

Kutyatartás a városban: Szolgáltatási igények és fizetési hajlandóság a tudatos gazdák körében

Merk Melissza Kíra

Egyetemi hallgató, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
melisszatab@gmail.com

Szikora Péter

Egyetemi docens, Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
szikora.peter@kgk.uni-obuda.hu

Absztrakt: A kutyatartás nem csupán a házikedvencek iránti szeretet kifejeződése, hanem egyre inkább komplex életviteli és társadalmi jelenség, amely újfajta szolgáltatási igényeket generál. A modern, városi életforma, a munkaidőhöz kötött életvitel és az állatokhoz fűződő szoros érzelmi kötődés következtében jelentős növekedés tapasztalható a különféle kutyás szolgáltatások – például kutyakozmetika, napközi, panzió, állatszállítás, kutyafitness vagy online kutyaiskola – iránti keresletben. A kutatás fő célja annak feltérképezése, hogy a kutyatartók milyen típusú szolgáltatásokat vennének igénybe, milyen gyakorisággal, illetve milyen összeget hajlandók fizetni ezekért. A tanulmány célja továbbá, hogy azonosítsa azokat a preferenciákat és motivációkat, amelyek a szolgáltatóválasztás mögött állnak, valamint feltárja, milyen promóciós eszközök ösztönözhetik az ügyfélkört egy új szolgáltatás kipróbálására. A kvantitatív kérdőíves kutatás során célzottan a kutyatartó lakosságot szűlítetttem meg, külön figyelmet fordítva arra, hogy csak releváns válaszokat gyűjtsék – például kizárólag azoktól, akik ténylegesen rendelkeznek kutyával. A válaszadók által közölt adatok és preferenciák elemzése nemcsak a szolgáltatói oldal számára nyújt hasznos információkat az árképzés és szolgáltatásfejlesztés szempontjából, hanem hozzájárul a tudatos állattartás és az állatjóléti szempontok erősítéséhez is.

Kulcsszavak: Kutyatartáshoz kapcsolódó szolgáltatások, fogyasztói magatartás, fizetési hajlandóság, urbanizált életforma

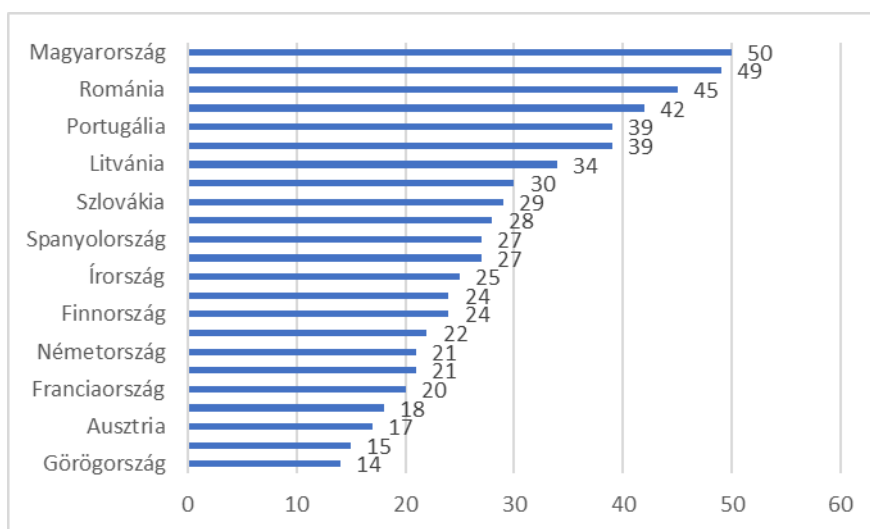
1 Elméleti háttér

Sokaknak, akiknek van kutyájuk és nagyon kötődnek hozzá felmerülhetett már az a gondolat, hogy ebben a különleges kapcsolatban talán kölcsönösen pozitív hatással vannak egymásra. Ezzel a témával foglalkozik Beetz, A. és társai a 2012-

es tanulmányukban. 69 tudományos publikációt elemeztek, hogy átfogó képet nyújthassanak a humán-állat interakciók fiziológiai és pszichológiai hatásáról. Az egyik legfontosabbnak tartom megemlíteni, hogy az állatok milyen fontos szociális hatást gyakorolnak az emberekre. Több tanulmány is igazolta, hogy az állatok jelenléte „szociális katalizátor hatást” vált ki (McNicholas & Collis, 2000; Wood, Giles-Corti, & Bulsara, 2005; Walsh, 2009). Például a kutyák elősegítik beszélgetések elindulását, növelik a bizalmat és mosolyokat váltanak ki az emberekből. Autizmussal élő gyermekek esetén pedig azt figyelték meg például, hogy az állatok jelenléte javítja a nyelvi készségeket. Emellett kevés, de meggyőző bizonyíték van arra is, hogy az állatok segíthetnek az agresszió csökkentésében és az empátia fejlesztésében. A kutyák a hangulatra és a depresszióra is hatással vannak, melyet az is bizonyít, hogy az egyéni kutyás programok hatékonyabban csökkentették a magányt, mint a csoportos interakciók, illetve az állatasszisztált terápiák eredményesen csökkentik a depressziót főképp az időseknél és a pszichiátriai pácienseknél. Ezek az eredmények az állatokkal való személyes kapcsolat révén érhetők el, például fizikálisan az érintéssel. Az ember-állat interakciók jelentős mértékben csökkentik a stressz hormonális mutatóit, például a kortizol szint több vizsgálatban is csökkent az állatok simogatását követően és néhány tanulmány azt is alátámasztja, hogy az epinefrin és a norepinefrin szintje is mérséklődik (Beetz, Uvnäs-Moberg, Julius, & Kotrschal, 2012; Handlin et al., 2011; Odendaal & Meintjes, 2003). A stressz hormonális mutatóiról áttérve fontos megemlíteni a szorongáscsökkentő hatást, ami leginkább stresszhelyzetekben jelenik meg. Ezek a pozitív hatások nem csak érzelmileg, hanem fizikálisan is megmutatkoznak, például fájdalomcsillapításként. A fájdalomcsillapításhoz kapcsolódóan kevés kutatás van, de a meglévők pozitív eredményt mutatnak. Szintén kevés tanulmány foglalkozik az állatok tanulásra gyakorolt hatásával, viszont a meglévők azt mutatják, hogy az állatok jelenléte növeli a koncentrációt és a motivációt, ami megkönnyítheti a tanulást. Az egészséghez kapcsolódva több nagymintás felmérés is bizonyítja, hogy az állattartók kevesebb gyógyszert szednek, ritkábban járnak orvoshoz és mentálisan kiegyensúlyozottabb életet élnek.

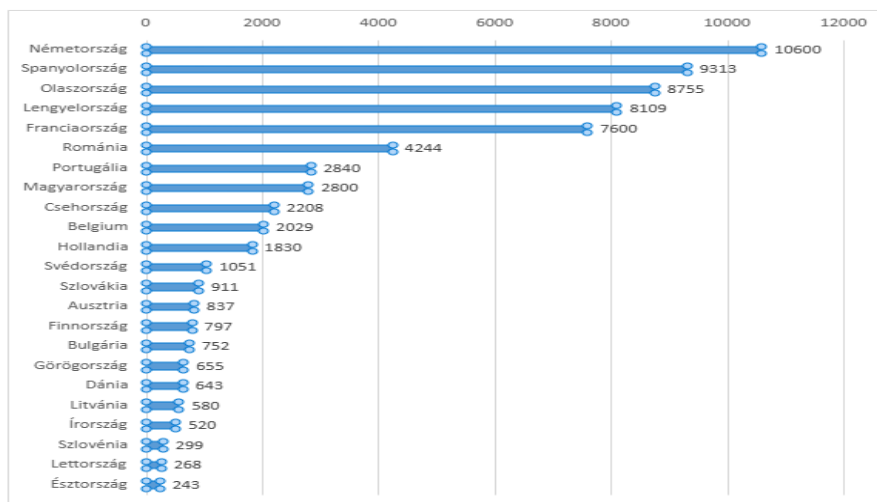
A társállatok a kardiovaszkuláris problémák megelőzésében és kezelésében is mutatnak pozitív hatást, a szívfrekvencia és a vérnyomás csökkentése is többszörösen bizonyított különösen saját állat jelenlétében, illetve a háziállattartás pozitív kapcsolatban áll a szívinfarktus túlélési arányaival. Ennek a sok pozitív hatásnak a kulcsa az oxytocin, ami egy stresszcsökkentő és szociális kötődést elősegítő hormon, ami például simogatás, szemkontaktus és más szeretettel teli interakciók során választódik ki, de nem kizárólagosan felelős értük. Az ember-állat interakció és az oxytocin szinte teljes átfedésben vannak, hiszen mindkettő javítja a szociális interakciókat, az egészségügyi állapotot és csökkenti a stresszt és a szorongást. Több kutatás kimutatta, hogy már csupán néhány perces interakció kutya és ember között növeli az oxytocin szintet az emberben és az állatban is főleg, ha saját kutyáról van szó. A biológiai, pszichológiai és szociális hatások komplex rendszert alkotnak, amiben az ember-állat interakció hatékony eszköz lehet a testi-lelki jólléthez. (Beetz, Uvnäs-Moberg, Julius, & Kotrschal, 2012.).

A kutyák mutatnak olyan szociális viselkedéseket, mint az emberek, például a kötődés, mivel a kutyák hasonlóan kötődnek a gazdájukhoz, mint az emberek a szüleikhez, erről is írt Miklósi Ádám és Topál József 2013-ban, arról is írnak, hogy a kutyák tudják értelmezni az emberi kommunikációt, legyen az mutogatás vagy éppen egy szemkontaktus. (Miklósi & Topál, 2013.) A leírtakból tudhatjuk, hogy rengeteg pozitív hatással vannak ránk a kutyák, így nem meglepő, hogy sok kutyatartó él a világon, és Magyarországon.



7. ábra: Kutyát tartó háztartások aránya Magyarországon (%) (2023) (Statista, 2023.)

A Statista hivatalos oldalán található oszlopdiagram bemutatja, hogy 2023-ban hogy nézett ki a minimum 1 kutyát tartó háztartások aránya az Európai Unióban. Magyarország vezető szerepet tölt be ezen a ranglistán. (Statista, 2023.)



8. ábra: Kutyák száma az EU-ban (ezer darab) (2023) (Statista, 2023.)

A másik oszlopdiagram azt szemlélteti, hogy mennyi kutya található az Európai Unió országaiban. Magyarországon 2023-ban 2,8 millió kutyát tartottak számon, láthatjuk, hogy az egyedek számát nézve az Európai Unióban a középmezőny elején található az ország, viszont a háztartásokat tekintve az első helyen áll Lengyelországgal a nyomában, amely csupán 1%-val maradt le. Ezekből a statisztikákból azt következtethetjük, hogy Magyarországon arányaiban sok kutyatartó él és ezáltal sokakat érinthet a kutyás szolgáltatások témája. (Statista, 2023.)

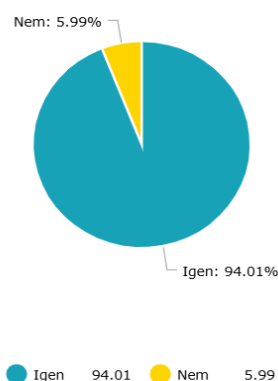
A kutyakozmetika szerepének vizsgálata különösen fontos az állatok egészségének megőrzése szempontjából, hiszen számos alapvető higiéniai beavatkozás ehhez a szolgáltatási területhez kapcsolódik. Ide tartozik például a karmok rendszeres vágása, amely különösen azon kutyák esetében elengedhetetlen, amelyek nem koptatják megfelelően karmaikat, továbbá a fültisztítás és az egészségügyi nyírás is, amely a szemek, a talppárnák, valamint a nemi szervek és a végbélnyílás környékének szőrzetét érinti (McDonald et al., 2022). Ezen kezelések nem csupán az állat komfortérzetét növelik, hanem megelőzhetik a gyulladásos megbetegedéseket, fertőzéseket és a szőrfilcesedésből fakadó bőrirritációkat is. A rendszeres szőrápolás – ideértve az átkefélést és fürdetést – különösen fontos azoknál a fajtáknál, amelyek hajlamosak a csomósodásra. A kutyakozmetikai szolgáltatások azonban nemcsak egészségügyi, hanem esztétikai funkciót is betöltenek, hiszen lehetőséget biztosítanak különféle fazonok kialakítására, valamint olyan speciális beavatkozásokra, mint az aljszőrszedés vagy a trimmelés, melyek a szálkás és drótos szőrzetű fajtáknál elengedhetetlenek (Szinák et al., 2023).

2 Gyakorlati kutatás

2.1 Minta bemutatása

A minta tisztítását követően 568 válaszadó maradt. Első sorban Pest Vármegyéből, Komárom Esztergom Vármegyéből és Budapestről töltötték ki a kérdőívet, viszont Magyarország más térségeiből is érkeztek kitöltők. A fő célcsoport a kutyatartók voltak. Fontosnak tartottam, hogy a kérdőívet úgy állítsam össze, hogy a válaszadók csak azokra a kérdésekre válaszoljanak, melyekben releváns választ tudnak adni, így például, akinek 20+ kilogrammos kutyája van, annak ne jelenítse meg a kérdőív azt a kérdést, ami arról szól, hogy mennyit fizetne egy kistestű kutya teljes körű kozmetikájáért. Azért tartom fontosnak az ilyen fajta elkülönítést, mert általánosságban a kutyakozmetikusok különféle szempontokat figyelembe véve határozzák meg az árakat, amikkel az ügyfelek nem feltétlen vannak tisztában, ez azt jelenti, hogy az 5 kilogrammos Bichon Bolognese kozmetikájának ára sok helyen 9000 Forinttól kezdődik, viszont akinek egy 30 kilogrammos Német Juhászkutyája van, nagy valószínűséggel nem fogja a 9000 Forint hatszorosát fizetni.

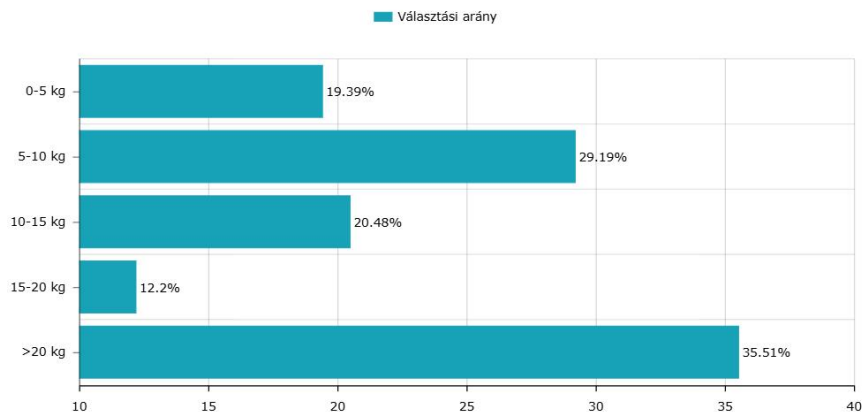
2.2 Eredmények



9. ábra: háziállat tartók aránya (saját forrás)

Az 568 válaszadóból 94,01% felelt az, hogy van valamilyen háziállata, ez azt mutatja, hogy sikerült megtalálni az állattartók rétegét, hogy valós válaszokat kapjunk. Az összes válaszadó 67,96%-a tart csak kutyát és 12,85%- tart kutyát és mellette valamilyen kisállatot, például teknőst. A kitöltőket megkérdeztem arról is, hogy milyen fajta kutyájuk van és meglepő módon a legtöbben azt válaszolták, hogy keverék, majd utána a Labrador- és a Golden Retriever kapta a legtöbb

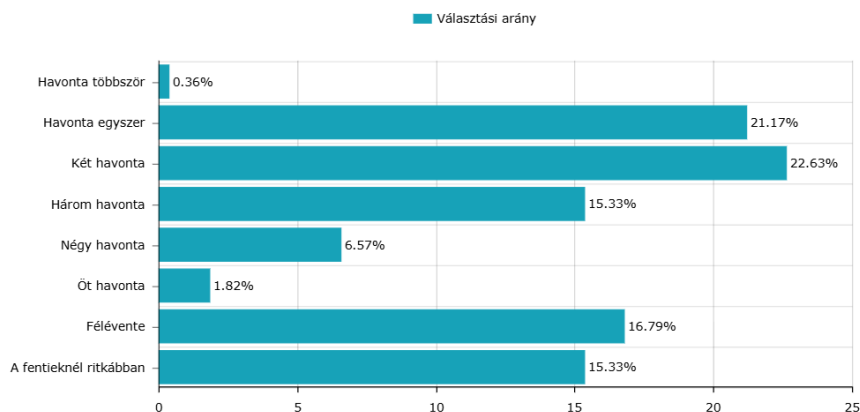
szavazatot, utána a Tacsó, majd a Yorkshire Terrier, ezek az 5 leggyakrabban előforduló kutyafajta a kitöltők körében. Ezt a kérdést csak azok kapták meg, akiknek van kutyájuk.



10. ábra: kutya mérete (saját forrás)

A válaszadó kutyatartók 35,51%-a 20 kilogrammnál magasabb testtömegű kutyát tart, 29,19%-a 5-10 kilogramm közöttit, majdnem ugyan akkora arányban tartanak 10-15 kilogrammos és/vagy 0-5 kilogrammos kutyát a kitöltők. 15-20 kilogrammos kutyából tartják a legkevesebbet. Sokaknak a munkaidejük reggeltől késő délutánig tart, ezért nem feltétlen lenne idejük elvinni az állatukat a szolgáltatókhoz, így megkérdeztem őket, hogy igénybe vennének-e állatszállítási szolgáltatást, erre a válaszadók 36,6%-a válaszolt igennel, ami azt jelenti, hogy a döntő többség inkább maga oldaná meg az állat szállítását viszont, ha lenne ilyen lehetőség, akkor a válaszadók több, mint 1/3-a igénybe venné ezt a szolgáltatást.

A következő lépésben megkérdeztem, hogy érdekli-e a kitöltőt kutyakozmetikai szolgáltatás, így próbáltam kiszűrni azokat a válaszadókat, akik, mivel nem érdeklődnek ilyen fajta szolgáltatás iránt valószínűsíthetően az árral kapcsolatos kérdéseknél a legalacsonyabb árat jelölnék meg, amely nem valós eredményeket adott volna a kérdés irrelevanciája miatt. A szűrt eredmény 274 válaszadó, őket megkérdeztem, hogy érdekelné-e őket, ha a kutyakozmetikus házhoz menne, meglepő módon a kitöltők több, mint felét érdekelné, ebből azt következtethetjük, hogy lenne kereslet erre a szolgáltatásra is. Vannak, akik egészségügyi vagy viselkedés problémával kapcsolatos okokból nem tudják eljuttatni kutyájukat különböző kezelésekre, ezért ezekre az esetekre kiváló alternatíva lenne a kiszállítás.

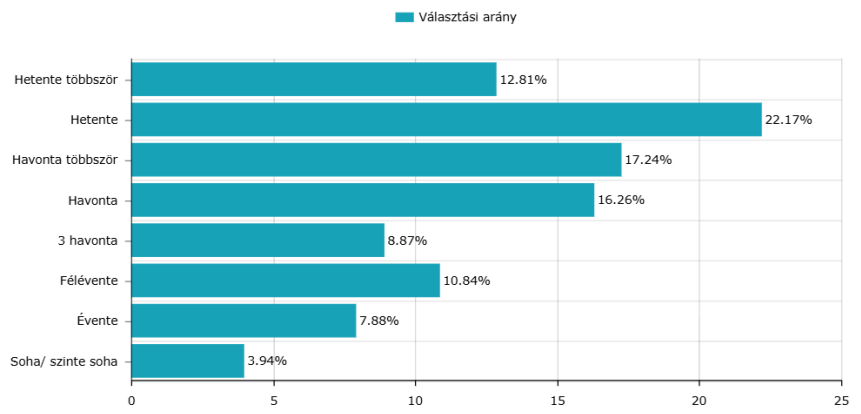


11. ábra: kutyakozmetikai szolgáltatás igénybevételének gyakorisága (saját forrás)

Továbbá megkérdeztem őket, hogy milyen gyakran vesznek igénybe kutyakozmetikai szolgáltatást. A válaszadók több, mint fele minimum 3 havonta viszi a kutyáját kutyakozmetikába, amely azért nagyon fontos, mert a rendszeres ügyfelek jelentik a legfontosabb bevételt. A válaszadók több, mint $\frac{3}{4}$ -ének nagyon fontos a kutyája ápoltsága, ez azért egy fontos szempont, mivel ez is nagy befolyással bír a kutyakozmetika látogatásának gyakoriságával. Ezt nem szabad egyenesen arányosan értelmezni minden kutya fajta esetén, mivel egy rövid szőrű állat esetén ritkábban látogatják a kutyakozmetikát, mint egy hosszú szőrű állat esetén még akkor is, ha az ápoltság számukra nagyon fontos. A következő lépésben megkérdeztem, hogy mennyit hajlandóak fizetni egy teljes körű kutyakozmetikai szolgáltatásért, a kutyák méretét és a szőr hosszúságát figyelembe véve. Egyik kategória a rövid szőrű állatok, másik kategória pedig a hosszú szőrű állatok. Szakmailag a hosszú-, a kettős-, a nyírós-, a drótos- és a szálkás szőrzet külön kategóriába tartoznak, viszont én ezeket a közérthetőség kedvéért a kérdőívben a hosszú szőrű kategóriába soroltam. Hosszú szőrű kistestű kutya esetében a legtöbben 8.000- 9.000 Forintot fizetnének, viszont van, aki 15.000 Forint fölötti összeget is hajlandó lenne fizetni. Rövid szőrű kistestű kutya esetében a legtöbben 5.000-6.000 Forintot, de van olyan válaszadó is, aki hajlandó 10.000 Forintnál többet fizetni. Hosszú szőrű középtestű kutya esetében 5,74%-val többen fizetnének 10.000 Forint alatt, mint 11-13.000 Forint között, ennél a szempontonál ez a két lehetőség kapta a legmagasabb arányú szavazatot, emellett a válaszadók kevesebb, mint 2%-a lenne hajlandó 25.000 Forint feletti összeget fizetni. Rövid szőrű közepes testű kutya esetén a válaszadók döntő többsége 10.000 Forint alatt fizetne, a legmagasabb összeg, amely még kapott szavazatot a 17.000-20.000 Forintos kategória. Hosszú szőrű nagytestű kutya esetében a 10.000-15.000 Forintos kategória kapta a legtöbb szavazatot, viszont van, aki 40.000 Forintnál is többet fizetne. Ezek az eredmények azt mutatják, hogy hatalmas a szórás és számomra még az is szembe tűnő, hogy sokan nem ismerik a

piaci árakat. Megvizsgáltam különböző kutyakozmetikusok árlistáját és átlagosan elmondható, hogy a budapesti árak ezen a területen is magasabbak és Budapesten a tapasztalatok alapján az ügyfelek jobban megbecsülik a szakmabelieket. A kitöltőket megkérdeztem, hogy érdekelné-e őket kreatív kutyakozmetika, csupán 14,86%-válaszolt igennel. Az igennel válaszolók többsége 11.000-13.000 Forintot fizetne egy ilyen szolgáltatásért.

Ezek után áttértem a kutyapanzió és a kutyanapközi kérdéseire. Az 568 kitöltőből 41,9% válaszolta azt, hogy érdeklí kutyapanzió szolgáltatás. A legtöbben 5.000-6.000 Forint között fizetnének egy éjszakáért, a második legtöbben pedig kevesebb, mint 1%-val lemaradva az elsőtől 5.000 Forint alatt fizetnének. Szintén 41%-hoz közeli értéket kapott az igen válasz annak a kérdésnek az esetében, amikor azt kérdeztem, hogy érdekelné-e őket olyan szolgáltatás, ahol egy szakképzett gondozó minden nap elmenne az otthonukba, hogy gondoskodjon a háziállatukról, amíg ők távol vannak, ez magába foglalná az etetést, itatást, szükség esetén gyógyszer beadását és sétáltatást. Ez is egy alternatív szolgáltatása lehetne azok számára, akik jobban preferálják, ha a kutyájuk otthon van a távollétükben.



12. ábra: kutyanapközi igénybevétele (saját forrás)

Kutyanapközi a megkérdezettek 35,74%-át érdekli, az érdekelt 203 fő több, mint 50%-a havonta többször is igénybe venné a szolgáltatást és 68,48%-a pedig legalább havonta. A legtöbben, a válaszadók körülbelül 34%-a 4.500-5.500 Forint közötti napidíjat fizetnének, ez után a 4.500 Forint alatti összeg volt a legnépszerűbb és közel 3% 9.500 Forint feletti összeget is hajlandó lenne fizetni.

A következő kérdések a kutya fitnessről és a dog sparól szóltak, ennek eredményeiből meg tudhattam, hogy az 568 válaszadóból 105 személyt, tehát 18,49%-ot érdekelne kutya fitness és a legtöbben 2.000-3.000 Forintot fizetnének egy ilyen edzésért, a második helyen pedig a 3.000-4.000 Forint áll. Egy kutya fitness edzés alatt első sorban futópados edzést kell érteni ez esetben, esetleg még

egyszerűbb gyakorlatokat, tehát nem olyat, amelyhez fizioterapeuta szükséges. A dog spa is hasonló arányú, 18,13%-os érdeklődést vált ki a válaszadókban. A többség, 31,07% 6.000 Forint alatti árat, 30,1% 6.000-7.000 Forintot fizetne és a harmadik helyen 16,50%-val 9.000-10.000 Forint közötti árat fizetnének. A legalacsonyabb arányt a 12.000 Forint feletti kategória kapta, ez 3,88%.

A következőkben az online kutyaiskolával foglalkoztam. Az 568 válaszadó 29,93%-át érdekli egy online kutyaiskola, az érdekeltek 63%-a úgy gondolja, hogy videók formájában lenne legideálisabb a tananyagot átadni, 35% az élő online órák mellett szavaz és csupán 1,18% áll a PDF-ek mellett. A válaszadók 50,59%-a személyre szabott oktatást, 37,06%-a tapasztalt oktatókat és 12,35%-a rugalmas időbeosztást tartja a legfontosabbnak az online kutyaiskola szolgáltatásaiban.

Feltettem egy olyan kérdést is, ami arra vonatkozik, hogy szívesen vásárolnak-e kutyás termékeket (táp, kiegészítők) egy kutyás szolgáltatásokat nyújtó helyszínen, a válaszadók 62,5%-a igennel válaszolt, ezt a kérdést azért tettem fel, mert egy kutyás szolgáltató kiegészítésként kereskedhet kutyákkal kapcsolatos termékekkel vendégei körében, mivel lehet, hogy egy gazda a kutyáját csupán egy kozmetikára viszi, de meglátja, hogy milyen jó kefet és egészséges eledelt lehet vásárolni, így akár a szolgáltatás igénybevételén felül egy előre nem tervezett vásárlást is beiktat az ügyfél.

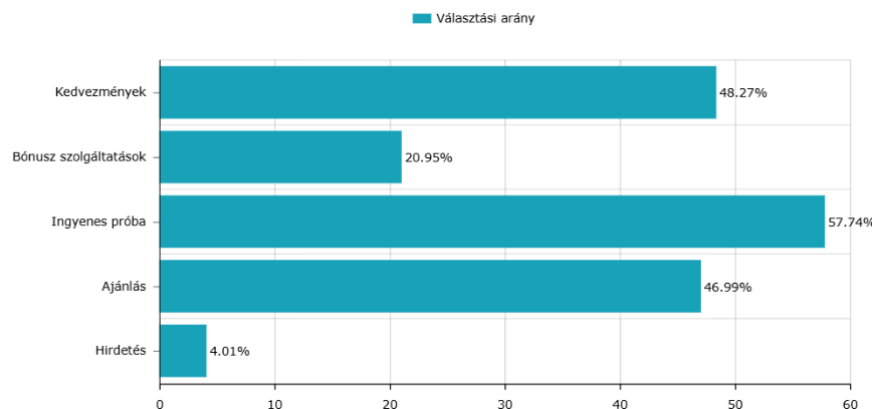
A kitöltők 64,44%-a használja jelenleg valamelyik kutyakozmetika, -napközi vagy -panzió szolgáltatásait, 63,59% a megbízhatóság, 53,33% a minőség, 52,8% a közelség, 34,36% az ár és 31,28% az ajánlás alapján lehetőséget jelölt meg az oknak, hogy miért választották a jelenlegi szolgáltatójukat. Ezekon kívül fontosnak tartottam megkérdezni, hogy hajlandók lennének-e többet fizetni prémium minőségű szolgáltatásért, 43,13% válaszolt igennel.

A válaszadókat megkérdeztem, hogy mi tenne vonzóvá számukra egy kutyás szolgáltatót. A legtöbben a szakértelmet emelték ki és azt, hogy biztonságban tudhassák az állataikat. Nagyon fontos még számukra az állatszeretet és a munkavállalók hozzáállása, többen írtak a rossz tapasztalataikról, amik nagy sebet ejtettek bennük. Nagyon fontosnak tartom, hogy egy kutyákkal foglalkozó személynek a szakképzettség és az érzelmi kötődés az állatok felé egyaránt meg legyen, mert egy állatokkal foglalkozó vállalkozásnak nem csupán a profit szerzése a célja, hanem az állatjólét megteremtése és terjesztése, ez üzleti szempontból is fontos tényező, mivel így lehet hűséges ügyfeleket szerezni, ha tudják, hogy állataik a legjobb kezekben vannak.

A válaszadók majdnem fele szívesen részt venne oktató előadásokon, ez azt mutatja, hogy a gazdák szeretnék fejleszteni magukat, hogy még többet adhassanak kutyájuknak, esetleg más állatoknak is. A válaszadók szintén majdnem fele szívesen csatlakozna kutyabarát túrákhoz és 41% pedig szívesen részt venne jótékonyági eseményeken, az utóbbi egyfajta bizakodást vált ki bennem, mert nagyon fontosnak tartom a társadalmi felelősségvállalást minden

területen. Egy kutyás szolgáltató tökéletesen ki tudná venni ebben a részét. Az ügyfelek hozzájárulásával egy jótékonyági eseményen sok adomány összegyűjthető, amely nagy mértékben hozzá tud járulni az állatvédők és a menhelyek munkájához, emellett a társadalmi felelősségvállaláshoz tartozik a felelős állattartásra és az örökbefogadásra való figyelemfelhívás, emellett közösséget épít és oktató célt is szolgál. A kutyákkal foglalkozó szakemberek ellátogathatnának óvódákba és iskolákba is, ahol egy nagyon fontos és hatékony társadalmi változás előmozdításában vehetnének részt, ez fontos szerepet játszik az állatjólét és az állatvédelem népszerűsítésében.

A válaszadók 68,62%-a valamely szociális média platformon keresztül értesül leginkább új szolgáltatásokról/akciókról. 18,44% ajánlások útján és 10,28% weboldaltól informálódik, a maradék kevesebb, mint 3% pedig szórólapok és plakátok által. Megkérdeztem még a kitöltőket, hogy szívesen kipróbálnák-e egy próbacsomag keretében egy kutyás szolgáltató szolgáltatásait és 63,36% válaszolt igennel, egy ilyen lehetőség kínálata vonzó lehet a potenciális ügyfelek számára. Emellett, a kitöltők 57,92%-át érdekelné bérlet vásárlása kedvezményes szolgáltatásokra, amivel szintén a hűséget lehetne erősíteni mivel, ha valaki vesz valahova egy bérletet, azt ideális esetben fel is használja, amennyiben tetszett neki ez a fajta lehetőség továbbra is hajlandó bérletet vásárolni, mivel az elköteleződéséért cserébe valamilyen kedvezményt kap.



12. ábra: ösztönző promóciók (saját forrás)

Továbbá feltettem egy kérdést arról is, hogy milyen promóciók ösztönöznék a válaszadókat arra, hogy kipróbáljanak egy új szolgáltatót. A legtöbben az ingyenes próbát választották, másodikként a kedvezményeket és nem sokkal lemaradva a harmadik helyen az ajánlás áll. Ezek fontos szempontok lehetnek egy induló vállalkozásnál, mivel valamilyen módon ügyfeleket kell szerezni. Ezáltal a kérdés által megtudhattuk, hogy mi a legfontosabb.

A kapott adatok mélyebb megértése érdekében Spearman-féle rangkorrelációs elemzést végeztem. Az elemzés célja az volt, hogy megnézzem, hogy a kapott válaszok között van-e valamilyen összefüggés. A korrelációs mátrix alapján megfigyelhető, hogy azok a kitöltők, akik tartanak háziállatot nagy eséllyel tartanak kutyát, mivel ezen változók között pozitív közepesen erős kapcsolat van. Ez megerősíti, hogy a kérdőívet megfelelő célcsoport töltötte ki.

		hosszukis testuar	rovidkiste stuar	hosszuko zepesar	rovidkoze pesar	hosszuna gyar	rovidnagy ar	erdeklire ativkozmi	kreativar
hosszukis testuar	Correlatio n	1,000	,663**	,708**	,693**	,612**	0,420	-0,074	,555**
	Sig. (2- tailed)		0,000	0,005	0,002	0,009	0,093	0,387	0,007
rovidkiste stuar	Correlatio n	,663**	1,000	0,494	,764**	,576**	,661**	-0,116	0,286
	Sig. (2- tailed)	0,000		0,072	0,000	0,016	0,004	0,174	0,198
hosszuko zepesar	Correlatio n	,708**	0,494	1,000	,670**	,736**	0,649	-0,001	,933**
	Sig. (2- tailed)	0,005	0,072		0,000	0,024	0,058	0,993	0,001
rovidkoze pesar	Correlatio n	,693**	,764**	,670**	1,000	0,355	0,507	-0,166	,933**
	Sig. (2- tailed)	0,002	0,000	0,000		0,348	0,164	0,160	0,001
hosszuna gyar	Correlatio n	,612**	,576**	,736**	0,355	1,000	,737**	-0,025	0,175
	Sig. (2- tailed)	0,009	0,016	0,024	0,348		0,000	0,815	0,567
rovidnagy ar	Correlatio n	0,420	,661**	0,649	0,507	,737**	1,000	-0,094	-0,396
	Sig. (2- tailed)	0,093	0,004	0,058	0,164	0,000		0,370	0,181
erdeklire ativkozmi	Correlatio n	-0,074	-0,116	-0,001	-0,166	-0,025	-0,094	1,000	
	Sig. (2- tailed)	0,387	0,174	0,993	0,160	0,815	0,370		
kreativar	Correlatio n	,555**	0,286	,933**	,933**	0,175	-0,396		1,000
	Sig. (2- tailed)	0,007	0,198	0,001	0,001	0,567	0,181		

3. táblázat: korrelációs táblázat-kutyakozmetika árak kapcsolata (saját forrás)

- [1.] A legerősebb szignifikáns korreláció ($r = 0,933$; $p < 0,01$) a hosszúszerű közepes testű kutya kozmetikájára szánt összeg és a kreatív kutyakozmetikai szolgáltatásért fizetendő összeg között van. Ebből arra következtethetünk, hogy akik hajlandóak többet fizetni a közepes testű kutyájuk kozmetikázásáért, nyitottabbak a prémium szolgáltatásnak minősülő kreatív kutyakozmetikára. Emellett a kreatív kutyakozmetikával kapcsolatos fizetési hajlandóság korrelál a hosszúszerű kis testű kutyák kozmetikai árával ($r = 0,555$; $p < 0,01$), ez azt jelenti, hogy ezen kutyák gazdái nyitottabbak lehetnek a kreatív kozmetikára.
- [2.] Szoros összefüggés figyelhető meg a rövidszerű közepes testű kutyára vonatkozó fizetési hajlandóság és a hosszúszerű kis testű kutyára vonatkozó

kozmetikai ár között ($r = 0,708$; $p < 0,01$), és a rövidszőrű kis testű és hosszúsőrű kis testű kutyák esetében ($r = 0,663$; $p < 0,01$). Ez arra enged következtetni, hogy az a gazda, aki többet hajlandó fizetni a hosszúsőrű kutyája ápolásáért, az többet hajlandó fizetni a rövidszőrűért is, viszont, aki kevesebbet fizetne a rövidszőrű kozmetikájáért az a hosszúsőrű kutya kozmetikájáért is kevesebbet hajlandó fizetni, tehát ez azt jelzi, hogy a kutyatulajdonosok fajtától függetlenül hasonló gondolkodás mentén határozzák meg kedvencük kozmetikájáért fizetendő árat.

- [3.] A kutyanapközi és a -panzió iránti érdeklődés között erős kapcsolat figyelhető meg ($r = 0,543$; $p < 0,01$), ami azt jelenti, hogy nagy valószínűséggel, ha valaki érdeklődik kutyanapközi iránt, akkor -panzió iránt is. A kutyanapközivel és a -panzióval kapcsolatos fizetési hajlandóság között is erős kapcsolat figyelhető meg ($r = 0,644$; $p < 0,01$). Célszerű lehet valamilyen promócióval összekapcsolni a két szolgáltatást, például a rendszeresen panzióba járók 5% kedvezményt kapnak a napközi árából, ezzel motiváljuk az ügyfeleket, hogy a lehető legjobban kihasználják a rendelkezésre álló szolgáltatásokat és ezzel a vásárlási hajlandóságot is lehet növelni, illetve az ügyfélmegtartást is erősítheti.

Összefoglalás

Kutatásomban a kutyatartók körében jelentkező szolgáltatási igényeket, valamint a különböző kutyás szolgáltatások – mint például a kutyakozmetika, napközi, panzió, fitness és oktatás – iránti fizetési hajlandóságot térképeztem fel. A vizsgálatot 568 fő részvételével végeztem, akik túlnyomó többsége aktív kutyatartó volt. A mintavétel során figyelembe vettem a kutyák jellemzőit (például méret, szőrzet hossza), valamint a gazdák életviteléből fakadó sajátos szükségleteket. Az elméleti háttérben rámutattam arra, hogy a városi életforma, a kötött munkaidő és a házikedvencekhez fűződő érzelmi kötődés erősödése jelentősen növelte a személyre szabott, kényelmi szolgáltatások iránti keresletet. Hangsúlyoztam továbbá, hogy a humán-állat interakciók elismert pszichológiai és fiziológiai előnyei – mint a stresszcsökkentés, társas támogatás és egészségi állapot javulása – hozzájárulnak a kutyatartás társadalmi szerepének felértékelődéséhez. Ezzel megalapoztam annak indokoltságát, hogy a kutyás szolgáltatások nem csupán az állatok, hanem a gazdák szükségleteire is reflektáljanak. Az adatfelvétel eredményei alapján bemutattam, hogy a válaszadók jelentős része rendszeresen igénybe vesz kutyakozmetikai szolgáltatásokat, és több mint felük érdeklődik házhoz járó szolgáltatások iránt. Elemeztem a különböző szolgáltatásokhoz kapcsolódó érzékenységet, és megállapítottam, hogy ezen a téren jelentős szórás tapasztalható. Feltártam, hogy a panzió és napközi szolgáltatások iránt fokozott kereslet mutatkozik, míg a kutyafitness, dog spa és online kutyaiskola iránti érdeklődés jellemzően szűkebb célcsoportokra korlátozódik. A korrelációs elemzések segítségével azonosítottam azokat a fogyasztói szegmenseket, amelyek nyitottak a magasabb árkategóriájú, illetve komplex, kombinált szolgáltatási formákra. Következtetésként megállapítottam,

hogy a magyarországi kutyatartók körében jelen van egy tudatos, minőségi szolgáltatásokat kereső réteg. Ők nemcsak a rendszeres szolgáltatásigénybevételre, hanem a kényelmes, biztonságos és személyre szabott megoldásokra is nyitottak. A kutatásom eredményei alapján üzleti és társadalmi szempontból is megalapozott egy olyan korszerű, komplex kutyás szolgáltatóhely kialakítása, amely nem csupán a gondozás funkcionális aspektusait fedi le, hanem közösséget is épít, edukációs funkciókat tölt be, és hozzájárul az állatjóléti szemléletformáláshoz.

Hivatkozások

- [1] Beetz, A., Uvnäs-Moberg, K., Julius, H., & Kotrschal, K. (2012.). Psychosocial and psychophysiological effects of human-animal interactions: the possible role of oxytocin. *Frontiers in psychology*, 3, 26183. Forrás: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2012.00234>
- [2] Handlin, L., Hydbring-Sandberg, E., Nilsson, A., Ejdebäck, M., Jansson, A., & Uvnäs-Moberg, K. (2011). Short-term interaction between dogs and their owners: Effects on oxytocin, cortisol, insulin and heart rate – An exploratory study. *Anthrozoös*, 24(3), 301–315. <https://doi.org/10.2752/175303711X13045914865385>
- [3] Miklósi, Á., & Topál, J. (2013.. június). What does it take to become ‘best friends’? Evolutionary changes in canine social competence. *Trends in Cognitive Sciences*, 17(6), 287–294. Forrás: [https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/fulltext/S1364-6613\(13\)00078-8](https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/fulltext/S1364-6613(13)00078-8)
- [4] McDonald, S., Silver, J., Nienstadt, L., & Dombrowski, C. (2022). Grooming-related concerns among companion animals: Preliminary data on an overlooked topic and considerations for animals' access to health-related services. *Frontiers in Veterinary Science*, 9, Article 827348. <https://doi.org/10.3389/fvets.2022.827348>
- [5] McNicholas, J., & Collis, G. M. (2000). Dogs as catalysts for social interactions: Robustness of the effect. *British Journal of Psychology*, 91(1), 61–70. <https://doi.org/10.1348/000712600161673>
- [6] Odendaal, J. S. J., & Meintjes, R. A. (2003). Neurophysiological correlates of affiliative behaviour between humans and dogs. *Veterinary Journal*, 165(3), 296–301. [https://doi.org/10.1016/S1090-0233\(02\)00237-X](https://doi.org/10.1016/S1090-0233(02)00237-X)
- [7] Statista. (2023.). *Statista*. Forrás: Statista: <https://www.statista.com/>
- [8] Színák, J., Bauman, A., Dömötör, J., & Bíró, F. (2023.). *Kutyakozmetika*. Budapest: FVM Vidékfejlesztési, Képzési és Szaktanácsadási Intézet.

- [9] Wood, L., Giles-Corti, B., & Bulsara, M. (2005). The pet connection: Pets as a conduit for social capital? *Social Science & Medicine*, 61(6), 1159–1173. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2005.01.017>
- [10] Walsh, F. (2009). Human–animal bonds I: The relational significance of companion animals. *Family Process*, 48(4), 462–480. <https://doi.org/10.1111/j.1545-5300.2009.01296.x>