

Zľavy klientom nikdy nedáva

Rodený Kežmarčan už roky radí hotelierom v Rakúsku či v Taliansku.



FOTO: MILAN DAVID

Keďže **PODNIKAŤ V TURIZME ČI GASTRONÓMII** nebolo v minulom režime dovolené, o tradícii rodinných hotelov nemôžeme na Slovensku veľmi hovoriť. Podľa manažéra Jara Rataja však hotelierstvo nie je biznis, na ktorom sa dá rýchlo zbohatnúť.

Rodák zo Spiša Jaro Rataj doteraz nevlastnil žiaden hotel, no prestížnemu hotelovému stredisku šéfoval. Nie na Slovensku, ale v susednom Rakúsku. V krajine, kde sa podiel turizmu na HDP pohybuje na úrovni sedemdesiatich percent. Napriek tomu, že kolektívne zmluvy pracovníkom v hotelierstve garantujú minimálnu hrubú mzdu 1 540 eur, boria sa s nedostatkom kvalitnej pracovnej sily.

Taliančinu zvládol za tri mesiace

Mladý Kežmarčan o robotu nikdy nemal núdzu. Už ako 21-ročný externý študent vysokej školy a zároveň otec rodiny odišiel cez letné prázdniny do cudziny, aby uživil manželku Riu a dcéru Salome. Práca učiteľa na strednej škole mu umožňovala aspoň takýmto spôsobom vylepšiť rodinný rozpočet. Možnosť pracovať v najznámejších vinohradoch južného Tirolska sa mu síce páčila a vyskúšal si aj pozíciu administratívneho pracovníka v botanickej záhrade, no neskôr sa v Taliansku dostal k hotelierstvu. „Čítal som inzerát, že v stredisku Val Gardena hľadajú recepčnú. Požiadavky boli jednoznačné. Mala to byť domáca, ktorá ovláda nemčinu, taliančinu a má skúsenosti. Ja som chlap, nebol som domáci, nevedel som po ta-



Ned'aleko Bratislavy vyrastá nový hotelový komplex, ktorému bude Jaro Rataj šéfovať.

FOTO: SCHEIBLHOEFER THE RESORT ANNOAU

liansky a nemal som žiadne skúsenosti,“ smeje sa absolvent germanistiky, ktorému profesori na Prešovskej univerzite predpovedali slubnú akademickú kariéru. Ambiciózny Jaro na pracovnom pohovore v luxusnom hoteli v talianskych Dolomitoch uspel a na začiatky v tomto odvetví dodnes rád spomína. „Po nástupe ma dali na recepciu. S talianskymi hosťami mi pomáhala kolegyňa Etelvína, keďže po taliansky som vedel veľmi málo. Pracoval som na sebe a do mesiaca som sa ako-tak dorozumel a v priebehu štvrtroka som sa s tým jazykom tak zžil, že som nemal problém vybaviť telefonické či emailové rezervácie a ďalšie požiadavky.“ Práca sa mu zapáčila natoľko, že destinácia na severe Talianska sa stala jeho domovom na viac ako osem rokov. V Jarovi Ratajovi videlo potenciál aj vedenie zariadenia. Preto ho neskôr povýšili na marketingového riaditeľa hotelového strediska, v ktorom sa stretávala talianska a ruská smotánka. Za jeho šéfovania sa čísla obsadenosti šplhali k 96 percentám.

Ty si náš

Krajine na Apeninskom polostrove zamával na rozlúčku po tom, čo sa mu do života priplietla ponuka snov z Rakúska. „Bolo pre mňa výzvou riadiť prestížny rodinný rezort v Stegersbachu s 220 zamestnancami. Pri nástu-

pe mi majiteľ Karl Reiter zadal jasné úlohy: prilákať do hotela viac zahraničných turistov a zvýšiť počet prenocovaní. Hotel sa vtedy nachádzal na šestnástom mieste v rebríčku návštevnosti v regióne južný Burgenland a spokojnosť zákazníkov dosahovala 85 percent. Keď som z neho takmer po siedmich rokoch od-

chádzal, spokojnosť návštevníkov sa vyšplhala k 98 percentám a z regionálneho rebríčka sa dostal do top 25 rodinných hotelov v Rakúsku,“ teší sa manažér, ktorý sa napriek dosiahnutým výsledkom a dobre našliapnutému manažovaniu rozhodol pre ďalšiu zmenu. „Najťažšie sa odchádza, keď je človek na vrchole.



Talianska národa je Spiššikoví veľmi blízka, preto dnes s Talianmi rád spolupracuje.

FOTO: ALESSANDRO BASSAN



Posthotel Achenkirch patrí k špičke v susednom Rakúsku. Za jeho úspechom stojí aj konzultant Jaro Rataj.

FOTO: ARCHÍV POSTHOTEL ACHENKIRCH



Hotely v Rakúsku majú rodinnú tradíciu. Odráža sa to i na kvalite služieb.

FOTO: ALESSANDRO BASSAN

Umenie odísť však patrí k základným zručnostiam manažéra,“ domnieva sa Spiššiak Jaro Rataj, ktorý bol v tomto stredisku najdlhšie úradujúci riaditeľ a zároveň jediný cudzinec. Vďaka plynulej nemčine a perfektnému prízvuku Rakúšania málokedy odhalili, že nie je ich rodák. „Reakcie na môj pôvod boli rôzne. Meno ma však vždy prezradilo. Najväčšou pochvalou pre mňa bolo, keď mi raz jedna hostka povedala: ‚Ty si náš.‘ Akoby mi v tom momente dala vyznamenanie,“ spomína.

Radí, ako zlepšiť služby

Výsledky Jarovej práce si všimli aj majitelia iných luxusných stredísk. Najväčším uznaním sú preňho pracovné ponuky, ktoré dostáva. A to nielen z Rakúska, ale aj z Talianska, Nemecka či zo Slovenska. Dobré však zvažuje, na akú spoluprácu prikývne. „Musím byť presvedčený o tom, čo robím. Určite by som nezobral žiadne miesto len preto, že by mi ponúkali veľa peňazí,“ tvrdí. Jaro Rataj si do kolónky zamestna-



Oporou úspešného hoteliera je rodina – manželka Ria a dcéra Salome.

FOTO: ARCHÍV J. RATAJA

→ nie aktuálne píše konzultant. Prednáša na rôznych kongresoch a robí semináre pre manažérov, na ktorých odovzdáva skúsenosti a radí hotelierom, ako optimalizovať a hlavne zlepšovať služby. Okrem toho sa chystá zasadiť na ďalšiu riaditeľskú stoličku. „Momentálne som v tíme jedného z najúspešnejších vinárov Rakúska Ericha Scheiblhofera, ktorý sa pustil do výstavby luxusného rezortu v burgenlandskom Andau, vzdialenom iba štyridsať minút od Bratislavy. O dva roky v lete by sa malo zariadenie otvoriť a ja by som mal prevziať riadenie a chod hotela.“

Benefity, ktorými sa chce odlišiť

Náš zákazník – náš pán. Toto heslo si Kežmarčan osvojil hneď na začiatku. No aby boli klienti spokojní, najskôr musí byť spokojný personál. Najčastejšie preto kolegom z brandže opakuje slová

úspešného podnikateľa Richarda Bransona, ktoré si osvojil. „Na prvom mieste sú zamestnanci. Ak sa dobre staráte o zamestnancov, oni sa zas dobre postarajú o klientov.“ Je mu však ľúto, že sa tým neriadia aj mnohé hotelové a reštauračné zariadenia u nás. „Turizmus na Slovensku vnímam ako samorast. Po revolúcii sa divoko privatizovalo. Rodinné hotelierstvo, ako ho poznáme v Rakúsku, nemá u nás tradíciu.



Do nového hotelového strediska bude jeho generálny manažér prijímať 120 ľudí. Chce im ponúknuť benefity, ktoré konkurencia nedáva.

FOTO: SCHEIBLHOFFER THE RESORT ANDAU

Zľavové portály sú úspešné len na Slovensku a v Česku. Napríklad v Taliansku si hostia za dobrý servis radi zaplatia.

FOTO: ARCHÍV CAVALLINO BIANCO FAMILY SPA GRAND HOTEL

Mnohí si neuvedomili, že v tomto biznise sa nedá rýchlo zbohatnúť. Za ostatných tridsať rokov sme neboli schopní vypracovať koncept a víziu turizmu. Škoda! Ak chce byť niekto úspešný v gastronómii, musí žiť so svojím tímom, motivovať a vzdelávať ľudí. V prvom rade treba stavať na kvalite jedál i služieb. Mám na mysli infraštruktúru, jazykovú vybavenosť a podobne. Treba uprednostniť kvalitu pred kvantitou. Poznám niekoľko zariadení u nás, ktoré začali vo veľkom štýle, po roku už ponúkali horší servis za viac peňazí a po ďalších troch rokoch išlo o katastrofu alebo podnik prestal fungovať. Budovanie dobrej značky je beh na dlhú trať. Ale táto cesta je trvácna a prináša množstvo príležitostí pre ľudí v regiónoch,“ hovorí a jedným dychom spríada plány, čo ponúkne svojim budúcim kolegom, keď ich bude prijímať do nového hotelového strediska. „Budeme potrebovať 120 pracovníkov. Chceme sa od iných odlišiť napríklad aj tým, že po viacdennnej službe dostanú voľno, aby mali čas na rodinu, priateľov a záľuby. Za lojalitu by mohli dostať k dispozícii elektromobil.“

Náročný šéf, nenáročný hosť

Úspešný Slováčok nie je fanúšikom zliav, ktoré sa za posledné roky tešia veľkej obľube na Slovensku i v Česku. Za dobré služby sa totiž platí. „Zľavové portály sú výhodné len z krátkodobého hľadiska. Keď päťhviezdičkový hotel predáva noc za 70 eur, nezarobí nič, iba si kupuje prácu. Myslím si, že z dlhodobého hľadiska táto forma marketingu môže značke aj uškodiť. Takto si žiadne ubytovacie zariadenie stálu klientelu nebuduje. My sme v hoteli zľavy nikdy neposkytovali. Radšej sme dali službu či pozornosť navyše,“ pokračuje odborník na hotelierstvo, ktorý je ako šéf veľmi priateľský, no náročný. Ako hotelový hosť však nepúta na seba zbytočnú pozornosť. „Keď s manželkou cestujeme, nevyhľadávame hotely. Skôr preferujeme apartmány v súkromí. Ako klient som veľmi nenáročný, keďže poznám zákulisie a viem, čo táto práca zahŕňa. Pred každým poctivým gastronómom a jeho zamestnancami mám rešpekt a úctu. Vážim si ich prácu a nestresujem ich pre maličkosti. Ak je personál milý, všade vládne čistota a kvalita, som maximálne spokojný,“ vraví Spišiak, ktorý dobrého manažéra dokáže rýchle odhadnúť. „Rozpráva v prvej osobe množného čísla. Okrem určitého IQ je veľmi dôležitá aj EQ. Empatia je na manažérskej pozícii veľmi dôležitá. Vedieť počúvať, viesť dialóg, správne sa rozhodnúť i poradiť je umenie. Dobrý manažér má prirodzenú autoritu,“ uzatvára východniar, ktorý bez podpory rodiny nerobí žiadne dôležité rozhodnutie v živote.

LUCIA LUKUŠOVÁ