ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U HOTELIMA S PODRUČJA ŠIBENSKO - KNINSKE ŽUPANIJE

Gospodnetić, Leo

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:624359

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U HOTELIMA S PODRUČJA ŠIBENSKO - KNINSKE ŽUPANIJE

Mentor:

Doc. dr. sc. Daniela Garbin Praničević

Student:

Leo Gospodnetić

Split, kolovoz, 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD ... 3

1.1. Ciljevi rada ... 3

1.2. Metode rada ... 3

1.3. Struktura rada ... 4

2. DRUŠTVENE MREŽE U HOTELIJERSTVU ... 5

2.2. Razvoj društvenih mreža ... 7

2.3. Facebook ... 8

2.4. Twitter ... 9

2.5. TripAdvisor ... 10

2.6. Expedia ... 11

2.7. Booking ... 12

3. ISTRAŽIVANJE NA TEMU RADA: HOTELI U ŠIBENSKO - KNINSKOJ ŽUPANIJI **13**

3.1. Hoteli Solaris ... 13

3.1.1. Facebook ... 13

3.1.2. Twitter ... 14

3.2.2. Tripadvisor ... 15

3.1.4. Expedia ... 19

3.1.5. Booking ... 19

3.2. Hotel Marina Frapa ... 19

3.2.1. Facebook ... 20

3.2.2. Twitter ... 20

3.2.3. Tripadvisor ... 21

3.2.4. Expedia ... 21

3.2.5. Booking ... 22

3.3. Hotel Olympia ... 23

3.3.1. Facebook ... 23

3.3.2. Twitter 24
3.3.3. Tripadvisor 25
3.3.4. Expedia 26
3.3.5. Booking 27
3.4. Hotel Punta 28
3.4.1. Facebook 28
3.4.2. Twitter 28
3.4.3. Tripadvisor 29
3.4.4. Expedia 30
3.4.5. Booking 31
3.5. Hotel Gili Lankanfushi 32
3.5.1. Facebook 32
3.5.2. Twitter 33
3.5.3. Tripadvisor 33
3.5.4. Expedia 34
3.5.5. Booking 35
3.6. Hotel Congo Palace Glyfada 36
3.6.1. Facebook 36
3.6.2. Twitter 37
3.6.3. Tripadvisor 37
3.6.4. Expedia 38
3.6.5. Booking 39
4. INTERPRETACIJA REZULTATA 40
5. ZAKLJUČAK 40
LITERATURA 41
POPIS TABLICA I SLIKA 42
Popis tablica 42
Popis slika 43
SAŽETAK 45
SUMMARY 45

1. UVOD

U ovom završnom radu osvrnut će se na to kako se hoteli u Šibensko - kninskoj županiji koriste društvenim mrežama u svom radu te kroz to vidjeti koliko su one bitne. Također, usporedit će se i praksa u stranim hotelima po pitanju korištenja društvenih mreža. U današnjem svijetu, koji je postao "globalno selo" zahvaljujući internetu, vrlo je važno pozicionirat se na njemu pa tako i na najpopularnijim društvenim mrežama da bi se bilo prisutno među potencijalnim klijentima te ih se pravodobno informiralo o tome što i kako hotel nudi. Osim što ne iziskuju veliki trošak, društvene mreže su posebne po tome što su dostupne uvijek klijentima za informiranje.

U prvom dijelu istražit će se koje to društvene mreže su najzastupljenije u sektoru turizma i hotelijerstva te njihov razvoj i način funkcioniranja.

U drugome dijelu analizirat će se određeni hoteli iz Šibensko - kninske županije te način kako oni koriste društvene mreže i pregled i izgled njihovih društvenih mreža. Također, usporedit će se s određenim stranim hotelima.

1.1. Ciljevi rada

Cilj ovog rada je provjeriti kako funkcioniraju društvene mreže koje koriste hoteli u svome poslovanju te analizirati one najznačajniji. Također, cilj je i vidjeti jesu li hoteli Šibensko - kninske županije dobro iskoristili društvene mreže te rade li to strani hoteli bolje.

1.2. Metode rada

Metode rada koje će se koristiti u ovome radu su:

Metoda analize - analizirat će se izgled određenih društvenih mreža te ono što hotel nudi preko njih, sadržaj i ostale informacije.
Metoda sinteze - navesti ulogu društvenih mreža te njihove koristi za hotele.

Komparativna metoda - usporedit će se hoteli u Šibensko - kninskoj županiji i neki strani hoteli te će se kroz to bolje dobiti uvid mogu li hoteli Šibensko - kninske županije unaprijediti svoje korištenje društvenih mreža.

1.3. Struktura rada

Rad se sastoji od uvoda, u kojem je objašnjeno koji su ciljevi, metode i struktura rada. U idućem dijelu piše se o razvoju interneta, društvenih mreža te će se opisati neke društvene mreže. Slijedeći dio analizira izgled i korištenje tih društvenih mreža od strane hotela. Na kraju je usporedba rezultata te zaključak i navodi o korištenoj literaturi.

2. DRUŠTVENE MREŽE U HOTELIJERSTVU

2.1. Razvoj interneta

Internet je u svom izvornom obliku oznaka za skupinu računalnih mreža koje su povezane na dogovornoj osnovi te izmjenjuju podatke internetskim protokolom. Znači, internet nije ni pravna osoba ni tehnička infrastruktura nego samo dogovor. Također, on nema vlasnika niti upravno tijelo. Vlasništvo postoji samo na pojedinim dijelovima interneta odnosno na pojedinim mrežama. Internet dakle, nema ni hijerarhiju ni u organizaciji ni u infrastrukturi ni u tehnologiji. On je prekretnica u ljudskoj tehnologiji ali i u načinu života. Prije postojanja interneta su postojale računalne mreže, no građene i konstruirane su poslije njegovog nastanka.

Povijest interneta i njegov nastanak je kratak i zanimljiv. Nastao je križanjem visoke znanosti i vojnih istraživanja. Glavna sjecišta tih pravaca odakle je nastao internet su sveučilišni centri i instituti intelektualnih usluga te programi usmjereni na obranu države. Njegov izvor snage bila je otvorenost arhitekture interneta a do njega je dolazilo kako su korisnici sami oblikovali mrežu i postajali proizvođači tehnologije.

Tijekom 60-ih godina prošlog stoljeća počinje stvaranje interneta stvaranjem računalne mreže APANET. Agenciju za napredne istraživačke projekte (ARPA) osnovalo je američko Ministarstvo obrane za ostvarivanje vojne nadmoći nad SSSR-om. Internet je nastao kao produkt vojnih potreba. Robert Kahn iz ARPA-a i Vincent Cerf napisali su 1973. članak i u njemu su iznijeli osnove arhitekture interneta. Bio im je potreban standardni komunikacijski protokol koji se zove TCP a on je izumljen 1973. na standfordskom seminaru. Cerf, Postel i Crocker su 1978. godine TCP podijelili na dva protokola dodavši mu protokol unutar mreže (IP). Time je stvoren TCP/IP protokol standard te se na njemu danas temelji internet. . 1980-ih godina komercijalizira se internetska tehnologija te se financiraju američki proizvođači od strane Ministarstva obrane SAD-a. Proizvođači uključuju TCP/IP u svoje protokole. Na početku 90ih su mnogi internet dobavljači izgradili svoje mreže te tako postavili ulaze na komercijalnoj osnovi. Nakon toga internet je počeo rasti kao globalna računalna mreža

Rezultat masovnog umrežavanja je ovakav internet kakav poznajemo danas. Uz APANET spomenut treba i BSS koji je nastao 70-ih godina kad su dva studenta iz Chicaga, Ward Christensen i Randy Suess napisala program MODEM koji dopušta prijenos datoteka između osobnih računala. UNIX je operativni sustav koji je razvijen 1974. I namijenjen je radu na sveučilištima. Omogućava kopiranje datoteka s jednog računala na drugo. Na osnovama UNIX-a 1991. Linus Torvalds je razvio novi operativni sustav Linux te ga distribuirao putem interneta i pozvao korisnike da ga sami unaprijede. Najnapredniji operativni sustav danas je upravo Linux

Važan korak koji je donio revoluciju u razvoju interneta je program za pretraživanje World Wide Web koji je razvio Tim Barnes Lee zajedno s Robertom Cailliauom. On se temelji na HTLM programskom jeziku uz pomoć kojeg se ptretvaraju tekst,s like i drugi izvori u stranice hiper teksta koje se može čitati pomoću WWW preglednika. WWW je imao mnogo modifikacija među kojima je najvažnija *Mosaic*kojem su dodane usavršene grafičke mogućnosti što je omogućilo slanje i primanje slika putem interneta. Time se olakšao pristup podacima, što je potaknulo nastanak brojnih internetskih stranica u vrlo kratkom roku. Tako su se na internetu pojavili planovi grada, stranice svjetskih burzi, knjižnica, raznih institucija i osobne stranice pojedinaca. Prvi komercijalni pretraživač, Netscape Communicator, objavljen je na internetu 1994. godine. Godinu dana kasnije tvrtka Microsoft konačno otkriva internet te u sklopu operativnog sustava Windows 95 predstavlja svoj pretraživač Internet Explorer. Glavna konkurencija Microsoftu, Netscape, implementirao je u svoj pretraživač Javu te objavljuje izvorni kod svog pretraživača putem interneta. Internet je sredinom 90-ih privatiziran a sva računala diljem svijeta su umrežena, dok je WWW moga funkcionirati samo uz pomoć softvera odnosno pretraživača

2.2. Razvoj društvenih mreža

Društvene mreže (social network)su relativno nov pojam u svijetu interneta. To su besplatni servisi putem kojih je korisnicima omogućeno komuniciranje sa svijetom. Danas se društvenim mrežama koriste stotine milijuna ljudi te postoje i određeni servisi s posebnom namjenom. Pretečama današnjih društvenih mreža smatraju se sustavi BBSs (engl. bulletin board systems) koji se pojavljuju 1980-ih godina. Krajem 80-ih i početkom 90-ih godina pojavljuju se desktop aplikacije CompuServe, Prodigy i AOL koje su omogućile korisnicima spajanje na Internet, kreiranje osobnih profila, chat, te slanje javnih ili privatnih poruka. Od 1995. godine društvene mreže postaju dominantno mrežne ili web aplikacije što je posljedica porasta popularnosti servisa world wide web. Prvi primjeri društvenih mreža bili su namijenjeni užoj populaciji. 1995. godine nastaju društvene mreže Classmates.com i Match.com. Od 2002. Godine došlo je do naglog porasta i napretka u društvenim medijima. Prvi primjeri društvenih mreža nisu bili za široke mase već za određene skupine ljudi. Tada je nastao Friendster a vlasnik je odbio ponudu Google-a od 30 milijuna američkih dolara za prodaju. Friendster gubi na popularnosti u SAD-u, no privukao je korisnike iz azije te danas ima 90 milijuna korisnika. . 2003. godine pojavljuje se MySpace koji do 2006. godine postaje najpopularnija društvena mreža na svijetu. Ima mogućnosti veće personalizacije profila te se time razlikovao od konkurencije. Iste godine nastaje profesionalna društvena mreža Linkedin. 2005. godine Mark Zuckerberg je pokrenuo danas najpopularniju društvenu mrežu na svijetu – Facebook. . Na početku namijenjena samo studentima Harvarda, počinje privlačiti korisnike s drugih američkih fakulteta dok je danas koristi cijeli svijet. 2006. Nastao je Twitter, društvena mreža za microblogging odnosno namijenjena za slanje kratkih poruka. Uz Facebook, Twitter je najrasprostranjenija društvena mreža na svijetu. Uz Facebook, Twitter je najrasprostranjenija društvena mreža na svijetu.

2.3. Facebook

Facebook je internetska društvena mreža, koju je 2004. godine osnovao Mark Zuckerberg, bivši student Harvarda. Na početku Facebook su koristili samo studenti tako da bi mogli komunicirati međusobno i razmjenjivati informacije vezane uz fakultet ali i druge stvari. . Kasnije, mnoga druga sveučilišta, srednje škole i velike kompanije diljem svijeta priključile su se mreži. Danas ova web stranica ima više od 1.230 000 000 aktivnih korisnika.

Na Facebook se dodaje mnoštvo fotografija te se procjenjuje da dnevno na njemu bude objavljeno 14 milijuna fotografija.

Najveća ekspanzija odnosno rast Facebooka se dogodio nakon 2006. godine. Osim toga, važno je napomenuti kako je između svake značajnije ekspanzije tvrtka uvela neke tehničke novosti za sve bolje i lakše korištenje ovog servisa.

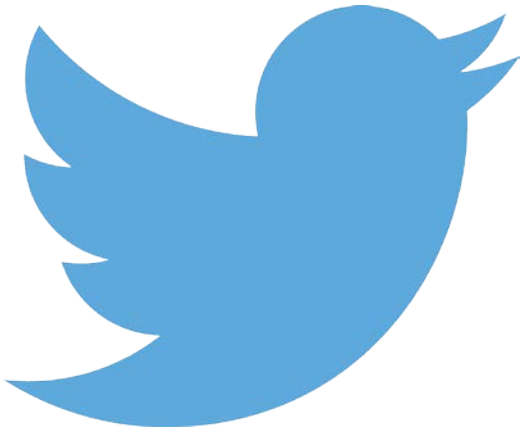


Slika 1: Facebook logo

2.4. Twitter

Twitter je društvena internetska mreža za microblogging, koja se koristi za slanje a ujedno i čitanje kratkih poruka koje su prema imenu mreže nazvane tweet-ovima.Maksimalan broj znakova u SMS porukama je 120 dok u onim tekstualnim je maksimalan broj znakova 140.. Twitter je pokrenut 2006. godine. Velik broj korisnika dolazi nakon zasićenja Facebookom i drugim kompliciranim i napornim društvenim mrežama s gomilom beskorisnih opcija, kvizova, testova i igara. Kod Twittera nema korištenja raznoraznih opcija poput postavljanja fotografija i videa , nego je stvoren samo za komuniciranje odnosno razmjenu poruka. Twitter kao vrsta ili žanr društvenoga softvera jest klasificiran kao microblogging platforma. Što je microblogging? Dakle, u ovom slučaju govorimo o pomaku u odnosu na klasično pisanje bloga. Korisnici microblogging platforme pišu kraće postove i u skladu s time i češće ažuriraju svoje statuse. Prema tome iz istih razloga zbog kojih smo pisali blog ćemo vjerojatno i koristiti neku microblogging platformu. Dakle, dijelit će se neke osobne stvari ili promovirati neke događaje ili neki rad.

Twitter je 14. najposjećenija web stranica, s 58,4 milijuna posjeta i godišnjim rasom od 949 posto. Stvarni broj korisnika je puno veći.



Slika 2: Twitter logo

2.5. TripAdvisor

TripAdvisor je društvena mreža odnosno specijalizirani web portal na kojem se objavljuju komentari nakon određenog putovanja ili sličnog iskustva. Komentari mogu biti pozitivni i negativni te time mogu utjecati na nekog drugog i njegovu odluku hoće li posjetiti neko mjesto ili ne. Ova društvena mreža broji preko milijun posjeta dnevno. Postoje četiri tipa ponude: destinacije, pružatelji smještaja, restorani i resursi. Hotelijeri mogu predstaviti svoju ponudu, razraditi je i objasniti gostu na način koji im se čini najbolji. Također mogu se staviti fotografije i video materijali koji naravno trebaju biti istiniti tako da se gost ne bi osjećao prevarenim, ali isto tako bi ih trebalo što bolje predstaviti da privuku štvo veći broj posjetitelja.



Slika 3: TripAdvisor logo

2.6. Expedia

Expedia je osnova 1996. godina kao dio Microsofta, a od 2005. godine je pod okriljem Expedia Inc grupacije gdje spadaju i hotels.com i tripadvisor. Preko expedie se može pretraživati ponuda i kupovati avio karte svih aviokompanija, rezervirati hotel, iznajmiti automobil, rezervirati krstarenje kao i mnoge turističke atrakcije. Može se uštedjeti i prilikom kombiniranja kupnje aviokarata i rezervacije hotela preko njihove stranice te se to preporuča. Po dizajnu stranice i ponude vidi se da se radi o online agenciji koja se vodi načelom da kupcu pruži najbolje iskustvo putovanja ikad. Efikasna je, logična, jednostavna za kupca turističkih aranžmana i moderno dizajnirana. Pomoću tražilice se unesu zahtjevi za željeno odredište te cijena hotelskog smještaja, avionskih letova ili unajmljivanja automobila. Potrebno je otvoriti račun koji se radi besplatno i potrebno je imati e - mail adresu za prijavu.

Stranica se može koristiti na 21 jeziku no nažalost ne i na hrvatskom. Unatoč tome stranica omogućava brzo i jednostavno planiranje putovanja te su njene cijene ponekad i do 50% niže nego u tradicionalnim agencijama.

Slika 4: Expedia logo

2.7. Booking

Booking je osnovao Geert-Jan Bruinsma u Amsterdamu 1996. On je uočio da bi mogao napraviti internetsku platformu koja će za cilj imati osiguravanje hotelima i iznajmljivačima rezervacije putem interneta za putnike diljem svijeta. U srpnju 2005. tvrtku je kupila The Priceline Group za 133 milijuna dolara te je kasnije spojena s ActiveHotels.com, europskom internetskom tvrtkom koju je The Priceline Group kupila za 161 milijun dolara. 2006. Active Hotels Limited mijenja ime u Booking.com Limited. Od gubitaka od 19 milijuna dolara u 2002. tvrtka je dosla do profita od 1.1 milijarde dolara u 2011. te je to proglašena jednom od najboljih internetski akvizicija u povijesti jer se nijedna druga kupnja na interetskom putničkom tržištu nije pokazala tako profitabilnom. Na mjestu izvršnog direktora tvrtke je Darren Huston koji tu od 2011. a 2014. je promaknut i u predsjednika tvrtke. On je nekadašnji zaposlenik Microsoft Corporationa. u kolovozu 2012. CTRIP.com International Ltd , kineska internetska putnička kompanija i Booking.com sklapaju partnerski ugovor.



Slika 5: Booking logo

3. ISTRAŽIVANJE NA TEMU RADA: HOTELI U ŠIBENSKO - KNINSKOJ ŽUPANIJI

3.1. Hoteli Solaris

Hotel Andrija dio je Solaris Beach Resorta te je jedan od njihovih najboljih hotela. Ima 4 zvjezdice. To je obiteljski hotel namijenjen djeci i njihovim roditeljima. Tu se nalazi i dječji bar, dječji restoran, raznorazni efekti vode te osoblje koje je kostimirano upravo za djecu. Također, postoji i vodeni park, minigolf, obiteljska plaža te wellness.

Hotel Ivan je moderno dizajnirani hotel s autentičnom dalmatinskom i šibenskom tematikom. U potpunosti je renoviran i luksuzno opremljen. Sobe su potpuno nove (superior, deluxe i connnected door). također, ima prostranu terasu i renovirani restoran.

Hotel Jure se nalazi u blizini borove šume i atraktivne plaže. Vrlo je jednostavan te se u blizini njega nalaze razni restorani, fast foodovi, slastičarne i sportski sadržaji

Hotel Niko nalazi se tik uz more te je okružen mediteranskom vegetacijom. Posljednji je u nizu od pet hotela.

Hotel Jakov smješten je u obiteljskom dijelu Resorta. U blizini je mora te ima mnoštvo sadržaja kao što su: vodeni park, dječji grad, wellness mediteranski centar, sportski sadržaji i ostalo.

3.1.1. Facebook

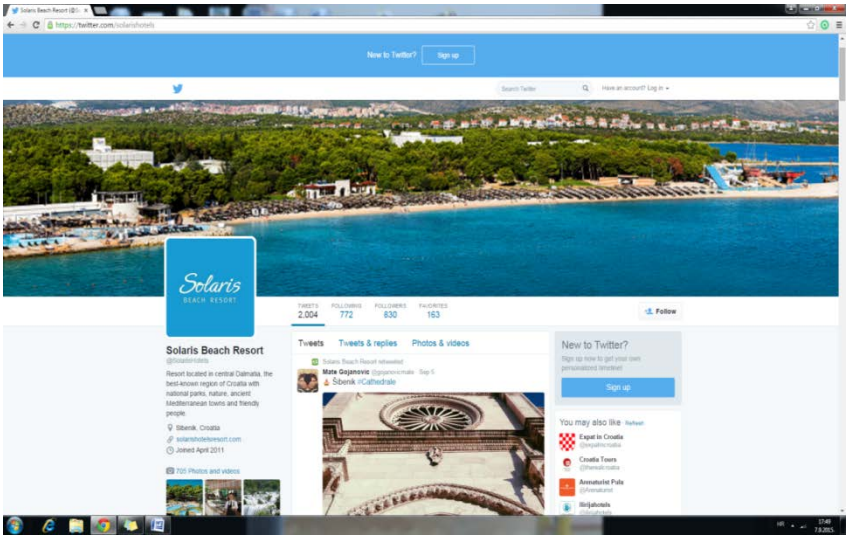
Na Facebooku na stranici Solarisa mogu se vidjet raznorazne slike iz hotela i raznih događaja koji su se događali u hotelu. Vidljivo je i da stranica ima 66 274 oznaka "Sviđa mi se" te 25 384 posjeta označenih na Facebooku. Mnoštvo je komentara od strane posjetitelja u kojima daju pozitivne i negativne kritike na njihov posjet hotelu. Prosječna ocjena koju je Solaris dobio je 4,5.



Slika 6: Hotel Solaris na Facebook-u

3.1.2. Twitter

Solaris Beach Resort može se naći na Twitteru. Vidljivo je da imaju 2 004 "tweetova" odnosno spominjanja u komentarima. Oni prate 772 profila dok njih prati 830. Na Twitteru se nalaze od travnja 2011. Može se vidjeti 705 slika i videa. Na većinu "tweetova" je odgovoreno.



Slika 7: Hotel Solaris na Twitter-u

3.2.2. Tripadvisor

Hotel Andrija na Tripadvisoru ima 171 komentar. U njima gosti hotela daju svoje ocjene i viđenje tog hotela za vrijeme njihovog boravka. Najčešće su dobri komentari u kojima hvale hotel Adrija kao pravi obiteljski hotel odnosno hotel za djecu. Može se vidjeti i 146 slika hotela. Ocjene hotela su:

Tablica 1: Ocjene gostiju hotela Andrija

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
91	42	22	10	6

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Što se tiče komentara odnosno recenzija, tipovi gostiju su:

Tablica 2: Segment gostiju hotela Andrija

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
125	13	4	0

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ocjena za sveukupni dojam je:

Tablica 3: Ukupne ocjene za hotel Andrija

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4,5	4	3,5	4,5	4	4,5

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Hotel Ivan ima 195 komentara odnosno recenzija. Tu se može naći i 696 slika hotela. Recenzije su većinom pozitivne no ima i negativnih. Ocjene su:

Tablica 4: Ocjene gostiju hotela Ivan

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
24	15	6	4	0

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Komentare su dali:

Tablica 5: Segment gostiju hotela Ivan

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
49	68	7	21

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ukupna ocjena je:

Tablica 6: Ukupne ocjene za hotel Ivan

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4,5	4	4	4	4	4.5

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Hotel Jure ima 138 recenzija. Tu se nalazi i 106 slika. Prevladavaju pozitivni komentari. Ima i 8 pitanja i odgovora u kojima je gostima odgovoreno na postavljena pitanja.Rejting koji su dobili je:

Tablica 7: Ocjene gostiju hotela Jure

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
57	42	23	9	7

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Recenzije su dali:

Tablica 8: Segment gostiju hotela Jure

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
52	38	1	7

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ukupne ocjene su:

Tablica 9: Ukupne ocjene za hotel Jure

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4,5	4	3,5	4,5	4	4,5

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Hotel Niko ima 169 recenzija i 125 slika. Tu se nalaze i 2 pitanja i odgovora. Ocjene za hotel su:

Tablica 10: Ocjene gostiju hotela Niko

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
68	44	34	13	10

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Među vrstom gostiju tablica izgleda ovako:

Tablica 11: Segment gostiju hotela Niko

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
70	36	5	6

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Što se tiče konačne ocjene, tablica izgleda ovako:

Tablica 12: Ukupna ocjene za hotel Niko

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4.5	4	3,5	4	4	4

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

U sklopu Solaris beach resorta postoji još i hotel Jakov. Na njegovom Tripadvisor profilu nalazi se 201 komentar te 88 slika uz 6 pitanja i odgovora. Ocjene su:

Tablica 13: Ocjene gostiju hotela Jakov

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
84	59	34	15	9

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Vrsta putnika koja je dala komentar su:

Tablica 14: Segment gostiju hotela Jakov

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
83	52	7	7

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ukupna ocjene su:

Tablica 15: Ukupna ocjene za hotel Jakov

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4	4	3,5	4,5	4	4,5

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

3.1.4. Expedia

Hotel Andrija na Expedia-i ima 89% preporuka što je vrlo dobro i ocjenu 4,2 od 5.

Hotel Ivan ima 80% preporuka što je također vrlo dobar te ocjenu 4,0 od 5.

Hotel Jure je ocijenjen kao dobar te mu je ocjena 3,8 od 5. Ima 19 recenzija.

Hotel Niko ima nešto slabiju ocjenu a ona je 3,4 od 5. Tu se nalazi i 14 komentara.

Hotel Jakov ocijenjen je ocjenom 3,3 od 5 uz 6 komentara.

3.1.5. Booking

Hotel Andrija ocijenjen je ocjenom izvanredan 9,1/10 a ocjena se temelji na 269 recenzija. Najviše ocjene je hotel dobio za čistoću (9,3).

Hotel Ivan na stranici Booking.com je ocijenjen ocjenom izvanredan 9/10 a ocjena se temelji na 295 recenzija. Gostima se najviše sviđa zbog: top lokacije (9,2), razloga za posjet kao što su stari grad, plaža i povijest te je dobio odlične ocjene za čistoću hotela (9,4).

Hotel Jure je dobio ocjenu vrlo dobar 8/10. Ocjena se temelji na 130 recenzija. Tu se nalazi i 37 slika hotela.

Hotel Niko je također dobio ocjenu vrlo dobar 8/10. Ima 159 recenzija te 46 slika hotela.

Hotel Jakov je dobio ocjenu vrlo dobar 8,4/10 koja je temeljena na 81 recenziji. Vidljivo je i 46 slika. U trenutku izrade ovog rada rezervacije za ovaj hotel nisu bile moguće.

3.2. Hotel Marina Frapa

U njemu se nalaze dva hotela; hotel Otok i hotel Kopno. Hotel Otok smjestio se na Zmajevom Otoku. Moderno je uređen i ima terasu s pogledom na more i panoramu. U njemu se nalazi 17 soba sa predsobljem, kupaonicom i terasom (površina sobe28m2 + 7m2 terase) i 3 apartmana s predsobljem, dnevnim boravkom, spavaonicom i kupaonicom (površina 40m2 + terasa 25m2). U hotelu Kopno nalazi se 17 luksuznih soba s predsobljem, kupaonicom i terasom

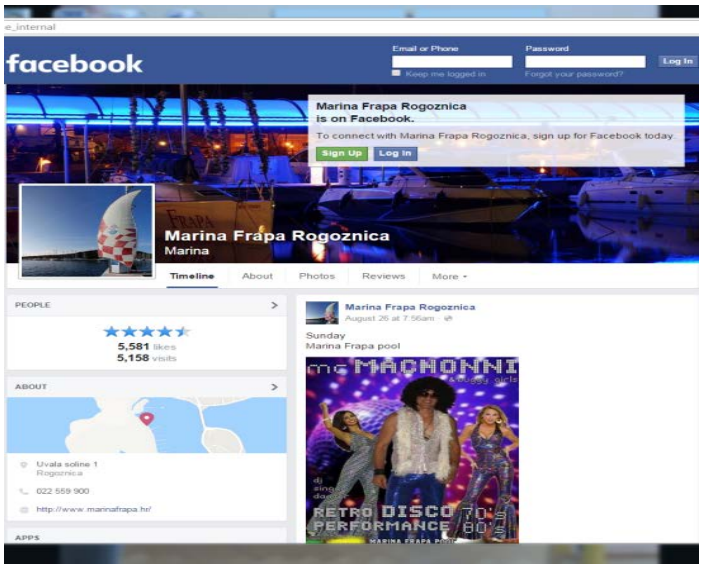
(površina sobe 28m2 + 9m2 terasa) i 4 apartmana s predsobljem, dnevnim boravkom, spavaonicom i kupaonicom (površina 49m2 + terasa 15m2).

U sklopu hotela nalazi se i travnati teren za tenis, teren za squash, kuglana, fitness dvorana, veliko šahovsko polje i prostorija sa stolovima za biljar. Također, u hotelskom kompleksu se nalazi i diskoteka te otvoreni bazen.

Vlasnik ovog hotelskog kompleksa je Franjo Pašalić. U skoroj budućnosti se planira izgradnja Frapa Resorta Medine, luksuznog turističkog kompleksa koji će se razviti na drugoj strani poluotoka u neposrednoj blizini marine Frapa.

3.2.1. Facebook

Na facebook stranici hotela nalazi se mnoštvo slika kako hotela tako i marine. Stranica ima 5 581 oznaku "sviđa mi se" i 5 158 oznaka kao posjeta. Tu se nalazi i mnoštvo recenzija na koje Marina Frapa uredno odgovara. Prosječna ocjena je 4,7.



Slika 8: Hotel Marina Frapa na Facebook-u

3.2.2. Twitter

Nažalost, na Twitteru nema hotela Kopno i Otok u marini Frapa.

3.2.3. Tripadvisor

Hotel otok na ovoj društvenoj mreži ima 11 komentara, 10 slika. Ocjene koje je dobio su:

Tablica 16: Ocjene gostiju hotela Marina Frapa

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
2	3	4	2	0

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Grupe ocjenjivača su:

Tablica 17: Segment gostiju hotela Marina Frapa

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
2	4	0	1

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Konačne ocjene su ovakve:

Tablica 18: Ukupne ocjene za hotel Marina Frapa

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4,5	3,5	4,5	3	3,5	4,5

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

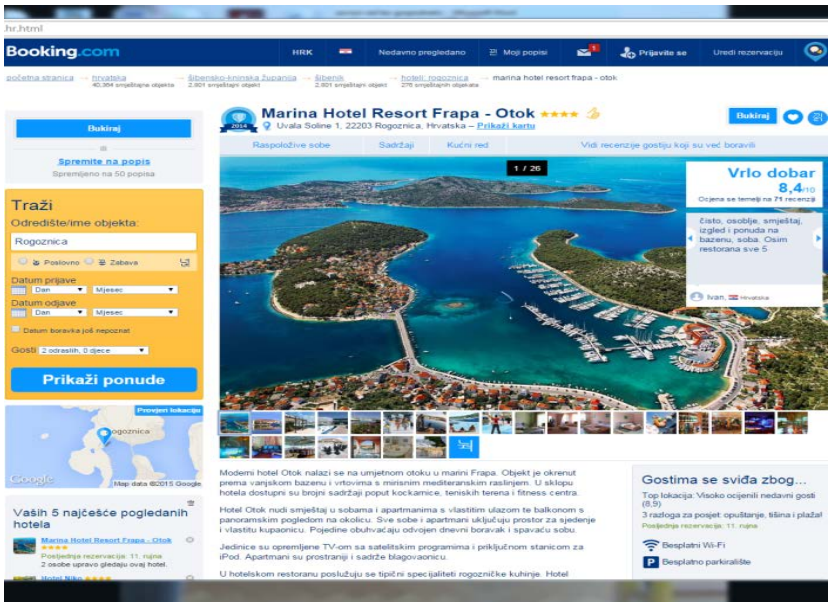
Hotel Kopno ima samo jednu recenziju te 5 slika. Nije ocjenjen.

3.2.4. Expedia

Nažalost, na društvenoj mreži Expedia nema hotela marine Frapa.

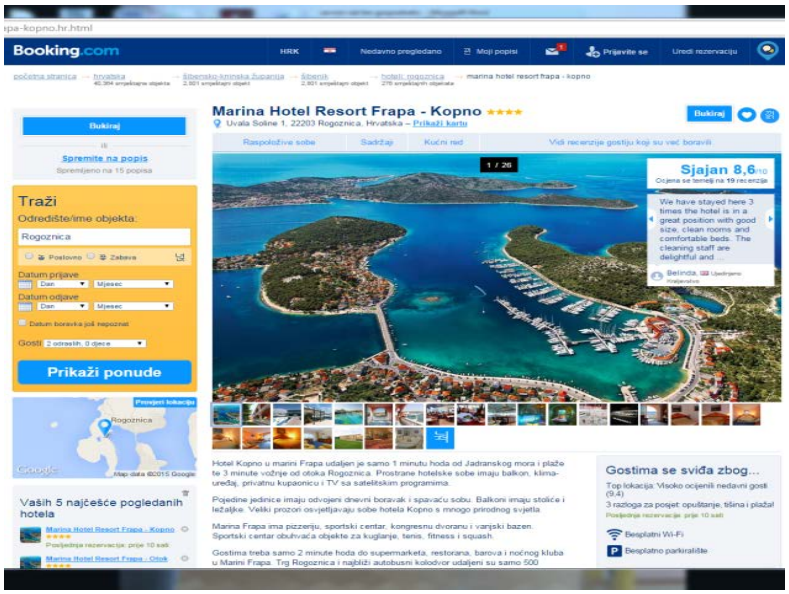
3.2.5. Booking

Hotel Otok dobio je ocjenu vrlo dobar 8,4/10. Ocjena se temelji na 71 recenziji. Gostima se sviđa zbog top lokacije. Gosti su je ocijenili s 8.9. Tri su glavna razloga za posjet a to su opuštanje, tišina i plaža. Besplatan je Wi - Fi i parkiranje. Na profilu se nalazi i 26 slika. Sadržaji u objektu su ocjenjeni s 8,2. U istaknutom komentaru vidljivo je da su gosti zadovoljni svime osim restoranom koji je dobio najslabije ocjene.



Slika 9. Hotel Marina Frapa Otok na Booking-u

Hotel Kopno dobio je ocjenu sjajan 8,6/10. Ocjena se temelji na 19 recenzija. Najveća ocjena koju je dobio je zbog top lokacije 9,4. Razlozi za posjetu su opuštanje, tišina i plaža. Može se vidjeti i 26 slika hotela. Ocjena sadržaja u hotelu je 8,6. U istaknutom komentaru navedeno je da je hotel na odličnoj poziciji s čistim sobama i udobnim krevetima.



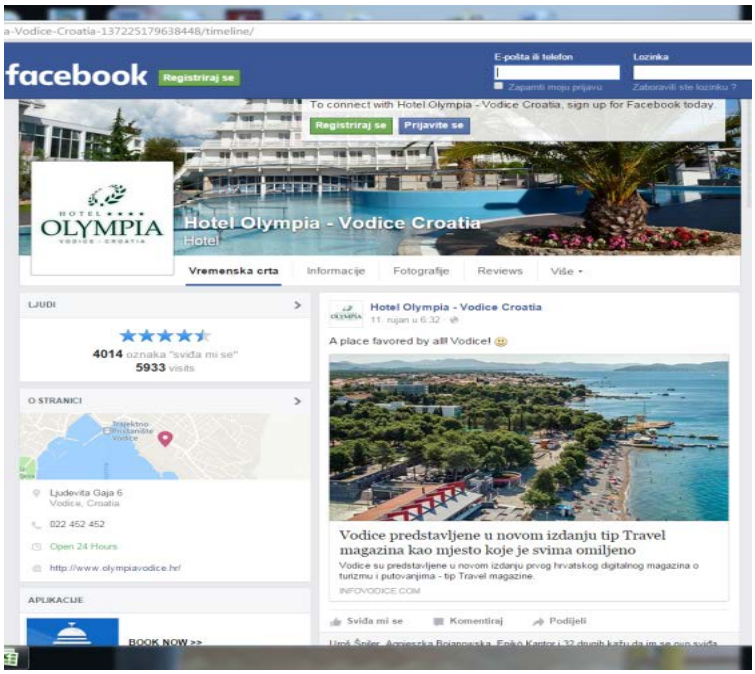
Slika 10: Hotel Marina Frapa Kopno na Booking-u

3.3. Hotel Olympia

Hotel Olympia je smješten 500 metara istočno od centra Vodica i 50 metara udaljen od mora. Posluje preko 40 godina. Potpuno je obnovljen i opremljen te ima mnoge dodatne sadržaje kao što su otvoreni bazen, ekskluzivni beach narovi, wellness centar, teretana, kongresne sobe i restoran. Raspolaže s 241 smještajnom jedinicom u dvije zgrade, odnosno 215 soba i 26 apartmana s grijanjem i klimatizacijom. Sobe su dvokrevetne s mogućnošću trećeg ležaja a mogu se koristiti i kao jednokrevetne. U hotelu postoji pet vrsta soba a to su: double room park side, double room sea side, double room with sea view, superior junior suite i deluxe suite. U prostoru hotela nalazi se teniski teren sa zemljanom podlogom te polivalentni sportski teren.

3.3.1. Facebook

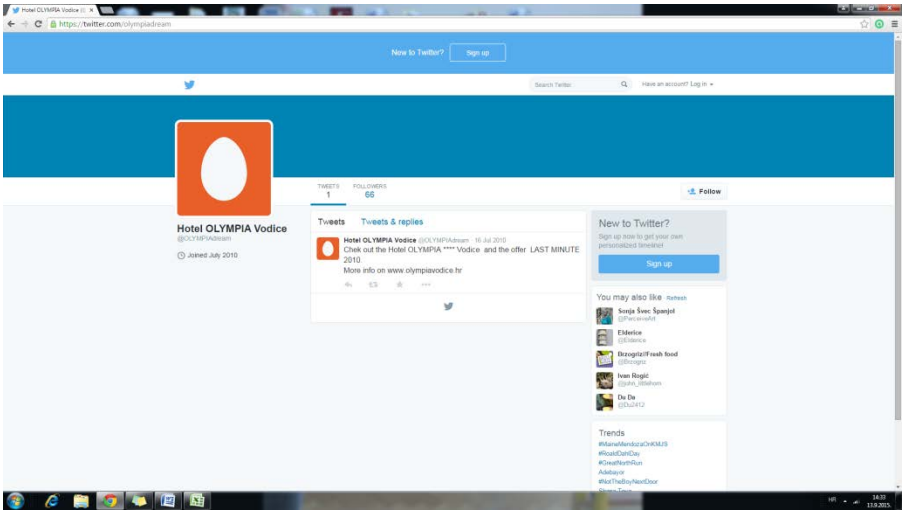
Na Facebook stranici ovog hotela nalazi se velik broj slika hotela i njegove okoline te se redovito objavljuju vijesti o hotelu, njegovim sadržajima i događajima u blizini koji su potkrijepljeni video uradcima ili slikama. Stranica ima 4 014 oznaka "sviđa mi se" te 5933 oznaka posjeta. U mnoštvu komentara odnosno recenzija na boravak u hotelu može se primjetiti da nije na sve odgovoreno, posebno na one koje nisu pisane engleskim jezikom. Prosječna ocjena koju je dobio hotel je 4,6 a broj ocjena je 100.



Slika 11: Hotel Olympia na Facebook-u

3.3.2. Twitter

Na Twitteru nažalost stranica hotela Olympia Vodice nije ažurna te ima samo jednu objavu i 66 pratitelja.



Slika 12: Hotel Olympia na Twitter-u

3.3.3. Tripadvisor

Na ovoj društvenoj mreži hotel Olympia je dobio 129 recenzija te se na njemu nalaze 93 slike. sadrži i 22 savjeta za sobe koje daju korisnici. Što se tiče ocjena, one su ovakve:

Tablica 19: Ocjene gostiju hotela Olympia

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
29	58	28	10	4

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ocjene su dali:

Tablica 20: Segment gostiju hotela Olympia

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
39	46	7	4

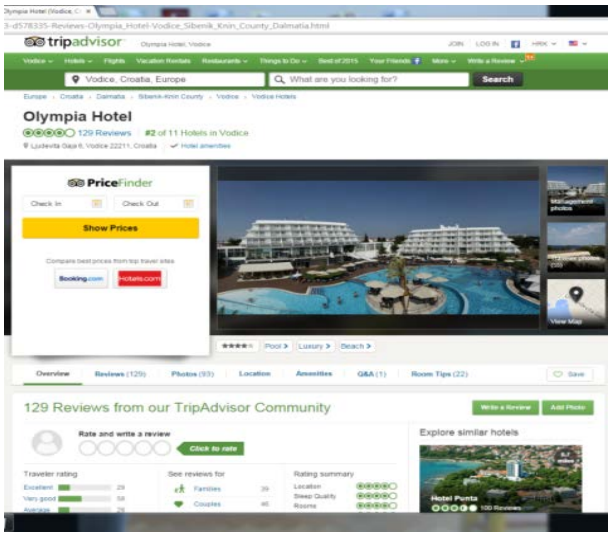
Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ukupna ocjena je:

Tablica 21: Ukupna ocjena za hotel Olympia

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4	4	4	4	4	4

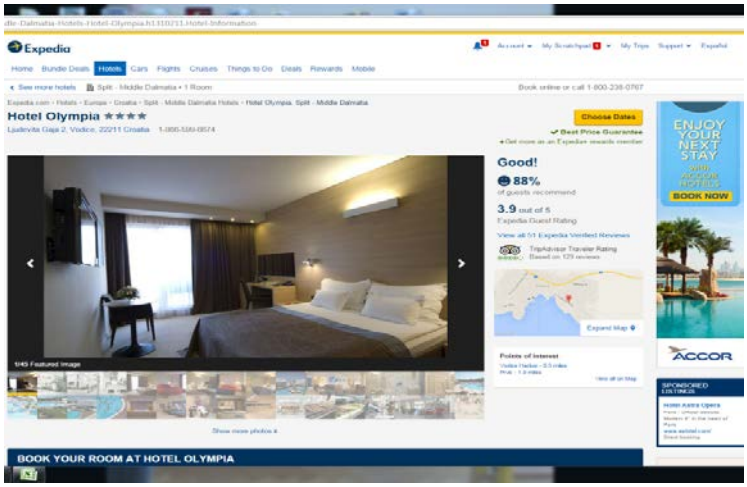
Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/



Slika 13: Hotel Olympia na TripAdvisor-u

3.3.4. Expedia

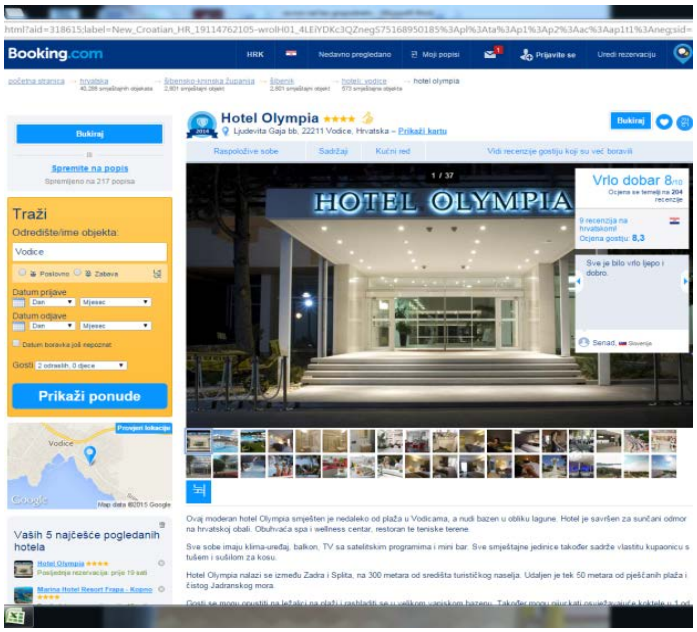
Na društvenoj mreži Expedia hotel Olympia je dobio ocjenu 3,9 od mogućih 5. Tu postoji i 51 komentar gostiju. Može se vidjeti i 45 slika hotela i njegovih sadržaja. 88% klijenata bi ga preporučilo.



Slika 14: Hotel Olympia na Expedia-i

3.3.5. Booking

Na ovoj društvenoj mreži hotel je dobio ocjenu 8/10, Ta ocjena se temelji na 204 recenzije. Od toga ih je 9 na hrvatskom jeziku te je u njima prosječna ocjena 8,3. Izdvojeni komentar kaže da je sve bilo lijepo i dobro. može se vidjeti i 37 slika hotela.



Slika 15: Hotel Olympia na Booking-u

3.4. Hotel Punta

Ovaj hotelski kompleks se nalazi samo nekoliko metara od centra Vodica. Zgrada ima 10 katovate su uz nju pripadajuće vile. U glavnoj zgradi nalazi se 77 superior soba i 3 luksuzno opremljene apartmanske sobe s panoramskim pogledom. Uz njih tu su još 52 sobe. Također, hotel ima i dva restorana, lobby bar, wellness i spa centar s unutarnjim bazenom i dvoranom, te razne multifunkcionalne dvorane za kongrese.Unutar hotelskog parka nalazi se i starovjekovna crkva Sv. Križa. Uz hotel nalaze se i tri vile, Arausa, Arausan i Antonina. Imaju 60 soba te dodatni hotelski sadržaj i vanjski bazen. Od restorana su tu restoran Pinia i Ecclesia. Hotel uzz to nudi i adrenalinske aktivnosti, tjelovježbu te izlete.

3.4.1. Facebook

Facebook stranica hotela označena je 3 296 puta sa "sviđa mi se" te ima 1 355 oznaka posjeta. Na njoj se mogu vidjeti mnoge slike hotela i okolne prirode. Na svom profilu ima i mnoštvo objava o događanjima u gradu Vodicama i Šibensko - kninskoj županiji čime su posjetitelji informirani. Na recenzijama, kojih ima 187 je u većini slučajeva odgovoreno. Ocjena koju je dobio hotel na Facebook stranici je 4,2.



Slika 16: Hotel Punta na Facebook-u

3.4.2. Twitter

Na ovoj društvenoj mreži hotel Punta ima 5 objava te isto toliko prati prifla. Njega prati 6 profila. Priključen je na Twitter od srpnja 2013. Ima i 4 slike.

3.4.3. Tripadvisor

Na Tripadviseoru hotel Punta ima 100 recenzija, 91 sliku, 6 pitanja i odgovora te 9 savjeta za sobu. Rejting kojim su ga ocjenili gosti je:

Tablica 22: Ocjene gostiju hotela Punta

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
18	31	26	11	14

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ocjene su dali:

Tablica 23: Segment gostiju hotela Punta

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
25	35	3	3

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

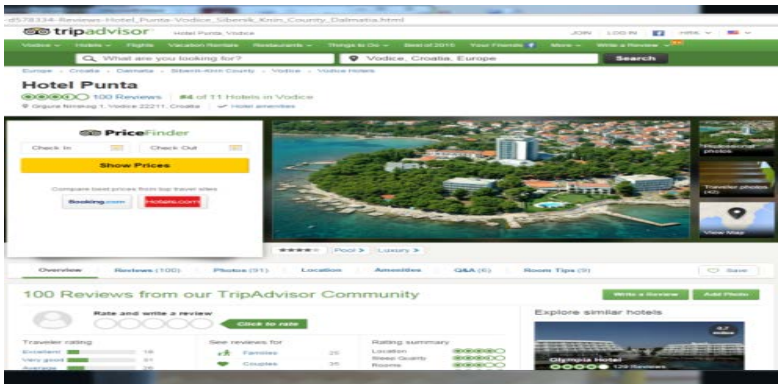
Ukupna ocjena je:

Tablica 24: Ukupne ocjene za hotel Punta

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4	3,5	3	3,5	3	3,5

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

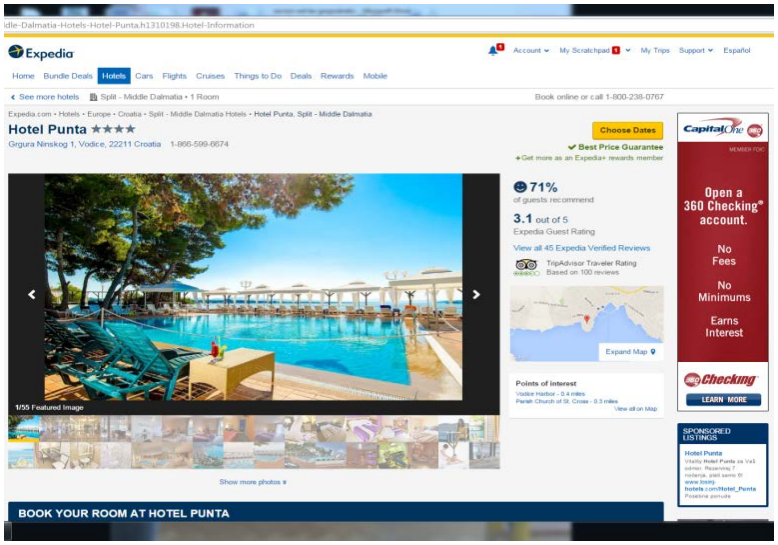
Ocjene kao što se može vidjeti nisu baš najbolje.



Slika 17: Hotel Punta na TripAdvisor-u

3.4.4. Expedia

Hotel Punta ima 71% preporuka posjetitelja, ocjenu 3,1 od 5 te 45 recenzija. Mogu se vidjeti i slike kojih ima 55. Ni ovdje ocjene nisu dobre kao u drugih hotela.



Slika 18: Hotel Punta na Expedia-i

3.4.5. Booking

Na ovoj društvenoj mreži hotel Punta dobio je ocjenu 7,1/10 temeljenu na 255 recenzija. Od toga je 10 recenzija na hrvatskom jeziku i njihova prosječna ocjena je 7,9. Izdvojeni komentar opisuje prekrasan pogled na more i doručak. Najveću ocjenu dobila je top lokacija koja je 8,3 i tri razloga za posjet plaži a to su: plaža, noćni život i morska obala.



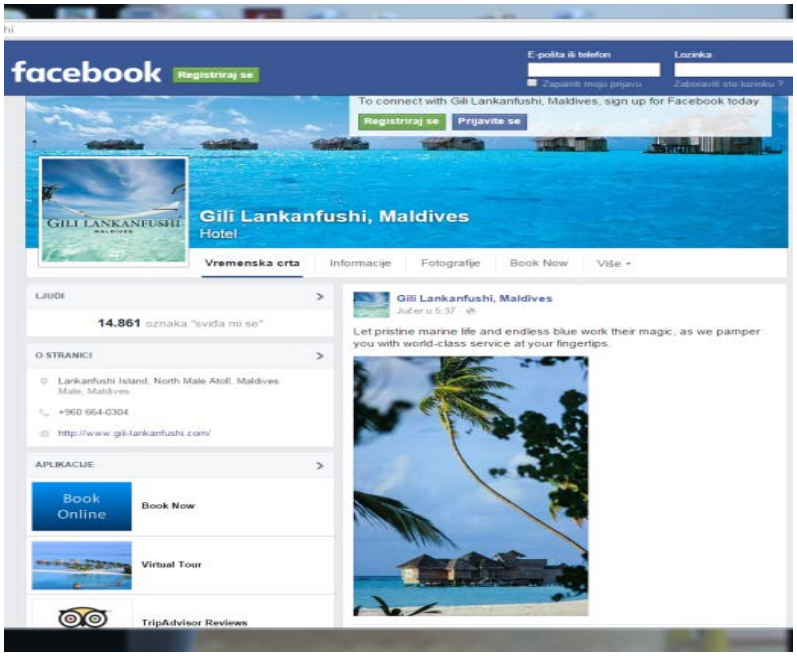
Slika19: Hotel Punta na Booking-u

3.5. Hotel Gili Lankanfushi

Ovaj hotel na Maldivima je proglašen za najbolji hotel po Tripadviseoru po posljednjem istraživanju. Smješten je uz Indijski ocean. Nalazi se na privatnom otoku Lankafushi na atolu Male, 20 minuta vožnje gliserom od Međunarodne zračne luke Male. Ima vanjski bazen i spa centar. Također, tu se nalazi i teniski teren, vinski podrum i podzemna čokoladna špilja. Naravno, ima i bar i restoran.

3.5.1. Facebook

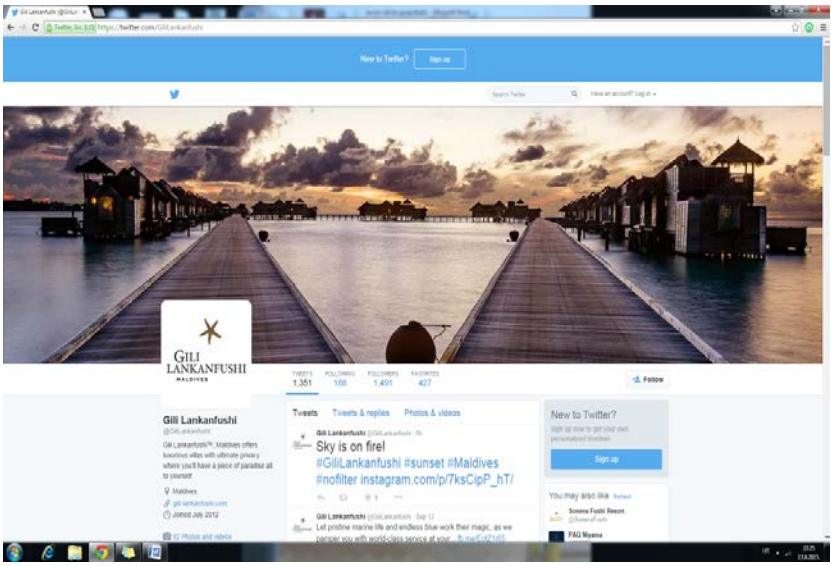
Na Facebooku ovaj hotel ima 14 861 oznaku "sviđa mi se". Ima i mnoštvo slika te virtualni izlet kroz hotel. Recenzije su povezane s onim sa Tripadvisora. Također, povezan je s Youtubeom i E - newsletterom.



Slika 20: Hotel Gili Lankanfushi na Facebook-u

3.5.2. Twitter

Na Twitteru hotel Gili Lankanfushi ima profil od srpnja 2012. Ima 1 351 objavu te prati 188 profil dok njega prati 1 491 profil. Tu su i 92 slike i videa.



Slika 21: Hotel Gili Lankanfushi na Twitteru

3.5.3. Tripadvisor

Na Tripadvisoru, društvenoj mreži koja ga je proglasila najboljim hotelom za 2014. ovaj hotel ima 1 165 recenzija te 2 664 slike, 48 pitanja i odgovora i 305 savjeta za sobe.

Ocjene koje je dobio su:

Tablica 25: Ocjene gostiju hotela Gili Lankanfushi

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovoljavajuće
1 098	45	16	2	4

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Vrste gostiju koji su ocjenjivali su:

Tablica 26: Segment gostiju hotela Gili Lankanfushi

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
231	754	19	6

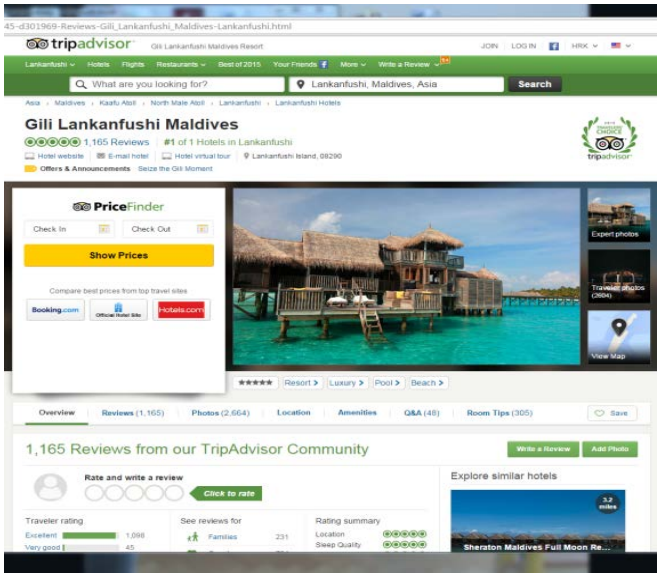
Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ukupne ocjene koje je dobio, a koje su najbolje na Tripadviseoru su:

Tablica 27: Ukupne ocjene za hotel Gili Lankanfushi

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
5	5	5	5	4,5	5

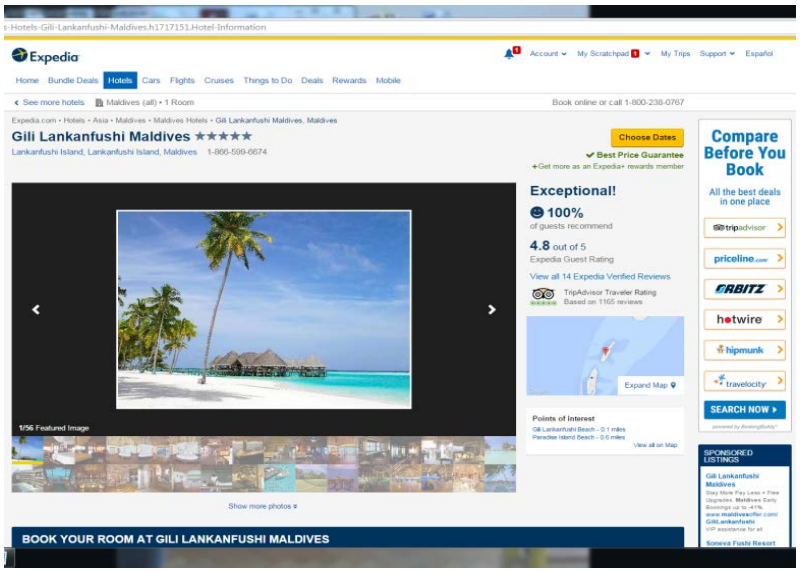
Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/



Slika 22: Hotel Gili Lankanfushi na TripAdvisor-u

3.5.4. Expedia

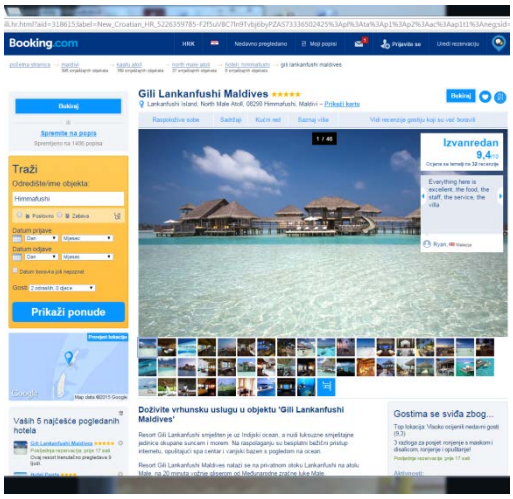
Na njoj ovaj hotel je dobio ocjenu 4,8 od 5. Temelji se na 14 recenzija. 100% gostiju ga je preporučilo. Vidljivo je i 56 slika.



Slika 23: Hotel Gili Lankanfushi na Expedia-i

3.5.5. Booking

Ocjena koju je dobio je izvanredan 9,4/10 koja se temelji na 32 recenzije. U izdvojenom komentaru vide se pohvale za hranu, osoblje, uslugu, kuću. Gosti su visoko ocijenili lokaciju 9,3 te tri razloga za posjet: ronjenje s maskom i disalicom, ronjenje i opuštanje te aktivnosti kao što su tenis, fitness i ribarenje. Sadržaji su dobili ocjenu 9,8.



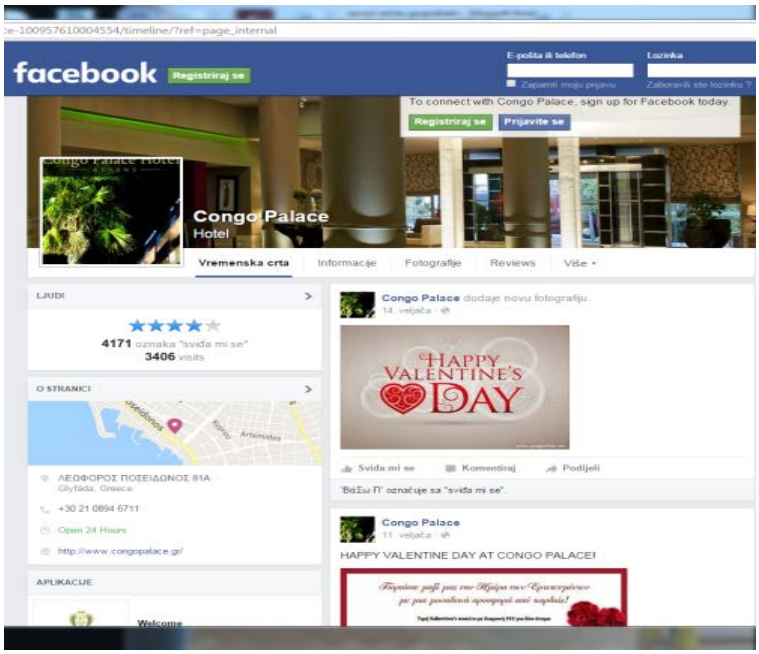
Slika 24: Hotel Gili Lankanfushi na Booking-u

3.6. Hotel Congo Palace Glyfada

Ovaj hotel u Grčkoj u gradu Ateni smješten je na rivi i nudi sobe s pogledom na Saronski zaljev. Hotel ima restoran i bazen. Ublizini se nalazi i tramvajska stanica i stanica autobusa Moderno je opremljen te se uz hotel nalaze bar i restoran. Centar Atene udaljen je 12 km a Glyfada je luksuzno predgrađe Atene. Pored hotela nalazi se i golf teren. Ima 4 zvjezdice.

3.6.1. Facebook

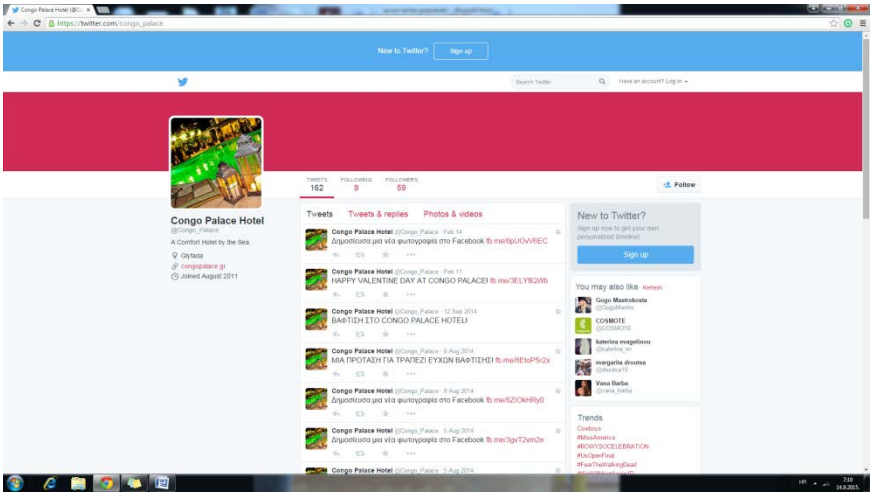
Na Facebooku ovaj hotel ima 4 171 oznaku "sviđa mi se" i 3 406 oznaka posjeta. Vidljive su i slike iz hotela. Na recenzije nije odgovoreno ažurno. Ocjena koju su dali posjetitelji stranice je 4,1 od 5.



Slika 25: Hotel Congo Palace Glyfada

3.6.2. Twitter

Na ovoj društvenoj mreži hotel ima svoj profil od kolovoza 2011. Ima 162 objave i prati 9 profila dok njega prati 59.



Slika 26: Hotel Congo Palace Glyfada

3.6.3. Tripadvisor

Ovdje se može vidjeti 116 recenzija te 69 slika, 2 pitanja i odgovora te 15 savjeta za sobu. Ocjene koje je dobio su:

Tablica 28: Ocjene gostiju hotela Congo Palace Gyfada

Odličan	Vrlo dobar	Prosječan	Loš	Nezadovolajvajuće
18	38	34	14	12

Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Segment gositju je podijeljen u:

Tablica 29: Segment gostiju hotela Congo Palace Gyfada

Obitelji	Parovi	Samci	Poslovni ljudi
27	25	12	21

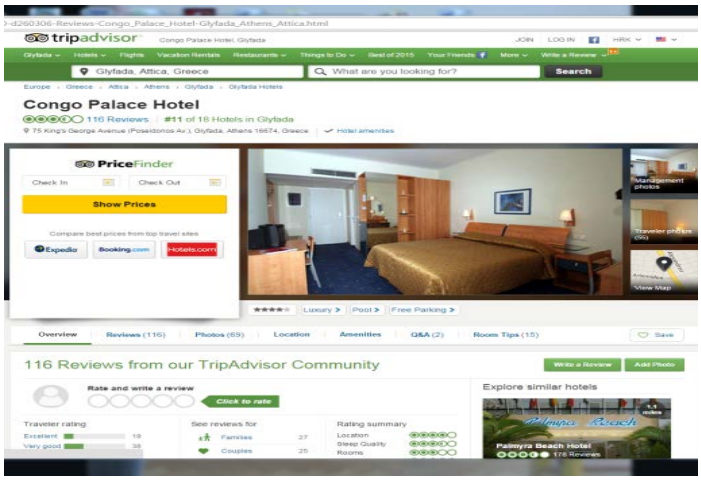
Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/

Ukupna ocjena:

Tablica 30: Ukupne ocjene za hotel Congo Palace Gyfada

Lokacija	Kvaliteta spavanja	Sobe	Usluga	Vrednovanje	Čistoća
4	3,5	3	4	3,5	3,5

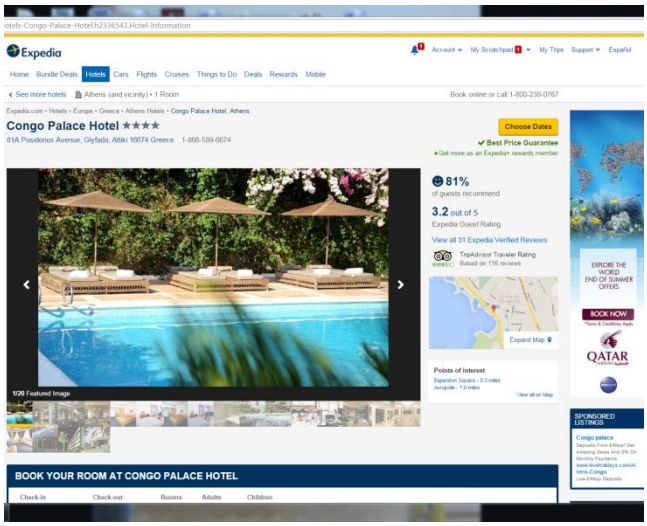
Izvor; Tripadvisor http://www.tripadvisor.com/



Slika 27: Hotel Congo Palace Gyfada na TripAdvisor-u

3.6.4. Expedia

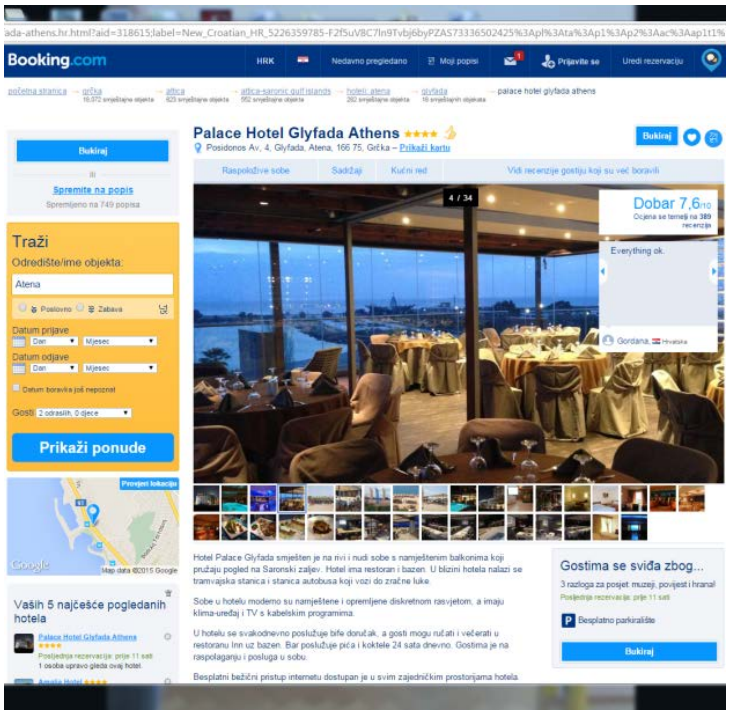
Na ovoj društvenoj mreži dobio je ocjenu 3,2 od 5 te 81% preporuka korisnika. Temelji se na 31 recenziji. Sadrži i 20 slika.



Slika 28: Hotel Congo Palace Gyfada na Expedia-i

3.6.5. Booking

Ocjena na ovoj društvenoj mreži je 7,6/10 a temelji se na 389 recenzija. Ima 34 slike. Gostima se sviđa zbog muzeja, povijesti i hrane.



Slika 29: Hotel Palace Gyfada na Booking-u

4. INTERPRETACIJA REZULTATA

Analizirajući pojavnost hotela Šibensko - kninske županije na društvenim mrežama može se reći da su vrlo zastupljeni odnosno da se redovito pojavljuju na svim relevantnijim društvenim mrežama za turizam. Ocjene koje su dobili su u prosjeku vrlo dobre čime mogu biti zadovoljni. Uspoređujući ih s najboljim svjetskim hotelima nažalost su još daleko po broju slike, objava i ažurnosti odgovora no na dobrom su putu. Konkurentni i brojem zvjezdica jednaki hoteli u državama koje privlače sličnu klijentelu se mogu naći i lošiji od hotel u ovoj županiji. To znači da su u usporedbi s njima hoteli Šibensko - kninnske županije da visokoj razini.

5. ZAKLJUČAK

U svijetu je korištenje društvenih mreža u vrlo velikom zamahu te je bitno za poslovanje u većini djelatnosti. U turizmu je posebno bitno jer omogućava potencijalnim klijentima da se što preciznije uvjere kakva ih usluga očekuje u određenoj destinaciji, hotelu, restoranu i dr. Mnoštvo klijenata želi ostaviti svoj komentar te time dati kritiku, bilo lošu ili dobru o mjestu gdje su boravili i čije su usluge koristili. Vrlo je bitno hotelima ostaviti dobar dojam na tim društvenim mrežama, biti uljudan prema gostu i pokazati da njegov komentar i kritika znači i da hotel vodi računa o njegovom komentaru. Također, za hotel oglašavanje putem društvene mreže ne iziskuje velika ulaganja a nudi priliku za veliku promociju na globalnom tržištu. Hrvatski hoteli dobro se nose s izazovima koje je ponudio e - marketing te prate trendove u svijetu i imaju otvorene profile na relevantnim društvenim mrežama. Naravno, mjesta za napredak uvijek ima. To se vidi na stranicama svjetski poznatih hotela koji ipak prednjače u tom pogledu. No, u usporedbi s konkurentima s Mediterana, hoteli Šibensko - kninske županije se drže u rangu. Marketing preko društvenih mreža je sigurno sadašnjost a i budućnost u hotelijertvu te ga hoteli trebaju koristiti i pratiti trendove najboljih svjetskih hotela. Uz kvalitetno korištenje benefita društvenih mreža može se dobiti zadovoljnijeg klijenta a takav klijent se vraća i daje reklamu koja vrijedi najviše. Stoga je ovo put koji trebaju slijediti hoteli u cijeloj Hrvatskoj za boljitak svog poslovanja i sveukupnog turizma.

LITERATURA

Internet stranice:

1. Congo Palace (N/A), [Internet] dostupno na www,congopalace.gr

2. Dječja media (N/A), [Internet] dostupno na www.djecjamedia.org

3. Expedia (N/A), [Internet] dostupno na www.expedia.com

4. Facebook (N/A), [Internet] dostupno na www.facebook.com

5. Tripadvisor (N/A), [Internet] dostupno na www.tripadvisor.com

6. Gili Lankanfushi (N/A), [Internet] dostupno na www.gili-lankanfushi.com

7. Hoteli Vodice (N/A), [Internet] dostupno na www.hotelivodice.hr

8. Marina Frapa (N/A), [Internet] dostupno na www.marinafrapa.com

9. Ministarstvo turizma RH (N/A), [Internet] dostupno na www.mint.hr

10. Hotel Olympia (N/A), [Internet] dostupno na www.olympiavodice.hr

11. Hoteli Solaris (N/A), [Internet] dostupno na www.solaris.hr

12. Booking (N/A), [Internet] dostupno na www.booking.com

13. Twitter (N/A), [Internet] dostupno na www.twitter.com

14. Wikipedia (N/A), [Internet] dostupno na www.wikipedia.org

POPIS TABLICA I SLIKA

Popis tablica

Tablica 1: Ocjene gostiju hotela Andrija

Tablica 2: Segment gostiju hotela Andrija

Tablica 3: Ukupne ocjene za hotel Andija

Tablica 4: Ocjene gostiju hotela Ivan

Tablica 5: Segment gostiju hotela Ivan

Tablica 6: Ukupne ocjene za hotel Ivan

Tablica 7: Ocjene gostiju hotela Jure

Tablica 8: Segment gostiju hotela Jure

Tablica 9: Ukupne ocjene za hotel Jure

Tablica 10: Ocjene gostiju hotela Niko

Tablica 11: Segment gostiju hotela Niko

Tablica 12: Ukupne ocjene za hotel Niko

Tablica 13: Ocjene gostiju hotela Jako

Tablica 14: Segment gostiju hotela Jakov

Tablica 15: Ukupne ocjene za hotel Jakov

Tablica 16: Ocjene gostiju hotela Marina Frapa

Tablica 17: Segment gostiju hotela Marina Frapa

Tablica 18: Ukupne ocjene za hotel Marina Frapa

Tablica 19: Ocjene gostiju hotela Olympia

Tablica 20: Segment gostiju hotela Olympia

Tablica 21: Ukupne ocjene za hotel Olympia

Tablica 22: Ocjene gostiju hotela Punta

Tablica 23: Segment gostiju hotela Punta

Tablica 24: Ukupne ocjene za hotel Punta

Tablica 25: Ocjene gostiju hotela Gili Lankanfushi

Tablica 26: Segment gostiju hotela Gili Lankanfushi

Tablica 27: Ukupne ocjene za hotel Gili Lankanfushi

Tablica 28: Ocjene gostiju hotela Congo Palace Gyfada

Tablica 29: Segment gostiju hotela Congo Palace Gyfada

Tablica 30: Ukupne ocjene za hotel Congo Palace Gyfada

Popis slika

Slika 1: Facebook logo

Slika 2: Twitter logo

Slika 3: TripAdvisor logo

Slika 4: Expedia logo

Slika 5: Booking logo

Slika 6: Hotel Solaris na Facebook-u

Slika 7: Hotel Solaris na Twitter-u

Slika 8: Hotel Marina Frapa na Facebook-u

Slika 9: Hotel Marina Frapa Otok na Booking-u

Slika 10: Hotel Marina Frapa Kopno na Booking-u

Slika 11: Hotel Olympia na Facebook-u

Slika 12: Hotel Olympia na Twitteru-u

Slika 13: Hotel Olympia na TripAdvisor-u

Slika 14: Hotel Olympia na Expedia-i

Slika 15: Hotel Olympia na Booking-u

Slika 16: Hotel Punta na Facebook-u

Slika 17: Hotel Punta na TripAdvisor-u

Slika 18: Hotel Punta na Expedia-i

Slika 19: Hotel Punta na Booking-u

Slika 20: Hotel Gili Lankanfushi na Facebook-u

Slika 21: : Hotel Gili Lankanfushi na Twitter-u

Slika 22: : Hotel Gili Lankanfushi na TripAdvisor-u

Slika 23: : Hotel Gili Lankanfushi na Expedia-i

Slika 24: : Hotel Gili Lankanfushi na Booking-u

Slika 25: Hotel Congo Palace Gyfada na Facebook-u

Slika 26: Hotel Congo Palace Gyfada na Twitter-u

Slika 27: Hotel Congo Palace Gyfada na TripAdvisor-u

Slika 28: Hotel Congo Palace Gyfada na Expedia-i

Slika 29: Hotel Congo Palace Gyfada na Booking-u

SAŽETAK

U ovom završnom radu istražio se način funkcioniranja hotela u Šibensko - kninskoj županiji kroz društvene mreže. Do se došlo kroz korištenje metoda analize, sinteze i komparativne metode. Stvaranje interneta je počelo 60 - ih godina prošlog stoljeća a nagli uspon je doživio 90 - ih godina kad su dobavljači izgradili svoje mreže i postavili ulaze na komercijalnoj osnovi. Društvene mreže su najnoviji fenomen u internetskim sferama a riječ je o besplatnim online servisima koji omogućuju razne vrste komunikacije. Od 1995. i nastanka Classmate.com i Match.com kreće ubrzani razvoj društvenih mreža. Danas su najpopularnije Facebook.com i Twitter.com. Mreže koje se istražilo su: Facebook, Twitter, Tripadvisor, Expedia i Booking. Hoteli u Šibensko - kninskoj županiji su zadovoljili. Konkurencija u prvoklasnim hotelima u svijetu jest bolja no u usporedbi s konkurencijom po mediteranskim državama su dobri. Društvene mreže su postale vrlo bitan čimbenik u marketingu hotela te pozitivni i negativni komentari posjetitelja mogu prilično utjecat na odabir klijenata. Važno je biti uljudan i na tom polju i pratiti trendove te uvije i konstantno napredovati.

Ključne riječi: Internet, društvena mreža, hotel, marketing, gosti.

SUMMARY

In this final work explored the way of functioning hotels in Sibenik - Knin County through social networks. To be there through the use of methods of analysis, synthesis and comparative methods. The creation of the Internet started 60 - ies of the last century a sudden rise experienced - 90s when the vendors built their network and set the inputs on a commercial basis. Social networks are the newest phenomenon in the internet sphere and it is a free online service that allows various types of communication. Since 1995 and the creation of Classmate.com and Match.com moving fast development of social networks. Today the most popular Facebook.com and Twitter.com. Networks investigate are: Facebook, Twitter, TripAdvisor, Expedia and Booking. Hotels in Sibenik - Knin County are satisfied. The competition in first-class hotels in the world is better than in comparison to the competition by the Mediterranean countries are good. Social networks have become a very important factor in the marketing of the hotel and the positive and negative comments of visitors can be quite an impact on the selection of clients. It is important to be respectful in this field and to monitor trends and curls and constantly improve.

Key words: Internet, social network, hotel, marketing, customers.