

VELEUČILIŠTE LAVOSLAV RUŽIČKA U VUKOVARU
ODJEL ZA STUDIJ TRGOVINE

HOTELSKA PRODAJA NA
PRIMJERU
HOTELA "DUNAV" ILOK

ZAVRŠNI RAD

Dino Božinović

Vukovar, 2013.

VELEUČILIŠTE LAVOSLAV RUŽIČKA U VUKOVARU
ODJEL ZA STUDIJ TRGOVINE

HOTELSKA PRODAJA NA
PRIMJERU
HOTELA "DUNAV" ILOK

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Student:

mr.sc.Sandra Mrvica Mađarac, predavač Dino Božinović, 110052

Vukovar, 2013.

I Z J A V A

Izjavljujem da sam završni rad izradi samostalno, koristeći se vlastitim znanjem, literaturom i provedenim istraživanjima.

U radu mi je pomogla savjetima i uputama voditeljica završnog rada mr.sc. Sandra Mrvica Mađarac te joj iskreno zahvaljujem.

Tvrtka " Toka – promet d.o.o " Hotel "Dunav" Ilok omogućila mi je provedbu istraživačkog dijela rada, pristup podacima o poslovanju poduzeću te zahvaljujem direktorici Željki Kovčaliji na suradnji.

SADRŽAJ

SAŽETAK	1
1. UVOD.....	2
2.UGOSTITELJSTVO – POJAM.....	3
2.1. Hotelijerstvo kao najznačajniji segment ugostiteljstva	4
2.2. Vrste hotela, gostiju i usluga	4
2.3. Specifičnosti hotelijerstva	8
2.4. Osobine hrvatskog hotelijerstva	9
3.HOTELSKA PRODAJA	11
3.1. Prodajna funkcija hotela.....	11
3.2. Financijska funkcija hotela.....	12
3.3. Nabavna funkcija hotela.....	12
3.4. Vrste, oblici i kanali prodaje	13
3.5. Ugovori.....	15
4. INFORMATIZACIJA HOTELSKE PRODAJE.....	17
4.1. Poslovi, procedure, postupci i izvještaji kod rezerviranja i dolaska gosta	17
4.1.1. Dokumenti kod dolaska gosta bez rezervacije	20
4.1.2. Dokumenti kod dolaska gosta s rezervacijom.....	20
4.2. Informatizacija rada u uredu za rezervacije	21
5. HOTEL "DUNAV" ILOK.....	23
5.1. Ilok kao turistička destinacija.....	23
5.2. Općenito o hotelu "Dunav" Ilok	25
5.2.1. Kanali prodaje i promocija u hotelu "Dunav" Ilok.....	26
5.2.2. Nabava u hotelu "Dunav" Ilok.....	27
5.3. Dolasci i noćenja prema zemlji prebivališta za 2010. godinu.....	28
5.4. Dolasci i noćenja prema zemlji prebivališta za 2011. godinu.....	29
5.5. Dolasci i noćenja prema zemlji prebivališta za 2012. godinu.....	31
6. ZAKLJUČAK	34
LITERATURA.....	36
POPIS SLIKA	37
POPIS TABLICA.....	38
ŽIVOTOPIS	

SAŽETAK

Ugostiteljstvo kao pojam predstavlja važnu gospodarsku djelatnost u smislu pružanja usluga, smještaja, hrane i pića, te je stoga ugostiteljstvo širi pojam od hotelijerstva. S druge strane usko povezano s ugostiteljstvom je hotelijerstvo koje se smatra aktivnošću kojom se pružaju usluge smještaja, hrane i pića te tako postaje najznačajniji segment ugostiteljstva. Razne vrste hotela čini tu djelatnost specifičnom iz razloga što su gosti danas sve zahtjevniji, te se tako uvidjela potreba za izgradnjom specijaliziranih hotela. Hotelska prodaja kao dio na kojem je u ovom radu najviše fokusa predstavlja ne samo instrument kojim hotel pokušava osigurati egzistenciju na tržištu već je hotelska prodaja kompleksan proces planiranja, nabave, investicija, kadrova i nadasve vrlo bitnog segmenta koji povezuje sve segmente, a to je financijska funkcija hotela. A također i oblika i kanala prodaje hotelskog proizvoda. Kada gosti dolaze u hotel s namjerom korištenja usluga, tada potpisuju ugovor. Stoga postoje razne vrste ugovora koji gosti potpisuju s hotelijerima ovisno o kojoj vrsti usluge se radi. Danas je zahvaljujući razvoju IT-a pojednostavljeno obavljanje sofisticiranih i složenih procedura i poslova. Prema tome, svaka rezervacija bilo da je preliminarne ili realne obavlja se putem informacijskog sustava koji je pojednostavljen za rukovanje i onima koji posjeduju minimalno znanje za upravljanje računalom. Nadalje, u praksi hotel "Dunav" Ilok od kojeg u ovom radu postoje informacije pokazuje kako mali obiteljski hotel uspješno posluje iz godine u godinu što se može vidjeti u podacima o dolascima i ostvarenim noćenjima u hotelu. Kao jedinstveni turistički doživljaj ujedno je spojen i sam grad Ilok sa svojom povjesno-multikulturalnom baštinom.

SUMMARY

Tourism, as a concept, represents an important economic activity in terms of providing services, accommodation, food, and beverages. Therefore, tourism is a broader term than hotel management. On the other hand, closely related to tourism is hotel management, which is considered the activity of providing accommodation, food, and beverages, becoming the most significant segment of the tourism industry. Various types of hotels make this industry specific because modern guests are increasingly demanding, leading to the need for specialized hotels. Hotel sales, the focus of this work, is not only an instrument through which hotels try to secure their existence in the market but also a complex process involving planning, procurement, investment, personnel, and, most importantly, the financial function of the hotel. This includes the forms and channels of selling hotel products. When guests come to a hotel with the intention of using services, they sign a contract. Therefore, there are various types of contracts that guests sign with hoteliers depending on the type of service. Thanks to the development of IT, the execution of sophisticated and complex procedures and tasks has been simplified. Accordingly, every reservation, whether preliminary or real, is made through an information system that is user-friendly, even for those with minimal computer management knowledge. Furthermore, in practice, the "Dunav" Hotel in Ilok, from which information is available in this paper, demonstrates how a small family hotel successfully operates from year to year, as evidenced by data on arrivals and nights spent in the hotel. As a unique tourist experience, the town of Ilok is also intertwined with its historically and culturally diverse heritage.