is kifogástalan és mindez akciós árakkal.” (75 éves, nő). „Az Izraeli körutazás nagyon mély emléket hagyott bennem, szuper volt a szervezés, különösen az idegenvezetés, rengeteg érdekes információt és tudást sajátíthattam el.” (72 éves, nő).

Nagyon kellemetlen utazási élményről a válaszadók fele számolt be. A többi 7 fő nem tapasztalt, vagy nem tudott feleleveníteni az utazások alatt történt negatív élményt. 2 fő kihangsúlyozta, hogy nem emlékszik kellemetlen emlékre, azonban „ha történik is valami, akkor sem engedem, hogy egy utazás alatt bármi elvegye a kedvem!” (73 éves, férfi).

A negatív élményeket illetően 2 fő tapasztalata eseményekhez kötődik. Az egyik eset egy megbetegedés következtében történt hazautazás, míg a másik egy reptéren elhagyott értékes tárgy által kiváltott stressz. A kellemetlen élmények közül 5 olyan volt, amelyet turisztikai termékkel vagy szolgáltatással való elégedetlenség váltott ki, ezeket összesíti a 3. táblázat.

3. táblázat

A legkellemetlenebb utazások okai

Az eset	Az okolt termék vagy szolgáltató
„4 csillagos hotelben szálltunk meg Magyarországon. A TV elromlott, az ételek nem voltak finomak, a szoba kicsi volt kényelmetlen ágyakkal, és mindezt a személyzet sem megfelelően kezelte.” (72 éves, férfi)	a szálloda személyzete és a rosszul felszerelt szoba
„Tunéziában voltunk közel a fővároshoz, hétvégén nagyon zsúfolt volt a szálloda hétvégi utasokkal. Ettől a személyzet nem győzött tisztaságot tartani, a gyerekek belenyúltak a svédasztalba, így olyan beteg lettem, hogy orvost kellett hívni.” (77 éves, nő)	a szálloda személyzete
„A szálloda wellness részlegét bővítették, így építkezési munkálatok folytak, amit a szobából hallottunk, nem tudtunk tőle pihenni. Szobacserét kértünk, azonban utána olyan szobát kaptunk, ami a gyerek játszószoza mellett helyezkedett el. Áthallatszott a gyerek zívaj és sikongatás. Ez a hétvége nem a felhőtlen pihenésről szólt.” (65 éves, nő)	a szálloda személyzete

„Korfu repülőterére való megérkezést követően az autóbérlés nagyon körülményesen ment, nem azt a kocsit kaptuk és nem is attól a cégtől, amit előre lefoglaltunk. Így nehezen indultunk el, és még a GPS sem igazodott túl jól el a görög szigeten.” (64 éves, nő)	az autót bérlő cég
„A francia Riviérán voltam csoportos úton, azonban annyira feszített volt a tempó, hogy nem tudtam igazán átérezni az atmoszférát, nem éreztem, hogy igazán ott voltam. Kívülről éreztem magam.” (72 éves, nő)	az utazási iroda

Forrás: saját szerkesztés

5.3. UTAZÁSI MOTIVÁCIÓK

Az interjúalanyok utazási motivációinak feltáráshoz kártyákat mutattunk, amelyeken különböző, a szakirodalomban talált legjellemzőbb utazási ösztönzők szerepeltek. Az alanyoknak el kellett döntözniük, mennyire jellemzőek rájuk az adott tényezők, illetve tudnak-e mondani olyan szempontot, ami egyik kártyán sem szerepelt.

5.3.1. Szocializáció

Az ismerkedés és másokkal való időtöltés, mint utazási motiváció, 4 alany esetében jelent meg. Ők úgy gondolják, hogy egy utazás kiváló eszköze mind a hozzátartozókkal és barátokkal való időtöltésnek, mind az új és értékes emberekkel való megismerkedésnek, baráti kapcsolatok kiépítésének. A többi interjúalany az előzőekkel ellentétes véleményt tanúsított, melyet tökéletesen tükröz a következő idézet: „Szeretek ismerkedni, de nem azért utazok, hogy ismerkedjek. Viszont, ha érdekes emberekkel találkozok az utazás során, annak természetesen örülök, azonban nem ez a tényező motivál. Ismerkedéshez nem kell utazni.” (67 éves, nő).

5.3.2. Pihenés, kikapcsolódás

A pihenés és kikapcsolódás két személy kivételével mindenkit motivál az utazásra. A válaszadók mindegyike úgy gondolta, hogy ez alapvetően az utazások egyik fő ösztönző tényezője.

5.3.3. Menekülés a hétköznapi rutinból

A szakirodalomban a motivációk között megjelent a mindennapokból való menekülés, elszakadás, azonban az általunk készített interjúk ezt nem támasztották alá. 12 fő határozottan jelentette ki, hogy ez rájuk nem jellemző. Sokan ezt a motivációt a monoton, üres hétköznapiakból való menekülés-ként fogták fel, arra utalva, hogy ez csak azokat ösztönzi, akiknek unalmas az élete. Ezzel együtt

kihangsúlyozták, hogy ők maguk teljes mértékben elégedettek az életükkel, a mindennapjaikkal, és nem kívánnak ebből menekülni.

Másképp fogta fel ezt a kérdést további két megkérdezett, akik abszolút pozitívan értelmezték a mindennapokból való kiszakadást, és nem állították párhuzamba a saját mindennapjaik minőségével. „Szeretem a wellness hétvégéket, mert a munka után kikapcsol, a hétköznapiakból való kiszakadást és nyugalmat jelenti.” (65 éves, nő). „Nagyon fontos a környezet változása, a megszo- kott életritmustól való elszakadás, hogy végre valami más történjen, nem mindig ugyanaz.” (67 éves, nő).

5.3.4. Nostalgia

A nosztalgikus érzés és régi emlékek felelevenítése szempontjából interjúalanyainkat két csoportra tudtuk elkülöníteni, ugyanannyi főt motiválnak ezek az érzések, mint ahányat nem.

A nosztalgia céljából utazók szeretnek újból ellátogatni azokra a helyekre, ahova fiatalabb korukban elutaztak, vagy ahol például gyermekkorukban éltek. A nosztalgia boldog, meleg érzéssel tölti el őket, hiszen ezen utazások által boldog emlékeket eleveníthetnek fel. Ezzel szemben a válaszadók másik fele utazás alkalmával általában az új helyeket szereti felfedezni a világban.

A válaszok közt felmerült egy érdekes nézőpont is. A válaszadó ugyan évente többször elutazik a régi szülőhelyére, egyben arra a térségre, ahol felnőtt, és ott több éjszakát eltölt, azonban ezt nem nevezte nosztalgianak. Kifejezetten negatív teltető jelenségnek tartotta ezt a kifejezést: „Én nem szeretek és nem is akarok a múltban élni. Nem azért utazok haza, mert fel akarom eleveníteni az emlékeket, hanem a térség gyönyörű természeti környezete miatt. Én mindig előre tartok, a jövőbe tekintek, nem pedig hátra.” (72 éves, nő).

5.3.5. Barátok és rokonok látogatása

A VFR turizmus (visiting friends and relatives) 11 válaszadónál jelent meg, ami alátámasztja a szakirodalomban bemutatott tény, hogy a turizmus ezen fajtája fontos ösztönző. A 11 interjúalany mindegyikének élnek rokonai, barátai távolabbi, akár belföldi, akár külföldi, esetleg másik kontinensen lévő térségekben, akiket évente többször meglátogatnak. A közeli ismerősökkel való találkozás mellett ez a turizmusra is tökéletes alkalom, tehát a kettőt összekapcsolják. Ezen kívül fontos tényezőként emelték ki, hogy ilyenkor nem kell szállást fizetni, ami nagyban csökkenti az utazás költségeit.

5.3.6. Tudásvágy

A tudásvágy, mint motiváció, minden válaszadó esetében szerepet játszik. Elsőre 11 fő állította, hogy ez szempont számára, másik 3 fő nem emelte ki. Azonban a beszélgetés során kiderült, hogy valójában mindenkinél motiváció a tudásvágy. Az utazások során jellemzően fontos cél, hogy megismerjenek addig nem látott történelmi nevezetességeket, kultúrákat vagy természeti adottságokat, és mindezekről új ismereteket sajátítsanak el. Az utazás során történő ismeretek bővítése hozzájárul továbbá a nyugdíjasok mentális állapotának fenntartásához is. „Ez a tényező nagyon-nagyon fontos, minden utazáshoz hozzátartozik. Nyitottnak kell lenni minden új élményre és ismeretre, ez segít megőrizni a frissességet és szellemileg élénkít.” (67 éves, nő).

5.3.7. Egészségi állapot

A megkérdezettek szinte mindegyike állította, hogy az egészségi állapot megőrzése, javítása ösztönzi őket utazásra. Volt, aki a szépészeti kezelésekkal kapcsolatos utazásait is ide sorolta, de jellemzően a wellnessutakkal kapcsolták össze ezt a kategóriát: „Szeretem a wellness hétvégéket, mindig kikapcsol. Ezt összekötöm az egészségmegőrzéssel – aquafitness, túrázás, masszázs szolgáltatásokat, illetve egyéb kezeléseket is igénybe veszek.” (65 éves, nő).

Míg az interjúalanyok többsége kedveli az ilyen jellegű szolgáltatásokat, addig voltak, akik ezt a tényezőt az öregedés jelenségével kapcsolták össze, ezáltal negatív jelentést társítottak hozzá. Akik így érezték, úgy gondolták, hogy ilyen szolgáltatásokra azoknak van szüksége, akik gyenge fizikai állapotban vannak, és hozzátették, ők maguk nem szorulnak rá ezekre a kezelésekre. Habár a szép természeti környezetben tett túrákat kedvelik, ezeket mégsem ebbe a kategóriába sorolják, nem abból a célból vesznek rajtuk részt, hogy javítsák az egészségi állapotukat, hanem hogy megőrizzék fittségüket. A fittség megőrzése továbbá szerintük nem csak a nyugdíjasokra jellemző, hanem minden más korosztályra is.

5.3.8. Anyagi tényező

A kártyákon nem szereplő dimenzió az anyagi tényező volt, amit több alany is megemlített a motívációk kapcsán. Mind a saját magát átlagon felüli, mind a magát átlagos anyagi helyzetbe besoroló alanyoknál kidomborodott ennek a tényezőnek a meghatározó jellege. Mindkét csoport egybehangzó véleménye szerint ezen a téren problémák vannak,

ugyanis egy átlagos magyar nyugdíjas szinte egyáltalán nem utazik, vagy csak kevés, olcsó és alacsonyabb színvonalú utazást engedhet meg magának. Az anyagi tényezőt azonban nem konkrét motivációnak tartották, hanem eszköznek, ami nélkül a fenti motivációkat nem lehet elérni. „Én nagyon szerencsésnek mondhatom magam, mert fiatal koromban sikerült olyan munkát találnom, amivel nagyon sok pénzt kereshettem. Ebből fakadóan ma bármit megengedhetek magamnak, sosem kell az ár alapján döntenem. De tisztában vagyok vele, hogy az én helyzetem kivételes, sajnos keveseknek jut ez ki.” (72 éves, férfi). „Ma Magyarországon a nyugdíj a létminimumra elég. Pénz kell az utazáshoz, amit nyugdíjas korunkra gondolva 20-30 évvel előbb meg kell teremtenünk! Már akkor el kell kezdeni takarékoskodni, hogy nyugdíjas éveinkben megfelelő jövedelmünk legyen.” (78 éves, nő).

5.3.9. Utazás szabadsága

Az anyagi tényező mellett egy faktort említettek még meg maguktól az alanyok, ami nem szerepelt a kártyákon. Ez az utazás lehetősége. Az elméleti háttér során már említésre került, hogy a földrajzi tényező lényegesen befolyásolhatja a fogyasztók magatartását. Csak Európán belül is nagy különbségeket lehet felfedezni például a nyugati és a keleti országok között. Az alanyok mindegyike elmesélte, hogy fiatalkorában nem volt lehetősége utazni, csupán háromévente. Nem úgy nőttek fel, mint a mai generációk, számukra az utazás nem volt természetes jelenség. „A mi korosztályunknak teljesen más a viszonyulása az utazáshoz, el voltunk zárva tőle, így csak ritkán adódott rá lehetőségünk. Számunkra hatalmas motiváció az, hogy amióta megnyíltak a határok, bárhova utazhatunk, ahova előtte tilos volt. A fiatal generációk ezt elképzelni sem tudják.” (72 éves, nő).

Több esetben is meghatározó a jutalom és a kárpótlás érzése is, ami a korábban említett HUNG és LU (2016) kutatásában is szerepelt. Interjúalanyaink jellemzően nehéz és sok áldozatot követelő korszakban nőttek fel, melynek következtében sok mindent jobban megbecsülnek, mint más korosztályok, így az utazást is. Az utazást sokan úgy fogják fel, mint egy kompenzációt, amiért fiatalon nem járhatták be a világot, és mint egy ajándékot a sok áldozatért és munkáért.

5.4. UTAZÁST HÁTRÁLTATÓ TÉNYEZŐK

A korlátozó faktorok között a három legjellemzőbb, külföldi kutatások által is kimutatott tényező az idő, az egészségi és az anyagi dimenzió. Sok alany esetében nemcsak a saját, hanem a házastár-

sa gyengébb fizikai állapota is nehezítheti az utazást. A másiktól való gondoskodás feladatát nem szeretik másra bízni, még egy utazás erejéig sem. Ez nem csak személyekre vonatkozhat, az egyik interjú alany esetében például egy öreg háziállatról való 24 órás törődés az, ami meggátolja az utazásban.

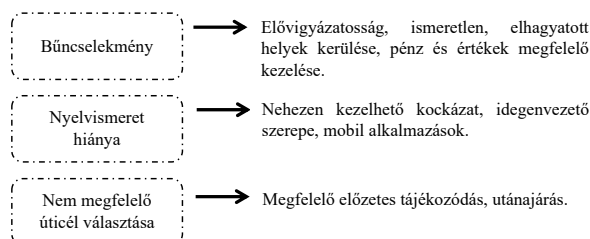
A gondoskodáshoz kapcsolódik az időtényező is. Interjúalanyaink mindegyikének vannak gyermekei és unokái, akiknek önszántukból sokat segítenek a mindennapokban, ami szintén nehezíti az utazást. Ezt fokozza a házimunka és a mindennapi teendők, az ügyintézés kötelessége is, ami állításuk szerint az ő korukban időigényesebb. Végül az anyagi helyzetet tartották az egyik legfontosabb hátráltató tényezőnek az interjúalanyaink, amit legtöbben már a motivációk tárgyalásánál megemlítették.

Az utazások során különböző események, nehézségek adódhatnak, amelyek esetleg félelmet válthatnak ki a nyugdíjasokból. Bizonyos esetekben az alanyok ismernek megoldást ezen kockázat kezelésére, de előfordult, hogy csak nagyvonalakban voltak elképzeléseik a megoldási lehetőségekről: „Idős vagyok, így nyelvet már nem fogok tanulni, de enélkül nem lehet boldogulni. Jó lenne, ha lenne egy magyar nyelvű alkalmazás, ami mindent, amit látok és hallok kapásból lefordítana nekem.” (78 éves, nő).

A fontosabb kockázati forrásokat és megoldási lehetőségeket mutatja be az 1. ábra.

1. ábra

Kockázati források és megoldási lehetőségeik



Forrás: saját szerkesztés

6. Összegzés

A technológia fejlődése, a hosszabb szabadidő és a magasabb diszkrecionális jövedelmek következtében az utazás egyre nagyobb tömegek számára érhető el, így a turizmus iparágának jelentősége az elmúlt évtizedek során jelentősen megnövekedett. A XX. század második felének egyik leghatalmasabb gazdasági és társadalmi jelensége a tömegturizmus (LENGYEL 2004).

A turizmus jelentőségének növekedése mellett egy másik, minden ágazatra ható jelenség az

öregedő társadalom. Az idősebb generációk egyre fontosabb tényezővé válnak a piacon, így a turizmus iparágában betöltött szerepük is rohamosan növekszik. A ma élő ezüstkorúak egészségesebbek, műveltebbek, függetlenebbek, növekszik a vásárlóerejük és a várható élettartamuk, ezáltal növekszik a turisztikai és szabadidős tevékenységek iránti igényük is (LOHMANN-DANIELSSON 2001).

Kutatásunk megerősítette, hogy a hazai idős turisták magatartása mögött számos motivációs tényező húzódik. Eredményeink azt is jelzik, hogy noha az utazást az idősek nem tartják a boldogság feltételének, de egyöntetű véleményük alapján hozzájárul az aktivitáshoz, a szellemi és fizikai frissesség fenntartásához és a változatosabb életvitelhez. Eredményeink közül kiemeljük, hogy interjúalanyaink számára az utazás az új és értékes embelekkel való megismerkedésnek, a baráti kapcsolatok kiépítésének egy kiváló eszköze. A tudásvágy, mint motiváció, minden válaszadó esetében szerepet játszik. Az utazások során jellemzően fontos cél, hogy megismerjenek addig nem látott történelmi nevezetességeket, kultúrákat vagy természeti adottságokat, és mindezekről új ismereteket sajátítsanak el. A nosztalgia, a régi emlékek újra élésének vágya inkább megosztónak bizonyult.

Kutatásunk kvalitatív jellegű volt, a motivációk mélyebb megismerése volt a fő célunk, így az idős társadalom egészére nem tehetünk általánosítható következtetéseket. Eredményeink azonban alkalmasak arra, hogy egy későbbi kvantitatív kutatás alapjául szolgáljanak, és felhívják a döntéshozók figyelmét néhány fontos problémára, jelenségre. A turizmus érintettjeinek törekedniük kell arra, hogy a lehető legjobban megismerjék az idősebb korosztályt. Kutatásunkból is kiderül, hogy e korosztályra is jellemző a heterogenitás, gondoljunk csak arra, hogy számos motiváló tényező esetében igen eltérő vélekedések merültek fel, például a szocializáció, a hétköznapiakból való menekülés és a nosztalgia vonatkozásában. A különbségeket feltehetően mind objektív, mind szubjektív tényezők is befolyásolhatják. Eltérést okozhat például, ha valaki aktívan dolgozik a nyugdíj mellett, vagy hogy van-e családja, vagy nincs. Az attitűdökben – különösen a múlthoz való viszony tekintetében és az öregedés megélésében – jelentős különbségek lehetnek az idősek között, amelyek aztán kihatnak az utazási motivációkra is.

A fejlettebb nyugati országokhoz képest a magyar lakosságnak nyilván kevesebb lehetősége van a turizmusban való részvételre, amely főként anyagi és egészségügyi okokra vezethető vissza. Ezért megoldást kell találni arra, hogy a magyar nyugdíjasoknak is több lehetősége legyen az utazásra.

Mindez a szolgáltatások és termékek minőségének megtartásával és az idősök szükségleteihez való igazításával érhető el.

Köszönetnyilvánítás

Jelen kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú „Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek” című projekt keretében jött létre.

Felhasznált irodalom

- ALÉN, E. – LOSADA, N. – CARLOS, P. D. (2017): Profiling the segments of senior tourists throughout motivation and travel characteristics. *Current Issues in Tourism*. 20(14). pp. 1454–1469. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1007927>
- BARAK, B. (1987): Cognitive Age: A New Multidimensional Approach to Measuring Age Identity. *International Journal of Ageing and Human Development*. 25(2). pp. 109–128.
- BARAK, B. – MATHUR, A. – LEE, K. – ZHANG, Y. (2001): Perceptions of age-identity: A cross-cultural inner-age exploration. *Psychology and Marketing*. 18(10). pp. 1003–1029. <https://doi.org/10.1002/mar.1041>
- BAUER A. – BERÁCS J. – KENESEI ZS. (2007): *Marketing alapismeretek*. Aula Kiadó, Budapest.
- GIBALDI, C. P. (2013): The changing trends of retirement: baby boomers leading the charge. *Review of business*. 34(1). pp. 50–57.
- HINEK M. (2017): A push és a pull motivációk szerepe a magyarok szabadidős utazásai során. *Turizmus Bulletin*. 17(1-2). pp. 5–14.
- HORNEMAN, L. – CARTER, R. W. – WEI, S. – RUYLS, H. (2002): Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective. *Journal of Travel Research*. 41. pp. 23–37.
- HSU, C. H. – CAI, L. A. – WONG, K. K. (2007): A model of senior tourism motivations: Anecdotes from Beijing and Shanghai. *Tourism Management*. 28(5). pp. 1262–1273. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.09.015>
- HUANG, L. – TSAI, H. T. (2003): The study of senior traveler behavior in Taiwan. *Tourism Management*. 24(5). pp. 561–574. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00008-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00008-6)
- HUNG, K. – LU, J. (2016): Active living in later life: An overview of aging studies in hospitality and tourism journals. *International Journal of Hospitality Management*. 53. pp. 133–144. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.10.008>

- JANG, S. S. – WU, C. M. E. (2006): Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*. 27(2). pp. 306–316. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.11.006>
- KAZEMINIA, A. – CHIAPPA, G. – JAFAR, J. (2013): Seniors' Travel Constraints and Their Coping Strategies. *Journal of Travel Research*. 54(1). pp. 80–93. <https://doi.org/10.1177/0047287513506290>
- KELLEY-GILLESPIE, N. (2009): An integrated conceptual model of quality of life for older adults based on a synthesis of the literature. *Applied Research in Quality of Life*. 4(3). pp. 259–282. <https://doi.org/10.1007/s11482-009-9075-9>
- KENESEI ZS. – KISS K. – KOLOS K. – KOVÁCS E. – MICHALKÓ G. – SZIVA I. (2019): Idősödő társadalmak mint a társadalmi innováció motorjai. *Magyar Tudomány*. 180(7). pp. 1017–1024. <https://doi.org/10.1556/2065.180.2019.7.9>
- KIM, K. – OH, I.-K. – JOGARATNAM, G. (2007): College student travel: A revised model of push motives. *Journal of Vacation Marketing*. 13(1). pp. 73–85. <https://doi.org/10.1177/1356766706071201>
- KOLOS K. (2010): Értékek, szerepek és életmód ötvenen túl. *Corvinus Marketing Tanulmányok*. 1. pp. 29–38.
- LENGYEL M. (2004): *A turizmus általános elmélete*. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző, Budapest.
- LOHMANN, M. – DANIELSSON, J. (2001): Predicting travel patterns of senior citizens: How the past may provide a key to the future. *Journal of Vacation Marketing*. 7(4). pp. 357–366. <https://doi.org/10.1177/135676670100700405>
- McGUIRE, F. A. – DOTTA VIO, D. – O'LEARY, J. T. (1986): Constraints to participation in outdoor recreation across the life span: a nationwide study of limitors and prohibitors. *Gerontologist*. 26(5). pp. 538–544.
- MICHALKÓ G. (2012): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- MITEV A. – IRIMIÁS A. – MICHALKÓ G. (2015): Halászkirályok hanghullámai – az idősek vallási eseményekhez kapcsolódó élményeinek megértése. *Vezetéstudomány*. 46(4). pp. 23–34.
- NIMROD, G. (2008): Retirement and tourism themes in retirees' narratives. *Annals of Tourism Research*. 35(4). pp. 859–878. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.06.001>
- SOMOGYI B. – MICHALKÓ G. (2016): A regisztrált láthatatlanok: az időskorúak vasúti utazási magatartásának vizsgálata Magyarországon. *Földrajzi Közlemények*. 140(1). pp. 41–54.
- TÖRŐCSIK M. (2016): *Fogyasztói magatartás*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- UYSAL, M. – LI, X. – SIRAKAYA-TURK, E. (2008): Push-pull dynamics in travel decisions. In: Oh, H. – Pizam, A. (eds): *Handbook of Hospitality Marketing Management*. Elsevier. pp. 412–439.
- WOO, E. – KIM, H. – UYSAL, M. (2016): A measure of quality of life in elderly tourists. *Applied Research in Quality of Life*. 11. pp. 65–82. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9355-x>
- ZSARNÓCZKY, M. (2017): Developing Senior Tourism in Europe. *Pannon Management Review*. 6(3-4). pp. 201–214.
- ZSARNÓCZKY M. (2018): Generációs sajátosságok az idősturizmusban. In: Csapó J. – Gerdesics V. – Töröcsik M. (szerk.): *Generációk a turizmusban*. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia. Tanulmánykötet. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. pp. 31–38.

Internetes források

- EUROSTAT (2014): *Tourism trends and ageing*. Shares of different age groups in the 15 years or over tourist population and in the 15 years or over total population. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Shares_of_different_age_groups_in_the_15_years_or_over_tourist_population_and_in_the_15_years_or_over_total_population,_2014_\(%25\)_T1.png&oldid=328905](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Shares_of_different_age_groups_in_the_15_years_or_over_tourist_population_and_in_the_15_years_or_over_total_population,_2014_(%25)_T1.png&oldid=328905), Letöltve: 2019. április 14.
- EUROPEAN COMMISSION (2017): *The 2018 Ageing Report*. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/economy-finance/ip065_en.pdf, Letöltve: 2019. július 11.