

## Családbarát szállodák a családok szemével

*Family-friendly hotels from the family's point of view*

ÁSVÁNYI KATALIN

Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing-, Média- és Designkommunikáció Tanszék,  
katalin.asvanyi@gmail.com

MARKOS-KUJBUS ÉVA

Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing-, Média- és Designkommunikáció Tanszék,  
eva.kujbus@gmail.com

### **Absztrakt**

Napjainkban Magyarországon egyre népszerűbbé válnak a családbarát turisztikai szolgáltatások. Az utazási döntések során a családok számára lényeges elem, hogy a szálloda családbarát vagy sem. Nagyon sok hotel állítja magáról, hogy családbarát, ugyanakkor ennek egy közösen elfogadott definíciója nem létezik. Nemzetközi példák mutatják, hogy közös definíció és feltételrendszer kialakítása szükséges, ahhoz, hogy a fogyasztó valóban azt kapja, amit elvár a családbarát jelző hallatán. Kutatásunk célja, hogy azonosítsuk azokat a szolgáltatás-elemeket a családbarát szállodák esetén, melyek lényegesek a családok számára.

Kutatásunk első részében a KidsOasis minősített családbarát szálláshelyek feltételeit és a hallgatói kutatói projekt-eredményeiből nyert elemeket összevetettük, és kialakítottuk saját elemzési keretünket. Primer kutatásunk során családosok visszajelzéseit elemeztük a TripAdvisor adatbázisát felhasználva. Az eredmények azt mutatják, hogy szükséges a családbarát hotelek pontos azonosítása a definíciós elemeken keresztül.

*Kulcsszavak: családi turizmus, családi turisták, családbarát szálláshely*

### **Abstract in English**

Nowadays in Hungary family-friendly tourist services are becoming more and more popular. During travel decision process it is essential for families if the hotel is family-friendly or not. A lot of hotels claim to be family-friendly; however, a common definition of this phenomenon does not exist. International examples show that the common definition and the creation of requirement system are necessary so that consumers get what they expect hearing family-friendly attribute. Our research aims to point out those service elements that can be identified as the attributes of a family-friendly hotel and furthermore are important to families.

In the first phase of our research we compared the requirements of KidsOasis qualified family-friendly accommodations, and the elements from the students research project results and we created our analysis framework. In the primary research we applied content analysis of consumer reviews from TripAdvisor. The main findings show that family-friendly hotels need to be clearly identified by the elements of the definition.

*Keywords: family tourism, family tourist, family-friendly accommodation*

## 1. Bevezetés

A két-generációs, családbarát turisztikai szolgáltatások egyre népszerűbbek mind nemzetközi, mind hazai szinten. A nemzetközi gyakorlatban már sok példát találhatunk a kifejezetten családokat megcélzó szálláshelyekre, vendéglátóegységekre, attrakciókra, vagy akár családi turisztikai desztinációkra. A hazai turisztikai szolgáltatók kínálata folyamatosan bővül és színvonaluk is emelkedik, egyre több magas kategóriájú szolgáltatással találkozhatunk. A családbarát jelző használata azonban nem jellemző, vagy azt megalapozatlanul, tartalom nélkül alkalmazzák. A szállodaiiparban a KidsOasis által minősített családbarát szálláshelyek valóban tudják garantálni mindkét generáció számára az örömteli kikapcsolódás élményét. Azonban az egyéb, magukat családbarátoknak pozicionáló szállodák csalódást okozhatnak az élményvágyó fogyasztóknak.

Tanulmányunk elméleti részében feltérképezzük a családi turizmus és a családi turisták jellemzőit, mely jó alapot biztosít a családi turisztikai szolgáltatások kínálati oldali kialakításához és a keresleti igények feltérképezéséhez. Primer kutatásunkban tartalomelemzéssel elemezzük 14, magát családbarátoknak valló hotel családok által értékelt visszajelzéseit. Tanulmányunk célja, hogy feltárjuk azokat a szolgáltatás elemeket, melyek fontos tényezői a családbarát szállodáknak és valóban lényegesek a családok számára.

## 2. Szakirodalmi áttekintés és módszertan

A *családi turizmus* az egyik legnagyobb állandó keresletet generáló turisztikai ágazat és a szabadidős utazások piacának kb. 30 %-át teszi ki. Amerikában a szabadidős turisták 30 %-a, az Egyesült Királyságban a 25 %-a család (SCHANZEL et al., 2012). A családi utazások előreláthatólag egyre gyorsabb ütemben növekednek, mivel az együtt töltött idő és élmények iránti kereslet folyamatosan növekszik.

Jelentősége ellenére azonban kevésbé kutatott területe a turizmusnak, ugyanakkor a fejlett országokban már több oldalról vizsgálták. A szerzők egy része a döntéshozatal oldaláról foglalkozik a témával, vagyis, hogy a férj vagy a feleség vagy esetleg közösen döntenek arról, hogy hova menjen a család nyaralni (NICHOLS – SNEPENGGER, 1988). Mások a családok életciklusa szempontjából tárták fel a területet (BOJANIC, 1992). Több szerző azt elemezte, hogy a családi turizmus milyen mértékben járul hozzá a gazdasági értéklánchoz, beleértve a családtagok és barátok meglátogatását (SCHANZEL, 2010). A negyedik megközelítésben a kifejezetten családokra specializálódott turisztikai attrakciókat vizsgálták, mint a téma parkok, állatkertek, strandok és hajózási lehetőségek (BROWN, 1995; CARPENTER, 1999), mely leginkább kapcsolódik jelen kutatási témánkhoz. Különösen fontos lenne a belföldi turizmus szempontjából is vizsgálni a családi turizmust, hiszen a családok többsége belföldön utazik (SCHANZEL et al., 2012), azonban ez a terület még egyelőre elhanyagolt az akadémiai kutatásban, mind nemzetközi, mind hazai szinten.

A *családi turisták* általánosan elfogadott definíciója alapján azokat a családi utazókat (legalább 1 gyermek és 1 felnőtt) tekintjük turistának, akik több mint 24 órát töltenek szabadidős turisztikai céllal az állandó lakóhelyükön kívül (CARR, 2011; SCHANZEL, 2010). A *családi turizmus* definícióját a kereslet és kínálat oldaláról is érdemes definiálni, mely jelen tanulmányunk szempontjából is meghatározó. A családi turisták oldaláról értelmezve a családi turizmus egy utazás, melyen az egész család vagy annak tagjai (legalább egy felnőtt és egy gyermek) részt vesznek a kiválasztott desztinációban. Az utazás hossza eltérő a különböző megközelítésekben, hiszen az Egyesült Királyságban 4 vagy több éjszakát jelent, de az általánosan elfogadott értelmezésben 1 napot. (SCHANZEL et al., 2012)

Az utazás során a legjellemzőbb *utazási motivációt* a pihenés, újdonság, kinti tevékenységek, a művészetek és az örökségek megtekintése jelentik, ugyanakkor a családi utazók kevésbé merülnek el a helyi kultúrába. Ausztráliában, az Egyesült Királyságban és az USA-ban a

pihenést keresik leginkább a családok, míg Kínában és Kolumbiában a vásárlási lehetőségek képezik a legnagyobb motivációt. (EUROMONITOR, 2013)

A családokat ugyanakkor olyan *szociális értékek* motiválják az utazás során, mint a családi együttlét és a családi közös emlékek megélése, vagyis sokkal inkább a kapcsolatok javítását, erősítését várják tőle, mint a mindennapokból való kiszakadást. (LARSEN et al, 2007) Ugyanakkor a szülők, nem csak anyukák és apukák, hanem felnőtt emberek is, és néha szükségük van személyes térre és pihenésre is, míg a gyermekek aktivitásra és szórakozásra vágnak, mely konfliktust okozhat az utazás során. Tanulmányunk szempontjából Schanzel definíciója a leginkább alkalmazható, miszerint a *családi turizmus egy céltudatosan együtt töltött idő a család számára, amely a normál rutintól való eltérő aktivitást jelent, mely szórakoztató, de ugyanakkor kompromisszumokat és konfliktusokat rejt magában.* (SCHANZEL, 2010)

A keresleti oldali megközelítés rávilágít arra, hogy a családi turizmust a turisztikai szolgáltatók oldaláról is érdemes definiálni, mely alapján a *családi turizmus a családok számára nyújtott szolgáltatások kínálatát jelenti*, mely egy szálloda esetében a családi szoba, ottlét, ellátás és a szolgáltatások családi igényekhez való alakításában valósul meg. A turisztikai szolgáltatók feladata tehát, hogy az esetlegesen felmerülő konfliktusokat minél inkább csökkentsék és megoldást találjanak azok feloldására a szolgáltatásaikon keresztül, vagyis úgy diverzifikálják a termékeiket és szolgáltatásaikat, hogy megfeleljenek a gyermekek és a szülei (nagyszülei) igényeinek.

A családbarát turisztikai szolgáltatások megjelenésére kétféle megoldást találunk a nemzetközi szakirodalomban. Vannak desztinációk, ahol *nemzeti szinten* meghatározzák, hogy mit jelent a családbarát szolgáltatás, máshol viszont egy alulról jövő kezdeményezésről beszélhetünk, ahol maguk a *turisztikai vállalkozások* fognak össze és határozzák meg, hogy mit jelent a családbarát jelző használata a turizmusban. (HABIBAH et al, 2015)

*Spanyolországban*, Salouban a Családi Turizmus Desztináció intézménye meghatározza, hogy egy turisztikai térségnek milyen családi lehetőségeket és magas minőségű szolgáltatásokat kell nyújtania, melyek a következők: családbarát szállás és étkezés, szórakozás, szabadidős lehetőség, biztonság, kommunikáció, családbarát hozzáállás. A konkrét szolgáltatások közül a magas székeket, a pelenkázó helyiségeket, babysitter szolgáltatásokat, a strand és vízi sport lehetőséget a gyerekeknek, a parkokat és a könnyű megközelíthetőséget emelték ki. (BANYERES, 2008)

*Németországban* a GC-Mark (Global Conformance approved in Germany) egy regisztrált kereskedelmi márka, mely biztosítja a fogyasztók számára a minősített szolgáltatásokat több területen, köztük a szállodaiparban is. A hoteleknek az alábbi sztenderdeknek kell megfelelni ahhoz, hogy használhassák a családbarát jelzőt: gyermekgondozás: többnyelvű személyzet, képességek, kvalifikáció, elérhetőség; szolgáltatások: gyermek büfé, orvosi szolgáltatás, gyermeksarok, mini-, junior klub, sport és szabadidős tevékenység; biztonság: akadálymentesség, csúszásmentes zuhanyzó, jelek, hogy mi merre található, játszóterek és eszközök; szoba: tágas családi szobák, gyerekágy, gyerekzár; higiénia: szoba, strand, úszómedence, étterem; elhelyezkedés: közel a parthoz és a repülőtérhez, bár. (HABIBAH et al, 2015)

*Törökországban* nemzeti szinten nincs meghatározva, hogy mi számít gyermekbarát szállodának, így ezen hiányt pótolva, elindítottak egy Gyermekbarát hotel projektet 2012-ben. A fő feltételeiket a következő öt tényező mentén határozták meg: a szobákban lévő lehetőségek a gyermekeknek, az étkezési lehetőségek a gyermekeknek, szolgáltatások a gyermekeknek, az árak és a gyermekek egészsége és biztonsága. A személyzet képzése is része volt a projektnek, kifejezetten azoké, akik a gyermekekkel kapcsolatba kerülnek a munkájuk során, ez azonban a feltételrendszerbe nem került bele. (ÖZEL, 2013)

Tanulmányunk szempontjából azonban a *tudományos kutatásokban* megjelent családbarát jelző használat is meghatározó saját modellünk elemeinek azonosításához. A szállodaiiparban sok innovatív megoldással találkozhatunk, hogy milyen módon nyitnak a családi turisták felé. HABIBAH és társai (2015) kutatása alapján, melyben Malajziában mérték fel a családbarát turizmus lehetőségét, a következő elemek mentén tudják a családbarát jelzőt erősíteni a szállodák: különböző típusú szobák a családoknak, baba és gyermek igények kielégítése (kiságy), baby sitter, uszoda a gyermekeknek és családjuknak, gyermek klub és játékok a családnak, az étterem, kávézó, a reggeli és a menü, a szabadidő eltöltése és a pihenés, családi terek, gyermekeknek játékok a szállodán belül és kívül, golf, dekoráció. A családokhoz kapcsoltnak ugyanakkor jó lehetőség a szállodák számára, ha ott ünnepli a család valamelyik családtag születésnapját, az évfordulót, anyák vagy apák napját. A családi napok szervezése a vállalati szektor számára szintén további keresletet generál a családi turisták számát tekintve. Miután a 90-es évektől a vásárlás is a családok egyik fő tevékenysége a nyaralás során, ezért ehhez alkalmazkodva a szállodák is érdemes ehhez kapcsolódó csomagokat összeállítani, ahogy a családok által kedvelt témaparkokkal való kapcsolat, vagy azok közelségének kiemelése is növelheti a szállodát választó családok számát. (HABIBAH et al, 2015)

A nemzetközi kitekintést követően a hazai helyzetet mutatjuk be röviden. Magyarországon nemzeti szinten a kormányzat egyelőre nem határozza meg, hogy mely szálláshely használhatja a családbarát jelzőt, azonban alulról jövő kezdeményezésként kialakult a *KidsOasis minősített családbarát szálláshely* kategória, mely szigorú feltétel rendszert állít a szálláshelyek elé, amennyiben a minősítést használni akarják. A családbarát szálláshelyeket a következő megkülönböztető jegyek alapján értékelik és minősítik: ellátás és étterem felszereltsége, szálláshelyek kialakítása, környezettudatosság, gyermekek biztonsága, családi szobák felszereltsége, családi szobák fürdőszobái és a szolgáltatások. Ezen belül a szélforgó jelek számával (3-4-5) jelzik, hogy milyen mértékben teljesíti a feltételeket a szálláshely, melyeknek összesen 10 hotel felel meg az egész országban. (KidsOasis, 2017)

Kutatásunkban a kvalitatív tartalomelemzés módszertanát alkalmaztuk, amely HOFFMANN és munkatársai szerint (2012) „egy rugalmas kutatási módszertan szövegek elemzésére és a társadalom írásos anyagainak leírására és interpretálására” (HOFFMANN et al., 2012: 29). Ezt azonban kiegészíti BABBIE (2003), aki szerint a tartalomelemzés „a rögzített emberi kommunikációk tanulmányozása”, mely „különösen alkalmas közlések elemzésére, és arra, hogy választ adjon a kommunikációkutatás klasszikus kérdéseire (BABBIE, 2003: 352).

Kutatásunk első szakaszát egy egyetemi kurzus képezte. A Tanulás- és kutatómódszertan óra keretében első éves Turizmus-vendéglátás szakos hallgatókkal a módszertanok elméleti megalapozását az empirikus kutatás gyakorlati megtapasztalásával egészítettük ki, melynek fő témája a családbarát turizmus hazai helyzetének elemzése volt. Első körben fel kellett állítaniuk egy feltétel rendszert, hogy ők mit értenek családbarát jelző alatt a turisztikai szolgáltatókra vonatkozóan, majd megyékre bontva a csoportokat a hazai 3-4-5 csillagos szállodák honlapjait elemezve családbarát szempontból kiválasztottak egy általuk családbarátinak ítélt szállodát. A tartalomelemzés módszertanának gyakorlására ezen szállodák TripAdvisoron történő fogyasztói visszajelzéseit egy mátrixba helyezték el, melynek értékelési szempontjai a pozitív/negatív és a tipikus/atipikus válaszok voltak.

Kutatásunk második szakasza képezi jelen tanulmányunk eredményét. Fő kutatási kérdésünk, hogy *a magukat családbarátként pozicionáló szálláshelyekre utazó családok milyen szolgáltatás elemeket emelnek ki az adott turisztikai szolgáltatónál*. Kutatásunk során továbbá célunk *azon szolgáltatás elemek azonosítása, melyek kiemelten fontosak vagy egyáltalán nem fontosak a családok számára*.

Kutatásunkat a TripAdvisor felületén végeztük, amelynek elsődleges célja a véleménymegosztás, mivel ezen az oldalon érhető el a legtöbb visszajelzés a fogyasztóktól. A vélemények kódolási folyamatához kiindulás alapot jelentett a KidsOasis minősített

szálláshelyek feltételrendszere, valamint a hallgatók által készített előzetes kutatás, majd ezeket felhasználva az alábbi adatgyűjtési rendszert alkalmaztuk:

- nem budapesti, a hallgatói mintában megjelenő hotel,
- a hotel TripAdvisor oldalán szűrtünk azon véleményekre, amely írói azt az opciót jelölték be, hogy családdal utaztak,
- továbbá ezen belül a magyar, angol és német nyelvű véleményeket vettük be a mintába,
- és feltételként határoztuk meg, hogy a véleményben közvetlenül vagy közvetetten utaljon a vélemény írója a gyermek(ek)re.

Ezen szűrőfeltételek alapján összesen 14 hotelre vonatkozó, 144 darab vélemény került be a mintába.

### 3. Eredmények és következtetések

Az első kutatási fázisban családbarátként megnevezett szolgáltatáselemek csoportosítása után az alábbi főbb kategóriákat tudtuk azonosítani saját elemzési modellünkben:

- a szoba felszereltsége: a gyermekesek igénye szempontjából a szoba alap- és kiegészítő (külön kérésre beállított) berendezése (pl. a fix ágy mérete, a pótágy mérete, a szoba alakíthatósága)
- az étterem felszereltsége: különböző korú gyermekek igényének megfelelő berendezés (pl. gyermek étkezés, etetőszék stb.)
- a hotel felszereltsége: a szobán kívüli terekben mennyire van felkészülve a hotel a gyermekekre (pl. játszószoza, játszótér)
- étterem szolgáltatása: a gyermekek általános étkezési szokásainak figyelembe vételére mennyire van felkészülve a hotel, esetleges különleges étkezési igények kielégítése megoldható-e
- hotel szolgáltatása: alap szolgáltatás gyermekbaráttá tétele (pl. gyermekkerékpár kölcsönzési lehetőség), extra szolgáltatások a gyermekesek számára (pl. gyermekfelügyelet, babaúszás)
- személyzet: mennyire tud a gyermekekkel szemben rugalmasságot tanúsítani a személyzet
- hotelen kívüli élményszolgáltatás: a hoteltől független, gyermekesek számára érdekes külső látnivalók (pl. strand, kalandpark), amely a hotel családbarát megítélését nem befolyásolja

Az azonosított szolgáltatáselemek megjelenése mellett a TripAdvisor-os véleményeket az alábbi kódok alapján vizsgáltuk:

- *közvetlen vagy közvetett értékelés*: az adott szolgáltatáselemet általánosan vagy hangsúlyosan a család és gyermek igényei alapján értékelte-e a vélemény írója;
- *az értékelés során alkalmazott stratégia*: csak említés szintjén nevezte meg a véleményíró; egyszerű értékelést adott róla, amely egy általános benyomást ad a szolgáltatáselemről; vagy érvekkel alátámasztott értékelést adott az író, ahol részletesen kifejtve és megindokolva jelenik meg az adott szolgáltatáselem *pozitív vagy negatív értékelése*.

A vélemények összességét tekintve elmondható, hogy az egyes vélemények szövegének csak egy kis töredéke szólt kifejezetten a család szempontjából történő értékelésről, a többi általános leírás és vélemény volt. Ez a tény a vélemény olvasója szempontjából megnehezíti az adott szálláshely családbarát szempontú értékelését, hiszen csak töredék információkat kap ebből a szempontból. A véleményekben ugyan általános jellemzésben megjelent az összes szolgáltatáskategória, azonban a továbbiakban csak a közvetlen, vagyis a család/gyerek szempontjából történő véleményeket elemezzük.

*A szoba felszereltsége* az egyik leggyakrabban közvetlenül, a család szempontjából leírt/értékelt szolgáltatáselem. Jellemzően a szoba mérete, az ágy mérete, a szoba alakíthatósága, a pótágy állapota, a szoba elhelyezkedése és a külön kérhető felszerelés a kisgyermek részére (pl. kiságy) került leírásra a véleményekben.

Ugyanakkor ezen a szolgáltatáselemen belül a többséget az egyszerű értékelés jellemezte, amelyben mindössze néhány általános és rövid értékelő szóval írták le a vélemény írói a szoba felszereltségét. Ez már ugyan egy általános kiindulást adhat a vélemény olvasójának, annak a kérdésnek az eldöntésében, hogy a hotel valóban családbarát-e a vélemény írója szerint. E mellett azonban jelentős arányban jelent még meg az egyszerű említés, amely nem ad alapvetően több információt a vélemény olvasójának, mint a szálloda hivatalos honlapján található leírás. Az említés és az egyszerű értékelés esetében jellemzően pozitív értékelések jelentek meg.

A legkisebb arányban az érvekkel alátámasztott értékelés jelent meg, amely értékes, akár exkluzívnak tekinthető információt nyújthat a vélemény olvasója számára. Ezen esetekben pedig egyenlő mértékben jelentek meg a pozitív és a negatív vélemények.

A második leggyakrabban a család és a gyerekek szempontjából értékelt/leírt elem *a hotel szolgáltatására* vonatkozott, ezen belül is a hotel által nyújtott élményszolgáltatásra. Kiemelten a wellness részleg gyermek medencéje, a játszószoba, és játszótér került hangsúlyosan előtérbe. Ezen elem esetében közel egyenlő mértékben jelentek meg az említések és az egyszerű értékelések. Azonban míg a szoba felszereltsége esetében többségében pozitív vélemény jelent meg, itt a pozitív és negatív vélemény közel azonos súllyal jelent meg. Az érvekkel alátámasztott, a hotel szolgáltatására vonatkozó értékelés esetében is azonos arányban jelent meg a pozitív és negatív vélemény.

*A hotel által nyújtott szolgáltatást* a vélemény írói több esetben összekötötték a hotel felszereltségével, így pl. a gyermek medencében megjelent játékok, a játszószobában/teremben található játékok kerültek megemlítésre a véleményekben. Jellemzően ezen esetekben az említés szintjén maradtak a vélemény írói, azonban a negatív élményeik kifejezésére az érvekkel alátámasztott értékelést alkalmazták a felszereltséggel kapcsolatban.

Ezen elemek mellett *a hotelen kívüli élményszolgáltatás* jelent még meg, azonban arányaiban kisebb mértékben mint az előzőekben bemutatott elemek. Itt megemlítették a közeli fürdők elérhetőségét (különösen, ha a hotel nem rendelkezett wellness részleggel), valamint a belváros és annak látnivalóit. Jellemzően csak említést tettek ezen elemekről a vélemény írói.

*Az étterem felszereltsége és szolgáltatása* csak néhány esetben jelent meg a mintában. Ezen esetekben jellemzően a gyermekeknek szánt ételekre, valamint a gyermek evőeszközökre tértek ki a vélemény írói. Ezen esetekben közel azonos mértékben jelent meg az említés és az érvekkel alátámasztott értékelés. A negatívabb vélemények esetében érvekkel támasztották alá a vélemény írói tapasztalataikat.

Legkisebb mértékben *a személyzetre* vonatkozó leírások és értékelések jelentek meg a családbarát szempontjából közvetlenül értékelve. Ezen esetekben hangsúlyosan arra tértek ki a vélemény írói, hogy segítőkészek voltak a személyzet tagjai, és ezt érvekkel alá is támasztották.

Az azonosított szolgáltatáselemek közvetlen értékelésére példákat a 1. számú táblázat tartalmaz.

A szolgáltatáselemek megjelenése mellett még egy tényező határozta meg a véleményeket, nevezetesen az, hogy a vélemény írója *megjelenítette-e a gyereket/gyerekeket a véleményben*. Általánosan elmondható, hogy a vélemények valamivel több, mint felében volt csak azonosítható a gyerekek közvetlen jelenléte. Ennek jelentősége az olvasó szempontjából, hogy plusz információkat adhat a vélemény értelmezéséhez, valamint láthatja, hogy mennyire hasonlóak az igényei a vélemény íróival. Az esetek nagy részében jellemzően említést tettek

vagy csak általános információkat adtak csak meg a véleményezők, mely a gyerek életkorát jelentette a legtöbb esetben. Ezek mellett megjelent egy élményelem a gyermek szempontjából, amely kézzelfoghatóbbá tette a leírt/értékelt szolgáltatás elem jelenlétét. Ezen esetekben jellemzően a hotel szolgáltatására vonatkozott a vélemény.

Ezek mellett speciális esetet képviselt, amikor személyes információkat árult el a vélemény írója a gyerekről pl. ételallergia, egy tárgyhoz való ragaszkodás. Ezen eseteket jellemzően a személyzethez kötődő véleményrészekben fedeztük fel.

**1. táblázat: Az azonosított szolgáltatás elemek és értékelési stratégiák**

szolgáltatás elem	értékelési stratégia	példa
szoba felszereltsége	említés	„Gyerekeknek egy kempingágy 8000ft/nap...”
szoba felszereltsége	egyszerű értékelés	„Családi szobában voltam: óriási hely, nagyon jól felszerelt, kényelmes ágy, nagy fürdőszoba, nagyon jó szigetelés.”
szoba felszereltsége	érvvel alátámasztott értékelés	„Gyerekggyal rendelkeztek, de a szoba a fürdőház mellett volt, ahol mindig hangos volt és nem a kertre nézett, ahol csend volt. ... A babaágy túl mély volt és attól féltünk, hogy összecuslik, ideje lenne kicserélniük.”
hotel szolgáltatása	említés	„Hétfvégén a reggeli órákban babaúszás van.”
hotel szolgáltatása	egyszerű értékelés	„Gyerekeknek: nagyszerű és nagyméretű gyerekjátsszóház felügyelővel, és egy másik nagy szoba kisebb babáknak. Kellemes meleg víz a medencében a gyerekeknek, kis csúszdával és játékokkal.”
hotel szolgáltatása	érvvel alátámasztott értékelés	„A két kis unokánkkal animátor foglalkozott minden nap a játszóházban.” „A plusz az ingyenesek egész napos gyerekfoglalkozás volt – meleg üdvözlötünket küldjük Orsi néninek ☺”
hotel felszereltsége	említés	„Egy nagyon jól felszerelt wellness hotel sok lehetőséggel a gyerekeknek.”
hotel felszereltsége	érvvel alátámasztott értékelés	„Egyértelműen egy családbarát hotel egy nagyszerű és jól felszerelt játszóházzal.”
hotelen kívüli élményszolgáltatás	említés	„A hotel közel van a belvároshoz. Gyula szép és több érdekes látnivalót is találhatsz.”
étterem felszereltsége	említés	„A bababarátság beállítottság az étteremben is megmutatkozik, ahol is a gyerekek számára külön etetőszék mellett kistányér készlet, kispohár, előke található, gyerekek részére alkalmas ételek is szerepelnek a kínálat között.”
étterem felszereltsége	érvvel alátámasztott értékelés	„Az étteremben mindkét alkalommal koszos evőeszközök ill. habos, nem megfelelően eltörölt gyerektányérok/evőeszközök.”
étterem szolgáltatása	említés	„Az ételek választéka igazán lenyűgöző volt. És speciális gyerekeknek szóló menük ebédre és vacsorára.”
étterem szolgáltatása	érvvel alátámasztott értékelés	„A séf külön figyelmet szentelt a lányom speciális diétájára (se tej, se tartósítószer).”
személyzet	érvvel alátámasztott	„A Szobaasszony távozásunk után kérésemre alaposan átkutatta a szobát a fiam otffelejtett első aranyérme után, amit pótolni nem lehet. Köszönjük!”

*Forrás: saját szerkesztés*

A KidsOasis elvárásaiból és a hallgatói mintából kialakított saját feltétel rendszer alapján a családbarát szolgáltatáselemeket azonosítani tudtuk a TripAdvisor-os véleményekben, amelyek közül kiemelkedett *első helyen a szoba felszereltsége*, amely meghatározó volt a család szempontjából a vélemény íróinak. Ezt követte a *hotel szolgáltatása*, amelyet azonban jellemzően az adott hotel wellness szolgáltatására szűkítették le a vélemények írói a vélemények családbarát-jelleg kifejtése részében.

Ugyanakkor az is láthatóvá vált a mintában, hogy a vélemények kis része fókuszál kifejezetten a családbarát jelleg szempontjából történő kifejtésre, sokkal jellemzőbb a *közvetett értékelés*, miközben olvasói szemmel a családok számára ezek lennének a legértékesebb információk.

#### **4. Összefoglalás**

Jelen tanulmány a családi turizmus hazai helyzetének feltárásából csak egy szeletet vizsgál, a családok visszajelzései alapján kívánja feltárni azokat a szolgáltatáselemeket a szálláshelyek esetében, melyek a családbarát jelző használatát alátámasztják.

Az elméleti részben definiáltuk a családi turizmus és a családi turisták fogalmát és elvárásait, rávilágítottunk a konfliktusos pontokra, mint a szülőként és felnőtt emberként való utazási élményszerzésre családon belül. A nemzetközi szakirodalomban több példát is láthatunk a családi turisztikai desztinációk, illetve a családbarát szálláshelyek feltételeinek kialakítására és szolgáltatáselemeik azonosítására, melyek jó alapot biztosítanak a hazai feltételrendszer kialakításának szükségességéhez. Magyarországon egyetlen minősített családbarát szálláshely besorolás létezik, melyet 10 szálláshely tudhat magáénak, azonban a családbarát jelzőt a szálláshelyek többsége minősítés nélkül használja, mely alapot adott *kutatási kérdéseinknek, vagyis, hogy a magukat családbarátként pozicionáló szálláshelyekre utazó családok milyen szolgáltatás elemeket emelnek ki az adott turisztikai szolgáltatónál.*

Primer kutatásunk során a tartalomelemzés megfelelő módszernek bizonyult a fogyasztói oldal feltárásához, azonban a kutatás korlátját is jelentette egyben, hiszen nagyon általános és kevésbé családbarát fókuszú visszajelzéseket adnak a családi véleményezőik. A családbarát szálláshely szolgáltatási elemeit sikerült azonosítanunk, melyek közül a szoba felszereltsége és a hotel szolgáltatása bizonyultak a legfontosabbnak a családok számára. Az eredmények alapján fontosnak tartjuk, hogy a Tripadvisor jelenlegi értékelő-rendszerének továbbfejlesztését, mely még nagyobb segítséget adna a fogyasztóknak, hogy fókuszált értékelést adjanak és olvassanak. A gyerekekről mindenképpen több adatot lenne érdemes megadniuk a véleményekben, ha csak leíró jelleggel is, mert ez is támogatná mind a véleményező, mind az olvasó helyzetét.

Jelen tanulmányunk azonban csak egy alapozó kutatás a családi turizmus témájában, mely további kutatást kíván. Érdemes lenne több szempontból is bővíteni a mintánkat, külön értékelve a különböző kategóriájú (csillag) szállodákat, illetve a további szálláshely típusokat. A városban való elhelyezkedésük alapján is fontos lehet a szolgáltatás elemek kialakítása családbarát módon, valamint a szálláshely lánchoz való tartozása is befolyásolhatja, hogy milyen mértékben veszik figyelembe a családbarát szolgáltatáselemek bevezetését.

#### **Irodalomjegyzék**

Babbie, E. (2003).: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi Kiadó: Budapest.

Banyeres, A. (2008) *Salou offers more tourist facilities with the family tourism destination accreditation*. [http://www.gencat.cat/diue/doc/doc\\_24764909\\_3.pdf](http://www.gencat.cat/diue/doc/doc_24764909_3.pdf) (accessed 20. February 2017)

Bojanic, D.C. (1992): A look at a modernized family life cycle and overseas travel. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 1 (1), 61-79.



- Brown, C. (1995): Making the most of family visits: Some observations of parents with children in a museum science centre. *Museum Management and Curatorship*, 14, 65-71.
- Carpenter, K. (1999): Fun for the family. *Sporting Goods Business*, 32, 2-3.
- Carr, N. (2011): *Children's and Families' Holiday Experiences*. London: Routledge.
- Euromonitor (2013): "Family vacations, [www.portal.euromonitor.com/helicon.vuw.ac.nz/portal/analysis/tab](http://www.portal.euromonitor.com/helicon.vuw.ac.nz/portal/analysis/tab) (accessed 10 February 2017)
- Habibah, A. et al (2015): An Appraisal of Family-Friendly Tourism in Malaysia, *International Business Management*, 9 (6), 1523-1534
- Hoffman, J.V., Wilson, M.B., Martinez, R.A., Sailors, M. (2012): *Content analysis: The past, present, and future*. In N. Duke & M. Mallette (Eds.), *Literacy Research Methodologies*, Second Edition (pp. 28 - 49). New York: Guilford
- Larsen, J., Urry, J., Axhausen, K.W. (2007): Networks and tourism mobile social life. *Annals of Tourism Research*, 34 (1), 244-262.
- Nichols, C.M., Snepenger, D.J. (1988): Family decision making and tourism behavior and attitudes. *Journal of Travel Research*, 26, 2-6.
- Özel, C.H. (2013): *Marketing to children in Tourism Industry: Descriptive Analysis of Kid-friendly hotels' Practices in Turkey*, Marketing Places and Spaces: Shifting tourist Flows, 5th ATMC Conference proceedings, 240-246.
- Schanzel, H.A. (2010): *Family timer and own time on holiday: generation, gender and group dynamic perspectives from New Zealand*. PhD thesis, Victoria university of Wellington, Wellington, NZ.
- Schanzel, H., Yeoman, I. and Backer, E. (Eds) (2012): *Family Tourism: Multidisciplinary Perspectives*, Channel View, Bristol.