

# Marta Resiak-Urbanowicz

---

## Kulturowe aspekty popytu na usługi zdrowotne wśród młodzieży polskiej i węgierskiej : studium porównawcze

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 83, 223-235

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*MARTA RESIAK-URBANOWICZ*

**Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu**

**KULTUROWE ASPEKTY POPYTU NA USŁUGI ZDROWOTNE  
WŚRÓD MŁODZIEŻY POLSKIEJ I WĘGIERSKIEJ. STUDIUM  
PORÓWNAWCZE**

**Wprowadzenie**

Światowa Organizacja Zdrowia wskazuje, że zdrowie jest procesem dynamicznym, gdyż nie oznacza ono tylko stanu braku choroby, lecz także stan bycia w pełni sił fizycznych, psychicznych oraz społecznych. Ta definicja odzwierciedla taki sposób życia, który redukuje, a nawet eliminuje potrzebę leczenia. Związane jest to oczywiście z odpowiedzialnością jednostki za wybór odpowiedniego stylu życia. Ludzie coraz częściej dążą do podnoszenia jakości życia i dbają o zdrowie. Wynika to ze wzrostu świadomości i „globalizacji kultury zdrowia”<sup>1</sup>. Dzisiejszy konsument rozumie, że zdrowy tryb życia polega na konsekwentnym realizowaniu programu dbania o samego siebie. Stąd też wyjazdy turystyczne wpisują się w ten codzienny program troski o własne zdrowie, głównie pod postacią turystyki zdrowotnej.

Według Travel & Tourism Analyst turystyka zdrowotna jest to jeden z rodzajów turystyki, którego celem jest szeroko rozumiana troska o zdrowie. Turystyka zdrowotna składa się z dwóch głównych komponentów: turystyki

---

<sup>1</sup> Health & Wellness Tourism Global, Travel & Tourism Analyst, August 2004, Mintel Group Ltd., Londyn 2004, s. 15.

uzdrowiskowej i turystyki wellness<sup>2</sup>. Głównym czynnikiem różnicującym te rodzaje jest charakter klienta korzystającego z usług poszczególnych rodzajów turystyki<sup>3</sup>.

Turystyka zdrowotna w literaturze polskiej przedstawiana jest jako sposób realizacji celów zdrowotnych. Można je osiągnąć w różnych rodzajach turystyki, tzn.: uzdrowiskowej, kwalifikowanej, pobytowej, weekendowej i innej<sup>4</sup>. G. Gołębski motyw zdrowotny podróżowania utożsamia z turystyką wypoczynkową wpływającą na regenerację sił psychofizycznych, która może być realizowana podczas weekendów czy urlopów, w tym wyjazdów uzdrowiskowych<sup>5</sup>. A. Hadzik<sup>6</sup> przedstawia szerokie spektrum definicji turystyki zdrowotnej w polskiej literaturze, które wskazują na silne związki turystyki zdrowotnej z miejscowościami uzdrowiskowymi. Wynika to z m.in. z faktu, że miejscowości te – z uwagi na prowadzoną w nich działalność leczniczą – dysponują odpowiednimi urządzeniami oraz właściwościami klimatu pozwalającymi cele zdrowotne realizować najkorzystniej.

## 1. Czynniki kulturowe warunkujące rozwój turystyki uzdrowiskowej

Turystyka jest zjawiskiem kulturowym<sup>7</sup>. K. Przeclawski wymienia kilka rodzajów związków pomiędzy turystyką a kulturą<sup>8</sup>:

- turystyka jest funkcją kultury – to znaczy, że w pewnym sensie wyraża daną kulturę;
- turystyka jest elementem danej kultury – można to zrozumieć przez fakt, że turystyka na stałe wpisała się we współczesną kulturę;

---

<sup>2</sup> *Tamże*, s. 9.

<sup>3</sup> *Tamże*, s.10.

<sup>4</sup> W.W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2007.

<sup>5</sup> *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005.

<sup>6</sup> A. Hadzik, *Turystyka zdrowotna uzdrowisk*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki, Katowice 2009, s. 20–25.

<sup>7</sup> *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2003, s. 13.

<sup>8</sup> K. Przeclawski, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Wyd. Albis, Kraków 1997, s. 31, za: A. Niezgodą, P. Zmysłony, *Popyt...*, *op. cit.*

- turystyka jest przekazem kultury – jest nośnikiem określonych wartości kulturowych;
- turystyka jest spotkaniem kultur – umożliwia wymianę wartości kulturowych.

Turystyka uzdrowskowa odzwierciedla powyższe związki w bardzo wyraźny sposób.

Korzystanie z zabiegów wodnych dla celów zdrowotnych, uzupełnione kąpielami błotnymi i borowinowymi, było początkiem narodzin nowożytnych uzdrowisk nieco ponad 400 lat temu. Na terenie dzisiejszej Polski pisane wzmianki donoszą o kuracjach w Iwoniczu i kąpielach w Cieplicach w gorących źródłach siarczkowych. Jednak rozkwit uzdrowisk w Polsce nastąpił w XVIII i XIX wieku, wraz z rozwojem medycyny, geologii i chemii.

Z uwagi na historię Polski największy wpływ na lecznictwo uzdrowskowe oraz jego aspekty kulturowe miały Niemcy. Od XVIII wieku Polska znajdowała się pod zaborami, a na ten właśnie okres przypada rozkwit uzdrowisk. Lecznictwo znalazło się pod wpływem pruskich i austriackich lekarzy, np. księdza Sebastiana Kneippa (1821–1897), który uznał wodolecznictwo za system uniwersalny, jeśli jest wspomagany dietą jarzynową i piciem wód mineralnych (kuracja ta zyskała rozgłos i uznanie wśród lekarzy). Nieoceniony wkład w rozwój uzdrowisk na ziemiach polskich miał profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego Józef Dietl (1804–1878), który przeprowadził pierwszą klasyfikację chemiczną wód leczniczych i uznawany jest za pioniera balneologii<sup>9</sup>.

Potrzeby lecznicze legły u podstaw wyjazdów do wód najzamożniejszych warstw społecznych. Korzystanie z uzdrowisk zarezerwowane było jedynie dla elit, a wyjazdy kuracyjne stanowiły ważne miejsce w towarzyskim kalendarzu. Z uwagi na ważne osobistości, które gościły w polskich uzdrowiskach, powstało na ich cześć wiele festiwali, a najpopularniejszy to Festiwal Muzyki Fortepianowej im. F. Chopina w Dusznikach Zdroju, gdzie Chopin sam wielokrotnie przebywał na kuracji. W Łądku Zdroju przebywali królowie pruscy Fryderyk II i Fryderyk Wilhelm II, car Aleksander I, a także Johann Wolfgang Goethe<sup>10</sup>. W uzdrowiskach powstawały sale koncertowe i teatralne, pijalnie wód i trakty spacerowe, tak aby uprzyjemnić pobyt przybywającym tam gościom.

<sup>9</sup> Z. Krasieński, *Cykle życia uzdrowisk*, Kołobrzeg 2004, s.12.

<sup>10</sup> T. Bogacz, *Szlakiem uzdrowisk*, „Śląski Labirynt Krajoznawczy” 3, Wyd. Sudety, Wrocław 1991, s. 191.

Tym, co wyróżnia polskie lecznictwo uzdrowiskowe, są przede wszystkim: klasyczne zakłady lecznictwa uzdrowiskowego, które łączą tradycję i nowoczesność (co pozwala na leczenie chorych w różnym stopniu rozwoju choroby), wysoko wyspecjalizowani lekarze i posiadanie własnej specjalizacji – balneologii<sup>11</sup>.

Tradycje węgierskich uzdrowisk sięgają w daleką przeszłość. Siłę leczniczą wód termalnych docenili już starożytni Rzymianie oraz Turcy, dlatego też kąpieliska węgierskie mają charakter wielokulturowy. Przejawia się to głównie w stylach architektonicznych nawiązujących do budownictwa: rzymskiego, greckiego, tureckiego oraz północnoeuropejskiego<sup>12</sup>. Obszar Węgier jest wyjątkowo zasobny w wody termalne oraz wody lecznicze – pod powierzchnią 70% kraju znajdują się wody termalne. Najślawniejsze historyczne termy znajdują się w Budzie – zostały one wybudowane pod osmańskim panowaniem i są czynne do dziś<sup>13</sup>. Pierwsze pisemne wzmianki o węgierskich uzdrowiskach pochodzą z roku 1015 i znajdują się w dokumencie założycielskim Zakonu Benedyktynów w Peszvaradzie. Czasy średniowiecza nie sprzyjały rozwojowi uzdrowisk. Za panowania tureckiego wzniesiono wiele obiektów, które przetrwały i spełniają swoją rolę do dziś. Turcy posiadali dokładną wiedzę na temat działania wód leczniczych. Zasady kąpeli są zapisane nawet w Koranie<sup>14</sup>. Turecka kultura zażywania kąpeli różniła się znacząco od swobodnej filozofii Rzymian. Kąpiel miała charakter rytualny. Na początku należało skorzystać z kąpeli parowej, a następnie przejść do małych basenów. Kąpiel traktowano jako środek prewencyjny, który miał ustrzec przed chorobami. Z tych czasów nie pochodzą żadne zapiski o stosowaniu kuracji pitnej.

Habsburgowie byli przeciwni rozwojowi uzdrowisk, ponieważ byli przekonani, że kąpieliska sprzyjają rozprzestrzenianiu wielu chorób. Na ten okres przypada rozsławienie kuracji pitnej. Zaczęto butelkować wodę mineralną i stała się ona produktem eksportowym Habsburgów, co znacznie zwiększyło

---

<sup>11</sup> XVII Kongres Uzdrowisk Polskich 2008.

<sup>12</sup> E. Printz-Marko, M. Resiak-Urbanowicz, *Vergleichstudie der Badekultur zwischen Ungarn und Polen*, s. 142, w: "Kulturak talalkozosa a turismusban", Nyugat-magyarországi Egyetem Apaczai Csere János Kar Turizmus Intezet, Győr 2009.

<sup>13</sup> *Ungarische Bäder, Herausgeber: Dr. Horvath Gabor*, Magyar Furdoszovetseg, Magyar Turizmus RT., Offset Nyomda, Budapest 1999, s. 5.

<sup>14</sup> E. Printz-Marko, M. Resiak-Urbanowicz, *op. cit.*

przychody cesarza Józefa II. Czas rozkwitu uzdrowisk węgierskich rozpoczął się wraz z „powrotem do natury” propagowanym przez J.J. Rousseau<sup>15</sup>.

Specyficzne warunki naturalne Węgier wykorzystywane były przez wieki, dzięki czemu węgierska turystyka uzdrowiskowa posiada długie tradycje. Nie można przy tym zapominać o wysoko kwalifikowanym lekarskim zapleczu i wiedzy<sup>16</sup>.

Procesy cywilizacyjno-kulturowe ostatnich dziesięcioleci uruchomiły masową świadomość w zakresie korzystania z lecznictwa uzdrowiskowego, w tym także łączenia go z funkcją turystyczną nastawioną na gromadzenie kulturowych doświadczeń<sup>17</sup>. Miejsce elitarniej, bogatej klienteli zajęła rzesza turystów kierowana znacznie silniejszą potrzebą głębszego wniknięcia w społeczność i kulturę. Według Teresy Bogacz kulturowe aspekty wynikają z<sup>18</sup>:

- wzrastających wymagań wobec kurortu w zakresie jakości świadczonych usług, przede wszystkim w zakresie lecznictwa, przy czym akceptuje się ponoszenie za to wyższych kosztów;
- potrzeby indywidualizowania usług;
- oczekiwań klienta, które nie ograniczają się tylko do lecznictwa, ale także do zapewnienia mu rozrywki i ogólnie szerszych kontaktów z kulturą;
- oczekiwań na nieznanne doświadczenia i bodźce kulturowe;
- potrzeby łączenia i zharmonizowania odnowy biologicznej z odnową psychiczną.

---

<sup>15</sup> *Tamże*, s. 142.

<sup>16</sup> Health & Wellness Tourism Global, Travel & Tourism Analyst, August 2004, Mintel Group Ltd., Londyn 2004, s. 26.

<sup>17</sup> T. Bogacz, *Kulturowe konteksty turystyki uzdrowiskowej*, w: *Turystyka uzdrowiskowa w gospodarce regionu i kraju*, red. T. Iwanek, Wyd. Wyższej Szkoły Zarządzania, Wrocław 2006, s. 43.

<sup>18</sup> *Tamże*.

## **2. Najważniejsze trendy dla turystyki uzdrowiskowej**

### **2.1. Starzenie się społeczeństwa**

Opieka zdrowotna nad starzejącym się społeczeństwem będzie generować poważne koszty dla systemu ochrony zdrowia. Starzenie się społeczeństwa związane jest z pojawianiem się nowych schorzeń i chorób, które również będą leczone w uzdrowiskach. Konieczna będzie zmiana warunków świadczenia usług oraz przystosowanie lecznictwa dla ludzi starszych<sup>19</sup>, a z drugiej strony – stworzenie oferty dla ludzi młodych, którzy w trosce o własne zdrowie będą korzystać z kojących właściwości usług uzdrowiskowych.

### **2.2. Spadek znaczenia dofinansowań do pobytów leczniczych**

Rola państwa w finansowaniu lecznictwa powinna być coraz mniejsza, natomiast w Polsce ma ona w dalszym ciągu duże znaczenie, mimo że kwoty dofinansowań są niskie i dyskryminują uzdrowisko na rynku usług zdrowotnych. Powoduje to, że uzdrowiska z większą uwagą poszukują klientów pełnopłatnych poprzez dostosowywanie oferty do różnych grup klientów, tak by móc konkurować na wolnym rynku.

### **2.3. Zmiany stylu życia**

Zmiany stylu życia mają odzwierciedlenie na wielu płaszczyznach i dotyczą przede wszystkim:

- wygody – rosną płace, ale brakuje czasu na wydawanie środków finansowych. Te zmiany spowodują popularność produktów, którymi można się cieszyć równocześnie z wykonywaniem innych czynności. Oferty powinny łączyć w sobie kilka funkcji lub korzyści. Ich użycie zabierze minimum czasu i wysiłku;
- zdrowia – rośnie świadomość zdrowotna (wellness, zdrowie jako czynnik dobrego samopoczucia, wyglądu i kondycji psychicznej)<sup>20</sup>. Popu-

---

<sup>19</sup> B. Eberle, *Wellness und Gesundheit als Marketingimpuls*, Redline Wirtschaft, Frankfurt/M. 2004, s. 32.

<sup>20</sup> M. Horx, *Was ist wellness? Anatomie und zukunftsprospektiven des Wohlfühl-Trends*, Zukunftsinstitut GmbH, Monachium 2002, s. 11.

- larne są produkty takie jak: żywność funkcjonalna, organiczna, nisko-tłuszczowa, bogata w wartości odżywcze, zbilansowana dieta, probiotyki, kluby fitness;
- przynależności – popularne stają się produkty i usługi, które są odzwierciedleniem wspólnych przekonań. Rośnie liczba wyspecjalizowanych portali społecznościowych, które łączą ludzi o podobnych pasjach;
  - homocentryzmu – własny dom staje się dla konsumentów coraz ważniejszym miejscem, również pracy. Konsumenty chcą, aby był on podziwiany. Produkty do tej pory popularne w restauracjach i kinach pojawiają się w domach.

#### **2.4. Orientacja na doświadczenie**

Konsumenty chcą doświadczać:

- wrażeń – rośnie popularność produktów i usług, które dają nowe lub bardziej intensywne wrażenia, hedonistyczne doświadczenia, występuje większa skłonność do eksperymentowania i ryzyka w obszarze kategorii takich jak: żywność, kosmetyki, rekreacja, sporty ekstremalne i rozrywka;
- autentyczności – klienci poszukują produktów wytwarzanych według tradycyjnych receptur, regionalnych i konieserskich. Rośnie przekonanie, że oferta massmarketowa nie daje takiej przyjemności zakupowej jak produkty autentyczne;
- indywidualizmu – większa liczba jednoosobowych gospodarstw domowych oraz coraz dłuższe pozostawanie w stanie bezzennym sprawiają, że klienci szukają ofert dopasowanych do ich jednostkowych potrzeb<sup>21</sup>.

### **3. Pozycja czynników kulturowych w polskiej i węgierskiej turystyce uzdrowiskowej – wyniki badań**

Na gruncie różnorodnych potrzeb klientów uzdrowisk przeprowadzono badania w zakresie aspektów kulturowych turystyki uzdrowiskowej. Badanie przeprowadzono wśród 100 studentów węgierskich (specjalność turystyka) i 94

---

<sup>21</sup> *Tamże*, s. 9.



studentów polskich (specjalność turystyka) w marcu 2009 roku. Badanie miało na celu sprawdzenie, na ile młodzi ludzie identyfikują swoje potrzeby w zakresie zdrowia z trendami zdrowotnymi, czy kultura uzdrowiskowa ma wśród nich znaczenie i czy te poglądy różnią się w zależności od narodowości.

Badanie pokazało zarówno podobieństwa, jak i różnice w ocenie potrzeb zdrowotnych i kulturowych w zakresie zdrowia.

Badanie przeprowadzono przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety składającego się z pięciu pytań i metryczki. Pytania miały charakter otwarty, nie były sugerowane żadne odpowiedzi. Postawiono następujące pytania:

1. Które narodowości miały wg Pana/Pani największy wpływ na tradycje lecznicze w uzdrowiskach w Państwa kraju?
2. Gdy słyszy Pan/Pani słowo „uzdrowisko, kurort”, to jaka miejscowość w Państwa kraju przychodzi Panu/Pani na myśl?
3. Jak często korzysta Pan/Pani z oferty z basenów rekreacyjnych, kąpieli leczniczych, basenów termalnych?
4. Co ma Pan/Pani na myśli, słysząc zwrot „kultura w uzdrowisku”?
5. Jakie są Pana/Pani oczekiwania w związku z kulturową stroną pobytu w uzdrowisku?

Pierwsze pytanie dotyczyło wpływów obcych nacji na kulturę uzdrowisk. Z odpowiedzi można wnioskować, że studenci znają historię swojego kraju i potrafią ją powiązać także z lecznictwem uzdrowiskowym. Studenci węgierscy w 98% odpowiedzieli prawidłowo, natomiast pozostałe 2% odpowiedziało, że to Finowie mieli największy wpływ na węgierskie uzdrowiska. Może to wynikać z faktu, że korzystają oni z sauny i kojarzą ją z kuracjami uzdrowiskowymi. Polscy studenci obok Niemiec i Austrii wymieniali Czechów i Węgrów, co sugeruje znajomość najpopularniejszych destynacji związanych z turystyką uzdrowiskową (tabela 1).

Tabela 1

Które narodowości miały wg Pana/Pani największy wpływ na tradycje lecznicze w uzdrowiskach?

POLSKA	WĘGRY
Niemcy, Austriacy	Rzymianie, Turcy

Źródło: badania własne, 2009.

Pytanie drugie dotyczyło najpopularniejszego uzdrowiska w Polsce i na Węgrzech (tabela 2). Odpowiedzi wskazują na znajomość najpopularniejszych uzdrowisk, choć pojawiały się również nazwy mniej znanych kurortów. Wśród polskich studentów najpopularniejszy z wymienianych miejsc był Ciechocinek (30%), następnie Polanica Zdrój (10,6%) oraz Świeradów Zdrój (10,6%). Dziwi fakt, że w czołówce nie znalazły się miejscowości bardziej znane na rynku turystycznym, takie jak: Kołobrzeg, Międzyzdroje czy Nałęczów. Może to wynikać z braku świadomości, że te popularne miejscowości są również uzdrowiskami.

Studenci węgierscy wymieniali kurorty w następującej kolejności: Heviz (80%) – najpopularniejsze węgierskie uzdrowisko, Haduszoboszlo (18%), Zala-karos (18%).

Tabela 2

Gdy słyszy Pan/Pani zwrot „uzdrowisko“, to jaka miejscowość przychodzi Panu/Pani na myśl?

POLSKA	WĘGRY
Ciechocinek	Hévíz

Źródło: badania własne, 2009.

Następne pytanie dotyczyło częstotliwości, z jaką zapytani korzystali z różnego rodzaju usług rekreacyjnych związanych z kąpieliskami. Polscy studenci, prawdopodobnie sugerując się pytaniem, które zawierało kilka elementów, odpowiadali na każdy z nich z osobna, przy czym pojawiły się następujące odpowiedzi: 86% respondentów nie korzysta z kąpeli w uzdrowiskach, 10% korzysta raz w roku, a 4% badanych kilka razy do roku; z kąpeli w basenach rekreacyjnych raz w roku korzysta 30% zapytanych, a kilka razy w roku – 33%, nie korzysta 19% ankietowanych, 10% korzysta raz w miesiącu; z wizyt w spa nie korzysta 77%, 9% korzysta raz w roku. Odpowiedzi te potwierdziłyby tezę, że młodzi ludzie nie korzystają z usług uzdrowiskowych z uwagi na dobry stan zdrowia, zaś z oferty obiektów spa korzystają w bardzo małym stopniu z uwagi na wysoką cenę tych usług. Dziwi trochę fakt, że studenci tak rzadko korzystają z basenów rekreacyjnych – z jednej strony może to wynikać z cen biletów wstępu na pływalnie oraz braku czasu, z drugiej zaś – może być to wynikiem

faktu, że w dzieciństwie wyjścia na basen nie były popularne w tych rodzinach. Podobnie można by zinterpretować odpowiedzi studentów węgierskich. Studenci ci nie wymieniali częstotliwości dla każdego z tych miejsc osobno, stąd też inaczej obliczono wyniki badania: 50% badanych korzysta raz w roku z wymienionych w pytaniu usług, 44% dwa razy w roku, 5% raz w miesiącu, 1% raz w tygodniu. Liczby wskazują, że studenci nie są zbyt aktywni, jeśli chodzi o sporty wodne (tabela 3).

Tabela 3

Jak często korzysta Pan/Pani z oferty basenów rekreacyjnych, kąpeli leczniczych, wód termalnych?

POLSKA	WĘGRY
kąpiele lecznicze – 86% nie korzysta	50% – raz w roku
basen rekreacyjny – 30% korzysta raz w roku, a 33% kilka razy w roku	44% – dwa razy w roku
Spa – 77% nie korzysta	5% – raz w miesiącu
	1% – raz w tygodniu

Źródło: badania własne, 2009.

W czwartym pytaniu poproszono studentów o określenie, co rozumieją pod pojęciem „kultura w uzdrowisku”. Odpowiedzi znacząco różniły się między narodowościami. Polscy respondenci wymieniali po kilka odpowiedzi, a mianowicie: 60% wskazało na tradycje lecznicze, 24% na charakterystyczny krajobraz, 16% pytanych uznało rozrywkę za nieodłączną część kultury uzdrowiskowej. Studenci węgierscy zwrócili uwagę na inne aspekty uzdrowisk: 30% na ofertę wellness w weekendy, 20% badanych na higienę, 15% na zabiegi lecznicze, 5% na masaże, 4% na rozrywkę, 4% ankietowanych wskazało odpowiedź: „w każdym kraju coś innego“, a 2% wymieniło saunę (tabela 4).

Tabela 4

Co ma Pan/Pani na myśli, słysząc zwrot „kultura w uzdrowisku”?

POLSKA	WĘGRY
60% – tradycje lecznicze 24% – charakterystyczny krajobraz 16% – rozrywka	30% – oferta wellness w weekendy 20% – higiena 15% – zabiegi lecznicze 5% – masaże 4% – rozrywka 4% – w każdym kraju coś innego 2% – sauna

Źródło: badania własne, 2009.

Tabela 5

Jakie są Pana/Pani oczekiwania w związku z kulturową stroną pobytu w uzdrowisku?

POLSKA	WĘGRY
47% – możliwość zwiedzania okolicy 27% – koncerty muzyczne 14% – teatr 12% – biblioteka	35% – porządek 25% – fachowość 20% – odrębna oferta dostosowana do wieku klienta 15% – ciche i przyjazne otoczenie 5% – pozostałe usługi na wysokim poziomie

Źródło: badania własne, 2009.

W punkcie piątym studenci także udzielili zdecydowanie różnych odpowiedzi na zadane pytanie, tym razem o swoje oczekiwania w związku z kulturową stroną pobytu w uzdrowisku. Węgierscy studenci wskazali na: porządek, fachowość, odrębną ofertę w zależności od wieku klienta, ciche i przyjazne otoczenie, pozostałe usługi na wysokim poziomie. Całkiem inaczej odpowiadali polscy studenci, wymieniając: możliwość zwiedzania okolicy, koncerty muzyczne, teatr, bibliotekę.

## **Uwagi końcowe**

Rozprzestrzenianie się kultury uzdrowiskowej jest procesem długotrwałym i odbywa się według zasad i reguł kulturowych poszczególnych narodowości. Można powiedzieć, że kultura w uzdrowiskach jest częścią całej kultury danego narodu. Zarówno Polska, jak i Węgry posiadają bogactwa naturalne oraz profesjonalne przygotowanie, aby świadczyć kompleksowe usługi związane z troską o zdrowie, jakkolwiek oba kraje mają jeszcze przed sobą daleką drogę, aby pretendować do miana potęgi turystyki zdrowotnej. Potwierdzają to badania przeprowadzone wśród studentów. Z teorii literatury wynika, że młodzi ludzie zaczynają dość szybko dbać o zdrowie. Nie przekłada się to jednak bezpośrednio na decyzje związane z aktywnością uzdrowiskową. Można to tłumaczyć wysokimi kosztami pakietów zdrowotnych, a także przeświadczeniem o tym, że większość zabiegów ma zastosowanie tylko w leczeniu. Zabiegi stosowane w uzdrowiskach nie są postrzegane jako forma szerokiej terapii psychofizycznej, która może pozytywnie oddziaływać także na młody organizm. Młodzież korzysta głównie z popularnych fitnessklubów, ewentualnie z basenów rekreacyjnych bądź uprawia sporty niewymagające dodatkowych urządzeń. Wydaje się, że dbanie o zdrowie jest domeną wieku starszego, za czym przemawia korzystanie z oferty uzdrowisk głównie przez ten segment. Należałoby silniej propagować wśród młodzieży zachowania prozdrowotne, tak by kult zdrowia stał się częścią kultury, a nie tylko turystyki zdrowotnej.

## **CULTURAL ASPECTS OF DEMAND FOR HEALTH SERVICES AMONG YOUNG PEOPLE OF POLISH AND HUNGARIAN. A COMPARATIV STUDY**

### **Summary**

The article presents the influence of cultural factors in shaping the tourism product in spas in Poland and Hungary and the main aspects of cultural heritage, which determined the spas development in those areas. Both the traditions and trends of the XXI century are presented. As the main point of this research is to find out what students understand in „spa culture”. The aim is to identify differences and similarities within the meaning „culture in the health resort” among students of tourism in Poland and Hunga-

ry, and the impact of major health trends in the behavior of the young. Research question is whether the trends and results of the questionnaire are the same. The questionnaire was conducted among 94 students in Poland and under 100 students in Hungary.

*Translated by Marta Resiak-Urbanowicz*