

SZAKDOLGOZAT

Bakos Cintia Rita

2021

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
KERESKEDELEM ÉS MARKETING SZAK
NAPPALI TAGOZAT
MARKETINGMENEDZSMENT



**A PRIVATE SPA, MINT ÚJ SZOLGÁLTATÁS
BEVEZETÉSE A BUDAPEST GYÓGYFÜRDŐI ÉS
HÉVIZEI ZRT. ÁLTAL MŰKÖDTETETT SZÉCHENYI
GYÓGYFÜRDŐ ÉS USZODÁBAN**

Belső konzulens:
Dr. Kopcsay László PhD
Egyetemi docens

Készítette:
Bakos Cintia Rita

Budapest 2021

TARTALOMJEGYZÉK

<i>Ábrajegyzék</i>	4
1. BEVEZETÉS	6
2. A MAGYARORSZÁGI FÜRDŐKULTÚRA RÖVID ÁTTEKINTÉSE	9
2.1A fürdő kultusz kialakulása	9
2.2 A Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt. és a budapesti fürdők	12
3. SZÉCHENYI GYÓGYFÜRDŐ ÉS USZODA	13
3.1 A fürdő története	13
3.2 A fürdő üzemrészei	16
4. EGY ÚJ SZOLGÁLTATÁS, A PRIVATE SPA BEVEZETÉSE	19
4.1 Szolgáltatások HIPI-elve	19
4.2 A Private Spa bemutatása	21
4.3 Marketing stratégia és értékesítés.....	27
5. A PANDÉMIA OKOZTA KIHÍVÁSOK	29
5.1 A járvány budapesti turizmusra és fürdő szegmensre gyakorolt hatásai.....	29
5.2 Kihívások és válaszok.....	30
5.3 A fürdőben rejlő fejlesztési lehetőségek.....	31
6. PRIMER KUTATÁS: MÉLYINTERJÚ	32
6.1 Kutatási folyamat.....	32
6.2 Kutatás célja	32
6.3 Hipotézis felállítás, kutatási módszer	33
6.4 Információgyűjtés és az interjúk feldolgozása	34
6.5 Kutatási eredmények	41
7. VÁSÁRLÁS UTÁNI MAGATARTÁS	45
8. JAVASLATOK	48
9. ÖSSZEGZÉS	50
10. IRODALOMJEGYZÉK	52
11. MELLÉKLETEK	53

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat Elégedettségi kutatás hazai vendégek körében	34
2. táblázat Elégedettségi kutatás külföldi vendégek körében.....	35
3. táblázat H1 hipotézis összegzése.....	36
4. táblázat Összesített pontszámok.....	38
5. táblázat Szolgáltatás újra-igénybevételi táblázat a hazai vendégek körében	40
6. táblázat Szolgáltatás újra-igénybevételi táblázat a külföldi vendégek körében	40
7. táblázat Hipotézisek eredményei.....	41
8. táblázat Private Spa vendégforgalom országokra/hónapokra bontva.....	45

Ábrajegyzék

1. ábra Széchenyi István.....	11
2. ábra Rádióélet újságban megjelent cikk.....	15
3. ábra Széchenyi Fürdő 2018	16
4. ábra Termál aula.....	17
5. ábra HIPI elv	21
6. ábra Deluxe Pihenő szoba	22
7. ábra Superior Pihenő Szoba	22
8. ábra Private Spa folyosó.....	23
9. ábra Spa csomag Welcome Gift	24
10. ábra Thalion szórólap a Private folyosón	26
11. ábra Thalion Molinó.....	26
12. ábra Széchenyi Private Spa weboldal.....	28
13. ábra Hirdetés a nyomtatott médiában	29
14. ábra Figyelmeztető tábla	31
15. ábra Kutatási folyamatábra.....	32
16. ábra Összesített pontszámok diagramja	39
17. ábra Vendégforgalom Július hónapban	43
18. ábra Vendégforgalom Augusztus hónapban	44
19. ábra Vendégforgalom Szeptember hónapban	44
20. ábra Vásárlás utáni magatartás	46
21. ábra Javaslatok	49

A VÁROSLIGETBEN

"Ha a Városligetben járok,
S az ég derült, a nap ragyog,
Oly szépnek látom a világot!
Oly boldog, oly vidám vagyok.

Mint hányt-vetett hajós a révben,
A gyermek anyja kebelén,
Sebzett vad a tó gyógyvizében:
Magamat itt úgy érzem én.

Itthon vagyok; ez az én fészke.
Fűpamlagomra heverek.
Olyan vagyok (és voltaképen
Ki boldogabb?), mint a gyerek."

Részlet Vajda János költeményéből (1880)

1. BEVEZETÉS

Szakedolgozatomban a Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda 2018-ban bevezetett új szolgáltatását, a Private Spa részlegét fogom bemutatni.

A Private Spa indulásától tekintve követem végig annak fejlődését, kielemezve a vendégforgalom alakulását, a fürdőüzemben betöltött szerepét, a személyzeti összetételtől kezdve a munkafolyamatokon át. Részletesen foglalkozok a köré épített marketing kampányokkal, a minél szélesebb vendégkör elérésére tett kísérletekkel. Mindehhez egy, a magyar fürdőkultúrát és a Széchenyi Fürdőt, annak történetét és fejlődését bemutató keretet adok.

A szakmai tudásomat a Budapesti Gazdasági Egyetem, Külkereskedelmi Karán, Kereskedelem és marketing szakon, marketingmenedzsment specializáción sajátítottam el. Azért esett a döntésem erre a témára, mert szakmai gyakorlatomat a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt. által üzemeltetett Széchenyi Gyógyfürdő és Uszodában végeztem. Lehetőségem volt betekintést nyerni a Fürdő különböző szegmenseibe, mind üzemeltetési mind pedig értékesítési és idegenforgalmi oldalról. A szakmai gyakorlatom alatt, a legtöbb időt a Private Spa részlegén töltöttem, így egyértelmű volt számomra, hogy ezt a nemrégiben indult felsőkategóriás szolgáltatást szeretném bemutatni szakdolgozatomban.

A Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda, egész évben, még ünnepnapokon is várja a fürdőzni, gyógyulni vágyókat. A pandémia következtében sajnálatos módon a fürdő is bezárni kényszerült. 2021 májusában azonban újra nyitotta kapuit, és ugyan módosított nyitva tartással, de újra a hét minden napján, 7-19 óra között várja a vendégeit.

Reményeik szerint újabb bezárások nem fogják súlytani a fürdőt és a turisztikai ágazatot, így a fürdőzni vágyók egész évben élvezhetik a gyógyvíz jótékony hatásai mellett a masszázsokat, terápiás kezeléseket és szaunákat.

A Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda hármas tagoltságú, három bejárattal bír. A három nagy üzemi területe a termál osztály, a gőz osztály és az uszoda. A termál osztály a Kós Károly sétány felől közelíthető meg, a gőz osztály a kis földalatti felé esik, a legnagyobb forgalmú bejáratot, az uszodai részleget pedig, az Állatkerti körút felől közelítheti meg a látogató.

A belső- és külső medencék egyaránt termálvizek, a beltéri gyógymedencék magas hatóanyagú gyógyvízzel üzemelnek, melyeket a fürdő saját termál kútja táplál, így a hidegebb időben is

kellems időtöltést nyújtanak a vendégek számára. 18 darab beltéri és 3 darab kültéri medence található a fürdőben. A külső medencék között található egy úszó medence is, amelynek hőfoka 26-29 C fok között van évszaktól függően. Remek sportolási lehetőséget nyújt a szabad ég alatt úszni vágyóknak az év bármely időszakában. A medencék eltérő mélységűek és eltérő hőfokosak, így mindenki megtalálhatja a számára legmegfelelőbbet. A hármas tagoltságán túl, új üzemegységekkel is bővült a fürdő, melyek közül a legkiemelkedőbb, a Private Spa folyosó. A Private Spa egy olyan szolgáltatás, melyet évszaktól függetlenül, bármikor igénybe vehetnek a vendégek a nyitva tartási időn belül. Nem csak a sorban állást kerüli el a vendég ennek a VIP szolgáltatásnak a megvásárlásával, hanem saját bejárást is biztosít a medencetérre, folyamatos hostess asszisztencia mellett. A szolgáltatás remek lehetőség a pihenni vágyóknak, a világtól elvonulni akaróknak, a luxus szolgáltatások híveinek, legyen szó évfordulóról, születésnapról, vagy jeles eseményeken túl egy átlagos hétköznapról.

A bevezető részben a témaválasztásomat indoklom meg. A téma aktualitásáról, illetve a dolgozatom felépítéséről írok. Ezt követően a magyarországi fürdőkultúrát és annak fejlesztéseit ismertetem átfogóan, a rendszerváltozás utáni időszakra koncentrálnak. A következő fejezetben a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt-t és a hozzá tartozó budapesti fürdőket mutatom be, hogy hogyan fejlődtek, és lettek népszerű célállomások a Budapestre látogató turistáknak. Továbbiakban a szakdolgozatom témáját adó Széchenyi Gyógyfürdő és Uszodával foglalkozom részletesebben. A Széchenyi Gyógyfürdő, köztudottan a megnövekedett fürdőkultúra iránt való érdeklődés mellett is a legnépszerűbb a fővárosba látogató turisták körében és egyben a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt zászlóshajójának is tekinthető. A Covid-19 előtt átlagosan, napi 5000 fő látogatót fogadott a gyógyfürdő, mely a bezárás és újraindulás ellenére is napi több mint 3000 főt/nap fogad jelenleg is. Mindezek után foglalkozom a szakdolgozatom témáját adó Private Spa-val.

A dolgozat második felében a kutatást, az általam választott primer kutatási módszert, annak célját és a megkérdezettek válaszait ismertetem és elemzem. A szakdolgozatom primer és szekunder kutatások alapján épül fel. Primer kutatásként mélyinterjút választottam, hiszen a megkérdezett alanyok mind igénybe vették az általam kiválasztott szolgáltatást, így meglévő tapasztalatok alapján tudták megválaszolni kérdéseimet. Szekunder kutatásként az alapfogalmak, a felhasznált szakirodalmak, a Széchenyi Gyógyfürdő saját kiadású könyve, illetve a munkafolyamataim alatt rögzített adatok voltak segítségemre. A primer kutatásomban nagyon fontos szerepet töltött be a mélyinterjú résztvevők demográfiai besorolása, hiszen

egyik hipotézisem helytállósága, a mélyinterjúkn megkérdezettek demográfiai adatai alapján vethető, vagy fogadható el.

A mélyinterjúk kérdéseim összeírása alatt megfogalmazódott bennem az a kérdés, hogy népszerű-e a Private Spa a vendégek körében annyira, hogy további ráfordításokkal a BGYH Zrt-nek érdemes legyen azt fejleszteni és elmozdulnia egy minőségi szolgáltatás paletta irányába? Ezt a vendégek által adott válaszok és a vendéglátogatási statisztikai adatok alapján válaszolom meg.

Szakterdolgozatomban három hipotézisre keresem a választ. A hipotézis jelentése: egy olyan előzetes feltevés, egy feltételes állítás, amelyet meg lehet cáfolni, illetve be lehet bizonyítani. Statisztikai vizsgálatokkal kell bizonyítani, hogy egy hipotézis igaz-e vagy sem.¹

Az általam megfogalmazott három hipotézis:

H1 A Private Spa vendégei keveslik a 4 órás tartozkodási időt.

H2 A külföldi vendégek általánosságban elégedettebbek, mint a hazaiak.

H3 A megkérdezettek többsége újra igénybe venné a szolgáltatást.

A mélyinterjú során 9 kérdést tettem fel az alanyoknak. Nevüket, életkorukat, és demográfiai besorolásukat a mélyinterjúkn kívül kérdeztem meg tőlük.

A kérdések a következők:

- Honnan értesült a Private Spa-ról?
- Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?
- Mivel volt a leginkább elégedett?
- Mivel volt a legkevésbé elégedett?
- Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartozkodási időt?
- Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?
- Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázsszolgáltatást, úgy elégedett volt vele?
- Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?
- Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

¹<https://spssabc.hu/kutatasmodszertan/hipotezis-jelentese-es-tipusai-a-kutatasmodszertanban/> című honlap alapján, 2021

2. A MAGYARORSZÁGI FÜRDŐKULTÚRA RÖVID ÁTTEKINTÉSE

2.1A fürdő kultusz kialakulása

Ha visszatekintünk a múltba egy pillanatra, majd újra a jelenbe hamar rájövünk, hogy a tudomány és technika folyamatos, évezredek átölő fejlődése mennyire nyomon követhető. Nagyrészt kikövetkezhettek az emberi kultúrából származó szokások is, mint például a letelepedések. A hiedelem szerint a korai fürdő kultusz alapját a vándorló népcsoportok alapozták meg, akik a sámánok és varázslók javaslatára lakóhelyüket az életet adó vízpartok és források mentén választották ki maguknak. Későbbiekben a testi és lelki megtisztulást a vallások is egyre jobban összekötötték, így váltak ezek az életritmus részévé.

A 19. századra a fürdés véglegesen és elengedhetetlenül közszükségletté vált, elvégre a technika, a műszaki fejlődések és nem utolsósorban az orvostudomány tapasztalatai és megállapításai mind-mind azt támasztották alá, hogy az emberi szükségletek, mint például az evés és ivás nem elegendő a hosszú és egészséges élethez, így a tisztálkodást is egy kalap alá kell venni az alap életfeltételekkel. A különböző köz- és magánfürdők egymás után váltak népszerűvé, mind gyógyítási, mind tisztálkodási célokra.

Körülbelül kétezer évvel ezelőtt, hazánk földjén is, a feltörő hévizek és a folyóvizek partjain – a termálvizek vonzáskörzetében- telepedtek le és letek otthonra a kalandozó törzsek. A rómaiak és Pannónia népei is emlékül hagyták ránk az akvaduktok (csatornahidak) kultúrájának emlékét.

A rituális fürdőzést meghaladó első hivatásos leírást Mohamed Ben Bajefied 1597-es kéziratából ismerhetjük, amely alapján: „A Pesti fürdőnek nevezett fürdő sok gonosz betegség ellen volt sikerrel alkalmazható”.²

1850 óta a modern fürdőzési kultúra az egészséges élet és gyógyulás fontos részévé lett, és mára már a turizmus kulcsfontosságú eleme. Budapest pedig a fürdő kultúra központjává vált és került élvonalba. Életerejével, történelmével, és természeti szépségeivel a világ egyetlen olyan fővárosa, mely elnyerte a „Fürdőváros” címet.

²Dr. Soós Péter: Széchenyi Gyógyfürdő, Blue Skies Légiport Egyesület, Budapest, 2001,8. oldal.

Köztudott, hogy Magyarország területének megközelítőleg 70%-a alatt termálvíz található, és csak Budapesten több, mint 200 feltárás történt már. Ilyen természeti adottságok mellett és a már meglévő fürdők, valamint a világhírű magyar balneoterápia okán, nem véletlen, hogy 1922-ben megalakult BFE, teljes nevén Budapest Fürdőváros Egyesület és 1937-ben Budapesten megrendezték a világon a legelső „Nemzetközi Fürdőügyi Kongresszust”. A konferencia plenárisülését a Gellért Fürdő nagytermében tartották, amelyen 342 külföldi vendég vett részt, mintegy 30 országból. Ezen konferencián szavazták meg Budapestet a Nemzetközi Fürdőszövetség állandó székhelyének.

A konferencián részt vett Heinrich Vogt professzor is, aki a következőt mondta, miután Budapest lett az állandó székhelye az NF-nek: „Egyetlen város sem tarthat igényt erre több joggal, mint Budapest, amelyet a természet pazar bőkezűséggel halmozott el kitűnő hatású gyógyvizekkel, páratlan természeti szépségekkel, amellet Budapest magas orvosi felkészültsége, gyógyintézeteinek kitűnő felszerelése, a tudományos kutatás magas színvonala méltóvá teszi, hogy a gyógyfürdők nemzetközi ügyeit innen intézzék”.³

A konferencia után a vendégek megtekinthették az újonnan épült Kursalont (társalgó-terem), ami a Margitszigeten található, ezután részt vehettek a Lukács fürdő új ivócsarnokának a megnyitóján, majd meglátogatták a Széchenyi Gyógyfürdőt, Európa legnagyobb fürdőkomplexumát. Fontos megemlíteni, hogy a Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda részlegei nem egy időben épültek. A gyógyfürdő rész 1913-ban, míg az uszoda 1927-ben épült. Az emberek gyakran megkérdezik, hogy miért éppen a Széchenyi nevet viseli a fürdő? Nos, valóban nincs közvetlen kapcsolat az épület neve és Széchenyi István között, de nem is közvetlen kapcsolat volt a lényeg a névadásnál, hanem annál inkább az eszmeiség. Gróf Széchenyi István 19. századi államember volt, aki mindig kész volt támogatást nyújtani, ha nagyszerű ötletek megvalósításáról vagy elismeréséről volt szó. Széchenyi mindig a nagyközönség jólétét és boldogságát tartotta elsődleges és legfőbb célnak. Ahogy a Lánchíd Széchenyi nevét kapta a Magyar Tudományos Akadémiával kapcsolatos ambíciói és elképzelései elismeréseként, úgy nevét ismét a fürdők fejlődésének, az emberi erőforrások megfelelő felhasználásának és a kiteljesedés tükrének választották.

³ Dr. Soós Péter: Széchenyi Gyógyfürdő, Blue Skies Légi Sport Egyesület, Budapest, 2001, 8-9. oldal

1. ábra Széchenyi István



Forrás: <http://lkk.uni-sopron.hu/szechenyi-es-sopron>

Érdemes megemlíteni, hogy a jelenlegi Széchenyi-terv is a magyar történelem e nagy alakjának nevét viseli, elismerve nagy eszméit. A terv célja, hogy ösztönözze a magyar gazdaság növekedését, beleértve a gyógy- és termáلتurizmus fejlesztését. 1998 és 2006 között fejeződött be a Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda korszerű műszaki követelményeknek megfelelő helyreállítása is. A helyreállítás során egy pillanatra sem felejtették szem elől a fürdő alapvető célját: helyet biztosítani a gyógyuláshoz, a pihenéshez és a kikapcsolódáshoz.⁴

⁴Dr. Soós Péter: Széchenyi Gyógyfürdő, Blue Skies Légsport Egyesület, Budapest, 2001

2.2 A Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt. és a budapesti fürdők

A vállalat, mint Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Rt. néven a Fővárosi Közgyűlés határozata értelmében 1996. július 1-vel alakult meg, az 1933. január 1-től működő, eredetileg Budapest Székesfőváros Gyógyfürdő és Gyógyforrásai, 1957-től pedig Fővárosi Fürdőigazgatóság néven működő vállalatok általános jogutódjaként. A vállalat irányítása alá hol több, hol kevesebb fürdő tartozott, de a legfontosabb és kiemelt, történelmi jelentőségű fürdőket mindig a cég működtette.

Jelenleg a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt vállalati központja a III. kerületi Szőlő utcában található és a következő fürdők tartoznak az irányításuk alá:

- Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda
- Szt. Gellért Fürdő és Uszoda
- Rudas Gyógyfürdő
- Lukács Gyógyfürdő és Uszoda
- Rác gyógyfürdő (jelenleg zárva tart)
- Király Gyógyfürdő (jelenleg zárva tart)
- Dandár Gyógyfürdő
- Paskál Gyógy- és Strandfürdő
- Palatinus Fürdő
- Csillaghegyi Strandfürdő és Uszoda
- Pesterzsébeti Gyógy-, Strand-, és Hullámfürdő
- Szerűskerti Tanuszoda
- Római Strandfürdő
- Pünkösdfürdői Strandfürdő

A Széchenyi, Gellért, Rudas és Lukács tartoznak a történelmi fürdők közé, és érthető módon a strandszezonon kívül a legtöbb látogatót is fogadják. A Király Fürdő is a történelmi fürdők közé tartozik, de jelenleg zárva tart. A Dandár egy kis gyógyfürdő, a korábban strandként működő és méltán népszerű Csillaghegyi a 2019-es nagy fel- és megújulást követően mára egy fürdőkomplexumként működik. A Palatinus téliesítve lett és így már egész évben fogadja a látogatókat, a Pesterzsébeti Jódos Gyógyfürdő, mely a vállalat legújabb és legmodernebb fürdője jelenleg, nem csak strandként, hanem gyógyfürdőként is funkcionál, akárcsak a XIV. kerületben található Paskál Gyógy- és Strandfürdő. Kettő, csak strandként üzemelő létesítménye a vállalatnak a Római és a Pünkösdfürdői strand.

A Széchenyi és a Lukács fürdőkben komplex gyógyászati osztály is működik, ahol komplex fürdőszolgálati ellátásban részesülhetnek a gyógyulni vágyók. A járó beteg ellátás keretében

egyévre szabott, komplex kezelést nyújtó szolgáltatást nyújt a BGYH Zrt. mozgásszervi betegek részére, mely a Nemzeti Egészségügyi Alapkezelő (NEAK) támogatásával, illetve támogatás nélkül is igénybe vehető összefüggő 15 napos (3 hetes) fürdőgyógyászati kúra formájában. A kúra a szakorvos által összeállított fürdőgyógyászati ellátásokat jelenti, mely a következő kezelésekre terjed ki: gyógyvizes gyógymedence fürdő, gyógyvizes kádfürdő, iszappakolás, súlyfürdő, szénsavas fürdő, orvosi gyögmasszázs, víz alatti vízszugármasszázs, víz alatti csoportos gyógytorna, egyéni vagy csoportos szárazföldi gyógytorna és fizioterápia.

2021-ben két új létesítménnyel bővült a portfólió. A BGYH üzemeltetésébe került a Szerűskerti Uszoda, valamint nyílt árverés keretében visszaszerezte az egykor szebb napokat látott Rác Gyógyfürdőt is a cég. Ezek jövője egyelőre nem tisztázott, de a Rác fürdő újra nyitása egy nagyon nagy esemény és siker lenne a vállalat, a közönség és a budapesti fürdőkultúra számára egyaránt.⁵

3. SZÉCHENYI GYÓGYFÜRDŐ ÉS USZODA

3.1 A fürdő története

A Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda, nem csak Budapest, hanem Európa egyik legnagyobb fürdő komplexuma, napi átlag 5000 fős látogatószámmal.

A 19. század híres bányamérnöke Zsigmondy Vilmos jutott arra a felfedezésre, hogy Pesten valósítható meg az az elgondolás, hogy artézi kút fúrjanak, és úgy gondolta, ennek az elképzelésnek a legmegfelelőbb helye a Városliget lenne. Zsigmondy Vilmos ezen elképzelését 1868. március 4-én hagyta jóvá Pest város közgyűlése, és 1868 novemberében kezdetét vette a kút fúrása, ami majdnem teljes 10 évig tartott. Ezután kezdődött el 1909-ben a fürdő építése Czigler Győző tervei alapján. Kezdetben Artézi néven futott, majd 1913 június 16-án megnyitotta kapuit, de akkor már Széchenyi Gyógyfürdő néven. A Fürdő megnyitása után a siker sem maradt el. Egyre népszerűbbé és népszerűbbé vált, míg végül 1919-ben, már közel 900.000 embert fogadott. Az egyre inkább elterjedő szabadban fürdési igény, és a töretlen sikerek fejlesztést követeltek. Ezért 1926-ban kiírt pályázat eredményeképpen, rá egy évre 1927-ben elkészült a népfürdő szárnyak bővítése, illetve a fürdőstrand-uszoda létesítése. Ezzel

⁵ <https://www.budapestgyogyfurdoi.hu> oldal alapján, 2021

létrejött a pesti oldal első uszodája. A bővítés közel 7000nm területen valósult meg, három szabadtéri medencével, köztük egy 50x18m-es úszómedencével. A Fürdő vízellátását a II. számú Szent- István kút biztosítja, mely 77°-an tör felszínre. A víz kalcium-magnézium-hidrogénkarbonátot, nátriumot és szulfátot tartalmazó hévíz, nem beszélve a fluorid és metabórsavtartalmáról. A vízben megtalálható ezen anyagok igencsak kedvezően hatnak a következő betegségek kezelésére;

Ivókúra esetén: a légzőszervek idült hurutjai, a vesekőbetegség egyes típusai, gyomorsav túltengés, bélhurut, gyomorfekély, gyomorhurut, vesemedence és húgyutak idült gyulladásai kezelésére, illetve megelőzésére.

Fürdőzés esetén: krónikus ízületi gyulladások, gerincbántalmak (lumbágó, deformitás, porckorong, Bechterew-kór, összezsontozódás), idegfájdalmak, baleset utáni rehabilitáció, izomreumatizmus, végtagi keringési rendellenességek, idült nőgyógyászati betegségek, csípőficam, köszvény nem akut stádiuma, kopásos jellegű ízületi megbetegedések. Ezeken kívül kedvezően hat a fürdő vize a kimerültség, idegesség és álmatlanság enyhítésére.

Nem ajánlatos gyógyfürdőbe menni, ha a következő egészségügyi problémák állnak fent: szívelégtelenség, láz, daganatos megbetegedések, hat hónapon belül lezajlott szívinfarktus, bőrsérülések, terhesség, tuberkulózis, magas vérnyomás, eszméletvesztéses betegségek.

Az 1940. június 24-én kiadott RÁDIÓÉLET című újságban, helyet kapott a Széchenyi Fürdőt tápláló Szent István forrás bemutatása is, amit a nemzet új kincseként említenek benne. Igazán ízlésesen, kedvesen megfogalmazott mondatokkal írja le benne Budinszky Sándor azt a csodálatot és szeretetet, amelyet a Széchenyi Fürdő aurája idézett elő szívében. Az olvasó érezheti azt a büszkeséget, amelyet B. Sándor érzett, mikor e cikket megírta, s szinte az író helyébe képzelheti magát az ember, miközben ezeket a sorokat olvassa.

2. ábra Rádióélet újságban megjelent cikk



Forrás: https://archivum.mtva.hu/news_archive/item/NEWS-Q1BBQzBsb1RvN1R4WG5VUTdrSUhV2FtaUppVmxIVHppekZnQjQ3enJyYz0

A II. világháború során a Fürdő is szenvedett károkat, azonban a kút nem sérült, így a részleges üzemeltetés továbbra is biztosított volt. A II. világháború után, egészen pontosan 1963-ban a strandfürdő öltözői téliesítve lettek, így a szabadtéren lévő három nagy medence azóta télen is üzemel. 1982 óta komplex fürdőgyógyászati osztály is működik a Fürdőben, amelynek kapacitása, hozzávetőlegesen 180 beteg ellátására alkalmas. A rendelkezésre álló kezelések a következők: medencefürdő, termál kádfürdő, víz alatti vízsugárzás, súlyfürdő kezelés, szénsavas fürdő, iszappakolás- ennek formái; részpakolás, félpakolás, háromegyed pakolás, törzs és végtag pakolás- masszázs, víz alatti gyógytorna. 1998 és 2006 között, a 8 éven át tartó felújítások alatt, minden medence megújult, a gyógymedencék korunknak megfelelő hidraulikai berendezésekkel lettek ellátva, a strandmedencék pedig vízforgatóval.⁶

⁶<https://www.szechenyifurdo.hu/mult-es-jelen> oldal alapján, 2021

3. ábraSzéchenyi Fürdő 2018



Forrás: <https://www.szechenyifurdo.hu/mult-es-jelen>

3.2 A fürdő üzemrészei

Ahogy korábban már említést tettünk róla a Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda három nagy üzemrészből áll bejáratai és történelmi elnevezései szerint: termál, gőz és uszoda. Épületszerkezetileg ugyanakkor a termál és a gőz osztályok egy területnek tekinthetők, míg az uszoda egy másiknak, jól ki is rajzolódik egy kettőség a két nagy terület között. Míg a termál egy csendes a gyógyfürdő jellegét a zárt terekkel, beltéri medencékkel jobban megőrző tere a fürdőnek, addig az uszoda a nyitottságával, az úszó- és élménymedencével, büfékkel egy pörgős, bulis, strandszerű jelleggel bír.

A fürdő Kós Károly sétány felől megközelíthető bejáratán keresztül belépve, egy lélegzetelállító utazás veszi kezdetét a látogató számára. A bejárat a fürdő talán legimpozánsabb belső tere. A csodásan díszített aulát megpillantva, elvarázsolódva torpan meg az először idelátogató, akár magyar, akár külföldi turista. A részlet gazdag mennyezeti festés, a stukkók, vízköpők és mozaikok mind a fürdőkultúrát hivatottak szimbolizálni. Sokadik látogatáskor is el lehet veszni a lenyűgöző részletekben.

4. ábra Termál aula



Forrás: <https://mosaicera.blogspot.com/2013/04/budapestszechenyi-furdo-kupola-mozaik.html?m=0>

Az aulában három pénztár kapott helyett, amire szükség is van a nagy vendégforgalom kiszolgálásának érdekében. A vendég miután megváltotta belépőjegyét, a beléptető kapukon keresztül a földszinti és emeleti kabinsorokon, vagy pedig az alsorsori szekrényes öltözőkben tud átöltözni. A Széchenyi Fürdőben a termál és uszodai oldalon egyaránt biztosítva van a vendégek számára az igény szerinti kabinos és szekrényes öltözési lehetőség. A gőz részlegén azonban csak szekrényes öltözésre van lehetőség. Mi sem érzékelteti jobban a fürdő roppant méreteit, hogy a termál részlegén a szekrényekből 131 darab, a gőzön 300 darab, míg a termálon a kabinokból 196 darab áll a vendégek rendelkezésére, ezzel a termál és gőz osztályokon 627 ember egyidejű öltözködési lehetőségét biztosítva. Mégis eltörpül ez a szám az uszodai oldal mellett, ahol csak szekrényes öltözőből 864 darab és kabinos öltözőből 358 darab biztosított. Összeadva 1849 öltözővel és kabinnal van felszerelve a fürdő, ami a méreteit tekintve, indokolt, kiemelt forgalmú időszakokban még kevésnek is nevezhető.

A termál oldal keleti szárnyán került kialakításra a Private Spa az egykori kádfolyosó helyén. Ugyanebben a részben találhatóak a fürdővezetői és helyettesi, fürdő adminisztrátori és főpénztárosi irodák. A nyugati szárnyban, az egykori Zsolnay folyosó helyén az idejében, 2021-es évben került kialakításra a Private Medical Spa részleg, amit a legkönnyebb úgy jellemezhetünk, hogy míg a Private Spa egy privát és minőségi wellness szolgáltatás, addig a

Medical Spa egy privát és minőségi gyógyászati szolgáltatás. Ugyanitt található a Széchenyi Fürdő dísz- és rendezvényterme a Márványterem, melyet a vállalat saját megbeszélései mellett bérbé ad céges rendezvényekre, konferenciákra és esküvőkre. A nevéből adódóan ez a márvány burkolatokkal bíró, csillárokkal díszített oszlopos díszterem pompájával kiválóan tudja kielégíteni a bérlői igényeket. A termál oldalon több különböző területen hozott létre a fürdővezetés masszázs helyiségeket. Találhatunk masszázshelyiséget a Private és Medical Spa részlegeken, ahogy a termál kabinsori emeleten is, utóbbiak a Green és Pearl nevekre hallgatnak. Már az elnevezésükből is sejteni lehet, hogy minőségi, minden igényt kielégítő berendezésekkel vannak felszerelve, de ami talán még ennél is fontosabb, hogy sem a termál, sem az uszoda oldalon nincsenek már olyan masszázshelyiségek, melyek ne felelnének meg korunk és a fürdő hírneve szerinti elvárásoknak.

Még mindig a termál oldalon kalandozva fontos említést kell tennünk a fürdő Pálmaházáról. A Pálmaház a termál osztály legfelső emeletén fekszik egy teljesen különálló, csak romantikus csigalépcsőkön vagy lifttel megközelíthető területként. Elnevezéséből is sejthető, hogy egy egzotikus növényekkel gazdagon díszített privát pihenő térről van szó, melyhez tartozik két, a Vajdahunyad Vár és az Állatkert tornyait, valamint a most épülő Biodome-ot figyelő nagyon hangulatos terasz is. A Pálmaház ilyen formájában 2010-ben került kialakításra, és az eltelt időben bérlői üzemeltetésben volt. A pandémia okán került vissza a vállalat és a fürdővezetés üzemeltetésébe. Jelenleg nincs megnyitva a látogató közönség számára, de nagy reményekkel bírnak afelé, hogy a karácsonyi ünnepi időszakban már a Pálmaház is újra a vendégek rendelkezésére fog állni.

4. EGY ÚJ SZOLGÁLTATÁS, A PRIVATE SPA BEVEZETÉSE

4.1 Szolgáltatások HIPI-elve

A szolgáltatást, mint fogalmat nem könnyű megmagyarázni, hiszen a szolgáltatás fogalom alatt rengetegféle tevékenységet érthetünk, és ezeknek a tevékenységeknek nincsen fizikai valójuk, sokkal inkább szellemi termékek. A szolgáltatás az idők során annyira vezető szektorrá vált a gazdasági szektorokon belül, hogy a világ összes GDP-jének közel 60%-át termeli meg.⁷

Néhány fogalom a szolgáltatásra:

„Olyan cselekedés vagy teljesítmény, amelyet egyik fél nyújt a másiknak, és amely nem tárgyiasult és nem eredményez tulajdonjogot valami fölött, bár előállítási folyamata kapcsolódhat fizikai termékhez is. (Kotler, 2012)”⁸

„A szolgáltatás az a gazdasági folyamat, amely során az eladó olyan értéket ad el a vevőnek, mely lényegét tekintve nem tárgyiasult. Más meghatározás szerint a szolgáltatás egy nem fizikai természetű problémamegoldás. (Veres, 2009)”⁹

A szolgáltatásoknak létezik négy alapsajátossága, amelyet a szakirodalom az angol kifejezések kezdőbetűi alapján **HIPI**-elvként nevez, és ezen, négy fő tulajdonsággal tudjuk jellemezni és szemléltetni azt, hogy miben térnek el a fizikai termékektől. A **HIPI**-elv segíthet a szolgáltatásunk/ szolgáltatásaink tulajdonságait jobban megfogalmazni, s ennek segítségével jobb pozicionálást találni a piacon.¹⁰

- **Heterogenity- változékonyság (ingadozás)**

A szolgáltatások változékonyságát leginkább úgy lehetne megmagyarázni, hogy nem létezik két egyforma szolgáltatás, hiszen, e tevékenység többnyire emberi közreműködéssel történik, így a szolgáltatást végző ember szerepe nem meghatározó. Ugyanazon személy nem tud két egyforma szolgáltatást nyújtani, és két különböző ember sem fog tudni ugyanolyan szolgáltatásban részesíteni. A befogadói oldal is igencsak szubjektív, mindenki mást vár el az adott szolgáltatástól, lehet, hogy ami az egyik fogyasztónak tetszett, az a következőnek nem

⁷<https://24.hu/fn/gazdasag/2018/06/05/a-szolgalattasok-huztak-leginkabb-a-gdp-t/> oldal alapján, 2021

⁸ Kotler Keller: Marketingmenedzsment, Akadémia Kiadó, 2012, 410. oldal

⁹ Kopcsay László: A marketingcsatorna menedzselése, Akadémia Kiadó, 2013, 124-125. oldal

¹⁰<https://marketingblogger.hu/hipi-elv/> oldal alapján, 2021

volt megfelelő. (Pl: masszázs). Így nehéz egyértelmű követelményrendszert és minőségbiztosítást kialakítani.

- **Intangibility- megfoghatatlanság (fizikai természet)**

Mivel a szolgáltatásokat se kipróbálni, se tanulmányozni nem lehet, nincsen áruminta és összehasonlítási lehetőség sem, így ahhoz hogy az adott szolgáltatást megismerjük, igénybe kell azt vennünk, ki kell próbálnunk. Ez a vevő számára egyúttal kockázatot is jelent. Mivel nincs konkrét termék így a reklámokban sem lehet ezt a maga valójában bemutatni. A szolgáltatásokról az emberek inkább az interneten tájékozódnak, más emberek tapasztalatai és véleményei alapján.

- **Perishability- romlékonyság (nem tárolható jelleg)**

A szolgáltatások nem tárolhatóak „romlékonyak”. Nincsen lehetőség raktározásra, hiszen a szolgáltatás egyidejűleg zajlik annak igénybevételével. Nem lehet előre termelni, ezáltal kereslet-gyenge időszakokban nem tudjuk kihasználni azt, a rendelkezésre álló kapacitás kihasználatlan marad. (Pl: 4 masször az irodában ül, mert egyikőjük vendége sem jött el a masszázsra, így ez a soha vissza nem térő profit termelési lehetőség már veszteséget generált, megromlott). Ellenkező esetben viszont a kapacitás szűkössége jelenthet gondot.

- **Inseparability- elválaszthatatlanság**

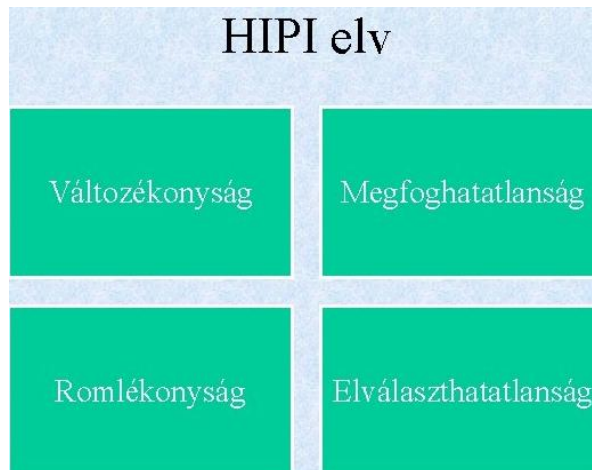
A szolgáltatás és annak értékesítése egy azon időben történik, ezáltal a termelés és a fogyasztás összefonódik. Mivel a szolgáltatásoknál nincsen csere vagy javítási lehetőség, a fogyasztó a szolgáltatás minőségéről csak a szolgáltatás igénybevételének idejében tájékozódik. Ha esetleg elégedetlen vagy csalódott lenne a szolgáltatással, akkor kárpótlás nyújtható számára. (Pl: a fogyasztó egyáltalán nem volt megelégedve a masszázs színvonalával, így panaszt tett, a masszázs árát visszafizettük.)

A szolgáltatások megértéséhez és csoportba sorolásához (Lovelock 1992) szerint az alábbi kérdésekre adott válaszok adhatnak segítséget:

1. Milyen természetűek a szolgáltatások?
2. Milyen a kapcsolat a vevők és a szolgáltatást nyújtó szervezet között?
3. Milyen a szolgáltatás keresletének és kínálatának a természete?
4. Hogyan juttatják el a szolgáltatást a vevőkhöz?
5. Mennyire tudja a szolgáltatást nyújtó saját értékeit hasznosítani, és mennyire képes a szolgáltatást „testre szabni”?¹¹

¹¹ Rekettye G, Hetesi E: Kínálatmenedzsment, Akadémia Kiadó, 2009

5. ábra HIPI elv



Forrás: <https://slidetodoc.com/rlk-hogy-minket-vlasztottak-dvzlm-a-tanfolyam-hallgatit/>

4.2 A Private Spa bemutatása

A Private Spa megszületéséhez nagyban hozzájárult egy új osztály, a Szolgáltatásfejlesztési osztály 2019-es létrehozása a vállalaton belül. Az osztály elsődleges célja az, hogy a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei üzemeltetésébe tartozó fürdőket és azok szolgáltatásait javítsa és fejlessze. Az osztályon nagyot álmodtak és nem kisebb projektet céloztak meg kezdésként, mint a Széchenyi Fürdőt egy minőségi szolgáltatás paletta felé kormányozni. Ennek első és grandiózus lépcsőfoka szakdolgozatom témája a Private Spa.

A Private Spa kialakítása a termál oldalon, egészen pontosan a termál oldal keleti szárnyában, az egykori kádfolyosó helyén, még abban az évben kezdetét vette. Ez régen a komplex gyógyászati osztály része volt – először magas színvonalú gyógyászati tevékenységnyújtására alakították ki – de nagyobb kereslet mutatkozott a luxus wellness szolgáltatások iránt, így újra pozícionáltuk. A cél, mint említettük, egy olyan szolgáltatás kialakítása volt, mely egyszerre céloz meg minőségi vendégkört, és teszi kényelmesebbé a vendégek fürdőben tartózkodását. A Szolgáltatásfejlesztési Osztály kiinduló gondolata az volt, hogy a fürdő bejáratainál az egyszerre üzemelő pénztárak ellenére is, de rendre tömött sorok álltak, így azt gondolták, alkossunk meg egy olyan csomagot és szolgáltatást, amivel a kényelmet előnyben részesítő vendég, ki tudja kerülni a sorban állást és várakozást, saját pihenő teret és külön, exkluzív bejárást vásárolhat magának a fürdőben.

A BGYH Zrt. tevékenységi körei között a szállásadás nem szerepel, ezért egy keretet kellett először kijelölni a szolgáltatásnak. Az a döntés született, hogy a Private Spa üzemidőben

elérhető legyen a vendégek számára, 4 órás tartózkodási idővel, mely igény esetén felár ellenében meghosszabbítható.

Kettő szobatípus került kialakításra:

- Deluxe Pihenő szoba
- Superior Pihenő Szoba

6. ábra Deluxe Pihenő szoba



Forrás: <https://www.szechenyifurdo.hu/private-spa>

7. ábra Superior Pihenő Szoba



Forrás: <https://www.szechenyifurdo.hu/private-spa>

Mindkettő szobatípust megvásárolhatóvá tette a vállalat masszázssal és masszázs nélkül is, hogy minél szélesebb körű vendégigényeket tudjon kielégíteni.

Az indulás óta további fejlesztések történtek, de kijelenthető, hogy a COVID-19 okozta leállás ellenére is egy népszerű és keresett szolgáltatás a Private Spa.

13 szoba lett kialakítva a részlegben, két további masszázs helységgel. Minden tekintetben a felső kategóriát célozta meg a fürdő, a bútorzattól kezdve, a kiválasztott függönyökön és szőnyegeken át, egészen a csillárokig. A termál oldalon érkezők lévén, a fürdő ezt a bejáratot jelöli meg az online felületen keresztül vásárló vendégek részére, a kezdeti bejárat a nyújtotta impozáns látvány után talán egy még meséesebb környezetbe csöppennek. Az egész Private Spa eleganciát, nyugalmat sugároz, pont azt, amit egy ilyen szolgáltatást igénybe vevő vendég remélhet. A 13 szoba közül 8 darab Superior szoba és 5 darab Deluxe szoba. A 8 Superior szoba a folyosó első szakaszában helyezkedik el, az 5 Deluxe egy nagyon ízlésesen felállított, a fürdő motívumaival díszített üveg átjáró mögött, így különítve el a szolgáltatás két típusát. A nyitást követő árazás is egyértelműsítette, hogy a vállalat milyen célközönség megszólítását tűzte ki céljává. Mint minden új szolgáltatásnak, a Private Spa beindulásának is idő kellett, és ahogy lenni szokott, nem volt mentes a nehézségektől sem. Kétségtelenül a

legnagyobb mind közül, a világvárvány begyűrűzése volt, ami a már éppen beindulni és felfutni látszó szolgáltatást – a fürdővel együtt – kritikus helyzetbe sodorta.

8. ábra Private Spa folyosó



Forrás: Saját készítésű kép

A vállalatvezetés okosan reagált és az újranyitást követően először minden szolgáltatást a napi belépőjegyeken és csomagajánlatokon át, a masszázssokig és természetesen a Private Spa szolgáltatásig, fél áron tett elérhetővé. Ez az akció meghozta a várt sikert, a vendégközönség egyre nagyobb számban érkezett a fürdőbe, ami lehetővé tette a fokozatos áremelést. Mai árakon a Private Spa egy ár-érték arányban nagyon jól becélzott szolgáltatásnak tűnik, amit mi sem bizonyít jobban, mint a folyamatos kereslet és vendégjelenlét.

2021-es árakon a Private Spa csomagajánlatok tartalmukat és árukat tekintve a következőképpen néznek ki:

- | | |
|--|----------------|
| - Superior Pihenő Szoba 2 fő részére masszázzsal | 20.500 Ft / fő |
| - Superior Pihenő Szoba 2 fő részére masszázs nélkül | 15.500 Ft / fő |
| - Deluxe Pihenő Szoba 2 fő részére masszázzsal | 25.500 Ft / fő |
| - Deluxe Pihenő Szoba 2 fő részére masszázs nélkül | 21.500 Ft / fő |
| - Deluxe Pihenő Szoba 1 fő részére masszázzsal | 27.500 Ft / fő |
| - Deluxe Pihenő Szoba 1 fő részére masszázs nélkül | 23.500 Ft / fő |

A Superior csomag tartalma:

- Belépőjegy (4 óra)
- Kültéri és beltéri medencék, szaunák használata
- Csillaghegyi ásványvíz 0,33 l
- Budapest Spas bekészítés (Köntös, nagyméretű törölköző, spa-bag, frottír papucs)
- Textil logózott úszósapka

9. ábra Spa csomag Welcome Gift



Forrás: Saját készítésű kép

A Deluxe csomag tartalma:

- Belépőjegy (4 óra)
- Kültéri és beltéri medencék, szaunák használata
- Csillaghegyi ásványvíz 0,33 l
- Budapest Spas bekészítés (Köntös, nagyméretű törölköző, spa bag, frottír papucs)
- Textil logózott úszósapka
- Budapest Spas édesség csomag
- Budapest Spas kézműves szappan
- Hungária extra dry 0,2 l/Cappy 0,2 l

Fontos különbség a két szobatípus között a felsorolt csomagtartalmakon túl, hogy a Deluxe szobák saját vizes blokkal, zuhanyzóval és WC-vel vannak felszerelve, rendelkeznek wifi eléréssel, televízióval, értékmegőrző trezorral és mini bárral.

A részlegben található kezdeti két masszázshelységet a fürdő háromra bővítette a megnövekedő vendégigények kiszolgálása érdekében. Jelenleg 2 páros és 1 egyéni masszázshelység várja a vendégeket a legmagasabb eleganciával berendezve. A vállalat folyamatosan dolgozik másodlagos szolgáltatásainak bővítésén és az újrainvitást követően már egy olyan is megvalósult, ami közvetlenül a Private Spa-t is érintette. A masszázssok mellé elindították a thalasso terápiás kezeléseket, melyek egy vegyes, egyszerre masszázss alapú és kozmetikai, magas minőséget képviselő test kezelése. Jelenleg 10 különböző thalasso terápiás kezelést végeznek a fürdőben. Hogy a Private Spa nyújtotta lehetőségeket tovább színesítsék, szervesen integrálták be ezt az újonnan elindult szolgáltatást is a részleg életébe. Egy addig a Private folyosó elején üresen álló szobát thalasso terápiás helységgé alakítottak és a meglévő csomag ajánlatok mellé létrehozták a Thalasso Private Spa csomagot, mely tartalmilag a masszázssokat tartalmazó ajánlatokkal egyezik meg, de a masszázss helyett a vendég az egyik gondosan kiválasztott thalasso kezelést, a méregtelenítő rituálé testmasszázst és pakolást kapja meg a csomagba.

A Thalasso Private Spa csomag tartalma 2021-ben (ára 39.500 Ft/fő):

- Belépőjegy (4 óra)
- Kültéri és beltéri medencék, szaunák használata
- Deluxe pihenő szoba
- Thalasso méregtelenítő rituálé testmasszázss és pakolás (60 perc)
- Csillaghegyi ásványvíz 0,33 l
- Budapest Spas bekészítés (köntös, nagyméretű törölköző, spa bag, frottír papucs)
- Textil logózott úszósapka
- Budapest Spas édesség csomag
- Budapest Spas kézműves szappan
- Hungaria extra dry pezsgő 0,2 l/Cappy 0,2 l

A thalasso terápiás kezeléseket a francia Thalion cég termékeivel végzett egyszerre kozmetikai alapú és egyszerre masszázss kezeléseket. Jelenleg 10 különböző fajtaból választhat a vendég a csomagajánlatokon felül is, melyek mind a fürdő szolgáltatásai palettáját bővítik és színesítik:

- Hármashatású alakformálás zuhannyal
- Hát lazítása: hát peeling és pakolás
- Jótékony tengeri iszappakolás mélymeleg thermotakaróval
- Méregtelenítő rituálé testmasszázss és pakolás (90 perces)
- Teljes ellazulás: M. E.R. relaxáló energetizáló testmasszázss
- Tengeri energiafürdő
- Tengeri energia testpakolás mélymeleg thermotakaróval

- Tengeri kalcium balneo fürdő
- Tengeri kalcium testpakolás
- Tengeri karcsúsítás testpakolással mélymeleg thermotakaróval
- Tengeri magnézium balneo fürdő
- Tengeri magnézium testpakolás

A thalasso kezeléseket különböző fajtájú algákkal végzik a szakképzett thalasso terapeuták. A kezelések nem klasszikus masszázis kezelések, inkább kozmetikai testkezelések. Minden kezelés típusnak van kádfürdő változata is, ezek esetében magában a kádfürdő vízben van a hatóanyag, olyanok, mint a kalciumos kádfürdő, a magnéziumos kádfürdő. A kezelések hossza 30 és 90 perc közötti, mindenki megtalálja a neki legmegfelelőbbet. Allergéneket a termékek és a kezelések nem tartalmaznak, akár még várandós nőknek is ajánlott.

A Private Spa-n kialakított thalasso terápiás szoba nem csak a rangját emelte a részlegnek és bővítette a szolgáltatások palettáját, hanem erős marketing lehetőséggel is bír. A Thalion cég reklámjai, plakátjai, molinói kihelyezésre kerültek a fürdő területén, így a Private Spa-n is, figyelemfelkeltő céllal. Ez a külföldön jobban ismert kezelésforma, ennél fogva már hozott a Private Spa-ra vendéget, hiszen először a Thalion keltette fel a külföldi vendég figyelmét, majd ennek következtében vásárolta meg a Private Spa Thalasso csomagját.

10. ábra Thalion szórólap a Private folyosón



Forrás: Saját készítésű kép

11. ábra Thalion Molinó



Forrás: Saját készítésű kép

4.3 Marketing stratégia és értékesítés

„Elmondható, hogy a marketing ott születik meg, ahol a szükséglet megjelenik; a marketing segítségével ennek kielégítésére törekszünk, amihez termék kell, amiért megkapjuk a kívánt ellenértéket, amihez kell egy értékesítési csatorna a vevő és az eladó között, s amihez befolyásolni is kell az eladást.”¹²

A marketing stratégia célcsoportja az egyértelmű iránymutató, hogy kiket szeretnénk elsősorban megszólítani, elérni. Megeshet azonban, hogy a kommunikációs célcsoport valamivel szűkebb része a marketingstratégiában fennállónak. Előfordulhat az is, hogy a cég marketing és kommunikációs célcsoportja maradéktalanul megegyezik, de a cégnek a kommunikáció során muszáj annak egyes részeit szegmentáltan kezelni. Ennek a fő oka az lehet, hogy azon médiumokkal, amelyekkel a csoport egyik felét effektíven el tudja érni, a másik felét semmi esetre sem, mert ez a csoport nem fogyasztója az adott médiumnak. Ha ennek a csoportnak is szeretne üzenetet küldeni a vállalat, akkor kénytelen valamilyen másik alternatív reklámhordozót keresni, annak érdekében, hogy a fennmaradt csoporthoz is eljusson az üzenete.¹³

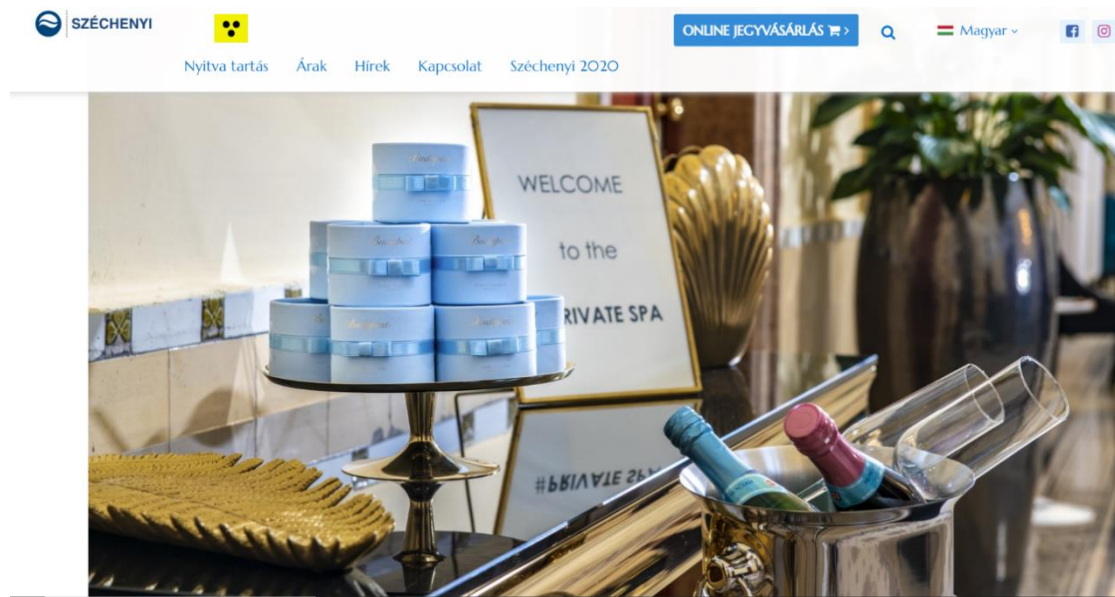
A vállalat a Private Spa reklámozására a social media felületeket részesítette előnyben. A Facebookon nyereményjátékokat és kampányokat folytattak, a célközönség megjelölésével. Az Instagramon ismert influenszerek bevonásával, többek között olyanokkal, mint a Luxus Feleségekből megismert Csősz Boglárka indították a nyereményjátékokat és kampányokat. Ezek mind sikeresnek bizonyultak, de a fő célközönség, a külföldi turisták, a mai napig elsősorban a nagyon elegánsan, szépen és áttekinthetően megszerkesztett weboldalról értesülnek a Private Spa-ról.

A vendégek online is bejelentkezhetnek, foglalhatnak és meg is vásárolhatják a Private Spa szolgáltatást, de ugyanúgy a helyszínen is van rá lehetőségük. Szakképzett értékesítő és hostess csapat dolgozik a fürdőben, aki a vendégekkel megismerteti ezt a lehetőséget. Az online és helyszíni értékesítés hozzávetőlegesen 70-30%-ban oszlik meg.

¹²Keszey T, Gyulavári T: Marketingtervezés, Akadémia Kiadó, 2016, 59. oldal

¹³Veres Z, Szilágyi Z: A marketing alapjai, Perfekt Kiadó, 2007, 17. oldal


12. ábra Széchenyi Private Spa weboldal



Forrás: <https://www.szechenyifurdo.hu/private-spa>

Az online reklámok és kampányok mellett a BGYH Zrt offline felületeken is hirdette a Private Spa-t. Olyan magazinokban tettek közzé hirdetéseket, mint a Marie Claire, az Elle és a Forbes. Ezek olvasói és előfizetői, akár magyarok vagy Magyarországon élő külföldiek, jó eséllyel a Private Spa célközönségének számítanak.

WELLNESS LUXUS KÖRNYEZETBEN
MERÜLJÖN EL AZ EXKLUZÍV KIKAPCSOLÓDÁS ÉLMÉNYÉBEN
A SZÉCHENYI FÜRDŐ PRIVATE SPA RÉSZLEGÉBEN



Foglalás: (+36 20) 353 2295
www.szecenyifurdo.hu

PRIVATE SPA
SZÉCHENYI FÜRDŐ

Forrás: BGYH Zrt. kreatív terv

5. A PANDÉMIA OKOZTA KIHÍVÁSOK

Nem kikerülhető a Covid-19 világjárvány okozta kihívások és negatív hatások ismertetése a szegmens és ezen belül a fürdő működésére. A fejezetben a járványhelyzet okozta károkat és vendégforgalom visszaeséseket elemeztem ki és mutatom be, a Fürdő által adott válaszokkal, átfogó válságmenedzseléssel egyetemben.

5.1 A járvány budapesti turizmusra és fürdő szegmensre gyakorolt hatásai

A turizmus sínylette meg legjobban a világjárványt, bezárások, munkaerő elvándorlás, az ágazatnak dobott kormányzati mentőöv hiányának okán. Az egész ágazat tetszhalott állapotba került, üresen álltak a hotelek, zárva voltak a fürdők és az éttermek. Nem kerülte el a jelenség

a BGYH Zrt.-t sem. A BGYH más vállalatokkal szemben, azonban végig fizette dolgozóinak a bérét, áldozatok árán is, de igyekezett meg- és egyben tartani a dolgozói állományát.

5.2 Kihívások és válaszok

Az elsődleges kihívás az újrainyitást követően a vendégkör visszacsalogatása és a biztonságos fürdőzés megteremtése volt. A BGYH Zrt. ezt úgy igyekezett elérni, hogy az újra nyitáskor egy 50%-s akciót hirdetett meg az összes fürdőjében a belépőjegyekre és másodlagos szolgáltatásokra. Ez az akció 3 hónapon át tartott és sikeresnek bizonyult, hiszen a külföldi vendégek hiányában addig is sikerült egy bizonyos számú magyar vendégkört megszólítani.

A biztonságra is nagy hangsúlyt kellett fektetni, a kormányzati rendelkezésekkel párhuzamban, a bejáratoknál hőmérséklet ellenőrzést végeztek és szigorúan betartatták a védettségi igazolványok ellenőrzését. A kezdeti hónapokban csak azok a vendégek léphettek be a fürdő területére, akiknek vagy magyarországi védettségi kártyája volt, vagy a kétoldali egyezményrel bíró országok valamelyikéből érkeztek. Bár ez is egy újabb áldozatot jelentett a vállalat részéről, hiszen így számos országból érkező vendéget kellett kizárnia a fürdőzésből, ami bevétel kiesést eredményezett, de a felelős, hatályos törvények szerinti működés volt az elsődleges.

A BGYH Zrt. és a fürdők, köztük a Széchenyi átvészelték ezt az időszakot is és a korlátozó rendelkezések eltörlését követően újra tárt kapukkal várják a vendégeket.

Bizonyos szigorítások és szabályok azonban érvényben maradtak. A fürdő területén ugyanúgy ki vannak helyezve a maszk viselés szabályaira figyelmeztető táblák, miszerint a fürdő zárt tereiben, aulákban és öltözőkben a maszk viselés kötelező, ahogy a távolságtartásra figyelmeztető táblák is érvényben maradtak.

14. ábra Figyelmeztető tábla



Forrás: <https://www.OnlineTabla.hu>

5.3 A fürdőben rejlő fejlesztési lehetőségek

Zárásképpen a már megkezdett és terv szinten létező fürdő és szolgáltatás fejlesztési törekvéseket elemzem ki, elsősorban a Private Spa részleg szemszögéből, mennyire átjárhatóak, kapcsolhatóak és integrálhatóak egymásba a fürdő jövőbeni fejlesztési tervei. Milyen marketing eszközöket kell alkalmazni, hogy ezeket önállóan, egymástól függetlenül, de egymást erősítve is minél több embert megtudjanak szólítani.

Az enyhülő járványügyi helyzetet követően a fürdő újranyitotta kapuit, a Private Spa részleggel egyetemben. Az újrainduló bel- és külföldi turisztika, gyors, de átgondolt reagálást követelt meg a vállalat vezetésétől és a fürdő üzemeltetésétől. Az újra nyitás sikeresnek bizonyult. Az újragondolt árképzésének, marketing akcióknak, partneri szerződéseknek köszönhetően nem csak az jelenthető ki, hogy a Széchenyi Fürdő Spa újra megnyitotta kaput a fürdőzni vágyók előtt, hanem az is, hogy mérhető eredményeket hoz és már a jövőbeni fejlesztéseken tud gondolkodni a vállalat vezetés, amiben a Private Spa szolgáltatásnak is nagy szerepet szánnak.

A korábban már említett Medical Spa privát gyógyászati szolgáltatás az újranyitást követően elindult a Széchenyi Fürdőben. Számos új, VIP minőségű masszázs szobával bővült a fürdő, elsősorban az uszoda oldalon. A Pálmaház a fürdő és vállalatvezetés reményei szerint hamarosan újra nyitva lesz a fürdőközönség előtt.

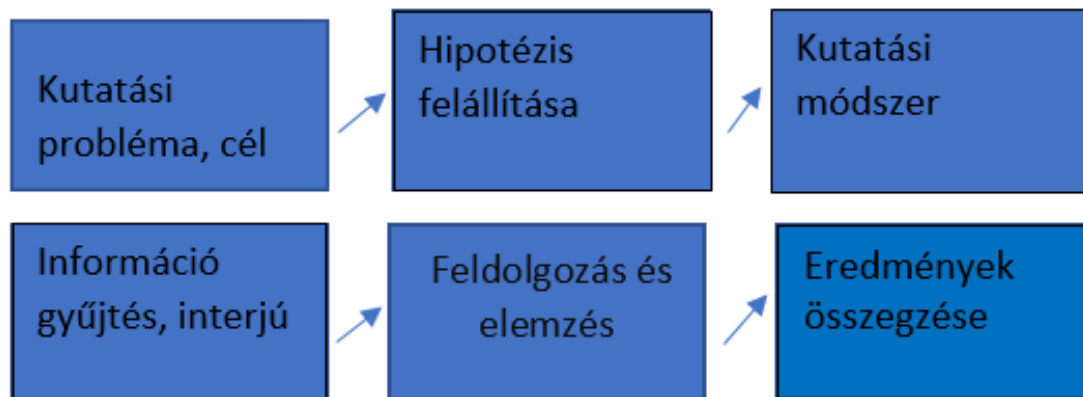
Azonban ez még csak egy része a fürdő fejlesztéseinek, sok üresen és kihasználatlanul álló tér van, melyekre folyamatosan fejlesztési és renoválási koncepciók készülnek, melyek a fürdő szolgáltatásai bővítik és egészítik ki: minőségi pihenőterek, új szaunák és egy szaunavilág gondolata, minőségi privát kádszobák kialakítása.

6. PRIMER KUTATÁS: MÉLYINTERJÚ

6.1 Kutatási folyamat

A szakdolgozatomban használt kutatási folyamatot a következő ábra szemlélteti

15. ábra Kutatási folyamatábra



Forrás: Saját készítésű ábra, Veres Zoltán; Szilágyi Zoltán (2007), A marketing alapjai 75. oldal alapján

6.2 Kutatás célja

Kutatásom célja, hogy friss és releváns információkat gyűjtsék össze a 2018-ban indult és mai napig működő, a Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda felsőkategóriás szolgáltatásáról, a Private Sparól. Kíváncsi voltam többek között arra is, hogy népszerű-e a Private Spa a vendégek körében annyira, hogy további ráfordításokkal a BGYH Zrt-nek érdemes legyen azt fejleszteni? A mélyinterjún feltett kérdéseimre kapott válaszokat és a Fürdő belső adatait felhasználva és kielemezve szerettem volna valós képet kialakítani arról, hogy a Private Spa valóban luxuskategóriás szolgáltatás a Széchenyi Fürdőn belül. Emellett, hogy érdemes arra, hogy még minőségibb szolgáltatási paletta felé kormányozza azt a BGYH Zrt, ugyanis a szakmai gyakorlatom során eltöltött három hónap alatt, személyesen is megtapasztalhattam azt, hogy a Private Spa-ra érkező vendégek száma folyamatos növekedést mutatott, ezzel pedig egyenesen arányosan hónapról- hónapra magasabb bevételt generált a szolgáltatás.

6.3 Hipotézis felállítás, kutatási módszer

Nincs olyan nap, hogy a Private Spa üresen állna. Naponta érkeznek különböző országokból, különböző kontinensekről vendégek a Széchenyi Fürdőbe. Nemtől és kortól függetlenül igénybe vehetik a Private Spa adta lehetőségeket. Némelyikük előfoglalással érkezik, de vannak olyan vendégek is, akik itt a Fürdőben értesülnek a Private Spa-ról és azonnal igénybe is veszik a szolgáltatást.

Egy kvantitatív kutatás formájában, mélyinterjú megkérdezéssel szeretnék releváns adatokat nyerni, amelyek elemzésével megvizsgálhatom hipotéziseim helytállóságát. A mélyinterjú során az interjú alany a saját szavaival mondhatja el érzéseit, véleményét és gondolatait. Az általam megkérdezett alanyoknak reális rálátásuk volt az adott témára, hiszen Őket a Private Spa szolgáltatás igénybevétele után kérdeztem ki, így friss élményekről, tapasztalatokról számolhattak be nekem.

A mélyinterjú előre megfogalmazott kérdéseit saját magam készítettem el angol és magyar változatban egyaránt, hiszen nem csak magyar vendégeket kérdeztem meg, hanem külföldieket is. A hipotéziseimet is szintén én magam állítottam össze és azok elfogadásának vagy elvetésének bizonyítására választottam a mélyinterjút.

A személyesen lebonyolított interjút 4 magyar és 4 külföldi vendéggel készítettem el. A külföldiek közül egy izraeli, egy amerikai és egy brit hölgyet, valamint egy német férfit kértem meg, hogy legyen az interjúalanyom. Tájékoztattam Őket arról, hogy az interjú a szakdolgozatom megírásához lenne szükséges és nagyjából 30 percet venne igénybe. Az interjú során a megkérdezettek egyike sem kért teljes titoktartást, így engedélyt kaptam tőlük arra, hogy nevüket, életkorukat, és az országot ahonnan ellátogattak hozzánk, bele írhassem a mélyinterjúba. Az interjú 9 kérdést foglalt magába, és főként a vendégek elégedettségre fókuszált. Ezeket a kérdéseket és a rájuk adott válaszokat mellékletben, teljes egészükben csatoltam.

Az elbeszélgetés személyes formában történt, a Private Spa irodájában ahol a hostok/ hostessek dolgoznak és az előre megírt kérdéseim alapján haladt. A kérdéseimre mindenki konkrét választ adott, és próbálta minél jobban, érthetőbben kifejezni magát. Az elégedettségi szintet 1-10 skálán mértem, így vannak olyan kérdések, amelyekre számszerűsíthető válaszokat kaptam.

6.4 Információgyűjtés és az interjúk feldolgozása

HI. A Private Spa vendégei keveslik a 4 órás tartózkodási időt.

A Private Span eltöltött hónapok alatt, többször is találkoztam olyan vendéggel, akik kevesellte a 4 órás időtartamot, és sokan hosszabbítást is kértek felár ellenében. A munkatársaim elmondása szerint, a szakmai gyakorlatomat megelőző időkben is, rengeteg vendég kifogásolta a 4 órás időtartamot. Sokan azt mondták, hogy nem volt elegendő idejük minden medencét kipróbálni, vagy éppen a büfébe nem jutottak már el, mert letelt a 4 órájuk. Ennek a kiderítésére fogalmazódott meg bennem, a legelső hipotézis, miszerint a vendégek keveslik a 4 órás tartózkodási időt.

Az első interjúalanyom, Nikoletta válaszát idézem, aki határozottan kifejtette a 4 órás tartózkodási időről a véleményét: „A legkevésbé elégedett a 4 órás tartózkodási idővel voltam. Szerettem volna még pihenni egy kicsit a szobában, de sajnos már lejárt a 4 óráim. Jó lenne, ha a jövőben a 4órás időintervallum hosszabb lenne, legalább 5-6 óra.” Nikolettához hasonló véleményen volt Miklós is, aki szintén kevesellte a 4 órát és azt mondta az interjúban, hogy legalább 6 órásnak kéne lennie a tartózkodási időnek, hogy minden medencét és szaunát nyugodtan ki lehessen próbálni, és még a szobában is lehessen egy szieszta tartani. Magdolna ugyancsak kevésnek találta a 4 órát, és ár-érték arányban abszolút nem tartotta korrektnek, hogy csak 4 órát tud a Private Span tartózkodni.

A négy magyar interjú alanyom közül, csupán egy alany volt kibékülve a 4 órával, Ákos. Ákos a barátnőjével érkezett a Private Spa-ra, hogy megünnepeljék évfordulójukat, és az interjúban adott válaszai alapján, teljesen elégedettek voltak a Private Spa szolgáltatással. Nem kevesellték a 4 órás intervallumot, és minden medencét, szaunát ki tudtak próbálni.

1. táblázat Elégedettségi kutatás hazai vendégek körében

Interjúalany	Elégedett-e a 4 órás tartózkodási idővel?
Nikoletta	IGEN
Miklós	NEM
Magdolna	NEM
Ákos	IGEN

Forrás: Saját készítésű táblázat, mélyinterjúra kapott válaszok alapján

A külföldi vendégek egészen másképp értékelték a szolgáltatást. Christina, aki Londonból érkezett hozzánk a következőt válaszolta arra a kérdésemre, hogy elegendőnek tartotta-e a 4 órát:

”Yes, fair enough. I tried every pool and saunas. I also tried the buffet and ate the traditional Hungary food, the goulash soup. It was very delicious. So 4 hours was plenty for me to even have lunch.”/ Igen, tisztességes idő. Kipróbáltam minden medencét és szaunát. A büfében is ettem, a tradicionális magyar ételt; a gulyáslevest. Nagyon finom volt. Szóval a 4 óra elegendő volt arra, hogy még meg is ebédeljek.”

Anton és felesége, akik Németországból jöttek, szintén elegendőnek találták a 4 órát, sőt még aludni és TV-t nézni is volt idejük a 4 órás intervallum időn belül. Ezen kívül elégedettek voltak ár-érték arányban is a szolgáltatással, és tervezik, hogy legközelebb is jönnek majd.

Hadley Amerikából érkezett és válaszában elmondta, hogy lehetne hosszabb az időintervallum, és nem gondolja, hogy 4 óra elegendő lenne pároknak, vagy családoknak, mivel Hadley egyedül érkezett, próbált mindenre időt szakítani.

Hadleyval együtt már hárman igennel szavaztak arra, hogy a 4 óra elegendő. Végül, de nem utolsó sorban Mayát kérdeztem, aki férjével együtt, Izraelből látogatott el a Széchenyi Fürdő, Private Spa részlegére. Mayáék már nem voltak olyan elégedettek a szolgáltatással, mint az előtük szólók. Maya és férje egyáltalán nem tartotta elegendőnek a 4 órát. Azt meg főleg nem értették, hogy a masszázst, amit a szobához vásároltak, miért a 4 órás időintervallumon belül történik, hiszen az 1 óra hosszú, így már csak 3 órájuk maradt összesen.

2. táblázat *Elégedettségi kutatás külföldi vendégek körében*

Interjúalany	Elégedett-e a 4 órás tartózkodási idővel?
Christina	IGEN
Anton	IGEN
Hadley	IGEN
Maya	NEM

Forrás: Saját készítésű táblázat, mélyinterjúra kapott válaszok alapján

Összesítve, a 8 interjú alanyból 4 elégedett volt a 4 órás időintervallummal, 4 viszont nem. Mivel döntetlen eredmény született, így ezek alapján a **H1 hipotézist sem megerősíteni, sem elvetni nem tudom.**

3. táblázat H1 hipotézis összegzése

Interjúalany	Elégedett	Nem elégedett
Nikoletta		-
Miklós		-
Magdolna	+	
Ákos		-
Christina	+	
Anton	+	
Hadley	+	
Maya		-

Forrás: Saját készítésű táblázat, mélyinterjúra kapott válaszok alapján

H2. *A külföldi vendégek általánosságban elégedettebbek, mint a hazaiak.*

A mélyinterjúm feltett kérdéseim között szerepel olyan, amely konkrétan rákérdez arra, hogy mivel volt a legelégedettebb a vendég. Az általános elégedettségi kérdést kiegészítettem, egy olyanal is, amely a masszázs szolgáltatásra irányul. Természetesen a mélyinterjú szerves részének gondoltam azt is, hogy rákérdezzek, hogy a vendég mivel volt a legelégedetlenebb, hiszen ebből fejlődhet egy vállalat, ennek megfelelően változtat a stratégiáin, szolgáltatásain, hogy minél vendégközpontúbb, otthonosabb helyé varázsolja saját magát. Ezen hipotézisem nem csak szimplán az elégedettséget célozza meg, hanem kimondja azt, hogy a külföldi vendégek elégedettebbek voltak a szolgáltatással általánosságban, mint a magyar, hazai vendégeink.

Nikoletta 8-ra értékelte az 1-10skálán az elégedettségi szintjét. Azzal indokolta az általa adott „pontot”, hogy ha maradhatott volna több időt, és nem csak 4 órára szólna a tartózkodás, akkor 10-re értékelte volna a Private Spas elégedettségét. Ezen kívül a leginkább elégedett a hostokkal/ hostessekkel volt, mert rendkívül segítőkészek voltak vele és még egy kis térképen is megmutatták neki, hogy mit merre találhat a fürdőben. Azt is elmondta, hogy a napja fénypontja a 45 perces masszázs volt, amit a szobához vásárolt.

A következő alanyom Miklós volt, aki 7 „pontot” adott a 10-ből. Az általa adott 7 „pontot” azzal magyarázta, hogy a talpmasszázs hiánya és a 4 órás tartózkodási idő miatt nem adott maximumot. Arról is kérdeztem, hogy igénybe vette-e a masszázst a szobához, és ezt a választ kaptam:

„Nem vettem igénybe a szolgáltatást. Ha lett volna kifejezetten talpmasszázs, akkor igénybe vettem volna én is és a feleségem is.”

Ákos, aki a barátnőjével érkezett megünnepelni évfordulójukat, kifejezettem elégedett volt. 10-es értékelést adott. Elmondta, hogy minden gördülékenyen ment és csodálatos évforduló volt ez számukra. Hozzátette, hogy a következő évfordulójukat is itt szeretnék majd ünnepelni.

„A privát zuhanyzó hiánya, és a kevés idő intervallum miatt 6-ra értékelném a Private Spa szolgáltatást összességében”- ez volt Magdolna, negyedik, magyar interjúalanyom válasza. Azonban a 6 pont ellenére, a masszázst abszolút élvezte, hiszen rengeteg orvosnál, masszörnél járt már a hátfájása miatt, de eddig egyik sem tudott segíteni rajta. A férfi masszörünknél, azonban a masszázs után nem érzett hátfájdalmat. Magdolna azóta, hetente visszatér hozzánk masszíroztatni.

Christina 10, Anton és Hadley 9-9, Maya 5 „pontot” adott az 1-től 10-es skálán.

Christina habár idén egyedül érkezett hozzánk, következő alkalommal, a barátjával jön, mert eltervezte, hogy a Private Spa-ba hozza párját születésnapja alkalmából. Azt fontos kiemelni, hogy Christina nem tudatosan a Private Spa-ra jött, Ő csak szeretett volna fürdeni a medencékben, és úszni az úszómedencében. A Private Spa lehetőségről, az értékesítő kollégák tájékoztatták Őt a bejáratnál, amit Ő ki is próbált. Nagyon olcsónak találta ár-érték arányban a Private Spa-t és nem gondolta volna, hogy ennyire magas minőségű szolgáltatásban lesz része. Legelégedettebb a hostessekkel és host kollegákkal volt, akik mindenben a segítségére álltak és még egy gyors történelmi áttekintésben is részesítették.

Anton és felesége, ahogy már említettem 9-es értékelést adtak. Elégedettek voltak mind ketten a masszázzsal is, amit a szobához vettek, azonban egy dolog hiányzott számukra az ittlétük alatt; egy légkondicionáló a privát szobájukból. A hostessektől kaptak ventilátort, bár elmondásuk szerint nem sokat segített.

Hadley szintén 9 „pontot” adott, és megemlítette Ő is, hogy egy légkondi elkelt volna a szobába, azonban nem volt nagy gond anélkül sem. A masszázst nem próbálta ki, vagy arról nem tudott személyesen nyilatkozni, de azt mondta, biztos benne, hogy ha kipróbálta volna, fantasztikus

lett volna, hiszen mindennel elégedett volt a légkondi hiányán kívül, így valószínűleg a masszázs minősége is kiemelkedő lett volna.

Maya és férje összességében 5-re értékelte a 10-es skálán a Private Spa-t. Sajnos velük meg esett az a ritkán előforduló probléma, hogy a medence térre kitett napágyak közül az összes foglalt volt, így személyes dolgaikat, telefont, törülközőt a földre kellett tenniük. Mayáék ár-érték arányban sem voltak elégedettek a szolgáltatással, illetve a 4 órás időtartam sem volt számukra kielégítő. Azt mondták az 5 „pont” a hostok/ hostessek és masszörök érdeme.

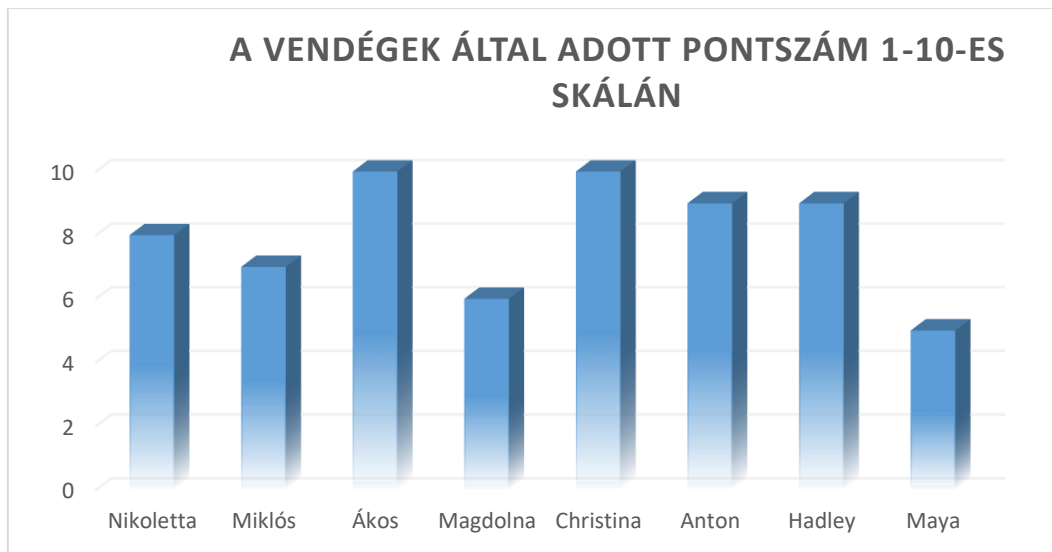
A H2 hipotézisemet a kérdéseimre kapott válaszok alapján elfogadom, miszerint a külföldi vendégek általánosságban elégedettebbek, mint a hazaiak.

4. táblázat Összesített pontszámok

Vendég neve	Pontszám (1-10 skálán)
Nikoletta	8
Miklós	7
Magdolna	10
Ákos	6
Σ	31
Christina	10
Anton	9
Hadley	9
Maya	5
Σ	33

Forrás: Saját készítésű táblázat, mélyinterjúra kapott válaszok alapján

16. ábra Összesített pontszámok diagramja



Forrás: Saját készítésű diagram, mélyinterjúra kapott válaszok alapján

H3. A megkérdezettek többsége újra igénybe venné a szolgáltatást.

Sokszor volt példa arra, hogy a Széchenyi Fürdőben eltöltött szakmai gyakorlatom három hónapos ideje alatt, visszatérő vendégeket láttam, és fogadtam a Private Spa-ban. Számomra meglepő volt, de a munkatársaim elmondása szerint, ez náluk megszokott, hiszen van nem egy olyan visszatérő vendégük, akik minden évben, többször is igénybe veszik a Private Spa-t. Kíváncsi voltam arra, hogy az általam megkérdezett vendégek, vajon újra igénybe vennék-e a szolgáltatást, s úgy feltételeztem, hogy többségük visszatérne, ezért a mélyinterjú kérdéseim között szerepel egy olyan kérdés is, hogy ha lehetőségük adódna, újra igénybe vennék-e a szolgáltatást. Az általuk adott válaszokat elemzem, valamint elfogadom vagy elvetem harmadik és egyben utolsó hipotézisemet.

A hazai vendégeim fele-fele arányban vennék újra igénybe a szolgáltatást. Nikoletta minden bizonnyal, ha lehetőségei engedik, újra elfog látogatni hozzánk. Miklós azt mondta, hogy a Private Spa-ba nem, de a fürdőbe biztosan jönnek még. Ákos és barátnője szintén szívesen újra átelné a Private Spa gyönyörét, hiszen következő évfordulójukat is itt szeretnék megünnepelni. Magdolna, viszont ha a Private Spa-t nem is, de a masszázs szolgáltatást ezentúl hetente igénybe fogja venni, és a továbbiakban is visszatérő vendége lesz a fürdőnek.

5. táblázat Szolgáltatás újra-igénybevételi táblázat a hazai vendégek körében

Újra igénybe venné-e a Private Spa szolgáltatást?	
Interjúalany	IGEN/NEM
Nikoletta	IGEN
Miklós	NEM
Magdolna	IGEN
Ákos	NEM

Forrás: Saját készítésű táblázat, mélyinterjúra kapott válaszok alapján

A mélyinterjún részt vett külföldi vendégek közül Christina, Anton és Hadley újra igénybe vennék a szolgáltatást, míg Maya az egyetlen, aki nem. Christina legközelebb a barátjával szeretne jönni, és már ittléte alatt eldöntötte, hogy az lesz a barátja születésnap ajándéka, hogy elhozza Őt a Private Spa-ra. Anton és felesége is ellátogatnak hozzánk újra, jövő nyáron. Hadley is biztosan visszatér a Széchenyi Fürdőbe, és minden bizonnyal szüleit is magával hozza, hogy 2021 után 2022-ben is eltölthessenek pár csodálatos órát a Private Spa-n. Maya és férje akkor jönnének ismét hozzánk, ha az itt tartózkodási 4 órás idő intervallum legalább 6 órára emelkedne. A jelenlegi feltételek mellett nem jönnének el még egyszer.

6. táblázat Szolgáltatás újra-igénybevételi táblázat a külföldi vendégek körében

Újra igénybe venné-e a Private Spa szolgáltatást?	
Interjúalany	IGEN/NEM
Christina	IGEN
Anton	IGEN
Hadley	IGEN
Maya	NEM

Forrás: Saját készítésű táblázat, mélyinterjúra kapott válaszok alapján

A **H3. Hipotézisemet elfogadom**, mivel a vendégek többsége újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatást. Hazai vendégek közül 2-en, külföldi vendégek közül 3-an szeretnének ellátogatni ismét a Private Spa-ra. Összesítve a 8 megkérdezett interjú alanyom közül 5-en ismét igénybe vennék a szolgáltatást.

Végezetül készítettem a mélyinterjú során összegyűjtött adatok alapján, egy táblázatot a hipotézisek eredményeiről. Mivel a H2-es hipotézist csak számszerűsíthető válaszokkal tudtam elfogadni vagy elvetni, így a mélyinterjú alanyok által megadott pontszámokat írtam be a táblázatba, hogy 1-10-es skálán hányasra értékelték a Private Spa-t.

7. táblázat Hipotézisek eredményei

Hipotézis	Nikoletta	Miklós	Magdolna	Ákos	Christina	Anton	Hadley	Maya	Összegzés
H1									
H2 (1-10)	8	7	10	6	10	9	9	5	
H3									

Forrás: Saját készítésű táblázat, mélyinterjúra kapott válaszok alapján

6.5 Kutatási eredmények

H1. *A Private Spa vendégei keveslik a 4 órás tartozkodási időt.*

Az első hipotézisemre kapott válaszok alapján nem megállapítható az a kijelentés, hogy A Private Spa vendégei keveslik a 4 órás tartozkodási időt. Mivel a mélyinterjú részt vettek fele-fele arányban válaszoltak igennel és nemmel erre a kérdésemre, így az első hipotézisemet sem elvetni, sem elfogadni nem tudtam. Ha eltekintünk a mélyinterjútól, és a személyes és kollegáim által elmondott tapasztalatok alapján szeretnénk ezt a hipotézist alátámasztani vagy elvetni, akkor valószínűsíthető, hogy a 4 órás időintervallum a vendégek túlnyomó részének kevés idő arra, hogy az összes medencét, szaunát igénybe tudják venni, és még szabad órájuk is maradjon pihenni a Superior vagy Deluxe szobájukban. Ugyanakkor itt fontos kiemelni, hogy a Private Spa szolgáltatás ugyan 4 órára szól, de a vendég az egész napot a fürdőben töltheti akkor is, ha nem kíván a feláras tartozkodás adta lehetőséggel élni. Ilyenkor mindössze a szobát kell elhagynia, a host/hostess kollégák adnak neki egy szekrényt ahol a tárgyait, ruháit elhelyezheti és tovább élvezheti a gyógyfürdőt. Érdekesség, hogy kevesebb számban élnek ezzel a lehetőséggel.

H2. *A külföldi vendégek általánosságban elégedettebbek, mint a hazaiak.*

A második hipotézisemre kapott válaszok alapján megállapítható, hogy a külföldi vendégek általánosságban elégedettebben, mint a hazai vendégeink. Így ebben a formában a H2 hipotézisemet el tudtam fogadni. A mélyinterjún elmondottak során egyértelműen kiderül, hogy a külföldi vendégek többsége a szolgáltatás ár- érték arányával is elégedettebb volt, mint a hazai vendégek. Többen kiemelték közülük a masszázs minőségét és a hosok/hostessek közvetlenségét és segítőkészségét. Ezen kívül a külföldi vendégek által adott pontszám, összességében magasabb volt a hazai vendégek által meghatározott pontszámoknál. Amíg ott töltöttem a szakmai gyakorlatom addig a valóságban is látható volt az, hogy a külföldi vendégek közül többen is kifejezték köszönetüket, és túlnyomó részt borralalóval jutalmazták a masszöröket, vagy épp minket a hostesseket. Áltánosságban viszont az is elmondható, hogy eleve népszerűbb is a külföldiek körében a Private Spa mint a magyar vendégkör körében. Ennek értelmében az is kijelenthető, hogy az elsődleges célközönséget ők adják.

H3. *A megkérdezettek többsége újra igénybe venné a szolgáltatást.*

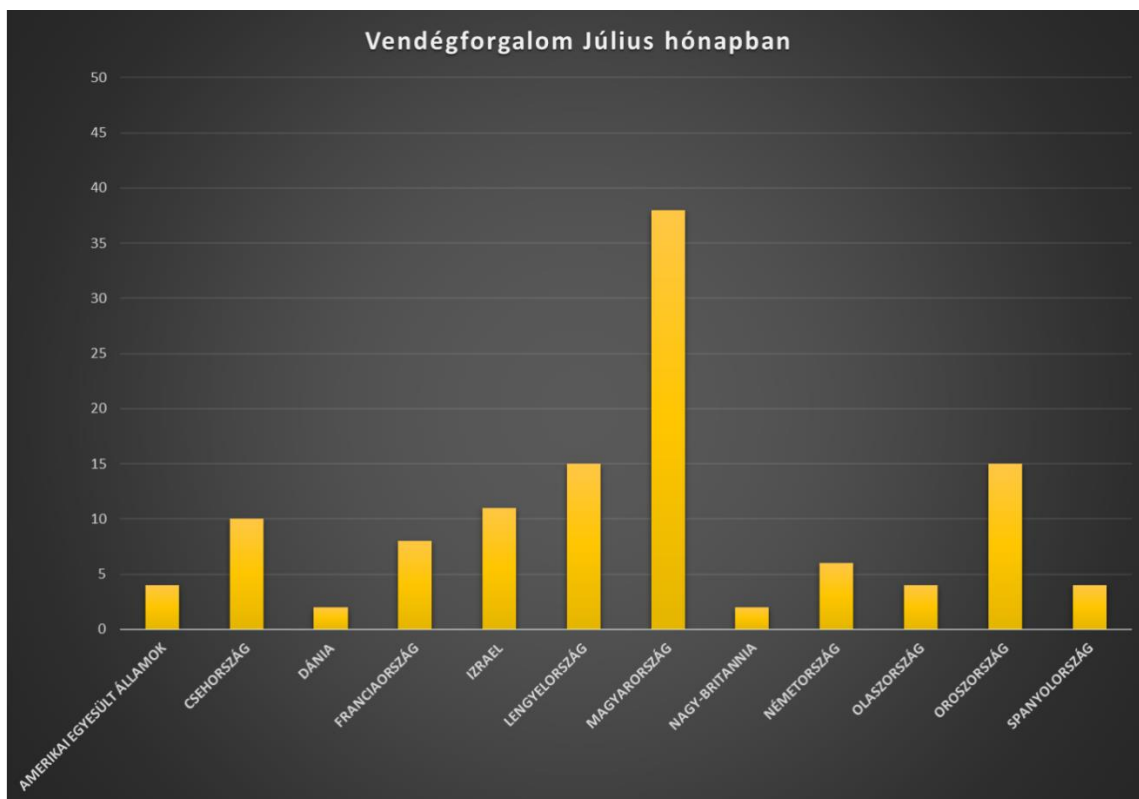
A harmadik és egyben legutolsó hipotézisemet a mélyinterjún részt vett vendégek által kapott válaszok alapján elfogadtam. Ennél a hipotézisnél fontos volt, hogy a hazai és külföldi vendégek válaszait együtt, összesítve néztem, csakúgy, mint az első hipotézisemnél. A 8 interjúalanyom közül 5-en újra igénybe vennék a szolgáltatást, sőt volt, aki azt mondta, hogy legközelebb a párjával, volt aki pedig a szüleivel térne ismét vissza a Private Spa-ra. Az interjún résztvetteken kívül, munkám során is tapasztalhattam azt, hogy visszatérő vendégeket fogadtunk a Private Spara, és számtalan születésnapot és névnapot ünnepeltek nálunk külföldiek és hazaiak is egyaránt.

Hipotéziseimen kívül említettem már a fentiekben, hogy kíváncsi voltam arra is, hogy népszerű-e a Private Spa a vendégek körében annyira, hogy további ráfordításokkal a BGYH Zrt-nek érdemes legyen azt fejlesztenie?

Ezen kérdés megválaszolásához a mélyinterjún elhangzottakon kívül, a Private Spa-n lévő vendégforgalmi adatokat vettem szemügyre. Készítettem a júliusi, augusztusi és szeptemberi hónapra diagramokat a vendég összetétel alapján, és jól megfigyelhető, hogy növekvő tendenciát mutat, mind júliusról augusztusra, mind augusztusról szeptemberre a vendégforgalom, s ezzel együtt a Private Spa bevétele is. A diagramon látható, hogy Magyarország messze élmezőnyben van a többi országból érkezőkhöz képest. Azonban ha Magyarországot úgy vetjük össze a külföldi országokkal, mintha az egy csoport lenne, úgy

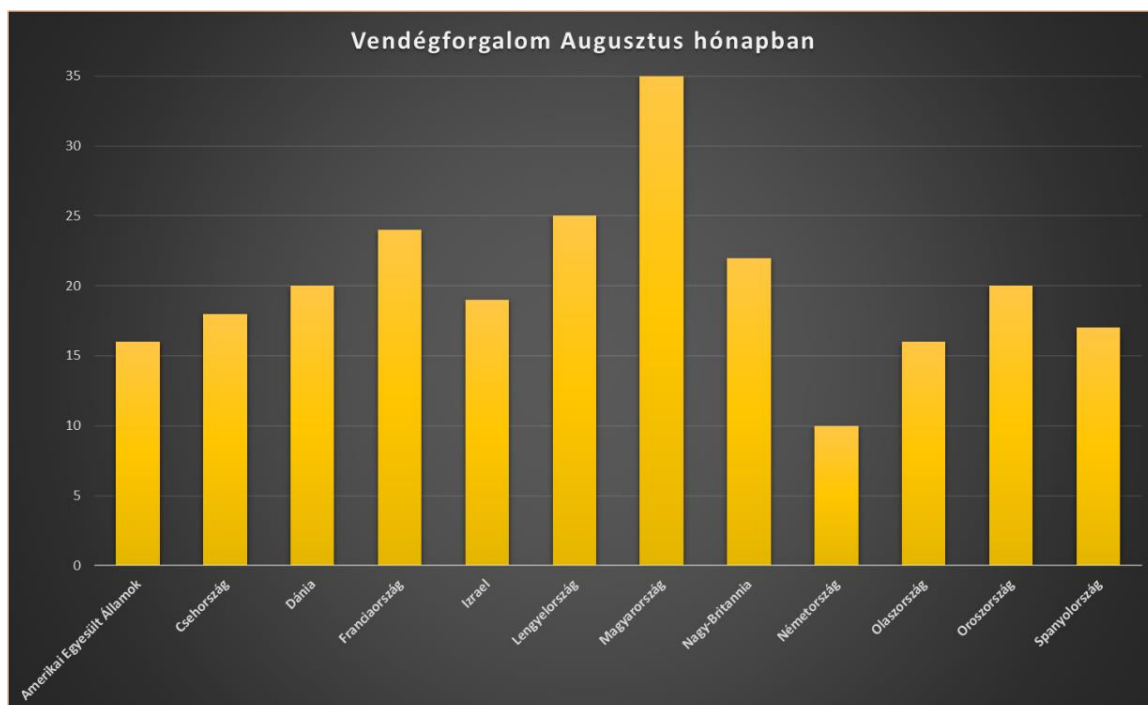
júliusra a külföldről érkező vendégek száma, a Magyarországról érkezőkhöz képest: **68,06%-31,94%**, augusztusra **85,53%-14,47%** szeptemberre **90,5%-9,5%**-os arányra jön ki. Az egyre növekvő vendégforgalom és az egyre növekvő érdeklődés a Private Spa iránt, egyértelművé teszi, hogy van annyira népszerű a Private Spa a vendégek körében, hogy azt a BGYH Zrt. további ráfordításokkal, azt egy még minőségibb paletta felé kormányozza. Az első hónapban látható, hogy a magyar vendég forgalom erősebb volt, mint a külföldi. A következő két hónapban már átváltott és több külföldi vendég érkezett a Private Spa-ra, mint magyar. Az első és azt követő hónapok erős magyar forgalmára a vállalat értékesítési akciója is hatott. Szerződést kötöttek a Terézvárosi Önkormányzattal, akik Voucher formájában Private Spa belépőt vásároltak a kerületi fiatal házaspárok számára.

17. ábra Vendégforgalom Július hónapban



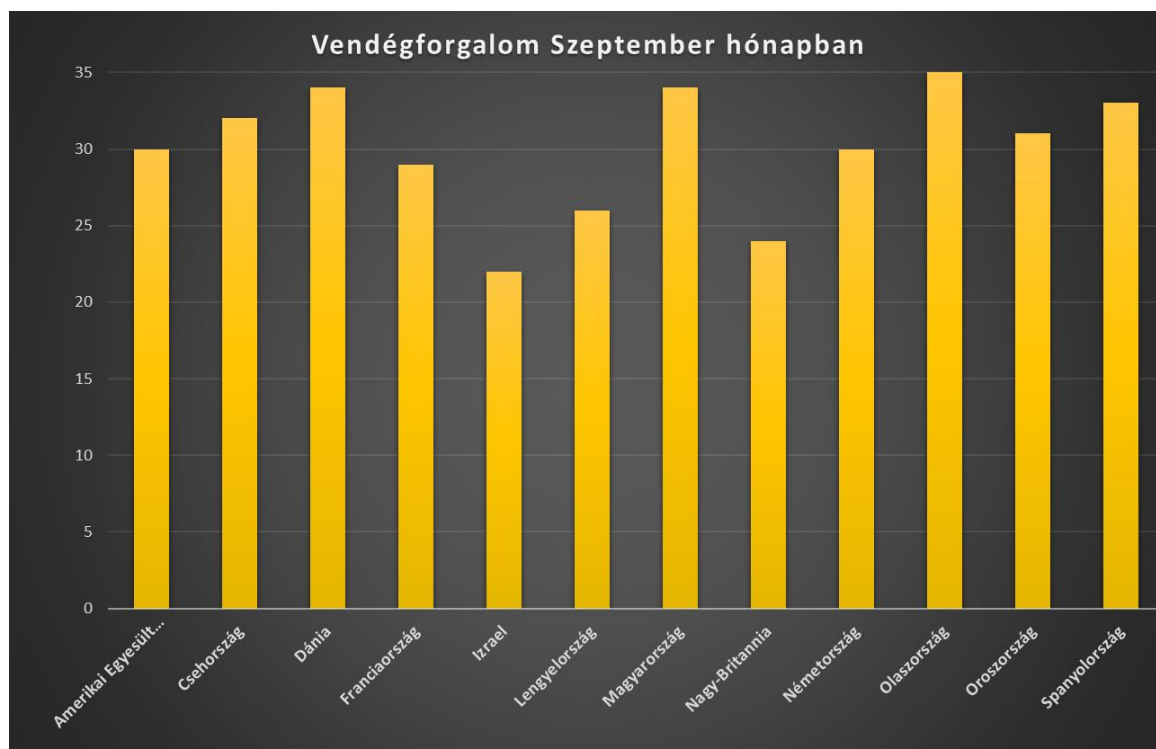
Forrás: Saját készítésű diagram, céges adatok alapján

18. ábra Vendégforgalom Augusztus hónapban



Forrás: Saját készítésű diagram, céges adatok alapján

19. ábra Vendégforgalom Szeptember hónapban



Forrás: Saját készítésű diagram, céges adatok alapján

8. táblázat Private Spa vendégforgalom országokra/hónapokra bontva

Ország	Július	Augusztus	Szeptember
Amerikai Egyesült Államok	4	16	30
Csehország	10	18	32
Dánia	2	20	34
Franciaország	8	24	29
Izrael	11	19	22
Lengyelország	15	25	26
Magyarország	38	35	34
Nagy-Britannia	2	22	24
Németország	6	10	30
Olaszország	4	16	35
Oroszország	15	20	31
Spanyolország	4	17	33

Forrás: Saját készítésű táblázat, céges adatok alapján

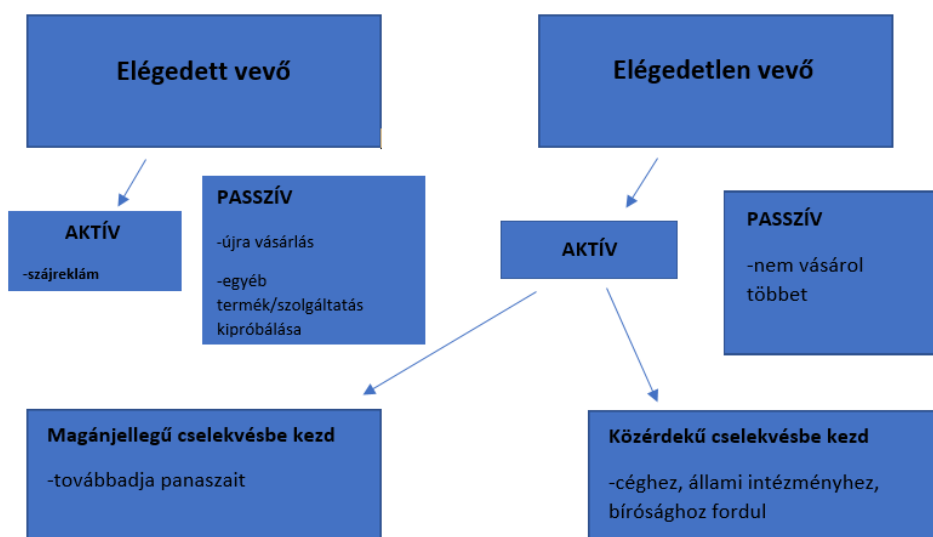
7. VÁSÁRLÁS UTÁNI MAGATARTÁS

Egy termék vagy szolgáltatás megvételével, igénybevételével még nem ér véget a vásárlási folyamat. A termék vagy szolgáltatás használata alatt derül az ki, hogy a fogyasztó mennyire elégedett, mennyire felel meg számára az adott termék/ szolgáltatás.

A vásárlás után fellépő, aggodalmat, kételyt és reakciót, vásárlás utáni kognitív diszsonanciának nevezi a szakirodalom.

Számunkra nagyon fontos volt az, hogy a vendég, a fogyasztó elégedetten hagyja el a Private Spa-t és továbbadja élményeit, tapasztalatait ismerőseinek, szeretteinek, barátainak, hiszen a Private Spa-ra látogató vendégek száma így módon is növekedhet. Örömmel tudatosítottam magamban, hogy nem csak a mélyinterjújn résztvevők többsége volt megelégedve a kiszolgálással, a hostok, hostessek és masszörök munkájával, de folyamatos pozitív visszajelzést kaptunk személyesen, a szakmai gyakorlatom alatt is.

20. ábra Vásárlás utáni magatartás



Forrás: Horváth Ágnes (2010), Fogyasztói magatartás, 170. oldal alapján

A vásárlás után a fogyasztó elégedettsége, illetve elégedetlensége a következő formákban valósulhat meg:

- Ha a szolgáltatás vagy termék a fogyasztói elvárások minimumjának felel meg, akkor az még nem eredményez elégedettséget. Ha a fogyasztó se jobbat, se rosszabbat nem kapott annál, mint amire számított, vagyis nem csalódott az adott termékben, szolgáltatásban, akkor szimplán az elégedetlenség hiányáról beszélhetünk. Ez esetben a fogyasztó nagy valószínűséggel panaszt nem fog tenni, de a következő alkalommal jobb, másik szolgáltatást, alternatívát fog keresni.
- Ha a vásárlás eredményét pozitívan éli meg, a szolgáltatás vagy termék felülmúlta a fogyasztó elvárását, akkor elégedettségről beszélünk.
 - ✓ Egy elégedett vevő aktív magatartással rendelkezve, továbbadhatja a barátainak, ismerőseinek a szerzett tapasztalatait. Ezt pozitív szóajreklámnak nevezzük. A pozitív szóajreklám hosszú távon új fogyasztókat/ vevőket jelenthet, ezzel pedig

egyenesen arányosan forgalomnövekedést hozhat, és mindez plusz költségek nélkül valósulhat meg.

- ✓ Az elégedett vevő nagy valószínűséggel következő alkalommal is igénybe veszi a szolgáltatást/ terméket, így van esély arra, hogy törzsvásárlóvá, törzsvendéggé váljon.
- Abban az esetben, ha a szolgáltatás vagy a termék nem eredményezi mindazt, amit a fogyasztó a reklámban, hirdetésekben, ígéretek alapján elvárt, akkor elégedetlenségről beszélünk, és a vásárlás eredményét negatívan éli meg a fogyasztó.
 - ✓ Ilyen esetben dönthet úgy a vásárló, hogy többet nem vásárolja meg a szolgáltatást vagy a terméket. Ilyenkor a vállalat elveszíti ezt a vevőt.
 - ✓ A csalódott fogyasztó elmondja ismerőseinek, barátainak a negatív tapasztalatait és elkeseredettségének okát, illetve figyelmezteti őket, hogy ne vegyék igénybe a szolgáltatást, vagy ne vásárolják meg az adott terméket. Ebben az esetben negatív szájreklámról beszélünk. A negatív szájreklámnak drasztikusan kedvezőtlen hatása van a vállalat szempontjából, mivel így a potenciális piacuk csökken az elégedetlen fogyasztó szűkebb környezetéhez tartozó vevőkkel.
 - ✓ Legrosszabb esetben az elégedetlen vevő panaszt is tehet az adott vállalatnál. Előfordulhat az is, hogy ez olyan komoly hírveréssel jár, hogy a vállalat imázsa, működése megremeghet.

A Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda, és minden más vállalkozás is jól tudja azt, hogy a legjobb reklám az elégedett vevő. Ennek fényében igyekeznek minél jobban csökkenteni az elégedetlen vásárlók számát. Abban, hogy az elégedetlenség mértéke minél kevesebb legyen, hatalmas szerepet játszik a panaszkezelés, az ügyfélszolgálat és a vásárlást követő kommunikáció. ¹⁴

¹⁴ Horváth Ágnes: Fogyasztói magatartás, Szent István Egyetemi Kiadó, 2010, 169-171. oldal

8. JAVASLATOK

Összesen négy javaslat fogalmazódott meg bennem a szakdolgozatom készítése és a mélyinterjúk elemzése után.

Az **első** javaslatom az lenne, hogy a Superior szobákhoz a régi kádfolyosók helyén, kialakításra kerülhetne egy külön fürdő és WC részleg a Superior szobát igénybe vevő vendégek részére. Hiszen aki a Superior szobát kívánja megvásárolni, ahhoz nem tartozik külön vizes blokk és rengeteg vendégpanasz érkezett a vendégektől az ott létem során is ezzel kapcsolatban. Nekik a Fürdőtérben lévő közös zuhanyzókat kell használniuk. Fontosnak tartom én is, és személyes véleményem az, hogy megértem azokat, akik ezzel kapcsolatban megjegyzést tettek, hiszen hiába felsőkategóriás a Private Spa, ha a Superior szobákhoz nem tartozik külön WC és tusoló. Így mégsem érezhetik a vendégek azt a VIP környezetet, amire számítottak. Ellenben a Deluxe szobát bérlő vendégekkel, akiknek a szobájukhoz tartozik tusoló és WC is. Természetesen van olyan vendég, akit ez abszolút nem zavar és így is kibérli a Superior pihenő szobát, azonban mégis azt gondolom, hogy jó fényt vetne erre a részlegre, ha kialakítanának legalább két-két férfi és női WC-t, tusolót.

A **második** javaslatom a 4 órás időintervallum meghosszabbítása lenne minimum 5 vagy 6 óra hosszúságúra. Ennek a javaslatnak a kivitelezése már nehezebb, hiszen a Covid-19 óta a Fürdő megváltozott nyitva tartással üzemel: 6:00-19:00-ig. A Private Spa azonban, csak reggel 9-kor nyit, és ezzel megegyezően azok a vendégek, akik a 9-től 13-ig lévő időpontban szeretnének a Private Spa-n tartózkodni, 9-kor foglalhatják el a szobáikat. Ezután 13-és 14 óra között egy órás takarítási és ebédszünet van a hostesseknek. 14-kor következik a második turnus, akik 18-ig tartózkodhatnak a Private Spa-n kibérelt szobáikban és a Fürdőben, mivel maga a Fürdő 19-kor zárja kapuit, a Private Spa-n miután az utolsó vendégek is elhagyták a szobájukat, szintén kell egy órás takarítási idő az ott dolgozóknak, hogy másnap reggel már a lefertőtlenített, tiszta szobákba tudják fogadni a pihenni vágyó vendégeket. Abban az esetben, ha a Fürdő vissza tudna állni a régi nyitvatartási idejéhez, mindenképpen fontolóra kéne vennie a vezetőségnek az intervallumidő meghosszabbítását.

Harmadik javaslatom a masszázis lebonyolításának módjáról szólna. Mivel igencsak kevés ez a 4 órás intervallumidő önmagában is, semmiképp nem tartom jónak azt a kivitelezést, hogy a masszázis a 4 órán belül történik. Úgy gondolom, ez csak akkor lenne megoldható, ha a Fürdő a régi nyitva tartás szerint lenne nyitva, vagy ha nem 45 perces masszázis járna a

szobákhoz, hanem lehetőség szerint egy rövidebb 20 perces masszázst választhatna magának a vendég. Nehézség ennek megvalósításához az is, hogy a Private Spa dolgozó masszőrök, csak az ott tartózkodó vendégeket masszírozzák, így ha a 4 órán kívül történne a masszázsuk, a vendégek többsége órákat várna arra, amíg sorra kerül és borulna az egész belső foglaló rendszer, amit a vállalat használ a masszázsok befoglalásához.

Negyedik javaslatom, a légkondik beszerelése lenne a szobákba. Való igaz, hogy télen és nyáron egyaránt, a Fürdő legmelegebb részlege a Private Spa. Sajnos a ventilátor, amit a vendégeknek adunk a szobához, nem mindig elég arra, hogy megfelelő hőmérsékletet teremtsen a szobájukban. Ha nem is az összes szobába, de kezdetben legalább az 5 darab Deluxe szobába érdemes lenne felszerelni légkondicionálókat, amint a költségvetés ezt megengedi. A vendégek is elégedettebbek lennének, és a Private Spa is elindulhatna egy még minőségibb szolgáltatás irányába.

21. ábra Javaslatok

JAVASLATOK:
A SUPERIOR PIHENŐ SZOBÁKHOZ TARTOZZON KÜLÖN VIZES BLOKK (TUSOLÓ+WC)
A PRIVATE SPA 4 ÓRÁS IDŐINTERVALLUMÁNAK MEGHOSSZABBÍTÁSA MINIMUM 1-2 ÓRÁVAL
A PRIVATE SPAN TÖRTÉNŐ MASSZÁZS, 4 ÓRÁS IDŐINTERVALLUMON KÍVÜLI LEBONYOLÍTÁSA
KLÍMA RENDSZER BEÉPÍTÉSE A SUPERIOR ÉS DELUXE SZOBÁKBA

Forrás: Saját készítésű táblázat

9. ÖSSZEGZÉS

A szakdolgozatom téma választása számomra egyértelmű volt. Szakmai gyakorlatomat a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt. által működtetett Széchenyi Gyógyfürdő és Uszodában töltöttem. A Széchenyi Fürdőn belül, a nemrégiben induló Private Spa szolgáltatás értékesítése és fellendítése volt a szakmai gyakorlatom fókusz feladata. A rendelkezésemre álló belső adatok és a három hónapos gyakorlatom alatt szerzett tapasztalatok ihlették meg a szakdolgozatom témáját.

Megpróbáltam az általam kidolgozott struktúra menetén haladni a dolgozat írását illetően. Kezdeképpen egy történelmi gyorstalpalót írtam a fürdőkultusz kialakulásáról, hogy hogyan alakult és fejlődött ki mindez, a kezdetektől napjainkig. Ezután a Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt.-t (BGYH Zrt.), mutattam be röviden, hogy melyik évben és miként alakult meg a vállalat, illetve mely fürdők tartoznak/ tartoztak kezei alá. Mivel a Széchenyi Fürdő is a BGYH Zrt. által van működtetve, így egy szép ugrást tehettem a következő fejezetre, ami már a Széchenyi Gyógyfürdő és Uszoda alapos és átfogó bemutatása volt. Ebben a fejezetben egészen a Fürdő megépítésének alap gondolatán át, Czigler Győző tervein keresztül a legújabb felújításokig írtam, illetve megmagyaráztam azt is, hogy mitől „gyógy” a gyógyfürdő. Kiemeltem mely betegségekkel érdemes igénybe venni a gyógyvizet, mely betegségekre ajánlott, illetve leírtam azt is, milyen betegségekkel nem ajánlott a gyógyfürdőt igénybe venni. Ezt követően a Fürdő üzemszékeit próbáltam bemutatni olyan pontossággal, hogy még az is eltudja képzelni a fejében, hogy hogyan nézhet ki a Fürdő az egyes bejáratokon keresztül, aki még sohasem járt ott. A három fő bejáraton keresztül, egészen a kabinok és szekrények számain át, a Márványtermet és a Pálmaházat említve, elérkeztem szakdolgozatom fő témájához a Private Spa-hoz. Mielőtt a Private Spa-t részleteztem volna, fontosnak tartottam a szolgáltatások HIPI-elvét belefoglalni valamilyen formában a dolgozatomba, hiszen így érthető meg leginkább a „szolgáltatás” jelensége, mindezek mellett, a HIPI-elv segítségével tudja az ember vagy a vállalat a szolgáltatást, szolgáltatásait jobban pozicionálni a piacon. A HIPI-elv négy kezdőbetűjét: változékonyság, megfoghatatlanság, romlékonyság és elválaszthatatlanság definiáltam, és ennek köszönhetően én is jobban megértettem, hogy mi a tényleges különbség a termék és a szolgáltatás között. A HIPI-elv definiálása után, a Private Spa szolgáltatást mutattam be, kezdve a Fürdőben lévő elhelyezkedésétől, a vendégforgalom alakulásáig. Átfogó képet alkottam a dolgozatom fő témájáról. Minden csomagot és ezeknek árait, az igénybe vehető Deluxe és Superior szobák számát, és hozzájuk tartozó bekészített csomagok tartalmát

felsoroltam. Ismertettem, hogyan épül fel a Private Spa és, hogy mennyire fontos az alkalmazottak (takarítók, hostok, hostessek stb.) létjogosultsága abban, hogy a Private Spa a nevéhez hű maradjon és a lehető legjobb bánásmódban, magas minőségi szolgáltatásban részesüljön a fogyasztó. Fontos, hogy elégedetten távozzon a Private Spa-ról, s nem utolsó sorban, ha igényeinek teljesen megfelelő volt a Private Spa, akkor a jövőben újra visszatérjen oda, vagy legalábbis beszéljen rokonainak, ismerőseinek erről a szolgáltatásról, hogy minél több emberhez elérjen a Private Spa és bővíteni tudjon a potenciális vendégek köre. Kihagyhatatlannak éreztem a Private Spa marketing és értékesítési stratégiájáról írni, így tettem pár említést arra, hogy hogyan és miként, milyen formában próbálta a vállalat a Private Spa-t beharangozni a célközönségének. Írtam példát mind online mind offline hirdetési módról és csatoltam a Forbes magazinban megjelent kreatív tervet is a Private Spa-ról. Egy fő fejezetet áldoztam a világon mindnyájunkat sújtó Covid-19 világjárványra. Integrált résznek éreztem, hiszen a Covid-19 nem csak az embereket, de a vállalatokat és a gazdaságot is érintette, hiszen több országban is kötelesek voltak bezárni ideiglenesen vagy éppen örökre hoteleket, vendéglátóegységeket, kis boltokat, szórakozó helyeket, mozikat és színházakat. Így történt ez Magyarországon is a Széchenyi Fürdővel. Bár a Fürdő kibírta a korlátozások negatív hatásait és újra kinyitotta kapuit, részleges sérüléseket Ő is szenvedett, hiszen az újranyitást követő pár hónapban, minden bérlet, belépőjegy és szolgáltatás fél áron volt megvehető, ezzel pedig a megszokott bevételhez képest egy jóval alacsonyabb bevételt generált a vállalat. Panaszkodásra így sem volt ok, hiszen más egységek nem voltak olyan szerencsések, hogy újra nyissanak, így számtalan vendéglátóhely, kiskereskedés bezárni és megszűnni kényszerült. A pandémia taglalása után, az általam választott mélyinterjú, mint primer kutatás volt a fő téma. Ismertettem a kutatás folyamatát, célját, a kutatás módszerét, a három hipotézisem felállítását, az információ gyűjtés menetét és a mélyinterjúk feldolgozását, valamint a kutatási eredményeket. Az első hipotézisemet a mélyinterjú alapján se elvetni se elfogadni nem tudtam, a második, illetve harmadik hipotézisemet pedig elfogadtam. A mélyinterjúkat kielemeztem és a 8 interjúalanyom válaszait a mellékletben szóról-szóra csatoltam. A kutatási eredményeket egy alfejezetben összegeztem a hipotézisek alapján.

Végezetül a mélyinterjú és a vendégforgalom alapján összeállítottam négy javaslatot, melyeket saját érveimmel és a szakmai gyakorlatom alatt szerzett tapasztalataimmal támasztottam alá. Ezen négy javaslat megvalósítására pedig a költségvetés, a kivitelezés és a Covid19 miatt módosult nyitvatartási idő szabhat keretet.

10. IRODALOMJEGYZÉK

1. HORVÁTH ÁGNES (2010): Fogyasztói magatartás. Szent István Egyetemi Kiadó
2. KESZTHELYI TAMARA, GYULAVÁRI TAMÁS (2016): Marketingtervezés. Akadémia Kiadó
3. KOPCSAY LÁSZLÓ (2014): A marketingcsatorna menedzselése. Akadémia Kiadó
4. KOTLER KELLER (2012): Marketingmenedzsment. Akadémia Kiadó
5. REKETTYE GÁBOR, HETESI ERZSÉBET (2009): Kínálatmenedzsment. Akadémia Kiadó
6. SOÓS PÉTER (2001): Széchenyi Gyógyfürdő. Blue Skies Légisport Egyesület
7. VERES ZOLTÁN, SZILÁGYI ZOLTÁN (2007): A marketing alapjai. A Budapesti Gazdasági Főiskola megbízásából kiadta a Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Részvénytársaság

ONLINE FORRÁSOK:

8. nincs szerző: <https://spssabc.hu/kutatasmodszertan/hipotezis-jelentese-es-tipusai-a-kutatasmodszertanban/> Letöltve 2021.10.18.
9. nincs szerző: <https://24.hu/fn/gazdasag/2018/06/05/a-szolgaltatasok-huztak-leginkabb-a-gdp-t/> Letöltve 2021.10.28.
10. nincs szerző: <https://marketingblogger.hu/hipi-elv/> Letöltve: 2021.10.10.
11. nincs szerző: <https://www.budapestgyogyfurdoi.hu> Letöltve: 2021.11.10.
12. nincs szerző: <https://www.szechenyifurdo.hu/mult-es-jelen> Letöltve: 2021.11.17.

11. MELLÉKLETEK

Mélyinterjú kérdései

- 1) *Honnan értesült a Private Spa-ról?*
- 2) *Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?*
- 3) *Mivel volt a leginkább elégedett?*
- 4) *Mivel volt a legkevésbé elégedett?*
- 5) *Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartózkodási időt?*
- 6) *Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?*
- 7) *Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázs szolgáltatást, úgy elégedett volt vele?*
- 8) *Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?*
- 9) *Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?*

Questionnaire

- 1) *1.How did you hear about the Private Spa?*
- 2) *2.Were you satisfied with the service regarding it's price value?*
- 3) *3.What were you most satisfied with?*
- 4) *4. What were you least satisfied with?*
- 5) *5. Do you consider the 4 hours stay to be sufficient?*
- 6) *6. What were you missing from the range of services?*
- 7) *7. If you used the massage service with your room, were you satisfied with it?*
- 8) *8. If you could, would you take advantage of the Private Spa again?*
- 9) *9. On a 1-10 scale how satisfied were you with the service of Private Spa?*

Magyar interjú 1:

Honnan értesült a Private Spa-ról?

Már többször láttam a hirdetést Facebookon, de eleinte csak tovább görgettem rajta. Majd mikor már nagyjából ötödjére jött velem szembe a hirdetés, rákattintottam és nagyon megtetszett, amit láttam a weboldalon. Egyből írtam is egy e-mailt, hogy szeretnék időpontot foglalni Önökhöz.

Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?

Magyarországhoz képest kicsit drága, de úgy gondolom, egyszer kétszer teljesen megéri kiadni ennyi pénzt.

Mivel volt a leginkább elégedett?

A leginkább elégedett a kiszolgálás színvonalával voltam. Rendkívül kedvesek voltak a hostok/hostessek, akármit kérdeztem a fürdőről, azonnal megválaszták és még egy kis térképen meg is mutatták nekem, hogy mit merre találok. Pl szaunákat, illetve a büfét.

Mivel volt a legkevésbé elégedett?

A legkevésbé elégedett a 4 órás tartózkodási idővel voltam. Szerettem volna még pihenni egy kicsit a szobában, de sajnos már lejárt a 4 órák. Jó lenne, ha a jövőben a 4órás időintervallum hosszabb lenne, legalább 5-6 óra.

Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartózkodási időt?

Mint már előbb említettem, határozottan nem.

Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?

Semmit sem hiányoltam, minden fantasztikus volt és teljeskörű volt a kiszolgálás is.

Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázs szolgáltatást, úgy elégedett volt vele?

Igen, teljes mértékben. Az itt tartózkodásom fény pontja volt a 45 perces masszázs, nagyon tehetséges masszőr hölgyhöz kerültem és végig beszélgettünk.

Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?

Igen, ha a lehetőségeim engedik, mindenképpen jövök újra.

Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

Összességében 8-ra értékelném az elégedettségemet, ha lehetett volna több időt maradni, akkor 10 lenne.

Nikoletta/26/magyar

Magyar interjú 2:

Honnan értesült a Private Spa-ról?

Egy ismerősöm említette nekem pár hete. Azt mondta nagyon jól érezték magukat itt a párjával és, hogy mi is próbáljuk ki a feleségemmel.

Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?

Abszolút nem, sokallom az árát. Voltam már más fürdőben, ahol nagyjából ugyanezt a színvonalat fele annyiért igénybe tudtam venni.

Mivel volt a leginkább elégedett?

A medencék számával. Az összeset kipróbáltuk a feleségemmel és nagyon jókat úsztunk az úszómedencében. Az én személyes kedvencem az élménymedence volt. Legalább két órát ültem benne.

Mivel volt a legkevésbé elégedett?

A szaunák hőfokával, egyik sem volt elég meleg számomra.

Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartózkodási időt?

Nem, ár-érték arányban túl kevés ez az idő. Legalább 6 óra kéne arra, hogy az ember kényelmesen kitudjon próbálni minden medencét, letudjon ülni ebédelni a büfébe és utána tudjon tartani egy szieszta. Erre a 4 óra nagyon kevés.

Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?

A talpmasszázszt hiányoltam a legjobban, az rám fért volna.

Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázst, úgy elégedett volt vele?

Nem vettem igénybe a szolgáltatást. Ha lett volna kifejezetten talpmasszázs, akkor igénybe vettem volna én is és a feleségem is.

Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?

A Private Spa szolgáltatást nem venném újra igénybe, de a Fürdőbe biztosan jövünk még.

Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

Összességében 7-esre értékelném a szolgáltatást, a talpmasszázs hiánya és a 4 órás tartózkodási idő miatt.

Miklós/40/magyar

Magyar interjú 3:

Honnan értesült a Private Spa-ról?

Szerettem volna a barátnőmmel minőségibb körülmények között megünnepelni az évfordulónkat, és meglepni őt valami különleges élménnyel, így az interneten kutattam, mikor rábukkantam a Private Spa-ra, így esett a választásom Önökre.

Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?

Igen, elégedett voltam. Ha az ember minőséget szeretne, az mindig magasabb ár kategóriával jár. Így nem sokallom az árat, amit fizettem.

Mivel volt a leginkább elégedett?

A szoba minőségével. Tiszta volt, gyönyörűen be voltak készítve a csomaghoz tartozó felszerelések és a pezsgő is nagyon finom volt.

Mivel volt a legkevésbé elégedett?

Nem volt olyan, amivel elégedetlen lettem volna.

Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartózkodási időt?

Igen, mindenre volt időnk, amire szerettünk volna időt szakítani. Kipróbáltunk minden medencét és szaunát.

Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?

Azt leszámítva, hogy a pezsgő nagyon finom volt, lehetett volna ital választék, szívesen ittunk volna még más különlegességeket a bartánőmmel.

Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázst, úgy elégedett volt vele?

Igen, nagyon jól esett a masszázs és teljes mértékben elégedett voltam én is és a barátnőm is.

Rég óta szerettünk volna egy páros masszázst és örültem, hogy Önöknél volt rá lehetőségünk.

Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?

Igen! Nagyon megvoltam elégedve a szolgáltatás minőségével, és ami a legfontosabb, hogy a barátnőmnek is tetszett a hely és megbeszéltük, hogy a következő évfordulónkat is itt szeretnénk majd ünnepelni.

Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

Egyértelműen 10! Köszönöm a lehetőséget és a profizmust a hostoktól, hostessektől, masszőröktől. Minden gördülékenyen ment, csodálatos évforduló volt számunkra.

Ákos/23/magyar

Magyar interjú 4:

Honnan értesült a Private Spa-ról?

Régóta visszajáró vendége vagyok a Széchenyi Fürdőnek, így tudtam róla, hogy létezik a Private Spa, csak még sosem vettem rá magam, hogy kipróbáljam.

Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?

Túl drága volt számomra, de mindenképp kiakartam próbálni egyszer.

Mivel volt a leginkább elégedett?

A masszázzsal voltam a legelégedettebb. Ha az nem lett volna, lehet csalódottan megyek el a Private Spa-ról. A masszázs sokat dobott a kedvemen és rendkívül jól esett.

Mivel volt a legkevésbé elégedett?

Bent tartózkodási időtartammal. Úgy gondolom ennyi pénzért 4 óra tartózkodási idő nagyon kevés.

Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartózkodási időt?

Az előbbi válaszomban kifejtettem, hogy abszolút keveslem a 4 órát. Tehát nem, nem tartom elegendőnek.

Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?

A privát zuhanyzót hiányoltam. Hiába Superior szobát kértem, amihez nem tartozik külön zuhanyzó helység, azt gondoltam, hogy a Private Spa folyosóján azért van egy elkülönített zuhanyzó részleg, amit a Superior szobás vendégek használhatnak.

Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázs szolgáltatást, úgy elégedett volt vele?

Igen elégedett voltam vele. Sok masszőrnél jártam már, mert évek óta fáj a hátam és mindig nagy reményt fűztem, ahhoz, hogy a masszázs segít esetleg a fájdalom csökkentésében, de eddig bárkinél jártam masszíroztatni, inkább lett erősebb a fájdalom, mint enyhébb. Most először volt az, hogy a masszázs után azt éreztem, hogy segített valamit a fájdalom enyhítésében. Tehetséges férfi masszőrt kaptam.

Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?

A Private Spa-t újra nem venném igénybe, de a Fürdőnek továbbra is visszajáró vendége leszek, sőt hetente egyszer biztosan masszíroztatok az Úriembernél.

Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

A privát zuhanyzó hiánya, és a kevés idő intervallum miatt 6-ra értékelném a Private Spa szolgáltatást összességében.

Magdolna/61/magyar

English interview 1:

How did you hear about the Private Spa? - Honnan értesült a Private Spa-ról?

I have been informed about this possibility at the spa by the hostess staff. I just wanted to try the spa, but I was notified of this option at the cash-desk and I took advantage of it.

A fürdőben értesültem erről a lehetőségről az ott dolgozóktól. Csak kizárólag próbálni a Fürdőt, de szóltak erről a lehetőségről, így kihasználtam.

Were you satisfied with the service regarding its price value? - Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?

Yes, lovely and very cheap. I didn't think I would be part of such a quality service because I was a little skeptical about it in the beginning.

Igen, nagyon olcsónak találtam. Nem gondoltam volna, hogy ennyire minőségi szolgáltatásban lesz részem, az elején kicsit szkeptikusan álltam a dolghoz.

What were you most satisfied with? - Mivel volt a leginkább elégedett?

The hosting, fantastic people. They were very kind and helpful. I was totally satisfied with the staff. I was also told a quick historical overview of the spa.

A hostesekkel, fantasztikus emberek. Nagyon kedvesek és segítőkészek voltak. Teljesen elégedett voltam az ott dolgozókkal. Ráadásul egy gyors történelmi áttekintést is mondtak nekem a Fürdőről.

What were you least satisfied with? - Mivel volt a legkevésbé elégedett?

Nope, everything was beyond perfect.

Semmivel, minden teljesen tökéletes volt.

Do you consider the 4 hours stay to be sufficient? - Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartózkodási időt?

Yes, fair enough. I tried every pool and saunas. I also tried the buffet and ate the traditional Hungary food, the goulash soup. It was very delicious. So 4 hours was plenty for me to even have lunch.

Igen, tisztességes idő. Kipróbáltam minden medencét és szaunát. A büfében is ettem, a tradicionális magyar ételt; gulyáslevest. Nagyon finom volt. Szóval a 4 óra elegendő volt arra, hogy még meg is ebédeljek.

What were you missing from the range of services?- Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?

Nothing. It was wonderful and they gave me everything i needed. For example, I also got extra slippers because I left my own in the pool area.

Semmit. Csodálatos volt és mindent adtak, amire szükségem volt. Például, kaptam extra papucsot, mert a sajátomat elhagytam a medence téren.

If you used the massage service with your room, were you satisfied with it? - Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázs szolgáltatást, úgy elégedett volt vele?

Yes I used the massage service. The masseuse lady was very kind and talented. I got into a completely different world during the massage, and last but not least, the aura of the massage room was very soothing.

Igen, használtam a masszázs szolgáltatást. A masszőr hölgy nagyon kedves és tehetséges volt. Masszázs közben egy teljesen új világba kerültem, nem utolsó sorban a masszázs terem aurája nagyon nyugtató volt.

If you could, would you take advantage of the Private Spa again? - Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?

Yes, absolutely! Next time I'll be with my boyfriend. I have already decided to give this service as a gift for his birthday.

Igen, feltétlenül! Következőleg a barátommal jövök. Már elterveztem, hogy ezt fogom neki születésnapjára ajándékba adni.

On a 1-10 scale how satisfied were you with the service of Private Spa?- Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

Overall, my satisfaction level is 10! It was fantastic, thank you for the experience.

Összességében, az elégedettségi szintem 10! Fantasztikus volt, köszönöm szépen az élményt.

Christina/32/ Great Britain

English interview 2:

How did you hear about the Private Spa? - Honnan értesült a Private Spa-ról?

I saw it on the internet. My wife and I have been planning to travel to Hungary at the end of the summer for a long time. I wrote a program plan and included the Private Spa.

Az interneten láttam. A feleségem és én régóta terveztük, hogy Magyarországra utazunk a nyár végén. Írtam egy program tervet és beleírtam a Private Spa-t is.

Were you satisfied with the service regarding it's price value? - Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?

Yes, naturally! It was okey for me. I dont think it was expensive.

Igen, természetesen. Teljesen rendben volt nekem. Nem gondolom drágának.

What were you most satisfied with?- Mivel volt a leginkább elégedett?

I was most satisfied with the massage. It was good to enter the massage room, the sight was already enchanting and I completely relaxed. We laughed a lot with the masseuse. He was a very nice man. We were at the same room with my wife, and she also had a great time.

A legelégedettebb a masszázssal voltam. Jó volt belépni a masszázs szobába, már a látvány varázslatos volt és teljesen ellazultam. Sokat nevtünk a masszőrrel. Nagyon kedves férfi volt. Ugyanabban a szobában voltunk a feleségemmel, és ő is remekül érezte magát.

What were you least satisfied with? - Mivel volt a legkevésbé elégedett?

I missed the air conditioning in the room, it was very warm. The hostess gave us a fan, but it didn't help much.

Hiányoltam a légkondicionálót a szobából, nagyon meleg volt. A hostess adott nekünk egy ventilátort, de sokat nem segített.

Do you consider the 4 hours stay to be sufficient? - Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartózkodási időt?

Yes. It was enough for us. We also had time to sleep a little, and watch TV.

Igen, elég volt számunkra. Még aludni és tévézni is tudtunk.

What were you missing from the range of services? - Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?

In my opinion, Hamam would be a nice additional service.

Véleményem szerint a Hamam jó kiegészítő szolgáltatás lenne.

If you used the massage service with your room, were you satisfied with it? - Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázst, úgy elégedett volt vele?

As I mentioned in my previous answer, the massage was wonderful.

Ahogy már említettem az előző válaszomban, a masszázs csodálatos volt.

If you could, would you take advantage of the Private Spa again? - Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?

Yes of course! Next summer we will come back.

Igen természetesen! Következő nyáron visszajövünk.

On a 1-10 scale how satisfied were you with the service of Private Spa? - Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

Together with my wife, we rate the Private Spa 9 points. If it had been air conditioner in our room we would have given 10 points.

A feleségemmel együtt 9-re pontozzuk a Private Spa-t. Ha lett volna légkondi a szobánkban, akkor 10 pontot adtunk volna.

Anton/47/Germany

English interview 3:

How did you hear about the Private Spa?- Honnan értesült a Private Spa-ról?

From my parents. They have been here in 2019, and they had an amazing time. One of my hobbies is to try the best Spa in every country. That's why I came to Hungary.

A szüleimtől. 2019-ben Ők már voltak itt, és csodálatosan érezték magukat. Az egyik hobbim, hogy kipróbáljam a legjobb Fürdőt minden országban. Ezért is jöttem Magyarországra.

Were you satisfied with the service regarding it's price value? - Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?

For one people it is very cheap, i think. Totally worth the price of the service.

Egy embernek ez nagyon olcsó, szerintem. Teljesen megéri a szolgáltatás az árát.

What were you most satisfied with?- Mivel volt a leginkább elégedett?

I was satisfied with everything. From the beginning till the end. The staff was kind and helpful, I tried every pool and I met with people from Germany so I had a great time here.

Mindennel elégedett voltam. Az elejétől kezdve a végéig. A dolgozók kedvesek és segítőkészek voltak. Minden medencét kipróbáltam és találkoztam emberekkel, akik szintén Amerikából jöttek, jó időtöltés volt számomra.

What were you least satisfied with?- Mivel volt a legkevésbé elégedett?

Waiting time, during the check in. It was a long queue.

A várakozási idővel, mikor be kellett csekkolni. Nagyon hosszú sor állt.

Do you consider the 4 hours stay to be sufficient? - Elegendőnek tartja-e a 4 órás tartózkodási időt?

Could be a longer time interval. I don't think 4 hours enough for couples or for families, I arrived alone so I tried to take time for everything.

Lehetne hosszabb időintervallum. Nem gondolom, hogy 4 óra elegendő lenne pároknak, vagy családoknak. Én egyedül érkeztem, szóval próbáltam mindenre időt szakítani.

What were you missing from the range of services? - Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?

Nothing. I didn't miss anything from the range of service. An air conditioner would have been great, but it was okay without it too.

Semmit. Nem hiányoltam semmit a szolgáltatás palettájáról. Egy légkondi jó lett volna, de anélkül is teljesen rendben volt.

If you used the massage service with your room, were you satisfied with it? - Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázst szolgáltatást, úgy elégedett volt vele?

No, I didn't try the massage, I just don't like it, But I'm sure it would have been wonderful.

Nem próbáltam ki a masszázst, egyszerűen nem szeretem, de biztos vagyok benne, hogy csodálatos lett volna.

If you could, would you take advantage of the Private Spa again? - Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?

Yes, definitely! Maybe next time I bring my parents too, to enjoy the service again.

Igen, minden bizonnyal. Talán legközelebb a szüleimet is magammal hozom, hogy ismét élvezzék a szolgáltatást.

On a 1-10 scale how satisfied were you with the service of Private Spa? - Összességében mennyire volt elégedett egy 1-től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

I would give 9, In total I had a good time here.

9-et adnék, összességében nagyon jól éreztem magam.

Hadley/40/ United States

English interview 4:

How did you hear about the Private Spa? - Honnan értesült a Private Spa-ról?

Two weeks ago I saw an advertisement in Facebook.

Két hete láttam egy hirdetést Facebookon.

Were you satisfied with the service regarding it's price value?- Ár-érték arányban elégedett volt a szolgáltatással?

At first when I paid that price, I thought it would be worth it. I don't find this price normal at all.

Először, mikor kifizettem az árát, azt gondoltam meg fogja érni. Nem gondolom normálisnak ezt az árát.

What were you most satisfied with?- Mivel volt a leginkább elégedett?

With the quality of the massage. The masseurs who massaged me and my husband were very proficient.

A masszázs minőségével. A masszörök, akik engem és a férjem masszíroztak nagyon profik voltak.

What were you least satisfied with?- Mivel volt a legkevésbé elégedett?

I think there were a lot of people. The pools were very crowded. Plus, all the sunbeds were busy, so we had to put our towels on the floor.

Nagyon sok ember volt. A medencék zsúfoltak voltak, ráadásul minden napágy foglalt volt, így a földre kellett pakolnunk a törülközőinket.

Do you consider the 4 hours stay to be sufficient? - Elegendőnek tartja-e a 4 óras tartózkodási időt?

Absolutely not. Of the four hours we paid for, a full hour went to the massage. There was no problem with the one-hour massage, but my husband and I didn't understand why this wasn't happening outside of the paid four hours.

Egyáltalán nem. A 4 órából, amit kifizettünk, egy teljes óra a masszázsra ment el. Nem az egy óras masszázzsal volt a probléma, de nem értettük a férjemmel, hogy a masszázs miért nem a 4 órán kívül történik.

What were you missing from the range of services? - Mit hiányolt a szolgáltatási palettáról?

Minibar. I like to have several drinks to choose from.

Minibárat. Szeretek több fajta ital közül választani.

If you used the massage service with your room, were you satisfied with it? - Amennyiben igénybe vette a szobához a masszázs szolgáltatást, úgy elégedett volt vele?

Yes we tried massage. That was the best part of the Private Spa. It was pleasant and relaxing. My husband fell asleep while he was massaged by the masseuse, but it was not a problem-they said- because it happens several times, so it was funny.

Igen, kipróbáltuk a masszázst. Ez volt a Private Spa legjobb része. Kellemes és relaxáló volt. A férjem elaludt miközben a masször masszírozta őt, de ez nem volt probléma, -azt mondták - sokszor előfordul, úgyhogy ez vicces volt.

If you could, would you take advantage of the Private Spa again? - Ha tehetné, újra igénybe venné a Private Spa szolgáltatás adta lehetőségeket?

Definitely not. We would come again if we could stay for more hours for that money and the massage would take place outside of the paid hours.

Egyértelműen nem. Akkor jönnénk újra, ha ezért a pénzért lehetne többet maradni, mint 4 óra, és ha a masszázs a kifizetett órákon kívül történne.

On a 1-10 scale how satisfied were you with the service of Private Spa? - Összességében mennyire volt elégedett egy 1 től 10-es skálán a Private Spa szolgáltatással?

Unfortunately, our satisfied level is not high. We would give 5 „points”. But this 5 „points” goes for the host/hostess and for the masseurs.

Sajnos az elégedettségi szintünk nem valami magas. 5-re értékelnénk, de ez az 5 „pont” a masszöröknek és a host/hostessnek jár.

Maya/37/Izrael

NYILATKOZAT

Alulírott BAVOS CIBTIA RITA büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2021 év 12 hónap 01 nap



hallgató aláírása