

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA UPRAVO**

Diplomsko delo

**ORGANIZIRANJE IN DELOVANJE
HOTELSKE RECEPCIJE**

Bojana Del Fabro

Ljubljana, april 2012

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA UPRAVO**

DIPLOMSKO DELO

ORGANIZIRANJE IN DELOVANJE HOTELSKE RECEPCIJE

Kandidatka: Bojana Del Fabro

Vpisna številka: 04035736

Študijski program: Univerzitetni študijski program uprava I. stopnja

Mentor: prof. dr. Štefan Ivanko

Ljubljana, april 2012

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisana Bojana Del Fabro, študentka univerzitetnega programa Uprava I. stopnja, z vpisno številko 04035736, sem avtorica diplomskega dela z naslovom Organiziranje in delovanje hotelske recepcije.

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela,
- sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili,
- sem poskrbela, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili,
- sem pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisala v predloženem delu,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorstvu in sorodnih pravicah, Ur. List RS, št. 21/95), kršitev pa se sankcionira z ukrepi po pravilih Univerze v Ljubljani in Fakultete za upravo,
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za upravo,
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko diplomskega dela ter soglašam z objavo dela v zbirki Dela FU.

Diplomsko delo je lektorirala: mag. Nataša Koražija, prof. slov.

Ljubljana, 15. 3. 2012

Podpis avtorice:

POVZETEK

V diplomskem delu je predstavljeno delovanje in organiziranje hotelske recepcije. Hotelska recepcija je sestavni del vsakega hotela in ima pomembno vlogo, saj posreduje gostom prvi vtis o hotelu. V hotelski recepciji se odvijajo različni procesi, ki so ključnega pomena za delovanje celotne organizacije. Osnovna dejavnost hotela je prenočevanje in strežba gostov, poleg tega pa se v vsakem hotelu odvijajo še številni procesi, ki so pomembni za uspešno delovanje in poslovanje hotela. V diplomski nalogi sem predstavil tudi, kakšen pomen ima turizem v sodobni družbi in predstavila hotelirstvo kot podsistem turizma. S pomočjo anketnega vprašalnika sem poskušala izvedeti, kako so gostje v Hotelu Slatina zadovoljni z organizacijo in delom v hotelu. Rezultate ankete sem predstavila s pomočjo tabel in grafikonov. Predstavila sem tudi pomanjkljivosti v obstoječi organizacija in predloge za izboljšanje delovanja procesov v izbrani organizaciji.

Ključne besede: hotelska recepcija, hotel, turizem, hotelirstvo.

SUMMARY

ORGANIZATION AND OPERATION OF THE HOTEL RECEPTION

In this diploma thesis is presented the operation and organization of the hotel reception. the hotel reception is an essential part of every hotel and has an important role, because it gives the first impression to the guests about the hotel. In hotel reception are present various processes that are crucial for the functioning of the entire organization. The primary activity of the hotel is accommodations and serving guests, in addition, all receptions have a number of processes that are important for the successful functioning and operation of the hotel. In this thesis I also present the importance of tourism in contemporary society and the hotel management as a subsystem of tourism. With help of an survey, I tried to find out how guests at Hotel Slatina are satisfied with the organization and work in the hotel. I presented the results of the survey with the help of tables and charts. I will also present some drawbacks in the organization and suggestions for improvement in it.

Keywords: hotel reception, hotel, tourism, hotel management.

KAZALO

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA.....	III
POVZETEK.....	IV
SUMMARY.....	V
KAZALO.....	VI
KAZALO PONAZORITEV	VII
1 UVOD	1
2 VLOGA IN POMEN TURIZMA V SODOBNI DRUŽBI.....	2
3 HOTELIRSTVO KOT PODSISTEM TURIZMA	3
4 ZNAČILNOSTI TURISTIČNIH IN HOTELSKIH STORITEV	4
4.1 Osnovne storitve hotelskih podjetij.....	4
4.2 Stranske storitve hotelskih podjetij.....	4
4.3 Pomožne storitve hotelskih podjetij	5
5 DELOVNI PROCESI V RECEPCIJI	6
5.1 Organiziranost osebja	6
5.1.1 Osebje in razdelitev del po evropskem sistemu.....	7
5.1.2 Osebje in razdelitev del po ameriškem sistemu.....	9
5.2 Od povpraševanja do odjave gosta	10
5.2.1 Povpraševanje.....	10
5.2.2 Ponudba	11
5.2.3 Rezervacija	12
5.2.4 Prihod in oskrba gosta.....	12
5.2.5 Odhod gostov in odjava	14
5.3 Interna komunikacija med oddelki.....	15
5.3.1 Usklajevanje med oddelki	15
5.3.2 Interna komunikacijska sredstva	16
5.4 Sodelovanje s turističnimi agencijami	16
5.4.1 Vavčer	19
5.4.2 Potovalni ali turistični ček	19
6 PREDSTAVITEV HOTELA SLATINA	20
7 POMANJKLJIVOSTI V OBSTOJEČI ORGANIZIRANOSTI HOTELA IN HOTELSKI RECEPCIJI.....	21
8 ZASNOVA IN IZVEDBA RAZISKAVE	22
8.1 Zasnova raziskave	22
8.2 Izvedba raziskave.....	22
8.3 Obrazložitev rezultatov raziskave	22
9 PREDLOG UKREPOV IN AKTIVNOSTI ZA IZBOLJŠANJE DELA IN POSLOVANJA RECEPCIJE	35
10 ZAKLJUČEK.....	37
LITERATURA IN VIRI.....	40
PRILOGA	41

KAZALO PONAZORITEV

KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Struktura po starosti	23
Grafikon2: Struktura po spolu	23
Grafikon3: Kje so anketiranci izvedeli za Hotel Slatina	25
Grafikon4: Kako so anketiranci opravili rezervacijo	26
Grafikon5: Namen anketirancev za obisk hotela.....	27
Grafikon6: Število obiskov v hotelu.....	28
Grafikon7: Ocena recepcije	29
Grafikon8: Ocena sobe.....	30
Grafikon9: Ocena restavracije.....	31
Grafikon10: Ocena animacije	32
Grafikon11: Ocena sprostivnega dela hotela.....	33
Grafikon12: Splošna ocena hotela.....	34

KAZALO SLIK

Slika 1: Klasična evropska struktura velikega hotelskega obrata	6
Slika 2: Ameriška struktura velikega hotelskega obrata	7
Slika 3: Osebjne po evropskem sistemu.....	8
Slika 4: Osebjne po ameriškem sistemu.....	9
Slika 5: Vrste povpraševanja gostov	10
Slika 6 : Informacije o hotelu.....	13
Slika 7: Informacije o regiji	14

KAZALO TABEL

Tabela 1: Struktura po starosti	22
Tabela 2: Struktura po spolu.....	23
Tabela 3: Kje so anketiranci izvedeli za Hotel Slatina	24
Tabela 4: Kako so anketiranci opravili rezervacijo.....	25
Tabela 5: Namen anketirancev za obisk hotela.....	26
Tabela 6: Število obiskov v hotelu.....	27
Tabela 7: Ocena recepcije	28
Tabela 8: Ocena sobe.....	29
Tabela 9: Ocena restavracije.....	30
Tabela 10: Ocena animacije.....	31
Tabela 11: Ocena sprostivnega dela hotela	32
Tabela 12: Splošna ocena hotela.....	33

1 UVOD

V diplomskem delu sem poskušala natančneje spoznati delovanje in odvijanje procesov v hotelski recepciji, s pomočjo ankete sem poskušala ugotoviti zadovoljstvo gostov v izbranem hotelu. Predstavila bom tudi svoje ukrepe in aktivnosti, ki bi lahko pripomogli k izboljšanju delovanja sistema. Cilj diplomske naloge je, s pomočjo ankete ugotoviti zadovoljstvo gostov z delovanjem hotelske recepcije in tudi z delovanjem hotela kot celote.

Diplomska naloga je sestavljena iz dveh delov, in sicer iz teoretičnega in analitičnega. Pri izdelavi teoretičnega dela diplome sem uporabila deskriptivno metodo za uporabo, študijo in interpretacijo že napisane literature. V analitičnem delu sem uporabila metode anketnih vprašalnikov, ki sem jih razdelila petintridesetim naključno izbranim gostom hotela. S pomočjo ankete sem želela izvedeti, kako so gostje zadovoljni s storitvami in s pomočjo grafikonov in tabel sem dobljene rezultate tudi grafično prikazala.

Diplomsko nalogo sem razdelila na deset poglavij. V prvem poglavju – uvodu – sem opredelila obravnavano temo ter cilje in namen diplomske naloge.

V drugem poglavju sem predstavila vlogo in pomen turizma v sodobni družbi. Turizem je ena izmed najhitreje rastočih svetovnih panog in je temeljni kazalec družbenega razvoja. Turizem predstavlja ekonomski in družbeni fenomen 21. stoletja.

V naslednjem, tretjem poglavju sem opisala hotelirstvo kot podsistem turizma in predstavila vrste hotelskih podjetij.

V četrtem poglavju sem opisala osnovne storitve hotelskih podjetij. Predstavila pa sem tudi stranske in pomožne storitve, ki jih lahko hotel izvaja zraven osnovne dejavnosti.

V petem poglavju sem opisala procese, ki se odvijajo v hotelski recepciji. Najprej sem opisala organiziranost osebja v hotelski recepciji, nato vse procese, ki se odvijajo od povpraševanju in vse do odjave gosta. Predstavila sem tudi interno komunikacijo med oddelki ter sodelovanje s turističnimi agencijami.

Šesto poglavje predstavlja Hotel Slatina in v sedmem so opisane pomanjkljivosti v obstoječi organiziranosti hotelske recepcije.

Osmo poglavje predstavlja analitični del diplome, ki zajema analizo anketnega vprašalnika, katerega so izpolnili gostje v izbranem hotelu. Pri tem poglavju je prikazana zasnova ankete, prav tako izvedba in tudi rezultati raziskave in njihova obrazložitev. Rezultate ankete sem predstavila s pomočjo tabel in grafov.

V devetem poglavju sem predstavila svoje ukrepe in predloge za izboljšanje delovanja in poslovanja hotelske recepcije. V zadnjem poglavju pa sem podala končne ugotovitve diplomskega dela.

2 VLOGA IN POMEN TURIZMA V SODOBNI DRUŽBI

Turizem je ekonomski in družbeni fenomen 21. stoletja in hkrati največja svetovna gospodarska panoga. Zaradi svoje poslovne širine je turizem gospodarstvo vseh gospodarskih dejavnosti. Temeljne razvojne lastnosti in vrednote turističnega gospodarstva predstavljajo najznačilnejše razvojne elemente informacijske družbe prihodnosti (Kovač v: Uran, 2006, str. 3).

Tako je turizem osrednja gospodarska panoga 21. stoletja in temeljni kazalec njegovega družbenega razvoja. Tako vse države, ne glede na ekonomsko razvitost, politično usmerjenost in kulturno različnost poudarjajo razvoj turizma kot svojo strateško razvojno usmeritev. Turizem je civilizacijski temelj vsake družbe in eden temeljnih ekonomskih faktorjev razvoja (po Uran, 2006, str. 3).

Turizem je integrirana dejavnost, ki vključuje vsa področja gospodarskega in družbenega življenja. Ponuja pomembno razvojno in poslovno priložnost Slovenije. Glede na sedanje stopnje razvoja slovenskega turizma in obstoječ razvojni potencial, lahko turizem postane ena izmed vodilnih panog slovenskega gospodarstva (po Uran, Ovsenik, 2007, str. 9).

Velike spremembe na področju turizma v mednarodnem prostoru, vedno večja konkurenčnost in občasno zaostajanje prometa iz turizma v gospodarstvu nekaterih evropskih držav in tudi Slovenije zahtevajo prilagoditev turističnega gospodarstva na vseh področjih, še posebej, če se želijo prilagoditi novim vrstam potrošnikov, novim konkurenčnim pogojem in zakonodaji. Turizem je v času vsesplošne globalizacije postal dinamična industrija, ki zahteva fleksibilne ljudi, sposobne prilagajanja najrazličnejšim situacijam. Po vseh napovedih bo turizem v naslednjem tisočletju doživel velik razcvet in bo bistveno prispeval k odpiranju novih delovnih mest in ustvarjanju dobička. Izobraževanje in usposabljanje človeških virov v turističnem gospodarstvu je bistvenega pomena v svetu, kjer so najpomembnejše vrednote informacije, kreativnost in znanje. Vendar pa sta izobraževanje in usposabljanje še vedno predmet konkurenčnega boja, pri čemer pa je jasno, da se ne moreta razvijati ločeno od potreb in pričakovanj uporabnikov. V turizmu, ki povezuje mednarodne organizacije in ima svetovno klientelo, je zlasti pomembna koordinacija lokalnih, nacionalnih in regionalnih naporov z globalnimi priporočili glede standardov in parametrov, ki bi bili razumljivi vsem strokovnjakom in delodajalcem (po Sirše, 2000, str. 15).

3 HOTELIRSTVO KOT PODSISTEM TURIZMA

Hotelirstvo je dejavnost, ki se ukvarja s hotelskimi storitvami. V skupino hotelirstva spadajo hotelska podjetja in moteli. Hotelska podjetja so lahko hoteli, garni hoteli ali aparthoteli. Hoteli nudijo nastanitev in prehrano, garni hoteli nudijo le nastanitev z zajtrkom, aparthoteli pa nudijo bodisi samo nastanitev, lahko pa tudi prehrabne storitve. Po naši zakonodaji je hotel gostinski obrat, ki ima v enem objektu najmanj petnajst sob in/ali apartmajev, ki jih oddaja gostom za prenočevanje. Navadno je v sklopu hotelskega objekta tudi hotelska restavracija, kavarna ali drug podoben prehrabni obrat. Hoteli in restavracije so podjetja, ki s svojimi proizvodi in storitvami nastopajo na trgu, podobno kot druga komercialna podjetja. Osnovna dejavnost hotela je prenočevanje in strežba gostov s hrano in pijačo. Garni hotel je hotel, ki nudi le nočitev z zajtrkom. Garni hotel mora imeti svojo kuhinjo s potrebnimi stranskimi prostori za pripravljanje zajtrkov in poseben prostor za strežbo zajtrkov. Garni hotel je izjema, ki gostu izmed sklopov osnovnih storitev nudi predvsem prenočitev in strežbo zajtrkov. Izraz aparthotel se uporablja za hotele, ki nudijo nastanitev in postrežbo pretežno v apartmajih. Ti hoteli so nastali v novejšem času, kot odgovor na nove trende na turističnem trgu. Aparthotel gostom omogoča, da so manj vezani na hotelski urnik in so tudi cenejši od počitnic v klasičnem hotelu (po Mihalič, 1999, str. 183–185).

Motel je gostinski obrat z najmanj desetimi sobami ali apartmaji, ki jih oddaja gostom za prenočevanje. Od hotela se loči po tem, da je prvenstveno namenjen avtomobiliziranim gostom. Tako mora biti motel z javne ceste dostopen z vsakim avtomobilom in gostom mora nuditi parkiranje oziroma garažiranje avtomobilov. Motel obvezno nudi tudi prenočišče z zajtrkom. Neobvezno pa lahko nudi tudi informacije o prevoznosti cest, servisih za avtomobile ter vzdrževanje in popravilo vozil (po Mihalič, 1999, str. 185).

4 ZNAČILNOSTI TURISTIČNIH IN HOTELSKIH STORITEV

4.1 OSNOVNE STORITVE HOTELSKIH PODJETIJ

Osnovna dejavnost hotelskih in gostinskih podjetij je sprejemanje gostov, prenočevanje in strežba gostov s hrano in pijačo. Hotel združuje storitve nastanitve na eni strani in storitve strežbe hrane in pijače, ki so predmet poslovanja restavracij. Razmerje med obema vrstama storitev je lahko zelo različno, prav tako pa tudi podjetja, ki ustrezajo navedeni opredelitvi hotela. V to kategorijo spadajo majhna vaška gostišča z nekaj sobami in veliki hoteli z več tisoč posteljami, enostavno družinsko vodeni hoteli ali luksuzni hoteli z enim zaposlenim na posteljo (po Mihalič, 1999, str. 184).

Oddajanje sob sodi v kategorijo nujenja neoprijemljivih storitev. Hotel odda v najem določen prostor za določene čas. Potrošnik sobe ne kupi, temveč jo najame in uporablja določen čas, potem pa zapusti hotel. Hotelska soba ostane hotelirju, ki jo potem znova lahko odda. Hotelski proizvod, ki je vezan na sobe, imenujemo prenočitev. Ta proizvod je neoprijemljiv, potrošniku ostane samo spomin na neko doživetje (po Mihalič, 1999, str. 178).

Nudenje pijač v gostinstvu lahko primerjamo s trgovino na drobno. Aktivnosti v zvezi z nudenjem pijač vključujejo nabavo, razstavo in prodajo različnih pijač. V nasprotju z oddajanjem sob je strežba pijač bolj oprijemljiva, vendar pa vključuje tudi element neoprijemljive storitve, to je strežba. Aktivnosti v zvezi z nudenjem pijač zahtevajo določene zaloge. Gostinsko podjetje mora imeti učinkovito vodene zaloge. Te ne smejo biti prevelike, da se lahko minimalizirajo stroški njihovega vzdrževanja. Obenem zaloge ne smejo biti premajhne, biti morajo zadosti velike, da omogočajo zadovoljevanje potreb potrošnikov oziroma gostov (po Mihalič, 1999, str. 179).

Strežba hrane sodi – podobno kot strežba pijač – v skupino kombiniranih proizvodov in storitev. V nasprotju s strežbo pijač pa vključuje proizvodno funkcijo. Aktivnosti hotela glede nujenja hrane vključujejo nakup prehranskih surovin in njihovo predelavo v končne proizvode, to je jedi, distribucijo jedi in njihovo prodajo. Proizvod je oprijemljiv, čeprav ima – podobno kot strežba pijače – storitveni element. Nudenje prehrane zahteva učinkovito vodenje zalog in organizacijo proizvodnega procesa priprave hrane. V večini hotelov se hrana pripravlja na istem mestu, kjer se nudi gostom. Možnosti za izkoriščanje prednosti ekonomije obsega in zniževanje proizvodnih stroškov na račun cenejše lokacije so zato v gostinstvu omejene (po Mihalič, 1999, str. 179).

4.2 STRANSKE STORITVE HOTELSKIH PODJETIJ

Hotel lahko zraven osnovne dejavnosti izvaja tudi stranske dejavnosti, gostom lahko nudi objekte in opremo ter programe za šport, zabavo, sprostitvev, zdravljenje, nakupe. K

stranskim storitvam štejemo tudi posredovanje telefonskih zvez za goste, pranje in čiščenje njihovega perila, nakup blaga v hotelski trgovini, garažiranje avtomobilov gostov itd. Osnovna značilnost vseh teh storitev je, da se jih gostu posebej zaračuna. V primeru, ko gostje hotela lahko uporabljajo npr. bazen brezplačno, štejemo stroške s tem v zvezi k osnovni dejavnosti (po Mihalič, 1999, str. 180 in 184).

4.3 POMOŽNE STORITVE HOTELSKIH PODJETIJ

Tretja vrsta dejavnosti, ki jo opravljajo hoteli, so pomožne dejavnosti, ki so nujne za opravljanje osnovne dejavnosti. V to skupino sodijo hotelske pralnice, razne delavnice. V nasprotju z osnovnimi in stranskimi dejavnostmi storitve pomožnih dejavnosti niso ponujene neposredno gostom. Lahko jih opravlja neko drugo, negostinsko podjetje, lahko pa se gostinsko podjetje iz ekonomskih in drugih razlogov odloči, da jih bo opravljal rajši v sklopu lastnega podjetja. Primer je hotelska pralnica za pranje hotelskega perila, lastna pekarna ipd. (po Mihalič, 1999, str. 180 in 184).

5 DELOVNI PROCESI V RECEPCIJI

5.1 ORGANIZIRANOST OSEBJA

Dobro počutje gosta med bivanjem v nekem hotelu je odvisno od številnih okoliščin. Za odlično oskrbo gosta je zagotovo najbolj zaslužen dober kolektiv, od sprejema do oskrbe v restavraciji, baru, sobi ali prostorih za sproščanje, pa vse do slovesa, in pri tem ima recepcija odločilno vlogo (po Slaček in Penko, 2008, str. 25).

Že v 19. stoletju so se začele razprave o tem, kako bi se organiziralo delo v hotelu, da bi to potekalo čim bolj brezhibno. Tako je Casar Ritz v Parizu za individualno oskrbo gostov razvil evropski organizacijski sistem, ki zahteva veliko osebja, in ga zato lahko uporabimo le v nekaterih hotelskih obratih najvišje kategorije. Iz Amerike pa prihaja organizacijski sistem, ki ga imenujemo ameriški sistem in je primeren predvsem za hotelske verige. V večini hotelov se običajno prepletajo elementi obeh sistemov, odvisno od velikosti obrata in razpoložljivega osebja (po Slaček in Penko, 2008, str. 26).

Spodnja slika (Slika 1) prikazuje klasično evropsko strukturo velikega hotelskega obrata, Slika 2 pa predstavlja ameriško strukturo velikega hotelskega obrata.

Slika 1: Klasična evropska struktura velikega hotelskega obrata

Direktor		
Nastanitev gostov	Oskrba gostov	Uprava
Recepcija Hotelske sobe Hotelsko gospodinjstvo	Nabava in skladiščenje Kuhinja Strežba	Prodajni oddelek Ostali oddelki

Vir: Slaček in Penko (2008, str. 26)

Slika 2: Ameriška struktura velikega hotelskega obrata

Generalni direktor			
Vodja finančnega oddelka	Direktor hotela	Direktor hrane in pijače	
Nabava	Gospodinjski oddelek	Vodja kuhinje	
Blagajna	Vodja tehničnega oddelka	Vodja banketov	
Računalniška obdelava podatkov	Glavna pisarna	Vodja restavracije	
Analitski oddelek	Sprejem Rezervacije Informacije Telefonska centrala	Vodja pralnice in odgovorna oseba za restavracijski in kuhinjski inventar	
	Vodja prodaje		Bar
	Oglaševanje in odnosi z javnostmi		Sobna strežba
	Kadrovska služba		

Vir: Slaček in Penko (2008, str. 27)

Iz zgornjih tabel je razvidno, da je ameriški sistem bolj primeren za velike hotelske obrate, saj so funkcije zaposlenih veliko bolj razdrobljene. Pri evropskem sistemu pa gre bolj za individualni pristop, zato je tudi manj zaposlenih in je ta sistem primernejši za manjše obrate.

5.1.1 OSEBJE IN RAZDELITEV DEL PO EVROPSKEM SISTEMU

Osebe v recepciji in njihovo razdelitev del po evropskem sistemu takole opredelimo (po Slaček in Penko, 2008, str. 27–29):

1. Vodja recepcije zastopa vodstvo hotelskega obrata in je odgovoren za optimalno zasedenost hotela, za brežhiben potek dela na področjih recepcije, rezervacij, blagajne, obveščanja in telefonske centrale. Vodi osebe v recepciji in je pristojen za načrtovanje dela, izobraževanje sodelavcev, izdelavo strokovnih ter osebnostnih meril ob zaposlovanju novih sodelavcev. Pri svojem delu tesno sodeluje s knjigovodstvom, z gospodinjskim, prodajnim in prehrabnim oddelkom ter s službo za odnose z javnostmi. Izdeluje dnevno oz. mesečno finančno poročilo, načrt predvidene zasedenosti obrata za naslednji mesec. Vodja recepcije opravi tudi obračun blagajne in sprejema pritožbe gostov.
2. Receptor s svojim delom nudi oporo vodji recepcije, je oseba za neposredne stike z gosti in ureja prihod in prijavo gostov ter dodelitev sob.
3. Vodja rezervacij je odgovorna oseba za celotni oddelek za sprejem rezervacij, tako da sprejema rezervacije v skladu z načrtom zasedenosti hotela, ob tem se obvezno dogovarja tudi z vodjo recepcije. Vodja rezervacij prav tako odpošilja ponudbe in potrdila o rezervaciji, izdeluje načrt dela v oddelku in organizira potek pisarniškega dela v oddelku za rezervacije.

4. Telefonist je običajno prva oseba s katero gostje navežejo stik, odgovoren je za hitro in profesionalno povezavo pogovornih partnerjev, pošilja sporočila po faksu, tudi za goste. Telefonist posreduje pogovore preko kreditne kartice, pri katerih je pogovor gosta obračunan neposredno preko kreditne kartice in ne preko hotela. Delo telefonista je zaradi uporabe mobilne telefonije in sodobnih telefonskih central, ki omogočajo neposredne klice, vedno manj. To delovno mesto je zato velikokrat kombinirano z delovnim mestom receptorja.
5. Blagajnik kontrolira in obračuna račun za sobo ob odhodu gosta, gostom menjuje denar in knjiži uporabljene storitve na račun sobe.
6. Tajnik ureja uradno dopisovanje z gosti, s potovalnimi agencijami, z upravami zdravilišč ipd., prav tako je pristojen za razpošiljanje oglasnega materiala.
7. V skupino osebja v hali oz. sprejemnem prostoru hotela spadajo glavni, pomožni in nočni portir, vratar na vhodu, paž, nosač prtljage in voznik. Glavni portir opazuje prihajajoče in odhajajoče goste, izdaja ključe sob, potem ko se gostje identificirajo z osebnim dokumentom, ureja prispelo in poslano pošto. Glavni portir tudi organizira odnašanje prtljage gostov v sobe, gostom poskrbi karte za gledališče, letalske karte, razglednice, ipd. Opravlja različna dela za goste, kot so sprejem prijav za različne ogledne in prireditve, urejanje rezervacij v restavraciji. Je ena izmed informacijskih točk v hotelu, saj je njegova naloga, da se vsak dan sproti seznanja z novostmi. Pomožni portir pomaga glavnemu portirju. Nočni portir oskrbi goste, ki pridejo v hotel pozno ponoči, odgovoren je za nočni mir in red v hoteli, prav tako pa preko računalnika izdeluje seznam odhodov gostov. Vrtar na vhodu pomaga gostom pri vstopanju in izstopanju iz vozila, ureja prihod in odhod vozil, usmerja voznike na parkirišče in v garažo, gostom priskrbi taksi ter ob prihodu gostov pokliče nosače prtljage. Paž opravlja kurirska in podobna dela za goste, vratarje, recepcijo in direkcijo hotela. Nosač prtljage nosi prtljago gostov v sobe in iz njih. Voznik prevažata goste z vozili, ki so last hotela.

Osebe razdeljeno po evropskem sistemu prikazuje tudi spodnja slika (Slika 3).

Slika 3: Osebe po evropskem sistemu

Vodja recepcije					
Receptor	Vodja rezervacij	Telefonist	Blagajnik	Tajnik	Osebe v hali/avli

Vir: Slašek in Penko (2008, str. 27)

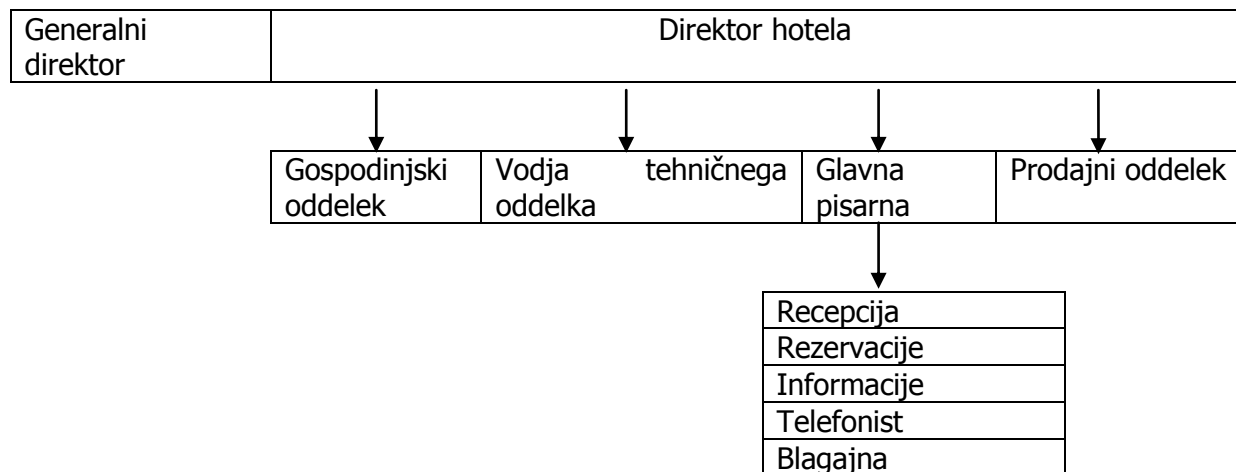
5.1.2 OSEBJE IN RAZDELITEV DEL PO AMERIŠKEM SISTEMU

V ameriške sistemu so posamezna delovna področja med seboj še posebej ločena. Direktor hotela predstavlja in vodi hotelski obrat kot desna roka generalnega direktorja. Tej vodstveni funkciji so podrejeni sledeči oddelki:

- gospodinjski oddelek,
- tehnični oddelek,
- glavna pisarna – vodja sprejemne pisarne, vodja oddelka za rezervacije, recepcija, portir, vratar in telefonska centrala,
- oddelek prodaje – prodaja, oglaševanje in organizacija animacije za goste, oddelek za stike z javnostmi in
- kadrovska služba.

Za glavno pisarno je značilna natančna razdelitev pristojnosti. Telefonske pogovore sprejema in posreduje naprej na ustrezne oddelke izključno telefonska centrala. Rezervacije ureja izključno oddelek za rezervacije in povpraševanja v zvezi z različnimi splošnimi informacijami posreduje portirju. Recepcija skrbi izključno za prijavo gostov in za formalnosti povezane s prijavo gostov, dodelitev sob, sprejem skupin gostov, priprava izkaznic za goste in programiranje kartic za odklepanje sob. Prav tako recepcija skrbi za obračun in odjavo gostov, sprejem plačila, obračun plačil s kreditnimi karticami, knjiženje obremenitev na gostovem računu, upravljanje omaric za hrambo vrednostnih predmetov (po Slašek in Penko, 2008, str. 30). Osebjem po ameriškem sistemu je prikazano v spodnji sliki (Slika 4).

Slika 4: Osebjem po ameriškem sistemu



Vir: Slašek in Penko (2008, str. 29)

5.2 OD POVPRÁŠEVANJA DO ODJAVE GOSTA

V hotelirstvu se srečujemo z različnimi izzivi. Varčni paketi, cenovno ugodne ponudbe, množica informacij preko spleta, televizije, elektronske pošte so le del konkurenčnega boja, ki ga hotelirji občutijo kot močan pritisk. Vsak gost je dragocen, zato mora biti ravnanje od prvega stika s stranko brezhibno. Današnji gostje pričakujejo, da se jim posvetimo in se zanje posebej potrudimo. Iščejo ponudbe, ki so jim najbolj pisane na kožo, ob čemer so zelo pomembne informacije in priporočila, ki jih dobijo od znancev. Gostje se največkrat odločajo kratkoročno in hitro, zato bo le tisti, ki je kos tem izzivom in upošteva potrebe ter želje gostov, na tržišču zanimiv in konkurenčen (po Slaček in Penko, 2008, str. 94–95).

5.2.1 POVPRÁŠEVANJE

Gostje imajo veliko možnosti za rezervacijo hotelske sobe ali storitev iz ponudbe hotela. Povpraševanje je tako lahko osebno, pisno (pismo, elektronska pošta, sistem za rezervacijo preko spleta) in telefonsko. Vsako povpraševanje pa lahko vodi do fiksne rezervacije. Pri povpraševanju so pomembni podatki o gostu, vsebina povpraševanja (soba, termin) in posebne želje (zanimanja, konjički) (po Slaček in Penko, 2008, str. 95–96).

Gostje se za izbiro določenega hotela odločijo iz različnih razlogov (po Slaček in Penko, 2008, str. 95):

- predhodne pozitivne izkušnje s hotelom,
- lega in ponudba hotela,
- oglaševanje preko spleta, tiska, televizije, radia, obvestil,
- priporočila znancev, turističnih agencij, podjetij ter
- ugleda in slovesa hotela ali hotelske verige.

Slika 5 prikazuje katere vrste povpraševanja gostov poznamo.

Slika 5: Vrste povpraševanja gostov

Vrste povpraševanja	
Individualni gostje	<ul style="list-style-type: none">▪ Gostje, ki potujejo sami: povpraševanje opravijo sami.▪ Gostje, ki potujejo v skupini: privatne osebe organizirajo potovanja za društva, klube, zборе, družinska slavlja ipd.
Potovalne agencije	<ul style="list-style-type: none">▪ Povpraševanja za goste, ki potujejo sami (tudi v kontingentu oziroma skupini).▪ Povpraševanja za skupine (tudi serijske rezervacije).
Potovalne agencije za kongresni turizem	<ul style="list-style-type: none">▪ Skupinske rezervacije za obisk kongresov ali velikih seminarjev.
Podjetja	<ul style="list-style-type: none">▪ Povpraševanja za sodelavce.
Sistemi rezervacij	<ul style="list-style-type: none">▪ Povpraševanja v zvezi s fiksnimi (nespremenljivimi) sistemi, kot so npr. hotelske pogodbe.

Informacijske točke	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Na železniških postajah, letališčih, v mestu ipd.
---------------------	---

Vir: Slaček in Penko, 2008, str. 95

5.2.2 PONUDBA

Pisni odgovor na povpraševanje je ena najpomembnejših točk aktivnega hotelskega marketinga. Ponudba je ob storitvah, ki jih ponuja in izvaja hotel, najodločilnejši dejavnik za to, ali bo gost bivanje v hotelu rezerviral ali ne. Ponudba mora po Slaček in Penko (2008, str. 97) vsebovati naslednje:

- Glava dopisa vsebuje ima, naslov, telefonsko številko, številko telefaksa in naslov spletne strani ter elektronski naslov hotela.
- Naslov gosta vsebuje naziv, ime in priimek, ulico, poštno številko, kraj in državo bivanja.
- Datum povpraševanja je datum, ko se prejme povpraševanje.
- Nagovor – gosta se nagovori z imenom in nazivom.
- Besedilo mora vsebovati želene informacije, v ponudbi mora gost prejeti odgovore na povpraševanje, lahko se navedejo tudi dodatne informacije.
- Čas bivanja je določen z dnevom prihoda in odhoda ter s številom nočitev.
- Ponudba sobe vsebuje vrsto (enoposteljna, dvoposteljna, družinska soba, apartma, ipd.), lego in po potrebi velikost sobe ter ceno in storitve, ki jih vključuje.
- Oprema sobe zajema kopalnico/WC, balkon, telefon, TV-sprejemnik, minibar, sef, priključek za splet ipd.
- Pri ceni se navede osnovno ceno, ceno za zajtrk, pakete, dodatno ponudbo, možnost podaljšanja bivanja, davke, popuste ter turistično takso.
- Pri dodatni ponudbi dodamo informacije za prostočasne aktivnosti, vstopnice za koncerte ali gledališča, posebne cene za določene termine.
- Pri posebnih storitvah navedemo možnosti, kot so dodatna postelja za otroke in varstvo otrok, možnost najema garaže, oskrba psov.
- Goste se seznanijo s predplačili, roki plačil, možnostmi za potrditev rezervacije preko telefaksa ter rokom za rezervacijo.
- Gosta je potrebno tudi motivirati, tako da se navede privlačen razlog zakaj ima gost določeno prednost, če so odloči za rezervacijo (npr. v sobi vas že čaka kopalni plašč, pijačo vam postrežemo ob bazenu ...)
- V prilogah dodamo prospekte, cenike, informacije o kraju in okolici, prireditvah ipd.

Povpraševanju mora vedno slediti odziv, ki omogoča gostu, da čim bolj enostavno rezervira željeno sobo in termin. Najprimernejši so vnaprej pripravljeni obrazci, ki jih gost izpolni z manjkajočimi podatki, podpiše in jih vrne hotelu, bodisi preko elektronske pošte, telefaksa ali klasične pošte. Hotelske aktivnosti pa se ne končajo samo pri ponudbi, temveč je pomembno, da gostom, ki so bivali v hotelu pošljemo zahvalni dopis. Ob tem jih lahko seznanimo z novimi ponudbami ali načrti hotela, takšen dopis lahko pošljemo tudi gostom, ki smo jim na podlagi njihovega povpraševanja že poslali ponudbo, a še ni prišlo do rezervacije.

Pri tem gre za aktivno obravnavanje ponudbe, s katero gostom dokažemo, da so za nas zelo pomembni (po Slaček in Penko, 2008, str. 98–99).

5.2.3 REZERVACIJA

Rezervacija pomeni zaključek postopkov pri ponudbi, ob rezervaciji pa je potrebno upoštevati naslednje (po Slaček in Penko, 2008, str. 100):

- V sistemu za računalniško obdelavo podatkov ali načrtu rezervacij je potrebno najprej preveriti razpoložljivost sob v ustreznem terminu.
- Določi se natančna cena in obseg storitev, ki so zajeti v ceno, ob tem se upoštevajo popusti.
- Potrebno je preverit ali gre za privatno rezervacijo ali rezervacijo podjetja, saj je tudi od tega odvisna končna cena, cena se lahko določi s pomočjo računalniškega sistema.
- Navede se ime in priimek gosta, po potrebi tudi naslov za pisno potrditev rezervacije.
- Navede se datum prihoda in odhoda gosta.
- Navede se vrsto sobo (enoposteljno, dvoposteljna, ipd.)
- Navede se način plačila, morebitno garancijo s številko kreditne kartice ali predplačilo.
- Navede se oseba za stike ter telefonska številka, po potrebi tudi elektronska pošta in številka telefaksa.
- Zabeležijo se dodatne želje gosta.

Rezervacijo se lahko potrdi telefonsko ali pisno, to je z uradnim dopisom, elektronsko pošto ali preko telefaksa. Potrdilo o rezervaciji je obvezno in kot takšno osnova za pogodbo o nastanitvi med gostom in hotelom. Potrditev rezervacije pa vsebuje naslednje podatke (po Slaček in Penko, 2008, str. 102):

- datum in trajanje bivanja,
- ponudbo sobe in opremo,
- ceno z natančnimi podatki v zvezi z davki, s krajevnimi in nočitvenimi taksami ter popusti,
- način plačila,
- pogoje odpovedi rezervacije, po zakonu morajo biti navedeni posebej in v skladu s pravili obrata,
- število gostov (otrok, skupinskih gostov, gostov iz podjetja),
- vrsto oskrbe (aranžma),
- posebne storitve, kot so oskrba psa, prevoz, gledališke karte,
- dodatno ponudbo kot so paketi, prireditve ipd.,
- priloge, kot so potrdilo o predplačilu.

5.2.4 PRIHOD IN OSKRBA GOSTA

Razlikujemo dve vrsti prijav gosta, in sicer prijava po predhodni rezervaciji in prijava brez rezervacije, torej ko gost ni vnaprej rezerviral sobe. Pri prijavi individualnega gosta z rezervacijo je potrebno, da gost izpolni prijavnico in se nanjo podpiše, če je gost rezerviral

sobo preko turistične agencije, mora recepciji izročiti vavčer. Gostu se nato izroči ključ sobe oz. se programira magnetna kartica, gosta se seznanijo s potrebnimi informacijami o bivanju v hotelu in oskrbi (čas obrokov, odpiralni čas bazena ipd.). Gosta se tudi seznanijo z možnostmi in s pogoji parkiranja avtomobila v garaži ali na zunanjem parkirišču, pokliče se nosača prtljage, da njegovo prtljago odnese v sobo. Če je le mogoče, se gosta pospremi v sobo, da se mu pokaže, kje so stikala za luči, kako upravlja s TV-sprejemnikom, telefonom. Prijava gosta se zaključi, ko se dopolni kartoteka gostov in se gosta vpiše v računalniški sistem (po Slaček in Penko, 2008, str. 103–104).

V primeru prijave individualnih gostov brez rezervacije je potrebno najprej preveriti v načrtu zasedenosti sob proste sobe, gosta se seznanijo z opremo sobe, cenami in storitvami hotela. Nato se izpolni prijavnica in dopolni kartoteka gosta, nato se gosta oskrbi enako, kot če je že imel vnaprej rezervirano sobo (po Slaček in Penko, 2008, str. 104).

Pri prijavi pomembne osebe (VIP) je potrebno najprej upoštevati, katere vrste gostov je vodstvo hotela določilo, da se jih obravnava kot take. To so lahko stalni gostje, znane osebnosti, poslovni partnerji, mladoporočenci, jubilarji ipd. VIP-gostje dvigujejo ugled hotela, zato uživajo posebno oskrbo ter najboljšo postrežbo. Med te storitve lahko sodijo hitra prijava in odjava na posebnem mestu, VIP-klubi z omejenim članstvom, VIP-bar in VIP-zajtrkovalnica. Taki gostje z rednim obiskovanjem hotela pomembno vplivajo na večji promet le-tega in jim je zato potrebno nameniti posebno pozornost (po Slaček in Penko, 2008, str. 105–106).

Pri oskrbi gostov je pomembno, da je v hotelu za njih dobro poskrbljeno. Goste se seznanijo z možnostmi za prijetnejše bivanje, ki jih ponuja hotel, ali pa so na voljo v kraju in okolici. Goste se posreduje informacije na različne načine in sicer lahko osebno, v posebni mapi z informativnim gradivom, lahko preko oglasnih desk ali pa preko televizije v sobah za goste (po Slaček in Penko, 2008, str. 106).

Slika 6 in 7 prikazujeta, kaj moramo vedeti, da lahko gosta dobro informiramo (Slaček in Penko, 2008, str. 106–107):

Slika 6 : Informacije o hotelu

Hotelske informacije	
Področje	Najpomembnejše informacije
Oskrba gosta	Informacije o restavracijah, barih, zajtrkovalnicah, odpiralnih časih, lokacijah posameznih prostorov ipd.
Sobe	Pojasniti pot do sobe, opremo, uporabo telefona, televizije.
Postrežba v sobo	Informacije o dosegljivosti strežnega osebja, telefonskih številkah, času postrežbe, opis storitev.
Oprema hotela	Informacije o rekreacijskih in drugih prostorih, kot so savna, fitnes, poslovni center ter o odpiralnih časih oziroma času

	obratovanja.
Garaža/parkirišče	Informacije o cenah in legi parkirnih prostorov.
Recepcija	Informacije o dosegljivosti delavcev recepcije, telefonskih številkah, času poslovanja.
Prtljaga	Informacije v zvezi s prevozom in hrambo prtljage.
Lega hotela	Lega hotela v načrtu mesta oziroma okolice.

Vir: Slaček in Penko, 2008, str. 106

Slika 7: Informacije o regiji

Informacije o regiji	Najpomembnejše informacije
Področje	
Splošna infrastruktura	Informacije o bankah, poštah, uradih, frizerskih salonih, taksijih.
Znamenitosti	Informacije o lokacijah znamenitosti, označene morajo biti na zemljevidu mesta ali okolice.
Aktualne prireditve	Informacije o času in kraju prireditve.
Kultura	Informacije o gledališčih, koncertih, festivalih.
Ogledi mesta, izleti	Informacije o načrtovanih aktivnostih, čas in kraj dogajanja ter osebe za stik.
Šport in prosti čas	Informacije o ponudbi športnih in prostočasnih dejavnosti, možnosti udeležbe in izposoje rekvizitov.
Gostinski obrati	Informacije o kavarnah, restavracijah, kava barih, kmečkih turizmih (lokacije, obratovalni časi).
Javna prevozna sredstva	Informacije o vozni redih vlakov, avtobusov, letal, cenah prevozov, železniških in avtobusnih postajah.
Karte ugodnosti	Informacije o posebnih ponudbah, kartah ugodnosti, njihovi namembnosti, cenah.

Vir: Slaček in Penko, 2008, str. 10

5.2.5 ODHOD GOSTOV IN ODJAVA

Odjava gosta se mora izpeljati kar se da osebno, izjema je hitra odjava, kjer se gost odjavi kar v sobi in običajno z njim ob odhodu nimamo stika (pomembni gostje). Pri odjavi gosta vprašamo, ali je koristil stranske storitve, ki jih je potrebno posebno plačati (minibar, stroški pijače v restavraciji ipd.), prav tako ga vprašamo, kako bo poravnal račun (z gotovino, v tuji

valuti, s kreditno kartico, računom podjetja). Gostu se ob odjavi izroči predmete shranjene v sefu. Ko gost plača račun, se pokliče nosača prtljage, da odnese prtljago iz njegove sobe, po potrebi se za gosta naroči taksi. Obstaja pa tudi možnost, da se gostje odjavijo s pomočjo opravičnih vrstic posebnega kanala sobnega TV-sprejemnika. Na ustreznem mestu vnesejo številko svoje kreditne kartice, recepcija pa preveri veljavnost podatkov. Ob zaključku postopka prejme gost potrdilo o plačilu preko internega telefaksa v sobi. Tak način odjave in plačila računa je običajen v velikih mestnih hotelih predvsem za poslovne goste (po Slaček in Penko, 2008, str. 107–108).

Vsak gost ima pravico, da prejme račun oziroma potrdilo o plačanih storitvah. Iz računa mora biti razvidno, katere postavke so zakonsko določene in katere so dodane v skladu s potrebami hotela kot prostovoljna dopolnila. Z zakonom določene obvezne postavke računa za gosta so ime/naziv in naslov prejemnika računa, ime/naziv in naslov izdajatelja računa, datum izdaje računa, številka računa, količina in vrsta storitev, skupni znesek posameznih storitev, navedba davka, kontrolne številke in oznake računa. Prostovoljna dopolnila računa za goste so poslovni podpis oziroma žig podjetja, podatki o banki, pri kateri ima gost odprt račun, podatki o banki, preko katere posluje hotel, ipd. (po Slaček in Penko, 2008, str. 108).

5.3 INTERNA KOMUNIKACIJA MED ODDELKI

Interna komunikacija pomeni sodelovanje in dogovarjanje med oddelki obrata. Gostje je neposredno ne opazijo, jo pa občutijo, saj vpliva na kakovost vseh ponujenih storitev. Potek dela v obratu je odvisen od dogovarjanja in sodelovanja med oddelki. Timsko delo je predpogoj za uspešno doseganje zastavljenih skupnih ciljev. Predaja poslov na recepciji je ena najpomembnejših točk delovnega procesa, saj gre za obliko posredovanja najpomembnejših informacij v zvezi z delom vsem delavcem, ki so tekom dneva delali na sprejemu. Način vodenja informacij za predajo poslov je odvisen od vrste in velikosti obrata. Dnevnik dela oziroma predajni obrazec se lahko izpolni ročno ali računalniško s pomočjo računalniške obdelave podatkov (po Slaček in Penko, 2008, str. 118–119).

5.3.1 USKLAJEVANJE MED ODDELKI

V mnogih obratih imajo redne delovne sestanke, namenjene usklajevanju dela. Ob nenačrtovanih dogodkih oziroma prireditvah pa se običajno skliče izredne sestanke, na katerih se dogovorijo o razdelitvi nalog med posameznimi oddelki. Na sestanku vodij oddelkov so prisotni predstavniki posameznih oddelkov, vodi pa ga predstavnik vodstva obrata. Na dnevnem redu se lahko obravnava aktualne in načrtovane prireditve, želje gostov, prihod rednih in VIP-gostov, načrtovanje zaposlovanja, premestitve delavcev v druge oddelke, proračun, načrtovane nabave in načrtovana gradbena dela, statistični podatki o zasedenosti sob, promet v restavracijah ter reklamacije in pritožbe. Sklepi in ugotovitve se zabeležijo v zapisnik sestanka, ki ga prejmejo vsi oddelki, da lahko nadzorujejo realizacijo obravnavanih tem (po Slaček in Penko, 2008, str. 120).

Na delovnih sestankih delavcev obrata vodja oddelka sodelavcem posreduje informacije, ki so zanje pomembne. Pomembno je, da so sklicani takrat, ko se jih lahko udeleži največ sodelavcev. Praviloma jih sklicuje vodja oddelka, izjemoma pa po dogovoru tudi kdo od osebja. Na sestankih je potrebno voditi zapisnik, ki ga prejme vsak udeleženec sestanka. Na delovnih sestankih lahko delavci izrazijo svoje mnenje, želje, zamisli in pobude, ki jih vodja sestanka obravnava takoj ali pa pripravi odgovor do naslednjega sestanka. Znotraj posameznih oddelkov je potrebno skrbeti tudi za motiviranost delavcev za delo in da se delavci na sestankih lahko pogovorijo tudi o težavah, do katerih prihaja pri timskem delu, saj odkrit pogovor v veliki meri pripomore k boljšemu delovnem vzdušju (po Slaček in Penko, 2008, str. 121).

5.3.2 INTERNA KOMUNIKACIJSKA SREDSTVA

Da bi lahko vodstvo hotela ali vodje oddelkov posredovali delavcem pomembna interna navodila, jih zapišejo v obliki obvestila. Ko delavci obvestilo preberejo, s podpisom na priloženem seznamu imen potrdijo, da so z vsebino seznanjeni. Če delavci navedenih navodil ne upoštevajo, čeprav so bili z njimi seznanjeni, jih lahko vodja oddelka pokliče na zagovor (po Slaček in Penko, 2008, str. 122).

Preko računalniške programske opreme lahko poteka del dogovarjanj med oddelki. Pretok informacij med oddelki mora biti brezhiben, tako da so vsi oddelki pravočasno seznanjeni o dejavnostih hotela, pri katerih morajo sodelovati. V obratih se različno odločajo o tem, kako bodo izvajali informiranje posameznih oddelkov, v glavnem pa razlikujemo med dvema načinoma, in sicer oddelke lahko dostopa do informacij, ki so zanj pomembne po elektronski poti, preko vmesnikov oziroma vmesnih postaj za računalniško obdelavo podatkov, ki so del računalniške programske opreme hotela (torej preko računalnika) ali pa prejmejo posamezni oddelki njim namenjene informacije od drugih oddelkov v dogovorjenem času. Oba sistema imata prednosti in pomanjkljivosti, od organiziranosti hotela pa je odvisno, kateri sistem bo obrat uporabljal. Vodstvo hotela odloča o tem, katere informacije so za posamezne oddelke nujne in kateri podatki ostanejo prikriti. Osnovno vodilo je razumljiv in pregleden sistem posredovanja informacij, da pri obveščanju ne prihaja do zastojev in nesporazumov (po Slaček in Penko, 2008, str. 122-123).

5.4 SODELOVANJE S TURISTIČNIMI AGENCIJAMI

»Turistična agencija je oseba ali podjetje, ki potrošnikom posreduje turistične storitve (transportne storitve, nastanitev, pavšalne proizvode) po naročilu proizvajalcev (prevoznikov, hotelov in organizatorjev potovanj) za provizijo« (Mihalič, 1999, str. 24).

Poznamo več vrst turističnih agencij (po Turnšek, 2002, str. 37–38):

- Receptivne turistične agencije ponujajo večino storitev turistom določenega kraja oziroma območja, ki so prišli od drugod. To so domači in tuji turisti ter dnevni obiskovalci, ki v določenem kraju preživljajo počitnice oziroma je ta kraj ena od postojank na njihovem krožnem potovanju.

- Emitivne turistične agencije imajo dejavnost usmerjeno k domačemu prebivalstvu, zato so se razvile predvsem v večjih mestih oziroma na območjih, kjer je veliko število prebivalcev, ki povprašujejo po njihovih storitvah. V mnogih turističnih agencijah, predvsem večjih, opravljajo danes tako receptivno kot emitivno funkcijo, ki ju imajo običajno organizirano v različnih oddelkih.
- Grosistične turistične agencije imajo na turističnem tržišču posebno vlogo, saj se pojavljajo kot »proizvajalci« turističnega potovanja. Njihov proizvod v skupni ceni vključuje različne storitve, kot so prevoz, nastanitev, prehrano, ogleda, organizacijo in vodenje potovanj ipd. Praviloma ne prihajajo v stik s končnim porabnikom, temveč prodajajo svoje storitve po detajlističnih turističnih agencijah.
- Detajlistične turistične agencije na tržišču nastopajo predvsem v vlogi posrednika med organizatorjem potovanja in končnim porabnikom. Opravljajo posle v lastnem imenu, vendar za račun prevoznih podjetij, hotelov, bank, za kar jim poslovni partner priznava provizijo.

Funkcije turistične agencije teoretično delimo na osnovne, ki se navezujejo na naravo turistične agencije in so v skladu z njeno opredelitvijo, in na druge funkcije, ki jih turistične agencije tudi opravljajo in so ali pa niso povezane z osnovnimi funkcijami. Osnovne funkcije turistične agencije so tako posredovanje turističnih storitev, to je prodaja in rezervacija pavšalnih proizvodov, hotelskih storitev, vozovnic in vstopnic ter sprejemanje in posredovanje plačila turističnih storitev za zastopane. Turistične agencije pa zraven osnovnih funkcij posredujejo še druge storitve, tako da nudijo informacije in svetujejo, posredujejo druge storitve (zavarovanje, menjava valut, preskrba vizumov) in sprejemajo in posredujejo pritožbe kupcev (po Mihalič, 1999, str. 25).

Organizator potovanj oblikuje samostojne turistične proizvode, ki so sestavljeni iz različnih storitev (prevozi, nastanitev, ogledi, vstopnine) ter jih preko posredniške mreže posreduje potrošnikom v svojem imenu in za svoj račun. Ti proizvodi so prilagojeni tržišču, torej željam strank, agencije pa jih glede na vrsto in obseg ponudbe predstavljajo v katalogih, prospektih, oglasih. Pavšalna cena za aranžma pa je sestavljena iz stroškov prevoza, stroškov nastanitve, vodenja, ogledov, vstopnin, stroškov oglaševanja in razlike v ceni (po Slaček in Penko, 2008, str. 125).

»Turistični agent potrošnikom posreduje turistične storitve (prevoz, nastanitev, pavšalne proizvode) drugih podjetij (hotelov, prevoznikov, organizatorjev potovanj) in si za to zaračuna provizijo« (Slaček in Penko, 2008, str. 125).

»Razmejitev med organizatorji potovanj in turističnimi agenti v praksi ni vedno očitna. Mnoge turistične agencije nastopajo kot agenti, vendar hkrati tudi kot proizvajalci lastnih pavšalnih proizvodov« (Slaček in Penko, 2008, str. 126).

Turistične agencije opravljajo naslednje naloge (po Slaček in Penko, 2008, str. 126):

- Izdajajo, posredujejo in nabavljajo vozovnice, vključno z rezervacijami sedežev in ležišč v spalnikih za tuja in domača prevozniška podjetja vseh vrst.
- Posredujejo prevoze potnikov, ki jih izvajajo prevozniška podjetja.
- Posredujejo in organizirajo nočitev ali oskrbo za turiste.

- Posredujejo potovalne pakete in prevoze za skupine.
- Organizirajo potovalne pakete in prevoze za skupine, ki jih organizator ponuja neposredno ali preko posrednika.

Za turistično agencijo pomeni svetovanje in informiranje strank pripravo na prodajno storitev, ki sledi povpraševanju. Za mnoge turistične agencije je posredovanje vnaprej pripravljenih turističnih paketov ena najpomembnejših dejavnosti, ki temelji na ustrezni pogodbi med organizatorjem turističnih potovanj in nosilci turističnih storitev. Turistična agencija lahko proda vozovnice samo v primeru, da ima ustrezno pooblastilo (koncesijo) in je s prevoznikom podjetjem za tovrstne storitve sklenila ustrezno pogodbo. Za prodajo letalskih vozovnic morajo turistične agencije skleniti pogodbo z IATA¹. Turistične agencije tudi posredujejo nastanitve in oskrbe kot dokazilo o sklenitvi pogodbe prejmejo stranke od turistične agencije vavčer za hotel, turistične agencije urejajo vstopne vizume za svoje stranke, posredujejo potniška zavarovanja in izposojajo avtomobilov, menjujejo denar in prodajajo literaturo za potovanja (po Slaček in Penko, 2008, str. 126–127).

Turistične agencije pomagajo hotelom pri prodaji storitev, z njimi sodelujejo na osnovi sklenjenih pogodb. Preden turistična agencija in nastanitveni obrat skleneta pogodbo o sodelovanju, mora obrat izpolniti vprašalnik, ki zajema podatke o vseh hotelskih storitvah, kot so oprema sob, razgled, ponudba hotela kot tudi oprema skupnih, rekreacijskih in drugih prostorov ter površin namenjenim gostom. Če je na osnovi podatkov, pridobljenih s pomočjo vprašalnika, agencija zainteresirana za sodelovanje, njeni predstavniki obišejo nastanitveni obrat in se dogovorijo o vseh podrobnostih. Pri manj obsežnem sodelovanju sklepa hotel in turistična agencija v skladu s povpraševanjem in rezervacijami individualne pogodbe o hotelskih storitvah. Redno posredovanje strank turističnih agencij oziroma gostov hotelskim obratom se ureja z alotmajsko pogodbo, to je pogodba o najetju gostinskih zmogljivosti, ki ureja zakup nastanitvenih oziroma gostinskih zmogljivosti. S to pogodbo se hotel zavezuje, da bo dal v določenem času turistični agenciji na razpolago dogovorjeno število ležišč v določenem objektu, nudil gostinske storitve osebam, ki jih pošlje turistična agencija in ji plačal določeno provizijo. Turistična agencija pa se zavezuje, da si bo prizadevala za zasedenost ležišč oziroma da bo hotel v določenih rokih obvestila, da tega ne more, ter da bo plačala ceno opravljenih storitev, če bo izkoristila hotelske zmogljivosti. Bistveni sestavni deli alotmajske pogodbe so: (po Slaček in Penko, 2008, str. 127–128)

1. število zakupljenih ležišč in na to vezano število prehrambnih in penzijskih storitev,
2. kakovost zakupljenih zmogljivosti, tj. sob ter kakovost pogodbeno vključenih storitev,
3. čas, za katerega turistična agencija ter zmogljivosti zakupi in za katerega ji hotel odda turistični agenciji v prodajo,
4. cena za enoto zakupljenih zmogljivosti in storitev, npr. prenočitve ali penziona,
5. pravica, da turistična agencija odpove del zakupljenih zmogljivosti, odpovedni rok in dovoljena količina storniranih storitev,

¹ IATA= Air Transport Association – mednarodna zveza za letalske prevoze

6. višina popustov in dogovorjeno ceno, ki jih hotel daje turistični agenciji; popusti za otroke,
7. višina posebnega alotmajskega popusta in višina provizije, ki jo hotel prizna turistični agenciji,
8. vrste nepenzionskih storitev, ki jih hotel nudi turistom, ter njihove cene,
9. pogoji plačila, kot so plačila turistične agencije hotelu in način plačevanja turistov v hotelu,
10. splošni pogodbeni pogoji, npr. kdaj stopi pogodba v veljavo, višina akontacije, ki jo je agencija dolžna plačati hotelu ob podpisu pogodbe, sodišče, ki je pristojno v primeru spora ipd.

5.4.1 VAVČER

Vavčer je dokument, ki ga izda turistična agencija hotelu in vsebuje podatke o storitvah, ki jih je hotel dolžan opraviti za gosta. Gost ob prihodu v hotel receptorju izroči vavčer, ki je osnova za obračun s turistično agencijo. Poznamo več vrst vavčerjev, in sicer vavčer za rezervacijo, vavčer o predplačilu (depozitni vavčer), vavčer za polno plačilo in full kredit vavčer. Vavčer za rezervacijo nima denarne vrednosti, njegov imetnik pa je upravičen do tega, da v določenem času od obrata zahteva določene storitve, ki jih plača neposredno v obratu. Turistična agencija na podlagi takega vavčerja prejme od hotela provizijo za aranžma. Vrednost vavčerja o predplačilu je enaka vsoti, ki jo je gost plačal turistični agenciji, preostanek pa plača neposredno v obratu. Turistična agencija lahko določi znesek predplačila v višini provizije, ki jo za aranžma prejme od obrata in obdrži predplačilo, ali pa provizijo odtegne od zneska predplačila ter preostanek nakaže hotelu. Pri vavčerju za polno plačilo so vse storitve že bile plačane pri turistični agenciji, dogovorjena provizija se odtegne od zneska računa. Full kredit vavčer omogoča gostu, da vse storitve, ki jih je koristil v hotelu, plača turistični agenciji. Na vavčerju mora biti gostov podpis. Hotel turistični agenciji izstavi račun in odtegne dogovorjeni znesek za provizijo (po Slaček in Penko, 2008, str. 132–133).

Turistična agencija je dolžna plačati storitve, ki so določene z vavčerjem. Načeloma velja, da račun zapade na dan odhoda hotelskega gosta, plačilo od katerega se odtegne znesek za provizijo pa mora biti izvršen v dogovorjenem roku. Hotel izstavi turistični agenciji račun v skladu z določilo hotelske pogodbe (po Slaček in Penko, 2008, str. 133).

5.4.2 POTOVALNI ALI TURISTIČNI ČEK

Turistične ali potovalne čeke izdajajo v svetu velike turistične agencije in banke. Turistični ček je definiran kot brezpogojni nalog za izplačilo določene vsote denarja oziroma za plačilo določene storitve ali blaga. Turistični ček je plačilno sredstvo, saj ga lahko turist uporablja za plačilo različnih storitev ali zamenja za gotovino. V primerjavi s kreditnimi karticami uporaba potovalnih čekov zagotavlja večjo varnost, saj mora imetnik ob plačilu ali dvigu gotovine obvezno predložiti čekovno kartico in ček podpisati ob prisotnosti prejemnika čeka (po Turnšek, 2002, str. 40).

6 PREDSTAVITEV HOTELA SLATINA

Hotel Slatina je sodoben zdraviliški zdravstveni center in edini v Sloveniji za gastroenterologijo in metabolizem. Nahaja se v samem zdraviliškem centru Rogaške Slatine. Hotel ponuja sprostivni center z masažami, kopelmi in fango oblogami. V hotelu je ambulanta, 24-urni zdravstveni nadzor, restavracija, aperitiv bar s teraso, bazen s termalno vodo. Gostom ponuja eno- in dvoposteljne nadstandardne sobe in eno- ali dvoposteljne superior sobe s samopostrežnim zajtrkom, pol ali polnim penzionom z dietno prehrano, ki jo bogatijo najsodobnejša dietološka spoznanja. V Hotelu Slatina se izvaja zdraviliško zdravljenje za preventivo, nadaljnje zdravljenje in rehabilitacijo prebavnega sistema in metabolnih bolezni. Je največje, najstarejše in edino slovensko zdravilišče za rehabilitacijo bolnikov, ki je registrirano za zdravljenje po standardu 8. Indikacijska področja Zdravilišča Rogaška zajemajo bolezni požiralnika, bolezni želodca in dvanajstnika, bolezni ozkega in širokega črevesa, bolezni jeter in trebušne slinavke, metabolne bolezni in malignomi prebavnega sistema. Program rehabilitacije vključuje uporabo naravne mineralne vode Donat Mg, uporabo postopkov balneoterapije in fizikalne medicine, psihološko podporo in zdravljenje, dietoterapijo, nego bolnikov in 24-urni zdravstveni nadzor ter po potrebi uporabo diagnostike (spletna stran Hotela Slatina).

7 POMANJKLJIVOSTI V OBSTOJEČI ORGANIZIRANOSTI HOTELA IN HOTELSKI RECEPCIJI

Hotel Slatina je eden izmed manjših hotelov v Rogaški Slatini in da bi se ob hudi konkurenci obdržal na trgu, je potrebno, da se v hotelu izvajajo kakovostne storitve in s tem posledično pridobi zadovoljne goste.

Pomanjkljivost organiziranosti recepcije vidim v tem, da v dopoldanskem času, ko se pričakuje največja gneča na recepciji, ni stalne prisotnosti dveh receptork. S tem bi se zagotovilo, da bi gostje prišli hitreje na vrsto in bi se čas sprejema skrajšal na minimum.

Prva pomanjkljivost hotela je slaba prepoznavnost na tujih trgih; tako bi se marketing hotela moral usmeriti oz. povezati s turističnimi agencijami, ki bi pripomogle k večji prepoznavnosti hotela. Hotel bi se moral promovirati tudi v kakšnem slovenskem mediju, npr. časopisu, reviji, televiziji, tako da bi tudi slovenski gostje izvedeli o ponudbi hotela.

V hotelu je tudi sprostitevni center, ki ponuja masaže, kopeli, blatne obloge, elektroterapije, pomanjkljivost pa vidim v tem, da so kapacitete in prostori zelo omejeni. Razširitev ponudbe in nudenje večje možnosti pri izbiri terminov bi pripomogla k večjemu zadovoljstvu gostov.

Hotel ponuja tudi animacijski program, ki pa bi lahko imel večjo izbiro programov. Pomanjkljivost vidim v tem, da so gostje tudi premalo informirani o dogajanju v hotelu in tudi s splošno ponudbo, ki je nudi Rogaška Slatina z okolico.

8 ZASNOVA IN IZVEDBA RAZISKAVE

8.1 ZASNOVA RAZISKAVE

Namen raziskave je bil v izbrani organizaciji ugotoviti zadovoljstvo gostov in kakovost storitev. S pomočjo anketnega vprašalnika sem ugotavljala prednosti, pomanjkljivosti in slabosti v izbranem hotelu. Hotel Slatina je eden izmed številnih hotelov, ki se nahaja v Rogaški Slatini. Tako je potrebno, da zaposlenimi izvajajo in nudijo kakovostne storitve, saj je samo zadovoljen gost tisti, ki se bo rad vračal nazaj.

8.2 IZVEDBA RAZISKAVE

Anketni vprašalnik, ki vsebuje skupaj 12 vprašanj, sem razdelila 35 naključno izbranim gostom hotela. Nazaj sem dobila 33 pravilno izpolnjenih anketnih vprašalnikov. Gostje Hotela Slatina so anketni vprašalnik prejeli na hotelski recepciji ob prijavi v hotel. Obdobje izvajanja ankete je bilo od 03. 10. do 17. 10. 2011. Dobljeni rezultati anketnega vprašalnika so prikazani v tabelah in z grafikoni. Pri vprašanjih, kjer so anketiranci ocenjevali storitve z ocenami od 1 do 5, sem izračunala tudi povprečno vrednost.

8.3 OBRAZLOŽITEV REZULTATOV RAZISKAVE

1. Vprašanje: Vaša starost

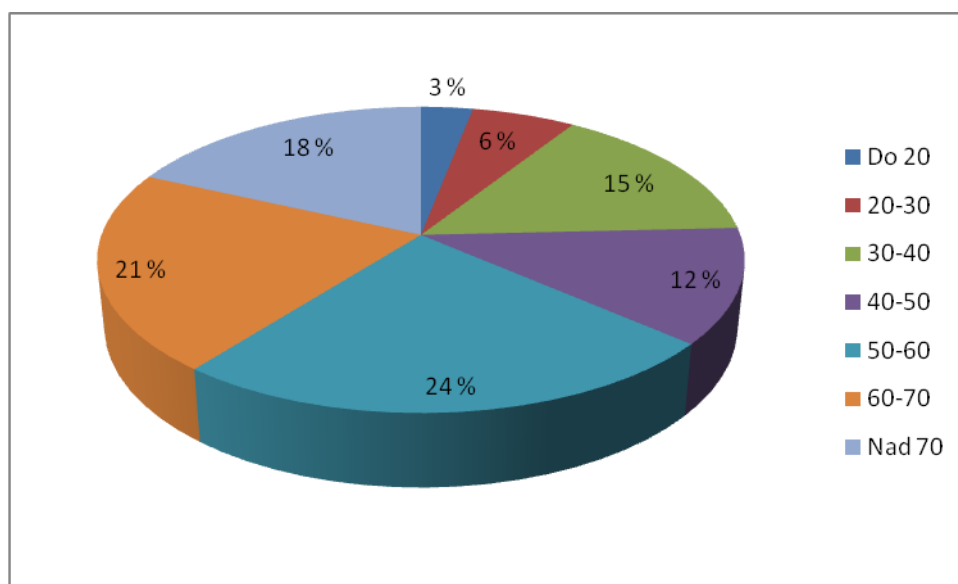
Iz rezultatov pri prvem vprašanju je razvidno, da je starost obiskovalcev Hotela Slatina razgibana. Največ anketirancev je bilo starih med 50 in 60 let, kar predstavlja 24 % vseh anketiranih. Sledijo jim anketiranci med 60. in 70. letom starosti (21 %), nato anketirani nad 70. letom starosti (18 %). 15 % vseh anketiranih je starih med 30 in 40 let, 12 % pa med 40 in 50. Najmanjši delež predstavljajo anketirani pod 30. letom, 3 % je mlajših od 20 let, 6 % pa je starih med 20 in 30 let.

Tabela 1: Struktura po starosti

	Število anketiranih	Vrednost v %
Do 20	1	3
20–30	2	6
30–40	5	15
40–50	4	12
50–60	8	24
60–70	7	21
Nad 70	6	18
Skupaj	33	100

Vir: lasten

Grafikon 1: Struktura po starosti



Vir: lasten

2. Vprašanje: Spol

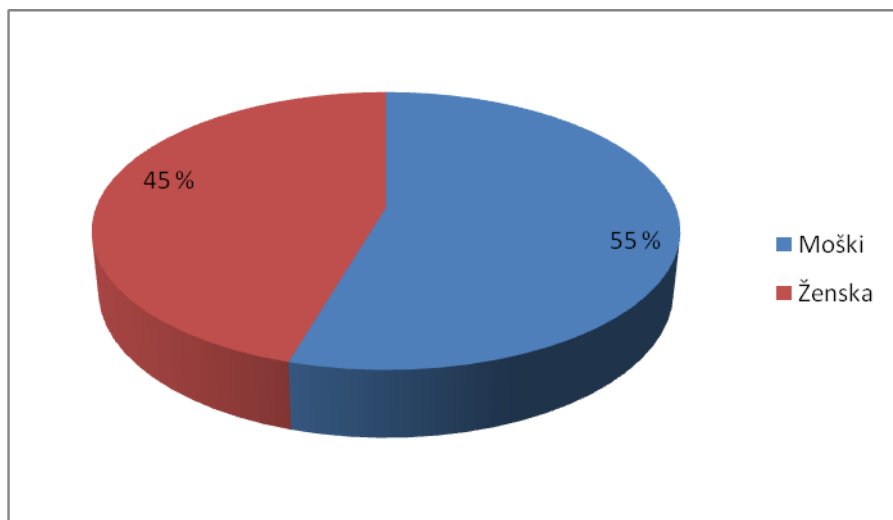
Pri drugem vprašanju me je zanimalo, kolikšen je delež anketiranih po spolu. Iz rezultatov je razvidno, da 55 % vseh anketiranih predstavljajo moški in 45 % ženske.

Tabela 2: Struktura po spolu

	Število anketiranih	Vrednost v %
Moški	18	55
Ženska	15	45
Skupaj	33	100

Vir: lasten

Grafikon2: Struktura po spolu



Vir: lasten

3. Vprašanje: Kje ste izvedeli za Hotel Slatina?

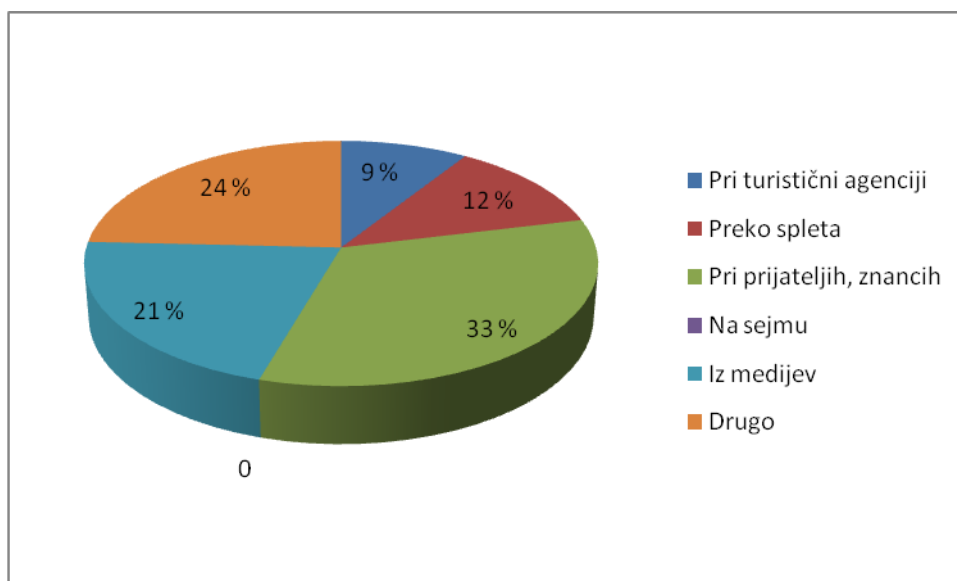
Največ anketiranih (33 %) je za Hotel Slatina izvedelo pri prijateljih oz. znancih. 21 % anketiranih je za ta hotel izvedelo iz medijev, 12 % anketiranih je za hotel izvedelo preko spleta in 9 % pri turistični agenciji. Na sejmu pa ni nihče izvedel za Hotel Slatina. 24 % se ni odločilo za nobenega od navedenih odgovorov, jih je pa večina teh izvedela za hotel ali v bolnišnici ali pa v zdravstvenem domu.

Tabela 3: Kje so anketiranci izvedeli za Hotel Slatina

	Število anketiranih	Delež v %
Pri turistični agenciji	3	9
Preko spleta	4	12
Pri prijateljih, znancih	11	33
Na sejmu	0	0
Iz medijev	7	21
Drugo	8	24
Skupaj	33	100

Vir: lasten

Grafikon3: Kje so anketiranci izvedeli za Hotel Slatina



Vir: lasten

4. Vprašanje: Kako ste opravili rezervacijo?

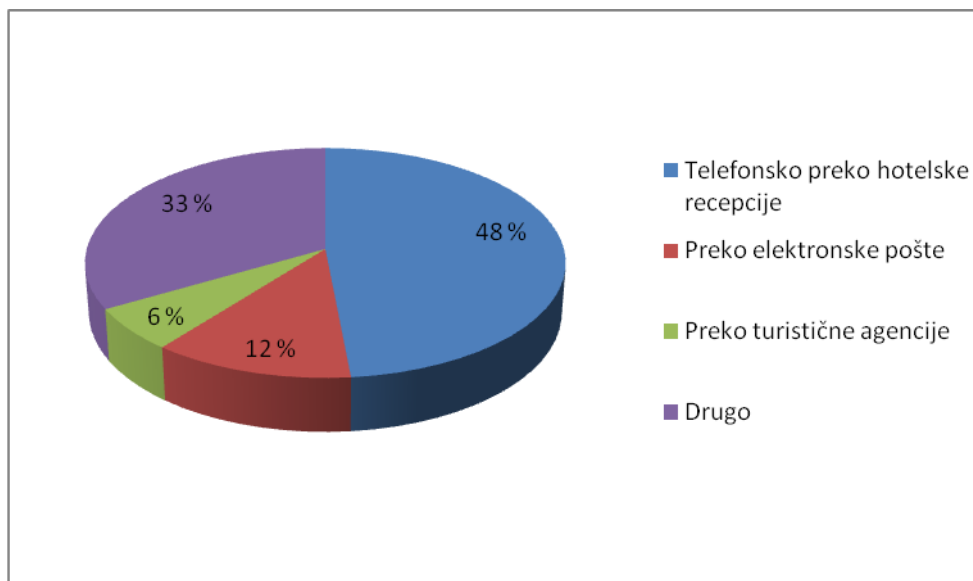
Največ anketirancev je rezervacijo opravilo telefonsko preko hotelske recepcije, kar predstavlja 48 %, 12 % jih je odgovorilo, da so si hotel rezervirali preko elektronske pošte. 6 % pa je rezervacijo opravilo preko turistične agencije. 33 % anketiranih se ni odločilo za nobenega od podanih odgovorov, so pa večina prišli v hotel na zdraviliško zdravljenja, tako da jim je rezervacijo opravila kar sama hotelska recepcija in jih o tem pisno obvestila.

Tabela 4: Kako so anketiranci opravili rezervacijo

	Število anketiranih	Delež v %
Telefonsko preko hotelske recepcije	16	48
Preko elektronske pošte	4	12
Preko turistične agencije	2	6
Drugo	11	33
Skupaj	33	100

Vir: lasten

Grafikon4: Kako so anketiranci opravili rezervacijo



Vir: lasten

5. Vprašanje: Kaj je bil glavni namen vašega obiska?

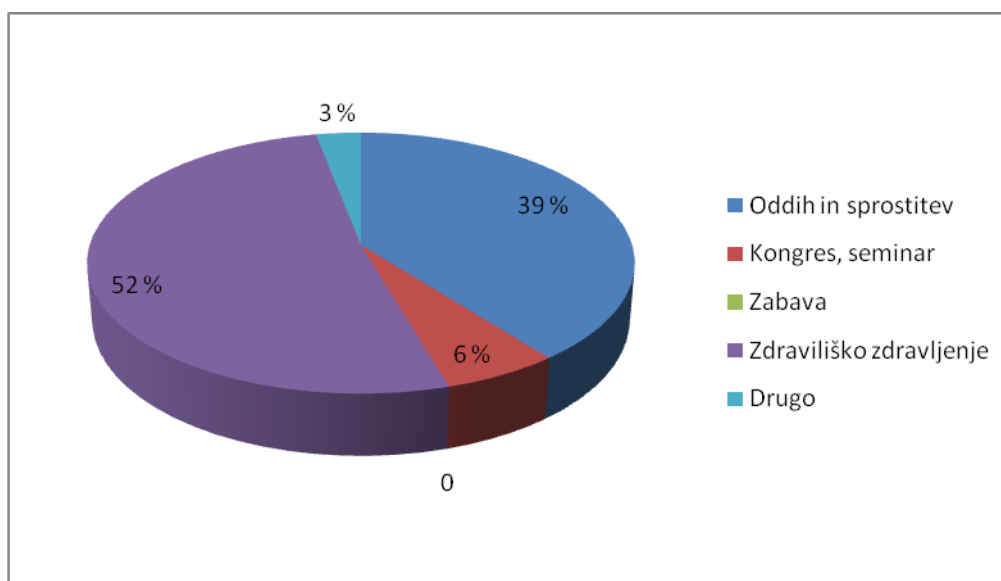
Največ anketiranih je v hotel prišlo zaradi zdraviliškega zdravljenja, kar predstavlja 52 % vseh anektiranih. 39 % anketiranih je v hotel prišlo z namenom oddiha in sprostitev, 6 % pa zaradi kongresa oz. seminarja. Nihče od anketiranih ni prišel zaradi zabave, 3 % pa se niso odločili za nobenega od navedenih odgovorov.

Tabela 5: Namen anketirancev za obisk hotela

	Število anketiranih	Delež v %
Oddih in sprostitev	13	39
Kongres, seminar	2	6
Zabava	0	0
Zdraviliško zdravljenje	17	52
Drugo	1	3
Skupaj	33	100

Vir: lasten

Grafikon5: Namen anketirancev za obisk hotela



Vir: lasten

6. Vprašanje: Kolikokrat ste že obiskali hotel?

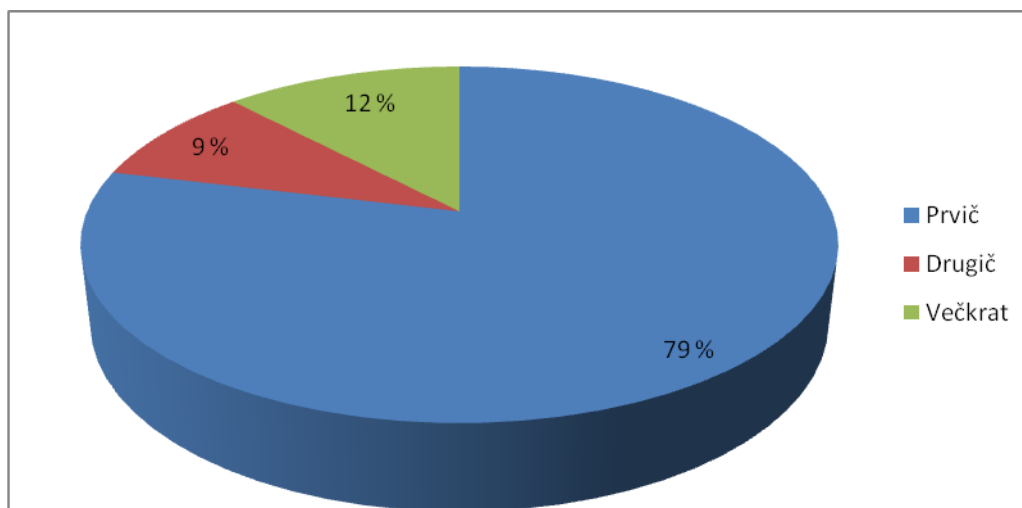
Pri šestem vprašanju sem želela izvedeti, kolikokrat so anketirani že obiskali hotel. Iz rezultatov je razvidno, da jih je večina bila prvič v hotelu – tako je odgovorilo 79 % vseh vprašanih, 12 % jih je že hotel obiskalo večkrat, 9 % vseh anketiranih je bilo drugič v hotelu.

Tabela 6: Število obiskov v hotelu

	Število anketiranih	Delež v %
Prvič	26	79
Drugič	3	9
Večkrat	4	12
Skupaj	33	100

Vir: lasten

Grafikon6: Število obiskov v hotelu



Vir: lasten

7. Vprašanje: Ali storitve v recepciji ustrezajo vašim pričakovanjem?

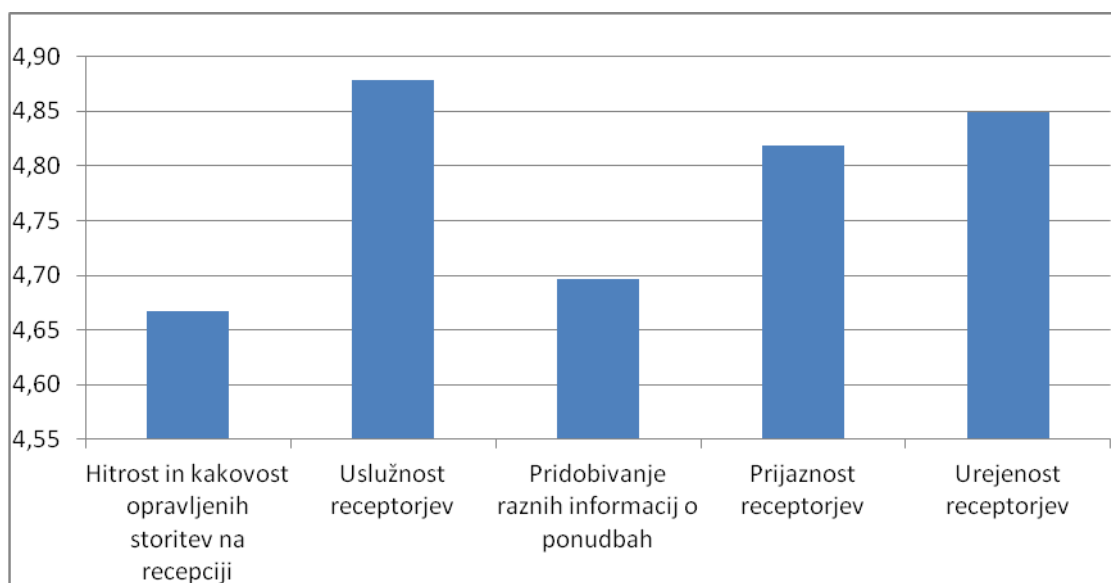
Pri tem vprašanju so anketirani ocenjevali z ocenami od 1 do 5 o storitvah v recepciji, pri čemer 1 pomeni zelo nezadovoljen, 5 pa zelo zadovoljen. Anketirani so najbolj zadovoljni z uslužnostjo receptorjev, prav tako s prijaznostjo in urejenostjo le-teh. Najmanj zadovoljni pa so s hitrostjo in kakovostjo opravljenih storitev na recepciji. Splošna ocena vseh navedenih storitev v recepciji je 4,78.

Tabela 7: Ocena recepcije

	1	2	3	4	5	Skupaj	Povprečna ocena
Hitrost in kakovost opravljenih storitev na recepciji			1	9	23	33	4,67
Uslužnost receptorjev				4	29	33	4,88
Pridobivanje raznih informacij o ponudbah			1	8	24	33	4,70
Prijaznost receptorjev			1	4	28	33	4,82
Urejenost receptorjev				5	28	33	4,85
							$\Sigma \bar{x} = 4,78$

Vir: lasten

Grafikon7: Ocena recepcije



Vir: lasten

8. Vprašanje: Ocenite sobo, v katero ste nameščeni.

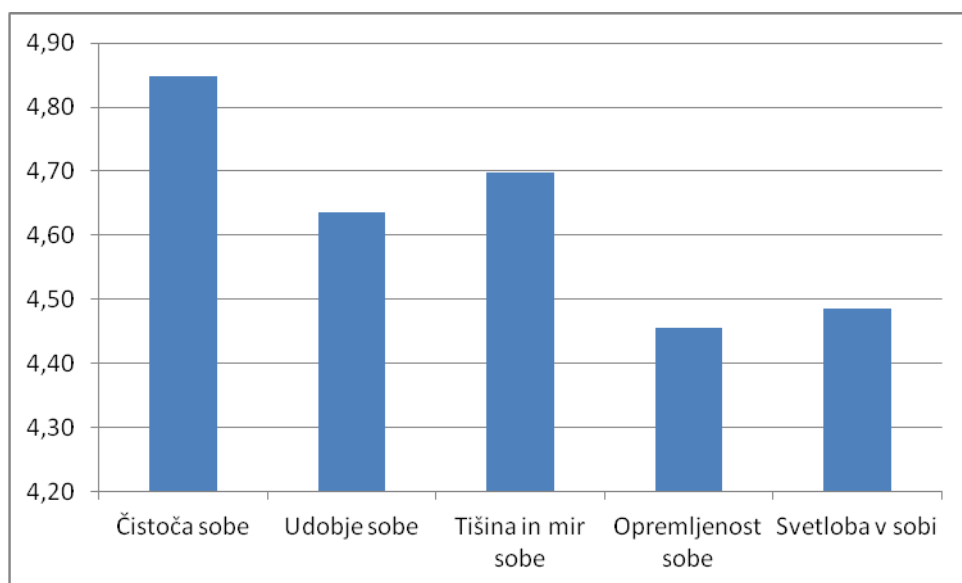
Pri tem vprašanju so ocenjevali sobo, v katero so bili nameščeni. Najbolj so bili zadovoljni s čistočo sobe (4,85) in njenim udobjem (4,64), najmanj pa s svetlobo v sobi (4,48) in z opremljenostjo (4,45). Splošna ocena sobe, v katero so bili gostje nameščeni, je dobra, in sicer znaša 4,62.

Tabela 8: Ocena sobe

	1	2	3	4	5	Skupaj	Povprečna ocena
Čistoča sobe				5	28	33	4,85
Udobje sobe			2	8	23	33	4,64
Tišina in mir sobe			2	6	25	33	4,70
Opremljenost sobe		1	3	9	20	33	4,45
Svetloba v sobi			3	11	19	33	4,48
							$\Sigma \bar{X} = 4,62$

Vir: lasten

Grafikon8: Ocena sobe



Vir: lasten

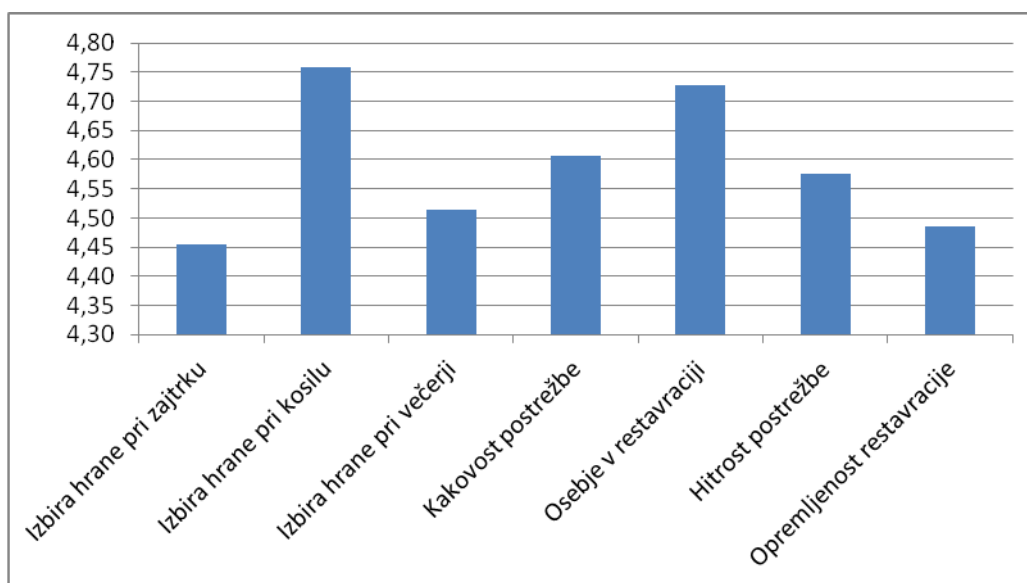
9. Vprašanje: Kako ste zadovoljni s ponudbo in storitvami v restavraciji?

Pri tem vprašanju so anketiranci ocenjevali prvine, navedene v tabeli. Iz raziskave je razvidno, da so najbolj zadovoljni z izbiro hrane pri kosilu (4,76), in tudi izbira hrane pri zajtrku in večerji sta bili dobro ocenjeni. Anketiranci so osebje v restavraciji ocenili s povprečno oceno 4,73, hitrost postrežbe pa s 4,58. Anketirance je najbolj zmotila opremljenost restavracije (4,48). Splošna ocena restavracije pa znaša 4,59.

Tabela 9: Ocena restavracije

	1	2	3	4	5	Skupaj	Povprečna ocena
Izbira hrane pri zajtrku			4	10	19	33	4,45
Izbira hrane pri kosilu				8	25	33	4,76
Izbira hrane pri večerji		1	2	9	21	33	4,52
Kakovost postrežbe			2	9	22	33	4,61
Osebje v restavraciji			1	7	25	33	4,73
Hitrost postrežbe			3	8	22	33	4,58
Opremljenost restavracije			5	7	21	33	4,48
							$\Sigma \bar{x} = 4,59$

Vir: lasten

Grafikon9: Ocena restavracije

Vir: lasten

10. Vprašanje: Kako ste zadovoljni z animacijo?

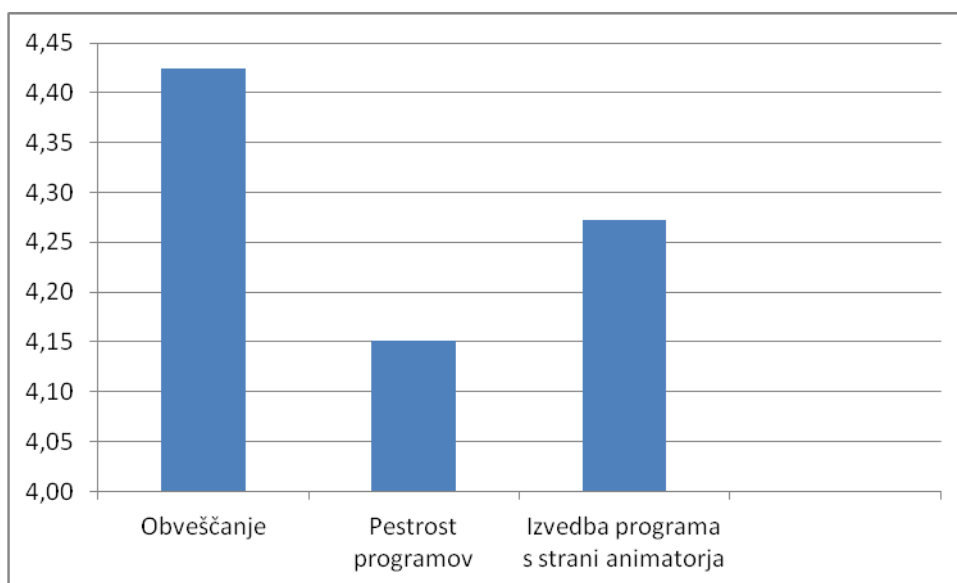
Pri tem vprašanju sem želela izvedeti, kako so gostje zadovoljni z animacijo v hotelu. Anketiranci so bili mnenja, da so dobro obveščeni o animacijskem programu (4,42), izbira in pestrost programov bi bila lahko boljša, saj je bila ocenjena s povprečno oceno 4,15. Programi, izvedeni s strani animatorja, so bili ocenjeni z oceno 4,27. Splošna ocena o celotni animacija je bila nekoliko slabša, in sicer 4,28.

Tabela 10: Ocena animacije

	1	2	3	4	5	Skupaj	Povprečna ocena
Obveščanje			4	11	18	33	4,42
Pestrost programov		1	6	13	13	33	4,15
Izvedba programa s strani animatorja		1	6	9	17	33	4,27
$\Sigma \bar{X} = 4,28$							

Vir: lasten

Grafikon10: Ocena animacije



Vir: lasten

11. Vprašanje: Kako ste zadovoljni s sprostivnim centrom v hotelu (masaže, kopeli, obloge)?

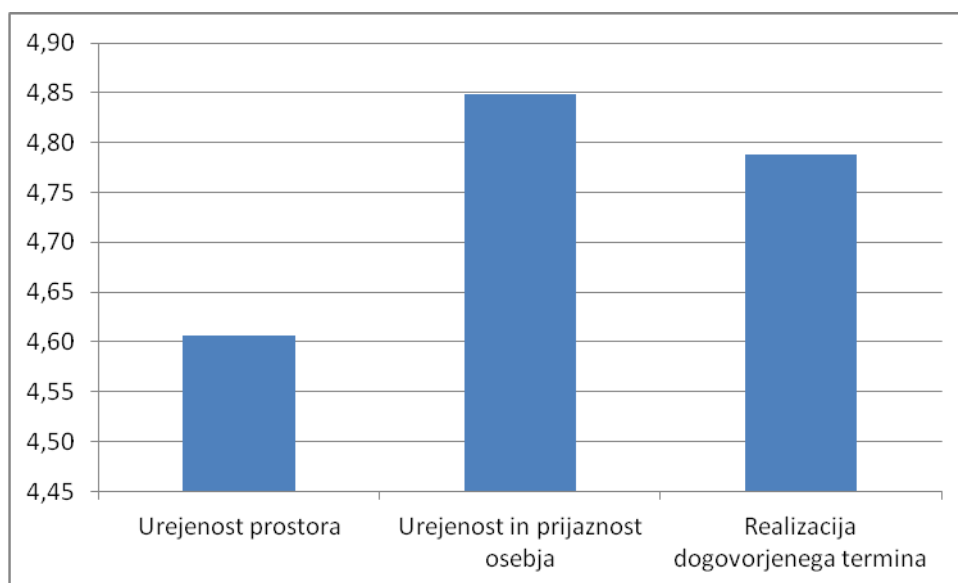
Večina anketiranih je bila zadovoljna s sprostivnim centrom v hotelu. Urejenost in prijaznost osebja je bila ocenjena z oceno 4,85, realizacija dogovorjenega termina pa z 4,79, urejenost prostora pa z nekoliko nižjo oceno – 4,61. V celoti pa so gostje zadovoljni s sprostivnim centrom v hotelu, saj je povprečna ocena vseh dejavnikov 4,75.

Tabela 11: Ocena sprostivnega dela hotela

	1	2	3	4	5	Skupaj	Povprečna ocena
Urejenost prostora			2	9	22	33	4,61
Urejenost in prijaznost osebja				5	28	33	4,85
Realizacija dogovorjenega termina				7	26	33	4,79
							$\Sigma \bar{x} = 4,75$

Vir: lasten

Grafikon11: Ocena sprostivnega dela hotela



Vir: lasten

12. Vprašanje: Kakšna je vaša splošna ocena hotela in okolice?

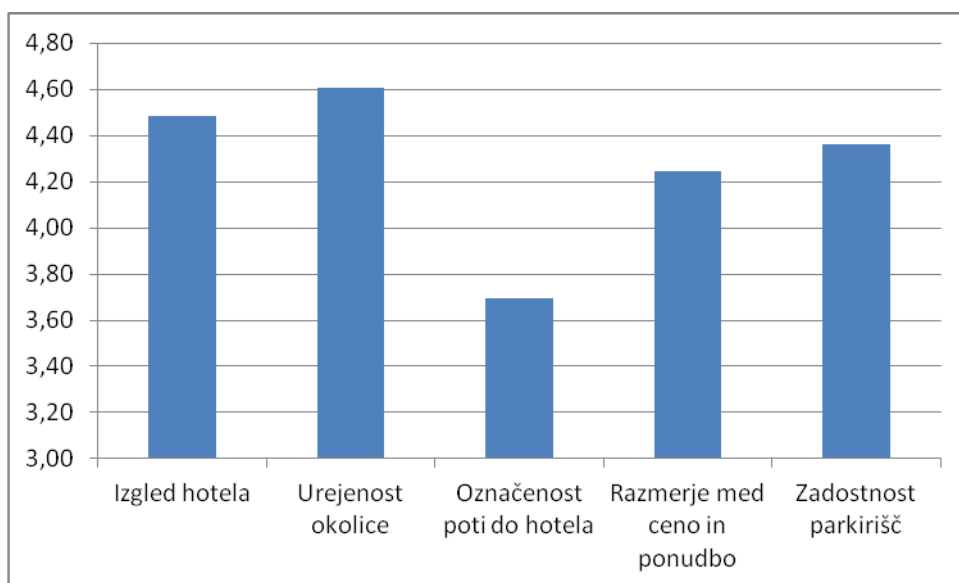
Pri tem vprašanju so anketirani ocenjevali Hotel Slatina in okolico na splošno. Na podlagi dobljenih podatkov lahko razberemo, da so najboljšo oceno dali urejenosti okolici (4,61), prav tako so dobro ocenili izgled hotela (4,48), sledi jim zadostnost parkirišč z oceno 4,36. Najnižjo oceno so pripisali označenosti poti do hotela, samo 3,70, kar je tudi najnižja ocena vseh dejavnikov pri dani anketi. Splošna ocena hotela in okolice je glede na ostala vprašanja bila skupaj z animacijo najslabše ocenjena, in sicer z oceno 4,28.

Tabela 12: Splošna ocena hotela

	1	2	3	4	5	Skupaj	Povprečna ocena
Izgled hotela			1	15	17	33	4,48
Urejenost okolice			1	11	21	33	4,61
Označenost poti do hotela	2	2	11	7	11	33	3,70
Razmerje med ceno in ponudbo			4	17	12	33	4,24
Zadostnost parkirišč		2		15	16	33	4,36
							$\Sigma \bar{x} = 4,28$

Vir: lasten

Grafikon12: Splošna ocena hotela



Vir: lasten

9 PREDLOG UKREPOV IN AKTIVNOSTI ZA IZBOLJŠANJE DELA IN POSLOVANJA RECEPCIJE

V vsakem hotelu je najpomembnejše zadovoljstvo gostov, tako tudi v hotelu Slatina predlagam usmeritev dela v tej smeri. Prvi korak je izboljšati označenost poti do hotela, saj je tudi iz ankete razvidno, da so gostje zelo nezadovoljni z označbami. Tako je potrebno namestiti večje table, ki označujejo pot do hotela, saj so gostje, ki iščejo hotel 1 uro po Rogaški Slatini, zelo nezadovoljni, ko končno vstopijo v hotel.

Hotel Slatina ima pretežno goste, ki prihajajo na zdraviliško zdravljenje, ker pa je zadnje čase vse več govora o ukinitvi zdraviliškega zdravljenja oz. o omejitvi pacientov, ki bodo upravičeni do zdravljenja, predlagam trženja hotela na tuje trge. Marketing hotela bi se moral usmeriti na ruski in italijanski trg, saj večina gostov v Rogaško prihaja iz teh držav. Tako bi se moral hotel povezati s turističnimi agencijami, da bi se zagotovila večja prepoznavnost hotela. Namreč, večina tujcev izve za ta hotel šele takrat, ko so že v Rogaški Slatini, in pravijo, da jim agencije niso ponudile možnosti nastanitve v tem hotelu. Prav tako je pomembno, da je spletna stran hotela v vseh jezikovnih variantah – to je prvi korak k večji prepoznavnosti hotela.

Hotelska recepcija ima pomembno vlogo pri zadovoljstvu gostov, saj daje prvi vtis o hotelu. Zaradi kakovosti in hitrosti opravljenih storitev kot ukrep izboljšanja delovanja recepcije predlagam stalno prisotnost dveh receptork vsaj v dopoldanskem času. Namreč, največ gostov pride v hotel med 10. in 12. uro, in v primeru, da je na recepciji samo ena uslužbenka, je zelo težko se v celoti posvetiti gostu, saj običajno vmes zvoni še telefon, gostje, ki so že v hotelu, imajo določena vprašanja in zahteve, tako da novi gostje niso zadovoljni, če morajo predolgo čakati.

Hotelska recepcija mora nemalokrat gostom sporočiti, da njihova soba še ni pripravljena in da morajo počakati. Namreč, gostje morajo sobo na dan odhoda zapustiti do 10. ure, novim gostom pa naj bi soba bila na voljo ob 10. uri. Tako je nemogoče, da sobarice sobe počistijo in pripravijo na nove goste do 10. ure. Predlagam, da se čas odhoda skrajša na 09.30 in čas prihoda spremeni na 10.30, tako bi bilo več časa za pospravljanje sob in tudi gostje bi ob prihodu manj čakali na prosto sobo.

Hotelska recepcija opravlja tudi razpored terapij oz. postopkov za goste. Pri tem se pojavijo težave v primeru, da ima gost veliko terapij na dan in potem nima časa za obroke. Tako predlagam, da bi se vsi postopki opravljali tudi popoldan in ne bi bili omejeni samo na dopoldanski čas. Na ta način bi hotelska recepcija imela več manevrskega prostora za razporejanje terapij in tudi gostje bi imeli med terapijami več časa za obroke.

Gostje, ki imajo tehnične težave v sobah, kot je delovanje klime, televizorja, hladilnika, itd., se ob vsaki napaki obrnejo na recepcijo. Tukaj se pojavi težava, ker v hotelu ni stalno prisotnega vzdrževalca in potem, ko se ga obvesti o napaki, včasih traja kak dan, da pride in popravi napako. Tako so gostje zelo nezadovoljni, če jim kakšno popoldne ne dela TV. Za izboljšanje delovanja sistema predlagam, da bi vzdrževalec moral še isti dan, ko se ga obvesti o napaki, ukrepati in le-to odpraviti.

10 ZAKLJUČEK

Hotelska recepcija je sestavni del hotela, ki je tipičen predstavnik gostinskega podjetja. Hotel s svojimi storitvami in proizvodi nastopa na trgu, podobno kot druga komercialna podjetja. Hotelska recepcija je pomemben dejavnik pri delovanju celotnega sistema. Dobro sodelovanje vseh zaposlenih v hotelu pripomore k temu, da sistem deluje kot celota. V izbranem hotelu za kakovost opravljenih storitev skrbijo vsi zaposleni; vsak na svojem področju skrbi, da je kakovost dela na najvišjem nivoju.

Pri diplomski nalogi sem spoznala, da je hotelirstvo sestavni del turizma, ki je ena izmed največjih svetovnih gospodarskih panog. Turizem Sloveniji ponuja poslovno in razvojno priložnost, hkrati pa zahteva fleksibilne ljudi, ki so sposobni se prilagajati najrazličnejšim situacijam. Turizem doživlja velik razcvet in tako ponuja možnost odpiranja novih delovnih mest, zato je pomembno izobraževanje in usposabljanje kadra. Turizem v sodobni družbi tako predstavlja veliko vlogo zaradi gospodarskega pomena in družbenega življenja.

Pri diplomski nalogi sem spoznala osnovne storitve hotelskih podjetij, ki zraven stranskih in pomožnih storitev omogočajo pestro paleto možnosti, da se v hotelu gost počuti dobro in da so zadovoljene njegove potrebe in presežena njegova pričakovanja. Hoteli so ustanovljeni z namenom, da nudijo storitve osnovne dejavnosti, to so aktivnosti, vezane na prenočevanje, in aktivnosti, vezane na strežbo hrane in pijače. Hoteli lahko zraven osnovnih storitev izvajajo tudi stranske in pomožne dejavnosti, za katere se samo odločajo, kako in v kakšni obliki jih bodo izvajali.

V hotelski recepciji se odvijajo različni delovni procesi, za katere morajo skrbeti receptorji. Ker recepcija daje prvi vtis o hotelu, je pomembno, da deluje organizirano in da se procesi odvijajo čim hitreje. Gostje morajo imeti občutek, da so dobrodošli in da smo jim pripravljene pomagati, da se bodo kar se da dobro počutili. Le zadovoljen gost je uspeh, ki se ga lahko veseli celoten kolektiv. Osebjem v recepciji in njihovo razdelitev del lahko primerjamo po evropskem sistemu ali po ameriškem sistemu. Evropski sistem razdelimo na vodjo recepcije, ki je odgovoren za brezhiben potek dela. Njemu podrejeni so receptor, vodja rezervacij, telefonist, blagajnik, tajnik in osebje v avli. Vsakdo izmed zaposlenih ima določene naloge in zadolžitve, ki jih mora opravljati. V ameriškem sistemu so posamezna delovna področja med seboj še bolj razdrobljena oziroma ločena. Direktor hotela je desna roka generalnega direktorja, oddelki, ki so jima podrejeni, pa so gospodinjski oddelek, vodja tehničnega oddelka, glavna pisarna in prodajni oddelek. Ta sistem razdelitve del je primernejši za večje hotelske obrate. Hotel Slatina ima dela razporejena po evropskem sistemu, s tem da receptor opravlja delo telefonista, blagajnika, tajnika in prav tako sprejema tudi rezervacije.

V diplomski nalogi sem spoznala postopke od povpraševanja do odjave gosta. Povpraševanje gostov je lahko osebno, pisno ali telefonsko, pri povpraševanju pa so pomembni podatki o gostu, soba in želeni termin ter posebne želje. Na povpraševanje se receptor odzove s ponudbo, ki mora omogočiti gostu, da čim bolj enostavno rezervira sobo. Zaključni postopek

pri ponudbi je rezervacija, pri kateri je potrebno določiti natančno ceno, podatke gosta, datum prihoda in odhoda, zabeleži se kontaktna številka gosta ali elektronski naslov ter posebne želje. Po opravljeni rezervaciji sledi приход gosta in njegova oskrba, pri čemer je pomembno, da je za njih v hotelu dobro poskrbljeno. Gosta se seznanijo, kaj ponuja hotel in okolica, zato morajo biti receptorji seznanjeni tudi z dogajanjem v kraju, kjer se nahaja hotel. Na koncu bivanja se gosta odjavi iz hotela, pri čemer se mu izda račun oziroma potrdilo o plačanih storitvah. Odjava gosta se izpelje kar se da osebno.

Za uspešno delovanje organizacije je pomembna tudi komunikacija ter usklajevanje med oddelki. Sodelovanje in dogovarjanje med oddelki mora potekati nemoteno, tako da jih gostje ne opazijo, morajo pa seveda občutiti, da hotel deluje kot celota. Usklajevanje med oddelki lahko poteka ročno ali računalniško, najpogostejša oblika pa so delovni sestanki med oddelki. V diplomski nalogi sem predstavila tudi sodelovanje hotelov s turističnimi agencijami. Turistične agencije izdajajo hotelom tako imenovane vavčerje, ki vsebujejo podatke o storitvah, ki jih hotel opravi za turistično agencijo. V Hotel Slatina prihaja zelo malo gostov z vavčerjem, kar pomeni, da hotel premalo sodeluje s turističnimi agencijami, predvsem na tujih trgih.

Pri diplomski nalogi sem uporabila tudi anketni vprašalnik z namenom, da bi ugotovila zadovoljstvo gostov in kakovost storitev v Hotelu Slatina. Anketni vprašalnik je sestavljen iz 12 vprašanj. Iz prvih 6 vprašanj sem izvedela za spol in starost anketirancev, kje so gostje izvedeli za hotel, kako so opravili rezervacijo, namen obiska hotela in kolikokrat so že bili v tem hotelu. Pri naslednjem sklopu vprašanj so anketiranci z ocenami od 1 do 5 ocenjevali recepcijo, sobo, ponudbo in storitve restavracije, animacijo v hotelu, sprostivni center v hotelu ter urejenost hotela in njegove okolice. Sama raziskava je pokazala, da so gostje zadovoljni s kakovostjo storitev v hotelu. Z najvišjo povprečno oceno je bila ocenjena uslužnost receptorjev na recepciji, z najslabšo oceno pa označenost poti do hotela. Anketni vprašalnik mi je bil tudi v pomoč pri mojih predlogih za izboljšanje dela in poslovanje recepcije. Kot prvi ukrep predlagam izboljšanje označenosti poti do hotela, kot drugi večje sodelovanje s turističnimi agencijami in trženja hotela na tujih trgih. V sami organizaciji pa kot ukrep za izboljšanja delovanja sistema predlagam stalno prisotnost dveh receptorjev na recepciji, spremembo ure prihoda in odhoda gostov z namenom, da ne čakajo predolgo na prosto sobo. Predlagam tudi, da bi sprostivni center bil odprt tudi popoldan, kar pomeni, da bi terapije potekale ves dan. Kot zadnji predlog k izboljšanju delovanja recepcije in celotnega hotela pa predlagam, da bi se tehnične težave reševale hitreje oz. bi se morale rešiti še isti dan, ko se pojavi napaka. Gostje, ki pridejo v Rogaško Slatino, imajo veliko možnosti za nastanitev, zato je še toliko bolj pomembno, da hotel stremi k učinkovitemu in usklajenemu delovanju z veliko dobre ponudbe in zadovoljnimi gosti.

S pomočjo diplomske naloge sem tako spoznala, kateri so ključni dejavniki za organiziranje in delovanje recepcije. Na prvo mesto bi tako postavila dobro organiziranost osebja in povezovanje recepcije z vsemi delovnimi oddelki v hotelu. Dobra komunikacija med oddelki pripomore k temu, da delo poteka nemoteno in da se težave rešujejo sprotno in hitro. Receptorji morajo imeti znanje in sposobnost, da vse pripombe gostov rešijo korektno in

učinkovito. Le zadovoljni gostje se bodo vračali v hotel in tudi z dobrim glasom pripomogli k večji prepoznavnosti hotela.

LITERATURA IN VIRI

- BIZJAK, Stane (1997). *Kakovost v gostinstvu*. Fit media v sodelovanju z Ministrstvom za gospodarske dejavnosti RS, Ljubljana.
- KOVAČ, Bogomir (2002). *Strategija slovenskega turizma 2002-2006*. Ministrstvo za gospodarstvo. Ljubljana.
- MIHALIČ, Tanja (1999). *Turistična podjetja*. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
- MIHALIČ, Tanja (2008). *Turizem Ekonomski vidik*. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana.
- SIRŠE, Janez (2000). *Tourism generator of employment in the 3rd Millenium*. Nacionalno turistično združenje, Ljubljana.
- SLAČEK, Tanja, PENKO, Barbka (2008). *Hotelska in receptorska dela*. Trauner Verlag+Buchservice GmbH, Avstrija.
- TURNŠEK, Janez (2002). *Turizem za praktično rabo*. Mohorjeva = Hermagoras, Ljubljana.
- URAN, Maja (2006). *Strategije v turizmu*. Univerza na Primorskem, TURISTICA-Visoka šola za turizem, Portorož.
- URAN, Maja, OVSENIK, Rok (2007). *Development Plan and Policies of Slovene Tourism 2007-2011*. Ministry of the Economy, Ljubljana.
- ZORKO, Danica (1999). *Uvod v turizem*. Zavod Republike Slovenije za šolstvo, Ljubljana.
- YVONNE Guerrier (1999). *Organizational behaviour in hotels and restaurants*. British Library Cataloguing in Publication Data, England.

INTERNETNI VIRI

- Hotel Slatina (2011). Predstavitev Hotela Slatina. Dostopno 03.12.2011 na <http://www.hotelslatina.com/index.php?id=2/>.

PRILOGA

Spoštovani!

Ob zaključku študija na Fakulteti za upravo pripravljam diplomsko nalogo z naslovom Organiziranje in delovanje hotelske recepcije. V ta namen sem pripravila anketo, ki mi bo v pomoč pri analitičnem delu diplomske naloge.

Anketa je v celoti anonimna, podatki, pridobljeni s pomočjo ankete pa bodo uporabljeni zgolj za namene diplomske naloge.

Za sodelovanje se Vam že vnaprej najlepše zahvaljujem!

Bojana Del Fabro

1. Vaša starost :
 - Do 20
 - 20-30
 - 30-40
 - 40-50
 - 50-60
 - 60-70
 - 70-

2. Spol :
 - M
 - Ž

3. Kje ste izvedeli za Hotel Slatina?
 - Pri turistični agenciji
 - Preko spleta
 - Pri prijateljih, znancih
 - Na sejmu
 - Iz medijev
 - Drugo _____

4. Kako ste opravili rezervacijo?
 - Telefonsko preko hotelske recepcije
 - Preko elektronske pošte
 - Preko turistične agencije
 - Drugo _____

5. Kaj je bil glavni namen vašega obiska?
 - Oddih in sprostitev
 - Kongres, seminar
 - Zabava
 - Zdraviliško zdravljenje
 - Drugo _____

6. Kolikokrat ste že obiskali hotel?
 - Prvič
 - Drugič
 - Večkrat

Pri naslednjih vprašanjih Vas prosim, da z ocenami 1 do 5 označite kako ste zadovoljni z naslednjimi storitvami. Pri čemer 1 pomeni zelo nezadovoljen, 5 pa zelo zadovoljen.

7. Ali storitve v recepciji ustrezajo vašim pričakovanjem?

	1	2	3	4	5
Hitrost in kakovost opravljenih storitev na recepciji					
Uslužnost receptorjev					
Pridobivanje raznih informacij o ponudbah					
Prijaznost receptorjev					
Urejenost receptorjev					

8. Ocenite sobo v katero ste nameščeni.

	1	2	3	4	5
Čistoča sobe					
Udobje sobe					
Tišina in mir sobe					
Opremljenost sobe					
Svetloba v sobi					

9. Kako ste zadovoljni s ponudbo in storitvami v restavraciji?

	1	2	3	4	5
Izbira hrane pri zajtrku					
Izbira hrane pri kosilu					
Izbira hrane pri večerji					
Kakovost postrežbe					
Osebjem v restavraciji					
Hitrost postrežbe					
Opremljenost restavracije					

10. Kako ste zadovoljni z animacijo?

	1	2	3	4	5
Obveščanje					
Pestrost programov					
Izvedba programa s strani animatorja					

11. Kako ste zadovoljni s sprostivnim centrom v hotelu (masaže, kopeli, obloge) ?

	1	2	3	4	5
Urejenost prostora					
Urejenost in prijaznost osebja					
Realizacija dogovorjenega termina					

12. Kakšna je vaša splošna ocena hotela in okolice?

	1	2	3	4	5
Izgled hotela					
Urejenost okolice					
Označenost poti do hotela					
Razmerje med ceno in ponudbo					
Zadostnost parkirišč					