

Značaj online rezervacijskih sustava za poslovanje hotela

Šanić, Niko

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:030603>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-15**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Preddiplomski sveučilišni studij

NIKO ŠANIĆ

Značaj online rezervacijskih sustava za poslovanje hotela

The importance of online reservation systems for hotel business

Završni rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Preddiplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Značaj online rezervacijskih sustava za poslovanje hotela

The importance of online reservation systems for hotel business

Završni rad

Kolegij: **Informacijska i komunikacijska tehnologija u turizmu** Student: **Niko Šanić**

Mentor: **dr.sc. Mislav Šimunić**

Matični broj: **Ps24365/PO18**

Opatija, 2023.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Niko Šanić

Ps24365/PO18

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Značaj online rezervacijskih sustava za poslovanje hotela

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje kojese u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 10.06.2023

Potpis studenta

Niko Šanić

SAŽETAK

Završni rad obrađuje temu značaja i važnosti online rezervacija u hotelskom poslovanju. Online rezervacije sve su više zastupljene u hotelijerstvu, a veliki broj ljudi odlučuje se upravo za ovakvu vrstu rezervacije. Osim što je najjednostavnije, hotel na drugom kraju svijeta moguće je rezervirati iz ugodnosti vlastitog doma. Osim samih online rezervacija, rad definira sam pojam hotela, hotelijerstva, kao i razne oblike rezervacijskih informatičkih sustava. Na samome početku rada definira se hotel, vrste hotela prema uslugama gdje hotele dijelimo u vrhunske, srednje i ekonomske. Nakon podijele prema kvalitete usluge, u radu je prikazana i podjela hotela prema broju smještaja odnosno brojčanom primitku ljudi. Kroz daljnja poglavlja, definira se i sam pojam hotelijerstva nakon čega slijedi pregled povijesnog razvita hotelijerstva u svijetu, tako i u Hrvatskoj. U Hrvatskoj se hotelijerstvo počelo razvijati u najpoznatijem hrvatskom turističkom gradu Opatiji, no prvi registrirani hotel kao takav otvoren je na otoku Hvaru. Daljnja potpoglavlja obrađuju vrste hotela kao i njegove funkcije, nakon čega slijedi novo poglavlje. Predzadnje poglavlje rada upoznaje nas s glavnim značajnima online rezervacijskih sustava koje su objašnjenje u potpoglavljima naziva Vrijeme, Vidljivost, Lako prikupljanje i administracija podataka, Povećanje prihoda, Mogućnost rezervacije 24 sata dnevno i rezervacije putem mobilnog telefona, Manji rizik dvostrukih rezervacija, Manji rizik gubljenja podataka te Recenzije. Posljednje poglavlje rada je zaključak, nakon kojeg Bibliografija te popis ilustracija.

Ključne riječi: hotel, hotelijerstvo, rezervacijski sustav, online rezervacijski sustav

ABSTRACT

The final paper describes the topic of significance and importance of online reservations in hotel business. Online reservations are more and more prevalent in the hotel industry, and a large number of people decide on this type of reservation. In addition to being the simplest, it is possible to book a hotel on the other side of the world from the comfort of your own home. In addition to online reservations, the paper defines the very concept of hotel, hotel industry, as well as various forms of reservation IT systems. At the very beginning of the final paper, there is a definition of hotel and also the types of hotels according to services, where hotels are divided into top, medium and economy. After the division according to the quality of service, the paper also shows the division of hotels according to the number of accommodations, i.e. the number of people received. Through further chapters, the very concept of hotel management is defined, followed by an overview of the historical development of hotel management in the world, as well as in Croatia. In Croatia, the hotel industry began to develop in the most famous Croatian tourist town of Opatija, but the first registered hotel as such was opened on the island of Hvar. Further subchapters cover the types of hotels as well as their functions, followed by a new chapter. The penultimate chapter of the paper introduces us to the main important online reservation systems, which are explained in subsections called Time, Visibility, Easy collection and administration of data, Increase of income, Possibility of booking 24 hours a day and reservations via mobile phone, Less risk of double bookings, Less risk of losing data and Reviews. The last chapter of the paper is the conclusion, followed by the Bibliography and a list of illustrations.

Keywords: hotel, hotel industry, reservation system, online reservation system

Sadržaj

Uvod	1
1. HOTEL I HOTELIJERSTVO	3
1.1. Pojmovno određivanje pojma hotela i hotelijerstva	3
1.2. Povijesni razvoj	6
1.3. Povijesni razvoj u Republici Hrvatskoj	6
1.4. Vrste hotela	8
1.5. Funkcije hotela	10
1.6. Vrste hotelskih usluga	11
2. REZERVACIJSKI SUSTAVI U HOTELSKOM POSLOVANJU	13
2.1. Teorijsko određivanje pojma rezervacijskog sustava	13
2.2. Funkcija i oblici rezervacijskog sustava	15
3. ZNAČAJ ONLINE REZERVACIJSKIH SUSTAVA U HOTELIJERSTVU	25
3.1. Informatizacija hotelijerstva	25
3.2. Elektroničko poslovanje	26
3.3. Prednosti korištenja online rezervacija	26
3.3.1. Vrijeme	27
3.3.2. Vidljivost	28
3.3.3. Lako prikupljanje i administracija podataka	29
3.3.4. Povećanje prihoda	30
3.3.5. Mogućnost rezervacije 24 sata dnevno i rezervacije putem mobilnog telefona	31
3.3.6. Manji rizik dvostrukih rezervacija	31
3.3.7. Manji rizik gubljenja podataka	32
3.3.8. Recenzije	32
Zaključak	34
Bibliografija	37
Popis ilustracija	40
Tablice	40
Grafikoni	40
Slike	40

Uvod

Povećana digitalizacija i razvoj modernog života utjecao je na sve vrste poslovanja, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. Hotelijerstvo je jedno od najbitnijih djelatnosti u Republici Hrvatskoj. Hrvatsko gospodarstvo prema mnogim izvorima temelji se na turizmu i posjetima stranaca, ali i domaćih ljudi. Bez njega, naša država imala bi puno manji proračun. Iz tog razloga, za hotelijerstvo je također vrlo bitno pratiti trendove i biti u skladu s postojećom digitalizacijom. Najveći broj turističkih rezervacija događa se prilikom ljeta i ljetnih mjeseci, a kako bi poslovanje bilo profitabilno, vrlo je bitno te mjesece kvalitetno iskoristiti. Kako bi se to provodilo uspješno, potrebno je imati kvalitetne i osposobljene zaposlenike.

Kroz ovaj završni rad obrađuje se važnost i prednosti online rezervacija za hotele iz čega proizlazi i predmet samog rada. S druge strane, cilj rada je proširenje već poznatih činjenica o samom online rezervacijskom sustavu, kao i njihovim prednostima.

Hotel je ugostiteljski objekt koji ljudima pruža smještaj, uslugu hrane i pića, ali i druge razne pogodnosti kao što su privatni parking, bazen, sauna, teretana i slično. Online rezervacijski sustav u hotelu laički možemo definirati kao informatički softver pomoću kojega je ljudima moguće rezervirati termine smještaja u određenom hotelu putem hotelske web stranice ili turističkih posrednika.

Online rezervacije i virtualno tržište prošlih je godina doživjelo veliki rast i pokazalo se kao jedan od najboljih načina pronalazaka potencijalnih gostiju. Uz razvoj online platformi, za hotele jer vrlo bitan i razvoj online turističkih agencija kao što su Booking.com, Trivago i Airbnb. Njihovo poslovanje temelji se na principu posrednika. Putem online stranice moguće je vidjeti ponudu hotela, slobodne datume, cijene, ali i sve dodatne pogodnosti koje određeni hotel nudi. Osim samih podataka o hotelu i smještaju, online stranice omogućuju i pregled recenzija drugih gostiju koji su određeni hotel već posjetili. Upravo na temelju navedenih recenzija veliki se broj ljudi odlučuje hoće li posjetiti određeni smještaj ili neće. Iz toga proizlazi i povezanost sa starijim, tradicionalnim načinom rezerviranja. Danas ih je sve manje, a gotovo svi hoteli i hotelski lanci morali su se prilagoditi online načinu rezervacije kako bi ostali konkurentni na tržištu.

Završni rad obrađuje temu značaja online rezervacijskog sustava za poslovanje hotela. Kako bi se sama važnost takvih oblika rezervacija prikazala, u početku je potrebno objasniti same

pojmove hotela, hotelijerstva, nešto o njihovom razvoju i funkcijama, ali jednako tako i obraditi neke od oblika rezervacijskih sustava. Svakome hotelu u središtu poslovanja nalaze se kupci i njihovi budući klijenti te se njihovo poslovanje temelji na njihovim željama i potrebama. Danas sa sigurnošću možemo reći da sve veći broj ljudi želi informacijski prilagođen softver koji će im na lagan i jednostavan način omogućiti pristup odabiru hotela, slobodnih termina, cijena i usluga.

Prilikom pisanja završnog rada korišteni su primarni i sekundarni podaci. Primarni podaci rada odnose se na podatke koje je autor rada prikupio sam, dok su sekundarni podaci prikupljeni od drugih istraživača. Sekundarni podaci su razne medijske objave kao i internetski članci koji su povezani s temom završnog rada, a moguće ih je pronaći online. Metoda deskripcije korištena je kao primarna metoda tijekom pisanja rada. Pomoću nje opisuje se tema rada kroz nadolazeća poglavlja. Metodom dedukcije autor je izvodio zasebne zaključke iz općih sudova dok se metoda indukcije koristila prilikom analize određenih pojmova važnih za razumijevanje teme rada.

Rad se sastoji od uvoda, 3 glavna poglavlja s razradom u potpoglavljima, zaključka te popisa literature i priloga koji se nalaze na kraju rada.

1. HOTEL I HOTELIJERSTVO

Sam pojam hotela i hotelijerstva vrlo je zastupljen u Republici Hrvatskoj. Kao što je većina upoznata, turizam je najrazvijenija hrvatska djelatnost, a on se osobito sastoji od provođenja ljetne sezone u hotelu.

1.1. Pojmovno određivanje pojma hotela i hotelijerstva

Hotel je ugostiteljski objekt koji pruža uslugu smještaja i drugih usluga koje su uobičajene za ugostiteljstvo (hrana, zabava i slično) pod uvjetom da posjeduje najmanje deset jedinica smještaja. On je funkcionalna cjelina koja se u najvećem broju slučajeva sastoji od jedne građevine koja posjeduje i pomoćne građevine s odvojenim pristupom i ulazom.¹ Ono što hotel čini funkcionalnom jedinicom je povezanost odvojenih građevina od glavne građevine.

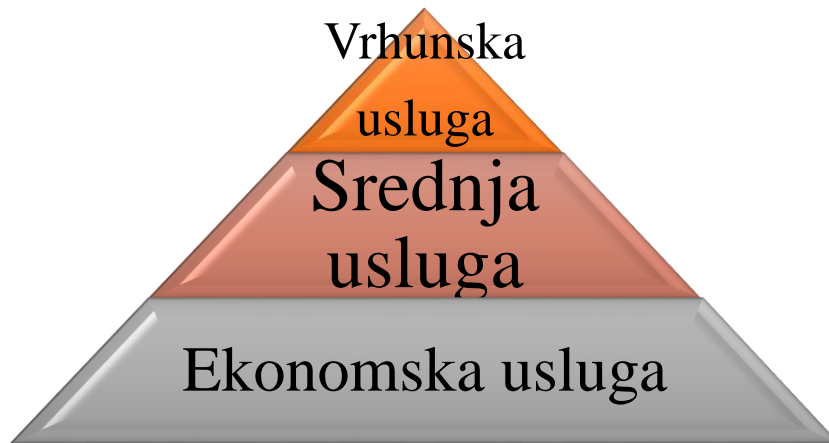
Hotel koriste građani, stranci i ljudi koji žele odsjesti u mjestu u kojemu ne posjeduju svoju građevinu. Prilikom odabira hotela najčešće ih dijele na one jeftinije i skuplje. Cijena samog hotela ovisi o velikom broju segmenata kao što su kvaliteta usluge, broj pruženih usluga, broj obroka, ali i sadržaj samog hotela. Ono prema čemu se takva kvaliteta određuje je broj zvjezdica koje hotel sadrži. Hotele kao takve možemo podijeliti u tri glavne razine prema pruženim uslugama, a to su:

- „ekonomska usluga“ – Najmanja razina kvalitete i usluge koja se primjenjuje u hotelijerstvu, a najčešće se odnosi na hotele sa 3 zvjezdice.
- „srednja usluga“ – Razina kvalitete koja se nalazi u tzv. zlatnoj sredini, a mora pružati usluge koje se srednje kvalitete te je najčešće kategorizirano sa 4 zvjezdice.
- „vrhunska usluga“ – Najbolja i najviša razina kvalitete i usluge koja se pruža u hotelima koji se smatraju luksuznima. Osim što posjeduju najbolju kvalitetu, najčešće su i najviše cijene, a kategorizirani su sa 5 zvjezdica.²

¹ Stojković, M., (2012): Osnovni pojmovi u ugostiteljstvu, dostupno na: www.turizamiputovanja.com/osnovni-pojmovi-u-ugostiteljstvu/ (pristupljeno 10.4.2023.)

² Galičić, V., (2017): Poslovanje hotelskog odjela smještaja, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 51

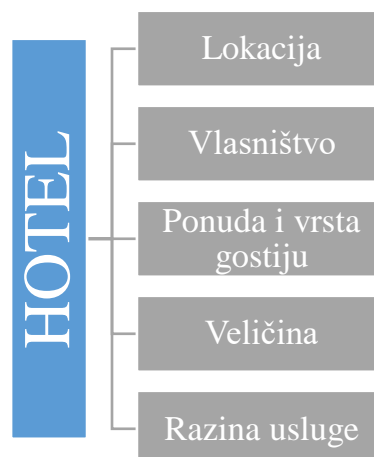
Ono što je bitno za napomenuti, hoteli se dijele u glavne 3 kategorije prema razini kvalitete usluge, no to ne znači da ne postoje i oni koji se nalaze i ispod kategorije ekonomske usluge koja se pruža u hotelima sa 3 zvjezdice. Takvi hoteli, kategorizirani sa 2 ili 1 zvjezdicom, a danas više nisu prihvaćeni na našem, kao ni na stranom tržištu.



Grafikon 1: Razina usluge u hotelima

Izvor: Prilagođeno prema Galičić, V., (2017): Poslovanje hotelskoga odjela smještaja

Vrsta razine usluge u hotelima osim što određuje cijenu također određuje i količinu posla kao i obrazovanost radnika. Shodno tome, postoje određeni vanjski segmenti koji će utjecati na samu kvalitetu proizvoda. Najčešći kriterij koji utječe na podjelu hotela je njegova lokacija, njegovo vlasništvo, vrsta gostiju, veličina te već spomenuta usluga. Sami kriteriji koji utječu na podjelu hotela prikazani su u nastavku.³



Grafikon 2: Podjela hotela prema ostalim kriterijima

Izvor: Prilagođeno prema Galičić, V., (2017): Poslovanje hotelskoga odjela smještaja

³ Ibid.

Hotelijerstvo je djelatnost kojom se pružaju usluge smještaja, hrane, pića, prodaje, rekreacije te drugih povezanih usluga u smještajnim objektima. Zovemo ga i drugim zajedničkim nazivom kojim objedinjujemo sve njegove funkcije – turizam. Djelatnost hotelijerstva sastavni je dio tercijarne djelatnosti, a uz svoje poslovanje veže i razne druge grane industrije kao što su promet, energetika, komunikacije i slično. ⁴

Upoznati smo sa samim značajem turizma za gospodarstvo Republike Hrvatske, a prema brojnim izvorima, smatra se jednom od najunosnijih industrija. Osim što zapošljava najveći broj ljudi (uz zdravstvo), omogućuje mjerenje samog standarda države. Hotelijerstvo pruža razne usluge, a njihove karakteristike prikazane su nastavku⁵:

- Neopipljivost – Usluge hotelijerstva ne mogu se opipati, kušati ili dotaknuti. Korisnici hotelskih usluga najprije moraju vjerovati hotelskoj ponudi prije nego što ju rezerviraju.
- Vremenska nedjeljivost – Nakon što korisnik odabere hotelsku uslugu, odabire vrijeme korištenja iste. Definirano vrijeme u velikom broju slučajeva ne može se mijenjati, a nakon rezervacije, davatelj i primatelj usluge počinju komunicirati.
- Neskladištenje neiskorištenih usluga – Usluge hotelijerstva nije moguće skladištiti.
- Heterogenost ponude – Hotelijerstvo nudi veliki broj usluga na tržištu. Svaka od tih usluga je jedinstvena te se razlikuje prema svom sadržaju, položaju, cijeni i značenju.

Osim samih definicija hotela i hotelijerstva, vrlo je bitno za napomenuti i neke statističke podatke vezane uz poslovanje hotelske industrije⁶:

- a) 2022. godine zabilježeno je ukupno 742.728 hotela i odmarališta u svijetu
- b) Grad s najviše luksuznih hotela, odnosno hotela s 5 zvjezdica je London
- c) 2019. godine hotelska industrija zabilježila je 1,52 trilijuna tržišne veličine, iako je pojavom korona virusa 2020. i 2021. počela padati
- d) U hotelskoj industriji zaposleno je preko 10 i pol milijuna ljudi
- e) Vodeća hotelska kompanija je Wyndham Hotels & Resorts koja posjeduje 8.941 hotela u svijetu

⁴ Cerović, Z., (2010): Hotelski menadžment, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 63

⁵ Radišić Berc, B., (2002): Tržišno pozicioniranje hotelskih usluga, Tourism and hospitality management, str.14

⁶ Statista, (2023): Hotel industry worldwide – statistics and facts, dostupno na: <https://www.statista.com/topics/1102/hotels/#statisticChapter>, pristupljeno 15.4.2023.

Pandemija koja je zadesila svijet 2019. godine zasigurno je utjecala na hotelsko poslovanje. No, 2021. godine započeo je oporavak, a prema istraživanjima, na tržištu SAD-a 2022. godine otvoreno je čak 8,3% više hotela nego u 2021. godini.

1.2. Povijesni razvoj

Riječ hotel potječe iz francuskog jezika koja je označavala gradsku kuću. Samo spominjanje riječi hotel dogodilo se u 18. st. u Engleskoj, a označavao je smještajni objekt u glavnom gradu Londonu. Upravo se Europa može smatrati kolijevkom hotela i hotelijerstva, dok je američko područje najviše zaslužno za razvoj istoga.

U staroj eri nalaze se dokazi koji prikazuju ugostiteljske objekte koji datiraju iz davne 500. godine prije Krista, a povezani su s Grčkom i objektima koji su nudili hranu, piće i smještaj. No, takav način hotelijerstva ne možemo povezati s današnjom djelatnošću koja pruža puno više od grčkih gostionica koje su pružale jednom riječju krevet za prespavati.

U drugoj polovici 18. st. pojavljuje se velika popularnost putovanja koje je za sobom povuklo i veliki razvoj smještajnih jedinica diljem Europe. Veliki broj Britanaca organiziralo je godišnja putovanja Europom koja su potaknula Europljane na otvaranje smještaja, ali i rekreacije i prijevoza koji su usko povezani s istim. Upravo ti Europljani, koje možemo nazvati i poduzetnicima, začetnici su hotelijerstva kakvo poznajemo danas.

Moderno doba današnjice putovanje je učinilo sigurnijim, ali i sve zastupljenijim kod velikog broja ljudi. Putovanje u hladnije ili toplije krajeve postalo je jednako zastupljeno u velikom broju zemalja, a hoteli koji se pružaju u istima osim smještaja nude i druge ugostiteljske usluge koje se nude i danas.⁷

1.3. Povijesni razvoj u Republici Hrvatskoj

Kako u drugim dijelovima Europe, tako i u Hrvatskoj, hotelijerstvo se brzo prepoznalo kao vrlo unosna djelatnost. Jadransko more i prirodne ljepote države privukle su veliki broj posjetitelja,

⁷ Tourism notes: Hotels, dostupno na: <https://tourismnotes.com/hotels/>, pristupljeno 11.4.2023.

a samim time i povećali potražnju za smještajem koji je potreban prilikom putovanja. Ugostiteljski objekti na našem području datiraju iz rimskog doba, a jednako kao i u Staroj eri, povezani su s gostionicama koje su nudile točenje pića i usluge prehrane. No, sam razvoj hotelijerstva i pružanja hotelskih usluga vežemo uz razdoblje nakon 1844. godine. Razdoblje od 1844. do 1884. godine povezano je s masovnim putovanjima na koje se putovalo vlakom.

Najstariji turistički grad ujedno je i začetnik razvoja hotelijerstva na području Hrvatske, a radi se o gradu Opatiji. Vila Angiolina, tada zvana Abbazia, sagrađena je 1844. godine, a sagradio ju je riječki veletrgovac Higin Scarpa.



Slika 1: Vila Angiolina 1883. godine

Izvor: Borić, V. J., Bilušić Dumbović B., (2017): Vila Angiolina i vrtlarija s gospodarskim zgradama, Ministarstvo kulture RH, str. 107

No, vila kao takva nije bila registrirana kao hotel. Prvi registrirani hotel-svrtiše na području Republike Hrvatske nalazio se na otoku Hvaru, a kako je izgledao tada prikazano je na slici 2 u nastavku.



Slika 2: Prvi hotel u Republici Hrvatskoj

Izvor: Povijest hrvatskog turizma, dostupno na: <http://www.otok-hvar.com/hr/povijest-hvarskog-turizma-kroz-stare-razglednice>, pristupljeno 10.4.2023.

Razvoj luksuznijeg i elitnijeg hotelijerstva vežemo uz gradnju hotela Kvarner u Opatiji koji je sagrađen 1884. godine, a nakon njegovog otvaranja započeto je hrvatsko suvremeno hotelijerstvo. Nakon gradnje spomenutog hotela započeta je stanica gradnje koju su slijedili svjetski ratovi. Prvi hotel građen prema trendovima hotelijerstva bio je zagrebački hotel Esplanade koji se i danas smatra elitnim i luksuznim hotelom u Republici Hrvatskoj. Završetak svjetskih ratova te dolazak Domovinskog rata ponovo je donio manji prestanak gradnje, no njegovim završetkom započeta je obnova, kao i gradnja danas poznatih hotela na nekim od najluksuznijih hrvatskih lokacija kao što je grad Dubrovnik.⁸

1.4. Vrste hotela

Hoteli se mogu podijeliti prema raznim kriterijima, a u ovome poglavlju detaljnije ćemo obraditi neke od njih:

- Tržišni položaj
- Veličina

⁸ Bakan, R., (2003): Organizacija i poslovanje ugostiteljskih objekata: nastavni materijal, Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici

- Razina usluge
- Vlasništvo
- Poslovanje
- Lokacija
- Organizacijska struktura

Kada govorimo o tržišnom položaju hotela, hotele dijelimo na one za odmor i one poslovne. Hoteli za odmor prilagođeni su svojim posjetiteljima, a osim glavne sluge smještaja, hrane i pića, posjeduju i rekreacijske i animacijske sadržaje. S druge strane, hoteli namijenjeni za poslovne svrhe najčešće se nalaze na luksuznim i atraktivnim lokacijama, a privlače poslovne ljude koji putuju preko tjedna. Osim glavne usluge smještaja, u svoju ponudu imaju uvrštene konferencijske sale, poslovne dvorane, radne sobe i slično.⁹

Ponuda hotela na našem tržištu zaista je raznolika, od onih najmanjih do onih najvećih. Međunarodno hotelijerstvo hotele prema veličini dijeli u male koji mogu zaprimiti do 150 osoba, srednje koji zaprimaju od 151 do 400 osoba, velike koji pružaju smještaj za 401 do 1500 osoba te one najveće, mega hotele u koje je moguće smjestiti više od 1500 osoba.

Osim same veličine, već je napomenuto kako se hoteli dijele prema svojoj razini i kvaliteti usluge. Od onih najekonomičnijih do onih najluksuznijih.¹⁰

Vlasništvo hotela i menadžment istoga vrlo su bitni za poslovanje. Njihova podjela vrlo je složena, a dijelimo ih prema:

- Obiteljski hoteli su hoteli gdje vlasništvo i menadžment hotela vode članovi obitelji, a najčešće su u pitanju mali hoteli.
- Vlasnički hoteli su hoteli u kojima vlasništvo pripada vlasnicima koji su izvan obitelji, a osim članova obitelji zapošljavaju i druge radnike koji obavljaju potrebne poslove, dok menadžment vode sami vlasnici.
- Neovisni hoteli su hoteli u kojima vlasnici nemaju ulogu upravitelja već je ona u rukama menadžera koji su odgovorni za cjelokupno poslovanje. Takvi hoteli ne mogu biti u niti jednom hotelskom lancu.
- Hoteli u franšizi su oni hoteli u kojima vlasnici sklapaju ugovor o franšizi s poznatim hotelskim vlasnicima. Ovakvim hotelima hotelski lanci isplaćuju određenu proviziju,

⁹ Bunja, Đ., (2008): Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu: hotel i hotelijerstvo, Zagreb: Školska knjiga, str. 84.

¹⁰ Ibid.

dok hotel mora postići određene, unaprijed dogovorene, standarde i kvalitete koje im je propisao vlasnik.

- e) Hoteli čije je poslovanje temeljeno na ugovoru o menadžmentu su danas najčešći hoteli na našem području. Vrlo su slični hotelima u franšizi, no u ovom slučaju hotelski lanac šalje svoje menadžere koji su zaslužni za poslovanje hotela.¹¹

1.5. Funkcije hotela

Glavna funkcija hotela je pružanje usluge smještaja pa se jednako tako hotelskim proizvodom smatra jedno noćenje. Upravo prema jednom noćenju se događa i naplata boravka u hotelu. Glavni prihod hotela jesu sobe, a njihova rezervacija u velikom broju slučajeva događa se unaprijed nekoliko mjeseci. Rezervacije se mogu napraviti osobno, telefonski, ali i danas najzastupljenijim načinom – online. Uz sam smještaj, hotel nudi veliki broj usluga, a količina pruženih usluga utječe i na količinu zaposlenika u objektu.

Nabavna funkcija hotela najčešće je vezana uz koordinaciju robno-materijalnih aktivnosti te je usko povezana sa što učinkovitijom i produktivnijom nabavom. Svaki odjel nabave povezan je dobavljačima robe i usluga, a glavni zadatak nabavne funkcije je u komunikacija s istima. Osim same komunikacije, radnici nabave moraju kontrolirati zakone koji se odnose na djelatnost hotelijerstva, kao i poreze koji su povezani s nabavom.

Prodajna funkcija najbitnija je funkcija hotelijerstva. Zaposlenici prodaje svakodnevno moraju pratiti profile gostiju te njihovo vrijeme boravka. Bave se procesom prijave, odjave, naplate te praćenja boravka. Zaposlenici koji obavljaju prodajnu funkciju moraju biti upoznati s konkurencijom kao i predlagati moderne tehnologije pomoću kojih je moguće istaknuti se na tržištu prepunom sličnih proizvoda i usluga. Osim praćenja konkurencije, zadaća prodaje je održavanje veze s klijentima i agencijama s kojima hotel surađuje kao što su Booking.com, Trivago i sl.

Administrativna i računovodstvena funkcija najčešće je zastupljena u većim hotelima koji posjeduju vlastite financije i računovodstvo. Njihovi poslovi su praćenje prihoda, rashoda, obveza te drugih računovodstvenih informacija koje su bitne za poslovanje hotela.

¹¹ Ibid.

Istraživačka funkcija vezana je uz razvoj zaposlenika poduzeća. Kako bi poslovanje bilo uspješno, vrlo je bitno da njegovi zaposlenici budu zadovoljni, ali i da konstantno napreduju, kako osobno, tako i poslovno. Iz tog razloga, istraživačka funkcija prati svoju radnu snagu te otkriva mogućnosti kojima je zaposlenike moguće nagraditi, ali i obučiti novim znanjima i vještinama kao što su razni seminari ili tehničke obuke.¹²

1.6. Vrste hotelskih usluga

Poslovanje samog hotela uvelike ovisi o uslugama koje se u istome pružaju. Takve usluge dijelimo na one osnovne te one dodatne. Količina i raznolikost dodatnih usluga je kriterij koji povećava kvalitetu samog hotela. Hotelske usluge najčešće dijelimo na¹³:

- Osnovne usluge
 - Smještaj
 - Hrana i piće
- Dodatne usluge
 - Pomoćni ležaj
 - Garaža
 - Privatni parking
 - Pranje rublja
 - Bazen
 - Sauna
 - Teretana
 - Zabava i ples
 - Telefon
 - Animacija djece
 - Rekreacija

¹² Baleta, T., (2019): Organizacija poslovanja u hotelu Marvie, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split

¹³ Galičić, V., (2017): Poslovanje hotelskoga odjela smještaja, Sveučilište u Rijeci, Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 51.

U dodatne usluge također spadaju i sve druge usluge koje su korisniku pružene, a nisu dodatno naplaćene. Dodatne usluge hotela postoje kako bi se povećalo zadovoljstvo korisnika te kako bi se stvorili stalni gosti koji će se u hotel rado vratiti.

2. REZERVACIJSKI SUSTAVI U HOTELSKOM POSLOVANJU

U današnjem suvremenom i modernom svijetu razvoj tehnologije popraćen je sve češćim korištenjem digitalnih alata. Digitalizacija je zaokupila gotovo sve oblike poslovanja, a možemo ju pronaći u apsolutno svakom dijelu poduzeća. Kako u drugim djelatnostima, tako i u hotelijerstvu, za uspješno provođenje zadataka i poslova vrlo je bitno pratiti tržišne trendove te biti u skladu sa svim suvremenim tehnologijama.

Moderna tehnologija i digitalizacija osim što je utjecala na poboljšanje poslovanja, također je ubrzala razne procese na koje se pomoću određenih tehnoloških softvera troši puno manje vremena nego kada ga je obavljao određeni zaposlenik ručno. Osim što je utjecala na razvoj poslovanja, digitalizacija je promijenila pogled na hotelijerstvo s gledišta gostiju. Gotovo svaki gost očekuje da se prilikom svog odmora može koristiti svim najnovijim tehnologijama u hotelu. Iz tog razloga, hotelijeri moraju biti u konstantnoj komunikaciji s novim trendovima i inovacijama.

2.1. Teorijsko određivanje pojma rezervacijskog sustava

Hotelijerstvo kao djelatnost za sobom povlači potrebu za razvojem rezervacijskih sustava pomoću kojeg gosti mogu osigurati svoj smještaj, odabrati uslugu i pogodnosti. Osim što su značajni za cjelokupno poslovanje, rezervacijski sustavi voditeljima hotela omogućuju puno bolji uvid u vlastito poslovanje kao što je kapacitet dostupnih, nepopunjenih soba. Nasuprot tradicionalnih kanala distribucije, online rezervacijski sustavi pokazali su se kao puno bolje rješenje u hotelijerstvu.

Kako bi se odabrao hotelski rezervacijski sustav koji će se koristiti, u obzir je potrebno uzeti nekoliko kriterija i čimbenika koji se razlikuju od hotela do hotela. Osim što na odabir utječe sama cijena nabave, veliku ulogu igra i obujam korištenja određenog rezervacijskog sustava. Hoteli koji spadaju u mega hotele (primaju više od 1500 ljudi) zasigurno će prije odabrati online rezervacijski sustav koji će omogućiti rezervacije soba s bilo kojeg kraja svijeta nego tradicionalni rezervacijski sustav. Prema navedenim kriterijima, ali i samom ugledu hotela, svaki će hotel za sebe odabrati najprofitabilniji, ali i najučinkovitiji način rezervacije smještaja.

Kako bi se pravilno definirao rezervacijski sustav u pravilu se koristi pojam *hotelski booking engine* koji označava računalni sustav koji omogućuje gostima da rezerviraju svoj smještaj na određeni datum, na određeni period uz određene pogodnosti. ¹⁴

Pomoću hotelskog rezervacijskog sustava rukovoditeljima je omogućeno pratiti sve potrebne podatke bitne za njihovo poslovanje. Osim što im omogućuje praćenje podataka, daje im uvid u sve potrebne informacije vezane uz njihove buduće ili sadašnje goste. Pomoću velikog broja rezervacijskog sustava rukovoditelji mogu slati e-mail poruke s obavijestima svim budućim i trenutnim gostima te pruža vrlo modernu tehnologiju. ¹⁵

Ono što je vrlo bitno za napomenuti je transparentnost podataka. Kako bi hotel pravilno funkcionirao, svi podaci moraju biti pravovremeni i transparentni kako ne bi došlo do problema koji često razljute goste. Takve situacije su recimo dupla rezervacija iste sobe. Iz tog razloga, vrlo je bitno koristiti rezervacijski sustav koji će davati takve podatke. ¹⁶

Oblik rezervacijskog sustava za koji se najčešće odlučuje veliki broj hotela, a osobito u današnjem suvremenom svijetu, je rezervacija smještaja online – putem vlastite web stranice ili putem stranica hotelskih partnera kao što su Booking.com i Trivago.



Slika 3: Posrednici trivago i Booking.com

Izvor: <https://www.mobileappdaily.com/app-review/trivago-app-review>,
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.booking&hl=hr&pli=1>, pristupljeno 11.4.2023.

Trivago i Booking.com registrirane su kao putničke agencije koje su u pravilu posrednici hotelima, apartmanima i drugim oblicima smještaja. Obje agencije funkcioniraju samo na principu Interneta i online rezervacija. Booking.com osnovan je krajem prošlog stoljeća, a iz

¹⁴ Roomraccoon: Kako funkcionira hotelski smještaj, dostupno na: <https://roomraccoon.hr/blog/kako-funkcionira-hotelski-rezervacijski-sustav/>, pristupljeno 11.4.2023.

¹⁵ MegaBooker: Hotelski rezervacijski sustav, dostupno na: <https://megabooker.hr/zasto-svacom-hotelu-treba-hotelski-rezervacijski-sustav/>, pristupljeno 11.4.2023.

¹⁶ Galičić, V., Šimunić, M., (2006): Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 128

malog nizozemskog poduzeća razvio se u jedno od najvećih online poduzeća. Kao svoju misiju navode „olakšavanje svima da istraže svijet“, a prilikom korištenja njihove stranice osim što je moguće istraživati smještaje prema odredištu i vremenu poslovanja, moguće je i korištenje različitih filtera koji će vam automatski olakšati pronalazak savršenog hotela.¹⁷

S druge strane, Trivago u svojoj krilatici „pronalazak savršenog hotela po najboljoj cijeni“ jasno pokazuje kako se odnosi samo na pronalazak hotelskog smještaja. Osim što omogućuje online pretraživanje prema kriteriju odredišta i vremena putovanja, za razliku od Booking.com-a, omogućuje vam i usporedbu cijena različitih hotela. Trenutno je dostupan u više od 190 zemalja svijeta, a na svojoj web stranici posjeduje više od milijun hotela.¹⁸

2.2. Funkcija i oblici rezervacijskog sustava

Rezervacijski sustav svakom poslovanju daje mogućnost praćenja transparentnih i pravovremenih podataka, koji su kao što je već napomenuto, vrlo bitni za uspješno poslovanje hotela. Njegov glavni cilj je olakšano rezerviranje smještaja za sve potencijalne goste.

Tehnološki razvoj dogodio se u tri faze, a nakon njega razvila su se i tri informacijske tehnologije u hotelijerstvu¹⁹:

- a) Computer Reservation System – CRS
- b) Global Distribution System – GDS
- c) Internet

CRS ili kompjuterski rezervacijski sustav je kompjuterski softver koji se temelji na rezervacijama putem weba hotela. Danas ga koristi veliki broj putničkih agencija, ali i hoteli zasebno kako bi upravljali putovanjima i transakcijama koje su povezana s putovanjem kao što su putovanja avionom, najam automobila ili drugih aktivnosti. CRS je razvijen s jednim glavnim ciljem, a to je eliminacija fizičke i geografske udaljenosti između ponuditelja i krajnjeg potrošača. Sustav kao takav hotelima služi za efikasno ispunjavanje hotelskih soba, a

¹⁷ Booking.com, dostupno na: https://www.booking.com/content/about.en-gb.html?auth_success=1, pristupljeno 11.4.2023.

¹⁸ Trivago, dostupno na: <https://www.mobileappdaily.com/app-review/trivago-app-review>, pristupljeno 11.4.2023.

¹⁹ Galičić, V., Šimunić, M., (2006): Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 433

omogućuju mu povezivanje s gostima koji su ključni za poslovni uspjeh hotelskog poslovanja. Neke od osnovnih funkcija CRS-a prikazane su u nastavku.



Grafikon 3: Osnove funkcije CRS-a

Izvor: Prilagođeno prema ColorWhistle: Computer reservation system, dostupno na: <https://colorwhistle.com/computer-reservation-system/>, pristupljeno 11.4.2023.

Osim samih funkcija, također postoje i glavne prednosti korištenja kao i veliku pohranu podataka²⁰:

- Svi detalji o korisnicima i njihovim uslugama temeljito se bilježe u sustavu – evidencija imena gostiju
- Raspored avio karata i željezničkog prometa
- Biranje individualnih zahtjeva – npr. mjesto sjedenja u avionu
- Jednostavnije fakturiranje, računovodstvo
- Sustav koristi brzu i pouzdanu informacijsku infrastrukturu što osigurava jednostavniju ponudu cijene, izdavanja karata i sl.
- Pohranjivanje podataka o klijentima kao što su način plaćanja smještaja, informacije o svim pruženim uslugama i sl.
- Opsežna administrativna konzola

²⁰ ColorWhistle: Computer reservation system, dostupno na: <https://colorwhistle.com/computer-reservation-system/>, pristupljeno 11.4.2023.

- Sustav omogućuje prilagođena izvješća

Sam CRS možemo podijeliti u dvije glavne vrste: pripadajući generacijski sustav affiliate te nepripadajući rezervacijski sustav non-affiliate²¹:

- Affiliate rezervacijski sustav koristi se kao dio hotelskog lanca, a ponude koje se nalaze na njemu međusobno su povezane. U ovom obliku rezervacijskog sustava, baza podataka omogućuje pravovremene informacije o raspoloživosti soba.
- Non-affiliate rezervacijski sustav funkcionira kao sustav pretplate te je povezan s neovisnim ponudama. U ovom rezervacijskom sustavu hoteli se pretplaćuju na određene usluge sustava te na sebe preuzimaju odgovornost pravovremenih i transparentnih informacija povezanih s raspoloživim hotelskim sobama.

CRS je u pravilu sustav koji češće koriste turističke agencije nego sami hoteli. No, potražnja za istim bila je zaista velika te je u počecima premašila i samu ponudu – razlog tome je pružanje podrške sustavu koja je bila neomogućena svima. Shodno tome, samo su neke od najvećih svjetskih agencija bile u mogućnosti koristiti ovaj oblik rezervacijskog sustava, dok su manje agencije morale čekati određeno vrijeme na automatizaciju svojih sustava.

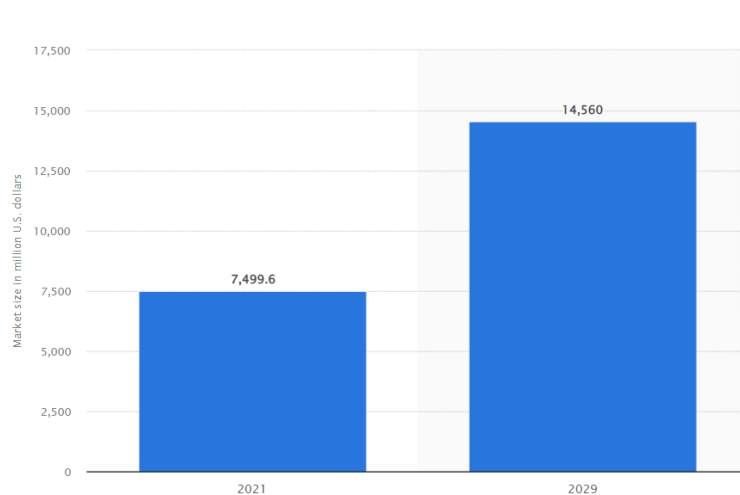
No, nakon korištenja i širenja samog sustava, CRS je postao dostupan svima. Osim automatizacije samog poslovanja, istraživanja su pokazala kako korisnici CRS sustava imaju mogućnost ostvarivanja godišnjeg prometa koji doseže oko milijun dolara, dok sami putnički agenti koji ne koriste ovu vrstu sustava ne mogu premašiti 250.000 dolara. To je jedan od glavnih razloga zbog čega se CRS pokazao kao jedan od najboljih sustava za korištenje u turističkim agencijama u odnosu na druge dostupne sustave. No, s povećanom digitalizacijom, ovakva vrsta sustava donekle je zastarjela te se veliki broj korisnika počeo žaliti na neispunjavanje 100% potencijala poduzeća kao i neispunjavanje potrebnih ciljeva i zahtjeva koji su uzrokovani korištenjem CRS-a. Jedan od glavnog razloga tome je sama ponuda cijena. Ono po čemu će većina gostiju odabrati hotel je omjer cijene i usluge. Korištenjem ovog sustava, klijentima je potrebno neko vrijeme kako bi pronašli najbolju ponudu i cijenu.

²¹ Galičić, V., Šimunić, M., (2006): Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija str. 101

Zrakoplovna industrija Lufthansa prva je započela s prilagodbom novom rezervacijskom sustavu koji je pružao mogućnost rezervacija avio karata online putem. Na taj, jednostavniji i efikasniji način, veliki broj konkurenata shvatio je kako je CRS nedovoljan te postoji prostor za razvoj novog i naprednijeg rezervacijskog sustava.²²

Ishod tome bila je pojava novog rezervacijskog sustava – globalni distribucijski sustav, skraćeno GDS koji se razvio iz već spomenutog informacijskog sustava CRS-a. Globalni distribucijski sustav u pravilu je napravljen na principu posrednika koji će djelovati između ponuditelja i potražitelja odnosno hotela i gosta.²³ GDS svojim sučeljem omogućuje transparentan prikaz slobodnih kapaciteta određenog hotela, podatke o zrakoplovnim letovima te jednako tako i dostupnim autima za najam, odnosno *rent a car-u*. Ovakav sustav, kao i CRS, u početku je bio namijenjen avio kompanijama koje će nuditi svoje letove koristeći GDS sustav, no s vremenom i prikazom pogodnosti ovog sustava, počeli su ga koristiti i drugi ugostiteljski subjekti, a između njih i hotelski lanci.²⁴

Globalni distribucijski sustav 2022. godine procijenjen je na 7,5 milijardi dolara, a prema istraživanjima Statista, procjenjuje se da će do 2029. godine vrijediti otprilike 14,6 milijardi američkih dolara.



Grafikon 4: Veličina industrije GDS-a u svijetu s predviđanjem za 2029. godinu

Izvor: Statista: Global Distribution System market size, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1309524/global-distribution-system-market-size/>, pristupljeno 1.6.2023.

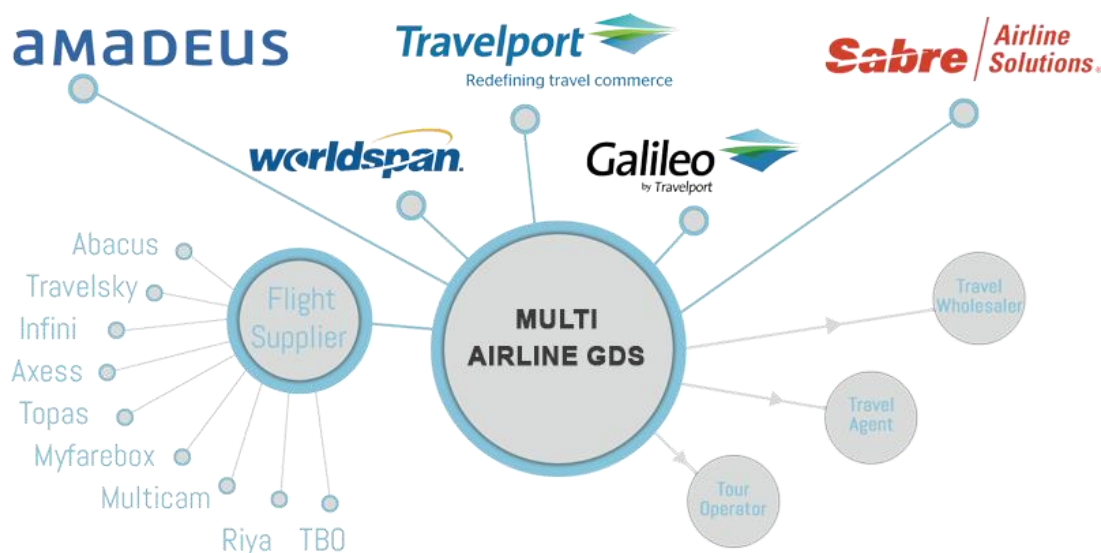
²² Lufthansa Systems, dostupno na: <https://www.lhsystems.com/>, pristupljeno 13.4.2023.

²³ SiteMinder: Global distribution system, dostupno na: <https://www.siteminder.com/r/global-distribution-system/>, pristupljeno 13.4.2023.

²⁴ Ibid.

Neki od najpoznatijih GDS-a su:

- a) AMADEUS – zastupljen na europskom tržištu
- b) GALILEO – zastupljen na američkom tržištu
- c) SABRE – razvijen u SAD-u te je u potpunosti u vlasništvu avio kompanije
- d) TRAVELPORT
- e) WORLDSPAN



Slika 4: Neki od svjetskih globalnih distribucijskih sustava

Izvor: Medium.com: Airlines Flight Multi GDS, dostupno na: <https://medium.com/@kreatifcode/amadeus-sabre-api-integration-multi-gds-java-sdk-22e16a056338>, pristupljeno 13.4.2023.

Amadeus je GDS sustav koji je osnovan sporazumom koji je nastao između četiri europske avio kompanije Lufthanse, Iberie, SAS-a i Air Francea koji su željeli stvoriti konkurentnost na tržištu te se suprotstaviti američkom gigantu Sabre. Amadeus je sustav koji se najviše koristi na europskom tržištu, a do 2018. godine koristilo ga je više od 470 avio kompanija, 34 osiguravajućih kuća, 90 željezničkih kompanija, 115 zračnih luka, 43 kompanija za najam automobila tek čak 770 tisuća hotela. Posluje duže od 30 godina, a posluje na ukupno više od 190 tržišta svijeta. Iako je tijekom pandemije njihovo poslovanje patilo, prema globalnom izvješću 2021. godine, u 2021. godini rezervacija avio karata putem Amadeusa pala je za 64.4%. No, danas nakon ponovnog „otvaranja“ svijeta, započeta su nova putovanja.²⁵

Amadeus sustav temelji se na inovacijama i digitalizaciji poslovanja. Njegovi stvaratelji svjesni su nove ere digitalizacije te promjenama koje se događaju u životima ljudi – kako utječe

²⁵Amadeus: Global Report 2021., dostupno na: <https://corporate.amadeus.com/documents/en/resources/corporate-information/corporate-documents/global-reports/2021/amadeus-global-report-2021.pdf>, pristupljeno 13.4.2023.

na naš život, tako utječe i na naš rad, komunikaciju i odnos s drugim ljudima. Upravo ta digitalizacija predstavlja nove mogućnosti za sve turističke agencije i hotele. Prema Amadeusu, za online putničke agencije uz korištenje ovog sustava, bitno je i²⁶:

- a) Pratiti inovacije
- b) Pružiti vrijednost potrošačima
- c) Optimizirati tehnologiju
- d) Razvijati se i širiti se

Ono što predstavlja najveći problem hotelijerima je praćenje trendova. Danas je gotovo svaka osoba na mobitelu i društvenim mrežama, a upravo one u velikoj mjeri utječu na oblikovanje njihovog mišljenja i ponašanja. Recenzije hotela najbitnija su stavka prema kojima gosti odlučuju hoće li posjetiti određeni hotel ili neće. Iz tog razloga, hotelijeri moraju ostati konkurentni, a to mogu pomoću²⁷:

- Upoznavanja svojih klijenata
- Stalnim kontaktom sa stalnim klijentima
- Osiguranjem interakcije
- Poticanjem povjerenja između klijenata i hotela
- Razvijanjem digitalnih inovacija
- Korištenjem platformi za razmjenu poruka – online komunikacija

S druge strane, Galileo je GDS koji je najviše zastupljen na američkom tržištu, a koristi ga više od 500 avio kompanija, 30 poduzeća za najam automobila, 370 turoperatera te 47 000 hotela. Osnovan je kao dio Travelport grupe 2006. godine, a brzo su se proširili na globalno tržište sklapanjem raznih partnerstva. Danas, Travelport uključuje uz Galileo i Worldspan, a poslovanje im se temelji na pružanju rješenja za poslovanje i analizu podataka za velike avio kompanije.²⁸

Sabre je GDS koji je u pravilu najveći elektronički sustav za rezervacije putnika. Vodeća je softverska i tehnološka kompanija koja se bavi putovanjima. Surađuju s raznim avio kompanijama, hotelijerima, agencijama i putničkim partnerima koji se bave maloprodajom i

²⁶ Amadeus: Online travel agencies, dostupno na: <https://amadeus.com/en/industries/online-travel-agencies#challenges>, pristupljeno 14.4.2023.

²⁷ Amadeus: Insights, dostupno na: <https://amadeus.com/en/insights/white-paper/open-the-door-to-opportunity#modal1067520769>, pristupljeno 14.4.2023.

²⁸ Travelport: Company history, dostupno na: <https://www.companiesshistory.com/travelport/>, pristupljeno 14.4.2023.

distribucijom. Koristi ga više od 55.000 putničkih agencija, ali uz njih i razne web stranice čiji je primarni zadatak organizacija putovanja. Osim što pružaju usluge vezane uz putovanja, njihovo poduzeće okrenulo se i prema drugoj djelatnosti – marketingu. Pomoću marketinga pokušavaju svojim klijentima hotelijerima povećati prihode te omogućiti što manje troškove prilikom pronalaska potencijalnih gostiju. SynXis sustav je središnji sustav Sabre-a koja omogućuje upravljanje cijenama, rezervacijama, a sučelje samog sustava vrlo je lako i jednostavno za korištenje.

Svaki od globalno distribucijskih sustava sadrži određene prednosti i nedostatke, a njihov usporedni prikaz nalazi se u tablici u nastavku²⁹.

Tablica 1: Usporedni prikaz globalno distribucijskih sustava

	AMADEUS	GALILEO	TRAVELPORT	SABRE
Osnivači	Lufthansa, Air France, Continental Air i Scandinavian, Iberia	Lufthansa, Air France, Continental Air i Scandinavian, Iberia	JAL	Lufthansa, Air France, Continental Air i Scandinavian, Iberia
Podrška	Europa	SAD	SAD	SAD
Korisnici	Yatra.com, MakeMyTrip, Expedia, CheapOair, ebookers, Cheap Tickets, Opodo, Jetabroad	Expedia, Flight Centre, Hotels, Hotwire, Orbitz, Priceline, Trailfinders, Webjet, Putničke agencije	Expedia, Flight Centre, Hotels, Hotwire, Orbitz, Priceline, Trailfinders, Webjet, Putničke agencije	Travelocity, Lastminute.com, Travel Guru, Priceline
Tržišni udio	Najveći (izuzet SAD-a)	Najveći u Europi i Aziji	Najveći u SAD-u i Sjevernoj Americi	Posjeduje Worldspan

Izvor: Prilagođeno prema Enuke: Galiloe vs Amadeus vs Travelport vs Sabre – Difference and Comparision, dostupno na: <https://www.enukeoftware.com/blog/galiloe-vs-amadeus-vs-travelport-vs-sabre-difference-and-comparision.html>, pristupljeno 14.4.2023.

²⁹ Enuke: Galiloe vs Amadeus vs Travelport vs Sabre – Difference and Comparision, dostupno na: <https://www.enukeoftware.com/blog/galiloe-vs-amadeus-vs-travelport-vs-sabre-difference-and-comparision.html>, pristupljeno 14.4.2023.

Globalni informacijski sustavi posebno su dobili na važnosti digitalizacijom poslovanja, ne samo hotelijerstva, već gotovo svih poslovanja na tržištu. Nove tehnologije potaknule su širenje industrije putovanja, a samim time i stvorile sve veću potrebu za korištenjem automatizacije i online rezervacijskih sustava. Pojavom umjetne inteligencije (AI) te Saas-a, industrija se počela širiti na dosad neviđene razine. GDS tržište u konstantnom je porastu, a ono za čime se osobito teži je i sama personalizacija rezervacijskih sustava koji bi, prema predviđanjima, još više utjecala na učinkovitost online rezervacija. Istraživanje Future Marketing Insightsa objavilo je kako je razvoj GDS-a u prošloj godini bio za čak 7%. U nastavku je tablično prikazano kako Njemačka, Kina i Indija utječu na njegov razvoj³⁰:

Tablica 2: Razvoj GDS-a u Njemačkoj, Indiji i Kini

DRŽAVA	RAZVOJ GDS-a
Njemačka	Povećanjem korištenja mobilnih uređaja usredotočili su se na širenje distribucije putem B2B i B2C kanala.
Indija	Vlada promiče korištenje najnovijih tehnologija u sektoru putovanja i ugostiteljstva.
Kina	Promiču korištenje domaćih GDS-a kao što su Tracelsky i Tuniu. Razvojem umjetne inteligencije potiču poboljšanje učinkovitosti GDS sustava.

Izvor: Prilagođeno prema Future Marketing Insights: GDS technology sector outlook, dostupno na: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/gds-technology-sector-outlook>, pristupljeno 28.5.2023.

Velika svjetska tržišta kao što su Indija i USA neke su od zemalja koje se osobito zalažu za automatizaciju procesa te digitalizaciju poslovanja. Istraživanjem globalnih distribucijskih sustava dokazalo se kako se njihov rast nastavio i kroz 2022. godinu u kojoj su neki od najvećih

³⁰ Future Marketing Insights: GDS technology sector outlook, dostupno na: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/gds-technology-sector-outlook>, pristupljeno 28.5.2023.

globalnih prijevoznika i hotelijera sklopili suradnje i time pokazali kako se i dalje radi na širenju online mreže putem koje će biti lako organizirati, ali i rezervirati svoje putovanje:³¹

- Srpanj 2022. Go First sklapa partnerstvo s WorldTicket
- Svibanj 2022. Sabre potpisuje novi ugovor o distribuciji s Viva Aerobusom
- Siječanj 2022. Air India sklapa partnerstvo s Amadeusom

U današnjem, digitalnom svijetu, tržište je prepuno „sličnih“ poduzeća koje nude slične ili jednake usluge, pa je tako i online tržište prepuno sličnih online rezervacijskih sustava. No, u svijetu se uspjelo probiti veliki broj njih, a neki od najpoznatijih prema tržišnom udjelu su³²:

Tablica 3: Tržišni udio online rezervacijskih sustava

REZERVACIJSKI SUSTAV	TRŽIŠNI UDIO
Tripadvisor.com	42.81%
Airbnb.com	27.73%
Expedia	8.78%
Booking.com	6.39%
Cloudbeds	3.36%
Reserve by Google	3.22%
Agoda	2.12%
Ciirus	2.11%
JRNI	0.52%
FareHarbor	0.44%
Avantio	0.38%
Krossbookings	0.24%
Yarooms	0.22%
TRYTN	0.19%
RMS Campground & Park	0.11%
365Villas	0.09%
Upside Business Travel	0.07%
Vreasy	0.04%
Hospitable	0.04%
Mister B&B	0.02%

Izvor: Tech reservation and online booking market share, dostupno na: <https://6sense.com/tech/reservation-and-online-booking/vrbo-market-share>, pristupljeno 1.6.2023.

³¹ Transparency market resarcke: Global distiburion system market, dostupno na: <https://www.transparencymarketresearch.com/global-distribution-system-market.html>, pristupljeno 28.5.2023.

³² Tech reservation and online booking market share, dostupno na: <https://6sense.com/tech/reservation-and-online-booking/vrbo-market-share>, pristupljeno 1.6.2023.

Iako Tripadvisor zauzima najveći tržišni udio, gledajući posjećenost stranice, Booking.com zauzeo je visoko prvo mjesto i to sa 555 milijuna posjeta u ožujku 2023. godine. U nastavku je prikazana tablica koja prikazuje posjećenost nekih od najpoznatijih online rezervacijskih sustava.

Tablica 4. Posjećenost online rezervacijskih sustava

REZERVACIJSKI SUSTAV	POSJEĆENOST
Booking.com	555 milijuna
Tripadvisor.com	169 milijuna
Airbnb.com	104 milijuna

Izvor: Statista: Total visits to booking website, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1294912/total-visits-to-booking-website/>, pristupljeno 1.6.2023.

3. ZNAČAJ ONLINE REZERVACIJSKIH SUSTAVA U HOTELIJERSTVU

Korisnici Interneta svaki se dan povećavaju. Prema istraživanju DataReportala koji na bazi godine istražuje sve digitalne trendove, korištenje interneta, online kanala i slično, broj korisnika Interneta u konstantnom je porastu. Prema posljednjem istraživanju, u ovoj godini više od 64,4% populacije koristi Internet.³³ Podaci kao takvi također pokazuju kako korisnici Internet koriste za istraživanje i pronalazak informacija, a do takvih informacija žele doći na vrlo brz i efikasan način. Zašto je to toliko bitno za hotelsko poslovanje i rezervacijski sustav? Korisnici online rezervacija svoj postupak žele završiti brzo, a isto tak i na lak način doći do mogućnosti rezervacija. Iz toga proizlazi da se i informacije koje krajnjeg korisnika neće zanimati moraju ukloniti.

3.1. Informatizacija hotelijerstva

Informatizacija hotelijerstva bila je prijeko potrebna. Početkom 20. stoljeća hotelijerstvo je doživjelo procvat po pitanju informacijske tehnologije i to odmah nakon prepoznavanja same važnosti takve vrste tehnologije za razvoj hotela, konkurentnost na tržištu, ali i distribuciju usluga i proizvoda. Tehnološke inovacije i uspješno korištenje tehnologije u praksi neki su od ključnih stavaka koji vode do uspješnog poslovanja u hotelijerstvu. Uvođenjem inovativne tehnologije u hotele pojavljuje se i veća profitabilnost, no jednako tako za sobom poteže i potrebu za određenom poslovnom strategijom, planiranjem i implementacijom. Prije nego što se nova tehnologija uvede bitno je učiniti prvi korak – istražiti tržište. Uvođenje je potrebno obaviti kroz nekoliko faza, a jednako tako je bitno i upoznati sve djelatnike s novom tehnologijom. Iako je izazovno, uvođenjem ovakve tehnologije, hotelijerima se pruža mogućnost velikog napretka i stvaranja veće konkurentnosti na tržištu.³⁴

Informatizacija hotelijerstva donosi mnoge prednosti, a jedna od njih su svakako i online rezervacije. Uz online rezervacije, informatizacijom se postiže veća mogućnost promocije pomoću digitalnog marketinga – novi načini oglašavanja putem društvenih medija i drugih marketinških kanala. Uz digitalni marketing, informatizacija donosi i automatizaciju velikog

³³ DataReportal: Global overview, dostupno na: <https://datareportal.com/>, pristupljeno 13.4.2023.

³⁴ Garbin Praničević, D., Pivčević, S., Garača, Ž. (2010): Razvijenost informacijskih sustava velikih poduzeća u Hrvatskoj. Acta Turistica Nova, str 120-150

dijela poslovanja – upravljanje zalihama ili naplatom postaje automatizirano. Upravljanje objektima, ali i gostima postaje olakšano samim tim što se pomoću drugih povezanih alata (npr. digitalnih kartica) omogućuje i bolja usluga i lakše upravljanje.³⁵

3.2. Elektroničko poslovanje

Nakon uvođenja novih informacijskih tehnologija, hotel prelazi na sve veće elektroničko poslovanje. Elektroničko poslovanje je oblik poslovanja u kojemu se u velikom intenzitetu koristi informatička i internetska tehnologija koja omogućuje bolje funkcioniranje cjelokupne kompanije. Ono što je usko vezano uz elektroničko poslovanje je i sam cilj svakog poduzeća – konkurentnost na tržištu, preuzimanje mjesta lidera u djelatnosti, osvajanje tržišnih pozicija. Sastoji se od 4 glavna sektora, a to su³⁶:

- a) Sektor proizvođača i ponuditelja proizvoda i internetske infrastrukture
- b) Sektor poduzetnika i trgovca u elektroničkom okruženju
- c) Sektor posrednika u elektroničkom okruženju
- d) Sektor pružatelja internetskih servisa

Elektroničko poslovanje još nazivamo i e-poslovanje, a danas je zastupljeno u gotovo svakom poznatijem hotelu, kao i u drugim vrstama djelatnosti. Glavna stavka e-poslovanja za hotelijere predstavlja i jednu od prednosti informatizacije sustava, a to su online rezervacije.

3.3. Prednosti korištenja online rezervacija

Online rezervacijski sustav počeo se smatrati potrebnim nakon povećane digitalizacije svih poslovanja pa tako i hotelijerstva. U današnjem, pametnom svijetu, gotovo svaka osoba posjeduje pametan telefon, a jednako tako i veliki broj ljudi očekuje kako sve potrebe može obaviti upravo putem njega. Prema istraživanju već spomenutog DataReportala, 68% svjetske populacije, odnosno čak 5.44 milijardi ljudi koristi pametne telefone.³⁷

³⁵ Ibid.

³⁶ Bosilj Vukšić, V., (2012): Poslovna informatika, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb str. 184

³⁷ DataReportal: Global overview, dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>, pristupljeno 15.4.2023.

Razvijanjem pametne tehnologije i njenim širenjem, hotelijeri su bili prisiljeni prilagoditi se tržištu te uvesti moderne čimbenike i u svoje poslovanje. Prvi korak napretku i konkurentnosti na tržištu bile su online rezervacije. Sustav online rezervacija najbolji je i najefikasniji način povezivanja određenog hotela sa svojim gostima, odnosno klijentima. Online rezervacije u pravilu predstavljaju rezervacijski alat koji je temeljen na tako zvanom „oblaku“. Ovakva vrsta softvera može biti kontrolirana od strane poslužitelja koji mogu biti udaljeni, a softveru mogu pristupiti svi koristeći upravo online rezervacije. Moguće im je pristupiti s bilo kojeg mjesta na svijetu, a ono što je najbitnije, s bilo kojeg uređaja koji posjeduje internetsku vezu – stolno računalo, prijenosno računalo, tablet ili pametni telefon. ³⁸

Razna istraživanja pokazala su kako je u 2020. godini sektor pametnog ugostiteljstva dosegao približno 6 milijardi dolara, a predviđa se da je u narednim godinama u još većem porastu.³⁹ Neke od glavnih prednosti korištenja online rezervacijskog sustava za poslovanje hotela navedene su u nastavku.

3.3.1. Vrijeme

Tradicionalni način rezervacije hotelske usluge najčešće se obavljao telefonskim putem. Osim što je ovakav način rezervacije često znao biti otežan (loša konekcija, udaljenost ili pak ne mogućnost poziva u druge zemlje), u velikom broju slučajeva mogao je odbiti potencijalne goste. Telefonski razgovori najčešće su bili dugi, a prilikom njih, radnici hotela potencijalnim gostima moraju objasniti sve – od same ponude, pa do pogodnosti, cijene, slobodnih termina i slično. No, ono što je najbitnije uz vrijeme, telefonski način rezervacije hotela zahtijevao je da hotelsko osoblje bude uvijek dostupno te da telefonska linija nikada ne bude zauzet kako bi ga svaki gost mogao nazvati. To je bio veliki izazov za sve hotele koji su se oslanjali na telefonske rezervacije. Prilikom telefonskog razgovora, drugi korisnik s drugog kraja svijeta može vas pokušati nazvati kako bi rezervirao svoj smještaj u hotelu, a hotel mu se ne može javiti jer je već u pozivu. Na takav način, hoteli su gubili svoje goste, ali i vrijeme.

Online rezervacije u velikom broju štede vrijeme hotelu, hotelskom osoblju, a za sobom donose i razne pogodnosti. Osim što omogućuje gostima da rezerviraju svoj smještaj, smanjuje opterećenje hotelskog osoblja koje više ne mora ručno obrađivati svaku telefonsku rezervaciju.

³⁸ Hospitalitynet, (2022): Why is the reservation system important for your hotel, dostupno na: <https://www.hospitalitynet.org/news/4109103.html>, pristupljeno 15.4.2023.

³⁹ Statista: Smart hospitality market size, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1252565/global-smart-hospitality-market-size/>, pristupljeno 15.4.2023.

Nakon instalacije samog softvera, korisnik s bilo kojeg kraja svijeta online može provjeriti kada je hotel slobodan, kolika je cijena, koje pogodnosti želi izabrati, a nakon odabira svih čimbenika, potvrdu o rezervaciji dobiti će, najčešće, putem e-mail adrese. Svoj smještaj mogu rezervirati u bilo koje doba dana i noći, bez obzira na to je li hotel otvoren ili zatvoren što ponovo pokazuje veliku prednost da hotelsko osoblje ne mora biti dostupno 24 sata na dan. Ovakvim načinom, zaposlenici hotela ne moraju utrošiti niti minutu svog vremena na telefoniranje i objašnjavanje, već se mogu posvetiti drugim bitnim poslovima. Uz to, mnogi online rezervacijski sustavi, hotelu pružaju internetske alate pomoću kojih mogu pratiti i upravljati rezervacijama što u krajnjem slučaju ponovo štedi vrijeme, ali i utječe na manju mogućnost preklapanja rezervacija.⁴⁰

3.3.2. Vidljivost

Praćenje trendova povezanih s putovanjima hotelima omogućuje prikaz na koji način ljudi uopće dolaze do njihovog hotela. Svima je odavno jasno kako se to jako rijetko događa usmenom predajom ili putem nekog drugog, tradicionalnog puta. Najčešći način pronalaska hotela upravo je korištenjem Interneta. Internetom se u posljednje vrijeme žustro proširilo digitalno oglašavanje koje je danas zastupljeno u svakom poslovanju, pa tako i u hotelijerstvu.

Digitalni marketing neophodan je za sve industrije, a osobito za ugostiteljstvo koje se sve više i više oslanja na online platforme pomoću kojih osim što prodaje svoj smještaj, koristi i za promociju svojih proizvoda i usluga. Uz pomoć digitalnih kanala i online alata, hoteli mogu odrediti svoju ciljanu skupinu kupaca i prikazati im personalizirane oglase koji će ih jednim klikom odvesti do online rezervacijskog softvera. Samim time, hotel povećava svoju prisutnost na društvenim mrežama, a sukladno tome povećava i promet na svoju web stranicu. Neke od najčešćih digitalnih strategija koje koriste hotelski lanci jesu:

- Dizajn i razvoj web stranice – važnost leži u prvom utisku koji će se ostaviti potencijalnom gostu koji posjeti vaše web mjesto i na temelju njega (uz druge čimbenike) odluči rezervirati svoj smještaj
- SEO odnosno optimizacija za tražilice – povećava vidljivost hotela pomoću digitalnih oglasa
- Sadržajni marketing – izgradnja brenda u digitalnom okruženju

⁴⁰ Amerigo, (2021): What are the advantages of an online hotel booking system?, dostupno na: <https://amerigovoyage.com/blog/advantages-of-online-hotel-booking-system>, pristupljeno 15.4.2023.

- Društvene mreže – stvaranje zanimljivog sadržaja kupcima povećava vrijednost vašeg hotela
- Online oglasi – plaćeni oglasi

Najčešće mreže preko kojih hoteli objavljuju svoje online oglase jesu Facebook, Instagram, LinkedIn i E-mail. Osim digitalnog marketinga, web stranica samog hotela igra vrlo bitnu ulogu u promociji i vidljivosti samog hotela koja u konačnici utječe i na tržišnu konkurentnost. Sve u svemu, bitno je za napomenuti kako digitalni marketing ima također veliki utjecaj na uspješnost hotela pomoću kojih se povećavaju online rezervacije, a samim time i vidljivost samog hotela na tržištu, uz naravno, povećanje samih prihoda. ⁴¹

3.3.3. Lako prikupljanje i administracija podataka

Administracija podataka koja se često obavljala ručno oduzimala je puno vremena, a često je znala biti zahtjevna te su je morali obavljati obučeni, ali i obrazovani zaposlenici. Korištenjem online rezervacija zaposlenici hotela više ne moraju ručno odgovarati na svaki upit dobiven putem e-pošte ili pak telefonski. Instalirani softver online rezervacija administraciju prikupljenih podataka obavlja umjesto vas. Pomoću lakše administracije, zaposlenicima ostaje više vremena za druge zadatke, a omogućuje i lakšu organizaciju posla kao i učinkovitije obavljanje zadataka. Produktivnost se povećava, a povećanjem produktivnosti povećava se u konačnici i poslovanje samog hotela.

Uz administraciju dobivenih podataka, prikupljane istih često je predstavljalo jedan zahtjevan zadatak hotelu. Gosti očekuju vrhunsko iskustvo, često personalizirano, a bez softvera koji će vam omogućiti pregled svih potrebnih podataka, zaposlenici sve moraju prikupljati ručno, odnosno većinom telefonskim putem. Korištenjem online rezervacijskog sustava podaci se prikupljaju na lak način, a hotelskom osoblju omogućen je pristup svim relevantnim informacijama o prošlim, trenutnim, ali i budućim gostima hotela. Osim što se povećava korisnička usluga za goste, hotelu se otvara prostor za poboljšanje marketinga i drugih komponenata koje će privući nove goste. ⁴²

⁴¹Les Roches: Hospitality digital marketing, dostupno na: <https://lesroches.edu/blog/hospitality-digital-marketing/>, pristupljeno 15.4.2023.

⁴² Site Minder: Hotel Reservation System: Everything You Need to Know, dostupno na: <https://www.siteminder.com/r/hotel-reservation-system/#-online-hotel-reservation-system>, pristupljeno 15.4.2023.

3.3.4. Povećanje prihoda

Cilj svakog poslovanja je ostvariti što veći prihod. Prihod u hotelijerstvu najviše ovisi o broju gostiju koji su u ovom slučaju glavni kriterij prema kojemu hotel okreće svoje poslovanje. Kao što je već spomenuto, u tradicionalnom načinu oglašavanja, ako hotel posjeduje jednu telefonsku liniju omogućeno je ostvariti samo jednu rezervaciju tijekom tog poziva. Osim što proces zahtijeva više osoblja kojima se mora isplatiti plaća, ovakvim načinom se vrlo lako može izgubiti veliki broj klijenata te stvoriti vrlo loše korisničko iskustvo. Jedna od glavnih prednosti online rezervacijskog sustava u hotelijerstvu je povećanje prihoda. Klijent više nema potrebu zvati hotel nekoliko puta dnevno kako bi rezervirao svoju sobu, saznao sve pogodnosti i slično, već pomoću par klikova sazna sve što mu je potrebno. Povećanjem kapaciteta rezervacija ostvaruje se puno veći prihod na kraju obračunskog razdoblja. Radnici postaju manje opterećeni rezervacijama, a njihovo novo slobodno radno vrijeme može se iskoristiti na neki drugi zadatak koji hotelu nosi drugu vrstu prihoda.⁴³

Povećanje prihoda također dovodi do još jednog velikog značaja online rezervacijskog sustava hotela – povećanje prodaje, koje se u ovom slučaju obavlja marketinškim putem. Digitalni marketing objašnjen je u prošlom potpoglavlju, a osim što omogućuje povećanje vidljivosti hotela i njegovu konkurentnost, uvelike utječe i na povećanje prodaje što u konačnici hotelu ostvaruje puno veće prihode.⁴⁴

Internetsko oglašavanje koriste gotovo svi hoteli, a svakome od njih glavno je pitanje kako povećati broj online rezervacija u svom hotelu. Naravno, kao i u svakoj tržišnoj utakmici, najveći broj gostiju privući će hotel koji je cjenovno najprihvatljiviji. Gosti će u velikom broju slučajeva kao svoj prvi kriterij odabira staviti omjer cijene i kvalitete hotela kojeg pretražuju. Zato je vrlo bitno razraditi marketinšku strategiju koja će pomoću online rezervacija korisnicima pružiti zanimljiv prikaz hotela, zaintrigirati ih da posjete web mjesto te u konačnici odluče rezervirati upravo vaš hotel. U povećanju prihoda hotela online rezervacijski sustav ima veliki utjecaj jer hotelu omogućuje procvat kakav nije bio moguć korištenjem tradicionalne tehnologije kao i tradicionalnih načina rezervacija.⁴⁵

⁴³ Amerigo, (2021): What are the advantages of an online hotel booking system?, dostupno na: <https://amerigovoyage.com/blog/advantages-of-online-hotel-booking-system>, pristupljeno 15.4.2023.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

3.3.5. Mogućnost rezervacije 24 sata dnevno i rezervacije putem mobilnog telefona

Online rezervacijama omogućeno je rezerviranje smještaja od strane velikog broja ljudi u isto vrijeme i isti dan, što je telefonskim rezervacijama nikako nije bilo moguće. Hotelijeri su prilikom prelaska na online sustav rezervacija odabrali softver koji omogućuje korištenje njihovog web u bilo kojem gradu na svijetu koji ima pristup internetskoj vezi. Osim rezervacije putem stolnog i prijenosnog računala, online rezervacijski sustav većinom je prilagođen mobilnim uređajima iz čega proizlazi još jedan veliki značaj ovakvog oblika sustava rezervacija.⁴⁶

Hotele osim obitelji na putovanjima također u velikom broju koriste poslovni ljudi koji su često u gužvi, a svoj hotelski smještaj žele rezervirati na brz način i to putem svog pametnog telefona kojeg uvijek imaju uz sebe. Klijentima to omogućuje veliku slobodu s kojom su oni zadovoljni. Sami će odlučiti kako i kada žele odraditi rezervaciju, a bez puno muke odabrati će svoj smještaj u samo nekoliko minuta. Ovakav značaj online rezervacijskog sustava predstavlja potrebu za konstantnim ažuriranjem podataka kao i prikazivanjem transparentnih i pravovremenih podataka, osobite cijene, jer u niti jednom trenutku hotel ne može znati iz kojeg grada na svijetu ih netko pretražuje.⁴⁷

3.3.6. Manji rizik dvostrukih rezervacija

Online rezervacijski sustav uvelike pomaže hotelskom poslovanju, a osim što mu omogućuje već navedene prednosti, smanjuje mu rizik od jednog od vrlo bitnih problema za hotelijerstvo – duple rezervacije iste sobe. Dvostruke rezervacije nisu strani pojam u hotelskoj industriji, a korištenjem softvera, rizik od događanja istih smanjuje se u velikom postotku. Kada se uspostavi sustav online rezervacija, više ne postoji ručno ažuriranje podataka, već se podaci ažuriraju automatski i to pomoću softvera koji to obavlja u stvarnom vremenu. Rizik duplog bukiranja soba smanjuje se u zaista velikoj količini, no, ne možemo reći da i dalje ne postoji.⁴⁸

⁴⁶ Hospitalitynet, (2022): Why is the reservation system important for your hotel, dostupno na: <https://www.hospitalitynet.org/news/4109103.html>, pristupljeno 16.4.2023.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Site Minder: Hotel Reservation System: Everything You Need to Know, dostupno na: <https://www.siteminder.com/r/hotel-reservation-system/#-online-hotel-reservation-system>, pristupljeno 15.4.2023.

3.3.7. Manji rizik gubljenja podataka

Prilikom rezervacije smještaja gost hotela unosi sve potrebne podatke kao što su ime i prezime, vrijeme dolaska, odabrane dodatne usluge i slično. Podaci koje su korisnici unijeli prilikom online rezervacije ostaju pohranjeni u softveru te su dostupnim svim zaposlenicima. Na ovakav način smanjuje se šansa da se relevantni podaci izgube te se povećava evidencija dolazaka i odlazaka gostiju.⁴⁹

3.3.8. Recenzije

Svaka od navedenih stavki u prethodnim poglavljima hotelu omogućuje bolje poslovanje, a ono što je najbitnije, klijentu pruža vrhunsku, personaliziranu uslugu. Vrhunska usluga jedna je od najbitnijih stavki koja se najviše ogleda u recenzijama. Recenzije su također omogućene nakon uvođenja online sustava rezervacije, a mogu biti dobre ili loše. To je u pravilu mišljenje gosta koji je posjetio određeni hotel, a objavi ju online. Objaviti ju može na hotelskoj web stranici, ali jednako tako i na drugim web mjestima kao što su društvene mreže, forumi i slično. Na temelju online recenzije veliki broj drugih ljudi odlučuje hoće li posjetiti određeni hotel ili ne. Zato je vrlo bitno pružiti hotelsku uslugu koja će gosta inspirirati da hotel ocijeni s odličnom recenzijom koja neće utjecati na hotelsko poslovanje u negativnom smislu. Bitno je uzeti u obzir i sam broj recenzija. Ako hotel ima puno recenzija, potrebno ih je pregledati, jer u raznim situacijama ljudi budu nezadovoljni jednom od velikog broja usluga i ostave lošu recenziju na temelju tog jednog iskustva. Zato je dobro uzeti u obzir količinu dobrih i količinu loših recenzija. S druge strane, pojavljuje se i problem hotelima koji imaju nedostatak recenzija.⁵⁰

Prilikom upisa imena hotela u Google pretraživač, recenzije se pojavljuju odmah pored glavnih informacije koje pruža Google kao što su adresa hotela i fotografije. Klijenti recenziju mogu ostaviti u obliku zvjezdice, ali jednako tako i napisati svoje mišljenje. Na temelju ostavljenih zvjezdica, Google radi prosječnu vrijednost recenzija koja je svim ljudima vidljiva, ali jednako tako prikazuje i broj ostavljenih recenzija.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Preno: Reviews for your hotel: Why they're important and 8 ways to secure them, dostupno na: <https://prenoHQ.com/blog/reviews-for-your-hotel-why-theyre-important-and-8-ways-to-secure-them/>, pristupljeno 16.4.2023.

Zaključak

Hotel je ugostiteljski objekt koji ljudima pruža uslugu smještaja uz druge usluge zabave, rekreacije hrane i pića. Hotele možemo podijeliti prema razini usluge - ekonomska usluga, srednja usluga i vrhunska usluga, ali jednako tako i drugim kriterijima kao što su lokacija, vlasništvo, ponuda i sama veličina hotela. Uz sam hotel usko vezani pojam je pojam hotelijerstva koji predstavlja tercijarnu djelatnost turizam. Turizam je jedna od najznačajnijih djelatnosti u Republici Hrvatskoj, a uz zdravstvo, svake godine zapošljava najveći broj ljudi te ostvaruje najveće prihode. Usluge hotelijerstva su neopipljive, vremenski nedjeljive te ih nije moguće skladištiti.

Razvoj hotelijerstva vezan je uz Englesku u 18. stoljeću, a riječ hotel označavala je smještajni objekt u Londonu. U Republici Hrvatskoj, razvoj hotelijerstva vežemo uz grad Opatiju koji se smatra začetnikom samog hotelijerstva. Villa Abbazia, danas Angiolina, smatrala se prvom građevinom takve namjene, no ipak nije bila registrirana kao hotel. Prvi registrirani hotel- svratište u Republici Hrvatskoj otvorio se na otoku Hvaru. No, hotelijerstvo kakvo poznajemo danas najviše vežemo uz gradnju hotela Kvarner u Opatiji kao i zagrebačkog hotela Esplanade koji je i danas jedan od elitnijih i luksuznijih hotela u državi.

Hotele dijelimo u hotele za odmor i hotele za poslovne svrhe, a možemo ih podijeliti i prema kapacitetu smještaja. Mali hoteli su hoteli koji zaprimaju do 150 osoba, srednji hoteli mogu zaprimiti od 151 do 400 osoba, veliki pružaju smještaj za 401 do 1500 osoba, a oni najveći, mega hoteli imaju smještaj za više od 1500 gostiju. Hotele također možemo podijeliti i prema vlasništvu, a razlikujemo obiteljske, vlasničke, neovisne, hotele u franšizi te danas najzastupljenije hotele čije je poslovanje temeljeno na ugovoru o menadžmentu.

Hotelijerstvo je djelatnost u kojoj veliku ulogu ima rezervacijski sustav pomoću kojega gosti rezerviraju svoj smještaj. Rezervacijski sustav je računalni sustav koji gostima omogućuje rezervaciju smještaja na određeni datum i uz određene pogodnosti. Danas najzastupljeniji oblik rezervacijskog sustava je online rezervacijski sustav. Osim putem svoje web stranice, online rezervacijski sustav hotelu omogućuje popunjavanje kapaciteta i putem turističkih posrednika za online rezervacije kao što su Booking.com i Trivago. Prilikom digitalizacije i tehnološkog razvoja razvile su se tri informacijske tehnologije u hotelijerstvu, a to su kompjuterski rezervacijski sustav - CRS, globalni distribucijski sustav - GDS te Internet.

Hotelijerima je vrlo bitno za znati kako se korisnici Interneta svaki dan povećavaju, a njihovo iskustvo najviše se temelji na brzini i efikasnosti odrađivanja određenog posla putem mobilnog uređaja, stolnog ili prijenosnog računala te tableta. Jedna od glavne prednosti online rezervacijskog sustava je mogućnost pristupa rezervacijama s bilo kojeg uređaja koji je spojen na Internet, a jednako tako i iz bilo kojeg kraja svijeta. Korištenjem online rezervacija hotela se smanjuje vrijeme koje je prije bilo utrošeno na tradicionalni način rezerviranja putem telefona. Korisnici su tražili personaliziranu uslugu i zaposlenicima hotela krali vrijeme putem telefona, a ako hotel posjeduje samo jednu telefonsku liniju, drugi klijenti mu nisu mogli pristupiti. Korištenjem online rezervacijskog sustava povećava se kapacitet rezervacija te smanjuje trošenje vremena na ručnu obradu istih. Osim same štednje vremena, ovakvih oblikom rezervacija hoteli povećavaju svoju vidljivost. Online rezervacijama hoteli su usko vezani i uz digitalni marketing koji je za ovakvu vrstu djelatnosti jako bitan. Neophodan je za sve industrije, a omogućuje da uz pomoć digitalnih kanala i online alata hoteli promoviraju svoje proizvode i usluge i to najčešće putem društvenih mreža i e-pošte. Lako prikupljanje, kao i administracija podataka još je jedna velika prednost korištenja ovakvog oblika rezervacijskog sustava. Administracija podataka obavljala se ručno, dok je prikupljanje podataka za hotele znalo predstavljati veliki problem. Na ovakav način, gost prilikom ulaska u online rezervaciju navodi sve potrebne podatke koje softver sprema i stvara dostupnima zaposlenicima hotela. Iz toga proizlazi još jedna prednost, a to je manji rizik od gubljenja svih relevantnih podataka o prošlim, trenutnim i budućim klijentima koji su sada pohranjeni u online softveru. S obzirom da je cilj svakog poslovanja ostvarivanje što većeg prihoda, povećanje prihoda korištenjem online rezervacija možemo nazvati najbitnijim značajem. Odbacivanjem tradicionalnog načina rezerviranja telefonom, hotelu se pruža veći kapacitet rezervacija jer sada ljudi u isto vrijeme mogu biti na web stranici hotela ili partnera i odraditi svoju rezervaciju čime se automatski povećavaju prihodi hotela. Smanjenjem posla zaposlenika koji su sada slobodni za odrađivanje drugih zadataka koji također mogu donijeti druge prihode hotelu. Povećanje prihoda popraćeno je i mogućnosti rezervacije hotelskog smještaja 24 sata dnevno, neovisno je li hotel otvoren ili nije. Manji rizik dvostrukih rezervacija pozitivan je za sve hotelijere. Online rezervacijski sustav temelji se na softveru koji podatke ažurira u stvarnom vremenu te smanjuje mogućnost duplog bukiranja sobe na minimalnu razinu. Svaka od navedenih stavki značajna je za poslovanje hotela, a događa se uvođenjem online rezervacijskog sustava. Uz uvođenje takvog oblika rezervacija vežu se i recenzije koje se ostavljaju online na Googl-u, webu hotela, društvenim mrežama i forumima. Pomoću pozitivnih recenzija hotel može privući veliki broj gostiju, pa je vrlo bitno da konstantno radi na unaprjeđenju svoje usluge i poslovanja.

Iz svega navedenog možemo zaključiti kako online rezervacijski sustav ima veliki značaj za poslovanje svih hotela, a osim što je prijeko potreban za korištenje, donosi mnoge pogodnosti koje će olakšati posao hotelijerima i drugim zaposlenicima hotela. Omogućuje efikasnije obavljanje posla, ali i veću produktivnost koja je vrlo bitna za hotelsko poslovanje.

Bibliografija

- Amadeus: Global Report 2021., dostupno na: <https://corporate.amadeus.com/documents/en/resources/corporate-information/corporate-documents/global-reports/2021/amadeus-global-report-2021.pdf>, pristupljeno 13.4.2023.
- Amadeus: Insights, dostupno na: <https://amadeus.com/en/insights/white-paper/open-the-door-to-opportunity#modal1067520769>, pristupljeno 14.4.2023.
- Amadeus: Online travel agencies, dostupno na: <https://amadeus.com/en/industries/online-travel-agencies#challenges>, pristupljeno 14.4.2023.
- Amerigo, (2021): What are the advantages of an online hotel booking system?, dostupno na: <https://amerigovoyage.com/blog/advantages-of-online-hotel-booking-system>, pristupljeno 15.4.2023.
- Bakan, R., (2003): Organizacija i poslovanje ugostiteljskih objekata: nastavni materijal, Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici
- Baleta, T., (2019): Organizacija poslovanja u hotelu Marvie, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split
- Booking.com, dostupno na: https://www.booking.com/content/about.en-gb.html?auth_success=1, pristupljeno 11.4.2023.
- Borić, V. J., Bilušić Dumbović B., (2017): Vila Angiolina i vrtlarija s gospodarskim zgradama, Ministarstvo kulture RH, str. 107
- Bosilj Vukšić, V., (2012): Poslovna informatika, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb str. 184
- Bunja, Đ., (2008): Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu: hotel i hotelijerstvo, Zagreb: Školska knjiga, str. 84.
- Cerović, Z., (2010): Hotelski menadžment, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 63
- ColorWhistle: Computer reservation system, dostupno na: <https://colorwhistle.com/computer-reservation-system/>, pristupljeno 11.4.2023.
- DataReportal: Global overview, dostupno na: <https://datareportal.com/>, pristupljeno 13.4.2023.
- DataReportal: Global overview, dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>, pristupljeno 15.4.2023.

- Enuke: Galiloe vs Amadeus vs Travelport vs Sabre – Difference and Comparision, dostupno na: <https://www.enukesoftware.com/blog/galileo-vs-amadeus-vs-travelport-vs-sabre-difference-and-comparision.html>, pristupljeno 14.4.2023.
- Future Marketing Insights: GDS technology sector outlook, dostupno na: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/gds-technology-sector-outlook>, pristupljeno 28.5.2023.
- Galičić, V., (2017): Poslovanje hotelskoga odjela smještaja, Sveučilište u Rijeci, Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 51.
- Galičić, V., Šimunić, M., (2006): Informacijski sustavi i elektroničko poslovanje u turizmu i hotelijerstvu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 101-433
- Garbin Praničević, D., Pivčević, S., Garača, Ž. (2010): Razvijenost informacijskih sustava velikih poduzeća u Hrvatskoj. Acta Turistica Nova, str 120-150
- Global Distribution System market size, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1309524/global-distribution-system-market-size/>, pristupljeno 1.6.2023.
- Hospitalitynet, (2022): Why is the reservation system important for your hotel, dostupno na: <https://www.hospitalitynet.org/news/4109103.html>, pristupljeno 15.4.2023.
- Les Roches: Hospitality digital marketing, dostupno na: <https://lesroches.edu/blog/hospitality-digital-marketing/>, pristupljeno 15.4.2023.
- Lufthansa Systems, dostupno na: <https://www.lhsystems.com/>, pristupljeno 13.4.2023.
- Medium.com: Airlines Flight Multi GDS, dostupno na: <https://medium.com/@kreatifcode/amadeus-sabre-api-integration-multi-gds-java-sdk-22e16a056338>, pristupljeno 13.4.2023.
- MegaBooker: Hotelski rezervacijski sustav, dostupno na: <https://megabooker.hr/zastovsakom-hotelu-treba-hotelski-rezervacijski-sustav/>, pristupljeno 11.4.2023.
- Povijest hrvatskog turizma, dostupno na: <http://www.otok-hvar.com/hr/povijest-hvarskog-turizma-kroz-stare-razglednice>, pristupljeno 10.4.2023.
- Preno: Reviews for your hotel: Why they're important and 8 ways to secure them, dostupno na: <https://prenohq.com/blog/reviews-for-your-hotel-why-theyre-important-and-8-ways-to-secure-them/>, pristupljeno 16.4.2023.

- Radišić Berc, B., (2002): Tržišno pozicioniranje hotelskih usluga, Tourism and hospitality management, str. 14
- Roomraccoon: Kako funkcionira hotelski smještaj, dostupno na: <https://roomraccoon.hr/blog/kako-funkcionira-hotelski-rezervacijski-sustav/>, pristupljeno 11.4.2023.
- Site Minder: Hotel Reservation System: Everything You Need to Know, dostupno na: <https://www.siteminder.com/r/hotel-reservation-system/#-online-hotel-reservation-system>, pristupljeno 15.4.2023.
- SiteMinder: Global distribution system, dostupno na: <https://www.siteminder.com/r/global-distribution-system/>, pristupljeno 13.4.2023.
- Statista, (2023): Hotel industry worldwide – statistics and facts, dostupno na: <https://www.statista.com/topics/1102/hotels/#statisticChapter>, pristupljeno 15.4.2023.
- Statista: Smart hospitality market size, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1252565/global-smart-hospitality-market-size/>, pristupljeno 15.4.2023.
- Statista: Total visits to booking website, dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1294912/total-visits-to-booking-website/>, pristupljeno 1.6.2023.
- Stojković, M., (2012): Osnovni pojmovi u ugostiteljstvu, dostupno na: www.turizamiputovanja.com/osnovni-pojmovi-u-ugostiteljstvu/ pristupljeno 10.4.2023.
- Tech reservation and online booking market share, dostupno na: <https://6sense.com/tech/reservation-and-online-booking/vrbo-market-share>, pristupljeno 1.6.2023.
- Tourism notes: Hotels, dostupno na: <https://tourismnotes.com/hotels/>, pristupljeno 11.4.2023.
- Travelport: Company history, dostupno na: <https://www.companieshistory.com/travelport/>, pristupljeno 14.4.2023.
- Trivago, dostupno na: <https://www.mobileappdaily.com/app-review/trivago-app-review>, pristupljeno 11.4.2023.

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1: Usporedni prikaz globalno distribucijskih sustava	21
Tablica 2: Razvoj GDS-a u Njemačkoj, Indiji i Kini	22
Tablica 3: Tržišni udio online rezervacijskih sustava	23
Tablica 4. Posjećenost online rezervacijskih sustava	24

Grafikoni

Grafikon 1: Razina usluge u hotelima	4
Grafikon 2: Podjela hotela prema ostalim kriterijima	4
Grafikon 3: Osnovne funkcije CRS-a	16
Grafikon 4: Veličina industrije GDS-a u svijetu s predviđanjem za 2029. godinu	18

Slike

Slika 1: Vila Angiolina 1883. godine	7
Slika 2: Prvi hotel u Republici Hrvatskoj	8
Slika 3: Posrednici Trivago i Booking.com	14
Slika 4: Neki od svjetskih globalnih distribucijskih sustava	19
Slika 5: Primjer Google recenzije Valamar Riviera Hotel & Residence	33