

FAKULTET ZA TURIZAM I HOTELIJERSTVO U KOTORU

PREDMET
HOTEL I OKRUZENJE

SEMINARSKI RAD

TEMA

Hotel Premier i Apart hotel u Podgorici

SADRŽAJ

1. Sadržaj.....	2
1.1 Uvod o hotelu.....	3
1.2. Turisticko ugostiteljski objekat.....	5
1.3. Tipovi hotela.....	6
1.4 Ulazi u hotel.....	7
1.5. Hotelski prostori.....	7
2. NIVOI DIZAJNA HOTELA I EKONOMIJA HOTELA.....	10
3. OKRUŽENJE HOTELA PREMIJER.....	11
3.1. Opšte informacije o hotelu Montenegro.....	11
3.2. Arhitektonski koncept.....	11
4. APART HOTEL PREMIJER.....	12
4.1. Smjestajni kapaciteti.....	12
4.2. Ostali sadržaji.....	12
4.3. Organizaciona sema Apart Hotela.....	14
5. SWOT ANALIZA FIRME MONTENEGRO PREMIER D.O.O.....	16
5.1. Zahtjevi trzista.....	17
5.2. Ciljan trzista.....	17
6. Online hotelsko poslovanje I njegova primjena u BWP Hotel Montenegro I Apart Hotelu Premier.....	18
7. ZAKLJUCAK.....	19
8. Literatura.....	20

1.UVOD

1.1 Uvod o hotelu

Hotel je reprezentativan turistički objekat, koji prvenstveno služi za pružanje usluga smještaja i ishrane, otvorenog tipa koji posluje na određenim osnovama. Hotel se u prostorno-funkcionalnom smislu koncipira tako da obezbijedi neometano odvijanje kretanja i boravka gostiju u hotel, odnosno ciklusa gosta. Prostor izdiferencirani kao zasebne, funkcionalne cjeline različitih dimenzija i elemenata uređenja i opreme, namijenjeni korisnicima, čine osnovne prostorne sadržaje u objektu. S druge strane, postoje prostori u hotelu koji nijesu namijenjeni gostima. Njihova osnovna funkcija je da odgovarajućim elementima uređenja i opreme obezbijede nastanak produkta hotela i omoguće njegovo „konzumiranje” u za ovu namjenu obezbijeđenim prostorima.

Hotelski objekat se u prostorno – funkcionalnom smislu diferencira u dvije osnovne cjeline:

1. prostor namijenjen gostima, u kome se realizuju osnovne(smještaj i ishrana) i razne dodatne usluge
2. prostor namijenjen prijemu, skladištenju i obradi robe i materijala.



Navešću osnovne definicije privrednih djelatnosti koje su bitne za poslovanje jednog hotela:

Ugostiteljstvo je privredna djelatnost pripreme i usluživanja hrane i pića i pružanja usluga smještaja. Ova privredna djelatnost obuhvata dva sektora:

- Sektor ishrane
- Sector smještaja

Hotelijerstvo se smatra kao ugostiteljska djelatnost koja ima dva sektora za pružanje usluga smještaja i ishrane.

Restoraterstvo je ugostiteljska djelatnost koja isključivo pruža usluge ishrane u samostalnom obliku ili u sklopu hotela.

S obzirom da je turizam osnovna privredna grana i da bi se još više razvijao u pojedinim oblastima, moraju se graditi objekti koji su od posebnog značaja, veoma su bitni funkcionalni zahtjevi turizma.

Kada su u pitanju turistički objekti **funkcionalni zahtjevi** turizma se dijele u dvije grupe:

- Fizički i duhovni zahtjevi i potrebe
- Funkcionalni zahtjevi

Fizički zahtjevi su da se izgrade turistički objekti, a duhovni da taj objekat:

- Pruži komfor
- Ugodan smještaj
- Siguran prostor
- Objekat koji neće narušiti prirodnu sredinu
- Objekat koji neće narušiti kulturno nasljedje

- Objekat u kojem će gost naći romantiku

Funkcionalni zahtjevi se dijele na:

- Selektivnu lokaciju
- Elektronsko tehnički zahtjevi
- Arhitektonska obrada objekta
- Arhitektonsko oblikovanje objekta

Što se tiče lokacije postoje dva izbora:

- Mikrolokacija – ovdje se vodi računa o:
 1. da je izbor lokacije takav da je pogodan pristup postojećoj saobraćajnoj infrastrukturi
 2. pogodnost priključka na instalacionu infrastrukturu
 3. treba voditi računa o udaljenosti i lakoći nabavke namirnica i ostale robe
 4. voditi računa da je mikrolokacija hotela dobro povezana sa urbanim mjestom
 5. treba voditi računa za izgradnju rekreacionih prostora
- Makrolokacija – kod ovog izbora vodi se računa da se koriste prirodni resursi uskladjeni sa ekosistemom, da hotelski objekat treba da bude uskladjen sa razvojnim konceptom tog mjesta, regiona ili države.



Što se tiče **tehničko-ekonomskih zahtijeva** od projektovanja do izgradnje i eksploatacije objekta ekonomičnost je jedan od najosnovnijih i najvažnijih faktora. S obzirom da su hotelski objekti mnogo uslovljeni savremenim dostignućima tehnike koja se brzo primjenjuje na hotelskim objektima tehnički aspekt je vrlo bitan za hotelske objekte koji podržava

funkcionisanje hotela, ekonomičnost, komfor i sve ostale aspekte koji uključuju pružanje usluga.

Arhitektonsko oblikovanje objekta:

1. jedno od bitnih aspekata izgradnje hotela
2. investitori obraćaju veliku pažnju prilikom oblikovanja objekta
3. ima dosta tradicionalnih hotela (primjer dobrog koncepta: povezanost tradicionalne arhitekture sa savremenom)

1.2. Turisticko ugostiteljski objekat

Ugostiteljskim objektom se smatra objekat koji pruža najmanje jednu ugostiteljsku uslugu, dok se uslužna sposobnost ugostiteljskog objekta označava kao njegov kapacitet. Postoje dvije suštinske grupacije ugostiteljskih objekata:

- ugostiteljski objekti za pružanje usluga smještaja
- ugostiteljski objekti za pružanje usluga hrane i pića

1. Objekti za pružanje usluga smještaja

- osnovna jedinica kod ovih objekata u sektoru smještaja je soba, a uslužni kapacitet sobe za smještaj se izražava ležajevima. Razvoj hotela je doveo do raznih tipova hotelskih objekata i raznih vrsta smještajnih kapaciteta među kojima se izdvajaju hoteli, moteli, pansioni, turistički apartmani, turistička naselja, prenoćišta, odmarališta, planinski domovi, kuće za odmor, kampovi, stanovi za odmor, sobe za iznajmljivanje i td.

Turističko ugostiteljski objekti za smještaj svrstani su u 10 osnovnih vrsta:

1. hotel
2. motel
3. unikatni hotel
4. apart hotel
5. turističko naselje
6. pansioni
7. privatni smještaj
8. kampovi
9. planinarski I lovački domovi
10. odmarališta

Osim ovih objekata postoje i komplementarni turistički objekti koji pružaju usluge smještaja I ishrane. To su **dopunski objekti**:

1. lječilišta banjska i klimatska
2. planinarski domovi i kuće (ne kategorišu se)
3. odmarališta za djecu i omladinu
4. sobe za iznajmljivanje
5. kuće i stanovi za odmor
6. kolibe za spavanje
7. brodske kabine
8. kampovi

Postoje I druge podjele turističko ugostiteljskih objekata, a to su:

1. prema tržištu (komercijalni I nekomercijalni)
2. prema periodu rada (sezonske I stalne)
3. prema dužini trajanja gostiju (stacionarni I prolazni)
4. prema cijeni (budžet, ekonomske I luksuzne)

Prstori za pružanje smještaja unutar hotelskog objekta

- **ovi prostori dijele se na 5 osnovnih grupa:**

1. soba kao osnovna jedinica za pružanje usluga smještaja
2. hotelski apartmani
3. hotel apartman junior
4. apartman
5. studio apartman

2. Objekti za pružanje usluga hrane i pića

- u ove ugostiteljske objekte ubrajaju se svi oni objekti u kojima se pruža usluga hrane i pića i napitaka
- u prostornom građevinskom smislu mogu biti samostalni ili u sklopu hotelskog objekta ili u sklopu nekih drugih objekata (stambenih)

U ovim objektima postoje dvije djelatnosti:

- proizvodna
- uslužna

Proizvodni kapacitet određen je kapacitetom opreme kuhinjskog bloka i mjeri se brojem obroka.

Uslužni kapacitet je određen kapacitetom broja stolova ili brojem sjedišta, odnosno brojem konzumnih mjesta.

Objekti za pružanje usluga hrane i pića su:

- restoran
- kafana
- bife
- bar
- picerije
- poslastičarnica
- kafeterija
- gostionica
- krčma

1.3 Tipovi hotela

Postoji nekoliko tipova hotela u zavisnosti od vrste usluga, nivoa usluga i opremljenosti. Što se tiče tipizacije hotela, postoje dva tipa na osnovu koga možemo odrediti tip hotela. To su :

- Lokacioni faktor i
- Motiv posjete, asortiman usluge i kategorija gostiju.

Lokacioni hoteli su;

- Primorski hotel
- Planinski hotel
- Banjski hotel
- Gradski hotel
- Tranzitni hotel

Na osnovu motiva posjete asortimana usluge i kategorije gostiju-hotele možemo podijeliti na :

- Odmarališni hotel
- Poslovni hotel
- Konferencijski hotel
- Konvencionalni hotel
- Kazino hotel
- Sport hoteli
- Porodični hoteli
- Tematski hoteli

Svaki od ovih hotela ima sadržj prilagođen potrebama turista.

Kada se govori o primorskim hotelima, karakteristično je da se naglašavaju velike terase, a društveni prostori su manji i nema potrebe da ih ima puno s obzirom da je lijepo vrijeme i da gosti obilaze turističko mjesto. Za planinske hotele je karakteristično da posjeduju mnogo društvenih sadržaja, a prostori oko recepcije su sa finim, udobni namještajem. Instalacije mogu podržati sve sadržaje. Sobe planinskih hotela najčešće nemaju tj. ine moraju imati veliki sadržaj, a ni terasu.

Poslovni hotel sadrži konferencijske sale, kao i sale za sastanke. Posebno su interesantni takozvani konvencijski hoteli, jer ove tipove hotela često posjećuju slavne ličnosti. Također poslovne hotele karakteriše i ogroman komfor i najčešće ima i obezbjeđenje u hotelu.

Kada su u pitanju prilazni prostori hotela tu se mogu uvrstiti-

- Prilazni putevi,
- Zelene parkovske površine,
- Razni ulazi u hotel i
- Ekonomsko sklonište.

1.4 Ulazi u hotel

Što se tiče ulaza u hotel postoji 5 ulaza i to su :

1. glavni ulaz za goste
2. ulaz za prtljag
3. personalni ulaz
4. restoranski ulaz
5. ekonomski ulaz.

Glavi ulaz se uvijek bira na vidnom mjestu, prilikom prilaska hotelu. Glavni ulaz mora biti naglašen. Poželjno je da ekonomski ulaz, bude na suprotnoj strani od glavnog ulaza. Kod prilaznih prostora je važna okolina, a u svemu tome veoma bitnu ulogu predstavlja racionalna upotreba resursa i ne narušavanje životne sredine. Često se prave i neekonomski sadržaji. Sve više se gleda da su hoteli u koleraciji sa prirodom. Bitno je da ima što je moguće više zelenila za šetnju.

1.5 Hotelski prostori

Tri osnovne grupe hotelskih prostora su :

- društveni prostori
- ekonomski i tehnički prostori i
- smještajni prostori.

Društveni dio prostora čine prijemni hol, restoran ili restorani, zabavni prostori, trgovački prostori i sportsko- rekreacioni prostori.

Smještajni dio čine:

- sobe za goste
- sobe za sobarice
- druge pomoćne prostorije
- prostorije pomoćne komunikacije

- postoji horizontalna i vertikalna komunikacija
- Postoje i stepeništa i liftovi, liftovi za goste i liftovi za osoblje.

Ekonomsko tehnički dio čine prostori :

- Razni servisi
- Kuhinjski prostori
- Skladišni prostori
- Radionički prostori i
- Razni pogonski prostori.

Postoje **tri tipa grupacijskih osnovnih hotelskih prostora** :

- Po horizontali
- Po vertikali
- Po gabaritu.

Karakteristike horizontalnog koncepta se primjenjuju :

- Kod hotela sa manjim kapacitetom
- Kog hotela gdje imate veliku lokaciju prilikom izgradnje.

Grupisanje po hotelu primjenjuje se :

- Pretežno kod gradskih hotela, jer zauzimaju mali prostor
- Pojavljuje se racionalnost kod infrastructure

Primjer za to je Interkontinental u Beogradu.

Grupisanje po gabaritu, primjenjuje se najčešće kod:

- Odmarališnih
- Zdravstvenih
- Rekreacionih hotela

Dosta je primjenljiv i predstavlja kombinaciju vertikalnog i horizontalnog sistema. Smještajni prostori hotela moraju biti funkcionalno jasni.

Svaka soba kao smještajna jedinica obuhvata tri grupe prostora:

- Prostor za noćenje
- Prostor za individualan rad i odmor
- Prostor za higijenu.

Grupisanje ovih hotela treba da zadovolji kompatibilnost, dobru orijentaciju,

- Tišinu i neke povoljne komunikacije i tehničke uslove. Danas se hoteli grade preko dva osnovna koncepta:
- Objekat kao jedna cjelina
- Objekat kao kompleks od nekoliko objekata.

Generalno, svi hoteli teže da imaju naglašen komfor, ekskluzivnost, dobru orijentaciju, sa lijepim vizurama, sve savremene tehničke uređaje i opremu. Smještajne jedinice mogu biti različitog oblika.

Društveni prostori hotela su prostori u kojima se gosti bave društvenim aktivnostima, kao što su objedovanje, zabava, rekreacija, prijem gostiju, trgovina i slično.

Broj i veličina ovih prostora zavise od veličine hotela, tipa i kategorizacije.

Društveni prostori su najatraktivniji prostori hotela i njih često mogu koristiti i oni, koji nisu gosti hotela.

Prema stepenu blizine od prijemnog hola, društveni prostori se mogu podijeliti na :

- Prijemni hol
- Trgovački prostor
- Prostor za zabavu i rekreaciju i
- Kongresni prostori i slično.

Ekonomsko-tehnički prostori sa opremom i uređajima obezbjeđuje u hotelu savremene uslove stanovanja i rada.

Ovo je najkomplikovaniji dio hotelskog objekta, koji treba da zadovolji veliki broj najsitnijih tehnoloških zahtjeva

Ekonomsko-tehnički prostori hotela sadrže :

- Kuhinjske prostore
- Skladišne prostore i kuhinje
- Servise i radionice
- Perioničke prostore
- Garderobu i sanitarije za radnike
- Administrativne prostorije
- Prostorije za razne usluge
- Pogonske prostorije

S obzirom da je instalacija u hotelima jedan vrlo složen sistem, u kome se nalaze razne vrste instalacija, pa je logično da je i njihovo održavanje veoma zahtjevno.

2. Novi dizajn hotela i ekonomija hotela

Ovaj vijek je obogacen novim trendovima medju kojima treba istaknuti ulazk modnih dizajnera u hotele i stvarnje novih hotelskih brendova.

Estetika i dizajn postaju vazan kriterij kod izbora restorana, hotela, destinacija za odmor, namjestaja, automobila i dr. predmeta.

Estetika i dizajn grade nove brendove.

Americki casopis „Hip“ hotels Escape sadrzi pregled najljepsih hotela na svijetu izabranih po jednom principu „perfektnost“. Oni su arhitektonske atrakcije najljepsih svjetskih turistickih destinacija. Dizajn i estetika su vazni vec kod projektovanja zgrade hotela, jer ona cini dio hotelskog brenda.

Arhitektura u skladu sa prirodnim okruzenjem hotela je danas inperativni trend kojeg diktira visoka ekoloska svijest i pokret zelenih u ocuvanju prirode. Arhitektura, stara i nova, je turisticka atrakcija, ona je dio posebnosti mjesta kao turisticke destinacije.

Dizajn hotela buducnosti? Nova tehnologija i znansvena otkrica ušli su u hotel: zidovi koji govore, energija s krovova, pomicne sobe, “pameni prostori“ (prostor koji se po potrebi transformise u TV ekran), potpuno automatizovano informisanje itd.-tzv.“Kuca buducnosti“.

Jedan od najvećih tendova u arhitekturi danas je adaptacija starih prostora (adaptive reuse) i to zbog ocuvanja starih zgrada ali i zbog manjih troškova u odnosu na novu izgradnju. Na tom zadaku pokazuje se sva originalnost i kreativnost dizajnera.

Feng shui-umjece cjelokupnog pristupa zivljenju-uredjednja okoline i untrasnjosti prostora u skladu sa duhovnim potrebama covjeka,obogacuje dizajn hotela i restorana.

Na kraju treba podvuci da su kvalitet i ljepota usko povezani (u proslosti,sadasnjosti i buducnosti).Ljepota u sluzbi kvaliteta i kvalitet u sluzbi ljepote, je recept-nacelo koje vodi do uspjeha:zadovoljiti i usreciti ljude i kupce.

Lijepi proizvodi postaju i ostaju dio kulture jednog naroda.

Covjek (kupac) odredjuje sta je kvalitet i odlucuje se za kupovinu.Njegov izbor odredjuje estetika i dizajn. Iz toga se moze zakljuciti da u estetici i dizajnu kao dimenziji kvaliteta lezi i nedovoljno iskoristeni potencijal za postizanje vecih ekonomskih ali i drugih efekata,kao i podizanje nivoa kulture, umjetnosti i ukupnog zadovoljstva korisnika proizvoda i usluga.

Estetika i dizajn, kao dio visokog zivotnog stila i kvaliteta zivota grade nove hotelske i turisticke trendove.To su hoteli sa potpisom koji garantuju eleganciju i trajnost kvaliteta.

Jedan od takvih hotela je i hotel "Premijer"!

3.OKRUŽENJE HOTELA PREMIJER

3.1. Opste informacije o hotelu Montenegro

Naziv firme je Montenegro Premijer d.o.o. Firma se nalazi u Bulevaru Svetog Petra Cetinjskog bb. Osnovana je 2005 godine. Osoba s kojom smo kontaktirali i koja nam je pružila sve neophodne informacije o hotelu je Tatjana Curovic.

Od oko 4200 Best Western hotela u svijetu, samo 70 nosi titulu PREMIER.

Hotel Best Western Premijer se nalazi na izuzetno lijepoj i atraktivnoj lokaciji glavnog grada Podgorice.

Naime, nalazi se unutar glavnog poslovnog sklopa gdje se nalaze zgrada Vektre, Maksim, T-com kao i sjedišta mnogih jakih firmi i banaka.

Glavni inicijator i generalni menadžer hotela je Ranko Petrovic.

Oba hotela se nalaze na glavnim putevima, a i sama grada: Bulevar Svetog Petra Cetinjskog koji prolazi kroz srce Podgorice i Bulevar Džordža Vasingtona sa kojeg se lako nastavlja magistralnim putem ka Budvi i ostatku Crnogorskog Primorja.

Od glavne autobuske i željezničke stanice je udaljen svega 2,5 km, Također, Internacionalni aerodrom Podgorica je udaljen od hotela svega 13 km. Hotel pruža besplatan prevoz svojim gostima (Free Hotel Shuttle Service available).

Također, novoizgrađeni objekat Delta City se nalazi u blizini oba hotela. Tako da klijenti mogu čak i setnjom za par minuta stići do shopping malla. To je još jedna u nizu prednosti kada je u pitanju lokacija ova dva hotela.

Mozemo zaključiti da je hotel Premijer za odabrano ciljno tržište kao što su biznismeni, kongresmeni, inostrane delegacije, gosti ambasada i drugi lokacija na kojoj se nalazi ovaj hotel gotovo idealna. Iako jedan od mlađih hotela u Crnoj Gori, otvoren Septembra 2006, vrlo brzo je postao prepoznatljiv po svom elegantnom, futurističkom dizajnu, izvanrednoj lokaciji i posvećenom osoblju.

Činjenica da brojni VIP gosti i ugledni ambasadori mnogih zemalja biraju baš Best Western najbolji je dokaz i priznanje kvaliteta.

3.2. Arhitektonski koncept

Konvencionalna gradnja

Uklapanje u okruženje

Kako je hotelska zgrada kupljena već u fazi izgradnje (grubi građevinski radovi), dok su njegova prvobitna namjena bile stambene jedinice - tako da je naknadno urađena unutrašnja adaptacija prostora radi obavljanja ugostiteljske djelatnosti. Ove činjenice objasnjavaju i konvencionalan, arhitektonski koncept.



4. Apart Hotel „Premier“



Apart Hotel „Premier“ je hotel modernog dizajna, koji predstavlja kombinaciju elegancije i komfora namjenjen savremenom poslovnom čovjeku.

Smješten je u poslovnom dijelu Podgorice, središtu političkih i komercijalnih aktivnosti grada. Okružen ekskluzivnim šopovima (poput Delta Cityja) i brojnim restoranima omogućava gostima opuštanje nakon završenog radnog dana.



4.1. Smještajni kapaciteti

Od ukupno 48 Apartmana koje ovaj hotel nudi možete izabrati jedan od 3 kategorije: Junior, Studio ili Executive.

Luksuzni apartmani prostrani i svjetli stvaraju osjećaj udobnosti i komfora. Svakom gostu se pružaju prijatni trenuci odmora u dnevnom boravku, moderno opremljenoj kuhinji ili ekskluzivnom kupatilu. Svaka soba nudi i High Speed Internet konekciju 24h, direktnu telefonsku liniju, satelitsku TV, sef, minibar kao i zasebnu kontrolu klimatizacije.

Executive apartman je najveći od 3 kategorije apartmana, Junior je srednje veličine dok je Studio njamanji po veličini. Svi apartmani su u potpunosti isto opremljeni.

4.2. Ostali sadržaji

Recepcija: Osoblje recepcije stoji na raspolaganju 24h. Pored Internet cafea u lobiju recepcije nalazi se i Biblioteka knjiga na crnogorskom i engleskom jeziku.



* Konferencijska sala: nalazi se na posljednjem, sedmom, spratu hotela maksimalnog kapaciteta



120 osoba u teatar postavci. Sala ima mogućnost da se pregradi tako formirajući dvije manje sale, zavisno od Vaših potreba.

- Sala za doručak/ bankete: nalazi se odmah do konferencijske sale smještena u staklenoj kupoli, takođe na sedmom spratu. Nakon 11:00h pa do večernjih sati, sala je idealno mjesto za kafe pauze koje se služe za vrijeme seminara, tako i za koktele i svečane bankete kapaciteta do 90 osoba. Sa terase se pruža predivan pogled na grad Podgoricu i glavni Bulevar.



* **Garaža / Rent-a-car usluge:** Gostima je na raspolaganju prostrana hotelska garaža kao i usluge hotelskog rent-a car servisa. Treba napomenuti da gradski taksi Premier se ne nalazi u sklopu vlasništva hotela. Međutim, hotel sa njima ima sklopljen ugovor tako da taxi Premier pruža usluge prevoza gostima Premier hotela po potrebi.



Mogu se izdvojiti dvije grupacije hotelskih prostora u **prizemlju**, a to su društveni i ekonomsko tehnički prostori.

U društvene prostore (prostorije) se ubrajaju:

- Restoran
- Aperitiv bar
- Recepcija (front office)
- Salon za prijem gostiju
- Trpezarija (doručkovaonica ili mali restoran)
- Cigaret bar
- Toaleti (muški i ženski i toalet za hendikepirane)

U ekonomsko tehničke se ubrajaju:

- Back office (recepcija)
- Šank u aperitiv baru
- Kuhinja
- Magacini (za hranu, piće, pomoćna sredstva za kuhinju i za higijeničarku)
- Svlačionice sa kupatilima za osoblje
- Prostorije sa agregatom, bojlerima i rezervoarom za vodu

Hotel ima dva ulaza za goste tj. glavni i sporedni.

Glavni ulaz za goste je ulaz u hotel koji po pravilu koriste gosti korisnici usluga smještaja. Radi se ustvari o glavnom ulazu u hotel koji mora da bude dovoljno uočljiv i odmah prepoznatljiv.

Sporedni ulaz za goste je lociran na izvjesnoj udaljenosti od glavnog. Može biti postavljen sa iste strane, bočno ili sa iste strane od glavnog ulaza.

Glavni ulaz uvodi gosta u predvorje hotela. Predvorje je osnovna prijemna prostorija u objektu. Osnovni elementi opreme hotelskog predvorja prilagođeni su prijemu. Radi se o pultu recepcije za kojim se obavlja funkcija prijema gosta u hotel.

Ulaz za prijem robe i materijala predstavlja ekonomski ulaz hotela. On se posebno projektovao tako da lokaciono pogoduje dostavi odnosno pristupu dostavnih vozila do samog objekta. Postavljen je sa suprotne strane od ulaza za goste .

Hotel mora raspolagati sa najmanje jednim ekonomskim ulazom, nezavisno od kapaciteta, tipa i kategorije.

5. SWOT Analiza firme Premier doo

Firma Best Western Premier Montenegro je stvorila sopstvenu (uspjesnu SWOT analizu) Viziju, Misiju, Strategiju I odredila Ciljeve djelovanja I razvoja na Crnogorskom trzistu.

Vizija

Optimiranje trzista
Ponudu Podgorice uskladiti zahtjevima gostiju
Stvaranje Premier Hotel Group

Misija

Zadovoljiti sve potrebe poslovne klijentele I ponuditi im vrhunsku uslugu I efikasnost

Ciljevi

Povercanje broja smjestajnih jedinica koje ce odgovarati potraznji za istim, a shodno tome iskoristiti konkurentsku prednost za ostvarivanje veceg profita. Uporedo sa tim teziti ka pruzanju vrhunske usluge kroz strucno osposobljavanje kadra I motivaciju.

Strategija

Ka ostvarivanju postavljenih ciljeva, misije I vizije, koriste se kombinovane sve tri vrste strategija (osvajanje, sirenje, diverzifikacija). Razlog zbog koga se ne moze izdvojiti ni jedna od navedenih strategija jeste relativno novi proizvod. Crna gora kao novo trziste, a diverzifikacija ce tek doci do izrazaja.

Rizik

Politicko okruzenje Crne Gore I nestabilnost regiona
Ekonomsko okruzenje (banke, ambasadori...), najjaca klijentela

5.1. Zahtjev trzista

Apart Hotel Premier ima trziste identicno trzistu postojeceg BWP Hotela Montenegro. U pitanju su zemlje srednje i Zapadne Evrope, cemu svjedoce statisticki podaci I knjiga gostiju.

Plan finansiranja

1. Kapital kreditiranje
2. Uslovi za kreditiranje hipoteka a samim tim i kamata koja ide na hipoteku
3. Garancija gradjevinke firme o izvršenju radova... na 5 godina
4. Dokaz o pripremljenosti Ugovora saq zajmovima (obzirom da zakon ne dozvoljava zajmove, zajmovi se racunaju kao avans i moraju da se oporezuju).

5.2. Ciljna trzista

S obzirom na lokaciju hotela(poslovni dio grada Podgorice) kao i činjenicu da je Podgorica glavni administrativni centar Republike Crne Gore, ciljno trziste je po nekom automatizmu samo opredjeljeno na poslovnu klijentelu. Stom razlikom sto se u Apart Hotelu Premier ide na poslovnu klijentelu s naglaskom na njihov duzi i komformniji boravak u odnosu na goste BWP Hotela Montenegro..

Raspolozivost zemljista

Zemljiste je u posjedu preduzeca Montenegro Premier d.o.o. Hotelska zgrada je kupljena u grubim gradjevinskim radovima sa svim tehnickim prikljucima.

Pravni okviri

Dozvola za rad

Upotrebna dozvola

Kategorizacija Ministarstva Turizma(u toku, categorization pending).

Sobe po kategorijama

Studio Apart.....=30m²

Junior Apart.....=33-43m²

Executive Apart.....=44-58m²

Popunjenost hotela : ocekivanih 68%

Struktura cijena soba:

Studio Apart.....180.00e

Junior Apart.....210.00e

Executive Apart.....250.00e

Prosjecna cijena soba

DNEVNI GOSTI	145.00E	ZA STUDIO APARTMAN
DUZI ORAVAK	102.00E	
DNEVNI GOSTI	165.00E	ZA JUNIOR APARTMAN
DUZI BORAVAK	115.00E	
DNEVNI BORAVAK	200.00E	ZA EXECUTIVE APARTMAN
DUZI BORAVAK	150.00E	

Prosjecna trajanje boravka je 4,6% od ocekivanja.

Razvoj glavnih konkurentskih hotela Glavni konkurent je hotel Podgorica(sa cetiri zvjezdice). Ostali jaki konkurenti se ocekuju naredne 2 do 4 gdine.

6. Online hotelsko poslovanje I njegova primjena u BWP Hotel Montenegro I Apart Hotelu Premier

Dok turističke kompanije u svijetu masovno koriste prednosti 'on-line' poslovanja, hotelska preduzeća u Crnoj Gori u različitoj mjeri primjenjuju direktnu, odnosno indirektnu prodaju, zavisno od vrste, namjene, lokacije objekta, segmenta tražnje na koji su usmjerena, znanja i iskustva sa elektronskim tehnologijama, kao i prodaje na domaćem, odnosno inostranom tržištu. Najveći dio prodaje sa inostranog tržišta realizuje se indirektnim putem, putem organizatora putovanja

Dinamika tehnološkog razvoja, posebno informacionih dostignuća, učinila je da raznovrsne informacije postanu dostupne širokim masama potrošača koje postaju sve informisanije, a time i zahtjevnije u formulisanju svojih potreba i želja za turističkim putovanjima. To je natjeralo turistička preduzeća da obezbijede nove strategije koje će im omogućiti da izađu u susret sve sofisticiranijem ukusu potrošača, a da istovremeno za sebe obezbijede rast, održivi razvoj i povećanje profita dok je **podgorički hotel Montenegro Best Western Premier** prvi u Crnoj Gori koji se može pohvaliti da koristi **savremenu informacionu tehnologiju (IT)** u svim segmentima poslovanja, u prodaji, recepcijskom i kancelarijskom poslovanju, kao i u korišćenju savremene tehnike u svim tehnološkim cjelinama.

- Svojim otvaranjem 2006. godine, ovaj hotel je počeo eru kontinuirane elektronske prodaje hotelskih kapaciteta u Crnoj Gori putem globalnih rezervacionih sistema i centralnog rezervacionog sistema lanca Best Western International.

- Iako je uvođenje Interneta u svjetskom turističkom poslovanju izazvalo revoluciju zbog bojazni nestanka turističkih agencija, ove promjene u Crnoj Gori trebalo bi da se manifestuju u mnogo blažoj formi, imajući u vidu relativno mali broj domaćih agencija, nepostojanje kritične mase savremene hardverske podrške za elektronsko poslovanje, još nedovoljno razvijen elektronski sistem plaćanja, nizak nivo elektronske pismenosti, kako prodavaca, tako i domaćih kupaca. Bez obzira na navedena ograničenja, u zavisnosti od potreba tržišta, u budućnosti je vrlo moguć nastanak raznovrsnih modela partnerstava i integracija manjih agencija u lance turističkih agencija ili konzorcijume zbog sticanja bolje pregovaračke pozicije sa različitim dobavljačima.

Imajući u vidu svjetski trend porasta individualne tražnje u turizmu, posebno za 'specijalnim turama', za šta Crna Gora posjeduje izvanredne uslove, posebno na sjeveru gdje su resursi u velikoj mjeri sačuvani, realno očekivati da će domicilne 'incoming' agencije naći poslovni interes i preko Interneta ponuditi tzv. 'marketinške niše', (one proizvode i usluge za kojima postoji interes, a postoje raspoloživi resursi), putem Interneta globalnom tržištu. To bi uvelo individualnu tražnju iz inostranstva.

-Dolazak stranog kapitala sa sigurnošću govori da će novi vlasnici hotela željeti efikasno da kontrolišu svoj kapital i da se u daljoj politici prodaje sve više približe kupcu. Kao nova forma ekonomskog razvoja u turističkoj privredi Crne Gore, predlaže se klasterizacija, a osnovni razlog je niska konkurentnost sadašnje ekonomije. Prema indeksu konkurentnosti Svjetskog ekonomskog foruma 2008. godine, Crna Gora se nalazi na 65. mjestu, a u turizmu zauzima nešto bolju poziciju (59), od ukupno 130 zemalja.

7.ZAKLJUCAK

Na kraju mozemo da zakljucimo da se radi o izuzetno uspjesnoj firmi koja prvenstveno garantuje kvalitet u sferi ugostiteljstva(hospitality).

Tu garanciju mu pruza i podrška svjetskog hotelskog lanca Best Western koji ga je uvrstio u sopstveni lanac hotela. Da bi se jedan hotel nasao u lancu tako uspjesnih hotela neophodno je da podrzava niz standarda, kvalitet i vrhinske usluge koje se ne razlikuju u bilo kom od hotela u lancu Best Westerna kojih su rasprostranjeni sirom svijeta.

Znacaj je posebno veliki za nasu malu Crnu Goru. Znacaj titule Best Western je izuzetan je jer je ona sama po sebi preporuka bilo kom inostanom biznisenu,ambasadoru idr. kao **preporuka kvaliteta**.

Ovaj hotel mozemo da zakljucimo da je zaslužio jednu ovakvu titulu.Izuzetna lokacija, osposobljen kadar,moderan i konforan smjestaj za kraci(Montenegro BWP) i duzi boravak(Apart Hotel),mnostvo dodatni usluga su kvaliteti koji ga krase.

Ovo preduzece mozemo da zakljucimo da vodi uspjesnu politiku poslovanja. Ima odredjenu strategiju razvoja,odredjeno ciljno trziste i ima plan buduceg razvoja i sirenja na siri region stvarajuci sopstveni lanac Premier Hotel Group D.O.O. Mozemo zakljuciti da je na izuzetno dobrom putu ka ostvarivanju svojih ciljeva.

8.LITERATURA:

1. Svorcan, M. Menadžment usluga u turizmu i hotelskoj industriji, Agena, Beograd 2001.
2. Kosar, Lj./Rašeta, S. Izazovi kvaliteta, VHS, Beograd 2005.
3. Zdenko Cerović: Hotel menadžment

Posetite nas klikom na sajtovima ispod:

[SEMINARSKI RADOVI](#) [DIPLOMSKI](#) [MATURSKI](#)
[RAD SEMINARSKI](#) [DIPLOMSKI RAD](#)
[SEMINARSKI](#)
[ESEJI](#) [FACEBOOK SEMINARSKI](#)

Uspostavljanjem ovog projekta, zadovoljila se i veoma prisutna potreba za specijalizovanim timom, koji će na studente i omladinu pravovremeno i adekvatno delovati u edukativnom i pozitivno usmeravajućem pravcu, ali i predstavljati efikasnu podršku u pisanju sopstvenih radova (seminarskih, maturskih, maturalnih, diplomskih, master, magistarskih, doktorskih, eseja)

TIM VRHUNSKIH PREVODILACA PREVODI ZA VAS SA I NA SLEDEĆE JEZIKE:
ENGLESKI, FRANCUSKI, ŠPANSKI, NEMAČKI, ITALIJANSKI