

ОДРЕЂИВАЊЕ ПРЕФЕРЕНЦИЈА ПУТНИКА ПРИ ИЗБОРУ ХОТЕЛА ПРИМЕНОМ CONJOINT АНАЛИЗЕ

Апстракт

Примена савремених технологију у области туризма довела је то тога да је данас потребно неколико тренутака на интернету да би се резервисало путовање, са много мање потрошеног новца. Постоје разни сајтови за резервацију смештаја на којима за одређену дестинацију постоји списак свих хотела, њихових услуга, цена, оцена и коментара претходних корисника. Да би придобили што већи број путника, угоститељски објекти морају константно да унапређују своје услуге и квалитет који од њих очекују путници. За различите типове путника није лако утврдити који је то универзални сет услуга којим би се задовољиле потребе већине.

Основни циљ овог рада је да се испитају и утврде који су то пресудни фактори који утичу на доношење одлуке путника приликом одабира хотела. Такође, намера је и да се истражи да ли постоји веза између тих фактора и демографских карактеристика испитаника. Утврђивање најбитнијих карактеристика које вреднују испитаници приликом одабира хотела је од великог значаја за даљи технолошки развој и унапређење хотелских услуга.

У раду је описана Conjoint (Конџоинт) анализа, методологија њеног спровођења и њена примена на конкретном проблему. На основу добијених резултата спроведена је сегментација тржишта и кластер анализа. У емпиријској студији анализирано је 168 испитаника, на основу чијих одговора су добијене преференције путника ка атрибутима хотела. Урађена је а priori и post hoc сегментација како би се утврдило да ли постоје разлике између више група корисника.

Резултати спроведене студије су показали да на избор хотела највише утичу „Чистоћа“, „Локација“ и „Цена“. Идеалан хотел за испитанике ове студије би требао да буде позициониран у центру града, да гостима омогући бесплатан бежични интернет, пожељно би било да поседује додатни садржаји у виду базена, теретане, да је чист и да цена ноћења буде до 4.000,00 динара.