

UDK 681.5:338.48  
Stručni rad

**Dr. JUSUF ŠEHANOVIĆ,**  
**Institut za poljoprivredu i turizam Poreč**

**Dr. MIROSLAV ŽUGAJ,**  
**Fakultet organizacije i informatike Varaždin**

## **INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE TEHNOLOGIJE U RECEPCIJSKOM POSLOVANJU TURISTIČKOG PODUZEĆA\***

*Uvažavajući značenje turizma, a naročito zbog sadašnjih gospodarskih prilika, Hrvatska pridaje istaknuto mjesto njegovom razvoju. Turizam treba "povući" oporavak Hrvatske od ratnih posljedica. Funkcioniranje dinamičkog sustava, kakav je turizam, nezamisliv je bez uporabe informacijskih i komunikacijskih tehnologija.*

*U ovom članku se analizira koliko su elementi informacijskih i komunikacijskih tehnologija prisutni u hotelskom recepcijskom poslovanju, koliko se koriste i koji i koliki učinci se postižu njihovom uporabom.*

*Istraživanje je obavljeno u Holdingu Riviera Poreč u prvoj polovini 1993. godine. Ugostiteljsko turističko poduzeće Holding Riviera Poreč, sa svojim lancem hotela, apartmanskih naselja i autokampova je najveće poduzeće te vrste u Hrvatskoj. Prije dvadeset godina Riviera je počela koristiti računala za podršku svoga poslovanja. Godine 1986. poduzeće je započelo s uspostavljanjem informacijskog sustava koji je trebao podržavati proces prodaje turističkog proizvoda i pružanja ugostiteljskih, turističkih i drugih usluga. On je nazvan Marketing Informacijski Sustav u Hotelijerstvu - MISH. Dio tog projekta podržava recepcijsko poslovanje, koje je ishodište informacija poslovnog sustava hotela i poduzeća kao cjeline.*

\* Širi sažetak rada objavljen je u Zborniku IV. međunarodnog simpozija "Informacijske tehnologije u uredskom poslovanju", održanog u Varaždinu 1993. godine.

Temelj informacijskog sustava recepcijskog poslovanja je računalni program nazvan "Prodaja i recepcijsko poslovanje". Opredjeljenja za izradu tog programa su: vlastito razvijanje aplikacija, normizacija tehnologije rada, korištenje fleksibilne strojne i programske opreme i komunikacijskih rješenja, povezivanja recepcijskih sustava smještajnih objekata u rezervacijski sustav poduzeća, osiguranja povezivanja rezervacijskog (i prodajnog) sustava poduzeća u rezervacijski sustav Hrvatske (kad ga bude) i inozemstva i permanentno usavršavanje informacijskog sustava.

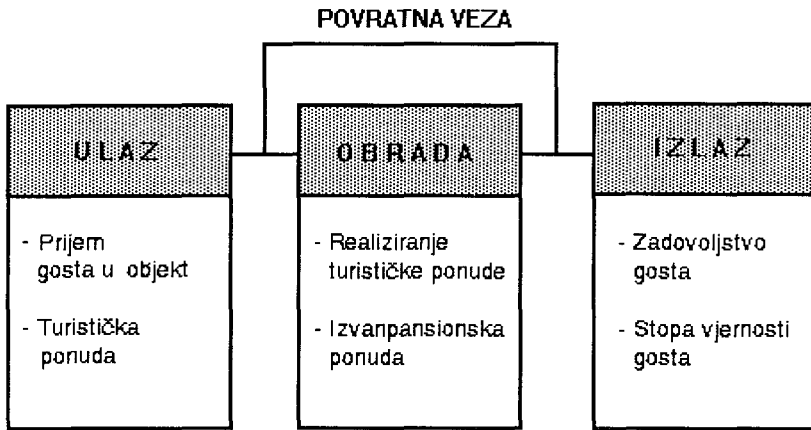
Nije lako procijeniti uspješnost informacijskih i komunikacijskih tehnologija, a pogotovo njihov utjecaj na uspjeh hotela. Dobiveni rezultati govore da je korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija znatno doprinijelo efikasnosti u izvršenju posla na recepciji, kvaliteti informiranja, brzini davanja informacija o poslovanju hotela, kao i zadovoljstvu gosta takvim odlikama informiranja. Procjene efekata učinjene su uspoređujući sadašnji rad s radom kada se u ovolikoj mjeri nisu koristile pomenute tehnologije.

### **1. UVOD**

Istražujući gospodarski značaj turizma, World Travel & Tourism Council (WTTC) je došao do zaključka da je turizam najjača gospodarska grana, najveći poslodavac i najveći poreski obveznik na svijetu.<sup>1</sup> Uvažavajući značenje turizma, a naročito zbog sadašnjih gospodarskih prilika, Hrvatska pridaje istaknuto mjesto njegovom razvoju.<sup>2</sup> Turizam treba "povući"

<sup>1</sup> WTTC je udruženje koje čini 43 generalna direktora i predsjednika upravnih odbora internacionalnih kompanija čija je djelatnost sveukupnost turističke industrije sa sjedištem u Londonu i Bruxellesu. Podaci WTTC-a govore da turistička industrija zapošljava 118 milijuna ljudi, dakle 6,5 posto od ukupnog broja zaposlenih u svijetu. Predviđalo se da će do kraja 1993. broj zaposlenih u turizmu porasti na 127 milijuna. Računa se da godišnje investicije u kapitalne objekte i opremu turističke industrije prelaze 350 milijardi US-dolara, što iznosi 6,7 posto ukupnih kapitalnih investicija u svijetu (NGZ Service Manager, 7/1992.).

<sup>2</sup> U Hrvatskoj je do 1990. godine godišnji broj dana turističkog boravka iznosio 140-150 milijuna, od čega su stranci ostvarili 40% ukupnog turističkog prometa. Vrijednost ukupne turističke potrošnje kretala se između 3,5-5,3 milijarde DEM. Na inozemne turiste otpada 65-70%. Sa stajališta ukupnog gospodarstva Hrvatske turistički opseg znači 10-12% njezinog društvenog proizvoda, gdje 7-8% tog proizvoda ulazi u potrošnju stranaca. Direktna i indirektna zaposlenost za potrebe turizma kreće se između 160 i 200 tisuća radnika, ne obuhvaćajući u njega i 60-70 tisuća individualnih poljoprivrednika. (Radnić, 1992.).



Slika 1. Godišnji ciklus hotela

oporavak Hrvatske od ratnih posljedica. Funkcioniranje dinamičkog sustava, kakav je turizam, nezamislivo je bez uporabe informacijskih i komunikacijskih tehnologija.

U ovom članku se analizira koliko su elementi informacijskih i komunikacijskih tehnologija prisutni u hotelskom recepcijskom poslovanju, koliko se koriste i koji i koliki efekti se postižu njihovom uporabom.

Cilj rada je predstaviti konceptualni oblik djelovanja informacijskih i komunikacijskih tehnologija u recepcijskom poslovanju našeg razvijenog turističkog poduzeća uz identifikaciju elemenata tih tehnologija.

Istraživanje je obavljeno u Holdingu Riviera Poreč u prvoj polovini 1993. godine. Ugostiteljsko turističko poduzeće Holding Riviera Poreč, sa svojim lancem hotela, apartmanskih naselja i autokampova je najveće poduzeće te vrste u Hrvatskoj. Prije dvadeset godina Riviera je počela koristiti računala za podršku svoga poslovanja. Godine 1986. poduzeće je započelo s uspostavom informacijskog sustava koji je trebao podržavati proces prodaje turističkog proizvoda i pružanja ugostiteljskih, turističkih i drugih usluga. On je nazvan Marketing Informacijski Sustav u Hotelijerstvu (MISH). Dio tog projekta podržava recepcijsko poslovanje, koje je ishodište informacija poslovnog sustava hotela i poduzeća kao cjeline.

Od tehnika istraživanja korišteno je anketiranje, intervjuiranje i promatranje.

## 2. HOTELSKO I RECEPCIJSKO POSLOVANJE

Da bi se dobile predstave o mogućnostima primjene informacijskih i komunikacijskih tehnologija i moglo komparirati s praksom turističkog poduzeća daje se kraći prikaz;

1. hotelskog i
2. recepcijskog poslovanja

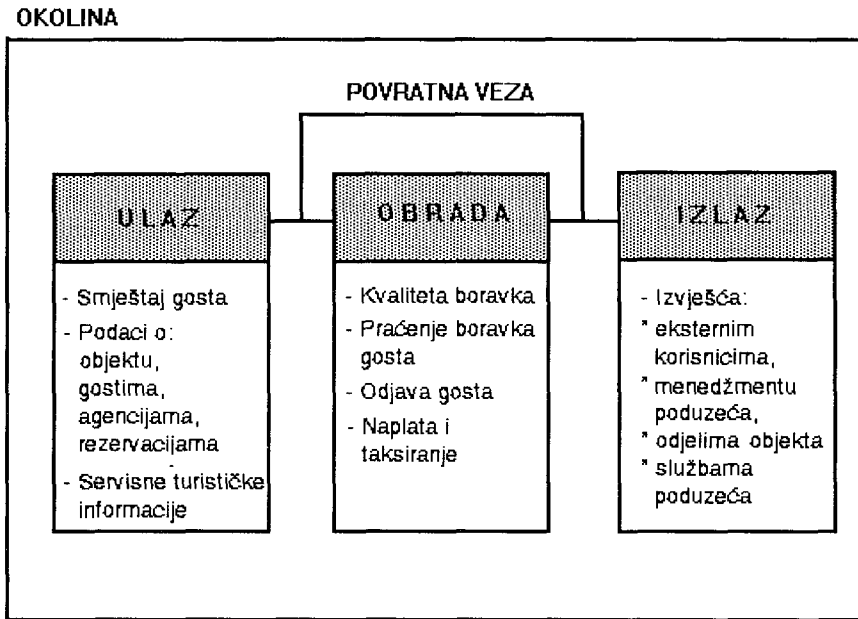
### 2.1. HOTELSKO POSLOVANJE

Hotelsko poslovanje se sastoji u zadovoljavanju potreba i želja gostiju, te optimalizaciji poslovnog rezultata. U tom pravcu usmjerene su pripreme i pružanje informacija za upravljanje hotelom kao poslovnim sustavom. Kod oblikovanja informacija treba uvažavati relativno kratko vrijeme trajanja proizvodnog procesa. Godišnji radni ciklus hotela sastoji se u:

- privlačenju gosta u hotel,
- zadovoljavanju gosta, koje prelazi u image hotela i
- povećavanje stope vjernosti hotelu.

Sustavni prikaz godišnjeg ciklusa hotela vidljiv je na slici 1.

**ULAZ:** gost dolazi u hotel putem agencije ili individualno na temelju ugovorene turističke ponude (P), kao skupa pojedinačnih usluga uz određenu cijenu:



Slika 2. Informacijski sustav recepcijskog poslovanja

$$P = \{ p_i \} , \quad i=1,2,\dots$$

OBRADA je realizacija pojedinačnih elemenata iz ugovorene turističke ponude (R). Hotel ih nastoji realizirati dok i hotel i gost stalno kontroliraju njihovo ispunjenje. Realizacija elemenata ponude može se označiti kao skup:

$$R_p = \{ r_{p,i} \} , \quad i=1,2,\dots$$

Odnos  $R_p$  i  $P$  čini zadovoljstvo gosta, koje stvara image hotela. Ako je  $P < R_p$  dobiva se zadovoljan gost. Ako to nije slučaj gost je nezadovoljan.

POVRATNA VEZA osigurava realiziranje turističke ponude. Hotel nastoji, s obzirom da mu je cilj postizanje što boljeg poslovnog rezultata, da gost dobije više od ugovorenog, čime se ostvaruje i takozvana izvanpansionska potrošnja gosta. Jedan od ciljeva turizma je povećanje izvanpansionske potrošnje.<sup>3</sup>

Povratna veza se aktivira u slučajevima:

1. reakcije gosta na odstupanje od ugovorene ponude,

2. zahtjeva gosta za elementima izvanpansionske ponude,
3. akcije hotela na otklanjanju uzroka nerealizacije ugovorene ponude i
4. akcije hotela na nuđenju elemenata izvanpansionske ponude gostu.

IZLAZ je sumiranje rezultata boravka gosta. Zadovoljstvo boravkom kod gosta povećava stopu vjernosti hotelu, pa on postaje povremeni ili stalni gost. Zadovoljan gost je značajan propagator hotela. Nezadovoljan gost u pravilu ne dolazi više u taj objekt.<sup>4</sup>

## 2. 2. RECEPCIJSKO POSLOVANJE

Recepcijsko poslovanje hotela sastoji se u pružanju usluga smještaja, odnosno prodaji smještajnih jedinica; organiziranju dočeka gostiju; brizi o gostima u tijeku njihovog boravka u hotelu; davanju informacija; obavljanju administrativnih poslova i ispraćaju gostiju.

<sup>3</sup> Kod nas je u najboljim turističkim godinama omjer izvanpansionske i pansionske potrošnje bio 1:1, dok je u Španjolskoj iznosio 3:1.

<sup>4</sup> Prema provedenoj anketi gostiju u objektima Riviere 7% ispitanika je odgovorilo da nema namjeru ponovno doći (nezadovoljan gost). U istoj anketi 19% ispitanika je odgovorilo da je za hotel saznalo od prijatelja i poznanika (zadovoljan gost kao propagator).

Recepcija je povezana sa svim odjelima hotela. Recepcijsko mjesto u hotelu je najdirektnije i najčešće u kontaktu s gostom. Do njega moraju dolaziti sve informacije o zbivanjima u hotelu. Ono gostu pruža prvu i najupečatljiviju sliku o hotelu i njegovom osoblju. Recepcija radi 24 sata tijekom dana. U raspodjeli odgovornosti za uspješnost poslovanja hotela recepciji pripada najveći dio. Organizaciji recepcijskog poslovanja u hotelu pridaje se velika pozornost. Recepcijsko poslovanje hotela funkcionira uspostavljanjem:

1) informacijskog i

2) komunikacijskog sustava.

### 2.2.1. Informacijski sustav

#### 2.2.1.1. Opći prikaz informacijskog sustava

Podaci i informacije koje nastaju na recepciji čine temelj informacijskog sustava poduzeća. Informacijski sustav recepcijskog poslovanja ima za ciljeve:

- osiguranje uvjeta za optimalno korištenje smještajnih kapaciteta,
- maksimalno zadovoljenje potreba i želja gostiju i
- maksimiranje financijskih rezultata.

Polazeći opet od općeg modela informacijskog sustava razlikujemo ulaz, obradu, povratnu vezu i izlaz. Na slici 2. dan je prikaz informacijskog sustava recepcijskog poslovanja.

#### ULAZ čine:

- Podaci i informacije koje sustav posjeduje u bazi podataka (podaci o strukturi smještaja u hotelu; informacije o kućnom redu hotela; normativi i standardi usluga smještaja; podaci o gostima koji su boravili ili borave u hotelima poduzeća i dr.).
- Podaci iz centralne recepcije (stanje rezervacija po danima, agencijama, grupama i pojedincima; vrste, obujam i cijene usluga za agencijske goste, grupe i pojedince i dr.).
- Podaci iz domaćinstva (stanje soba i najavljene promjene).
- Podaci iz ostalih odjeljenja hotela (asortiman i cijena usluga u hotelu; asortiman i cijene izvanpansionske ponude i okoline).
- Servisne turističke informacije i podaci.

#### OBRADA se sastoji iz:

- Smještaj gosta (chek in) usklađenog s mogućnostima hotela i posebnim željama gosta; informacija o mogućnostima kompletnog asortimana usluga u hotelu i njegovoj okolini).

- Osiguranja kvalitete boravka gosta u smještajnoj jedinici prema hotelskom standardu (održavajući higijensko-zdravstvene zahtjeve, ispravnost instalacija u sobi i zajedničkim prostorima, zaštiti imovine gosta, posluživanju u sobi i dr.).
- Praćenja boravka gosta (osigurava se što bogatiji i sadržajnije boravak gosta u hotelu i njegovoj okolini: restoracije, barovi, bazeni, kockarnice, terase s glazbom, sportski objekti, mjenjačnice i drugo. Troškovi za sve pružene usluge u hotelu gostu se akumuliraju na jedan račun.
- Odjavljivanje gosta (chek out): saldiranje svih potraživanja; odjava korištenja usluga svim odjelima u hotelu i okolini; zaključivanje hotelskog računa; unos podataka u hotelski žurnal.
- Naplata i taksiranje: ujedinjuje i vrijednosno izražava usluge u hotelu i okruženju; gotovinsko naplaćivanje; fakturiranje za pružene usluge; naplata boravišne takse; kontrola naplaćenih faktura.

POVRATNA VEZA osigurava ispunjenje hotelske ponude i povećanje izvanpansionske potrošnje.

IZLAZ sustava sastoji se u slanju izvješća eksternim i internim korisnicima:

- Eksterni korisnici:
  - Policijska stanica (prijavljivanje i odjavljivanje boravka gosta),
  - Statistički zavod (broj gostiju, broj noćenja, posebni podaci o gostu),
- Interni korisnici
  - Domaćinstvo hotela (broj zauzetih soba, dan dolaska i odlaska),
  - Restoracija hotela (broj gostiju, doručak, ručak, večera),
  - Direktor, službe i odjeli (obujam i struktura gostiju, obujam i struktura pruženih usluga; ostvarena realizacija; struktura realizacije; potraživanja po osnovi fakturirane realizacije; ulaganje rada i materijala).

U prilazu izgradnje informacijskog sustava recepcijskog poslovanja pomoću programskog paketa "Prodaja i recepcijsko poslovanje" u okviru integral-

nog projekta Marketing Informacijski Sustav u Hotelijerstvu (MISH)<sup>5</sup> pošlo se od opredjeljenja:

1. Vlastito razvijanje aplikacija.
2. Normizacija tehnologije rada.
3. Korištenje fleksibilne strojne i programske opreme i komunikacijskih rješenja.
4. Povezivanja recepcijskih sustava smještajnih objekata u rezervacijski sustav poduzeća.
5. Osiguranja povezivanja rezervacijskog (i prodajnog) sustava poduzeća u rezervacijski sustav Hrvatske (kad ga bude) i inozemstva.
6. Permanentno usavršavanje informacijskog sustava.

(1) Opredjeljenje za vlastito razvijanje aplikacija temeljilo se na specifičnostima rada i praćenja učinka tog rada u našim hotelima diktiranim stalnim promjenama zakonske regulative, nedostatku tavih aplikacija na našem tržištu, a u slučaju kupnje takvog programa u inozemstvu zahtijevalo bi njegove velike adaptacije za primjenu u našim objektima. Ispravnost ovakvog opredjeljenja potvrđuje iskustvo u svijetu poznatih turističkih firmi (npr. Hayatt-američki lanac hotela).

(2) Polazni projektni zadatak u izradi programskog paketa za praćenje recepcijskog poslovanja bio je izrada normi (standarda) tehnologije rada na recepcijama, za čiju izradu su bili angažirani i informatičari i tehnolozi.

(3) Zbog brzog razvoja informacijskih tehnologija, opredjeljenje u izboru strojeva i druge opreme (hardvera), programa (sofvera) i komunikacijskih mreža, zasniva se na mogućnosti njihove jednostavnije zamjene i komforom koji pruža za korisnika.

(4) Povezivanje informacijskog sustava recepcijskog poslovanja u integralni informacijski sustav poduzeća je također važno opredjeljenje, radi podrške donošenja poslovnih odluka menadžmenta.

5 Godine 1986. turistička privreda Istre pokreće rad na izradi programa i informatičke podrške procesa prodaje turističkog proizvoda i pružanja ugostiteljskih, turističkih i drugih usluga. Program je dobio naziv MISH (Marketing Informacijski Sustav u Hotelijerstvu). Rad na programu započeo je 1987. godine a radni tim su sačinjavali stručnjaci Istarske turističke privrede i informatičari Centra za informatički konzalting iz Pule (CIK, koji se 1989. transformira u Istra informatički inženjering). U 1988. godini program je instaliran u 15-tak hotela, 1989. već u oko 70 hotela i kampova, a 1990. broj recepcija, u kojima se koriste računala i program za prodaju i recepcijsko poslovanje, iznosi preko 100. Svake godine na temelju stečenog iskustva program se doraduje. Pobjoljšana varijanta se instalira na svim recepcijama, te time zamjeni raniju verziju. (Sirotić, Radovan 1990.)

(5) Razna ograničenja i problemi onemogućili su do sada uspostavljanje turističkog informacijskog sustava Hrvatske. Iz istih razloga nije moguće povezivanje u inozemne rezervacijske sustave, ali se u izgradnji ovog sustava pošlo od obveze da se tehnički i tehnološki to omogući.

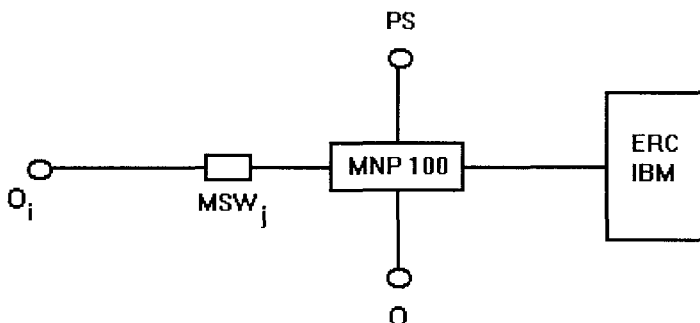
(6) Permanentno usavršavanje informacijskog sustava se ažurno provodi. Od početka upotrebe programskog paketa recepcijskog poslovanja svake godine se instalira nova verzija (ove, 1993., godine instalirana je peta).

#### 2.2.1.2. Strojevi i oprema, programi, računalne mreže, kadrovi

Strojevi i oprema (hardver). Osnovicu za rad programa na svim recepcijama su HERO radne stanice, modularno izrazito komunikacijski orijentirana oprema (američki proizvođač Cenvergent Technologies). Na recepcijama su postavljene konfiguracije sa 2-6 radnih stanica. Stanica "master" je s procesorom 80386, 2-4 MB RAM, hard disk 40-145 MB i disketna jedinica. "Cluster" stanice imaju procesor 80286, 1-2 MB RAM-a, vezane su na "master" i predstavljaju lokalnu mrežu (LAN). Konfiguracija sadrži 2-4 matična tiskača (printera), do kojih se dolazi s bilo koje stanice.

Programi (softver). Operativni sustav je CTOS, omogućuje "multiuser" i "multitasking" rad i komunikacijski je orijentiran. Sam program je razvijen u ADS programskom alatu kojeg karakteriziraju odlike četvrte generacije (današnje verzije ADS-a rade pod UNIX-om i MS DOS-om).

Računalne mreže. Integracija sustava je obavljena na razini poduzeća. Povezivanje je izvršeno iznajmljenim PTT linijama i komunikacijskom mrežom u računalne mreže (WAN). Kako je za komunikacijski medij izabran X.25 osigurano je da se postojeće mreže mogu vezivati u javne mreže za prijenos podataka. Topologija mreže na razini poduzeća je u obliku zvijezde (slika 3.). Podmreže su lokacijski postavljene ondje gdje je veća koncentracija smještajnih objekata, a čine je stanice u objektima koje su modemima vezane na mrežni koncentrador gradeći čvor. Čvorovi su također međusobno povezani u mrežni koncentrador koji je vezan za računalo IBM. Mrežni koncentroratori su komunikacijski procesori MNP 100 koji podržavaju preporuke Međunarodnog telefonskog i telegrafskog savjetodavnog komiteta (International Telegraph and Telephone Consultative Committee, CCITT) koje se odnose na paketski prijenos podataka. Modemi za vezu su COMLINK VIII, proizvođača Racal-Milgo.

**Legenda:****O<sub>i</sub>** - objekat u lokalnoj mreži**i = 1, 2, 3...****MSW<sub>j</sub>** - koncentrator lokalne mreže**j = 1, 2****MNP 100** - koncentrator WAN mreže**O** - objekat izvan lokalne mreže**PS** - policijska stanica**ERC - IBM** - računski centar

Slika 3. Mreža računala

Oni omogućuju sinhroni prijenos po jednoj parici 19200 b/s. Mjerenja su pokazala da je brzina prijenosa u realiziranoj mreži 9600 b/s. HERO oprema radi s komunikacijskom programskom opremom CT-NET i X.25 Network Gateway. SNA 3270 Terminal Emulator omogućuje da svaka radna stanica u mreži predstavlja terminal IBM host računala.

Kadrovi. Radna mjesta na recepciji su: šef recepcije, (VŠS - 1 izvršitelj); recepcioner (SSS-3); telefonist, (SSS -2); žurnalist, (SSS - 1); blagajnik-mjenjač novca, (SSS -1) i "momak za sve" (londiner), (NSS - 1). Organizacijski oblik recepcije je odjel.

Za korištenje programskog paketa recepcijskog poslovanja radnici recepcije (osim londinera) su prošli organiziranu obuku. Obuka je trajala 5 dana, što je bilo dovoljno za uspješno prihvaćenje programa. Permanentno osposobljavanje recepcijskog kadra je stalna praksa poduzeća zbog održavanja razine usluga na recepciji,<sup>6</sup> relativno česte izmjene tog kadra i instaliranja novih verzija računalnih programa. Također je u praksi uzajamno osposobljavanje recepcijskih radnika; iskusniji radnici u tijeku rada osposobljavaju nove

radnike za rad na računalima i korištenju programskih rješenja.

## 2.2.2. Komunikacijski sustav

## 2.2.2.1. Opći prikaz komunikacijskog sustava

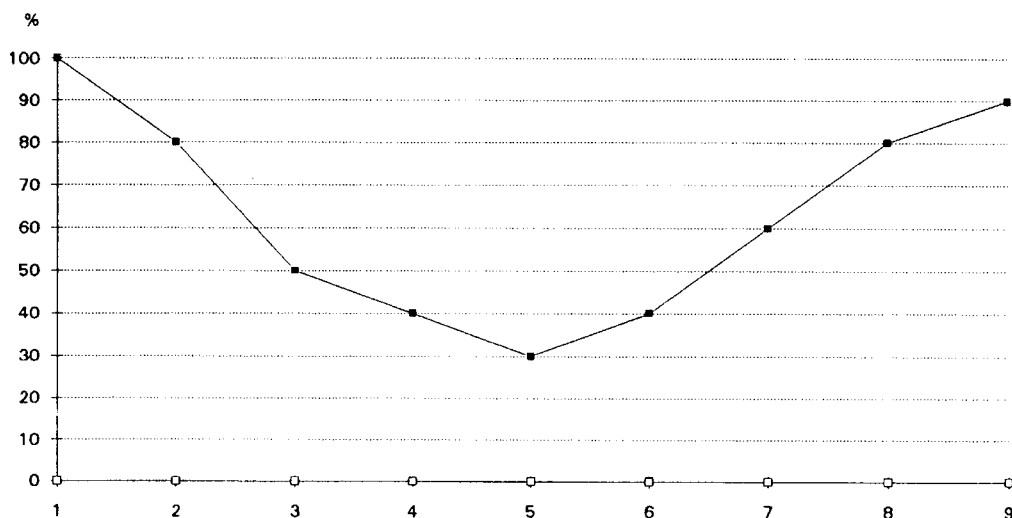
Komuniciranje je proces prenošenja informacija od jednog k drugom subjektu. Recepcijsko poslovanje se temelji na prijenosu informacija pa je komuniciranje bitno za rad recepcije. U hijerarhiji poduzeća recepcija pripada u 4. komunikacijski krug.<sup>7</sup> Komunicirajući s drugim odjelima u hotelu osigurava se suradnja i zajedničko djelovanje radi ostvarivanja ciljeva hotela. Kako je čovjek subjekt komuniciranja javljaju se sociološki i psihološki problemi u komuniciranju. S psihološkog aspekta komuniciranjem se prenose osjećaji, stavovi, mišljenja. Obvezno je korektno i profesionalno komuniciranje među osobljem hotela. Za dobro poslovanje je vrlo važno korektno komuniciranje i s gostom. Gost se mora osjećati aktivnim članom komunikacijskog sustava.

U komunikacijskom sustavu Riviere recepcija je uključena u unutarnji i vanjski sustav komuniciranja. U vanjskom sustavu ona komunicira s turističkim agencijama, policijskom stanicom, statističkim zavo-

<sup>6</sup> Prema mišljenju gostiju, na temelju provedene ankete, o zadovoljstvu gosta boravkom u hotelu oni su, od 16 elemenata koji su dani na ocjenjivanje, najvišu ocjenu dali prijemu i uslugama na recepciji. Primjera radi prema istoj anketi primjedbe gostiju odnose se na loše i nedostatne PTT veze, prejaku glazbu u kasne sate i sl.

<sup>7</sup> Prvi krug je generalni direktor holdinga - direktori poduzeća; drugi, direktori poduzeća-direktori EJ; treći, direktori EJ-direktori hotela; četvrti, direktori hotela - šefovi odjela.

Grafikon 1. Prikaz broja upita gostiju tokom njihova boravka u hotelu



dima, potencijalnim gostima i drugim, a u unutarnjem sustavu sa središnjom recepcijom i drugim službama poduzeća, odjelima hotela i direktorom hotela.

Glavni obnašatelji komuniciranja s gostima su recepcioneri, telefonisti i blagajnik-mjenjač novca. Sadržaj komunikacija u recepcijskom poslovanju su podaci i informacije. Kretanje broja informacija po danima boravka gosta predočeno je na grafikonu 1. Najviše upita gost postavi u početku i na kraju svoga boravka.

Prema rezultatima provedenog istraživanja najčešće informacije koje gost traži, a odnose se na hotel su: rad restauracije, rad bazena, rad mjenjačnice, vrijeme napuštanja smještajne jedinice, način plaćanja i dr.; a najčešće informacije vezane za okolinu su: radno vrijeme trgovina, pošte, banke; mogućnosti iznajmljivanja automobila; historijski spomenici i spomenici kulture i dr. Od svih upita gosta njih 80% su vezane za hotel, a 20% za okolinu.

U recepcijskom poslovanju zastupljene su usmene, pismene i neverbalne komunikacije. S gostom se najčešće komunicira usmeno. Ostvaruje se razgovorom s pojedincem i skupinom licem u lice, telefonskim putem, objavljivanjem putem razglasne stanice i dr. Pismeno komuniciranje obavlja se kod dočeka gostiju, davanju hotelske iskaznice, izdavanju računa, obavijesti putem oglasne ploče. U usmenom i pismenom komuniciranju bitnu ulogu igra poznavanje stranih jezika. Važna odlika ugostiteljskog i turisti-

čkog radnika je znanje komuniciranja na stranom jeziku. Dobrim poznavanjem stranog jezika recepcioneri mogu ispraviti ili ublažiti nedostatke koji se jave u pružanju usluga. Isto tako nepoznavanje stranog jezika izaziva negativne posljedice za poslovni uspjeh hotela. Bilo da se radi o pismenoj (dopisi, ugovori, prospekti, računi itd), bilo usmenoj komunikaciji vjerni prijevod igra značajnu ulogu u stvaranju ukupne predstave o hotelu. Istraživanja o poznavanju stranih jezika recepcijskih radnika pokazuju da je ono iznad prosjeka. Recepcija "pokriva" englesko, njemačko, talijansko, francusko i slovensko govorno područje, što zadovoljava dosadašnju strukturu gostiju hotela.<sup>8</sup> Strane jezike su radnici na recepciji naučili tijekom redovnog školovanja i organiziranim tečajevima. Stalna praksa Riviere Poreč je da u zimskom periodu svojim radnicima organizira pohađanje škola stranih jezika različitih stupnjeva. Poznavanje stranog jezika je važno i kao takvog ga tretira Pavilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata po kome turistički objekat, zavisno od kategorije, mora davati informacije na određenom broju

<sup>8</sup> Prema stavovima inozemnih gostiju o poznavanju stranih jezika (bez slovenskog jezika) na komunikacijski najfrekventnijim punktovima u hotelu na području Crikvenice, Opatije, Poreča, Raba i Rabca punkt recepcije hotela u Poreču dobio je najvišu ocjenu. Prema istoj anketi recepcijsko osoblje, u odnosu na osoblje ostalih odjeljenja u hotelu, u pravilu je najbolji poznavatelj stranih jezika. (Blažević, 1991.)

Tablica 1.

## PREGLED IZVJEŠĆA S ODREDIŠTEM, DINAMIKOM I TEHNOLOGIJOM KOJE DAJE RECEPCIJA

Rb	Opis	Odredište	Dinamika	Tehnologija
1.	Prijava gostiju	Policijska stanica	dnevno	mreža
2.	Statistika	Služba marketinga	dne/tjed/mjes/god	mreža
3.	Pansionska lista	Restaur., domaćins.	dnevno	računalne liste
4.	Lista dolazaka gostiju	Restaur., domaćins.	dnevno	računalne liste
5.	Stanje prometa	Direktor, knjigovod.	dne/tjed/mjes/god	mreža, računalne liste
6.	Blagajničko izvješće	Žurnal	dnevno	mreža
7.	Stanje bookinga	Direktor, marketing	dne/tjed/mjes/god	mreža, računalne liste
8.	Zalihe hrane i pića	Knjig., kontr. nabava	dne/tjed/mjes/god	mreža, računalne liste
9.	Izvješće mjenjačnice	Blagajna, banka	dne/tjed/mjes/god	mreža, računalne liste
10.	Cjenik jela i pića	Restaurant, terase	po potrebi (često)	računalna izrada
11.	Kalkulacije	Direktor, odjeli	po potrebi (često)	računalna izrada
12.	Korespondencija	Više subjekata	po potrebi (često)	računalna izrada

stranih jezika.<sup>9</sup> Značajno mjesto u recepcijskom poslovanju pripada neverbalnom komuniciranju. Ono se manifestira u izrazu lica (poželjan osmijeh), fizičkom izgledu, garderobi, pokretima tijela, fizičkom kontaktu (rukoljub, rukovanje), gesti (pridržati kaput, dodati torbicu) itd.

U tablici 1. dat je pregled izvješća s odredištem, dinamikom i tehnologijom koje daje recepcija.

Putovi komuniciranja recepcije su trodimenzionalni: horizontalni (k drugim odjelima hotela), vertikalni (k službama i sektorima unutar poduzeća, k direktorima) i lateralni (k gostima, agencijama, policijskom stanicom, statističkim zavodima, inspekcijama).

## 2.2.2.2. Elementi komunikacijskih tehnologija

Komuniciranje recepcije s ostalim subjektima unutar i izvan poduzeća teče utvrđenim sustavom komuniciranja. Recepcije hotela više kategorije u Rivieri za tu namjenu u prosjeku raspolazu sa sljedećim tehničkim komunikacijskim sredstvima: navedenim računalicama, tiskačima (printerima) i računalnom mrežom; razglasnom stanicom, zvučnicima u službenim i zajedničkim prostorima, dvoranama i dizalima, oko 50 zvučnika; telefonskom centralom s 10 linija, telefonski priključci u svim sobama, službenim i zajedničkim prostorijama, javnim telefonskim govornicama, 2-4 kabine; telefax-om; TV prijemnicima; videorekorderima s velikim brojem video kazeta uključujući i video

kazete o Rivierinim objektima; strojevima s video igrama; pisaćim strojem, fotokopirnim strojem, brojačem novca, strojem za otkrivanje lažnog novca, električnim kalkulatorima i dr.

## 2.2.2.3. Efekti korištenja informacijskih i komunikacijskih tehnologija

Nije lako procijeniti uspješnost informacijskih i komunikacijskih tehnologija, a pogotovo njihov utjecaj na uspjeh hotela. Teško je izbjeći argument da neki aranžman djeluje jer postoji. Pokušaj procjene postignutih nekih učinaka u ovom istraživanju je učinjen. Iz dobijenih rezultata provedenog anketiranja I intervjua da se zaključiti da su oni značajni (tablica 2.).

Tablica 2.

## UČINCI PRIMJENE INFORMACIJSKIH I KOMUNIKACIJSKIH TEHNOLOGIJA

Rb.	Opis	Povećanje (%)
1.	Obuhvat podataka i informacija	20
2.	Uspješnost u izvršenju posla	200
3.	Brzina informiranja gosta	500
4.	Brzina davanja informacija o poslovanju	500

## 3. ZAKLJUČAK

Recepcijsko poslovanje u hotelu je vrlo dinamično poslovanje temeljeno na informacijskim i komunikacijskim procesima. Ono ima direktne utjecaje na rad hotela, njegovo poslovanje i time poslovanje ci-

<sup>9</sup> Za hotel s pet zvjezdica propisano je davanje informacija na četiri strana jezika.



jelog poduzeća. U poduzeću Holding Riviera Poreč pridaje se značajna pažnja primjeni informacijskih i komunikacijskih tehnologija u recepcijskom poslovanju. Uspostavljeni su informacijski i komunikacijski sustavi na nivou poduzeća i tehnički rješenja mogućnost njihova povezivanja sa sustavima u Hrvatskoj i svijetu. Redovnim i permanentnim obrazovanjem i osposobljavanjem podignuta je razina informatičke pismenosti kod velikog broja radnika raznih profila. Nametnuto ratno stanje Hrvatskoj zaustavilo je razvoj turizma, pa time i daljnji razvoj primjene informaci-

jskih i komunikacijskih tehnologija u turizmu. Kako su uspostavljeni široki temelji potrebni za primjenu informacijskih i komunikacijskih tehnologija (vlastiti kadar sposoban za izradu i uporabu računalnih programa, informacijska i komunikacijska oprema), uspostavom mira i oživljavanjem turizma očekuje se brzi oporavak i hvatanje koraka na ovom planu s razvijenim sredinama.

### LITERATURA

1. *Aurer, B.; Kliček, B.*: Stanje i perspektive razvoja informacijske tehnologije, Zbornik radova 2. jugoslavenskog simpozija Informacijski sistemi u uredskom poslovanju, Varaždin 1990.
2. *Blažević, N.*: Strani jezici i turizam, Turizam, 1:13-22, Zagreb, 1991.
3. *Buble, M.*: Management, Ekonomski fakultet Split, 1993.
4. *Giuseppe Loy Puddu*: Obrazovanje kadrova i konkurentni hotelsko-turistički proizvod na tržištu devedesetih godina, Međunarodni kongres Hotelska kuća 90. Zbornik radova, str. 274-284, Opatija, 1990.
5. *Grad, J.; Resinovič, G; Rupnik, V.*: Ekonomika informacijskih sistema, Informator, Zagreb, 1986.
6. *Lesjak, D.; Bobek, S.*: Evaluating (curent and future) impacts of information technology usage on firms, Proceedings of the 14th International Conference on Information technology interfaces, pages 461-467, Pula, 1992.
7. *Peršić, M.*: Informacijski sistem hotela, Turizam, 4: 98-109, Zagreb, 1991.
8. *Radnić, A.*: O obnovljenom i novom turizmu, Razvoj/Development, 1: 91-94, Zagreb, 1992.
9. *Roller, D.*: Primjena informacijske tehnologije radi povećanja efikasnosti administrativnog rada u hotelskim poduzećima, Međunarodni kongres Hotelska kuća 90., Zbornik radova, str. 200-204, Opatija, 1990.
10. *Sirotić, Z. i Radovan, M.*: Informatička podrška u poslovanju turističko-hotelskih poduzeća u Istri, Međunarodni kongres Hotelska kuća 90., Zbornik radova, str. 176-189, Opatija, 1990.
11. *Srića, V.*: Informatički inženjering i menadžment, Društvo za razvoj informatičke pismenosti (DRIP), Zagreb, 1990.
12. *Šehanović, J i Tomčić, Z.*: Mišljenja i stavovi turista o turističkoj ponudi u porečkim objektima 1990. godine, Gospodarstvo Istre, 3:47-53, Pula, 1991.
13. *Vrdoljak-Šalomon, B.*: Turizam i informatičke tehnologije u Evropi, Pomorski zbornik, 1: 135-150, Rijeka, 1992.

Jusuf Šehanović, Ph. D. Miroslav Žugaj, Ph. D.

## INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN RECEPTION MANAGEMENT OF TOURIST COMPANY

### Summary

In the Republic of Croatia tourism is one of the very important industries. It is expected that profit made from the tourism would speed up the financial and other recovery of Croatia. Touristic industry in Istria is most developed. Managers in this branch have been using computer data processing for more than 20 years. In 1986 they have initiated the information system which supported different functions in reception management (Marketing Information System in Hotel Management)

This paper analyzes the effects of information and communication technology application in reception management of the tourist company "Riviera" Porec as being one of the largest of that kind in the Republic of Croatia.

Reception management is based on two home made computer programme packages LAN and WAN which enable computers to be tied in the network. The effects of introduction of these programmes were a high degree of accuracy in work, the possibility of processing, memorizing and dissemination of a great deal of information and data. Reception management uses other information and communication technologies (telecommunication, VCR systems, telephone exchange and network) thus technology and communication represent its back up systems.