

Josip Cvenić
Tihomir Vidranski

KVALITETA USLUGA U HOTELU CROATIA U CAVTATU

1. UVOD

Odrediti koliko je gost bio zadovoljan uslugom hotela vrlo je teško, u usporedbi s određivanjem direktnog financijskog uspjeha mjerljivih programa. Menadžment s određenim programima i odjelima može biti zadovoljan, što istodobno ne znači da su i gosti bili zadovoljni, a postoje i obrnute situacije da su gosti zadovoljni, ali je menadžment ostvario negativne financijske rezultate (Cerović, 1999.).

Svakom hotelu je cilj privući što više gostiju, zadržati ih što duže vrijeme i uvjeriti ih da se ponovo vrate. To će učiniti samo na jedan način, da cjelokupna kvaliteta uslugu bude na željenoj razini i da su gostu ispunjena sva očekivanja s kojima je on došao u određenu destinaciju. Da bi sve skupa sjajno funkcioniralo u organizacijskoj hijerarhiji hoteli se dijele na manje odjele koji su sadržajno i po načinu rada različiti jedan od drugoga, imaju veliku autonomiju, ali i veliku odgovornost. Naravno da je poslodavcu bitno da svaki od tih dijelova radi što kvalitetnije i pruža što bolje usluge svojim gostima, jer i najmanja negativna ocjena iz bilo kojeg dijela može narušiti ukupan dojam koji je trebao biti savršen.

Jedno područje hotela čini i sportska rekreacija koja kao sastavni dio te turističke ponude, svojom kreativnošću i organizacijom raznovrsnih programa čine turistu ponudu bogatijom, kompleksnijom i kvalitetnijom. Sportsko rekreacijska ponuda se kao dio turističke ponude ubraja u osobne usluge kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista za aktivnim ili pasivnim odmorom i raznodom (Pavia, 2004.).

Potvrda interesa za sadržajima sporta, rekreacije, zabave i animacije te pozitivno ocijenjeni programi sportske rekreacije od strane anketiranih gostiju, daju konkretne odrednice o mogućnostima i doprinosu sportskih aktivnosti ukupnom razvoju turističkog subjekta i destinacije (Bičić, 2004.)

Da bi poslodavac znao da baš svaki dio funkcionira besprijekorno on mora imati sustavnu kontrolu nad svakim odjelom, a to je moguće jedino ako primjeni određene postupke praćenja. Stalno praćenje kvalitete rada, primjenjujući ustaljene metode prikupljanja podataka su načini koji nama pokazuju i detektiraju dobre i loše strane cijelog sustava. Ono što je loše treba što prije ukloniti i ispraviti dok ono što je dobro treba pohvaliti i po mogućnosti još bolje stimulirati.

2. METODE RADA

U radu je prikazano dvomjesečno izvješće (srpanj i kolovoz) u kome je obrađeno ukupno 201 anketa u turističkoj sezoni 2005. u hotelu Croatia u Cavtatu.

S tom brojkom ne možemo biti zadovoljni jer po procjeni autora u ovom vremenskom razdoblju prošlo je oko 5 000 gostiju, tako da ovaj uzorak nije reprezentativan s obzirom na to da je anketu ispunilo svega 4 % ukupne populacije koja je u to vrijeme boravila u hotelu. Anketa nije aktivno provođena već su se anketni listovi nalazili u sobi i svaki gost je ispunjavao prema svom nahođenju. Uz hrvatski jezik bila prevedena i na četiri inozemna jezika (njemački, engleski, talijanski, francuski). Ukupno je obuhvaćala pet pitanja no samo se jedno pitanje odnosilo na vrednovanje kvalitete usluga sportske rekreacije gdje se trebala dati ocjena prema slijedećem kriteriju: 5 – odlično, 4 – dobro, 3 – osrednje, 1 – loše.

Anketa je obuhvatila više područja u hotelu, a odnosila se na vrednovanje i provjeru kvalitete svih važnih sadržaja i usluga koji su bitni za funkcioniranje hotela. Bilo je ocjenjivano ukupno osam odjela: recepcija, domaćinstvo, room service, restorani, bar, sportska rekreacija, plaža, zabava.

3. REZULTATI I RASPRAVA

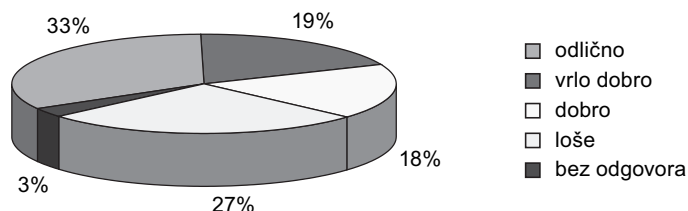
Analizirajući anketne upitnike i dobivene ocjene za ova dva mjeseca izračunali smo srednju ocjenu za svaki odjel te ih zajedno prikazali kako bi ih mogli usporediti međusobno (grafikon 1.).

Prosječna ocjena kvalitete sportske rekreacije iznosi 3,89 što smatramo vrlo dobrim rezultatom no uspoređujući je s drugim odjelima vidimo da je to dovoljno tek za pretposljednje mjesto. Najbolje ocjene su dobili domaćinstvo (4,69) i recepcija (4,68), dok je posljednje mjesto zauzela plaža (3,67).



Grafikon 1. Srednja ocjena svih usluga

Kako su turisti ocijenili aktivnosti iz sportsko rekreacijske ponude vidimo iz grafikona 2. Od 201 upitnika odličnom ocjenom sportsku rekreaciju ocijenilo je 39 ili 19 % anketiranih, vrlo dobrom 37 ili 18 %, dobrom 54 ili 27 % anketiranih, dok je 6 ili 3% gostiju lošom ocjenom ocijenilo kvalitetu sportske rekreacije. Također bio je i velik broj bez ocjene 65 ili 31% ispitanika nije dalo odgovor.



Grafikon 2. Kvaliteta rada sportske rekreacije

Ovdje ćemo pokušat odgovoriti koji su razlozi tako slabe ocjene sportske rekreacije u odnosu naspram drugih odjela:

- već iz same ankete ostala četiri pitanja naširoko ispituju stavove i odnose prema recepciji, domaćinstvu i restoranima i time daju stav što im je primarno i koje odjele menadžment hotela preferira i čime nastoji pridobiti naklonost i simpatije gostiju
- u ovom hotelu ima ukupno zaposlenih oko 260, i svi su oni manje-više raspoređeni ravnomjerno prema odjelima, dok u odjelu sportske rekreacije ima jedan stalno i jedan povremeno zaposlen
- većina sadržaja u sportskoj rekreaciji se svodi na iznajmljivanje umjesto da se primjeni aktivniji pristup poput animacije, poduke i organiziranja kako bi se stvorio što prisniji kontakt s gostom.
- još uvijek su u hotelima važnost pridaje sadržajima koji direktno donose financijsku dobit (prodavanje pića, prodaja kreveta, prodaja izleta, vanpansionska potrošnja,...), dok oni sadržaji čija dobit nije direktno mjerljiva (sport, zabava, plaža) i koji uglavnom služe obogaćivanju turističke ponude zapostavljeni su i u njih se ne ulaže.

4. ZAKLJUČAK

Ovaj rad je napravljen sa ciljem da se vidi na kojoj je razini kvaliteta usluga pojedinih odjela u hotelu Croatia u Cavtatu. Na uzorku od 201 anketnih upitnika prikupljeni u mjesecu lipnju i srpnju 2005. dobili smo srednje ocjene kvalitete svakog odjela posebno.

Analiza rezultata je pokazala vrlo visoke ocjenom kvalitete usluga u svim područjima. Ocjena sportske rekreacije 3,89 nalazi se na pretposljednem mjestu gledano ukupno. Date su osnovne pretpostavke i razlozi zašto je to tako.

Većina hotela još uvijek ne pridaje dovoljnu važnost sportskoj rekreaciji kao važnoj sastavnici u strukturi cijele destinacije. Važno je napomenuti da ovakav sustav praćenja trebaju svi hoteli primjenjivati s naglaskom da budu transparentni prema svim područjima i odjelima ne preferirajući samo neke, jer jedino tako kvaliteta usluge će biti kompletna i pronaći put do svakog gosta.

5. LITERATURA

1. Bičić, R. (2004.). Uloga i razvoj sportske animacije u turizmu Istre. U M. Bartoluci (ur.) Sport u turizmu (str. 317-329). Zagreb: Kineziološki fakultet
2. Cerović, Z. (1999.). Oblici valorizacije učinaka animacije u turizmu. U Andrijašević, M., Bartoluci, M., Cerović, Z., Cetinski, V., Čepelak, R., Fox, J., Ivanišević, G., Jadrešić, V., Keros, P., & Peršić, M (ur.), Animacija u hotelijersko- turističkoj ponudi (str.139-151) Opatija: Hrvatska udruga hotelijera i restoratera
3. Pavia, N. (2004.). Organizacija sportsko-rekreacijske ponude u turizmu. U M. Bartoluci (ur.) Sport u turizmu (str. 291-297). Zagreb: Kineziološki fakultet.