



1

ELŐZMÉNY

Az ELKH CSFK Földrajztudományi Intézetben a kétezres évek eleje óta zajlanak az idős korúak utazási tevékenysége és az életminősége kapcsolatát a legkülönbözőbb aspektusból feltáró rendszeres vizsgálatok. 2017 szeptemberében indult az a három éves EFOP projekt a Budapesti Corvinus Egyetem (BCE) Marketing Intézetében, amely többek között a turizmus és az életminőség kapcsolatát vizsgálja az idős korúak turisztikai szerepvállalásának oldaláról és amelynek az egyik legfontosabb célkitűzése olyan társadalmi innováció orientált fejlesztések megfogalmazása, amely hozzájárul az életminőség fejlesztéséhez.

CÉLKITŰZÉS

A kor alapú sztereotípiák mentális térképezés segítségével feltárható, turisztikai vonatkozású reprezentációjának megismerése.
 Az idős korúak belföldi vasúti utazási szokásainak megismerése.
 Az idős korúak költési sajátosságainak megismerése.
 Szakpolitikai fejlesztési javaslatok megfogalmazása.

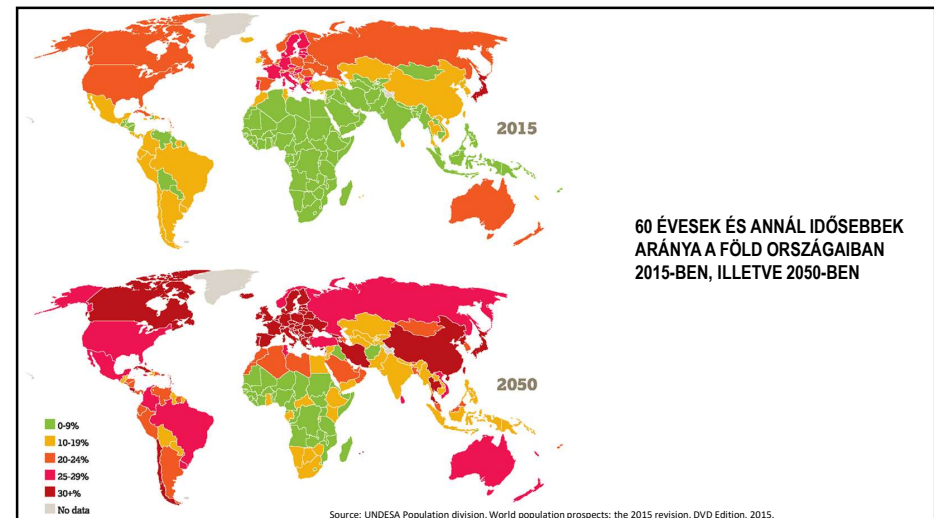
MÓDSZER

2007 KSH nagymintás kutatás (n=11 000 fő)
 2011 MÁV start regisztrációs jegyek (kb. 24 ezer)
 2018 őszén 600 fős fiatal (18-24 évesek) minta, 2019 tavaszán 317 fős idős minta (60 év, illetve a felettiek és internethasználók) online lekérdezéssel kényelmi mintán, a BCE turizmus és marketing szakos hallgatóinak a közreműködésével.
 KSH 2009-2018 idős korúak többnapos utazásai költési adatok.

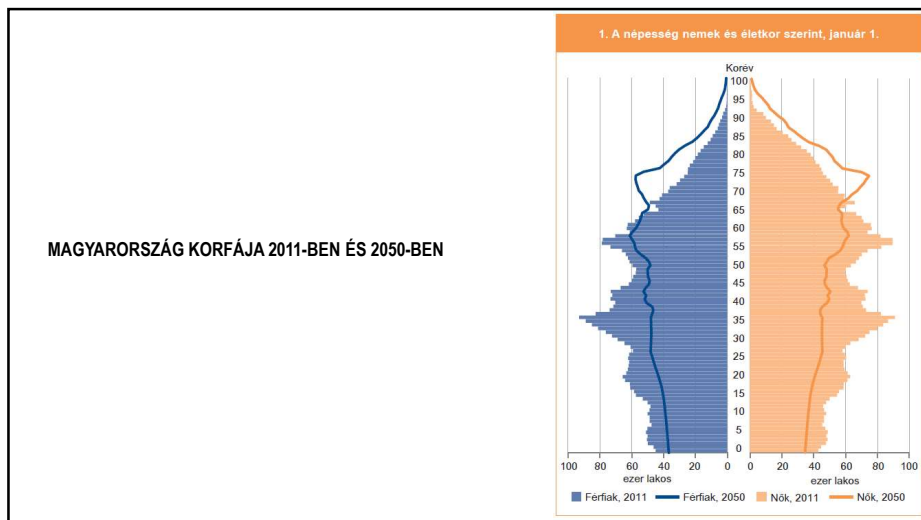
2



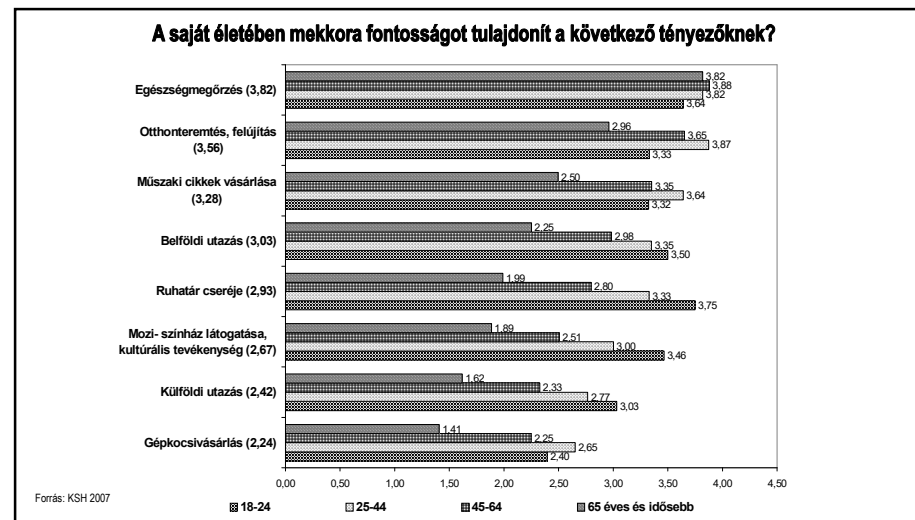
3



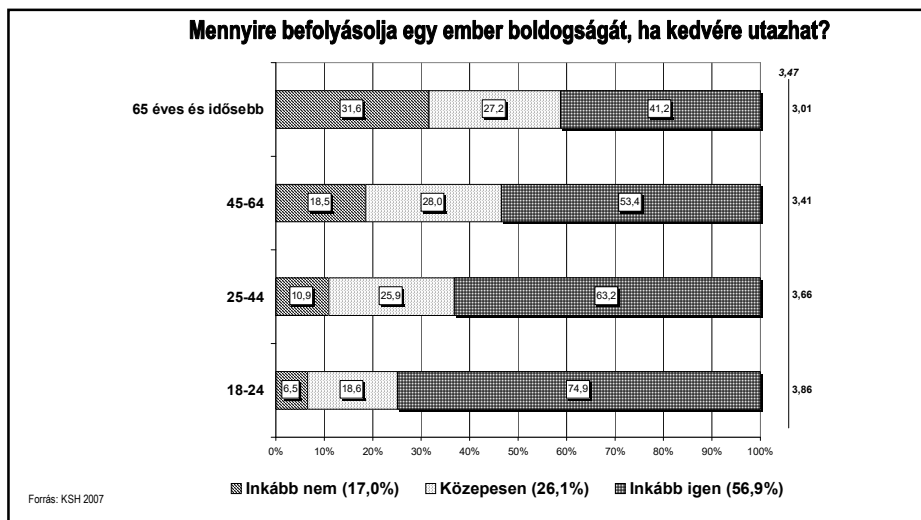
4



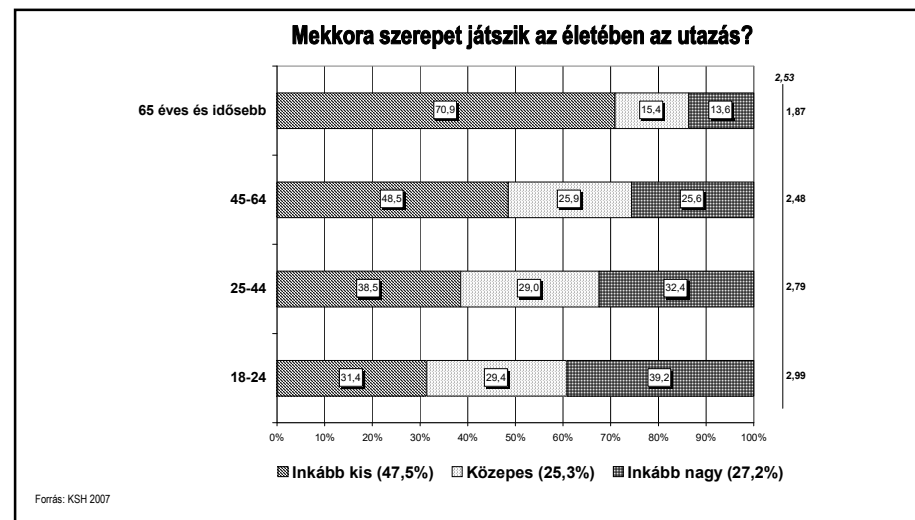
5



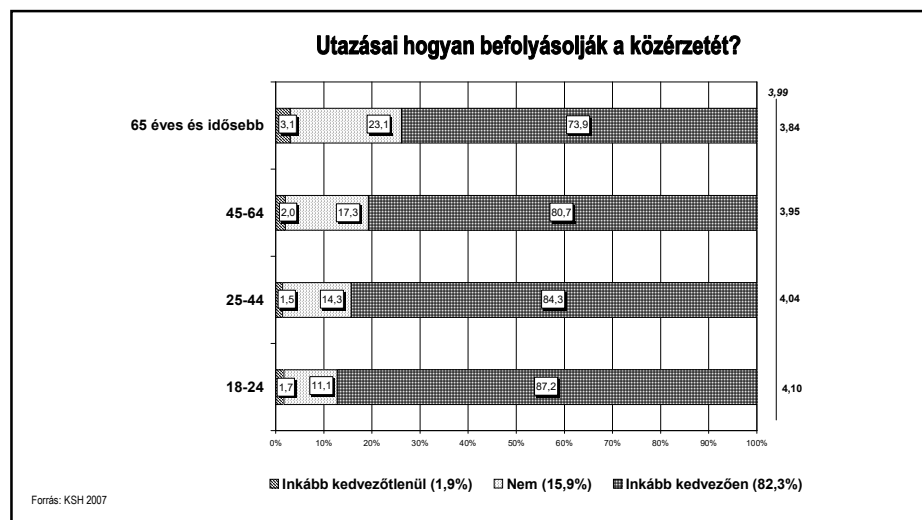
6



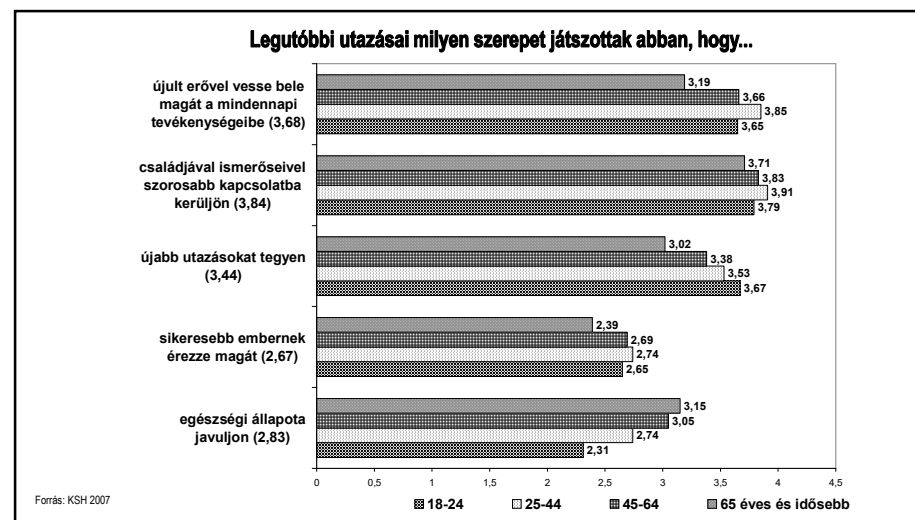
7



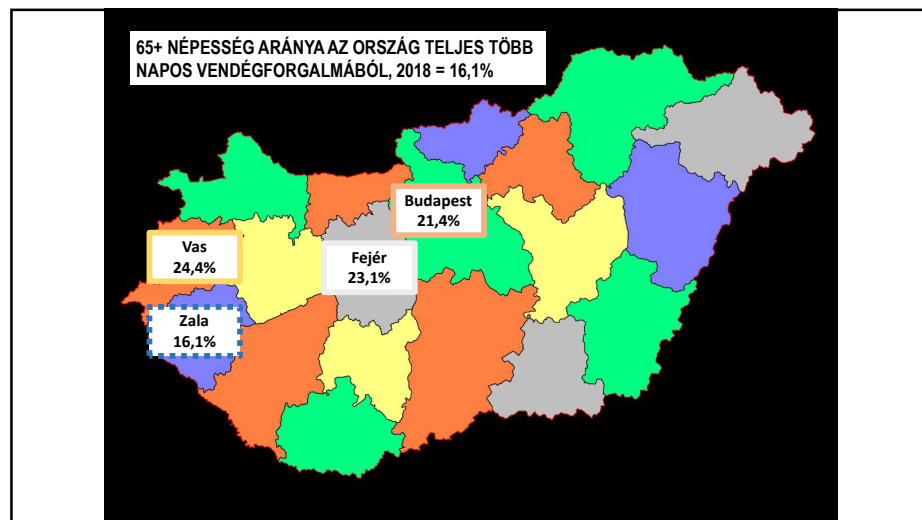
8



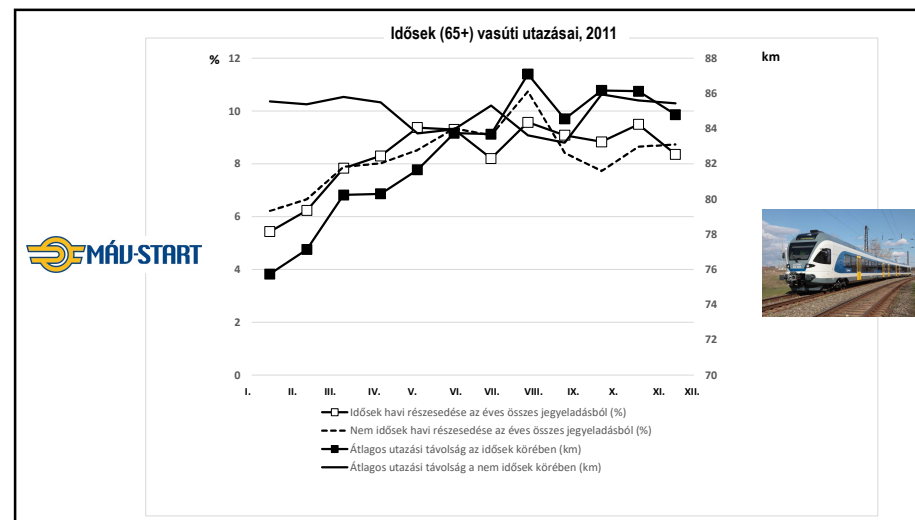
9



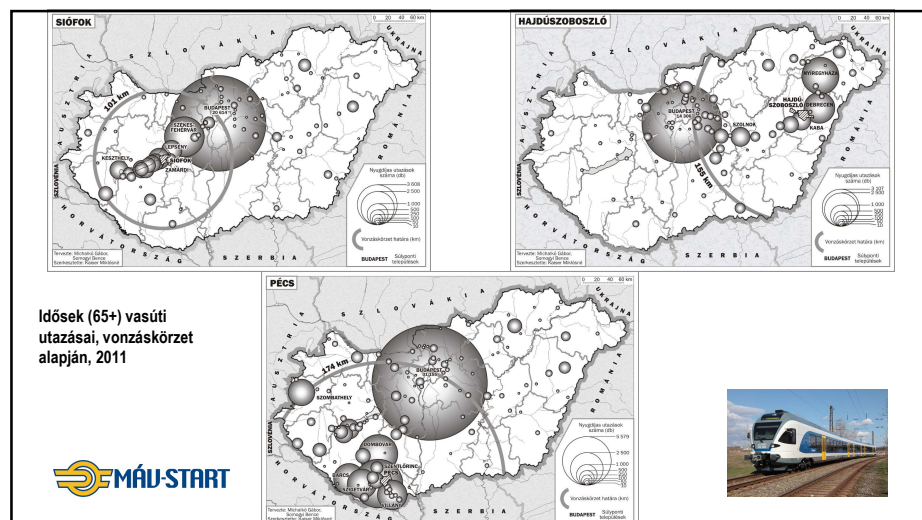
10



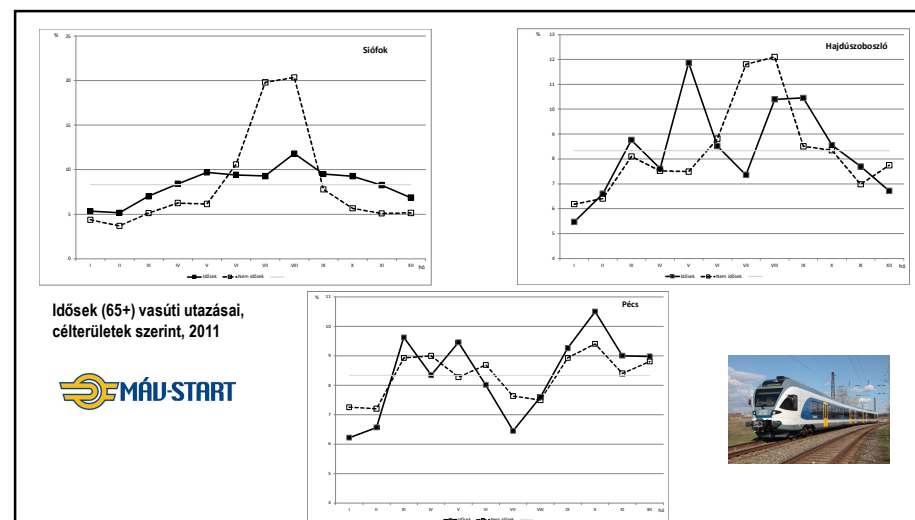
11



12



13



14

SZOLGÁLTATÁSOKAT IGÉNYBE VEVŐ KERESLETKÉNT

FOGLALKOZTATÓTKÉNT

A GYERMEKEIK ELUTAZÁSÁT SEGÍTŐ, FELELŐS NAGYSZÜLŐKÉNT

AZ IDŐS GENERÁCIÓ MEGVÁLTOZÓ TURISZTIKAI SZEREPVÁLLALÁSA

15

Age stereotypes
develop as early as
5 years old

A KOR ALAPÚ SZTEREOTÍPIÁK DISZKRIMINÁCIÓHOZ VEZETNEK, AMELYEK GÁTOLJÁK A TÁRSADALOM EGÉSZSÉGES FEJLŐDÉSÉT

Learn more about ageism and take action on ageing-equal.org

Icons by Freepik on Flaticon. Source: Sherree Kwong See, 2003

16

ÖREG-ORIENTÁLT TURISZTIKAI TELEPÜLÉSEK ÉS MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ



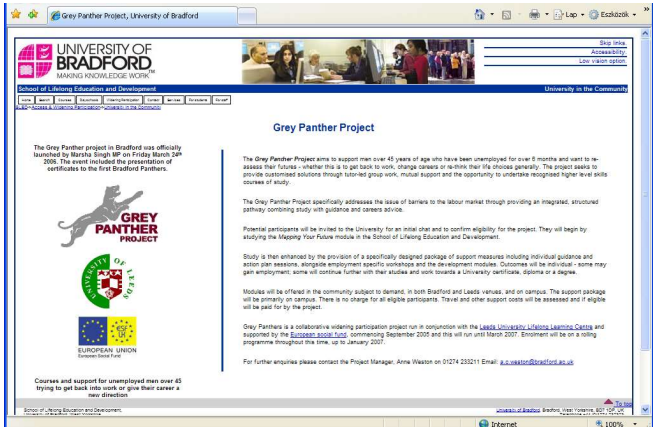
Települések

Hívószavak

MINING THE MIND

17

A University of Bradford Grey Panther projektjének honlapja



Grey Panther Project

The Grey Panther Project aims to support men over 45 years of age who have been unemployed for over 6 months and want to reassess their future - whether this is to get back to work, change careers or re-niche their life choices generally. The project seeks to provide tailored solutions through tailored group work, mutual support and the opportunity to undertake recognised higher level skills courses of study.

The Grey Panther Project specifically addresses the issue of barriers to the labour market through providing an integrated, structured pathway combining study with guidance and careers advice.

Project participants will be invited to the University for an initial chat and to confirm eligibility for the project. They will begin by studying the Mapping Your Future module in the School of Lifelong Education and Development.

Study is then enhanced by the provision of a specifically designed package of support measures including individual guidance and action plan sessions, ongoing employment specific workshops and the development modules. Outcomes will be individual - some may gain employment, some will continue further with their studies and work towards a University certificate, diploma or a degree.

Modules will be offered in the community subject to demand in both Bradford and Leeds venues, and on campus. The support package will be primarily on campus. There is no charge for all eligible participants. Travel and other support costs will be assessed and if eligible will be paid for by the project.

Grey Panthers is a collaborative widening participation project run in conjunction with the Leeds University Lifelong Learning Centre and supported by the European Social Fund, commencing September 2005 and this will run until March 2007. Enrolment will be on a rolling programme throughout the time, up to January 2007.

For further enquiries please contact the Project Manager, Anna Watson on 01274 232111 Email: a.watson@bradford.ac.uk

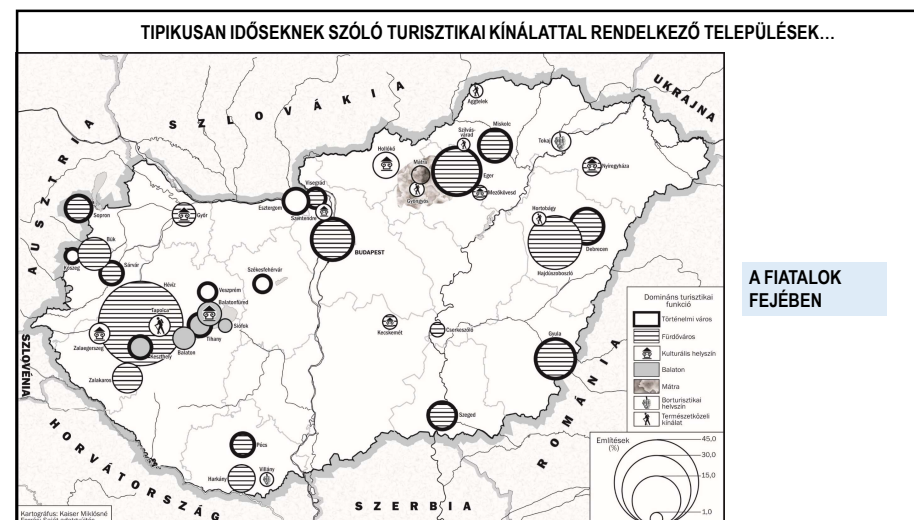
18

TIPIKUSAN IDŐSEKNEK SZÓLÓ TURISZTIKAI KÍNÁLATTAL RENDELKEZŐ TELEPÜLÉSEK ÉLBOLYA

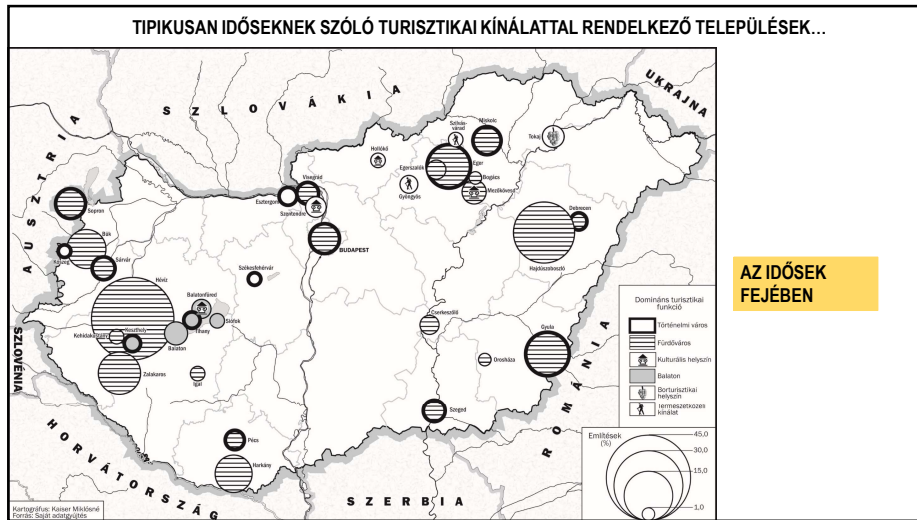
Helyezés	Fiatalok fejében	Megoszlás (%)	Idősek fejében	Megoszlás (%)
1.	Hévíz	45,2	Hévíz	43,0
2.	Hajdúszoboszló	18,3	Hajdúszoboszló	23,7
3.	Eger	14,5	Eger - Gyula	12,0 - 12,0
4.	Budapest	11,0		
5.	Gyula	10,0	Zalakaros	11,3
6.	Debrecen	7,2	Bük	9,7
7.	Bük	6,8	Harkány	8,7
8.	Miskolc	6,7	Sopron - Budapest	5,7 - 5,7
9.	Zalakaros	5,7		
10.	Szeged	5,0	Miskolc	5,0

Forrás: saját adatgyűjtés

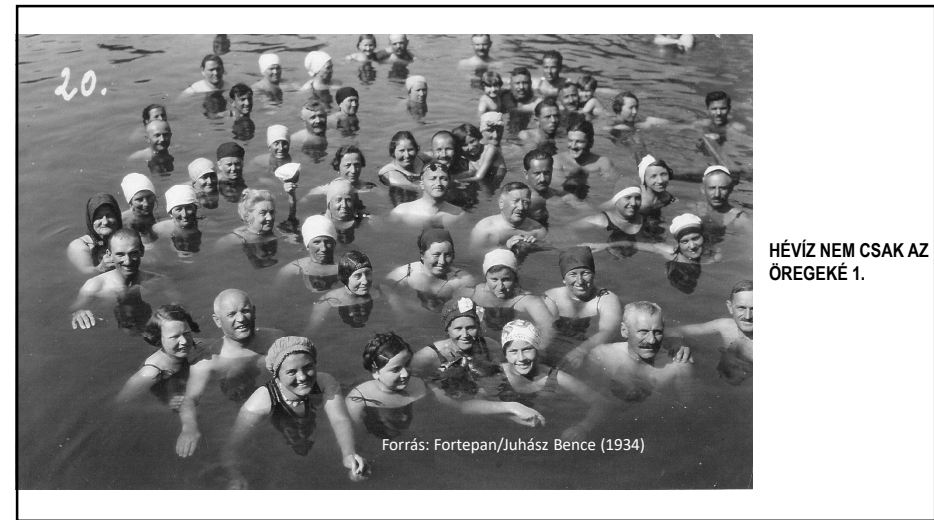
19



20



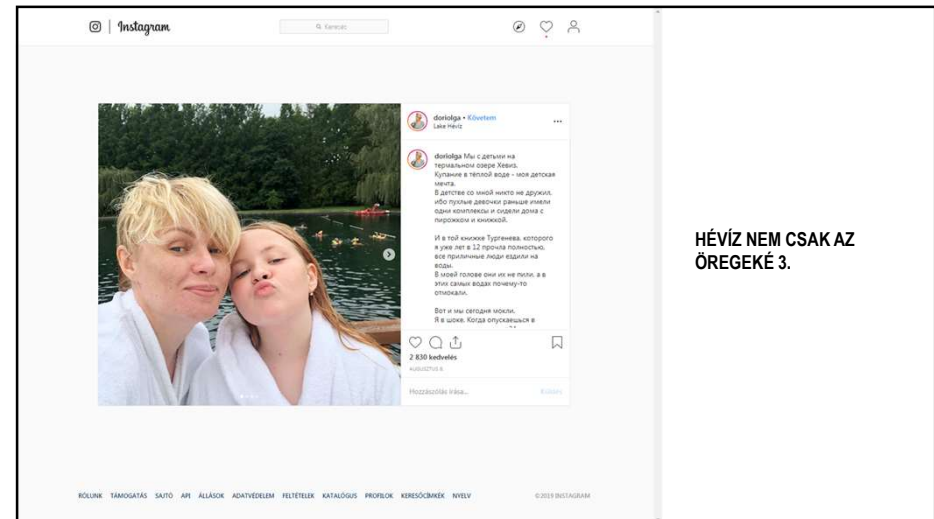
21



22



23



24



25



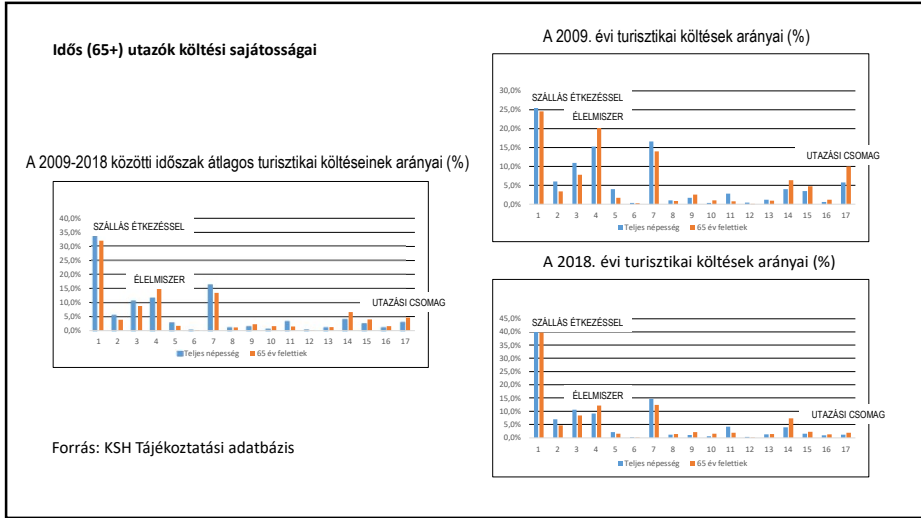
26

A vizsgálat adatbázisának változó-mátrixa (dimenziók)

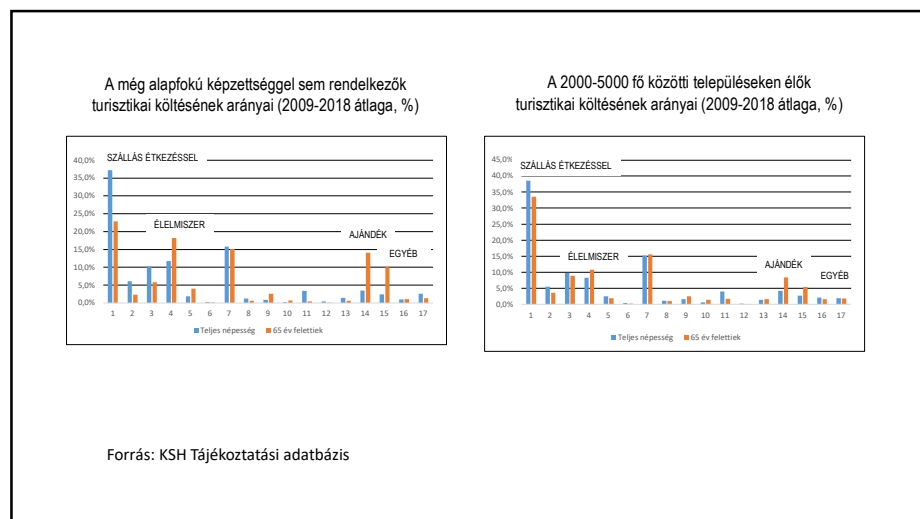
Utazási ismérvek (dimenziók)	1. Gazdasági aktivitás	2. Iskolai végzettség	3. Közlekedési eszköz	4. Lakóhely megnevezése	5. Lakóhely településmérete	6. Munkahely	7. Nem	8. Szállástípus	9. Tancsfordári látó	10. Utazás célpontja (megye)	11. Utazás célpontja (régión)	12. Utazási mód
Költsénevek (1000Ft)	<ul style="list-style-type: none"> • Összes utazó (az illusztrációkban teljes népesség) • 65 év feletti utazó (az illusztrációkban 65 év felettek) 											
1. Szállásdíj befizetett étkezéssel	2009, 2009–2018, 2018											
2. Szállásdíj étkezés nélkül												
3. Étkezés étteremben, bárokban, kávézókban												
4. Élelmiszer vásárlása												
5. Távolági közlekedés												
6. Helyi közlekedés												
7. Utazmányok												
8. Kulturális szolgáltatások												
9. Egészségmegőrzés												
10. Gyógyászat												
11. Szociokulturális szolgáltatások												
12. Sport												
13. Egyéb szolgáltatások (100)												
14. Emlékajándéktárgyak vásárlása												
15. Egyéb árak												
16. Nem besorolt költség												
17. Utazási csomag												

Forrás: KSH Tájékoztatási adatbázis

27



28



29



30