



Az előzetes elvárásokat befolyásoló tényezők feltárása a szálláshely szolgáltatásoknál, Kritikus Esetek Módszere alapján

Amennyiben a szolgáltatások piacát komplexitás vagy iparági sajátosságok szerint nehézségi szintek szerint kategorizáljuk (Shostack, 1987), akkor biztosan a skála tetején (nehézségi, bonyolultsági fok szerint) helyezkednének el a turisztikai szolgáltatások, azon belül is a szállodai kiszolgálás.

Mindezek miatt is meghatározó a vevők – vendégek – szolgáltatásminőség észlelése, amely az alapját adja az elégedettség, illetve elégedetlenség érzésének (Lee, et al., 2000). A szálláshely szolgáltatók számára kiemelten fontos, hogy ismerjék vendégeik elvárásait, hiszen csak ennek ismeretében tudják szolgáltatásuk minőségét megfelelő szinten kialakítani. Amellett, hogy a szállásadók megismerik a vendég-elvárásokat, az is lényeges szempont, hogy ezek forrását is feltárják.

Kutatási kérdés

A különféle szállástípusok esetén milyen vevői elvárások vannak, azok honnan erednek, és milyen módon befolyásolják a végső vevői elégedettséget, illetve elégedetlenséget?

Elvárások

Három dimenzió (Zeithaml et al., 1993); Rés-modell, tolerancia-zónák, SERVQUAL (Parasurama et al., 1985; Nadiri és Hussain, 2005)

Szállodapari eredmények az elvárások terén

Negatív élmények nagyobb tolerancia-zóna (Zainol et al., 2010); Szállodai élmény és szolgáltatásminőség (Knutson et al., 1993); Vendégszeretet és demográfiai (Ariffin és Maghzi, 2012); P2P megközelítés és online review-k (Cheng és Jin, 2019); Emlékezetes élmények módszere (Sthapit és Jiménez-Barreto, 2018)

Módszertan

- Kvalitatív technika: **Kritikus Esetek Módszere (CIT);**
 - Legjobb vagy legrosszabb szálláshely élmény felidézése
- Kvantifikálni az eredményeket;
- 111 megkérdezett;
- Hólabdás mintavétel;
- Négy fő kutatási kérdésből hipotézisek;
- Chi-négyzet teszt és Kruskal-Wallis próbák (Cramer V és eta négyzet).

Minta összetétele

- 33,3% férfi, 66,6% nő;
- 45,0%-uk 25 évesnél fiatalabb; 33,3%-uk 25-39 év; 21,6%-uk 39 évesnél több;
- 35,1%-a 4-5*-os, 24,3%-a 2-3*-os szállodákban szállt meg, 27,0%-uk apartmanban vagy panzióban, míg 13,5%-uk Airbnb szálláson;
- A szálláshely az esetek 45,0%-ban külföldi, Európán belüli helyszínhez köthetők, 38,7%-ban Magyarországhoz és 16,2%-ban Európán kívüli, külföldi helyszínhez;
- A felidézett történetek átlagosan 2016-2017-es emlékek voltak, de előfordultak 15 évvel ezelőtti események is.

Hipotézisek:

Melyek az elvárások kialakulását segítő tényezők?

- H_{1a}: Szignifikáns eltérés van az elvárások kialakulását segítő tényezők és a választott szálláshely típusának tekintetében.
- H_{1b}: Szignifikáns eltérés van az elvárások kialakulását segítő tényezők és a választott szálláshely helyszíne tekintetében.
- H_{1c}: Szignifikáns eltérés van az elvárások kialakulását segítő tényezők és a korcsoport tekintetében.
- H_{1d}: Szignifikáns eltérés van az elvárások kialakulását segítő tényezők és a nem tekintetében.
- H_{1e}: Szignifikáns eltérés van az elvárások kialakulását segítő tényezők és a szálloda típusa (csillagok szerint) között.

Melyek a szálláshely-szolgáltatással szembeni fő elvárások?

- H_{2a}: Szignifikáns eltérés van az elvárások fontossága és a választott szálláshely típusának tekintetében.
- H_{2b}: Szignifikáns eltérés van az elvárások fontossága és a választott szálláshely helyszíne tekintetében.
- H_{2c}: Szignifikáns eltérés van az elvárások fontossága és a korcsoport tekintetében.
- H_{2d}: Szignifikáns eltérés van az elvárások fontossága és a nem tekintetében.
- H_{2e}: Szignifikáns eltérés van ezen tényezők és a szálloda típusa (csillagok szerint) között.

Melyek az elégedettségre okot adó tényezők?

- H_{3a}: Szignifikáns eltérés van az elégedettség okának fontossága és a választott szálláshely típusának tekintetében.
- H_{3b}: Szignifikáns eltérés van az elégedettség okának fontossága és a választott szálláshely helyszíne tekintetében.
- H_{3c}: Szignifikáns eltérés van az elégedettség okának fontossága és a korcsoport tekintetében.
- H_{3d}: Szignifikáns eltérés van az elégedettség okának fontossága és a nem tekintetében.
- H_{3e}: Szignifikáns eltérés van az elégedettség okának fontossága és a visszatérési szándék tekintetében.
- H_{3f}: Szignifikáns eltérés van ezen tényezők és a szálloda típusa (csillagok szerint) között.

Melyek az elégedetlenségre okot adó tényezők?

- H_{4a}: Szignifikáns eltérés van az elégedetlenség okának fontossága és a választott szálláshely típusának tekintetében.
- H_{4b}: Szignifikáns eltérés van az elégedetlenség okának fontossága és a választott szálláshely helyszíne tekintetében.
- H_{4c}: Szignifikáns eltérés van az elégedetlenség okának fontossága és a korcsoport tekintetében.
- H_{4d}: Szignifikáns eltérés van az elégedetlenség okának fontossága és a nem tekintetében.
- H_{4e}: Szignifikáns eltérés van az elégedetlenség okának fontossága és a visszatérési szándék tekintetében.
- H_{4f}: Szignifikáns eltérés van ezen tényezők és a szálloda típusa (csillagok szerint) között.

Eredmények

- Kevés szignifikáns eltérés.
- Inkább a szálláshely jellemzői a befolyásoló tényezők, mintsem a demográfiai elemek
- Általában a személyhez, emberhez köthető elemek esetén vannak szignifikáns eltérések
- **Az elvárást alkotó tényezők** esetén a személyzet viselkedéséhez és kommunikációjához kötődő faktorok területein;
- **Az elvárások kialakítását befolyásoló elemeknél** az ismerősök véleménye, saját tapasztalat és a kommunikáció (szolgáltatás ígérete) területei;
- **Az elégedettség és elégedetlenség** faktorok főleg a visszatérési szándékkal kapcsolatosan mozognak együtt;
- **Elégedettség** elemei esetén kevesebb esetben van szignifikáns eltérés, miközben **az elégedetlenség** esetén számottevően, szinte mindegyik elemben, azaz a csalódás, elégedetlenség jobban befolyásolhatja a **visszatérési szándékot**, mint az elégedettség

Implikációk

- Az elvárásoknál inkább a fizikai környezettel kapcsolatban fogalmaztak meg tényezőket a válaszadók az első helyeken;
- Az elégedettség és az elégedetlenség esetén inkább a személyzet és a szolgáltatói kommunikáció teljesítményét tartották fontosnak;
- Nem elég személyre szabni az ajánlatot, de személyre kell szabni a viselkedést is, amit adaptálódásnak hívnak;
- Az elégedettség, elégedetlenség faktorainál már inkább a személyzettel, a humánummal kapcsolatos tényezők a meghatározóak.