



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

ACTA CAROLUS ROBERTUS

Károly Róbert Főiskola tudományos közleményei
Alapítva: 2011



4 (1)

A KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA HALLGATÓINAK UTAZÁSI ÉS REKREÁCIÓS SZOKÁSAI

MAJOR DOMINIKA
BUJDOSÓ ZOLTÁN
CSERNÁK JÓZSEF

Összefoglalás

Napjaink „élménytársadalom” és „élménygazdaságtan” korszakában helyet foglaló tanulók mind a turizmusban, mind a hétköznapiak során megvalósuló szabadidős célú vizsgálata egy lehetséges kutatási terepet biztosított ahhoz, hogy még árnyaltabban megismerjük döntéseiket, motivációjukat, rekreációs módjukat. Tanulmányunk középpontjában egy főiskola nappali tagozatos hallgatói állnak, akik szerves részét képezik az őket befogadó városnak, a helyi társadalomra fontos hatást gyakorolnak. Vizsgálatunk jelentősége a téma aktualitása mellett abban áll, hogy a hallgatók utazási és rekreációs szokásainak feltérképezése nemcsak az őket befogadó intézménynek, de a turisztikai szolgáltatóknak is hasznos lehet.

Kutatásunkhoz primer és szekunder jellegű adatok járultak hozzá. A szakirodalom feldolgozása mellett számos információt kaptunk az adott felsőoktatási intézmény sportfelelősétől, egy mélyinterjú keretében. Primer kutatásunk másik eszköze a standardizált kérdőív volt. Az adatokat SPSS 20 statisztikai programcsomag segítségével dolgoztuk fel, melynek során egy- és többváltozós elemzéseket (faktoranalízist, klaszteranalízist, keresztábra-elemzést) is készítettünk. A kutatás alapján többek között megállapítható, hogy milyen eltérések és hasonlóságok fedezhetők fel a fiatalok turisztikai érdeklődése és motivációi között. Vizsgálatunk során 4 különböző turisztípust sikerült létrehozni, melyek elemzése marketing szempontból és hatásvizsgálati aspektusból is fontos. Kiderült az is, hogy a hallgatók nagy része aktívan tölti el szabadidejét, viszont nem használja ki az intézmény és a város által nyújtott rekreációs lehetőségeket.

Kulcsszavak: utazási szokások, hallgatók, Károly Róbert Főiskola, klaszteranalízis, rekreáció,

JEL: L83

Travel and Recreational Habits of Students at Károly Róbert College

Abstract

In today's "experience society" and "experience economy" era of occupying students both in tourism and testing carried out during the weekdays pleasure a possible research stage to put in even more nuanced know their decisions, their motivations, their way of recreation. Our study focuses on a full-time college students, who are an integral part of their host cities, to the local community have an important impact. Our study is important in addition to the topic that students travel and recreational habits of mapping not only their host institution, but the tourism service providers can be useful.

We contributed primary and secondary type of data to our research. In addition to treatment of literature we received information about a number of higher education institutions in charge of sports, within the framework of an in-depth interview. Another

primary research tool was a standardized questionnaire. The data were processed using SPSS 20 statistical software package, which the univariate and multivariate analysis (factor analysis, cluster analysis, crosstabs - analysis) are made. Based on the research include, among others stated that what differences and similarities can be discovered in the tourist's interest and motivation of young people. In this study four different types of tourists managed to establish which aspects of marketing analysis and impact assessment is an important aspect. It also turned out that most of the students are actively spend their free time, but it does not take institutional and recreational opportunities offered by the city.

Keywords: habits of traveling, students, Károly Róbert College, cluster analysis, recreation,

Bevezetés

A 21. század élményalapú társadalmában a fiatalok erőteljes fogyasztás-orientáltságának lehetünk tanúi. Nap mint nap tapasztaljuk, hogy „élményparkba” látogatnak, „élménypizzériában” étkeznek, „élményfesztiválon” vesznek részt. Életkori sajátosságaikból fakadóan jellemzi őket az élményorientáltság, az élményekre való nyitottság (Schulze, 1992).

Nem elhanyagolandó az a tény, hogy nemzetközi viszonylatban az ifjú turisták jelentik a turizmus keresleti oldalának 20 százalékát. Ez évente 160 millió utazást és 136 milliárd dolláros turisztikai piacot tesz ki (WYSE-TC, 2008).

Az Egészségügyi Világszervezet felmérése szerint a felnőttkori betegségek kialakulása mozgásszegény életmódra vezethető vissza (Mozgásvilág, 2009).

Munkánk célja, hogy megvizsgáljuk a Károly Róbert Főiskola hallgatóinak utazási és rekreációs szokásait. Fontosnak tartjuk bemutatni, hogy üdülésük alatt és a hétköznapiak során milyen szabadidő-eltöltési módokat preferálnak, valamint elvárásaik, utazási döntéseik mennyire felelnek meg a velük szemben támasztott sztereotípiáknak. Mivel a hallgatók nagy része nappali tagozatos, így vizsgálatunk során olyan kérdéseket is meg tudtak válaszolni, amelyek arról tanúskodnak, hogy gyakrabban látogatják a főiskola létesítményeit, ezáltal volt benyomásuk annak szabadidős szolgáltatásairól.

A turizmus és rendszere

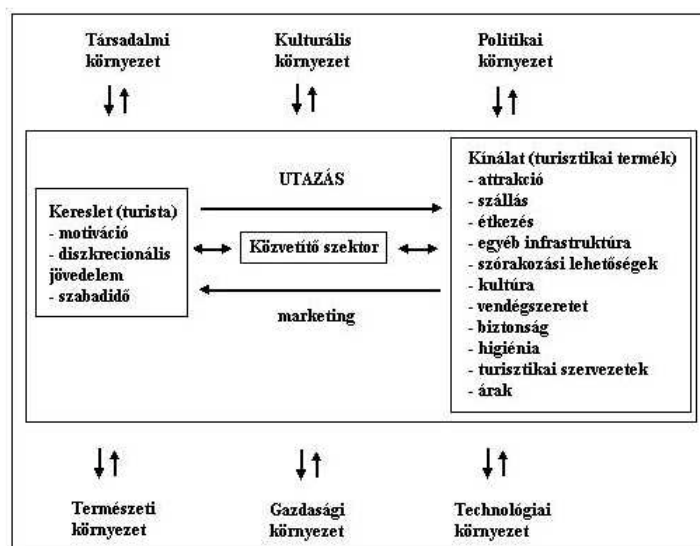
A turizmus mindennapjaink legmeghatározóbb gazdasági és társadalmi jelensége, mely magába foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat (Lengyel, 2004).

A legmodernebb turizmusdefiniáció Michalkó (2004) nevéhez köthető, mely szerint „A turizmus lényege a személyek élményszerzéssel párosuló környezetváltozása, amelynek során szolgáltatások igénybevételére kerül sor.”

Az 1. ábra alapján megállapítható, hogy a turizmus rendszerének két alrendszere: kereslet és kínálat között a kapcsolatot a fogadó területről a turista felé irányuló marketing, a közvetítő szektor (utazásszervezők, utazási ügynökségek) tevékenysége, valamint a turistának a küldő területről a fogadó területre történő utazása hozza létre.

A turizmus rendszere dinamikusan változik és nyílt rendszerként kölcsönhatásban áll környezetének alkotóelemeivel (Lengyel, 2004).

Az alábbi ábráról leolvasható a turisztikai kereslet elemei, úgymint a motiváció (cselekvésre ösztönző belső hajtóerő), diszkrecionális (szabadon felhasználható) jövedelem és a szabadidő.



3. ábra: A turizmus rendszere

Forrás: Lengyel M.: A turizmus általános elmélete alapján

http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turizmus_es_kozlekedes/Image/s/1.png

2013. 12. 12.

Bármely formáját vizsgáljuk a turizmusnak, lényege az állandó környezetből való kiszakadásban rejlik, mely történhet szabadidőben (szabadidős-turizmus) vagy munkaidőben (hivatásturizmus).

Szakirodalmi feldolgozásunk során az ifjúsági turizmust elhelyeztük a turizmus rendszerén belül a kínálati oldalra. A kínálat legfontosabb eleme a turisztikai termék, melynek három csoportja létezik: tér, tevékenység és csoportspecifikus. A csoportspecifikus termékben belül, a senior turizmus mellett találjuk az ifjúsági turizmust. Ennek alapján dolgoztuk fel a kapcsolódó szakirodalmat. A regionális fejlesztési stratégiákban arról olvashatunk, hogy az aktív turizmus alapcsoportja az ifjúságnak. A számukra kialakított aktív kínálat alapján és az egészségügyi helyzetükből kifolyólag kiválóan alkalmasak aktív turisztikai tevékenységek végzésére (Ifjúsági stratégia, 2010).

A turizmussal összefüggésben vizsgáltuk a rekreációt, mint a helyi társadalom aktív, testmozgással járó szabadidős tevékenységét. Hasonlóság, hogy mindkettő környezetváltozással jár együtt. A különbség egyrészt abban áll, hogy a turizmus elsődleges célja a maradandó élmény keresése, a rekreációé viszont az átmeneti, aktív kikapcsolódás, a szervezet felfrissítése. Másrészt a turizmus során kilépünk megszokott térfelületünkből, a rekreáció során nem. Végül a turizmus fogyasztásra ösztönzi a benne résztvevőt, míg a rekreáció gyakran kedvezményes vagy ingyenes áru (Michalkó, 2004).

Anyag és módszer

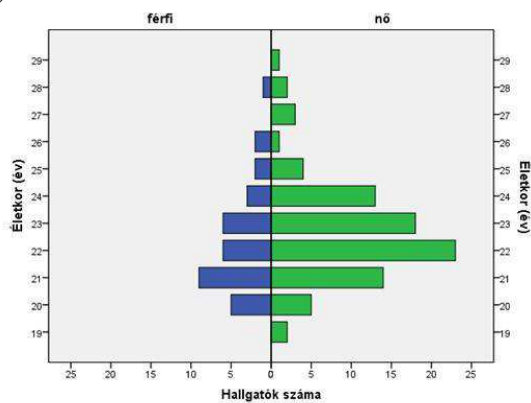
Primer vizsgálatunk során elsőként a Hallgatói Önkormányzat volt sportfelelősével készítettünk interjút, melynek során feltérképezzük a főiskola szabadidős kínálatát, a legfőbb információszerezési forrásokat, adatokat kaptunk a hallgatói aktivitásról is.

A beszélgetés megadta az alapját, hogy kérdőíves vizsgálatot végezzünk 120 hallgató bevonásával. A lekérdezést követően a válaszokat tipizálva és kódolva vittem fel az SPSS 20 nevezetű programba. Több statisztikai szoftver közül az SPSS alkalmas leginkább a gazdaság-és társadalomtudományi elemzések végzésére (Marques de Sá, 2007). Mivel a kérdőívünk egyik témakörét (fiatalok turisztikai érdeklődését) sok kérdéssel közelítettük meg, ezért felmerült az igény a változók számának csökkentésére, tehát arra, hogy az eredeti információmennyiséget kevesebb változóval reprodukáljuk.

Előzetesen a kitöltőket arra kértük, hogy 1-6-ig terjedő Likert-skálán fejezzék ki véleményüket, ahol 1 „egyáltalán nem fontos”, míg 6 a „nagyon fontos” kategóriát jelentette. KMO mutató segítségével előszűrést alkalmaztunk, mely alapján a változók alkalmasnak bizonyultak az ún. faktoranalízisre. A faktorelemzés megfelel arra, hogy az általunk megnevezett változókat csökkentsük, illetve összesítsük őket és e folyamat révén komplex tényezőket (faktorokat) hozunk létre, melyek több tartalommal bírnak és ezáltal jellemzik a mintát. A többváltozós módszer célja tehát a változók osztályba sorolása, és a változók számának redukálása. A kapott eredményeket felhasználtuk a klaszteranalízisünkhöz is. A klaszterelemzés esetén az osztályozás matematikai alapokon történik (Sajtos – Mitev, 2007). Célunk az volt, hogy a mintában szereplőket az egyes változók rájuk gyakorolt hatása alapján csoportokba rendezzük.

Eredmények

Kérdőíves kutatásunk mintáját a 19-29 éves korosztály jelentette. Korfánkából világosan kirajzolódik, hogy a nők felülreprezentáltak, a minta 71,66 %-át alkotó női tanulók többsége (26,74 %) 22 éves. A férfiak 28,33%-a képviseltette magát, többségük (26,47 %) 21 éves (1. ábra).



4. ábra: A válaszadók nem és kor szerinti ábrázolása „korfa” segítségével (n=120)

Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőívünkben a főiskolások nyaralással kapcsolatos véleményük feltárására az alábbi módon tettünk fel kérdéseket:

Mennyire fontosak számodra a következő dolgok utazás során? Értékelj 1-6-ig terjedő skálán! (1 = egyáltalán nem fontos; 6 = nagyon fontos)

- | | |
|---|--|
| 1. ismerkedés | 8. azt tenni, amit szeretnék |
| 2. új dolgok tanulása, nyelvtanulás | 9. önállóság |
| 3. kikapcsolódás | 10. szórakozás |
| 4. más kultúrák megismerése | 11. kulturális programlehetőségek
(színház, múzeum, világörökségek) |
| 5. flörtölés | 12. természeti környezet megismerése |
| 6. jól érezni magam (a többiekkel) | 13. sportolás |
| 7. izgalmas élményeket szerezni, új dolgokat kipróbálni | |

A főkomponens-elemzés során elsőként Kaiser-Meyer-Olkin mutatót alkalmaztunk. A KMO mutató 0,5 feletti értéke bizonyítja, hogy a mintán elvégezhető-e a faktoranalízis. A KMO értéke esetünkben 0,768 volt, így a változók megfelelőek voltak a vizsgálat elvégzésére.

Az SPSS program a varimax módszerrel történő faktorrotációja után 3 új változót, ún. faktort hozott létre, melyeket elneveztek. A kapott faktorokat az 1. táblázat szemlélteti.

1. táblázat: Varimax módszerrel rotált faktorsúlymátrix sorba rendezett eredményekkel

Változók	1. faktor	2. faktor	3. faktor
sportolás	,845	,020	,058
más kultúrák megismerése	,820	,154	,157
természeti környezet megismerése	,796	,011	,198
új dolgok tanulása, megismerése	,652	,580	,054
nyelvtanulás	,471	,380	,098
kikapcsolódás	,466	,209	,370
flörtölés	,013	,848	,098
ismerkedés, kapcsolatépítés	,228	,842	,039
kulturális programlehetőségek	,052	,670	,418
azt tenni, amit szeretnék	,099	,038	,828
szórakozás	,096	,016	,798
jól érezni magam a többiekkel	,236	,145	,740
izgalmas élményeket szerezni, új dolgokat kipróbálni	,515	,309	,519

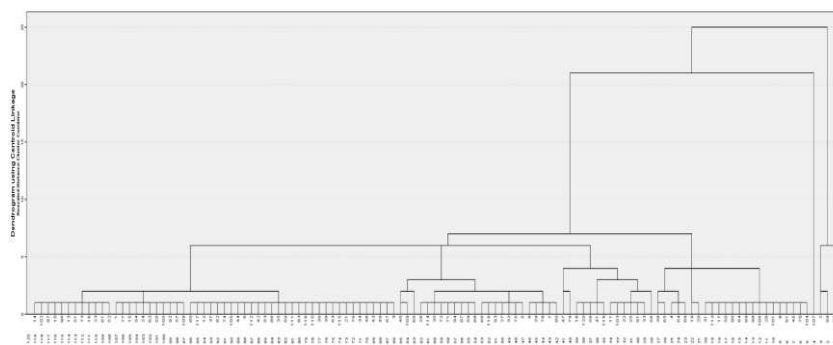
Forrás: Saját szerkesztés

Az első faktor a **nyitott-intellektuális** elnevezést kapta, hiszen e faktorra jellemző a nyitottság új dolgok illetve kultúrák iránt, kedvelt a sportolás, nyelvtanulás, fontos a természeti környezet és pihenés is.

A második faktor (**kontrasztélményeket keresők**) vegyesnek mondható, hiszen szerepel benne az ismerkedés, kapcsolatépítés, flörtölés valamint a kulturális programok iránti érdeklődés is.

A harmadik faktor (**szórakozó-élményszerző**) alapját elsősorban a bulizás, izgalmas élmények megszerzése adja.

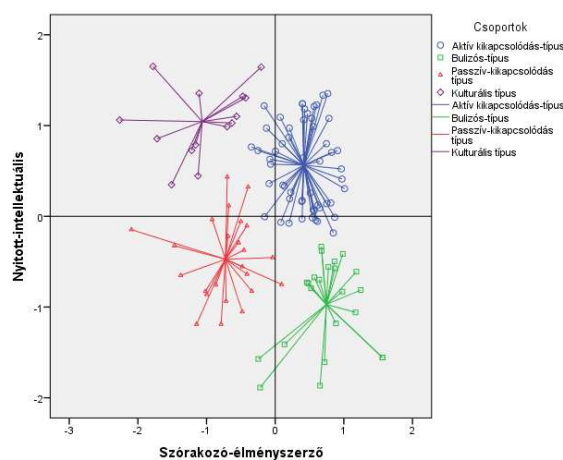
A kapott eredményeket felhasználva klaszteranalízissel csoportosítottuk a mintában lévő válaszadókat. A vizsgálat során centroid metódikát használtunk. A centroid vagy súlyközéppontos módszer a klaszterek súlypontjának előzetesen kiszámolt koordinátái alapján határozza meg a klaszterek közötti távolságot (Kata, 2007).



5. ábra: A klaszteranalízis dendogramja

Forrás: Saját szerkesztés

A létrejött dendrogram alapján (3. ábra) arra a következtetésre jutottunk, hogy négy klasztert érdemes meghagyni. Volt néhány hallgató, akiket kivettünk a mintából, hiszen válaszaik elkülönültek, nem érték el a minta 5%-át sem. A végleges csoportokat a következő ábra szemlélteti:



6. ábra: A klaszterelemzés alapján kapott csoportok ábrázolása (n=115)

Forrás: Saját szerkesztés

A 4. ábrán szereplő klasztereket két faktor (nyitott-intellektuális) és (szórakoztató-élményszerző) keresztmetszetében ábráztuk, hiszen a legtöbb tényezőt e két faktor tartalmazza.

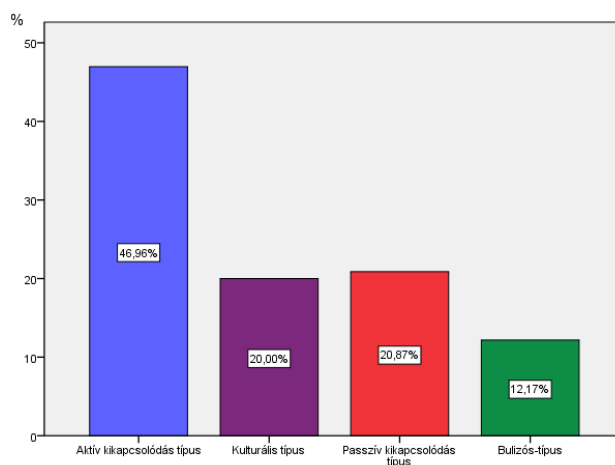
A legnagyobb részt képviselő „*aktív kikapcsolódás-típus*” a minta 46,96%-át teszi ki. A csoporttagok számára fontos a szórakozás, a társasági együttlét, emellett nyitottak az új dolgok iránt is. Nyaralási motivációjuk között szerepel a strandolás, fürdőzés.

Üdülésükre legfőképp a spontaneitás jellemző, szinte előzetes szervezés nélkül indulnak útnak. Szeretnek nyaralásuk során izgalmas élményeket szerezni, új dolgokat kipróbálni. Az ún. „szeretem azt tenni, amit akarok” mentalitás jellemző rájuk. A turisztikai termékek közül az aktív turizmusban lehetnek érdekeltek.

A „**bulizós-típus**” a minta 12,17%-át képviseli. Elsősorban a bulizást, önfelelt szórakozást részesítik előnyben. Az ebbe a csoportba tartozó fiatalság elsősorban a zenés, táncos szórakozóhelyeket, kötöttségektől mentes rendezvényeket keresi. Fontos számukra, hogy jól érezzék magukat a többiekkel. Nyaralásukat részletesen megszervezik, de az spontán elemeket is tartalmazhat.

A „**passzív kikapcsolódás típus**” csoport onnan kapta a nevét, hogy nem vesznek részt a szórakozással összefüggő tevékenységekben, nem elsődleges számukra a nyitottság. Nyaralási céljaik között a pihenés, rokonlátogatás, városlátogatás jelenik meg. Szabadidejükben olvashatnak, kiállításokat tekinthetnek meg. A minta 20,87 %-át alkotják. Üdülésüket részletesen megszervezik, de az spontán elemeket is tartalmaz.

A „**kulturális típus**” a minta egyötödét teszi ki. Nyaralásukra az jellemző, hogy azt nem spontán módon szervezik meg, viszont spontán elemeket is szokott tartalmazni. A szegmens érdeklődésének középpontjában a kulturális és természethez kapcsolódó attrakciók állnak. Szívesen ismerkednek meg más kultúrákkal, örömmel tanulnak új dolgokat. Vonzó program lehet számukra a városlátogatás, bor- és gasztronómiához kötődő események. Emellett részt vehetnek könnyűzenei fesztiválokon, sőt nyelvtanulás érdekében tanulmányi utakon is. Náluk jelenik meg legmarkánsabban a sport, mint motiváció. A csoportok százalékos megoszlását az 5. ábra mutatja.

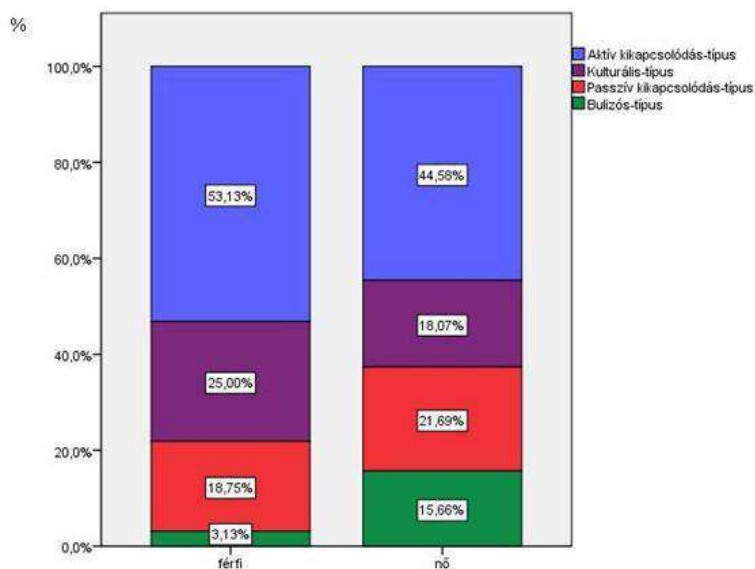


7. ábra: A létrejött klaszterek megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés

A kapott klaszterek alapján elvégeztünk keresztábra-elemzést a csoporthoz való tartozás és a főiskolás neme között is. Mivel a chí négyzet próba eredménye magasabb volt, mint a megengedett 0,05-ös érték, így nem alakult ki szignifikáns kapcsolat a kapott csoportok és nemek között. Ez arra enged következtetni, hogy a turisztikai szolgáltatóknak nem szükséges külön-külön megcélozni a női és férfi hallgatókat.

A látványosság kedvéért felnagyítottuk mindkét nem arányát 100%-ra, a 6. ábra jól szemlélteti a nemeken belüli illetve nemek közötti százalékos megoszlásokat.



8. ábra: A létrejött klaszterek megoszlása nemenkénti bontásban (n=115)

Forrás: Saját szerkesztés

Az ábráról az is leolvasható, hogy a nők esetében többen vannak a „bulizós-típusú” hallgatók illetve a férfiak körében nagyobb részt képviselnek a „kulturális-típusú” tanulók. Úgy gondoljuk, hogy kutatásunk a fiatalok körében megfigyelhető trendek változásait kitűnően leképezte.

A rekreációs szokásokat is érintettük vizsgálatunk során. Célunk az volt, hogy megvizsgáljuk a hallgatókat befogadó felsőoktatási intézmény és a környék rekreációs formáinak vonzerejét, a hasznos szabadidő-eltöltésben elfoglalt szerepét, a hallgatók elégedettségének tükrében.

Előzetesen kiderült, hogy a minta 80,83%-a ismeri a Főiskola által nyújtott szabadidő-eltöltési lehetőségeket. A teljes mintán belül 53,33% ismeri és egyúttal igénybe is veszi ezen formákat, 46,67% ugyan ismeri, de nem használja ki ezen lehetőségeket. Az alábbi táblázatból látszik, hogy a legnépszerűbbek a szórakozási lehetőségek, a különféle rendezvények. A hallgatók szerényebb érdeklődést mutatnak a sportolás, kirándulás pl. karácsonyi vásár illetve az iskolai szervezésű nyaralás iránt. A sítábor egyáltalán nem tartozik a kedvelt rekreációs tevékenységek közé. (2. táblázat)

2. táblázat: A Főiskola által kínált rekreációs lehetőségek igénybevételének megoszlása a kitöltők körében (n=120)

rekreációs lehetőségek	igénybe veszi (%)	nem veszi igénybe (%)	összesen
nyaralás	33,33%	66,67%	100%
sítábor	0,00%	100,00%	100%
gólyatábor	35,83%	64,14%	100%
karácsonyi vásár	21,66%	78,34%	100%
edzési lehetőségek	31,66%	68,34%	100%
rendezvények pl. Gólyabál	55,00%	45,00%	100%
szórakozási lehetőségek pl. Club Bakar	57,50%	42,50%	100%

Forrás: Saját szerkesztés

Következtetések

Tanulmányunk során kérdőíves megkérdezéssel vizsgáltuk meg a 19-29 éves ifjú korosztály nyaralásuk alatt megnyilvánuló szabadidős jellemzőit. Leginkább az foglalkoztatott bennünket, hogy mit tartanak fontosnak a nyaralásukkal összefüggésben. Az utazással kapcsolatos elvárásokat illetően először különböző komponenseket, faktorokat különítettünk el, melyeket aztán csoportokba, klaszterekbe rendeztünk. Megállapítottuk, hogy a főiskolai hallgatók turista szerepben nem alkotnak homogén közösséget. Primer elemzésünk alapján 4 különböző turistatípust sikerült létrehozni, melyek még inkább alátámasztják ezeket a különbségeket. Klaszteranalízisünk során kiderült, hogy a hallgatók többsége aktív turista, akik utazásaik során változatos programokat és tevékenységeket igényelnek. Azok a turisztikai desztinációk lehetnek versenyképesek, akik komplex, élményközpontú szolgáltatáscsomagot kínálnak részükre.

Ahhoz, hogy a rekreációs lehetőségek vonzerejét feltérképezzük, „választás a listából” technikát alkalmaztunk a kérdőív során. Azt tapasztaltuk, hogy a gyöngyösi főiskola tanulóinak majdnem fele nem használja ki az intézmény és a város által kínált rekreációs lehetőségeket.

Hivatkozott források

- [1.] Az ifjúsági turizmus fejlesztési stratégiája (2010). Veszprém, Pannon Egyetem Turizmus Tanszék, 126 o.
- [2.] Digitális Tankönyvtár (2011): http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turizmus_es_kozlekedes/Images/1.png
- [3.] Kata J. (2007): Korszerű módszerek a szakképzésben. Pécs, Typotex Kiadó, 336 o.
- [4.] Lengyel M. (2004): A turizmus általános elmélete. Budapest, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., 524. o.
- [5.] Marques de Sá, J. (2007): Applied Statistics Using SPSS, STATISTICA, MATLAB and R (Second Edition. kiad.). Heidelberg, Springer-Verlag, 506 p.

- [6.] Michalkó G. (2004): A turizmuselmélet alapjai. Székesfehérvár, Turizmus Akadémia, 218 o.
- [7.] Mozdásvilág (2009): Görnyedő nemzedék – a testnevelés hiánya. Megjelenés: 2009.01.30. Letöltés dátuma: 2013. szeptember 20. forrás: [www.mozgasvilag.hu](http://www.mozgasvilag.hu/testneveles/hirek/gornyedo_nemzedek_a_testneveles_hiany_a): http://www.mozgasvilag.hu/testneveles/hirek/gornyedo_nemzedek_a_testneveles_hiany_a
- [8.] Sajtos L. - Mitev A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Budapest, Alinea Kiadó, 402 o.
- [9.] Schulze, G. (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main-New York: Campus Verlag, 612 p.
- [10.] WTO (2008): Youth Travel Matters-Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel. Letöltés dátuma: 2013. szeptember 20. forrás: World Tourism Organization. http://issuu.com/ldaly/docs/youth_travel_matters_report/9?e=1740888/2859913

Szerzők:

Major Dominika

főiskolai hallgató
Károly Róbert Főiskola
turizmus-vendéglátás szak
m.dominika89@gmail.com

Dr. Bujdosó Zoltán

főiskolai tanár
Károly Róbert Főiskola
Turizmus, Területfejlesztési és Idegennyelvi tanszék
zbujdoso@karolyrobert.hu

Csernák József

tanársegéd
Károly Róbert Főiskola
Üzleti Tudományok Intézete
csernak@karolyrobert.hu