

Prodaja smještajnih kapaciteta u Nacionalnom parku Plitvička jezera putem online rezervacijskih sustava

Bićanić, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:295972>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
POSLOVNI ODJEL
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Marko Bićanić

**PRODAJA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U
NACIONALNOM PARKU PLITVIČKA JEZERA PUTEM
ONLINE REZERVACIJSKIH SUSTAVA**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2015.

Marko Bićanić

**PRODAJA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U
NACIONALNOM PARKU PLITVIČKA JEZERA PUTEM
ONLINE REZERVACIJSKIH SUSTAVA**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Poslovanje turističkih agencija

Mentor: Ivan Pukšar, mag. oec., viši predavač

Karlovac, srpanj 2015.

SADRŽAJ

SAŽETAK	I
ABSTRACT	II
1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	2
1.3. Sadržaj i struktura.....	2
2. POJAM REZERVACIJSKIH SUSTAVA	3
2.1. Prodaja smještajnih kapaciteta u okviru hotelijerskog poslovanja	3
2.1.1. Uloga menadžmenta	4
2.1.2. Značenje prodaje smještajnih kapaciteta u hotelskom poslovanju.....	6
2.2. Pojam rezervacija	8
2.2.1. Vrste rezervacija.....	10
2.3. Najpoznatiji rezervacijski sustavi	12
3. PRISTUP REZERVACIJSKOM SUSTAVU	13
4. BOOKING.COM	16
4.1. Pristupanje Booking.com rezervacijskom sustavu	16
4.2. Naplaćivanje nakon izvršene usluge smještaja.....	21
4.3. Plaćanje provizije rezervacijskom sustavu	25
4.4. Rangiranje, ostavljanje komentara gosta, te ocjena iznajmljivaču	25
4.5. Prava i obveze ugovornih strana u slučaju tvrtke Booking.com	26
5. AIRBNB	28
5.1. Pristupanje Airbnb rezervacijskom sustavu	28
5.2. Pogodnosti tvrtke Airbnb.....	28
5.3. Sistem „domaćin- domaćinu“	29
6. TRIPADVISOR	30
6.1. Pristupanje TripAdvisor rezervacijskom sustavu	30
6.2. Društveno umrežavanje	30
7. POSLOVANJE IZNAJMLJIVAČA NP PLITVIČKA JEZERA I REZERVACIJSKIH SUSTAVA	32
7.1. Smještajni kapaciteti u NP Plitvička jezera	32
7.2. Poslovanje iznajmljivača u NP Plitvička jezera preko rezervacijskih sustava	32
7.2.1. Zaprimanje rezervacije	32
7.2.2. Potvrda rezervacije	33
7.2.3. Modifikacija rezervacije.....	35

7.2.4. Otkazivanje rezervacije	35
7.2.5. Izdavanje računa.....	35
7.2.6. Račun za proviziju.....	39
7.2.7. Komparativni prikaz: potvrda o rezervaciji kod tvrtke Airbnb.com	40
8. ZAKLJUČAK.....	41
LITERATURA	43
POPIS SLIKA.....	45

SAŽETAK

Predmet ovog rada je prodaja smještajnih kapaciteta u Nacionalnom parku Plitvička jezera putem online rezervacijskih sustava. Cilj rada je dobiti temeljitiji uvid u cijelu problematiku, te odgovoriti na pitanje u kojoj mjeri takav način prodaje utječe na razvoj turizma tog kraja.

Prodaja smještajnih kapaciteta vrlo je bitan dio poslovanja u ugostiteljstvu gdje je ključan pojam rezervacije. Rezervacije se mogu zaprimati na više načina, ali rezervacija putem online sustava je najnoviji način koji u velikoj mjeri olakšava dolazak i smještaj turista na plitvičkom području.

Danas postoji više sustava za online prodaju smještajnih kapaciteta, ali najpoznatiji su Booking.com, TripAdvisor, te Airbnb. Svaki od tih sustava ima različite karakteristike poslovanja, ali zaprimanja, potvrde, modifikacije, te otkazivanja rezervacije i izdavanje računa i računa za proviziju u bitnim aspektima su isti. To se može vidjeti i na plitvičkom primjeru gdje online sustav prodaje smještajnih kapaciteta privlači sve više i više turista.

Ključne riječi: rezervacijski sustavi, iznajmljivači, booking.com, Airbnb, TripAdvisor, Plitvička jezera

ABSTRACT

The subject of this thesis is the sale of accommodation objects in the National Park Plitvice lakes through the online reservation systems. The goal of the thesis is to get more detailed picture of the whole problem and also respond on the question how much influence this type of sale has on the development of the tourism of the Plitvice area.

The sale of the accommodation objects is a very important part of the hospitality business where the crucial word is the reservation. Reservations can be accepted in more ways, but the reservations through the online systems is the newest was that makes the arrivals and the accommodation of the tourists on the Plitvice area much more easier.

Today, there are more online systems like that, but those well- known are Booking.com, TripAdvisor and Airbnb. Every of those systems has different characteristics, but accepting, confirmation, modification and canceling the reservations and invoicing are the aspects that those have in common. That can be seen on the example of Plitvice where online system of accommodation sale attracts more and more tourists.

Key words: reservation systems, renters, booking.com, Airbnb, TripAdvisor, Plitvice Lake

1. UVOD

Turistička agencija je poduzeće koje putnicima i turistima posreduje usluge potrebne za putovanje i boravak, a nude ih druga poduzeća, ili pak te usluge nudi u posebnim kombinacijama kao “vlastite usluge”.¹ Nastanak turističkih agencija usko je povezan s nastankom i razvojem putovanja općenito, ali ponajviše s razvojem specifičnog oblika putovanja - turizmom.

Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.² Turističke agencije i turizam razvijali su se paralelno jedno uz drugo te tako istodobno vršili utjecaj jedno na drugo. Uloga turističkih agencija je da potencijalne turiste privuče u neku turističku destinaciju, osigura kvalitetan protok informacija i promotivnog materijala o konkretnoj turističkoj ponudi neke destinacije i ublaži negativan efekt koji proizlazi iz neopipljivosti turističke ponude.³ Uz razvoj turističkih agencija nastale su i razvile se ostale rezervacijske usluge u turizmu.

1.1. Predmet i cilj rada

Većina iznajmljivača apartmana, soba i kuća za odmor, kako u Republici Hrvatskoj tako i na području Plitvičkih jezera, osim što posluju s turističkim agencijama, kako iz tuzemstva tako i iz inozemstva, svoje smještajne kapacitete popunjavaju pomoću inovativnih i sve atraktivnijih online rezervacijskih usluga. Takve agencije čekaju da im gosti sami online rezerviraju, sami plate i sami se smjeste, a oni jednostavno prosljede rezervaciju iznajmljivaču i za to dobiju proviziju. Gostu je danas najbitnije da za što manje novca dobije najbolju moguću uslugu, a iznajmljivaču je jednako tako bitno da svoj smještaj ispuni s rezervacijama što duži period u godini, stoga ovakav način rezervacije smještaja postaje sve popularnijim.

Svjetski poznati lideri u online rezervaciji su Booking.com, AirBNB i Trip Advisor. Svoje usluge ovi rezervacijski sustavi nude preko svojih Internet stranica te mobilnih aplikacija.

¹ Marušić M., Prebežac D.: **Istraživanje turističkih tržišta**, Adeco, Zagreb, 2004., str. 422.

² Pirjevec, B.: **Ekonomska obilježja turizma**, Golden marketing, Zagreb, 1998., str. 19.

³ Marušić M., Prebežac D.: op. cit., str. 295.

Inovativnim pristupom u kreiranju turističke ponude, rezervacijski sustavi ispunjavaju očekivanja svojih klijenata, koji pronalaze svoj smještaj gotovo u cijelome Svijetu iz udobnosti svojega doma preko osobnog računala ili preko svojih mobilnih uređaja. Upravo rezervacijski sustavi biti će predmet ovog rada, a cilj rada je kroz općenitu teorijsku i praktičnu obradu problematike kroz primjer Plitvica dobiti uvid u funkcioniranje online prodaje smještajnih kapaciteta, te dobiti odgovor na pitanje na koji način takav način prodaje doprinosi razvitku turizma na plitvičkom području.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Svi prikazani podaci su prikupljeni iz Turističke zajednice Plitvička jezera, te iz vlastite statistike jer kao iznajmljivač privatnog smještaja s područja Plitvičkih jezera autor posjeduje ugovore o međusobnoj suradnji sa svim agencijama obrađivanim u ovom radu. Osim toga, u radu će se koristiti i podaci iz znanstvenih i stručnih publikacija, knjiga, te internetskih izvora.

Prilikom izrade rada korištene su brojne znanstvene metode, a od kojih se navode one najvažnije: metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda kompilacije, metoda klasifikacije, te metode deskripcije.

1.3. Sadržaj i struktura

Cijeli rad podijeljen je u sedam temeljnih poglavlja. Kada se govori o ovoj problematici ne može se zaobići ni općeniti teorijski prikaz jer online prodaja smještaja u općenitom smislu vrijedi isto i za Plitvice. Stoga će se u radu prvo obraditi pojam i pristup rezervacijskim sustavima, a zatim će se pozornost posvetiti najpoznatijim rezervacijskim sustavima, a to su Booking.com, Airbnb i TripAdvisor. Nadalje, u nastavku rada će se obraditi primjer poslovanja iznajmljivača NP Plitvička jezera i rezervacijskih sustava. U posljednjem sedmom poglavlju iznesena su zaključna razmatranja te slijedi popis korištene literature te popis ilustracija.

2. POJAM REZERVACIJSKIH SUSTAVA

2.1. Prodaja smještajnih kapaciteta u okviru hotelijerskog poslovanja

Prodaja smještajnih kapaciteta vrlo je bitan dio organizacije hotelijerskog poslovanja i za uspješno odvijanje ovog aspekta hotelskog poslovanja potrebno je da menadžment samog hotela dobro organizira poslovanje svojeg poslovnog subjekta.⁴ Tako je organizacija hotelijerskog poslovanja smišljena integracija rada zaposlenika kao i imovine hotela kako bi se svi poslovni zadaci uspješno izvršili. Organizacija poslovanja određuje se kako bi se postigli poslovni ciljevi i to uz što manje energije, radnog vremena i materijalnih dobara, tj. kako bi se uz što manje utroške poslovnih resursa postigli što bolji rezultati. Svaku gospodarsku djelatnost karakteriziraju određene specifičnosti kada je riječ o uvjetima rada, a spomenuto uvjetuje i specifične organizacije poslovanja. Preduvjet djelotvorne organizacije poslovanja u određenom hotelu podrazumijeva temeljito poznavanje ugostiteljske djelatnosti, odnosno hotelijerstva, a spomenuto uključuje i poznavanje funkcija hotelijerstva i tehnoloških procesa, stručnost zaposlenika, strukturu potrošača, te njihove zahtjeve.⁵

Organizaciju hotelskog poslovanja određuje asortiman usluga, tržišni uvjeti koji ovise o strukturi potrošača, njihovoj kupovnoj moći, sezonskom poslovanju i sl., a isto tako spomenuto određuje i lokacija, veličina i opremljenost hotela, struktura zaposlenika, njihova stručnost, te odnos prema radu.⁶ Kod tehnološkog aspekta organizacije poslovanja hotela u prvom se redu podrazumijeva raspolaganje takvom imovinom hotela koja je nužna za neometano odvijanje procesa pružanja usluga. takva imovina treba biti pravilno iskorištena kako bi se postigla puna zaposlenost osoblja i zadovoljavajuća kvaliteta usluga i kako bi se iskoristile mogućnosti tržišta. Kao rezultat takve organizacije poslovanja povećavaju se prihodi i postiže bolji poslovni rezultat. Za hotele se također može reći da su to složeni i otvoreni poslovni sustavi čiji su vidljivi oblici funkcioniranja poslovne funkcije. među poslovnim funkcijama osobito se ističe proizvodna funkcija, ali za aspekt poslovanja koji ovaj rad obrađuje vrlo je bitna prodajna funkcija. Sastavni dio poslovnih funkcija je hotelski izvođački poslovni sustav. Učinkovito upravljanje poslovnim funkcijama znači i učinkovito upravljanje prodajnim aspektom poslovanja, ili konkretno, prodajom smještajnih kapaciteta. Hotelima upravljaju menadžeri kao i svakom drugom tvrtkom, a donošenje odluka je temeljna

⁴ Buhalis, D. Costa, C.: **Tourism Management Dynamics, trends, management and tools**, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2006., str. 87.

⁵ Bunja, Đ.: **Turističko poslovanje**, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Zadar, 2007., str.35.

⁶ Ibid.

i osnovna zadaća menadžmenta i ona se može ispuniti samo na osnovi relevantnih informacija. Takve informacije trebaju biti pravodobne i precizne, te imati razumljiv, ali dotad nepoznat sadržaj. Ako je uporabna vrijednost poslovne informacije velika, velika je i njezina poslovna važnost. Menadžeri s takvim informacijama opskrbljuju hotelski informacijski sustav. Ovakav sustav ustrojava se u sklopu odjela kontrolinga i financija i njegova je zadaća prikupiti, analizirati i obraditi podatke koji se odnose na izvođenje poslovnih funkcija, a rezultati obrade se dostavljaju menadžmentu. Organizacija hotelskog poslovanja ima svoje posebnosti koje su rezultat posebnosti hotelskih poslovnih funkcija – proizvodne, prodajne, kadrovske i sl.⁷

Osnovna svrha hotelskog poslovanja zadovoljavanje je zahtjeva, želja i potreba potrošača, te ostvarivanje zadovoljavajuće dobiti. Takvo se ostvarivanje postiže pružanjem usluga smještaja, pripreme hrane i pića, te pružanjem ostalih usluga koje podrazumijevaju povećanje kvalitete poslovanja kao i sadržajnosti boravka u hotelskim objektima.⁸

2.1.1. Uloga menadžmenta

Gledajući općenito, hotelijerska poduzeća su otvoreni i složeni poslovni sustavi kojima treba upravljati kako bi se mogli usmjeriti prema zacrtanim ciljevima. Kada je riječ o upravljanju, tu se u prvom redu misli na donošenje odluka čiji rezultat trebaju biti željeni učinci. Odgovornost za donošenje odluka snosi menadžment ovakvih poduzeća. Postoji veliki broj definicija menadžmenta od kojih su neke koncizne poput one koja kaže da je menadžment točno poznavanje onoga što se očekuje da djelatnici učine, te provjeravanje jesu li to učinili na najbolji mogući i najjeftiniji način. Bez obzira na to, menadžment je ipak kompleksniji pojam koji se najšire obuhvaća s aspekta teorije sustava.

Takva teorija sugerira da se organizacije koriste resursima iz okruženja i to ljudskim, financijskim, materijalnim, te informacijskim. Ljudske resurse čine znanja i sposobnosti zaposlenika, tj. njihov rad. Financijske resurse čini novčani kapital koji se rabi za financiranje poslovanja. Materijalni resursi podrazumijevaju zgrade, opremu, uređaje, aparate, materijal izrade, te druga proizvodna materijalna dobra. Informacijski resursi upotrebljivi su podaci u procesima proizvodnje, a posebice kada je riječ o upravljanju kod hotelskog poslovanja to također posebno vrijedi i za upravljanje smještajnim kapacitetima. Menadžment se također može definirati i kao skup aktivnosti koje se odnose na korištenje i transformaciju resursa

⁷ Ibid., str. 36.

⁸ Cerović Z.: **Hotelski menadžment**, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2003., str. 9

kako bi se djelotvorno i učinkovito ostvarili ciljevi same organizacije. Proces menadžmenta tako obuhvaća dinamičnu okolinu koje je glavni izvor problema, jer kad okruženje ne bi bilo dinamično, upravljanje hotelima bilo bi rutinski posao. Zatim proces menadžmenta također obuhvaća i ljude koje menadžeri angažiraju kako bi obavili poslove i oni su tu oruđe, ali menadžeri poštuju njihove značajke, potrebe i sposobnosti.

Osim navedenoga, tu je još i ostvarenje ciljeva (gdje je organizacija temeljni razlog zbog kojega menadžeri dobivaju mandate na upravljanje), zatim učinkovitost (menadžeri imaju zadaću obaviti posao na način da minimalno utroše resurse), te ograničeni resursi (koji su stalno prisutan čimbenik upravljanja zato što je svaki hotel neprekidno suočen s nedostatkom financijskih sredstava, vremena, ljudi, materijala i sl.). Bez obzira na to o kojoj je djelatnosti riječ, proces menadžmenta je jednak, ali razlike su u naglašavanju i provedbi pojedinih faza.⁹ Tako su osnovne funkcije menadžmenta planiranje koje uključuje definiranje hotelskih ciljeva i načine njihova postizanja i odnosi se na odlučivanje u svim fazama, zatim organiziranje koje znači oblikovanje organizacijske strukture, a to uključuje i dodjeljivanje proizvodnih zadaća konkretnim zaposlenicima koji će ih najbolje izvršavati. Također, tu je i vođenje koje znači ujedinjavanje svih hotelskih zaposlenika u zajedničkom djelovanju kako bi se ispunili ciljevi hotela, zatim kontroliranje koje znači praćenje hotelskih poslovnih aktivnosti kroz prizmu željenih rezultata.

Kao i u drugim djelatnostima, menadžeri u hotelijerstvu organizacijske ciljeve ostvaruju pomoću ljudi. tako se može reći da je menadžment djelatnost koja se bavi ljudima. Osnovna zadaća svakog menadžera je ljude učiniti sposobnim za zajednički rad, te postići da njihove kvalitete budu pravilno iskorištene, a njihove slabosti nevažne što je zapravo i bit organizacije poslovanja i razlog kritične uloge menadžmenta u svakom hotelu i odlučujućeg čimbenika poslovnog uspjeha. Svaki pothvat postavlja zahtjeve za zajedničkom angažiranošću bez koje nema poslovne organizacije. Njihovo poduzeće također ne bi moglo funkcionirati kad ciljevi ne bi bili sažeti, jasni i ujedinjujući. Uz jasne ciljeve posao je menadžmenta osigurati njihovo ostvarivanje. To je složen proces koji se dijeli na više razina, a menadžment se također može podijeliti na više razina. Tako se mogu razlikovati razine koje se odnose na vrhovni, strateški ili top menadžment, zatim one koje se odnose na srednji, taktički ili middle menadžment, te one koje podrazumijevaju niži, operativni ili first- level menadžment.¹⁰ Vrhovni menadžment čini relativno mala skupina upravljača koji kontroliraju hotel i koji postavljaju strateške ciljeve i definiraju poslovnu politiku, te donose poslovne odluke o investicijama, nastupima

⁹ Ibid., str. 9.

¹⁰ Ibid., str. 10.

na tržištu i sl. Svoje poduzeće predstavljaju u kontaktima s vladinim organima i sličnim institucijama. Ovisno o veličini i vrsti hotela, poslove vrhovnog menadžmenta obavljaju generalni direktor hotela, pomoćnik generalnog direktora, voditelj odjela smještaja, voditelj odjela hrane i pića, financijski direktor i drugi. Srednji menadžment ima odgovornost u prvom redu za provođenje poslovne politike i planove hotela koje razvija vrhovni menadžment. Isto tako, srednji menadžment nadgleda i koordinira aktivnosti menadžera nižih razina.

Ovakvi menadžeri samostalno vode određene hotelske organizacijske jedinice ili poslove koji su po svojem obujmu vrlo složeni. Tu razinu u hotelima čine šef recepcije, šef kuhinje, šef sale, glavna domaćica, šef održavanja, šef rekreacije, šef nabave, tj. svi oni djelatnici koji u obavljanju svojih zadaća moraju imati više podređenih izvršitelja. Niži podređeni menadžment nadgleda i koordinira aktivnosti hotelskog osoblja. To je razina menadžmenta koja neposredno rukovodi zaposlenicima u određenim fazama obavljanja postavljenih zadaća i tu se uključuju tajnik ureda generalnog menadžera, šef smjene recepcije, šef smjene kuhinje, šef slastičarnice, šef kavane i sl. Kako bi mogli upravljati hotelom, menadžeri trebaju raspolagati određenim sposobnostima koje su im potrebne kako bi uspješno mogli definirati ciljeve hotela, utvrđivati poslovnu politiku, motivirati zaposlenike, te razvijati veze i odnose hotela s njihovim okruženjem. Menadžeri tako trebaju imati tehničke sposobnosti, pozitivne ljudske osobine, konceptualne sposobnosti, te sposobnosti dijagnostike i analitike. Tehničke sposobnosti podrazumijevaju poznavanje djelatnosti, procesa rada, te komunikacije hotela s okruženjem. one se stječu obrazovanjem i praksom.

Pozitivne ljudske osobine od pomoći su menadžerima od uspostave kvalitetnih odnosa sa suradnicima, poslovnim partnerima i zaposlenicima. Konceptualne sposobnosti znače mogućnost menadžera da osmisle poslovne ciljeve, da koordiniraju rad suradnika i integriraju sve zaposlenike kako bi se ostvarili poslovni ciljevi hotela. Poput liječnika, menadžeri također trebaju znati ustanoviti i analizirati poslovne probleme i konfliktne situacije, te utvrditi njihov uzrok kako bi se one mogle uspješno riješiti ili izbjeći.¹¹

2.1.2. Značenje prodaje smještajnih kapaciteta u hotelskom poslovanju

Kako se ovaj rad bavi prodajom smještajnih kapaciteta, na prodaju kao dio hotelskog poslovanja treba se obratiti posebna pažnja. Jedna od karakteristika turističke destinacije je i otpornost na promjene, a upravo kroz poslovanje s online rezervacijskim sustavima se sprječava da te promjene loše utječu na turističku destinaciju, a samim time i na poslovanje

¹¹ Bunja, Đ.: op. cit., str. 37.

smještajnih kapacitet.¹² Poslovna funkcija prodaje i marketinga ima osnovnu zadaću ne samo prodati, nego i osmisliti hotelske usluge. Prodaja u hotelijerstvu razlikuje se od prodaje u industriji zato što je prodaja hotelskih usluga neposredno vezana uz njihovu proizvodnju. Kako bi se neka hotelska usluga prodala, ona mora biti naručena kako bi se pokrenuli procesi njezine pripreme i pružanja.¹³

Kod industrije je karakteristično što se proizvodi mogu uskladištiti, te samu prodaju opskrbljivati sa skladišta. u hotelijerstvu to nije moguće, a isto tako, u industriji se proizvodi mogu i transportirati što opet u hotelijerstvu nije moguće jer potrošač treba doći na mjesto pružanja usluga kako bi ih konzumirao. Također, hotelske se usluge ne mogu niti testirati, za razliku od industrijskih proizvoda. Hotelijerstvo je također djelatnost koja djeluje u uvjetima zasićenosti tržišta ponudom, a to znači da je potrošač u privilegiranom položaju zato što može birati između velikog broja ponuđača hotelskih usluga. Prodaja se u sklopu spomenutih poslovnih funkcija odvija na dva načina, tj. na temelju rezervacija i na temelju ugovora s putničkim agencijama.

Kako bi hotel mogao ponuditi i prodati usluge, potrebno je da pravodobno objavi cijene, te da te cijene ne mijenja. Cijene koje se jednom objave za određeno razdoblje ne mogu se mijenjati naviše. Cijena sobe sa zajutrkom je osnovna cijena koju treba utvrditi svaki hotel i ta je cijena osnova formiranja cijena ostale hotelske ponude. Dakle, cijena smještajnih kapaciteta je temelj za sve ostale hotelijerske usluge. Poslovna funkcija prodaje također se može organizirati i u sklopu prijamnog odjela hotela ili smještajnog objekta. Ako radi u većem poslovnom sustavu, ona se može organizirati u sklopu središnjeg odjela prodaje. Veliki hotelski poslovni sustavi obično imaju posebno organizirane odjele kojima je zadaća istraživanje tržišta, obavljanje propagandnih aktivnosti, ali i uspostavljanje suradnje s putničkim agencijama.¹⁴ U takvim sustavima, ova poslovna funkcija zapošljava i do 20 osoba, a u manjim hotelima te poslove obavlja jedna osoba i oni se svrstavaju u marketinške aktivnosti. Istraživanje tržišta hotelijerskom poduzeću služi kako bi se koncentriralo na određeni segment potrošača kojemu će ispuniti zahtjeve, tj. ponuditi i prodati svoje usluge.

Hotelijersko poduzeće promocijom informira tržište o sebi i o karakteru svoje ponude kako bi potencijalne goste zainteresirao za potrošnju usluga što ih nudi, a budući da je izuzetno teško kontaktirati s vrlo raspršenim potencijalnim potrošačima, hotel se služi posrednicima, tj. putničkim agencijama i preko njihove prodajne mreže nastoji na tržište

¹² Magaš, D.: **Marketing turističke organizacije i destinacije**, Adamić, Rijeka, 2003., str. 92.

¹³ Vuković, T.: **Internetom do gostiju : povećajte broj rezervacija privatnog i hotelskog smještaja uz internet marketing**, Ad permanens, Split, 2015., str. 52.

¹⁴ Ibid.

plasirati svoju ponudu. Ciljeve marketinških aktivnosti treba odrediti na osnovi realne procjene pozicije određenog hotela na tržištu. To se može postići na način da se utvrdi koliki je intenzitet potražnje za konkretni hotel, koliki za konkurenciju, da se procijeni veličina segmenata potrošača s kojima se posluje, procijeni snaga konkurenata i sl.

KALKULACIJE

Kao i kod svih hotelskih usluga, također je potrebno izvršiti i kalkulacije prodajnih cijena usluga smještaja. Cijene smještaja izračunavaju se po smještajnim jedinicama i to prosječno za hotel i različito po vrstama smještajnih jedinica. Prosječna cijena smještaja po smještajnoj jedinici izračunava se primjenom djelidbene metode kalkulacije, tj. na sljedeći način:¹⁵

prosječna cijena smještaja = planirani prihod od smještaja (kn) / planirani broj iznajmljenih smještajnih jedinica

Cijene po pojedinim vrstama smještajnih jedinica se izračunavaju primjenom metode kalkulacije pomoću ekvivalentnih brojeva.¹⁶ Kod toga najprije treba procijeniti vrijednost svakog tipa smještajne jedinice, a to ovisi o veličini sobe, stupnju njezine opremljenosti, položaju, komforu i sl. Kada se uzmu u obzir navedeni elementi, svakoj se smještajnoj jedinici određuje broj bodova, tj. ekvivalentnih brojeva.

Nakon toga se množenjem broja soba s ekvivalentnim brojevima dobiva ukupan broj bodova po smještajnoj jedinici za jedan dan. Nakon toga se izračunava vrijednost boda i to na način da se stave u odnos planirani ukupni prihod i broj bodova koji su svedeni na dan. Cijena pojedinih vrsta smještajnih jedinica se izračunava na način da se međusobno podijeli vrijednost bodova i broj smještajnih jedinica.

2.2. Pojam rezervacija

Rezervacije su dio procesa u hotelijerskom poslovanju koje predstavljaju prijelaznu fazu od prodaje prema recepcijskom poslovanju.¹⁷ Problematika rada s rezervacijama prilično je kompleksno pitanje, posebno kada je riječ o tehnologiji, tako da online sustavi predstavljaju

¹⁵ Bunja, Đ.: op. cit., str. 90.

¹⁶ Ibid., str. 91.

¹⁷ Mullins, L.J. **Hospitality management and organisational behaviour**, Longman, Pearson, 2001., str. 14.

vrlo intrigantan aspekt za proučavanje. Rad sa rezervacijama podrazumijeva poslove prihvata individualne rezervacije, kreiranje obrazaca za rezervaciju, promjenu ili otkaz rezervacije, proceduru rada s rezervacijama za skupine gostiju, povijesne kartice o rezervacijama ili gostima hotela, liste čekanja, vrlo važne osobe, izvještaje o očekivanoj zauzetosti ili pregledima rezervacija, prebukiranje, periode na upit i zatvorene periode, te odlaganje dokumentacije rezervacije.¹⁸ Svakako, vrlo je bitno stručno, ažurno i kvalitetno voditi računa o jednom od najznačajnijih aspekata hotelijerskog poslovanja.

Bezbroj faktora, a što uključuje i prijašnje osobno iskustvo s gostima, oglase putničke agencije, preporuke prijatelja, poslovnih ljudi, lokaciju hotela, reputaciju i kvalitetu usluga, program za stalne goste, sadržaje hotela, opremljenost, cijene i slično može utjecati na gosta da izvrši određenu rezervaciju.¹⁹ Na odluku također može utjecati i pristup, učinkovitost i znanje osoblja koje radi u uredu za rezervacije. Izvršno osoblje ureda, poput referenta za rezervacije, treba biti u stanju odgovoriti na upite za rezervacije pravovremeno i točno. tako veliki utjecaj na uspjeh poslovanja hotela može imati i pravilan odnos djelatnika prema vlastitom radu. U slučaju većine hotela, unaprijed obavljene rezervacije čine neodvojivi dio hotelske ponude, pa se njime na recepciji bave isti zaposlenici koji na recepciji obavljaju i druge zadatke. U praksi je vrlo često ured za rezervacije zadužen velikim dijelom i uglavnom za individualne rezervacije. Ako se rezervacija može prihvatiti, referent za rezervacije oblikuje evidenciju o rezervaciji i tako se može zaključiti da činom oblikovanja evidencije o rezervaciji započinju poslovi „ciklusa o gostu“.²⁰ Najvažniji rezultat učinkovitog procesa rezervacija je taj da se gostu dodijeli soba kada stigne u hotel i to upravo ona soba za koju je iskazao želju kada je pristupio sustavu rezervacija. Iz tog razloga referent za rezervacije zajedno s osobljem recepcije prati rezervaciju sve do dolaska gosta.

Kod nekih velikih hotelskih poduzeća, poslovi prodaje smještajnih kapaciteta i rezervacije su koncentrirani na jednom mjestu za više hotela, pa je takav oblik poprimio oblik centralizirane prodaje i rezervacija, ali ipak, nedostatak takvog oblika organizacije je taj što zbog opsežnog posla u svezi rezervacija, za aktivnosti prodaje ostaje sasvim malo vremena. Tako se prodaja izdvaja od svojeg osnovnog proizvoda, hotela, a to za posljedicu ima poremećaj standardne organizacijske sheme hotela. Kod nekih drugih organizacijskih formi, poslovi rezervacija se obavljaju u okviru prijamnog odjela gdje dokumentacija cirkulira u kopiji i često bez evidentiranja prijama ili predaje naloga za rezervacije. Takav oblik

¹⁸ Galičić, V.: **Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012., str. 90.

¹⁹ Ibid., str. 91.

²⁰ Ibid.

organiziranja nije poznat u zemljama razvijenog hotelijerstva zato što se poslovi rezervacija moraju obavljati u hotelu. Prodajna služba treba biti u hotelu i ona treba biti u stalnoj vezi s uredom za rezervacije. Takav se standardni organizacijski model susreće u zemljama s razvijenim hotelijerstvom.

2.2.1. Vrste rezervacija

U najširem smislu riječi rezervacija podrazumijeva prethodno osiguranje buduće uporabe neke usluge u hotelu (poput usluga korištenja smještaja, prehrane, točenja pića, te raznih dodatnih usluga). Suvremeno hotelijerstvo rezervacije klasificira u dvije kategorije, a one se odnose na zajamčene i nezajamčene rezervacije. zajamčene rezervacije podrazumijevaju one rezervacije kojima hotelijer jamči da će čuvati sobu do zaključenja prethodnog dana, tj. do kasnih noćnih sati tekućeg dana ili ranih jutarnjih sati idućeg dana. zajamčena rezervacija u većini slučajeva predstavlja ugovor između gosta i hotela i u tako definiranom odnosu hotelijer može osigurati naplatu naručene usluge koja nije iskorištena putem kreditne kartice, plaćanjem unaprijed, kroz depozit unaprijed, preko putničke agencije, te kroz vaučer.

Nezajamčene rezervacije vrsta su rezervacija koje hotelijer drži do tzv. „sata za otkaz rezervacije“ što je najčešće 18:00 sati. Ako gost ne stigne u hotel, hotelijer ne zaračunava gostu ništa i hotelijer nakon 18:00 sati takve sobe daje na slobodnu prodaju. Gostu se ne zaračunava nikakav iznos ako uspije stići u hotel. Ako gost sa nezajamčenom rezervacijom stigne u hotel nakon 18:00 sati, hotelijer će mu pružiti uslugu smještaja samo ako ima slobodnu sobu na raspolaganju.²¹

Osim navedenog, rezervacije se mogu podijeliti i na sljedeći način:²²

- prema predmetu poslovanja: rezervacije usluga smještaja, rezervacije usluga posluživanja hrane i točenja pića, rezervacija dopunskih usluga (sportske, kulturne i sl.)
- prema vremenu vršenja rezervacije: dugoročne i kratkoročne rezervacije
- prema broju korisnika usluga: individualne i skupne
- prema kanalima rezerviranja: izravne i neizravne

Također, rezervacija je proces kojega karakteriziraju aktivnosti upita, ponude, opcije, potvrde rezervacije i dostave liste gostiju za alotmansku i skupnu prodaju. Opcija je prijelazni oblik

²¹ Ibid.

²² Ibid.

između preliminarne potvrde gostu o izvršenoj rezervaciji i stvarno potvrđene rezervacije koja onda dobiva pravnu snagu s obzirom na obveze hotelijera prema gostu. Tako opcija ima status predrezervacije koji se može, ali i ne mora pretvoriti u stvarnu rezervaciju.

Smještajni kapaciteti mogu se rezervirati na nekoliko načina, ali najčešći su sljedeći:²³

- pismo
- brzojav i telefaks
- telefon
- izravna rezervacija
- rezervacija putem elektroničke pošte
- REZERVACIJA PUTEM ONLINE SUSTAVA

Rezervacija pismom podrazumijeva da pisma adresirana na hotel otvara i raspoređuje tajništvo hotela koje će poštu koja se odnosi na rezervacije dostaviti šefu recepcije. Na upit za rezervaciju smještaja šalje se ponuda dok se na zahtjev za rezervaciju šalje potvrda rezervacije. Na svako pismo se mora odgovoriti u primjerenom roku, a na svako pitanje u dopisu se treba precizno odgovoriti dok se pri pisanju pisma treba koristiti priručnicima za hotelsko dopisivanje na stranim jezicima i rječnicima stranih jezika.

Kod rezervacije brzojavom i telefaksom se na upit treba odgovoriti odmah ili najkasnije u roku jednog radnog dana. Za slanje poruke telefaksom potrebna je službena tiskanica sa zaglavljem i svim potrebnim podacima. Za svaku poslanu poruku teksta, stroj ispisuje potvrdu s podacima o broju telefaksa na koji se poruka poslala, datum i vrijeme slanja poruke, te vrijeme trajanja slanja poruke. Što se rezervacije telefonom tiče, treba naglasiti da je telefon još uvijek najvažnije sredstvo u uredu za rezervacije za prodaju smještajnih kapaciteta. Tako mnogi koji se bave hotelijerskom djelatnošću posebno obučavaju svoje osoblje ili se sami obrazuju kako bi uspješnije komunicirali s potencijalnim klijentima.

Kao i kod telefonske, tako je i kod **izravne ili osobne rezervacije** također prijeko potrebna uljudnost i ljubaznost prema kupcu usluge. Kupac u kopiji potpisuje formular za rezervaciju i popunjava se u kopiji. Original se dostavlja uredu za rezervacije, a preslika se u omotnici uručuje samom naručitelju.

²³ Ibid.

Kod rezervacije elektroničkom poštom, referent za rezervacije ima stalni uvid u sandučić elektroničke pošte, te ima obvezu odgovoriti odmah ili najkasnije u roku od jednog radnog dana. Posljednjih godina elektronička pošta je u velikoj mjeri zamijenila telefaks.

Rezervacija putem online sustava najsuremeniji je način rezervacije. Online rezervacijski sustavi uslužni su centri u kojima se vodi briga, dobivaju informacije o gostima, te njima samima daju potrebne informacije.²⁴ Različite tvrtke sklapaju ugovore s prodavačima smještajnih kapaciteta koje stavljaju u ponudu na vlastitim stranicama, te tu ponudu reklamiraju preko drugih internetskih stranica. Potencijalnim naručiteljima je u velikoj mjeri olakšano obavljanje rezervacija i mogu ih platiti kroz različite modele. Ovo je posebno značajno kod rezervacije smještaja od strane inozemnih gostiju koji na stranicama takvih tvrtki mogu vidjeti također i komentare koje su prijašnji gosti ostavili što može uvelike utjecati na njihovu odluku. U ovom radu će se ovom sustavu rezervacije posvetiti glavna pozornost.

2.3. Najpoznatiji rezervacijski sustavi

Hotelijskim poduzećima, kako bi imala uspješno poslovanje, neophodno je oglašavanje na internet portalima u turizmu. Vrlo je bitno obratiti pozornost na vrste takvih internet portala, njihove prednosti i mane, te na savjete za oglašavanje kojim oni nude. Među vodeće prodajne portale u turizmu tako spadaju Travel Zoo, Hotwire, Orbitz, Travelocity, Kayak, Priceline, Hotels.com, Expedia, TripAdvisor, Booking.com.²⁵ Na području Republike Hrvatske dobro rade agencije Adriagate.com, Booking.com, Venere.com, TO Islands Travel, Expedia, Airbnb, Hotelbeds, Adriatic.hr, NovaSol i dr. Rad s mrežnim turističkim agencijama ima neke prednosti i mane. Prednosti su te što ovakve agencije mogu primiti povećani broj rezervacija, što imaju dobar marketing, te što su fleksibilne. Mane ovih agencija su opasnost od overbookinga zbog direktnog rezerviranja, oslanjanje na samo jednog konkurenta, te ekskluzivno pravo na dio kapaciteta.

²⁴ Pike, S.: **Marketing turističkog odredišta**, M PLUS d.o.o., Zagreb, 2010., str. 249.

²⁵ Dešković, N.: **Oglašavanje na internet portalima u turizmu**, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Split, 2014., str. 3.

3. PRISTUP REZERVACIJSKOM SUSTAVU

Svaki rezervacijski sustav karakterizira drugačiji pristup. Govoreći o rezervacijskim sustavima u Hrvatskoj, može se spomenuti Hotelbeds koji je u Hrvatskoj prisutan već deset godina i to je broj jedan online B2B kanal u Hrvatskoj koji je u 2013. godini imao 75.000 dovedenih osoba. U ovoj agenciji radi se s limitiranim brojem objekata koji zadovoljavaju stroge TUI standarde zbog čega je trenutno ugovoreno samo 470 objekata u cijeloj Hrvatskoj (uglavnom hotelski smještaj, te manji broj privatnog smještaja). Minimalno su tri kategorije privatnog smještaja, a uvjeti poslovanja su fleksibilni.²⁶

Velikom broju turističkih operatera također se obavlja distribucija. Rad nije na upit i kontrola kapaciteta u prodaji se obavlja preko Hotelbeds extraneta. Plaća se po fakturi nakon odlaska gosta. Kako bi se suradnju započelo, obje strane trebaju potpisati ugovor, te dogovoriti uvjete poslovanja. Opisi i slike se upisuju putem extraneta nakon potpisa ugovora. Drugi primjer je Adriagate.com, a to je incoming turistička agencija koja je specijalizirana za posredovanje u prodaji turističkih kapaciteta na cijeloj Jadranskoj obali i koja djeluje od 2001. godine. Njihovo poslovanje temelji se direktno na B2C prodaji, te B2B mreži turističkih operatera i internet portala. Najveći dio prodaje uzima privatni smještaj, te hoteli transferi, krstarenja i slične usluge. Ova stranica prevedena je na 13 jezika i nju posjeti 4.000.000 posjetitelja godišnje. Preko 40.000 gostiju bukiralno je preko ove agencije u 2013. godini. Baza, koja broji preko 100 zaposlenika, ima mogućnosti i ostavljanja komentara gostiju u online bazi podataka. U Hrvatskoj se uredi nalaze u Splitu, Vodicama i Rogoznici, a 2012. i 2013. godine poslovnice su otvorene u Budimpešti i u Budvi.

Najvažnija tržišta obuhvaćaju Njemačku, Francusku, Mađarsku i Italiju. Sekundarna tržišta su Slovačka, Češka, Poljska, Slovenija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Sjedinjene Američke Države, Skandinavija i ost. Preko 60 % gostiju čine obitelji, a 40 % gostiju otpada na mlade grupe različitih karakteristika.²⁷ Agencija surađuje sa preko 100 stranih i domaćih partnera koji prodaju njezine smještajne kapacitete. Kada se potpiše ugovor sa Adriagate, smještaj se bez naknade oglašava na internet stranicama agencija poput TripAdvisora, Atravea, Casamunda, Homeaway- a, Homelidays- a, Fewo direkta i sl. Ponuda privatnog smještaja ove agencije broji preko 9 000 apartmana, kuća i soba, te preko 300 destinacija. Najbolje prodavani proizvodi nalaze se u kategorijama apartmana i kuća u blizini mora, apartmana s bazenom, vila i sličnih objekata. Kod svih kapaciteta se teži da budu jedinstveni i autentični.

²⁶ Ibid., str. 17.

²⁷ Ibid., str. 18.

Kada je riječ o prednostima rada s Adriagate.com, treba naglasiti da komunikaciju sa gostima odrađuje specijalizirani tim ljudi na izvornom jeziku gosta. Sama agencija pruža sigurnost u slučaju otkaza rezervacije plaćanjem storno troškova vlasnicima.

Gosti mogu odabrati više modela plaćanja i njima se također na licu mjesta pruža podrška preko lokalnih poslovnica i zastupnika koji su dežurni u svim regijama. Osim toga, postoji više modela plaćanja za goste preko različitih sustava naplate i to kreditnim karticama, doznakama i sl. tako da nije potrebno otvarati PDV identifikacijski broj kao što je bio slučaj sa firmama izvan Republike Hrvatske. Ova tvrtka tako nudi besplatno oglašavanje na internetu 24 sata na dan, besplatno fotografiranje i snimanje smještajnih kapaciteta, ekskluzivne ugovore za popunjavanje smještajnih jedinica u sezoni i izvan sezone, redovite obilaske apartmana, te ažuriranje podataka i fotografija. kako bi se ostvarila suradnja s ovom agencijom, stranke trebaju ispuniti određene preduvjete, a ti se preduvjeti odnose na posjedovanje rješenja o kategorizaciji svih smještajnih kapaciteta koji se žele uvrstiti u ponudu, završen objekt u cijelosti, te zadovoljavanje osnovnih kriterija opremljenosti, na kriterije za ažurno javljanje zauzetih termina, te kriterije koji se odnose na susretljivost u kreiranju tržišnih cijena određenih smještajnih kapaciteta.

Također, suradnja se inicira registracijom na internetskim stranicama ove agencije kojoj se također može javiti i na besplatni broj telefona. Kada se primi prijavnica, zaposlenici kontaktiraju određenu stranku koja se želi prijaviti, te je informiraju o budućem koraku koji je vezan za postupak registracije. TO Islands Travel Agencija je koja također posluje već deset godina i kojoj je sjedište u Splitu gdje se također nalaze poslovnice i uredi. Ova agencija surađuje sa preko 3,500 privatnih iznajmljivača koji se nalaze duž cijele hrvatske obale i na većini otoka.²⁸ U svojoj ponudi ona broji preko 8 500 soba, apartmana i kuća za odmor i to je čini jednom od najvećih agencija koje se bave privatnim smještajem u Hrvatskoj. Ova agencija također je i član UHPA- e (Udruge hrvatskih putničkih agencija. 2012. godine portal Boniteti.hr uvrstio ju je u top 2% firmi u Hrvatskoj, a to znači da svoje obaveze podmiruje u roku odmah. Iste godine ju je i časopis Lider uvrstio u Top 100 najpouzdanijih poslovnih partnera u Hrvatskoj i nalazi se na 35 mjestu. S ovom agencijom preporučuje se poslovati zato što ona nije samo jedna u nizu agencija koje nude suradnju. ona posluje na preko 55 internet stranica, godišnje jako mnogo ulaže u marketing, te radi sa cijelim nizom partnera koji predstavljaju najjače strane internet portale i agencije koje se bave privatnim smještajem.

²⁸ Ibid., str. 22.

Primjerice, smještajni kapaciteti klijenata s kojima surađuju nalaze se na stranicama TripAdvisor, Atraveo, Casamundo i sl.²⁹ Ponuda automatski ide i na portale poput E-domizii.de, Tourist-online.de, Flipkey.com i sl. Na taj način smještajni kapaciteti klijenata se prezentiraju milijunima gostiju. Kako bi se ostvarila suradnja s agencijom, klijenti trebaju ispuniti preduvjete koji se odnose na rješenje o kategorizaciji, kvalitetne digitalne slike, potpisivanje ugovora o suradnji, te popunjavanje upitnika o objektu i smještajnim jedinicama. Najbitnije je naglasiti da se iz ugovora traže konkurentne cijene, tj. 10 % popusta na neto cijene iznajmljivača. Svake promjene u zauzeću vlasnici smještajnih kapaciteta su dužni odmah javiti, a također treba reći i da nema ograničenja u bukiranju termina. Suradnja se započinje na način da se agenciji dostave kvalitetne digitalne fotografije smještajnih kapaciteta klijenata koje se mogu poslati elektroničkom poštom zajedno sa kontakt podacima. Isto se također može i faksirati. Djelatnici agencije će nakon toga kandidata nazvati i ponuditi mu da telefonski popuni upitnik. Primjerci popunjenih upitnika, cjenika i ugovora mogu klijentima biti poslani poštom. Suradnja se inicira javljanjem na telefon ili na adresu elektroničke pošte.

Kao prednosti rada s Adriatic.hr agencija navodi 15 godina iskustva, ukupno 10.661 smještajnu jedinicu, 115 zaposlenih djelatnika u 2013. godini, izvorne govornike za 16 jezika, besplatni telefon za 22 države, te da je Adriatic.hr ponudu preuzelo 240 subagenata, te 157 affiliate partnera. Među ostalim turističkim agencijama koje posluju na hrvatskom prostoru valja nabrojiti Adriatica.net, Bedandbreakfast.com, Fridayflats.com, Homeaway.com, Homestay.com, Homeworld.com, Hostelworld.com, Housetrip.com, Likecroatia.com, Roomorama.com, te Slh.com.³⁰ Ove agencije rade sa zajednicama kupaca, te takav rad ima prednosti i mane. Prednosti su primanje velikog broja upita i rezervacija, značajan marketing, mogućnost punjenja van sezone. Česti nedostaci su ti što zajednice kupaca često traže velike popuste, neki od njih traže čak i ekskluzivnost, a akcije vrijede samo za kratko vrijeme. Osim spomenutih agencija, kao online shopping centri mogu se navesti adriatic-home.com, apartmani-hrvatska.com, apartmani-hrvatska.com.hr, bookingcroatia.eu, te stranice lokalne turističke zajednice svakog pojedinog klijenta.

²⁹ Ibid., str. 25.

³⁰ Ibid.

4. BOOKING.COM

4.1. Pristupanje Booking.com rezervacijskom sustavu

Booking.com svjetski je poznati lider u online rezervacijama smještaja. Što se tiče hrvatskih turističkih agencija, ovdje postoji problem jer većina iznajmljivača apartmana, soba i ostalih smještajnih kapaciteta ne preferira rad s agencijama, bez obzira radilo se o onima iz inozemstva ili onima iz tuzemstva. Dosta iznajmljivača ima i loša iskustva u radu s njima dok neki još uvijek imaju potpisane ugovore zato što si na drugačiji način ne mogu popuniti smještaj. Također, u Hrvatskoj postoji veoma malo turističkih agencija koje stvarno rade svoj posao na obostrano zadovoljstvo, pa i uspješno surađuju s iznajmljivačima. Kako svaka agencija ima svoje prednosti i mane, tako ima i Booking.com. Ova agencija vodeća je svjetska agencija kada se radi o online rezervacijama smještaja. ona je osnovana 1996. godine i njezino se sjedište nalazi u Nizozemskoj. stranica ove agencije prevedena je na 41 strani jezik, te nudi više od 283 900 smještajnih jedinica u više od 180 zemalja.³¹ Ova agencija ima urede diljem svijeta, pa tako i u Zagrebu što je prvi ured Booking.com- a u Hrvatskoj.

Na njihovim stranicama nalaze se uvjeti poslovanja, te zainteresirani klijenti mogu popuniti njihov formular s općim podacima o njima i vlastitim smještajnim jedinicama koje se žele prodavati preko agencije. Kada se pošalje zahtjev treba pričekati odgovor koji se može dobiti odmah ili se mora čekati i do mjesec dana, ovisno u koje doba godine se pošalje zahtjev. Klijente obično kontaktira netko od zaposlenika agencije u Zagrebu, te izražava interes za razgledanjem smještajnog kapaciteta koji će se turistima ponuditi. sve to je važno zato što se iz ovoga vidi da ova agencija vodi brigu i o gostima i o iznajmljivačima, te naravno, zato što je ugled poduzeća u pitanju. Kada je ova agencija bila tek osnovana, cijelo poslovanje se temeljilo na prodaji hotelskog smještaja, dok se danas najviše zarađuje na apartmanima ili sobama fizičkih pravnih osoba.

Nakon što klijenti sklope ugovor dobivaju njihov Extranet koji je prilično jednostavan.³² Rezervacije se dobivaju preko faksa zbog sigurnosti, a ako klijent nema dobiveni faks uređaj, uvijek se može imati e- faks koji dolazi preko elektroničke pošte. Kad su klijenti dobili rezervaciju, to podrazumijeva da oni baš moraju imati taj tip smještaja koji je rezerviran za određene goste. Ako nemaju, tada imaju overbooking, te moraju obavijestiti te goste kako bi ili otkazali rezervaciju ili im sami klijent mora pronaći drugi smještaj iste

³¹ **Iznajmljivači20.com**, Booking.com- lider u online rezervacijama smještaja, Ožujak 2013, <http://www.iznajmljivaci20.com/2013/03/booking-com-lider-u-online-rezervacijama-smjestaja/>, 1. srpnja 2015.

³² Ibid.

kategorije. Iz toga klijent mora jako dobro voditi računa o tome koji je smještaj otvoren za rezervacije. konkretno govoreći o Booking.com Extranetu, ovdje postoje nazivi smještajnih kapaciteta klijenta u koje klijenti sami unose njihov sadržaj, opise, fotografije, datume kada ih se želi izdavati i sl. Oni u opise unose također i račune koje su platili ili koje trebaju platiti, last i first minute ponude i sl. Kao glavna svrha ove stranice može se navesti ta da se klijenti ne moraju truditi oko turista ako žele imati povećani broj rezervacija. Ako je turist zadovoljan on će na stranici ostaviti dobre komentare koje će i drugi vidjeti, te će željeti da svoj odmor provesti baš kod klijenta koji prodaje i reklamira svoj smještajni kapacitet. Bez obzira na sve, uvijek postoje oni koji na sve imaju prigovore, ali turisti znaju prepoznati takve komentare.

Također je vrlo bitno ne davati lažne informacije u opisima zato što turisti pažljivo odmjeravaju svaku riječ. Rezervacije se također mogu i otkazati i kod ove agencije je odlično to što turisti sami određuju uvjete otkazivanja tako da se rezervacija može otkazati nekoliko dana prije. Ako se rezervacija ne otkáže sve do jednog dana prije datuma dolaska naknada se neće naplatiti, ali ako se rezervacija otkáže kasnije ili u slučaju nedolaska naplatit će se 100% iznosa prvog noćenja. Otkazane rezervacije koje se naplaćuju klijenti koji prodaju smještajne kapacitete turistima mogu slobodno naplatiti putem POS uređaja zato što prilikom rezervacije gosti ostavljaju podatke svojih kreditnih kartica. Iznajmljivači direktno sve naplaćuju, a ako ne žele naplaćivati kreditnim karticama mogu staviti opciju da se plaćanje vrši samo gotovinom. Ako ikada dođe do bilo kakvih problema, uvijek se može obratiti uredu agencije. Agencija će u slučaju potrebe iznajmljivaču dodijeliti osobu koju može kontaktirati bilo kada, a ista će osoba jednom godišnje, u ime agencije, kontaktirati iznajmljivača kako bi ga pozvala na seminar kako bi bio u tijeku s razvojem turizma i prisutnim tehnologijama u turizmu. Iz osobnog iskustva nekih klijenata ove agencije također se može reći da bez booking.com- a ne bi imali 90 % rezervacija koje imaju tijekom sezone, kao i izvan sezone.³³

Najteže je svakako u početku, ali svi se potencijalni iznajmljivači trebaju truditi oko gostiju kako bi se ti gosti vratili i kako bi došli novi. Ulaganja su također poželjna kako bi se samo poslovanje poboljšalo.

Kada gost na platformi napravi rezervaciju, smještajni objekt prima potvrdu za svaku rezervaciju koja je izvršena putem tvrtke Booking.com.³⁴ Potvrda sadrži datum dolaska, broj noćenja, vrstu smještajne jedinice, cijenu smještajne jedinice, ime gosta, adresu i podatke o kreditnoj kartici i druge posebne zahtjeve gosta. Booking.com također ne odgovara za

³³ Ibid.

³⁴ Booking.com & Guest House Aurora, **Ugovor smještajnog objekta s tvrtkom Booking.com**, Plitvička jezera, 2015.

ispravnost i potpunost informacija, a isto tako ni za ispravnost i potpunost datuma koje navedu gosti, a ne snosi ni odgovornost za plaćanje koje su gosti obavezni napraviti kada je riječ o njihovim rezervacijama. Kako bi se izbjegle nejasnoće, smještajni kapacitet treba na Ekstranetu redovito provjeravati i potvrđivati izvršene rezervacije, a izvršenjem rezervacije putem platformi se stvara izravan ugovorni odnos između smještajnog kapaciteta i gosta. Smještajni kapacitet obavezan je gosta smatrati svojom ugovornom stranom i prema online rezervaciji postupati u skladu s podacima o smještajnom objektu koji su se u trenutku kada je rezervacija izvršena nalazili na platformi ili u potvrdi rezervacije što uključuje i sve zahtjeve za dodatnim informacijama ili želje koje je gost izrazio.

Osim naknada, dodatnih troškova i naknada koje se navode u potvrđenoj rezervaciji, smještajni kapacitet gostu neće zaračunavati nikakve druge administracijske naknade ili troškove kada se radi o bilo kojem drugom načinu plaćanja. Pritužbe ili potraživanja koja se upućuju prema smještajnom kapacitetu, te specifične zahtjeve gostiju rješava smještajni kapacitet i to bez posredovanja ili sudjelovanja tvrtke Booking.com koja ne snosi ili ne priznaje nikakvu odgovornost koja je povezana s takvim potraživanjima od strane gostiju. Booking.com zadržava pravo da bilo kada i prema vlastitoj procjeni gostu ponudi usluge, da djeluje kao posrednik između smještajnog kapaciteta i gosta, da ponudi gostu zamjenski smještaj jednakog ili boljeg standarda čije troškove snosi smještajni objekt u slučaju preklapanja rezervacija, materijalnih pritužbi i sl., te da na druge načine pomaže gostu kada komunicira sa smještajnim objektom ili kod postupaka protiv smještajnog objekta.

Kada gost, u skladu sa jamstvom potražuje najpovoljnije cijene, Booking.com treba u najkraćem roku obavijestiti smještajni kapacitet o tom potraživanju, te mu na uvid dati sve pojedinosti. Smještajni kapacitet treba bez odlaganja uskladiti u primjenjivom opsegu cijenu ili cijene koje su objavljene na platformi. Na taj način se omogućuje povoljna cijena za daljnje rezervacije. Također, smještajni kapacitet u svojoj administraciji bez ikakvog odlaganja treba uskladiti cijenu na rezervaciji koju je izvršio gost, a nakon odjave gosta smještajni kapacitet treba ponuditi smještajnu jedinicu po povoljnijoj cijeni i na taj način podmiriti razliku između cijene po kojoj je rezervacija izvršena, te povoljnije cijene i to tako da gostu zaračuna uslugu po povoljnijoj cijeni ili da u gotovini nadoknadi razliku gostu između dvije cijene.

Kod preklapanja i otkazivanja rezervacija smještajni kapacitet na raspolaganje stavlja rezervirane jedinice, a u slučaju da navedeni iz bilo kojeg razloga nije u stanju ispuniti svoje obveze u skladu s ugovorom isti mora o tome u najkraćem roku obavijestiti Booking.com putem službe za korisnike. Ako Booking.com ne može ponuditi zamjenski smještaj, smještajni kapacitet treba o svom trošku uložiti sve napore kako bi se pronašao zamjenski

smještaj jednake ili više kvalitete. ako prilikom dolaska nije raspoloživa niti jedna smještajna jedinica, smještajni kapacitet treba učiniti nešto od sljedećeg:³⁵

- pronaći prikladan zamjenski smještaj jednakog ili višeg standarda od onoga u smještajnom kapacitet u kojem postoji zajamčena rezervacija gosta.
- omogućiti besplatan privatni prijevoz do zamjenskog smještajnog objekta za gosta i osobe koje su u njegovoj pratnji i koje su navedene u njegovoj zajamčenoj rezervaciji
- isplatiti i nadoknaditi sve troškove Booking.com- u ili gostu koje su gost ili Booking.com pretrpjeli i morali platiti zbog slučaja preklapanja rezervacija. svaki iznos kojim Booking.com u ovom slučaju bude teretio smještajni kapacitet treba biti isplaćen u roku od 14 dana od primitka fakture.

Također, smještajni objekt ne može otkazivati internetske rezervacije jer otkazivanja od strane gostiju prije vremena i datuma od kojeg se primjenjuje naknada za otkazivanje ne podliježu plaćanju provizije. Otkazivanja od strane gostiju koja se dogode nakon vremena i datuma od kojeg se primjenjuje naknada za otkazivanje podliježu plaćanju provizije u skladu s uvjetima koji su propisani u sklopljenom ugovoru. Jamstvo se može dati i kreditnom karticom jer osim u slučaju plaćanja rezervacija putem Booking.com-ovog agencijskog modela plaćanja jamstvo rezervacije temelji se na podacima o kreditnoj kartici koje je naveo gost ili osoba koja snosi odgovornost za rezervaciju, a smještajni kapacitet uvijek će prihvatiti sve glavne kreditne kartice kao jamstvo rezervacije.

Smještajni kapacitet također snosi odgovornost za provjeru valjanosti podataka kreditne kartice, za provjeru koja se odnosi na prethodno odobrene kreditne kartice, kao i za kreditno ograničenje na datum rezerviranog noćenja ili više njih. Po primitku rezervacije smještajni objekt u što je moguće kraćem roku treba provjeriti valjanost kreditne kartice i ishoditi njezino odobrenje, a ako kreditna kartica ne može poslužiti kao jamstvo, smještajni objekt o tome treba obavijestiti tvrtku Booking.com u najkraćem mogućem roku koja zatim od gosta traži da pruži alternativni način jamstva za rezervaciju, a ako gost to ne može ili ne želi učiniti, tvrtka Booking.com ima pravo na zahtjev smještajnog kapaciteta otkazati rezervaciju.³⁶ U slučaju da kreditna kartica ili alternativno jamstvo koje je gost pružio nisu iz bilo kojeg razloga valjani ili važeći, rizik i odgovornost u ovakvoj situaciji uvijek snosi smještajni objekt.

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

Rezervacije koje tvrtka Booking.com otkáže u skladu s ugovorom ne podliježu plaćanju provizije. Ako smještajni kapacitet želi vršiti plaćanje kreditnom karticom prije datuma prijave, on mora osigurati da su uvjeti plaćanja unaprijed i na jasan način objašnjeni gostu u informacijama koje su njemu bile dostupne prije izvršenja rezervacije i uvrštene u podatke o smještajnom objektu. Sam smještajni objekt ima odgovornost koja se odnosi na terećenje gosta za ostvareni boravak, naknadu za nedolazak ili otkazivanje uz naknadu. Kada se naplaćuje putem kreditne kartice, to mora biti u onoj valuti koja je navedena u rezervaciji gosta, a tamo gdje to nije moguće smještajni objekt može teretiti kreditnu karticu gosta u različitoj valuti, tj. uz razuman i pošten valutni tečaj. Ako smještajni kapacitet nudi jedinice uz isključivo plaćanje u gotovini, u tom slučaju Booking.com smještajni kapacitet neće dati smještajnom objektu podatke o kreditnoj kartici kao garanciju za rezervaciju.

Svaki smještajni kapacitet mora štiti podatke o kreditnoj kartici, tj. treba postupati u skladu sa zahtjevima, kriterijima suglasnosti i postupcima provjere valjanosti u okviru Standarda za zaštitu podataka u industriji kartica za plaćanje koje povremeno objavljuju velike kartične kuće. Također, smještajni objekt prihvaća obvezu odgovornosti kada je riječ o sigurnosti podataka vlasnika kartice koja se u okviru ugovora obrađuje, a Booking.com također prihvaća odgovornost kada je riječ o sigurnost podataka vlasnika kartice koja se obrađuje unutar ugovora. Smještajni kapacitet također ima obvezu u mrežnim ili izvanmrežnim marketinškim promocijama, te u razmjenama pošte ne nastupati ciljano prema gostima koji su pridobiveni putem tvrtke Booking.com.

Što se tiče Ekstraneta, Booking.com ima obvezu smještajnom kapacitetu dodijeliti identifikacijski broj korisnika pomoću kojeg on može pristupiti Ekstranetu. podaci su povjerljivi i čuva ih se na sigurnom. smještajni objekt treba neodložno obavijestiti Booking.com u slučaju kršenja bilo kakvog pravila zaštite ili nepravilnog korištenja. U slučaju više sile smještajni objekt je gostima dužan vratiti novac ili ne naplatiti nikakve troškove, izdatke ili druge iznose, cijene ili naknade za slučaj nedolaska, promjene rezervacije ili otkazivanja iz bilo kojeg razloga.³⁷ Kada postoji razumna ili opravdana sumnja, smještajni kapacitet može od gosta zatražiti podnošenje razumnih dokaza koji se odnose na povezanost između slučajeva više sile ili razloga otkazivanja.

Kako bi tvrtka Booking.com mogla registrirati otkazivanje, nedolazak ili nadopunu rezervacije zbog slučaja više sile, smještajni objekt treba izvijestiti tvrtku Booking.com unutar dva radna dana od planiranog datuma dolaska u slučaju nedolaska ili otkazivanja, te u slučaju

³⁷ Ibid.

odjave uz broj dana koji su stvarno provedeni u smještajnom objektu. Booking.com također neće zaračunati proviziju ako se radi o registriranom nedolasku ili otkazivanju, kao ni za onaj dio rezervacije koji nije iskorišten zbog slučaja više sile. U kontekstu ugovora također treba spomenuti i licencu, tj. smještajni objekt tvrtki Booking.com sklapanjem ugovora dodjeljuje neekskluzivno pravo kao i licencu, bez naknade i valjanu u cijelom svijetu, za korištenje, reprodukciju, reprodukciju po posredniku, distribuciju, podlicenciranje, komunikaciju i ustupanje na bilo koji način, te prikazivanje dogovorenih elemenata.

Prava intelektualnog vlasništva koja ima smještajni kapacitet i koja smještajni kapacitet ustupa na raspolaganje tvrtki Booking.com u skladu sa sklopljenim ugovorom, a koji su tvrtki Booking.com za ostvarivanje njezinih prava i ispunjenje njezinih obaveza u okviru ovog ugovora. Zatim, ova tvrtka ima licencu i pravo na korištenje, reprodukciju, reprodukciju po posredniku, distribuciju, podlicenciranje, prikazivanje i upotrebu podataka o samom smještajnom objektu. Booking.com može isto tako podlicencirati, ustupati, davati na uvid i nuditi podatke o smještajnom objektu te posebne ponude koje smještajni objekt nudi na platformama, kao i sva daljnja prava i licence koja su navedena u ugovoru. Ova tvrtka također ni u kojem slučaju neće snositi odgovornost prema smještajnom objektu za propuste koji su počinjeni na platformama trećih strana. Isključivi pravni lijek kojim smještajni objekt raspolaže u odnosu na platforme trećih strana jest upućivanje zahtjeva tvrtki Booking.com za onemogućavanjem platforma ili za prekidom njihova prikazivanja, ali i za prekidom ugovora u skladu sa njegovim odredbama.

4.2. Naplaćivanje nakon izvršene usluge smještaja

U ovom kontekstu vrlo je bitno proučiti stavke ugovora koji ova tvrtka sklapa s određenom strankom. Kada tvrtka Booking.com sklapa ugovor sa smještajnim objektom, oni vode računa o brojnim aspektima i iz tog razloga ugovor je prilično opsežan i iznosi oko dvadeset stranica. Nakon osnovnih podataka o iznajmljivaču, agencija ugovara visinu provizije koja iznosi 15 %, a ugovor stupa na snagu nakon što ga odobri i potvrdi tvrtka Booking.com.³⁸ Ugovor podliježe i potrebno ga je tumačiti u skladu s općim uvjetima poslovanja. Smještajni objekt potvrđuje da je pročitao i da prihvaća uvjete i odredbe. opći uvjeti pružanja usluge predstavljaju sastavni dio ugovora sa Smještajem i oni zajedno s uvjetima čine ugovor koji se sklapa između smještajnog objekta i tvrtke Booking.com. Ugovorom su definirani: jamstvo najpovoljnije cijene, platforma, služba za korisnike, izravno

³⁸ Ibid.

zaduženje, Ekstranet, pojam više sile, gost, pravo intelektualnog vlasništva, platforme, te usluga. Jamstvo najpovoljnije cijene predstavlja jamstvo koje izdaje ova agencija, te u kojem stoji da ona nudi najpovoljniju jedinicu smještajnog kapaciteta, te da se na internetu ne može pronaći niža cijena za ekvivalentnu sobu s jednakim datumima prijave i odjave, te s jednakim datumima rezervacije.

Platforma znači da Booking.com predstavlja internetsku stranicu, aplikacije, alate, te ostala sredstva kojima se omogućuju korištenje ostalih usluga ove tvrtke. Služba za korisnike označava službu tvrtke Booking.com za podršku korisnicima kojoj se korisnici mogu obratiti putem adrese customer.service@booking.com ili neke druge adrese koja se u samom ugovoru navodi.³⁹ Izravno zaduženje znači nalog koji smještajni objekt izdaje svojoj banci, a u kojem stoji da se tvrtki Booking.com dopušta isplata sredstava izravno s bankovnog računa smještajnog objekta. Ekstranet podrazumijeva internetski sustav kojemu smještajni objekt može pristupiti (kada se utvrdi identitet s pomoću korisničkog imena i lozinke) i to putem platforme www.booking.com/hotelaccess kako bi se učitale, promijenile, potvrdile, ažurirale ili nadopunile informacije o smještajnom objektu što bi potvrdilo i cijene, dostupnost, jedinice i rezervacije.⁴⁰

Slučaj više sile znači događaj, tj. bilo koji od sljedećih slučajeva koji utječe na veći broj gostiju i veći broj smještaja, tj. elementarne nepogode, erupcije vulkana, prirodne katastrofe, požare, rat, neprijateljstva, različite krizne situacije, invazije, usklađivanje s bilo kakvim nalogom ili zahtjevom bilo kakvog državnog, regionalnog, lučkog ili drugog tijela javne oblasti, vladinim propisom ili intervencijom, vojne akcije, građanski rat, terorizam, eksplozije različitog tipa, pobune, nemire, ustanke, građanske neposluhe, ograničenje prometnih veza, zatvaranje zračnih luka, te bilo koji drugi izniman ili katastrofičan događaj, uvjet ili hitan slučaj koji sprječava putovanja ili odsjedanje gostiju unutar smještajnog kapaciteta ili ih čini nemogućima ili nezakonitima. Sam pojam gost znači posjetitelja platforme ili korisnika ili gosta smještajnog objekta.

Pojam prava intelektualnog vlasništva podrazumijeva sve patente, autorska prava, izume, prava na baze podataka, prava na dizajn, registrirane dizajne, trgovačke znakove, trgovačke nazive, robne marke, logotipe, oznake usluga, stručna znanja, prava na isključivo korištenje, neregistrirane dizajnovne, te gdje je to primjenjivo, sve primjene tih prava, stručna znanja, trgovačke ili poslovne nazive, nazive domena, te ostala slična prava ili obaveze, bez obzira je li se radi o registriranim, neregistriranim ili drugim industrijskim pravima ili

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Ibid.

pravima intelektualnog vlasništva koja postoje u okviru bilo kojeg područja u svijetu ili u okviru bilo kojeg zakonodavstva u svijetu.⁴¹

Pojam platformi je pojam koji označava internetske stranice, aplikacije, alate, platforme ili druga sredstva ove tvrtke, kao i društava koja su s njome povezana, te poslovnih partnera putem kojih se omogućuje korištenje usluga tvrtke. Usluga je pojam koji podrazumijeva online sustav tvrtke Booking.com kojemu je svrha rezervacija boravaka i putem kojeg smještajni kapaciteti mogu ponuditi svoje smještajne jedinice za rezervaciju, te putem kojega gosti mogu rezervirati smještaj u tim smještajnim objektima. Nakon toga ugovor raspravlja obaveze smještajnih objekata, te se prva stavka odnosi na podatke o samom smještajnom objektu. Među podacima o smještajnom kapacitetu koji se uvrštavaju na platforme moraju biti informacije koje su povezane sa samim smještajnim kapacitetom što uključuju slike, fotografije i opise, zatim njegovom opremom i uslugama, te sobama koje su dostupne za rezervaciju, zatim pojedinosti o cijenama i raspoloživosti, uvjetima otkazivanja i pravilima u slučaju nedolaska, te ostalim pravilima i ograničenjima i te informacije trebaju biti u skladu sa podacima i standardima koje nalaže Booking.com. Podaci o smještajnom kapacitetu ne smiju sadržavati brojeve telefona ni telefaksa, kao ni adrese elektroničke pošte, internetskih stranica, društvenih mreža i sl.

Booking.com također zadržava pravo uređivanja i izostavljanja informacija u slučaju saznanja da su informacije netočne, nepotpune ili da nisu u skladu s uvjetima ili odredbama ugovora. Smještajni objekt treba također svojim potpisom zajamčiti da su podaci o njemu u svakom trenutku istiniti i točni, te da nisu obmanjujući. stalna obaveza smještajnog kapaciteta jest ispravljanje i ažuriranje sadržaja podataka o tom smještajnom kapacitetu što uključuje i dodatnu dostupnost soba tijekom određenog razdoblja, te bilo kakve neuobičajene štetne događaje ili situacije. Smještajni kapacitet mora svakodnevno ažurirati podatke o smještajnom objektu, te u bilo kojem trenutku putem Ekstraneta promijeniti i cijenu za jedinice za rezervaciju, te broj i vrstu raspoloživih jedinica. Podaci koje smještajni kapacitet navede za objavu na platformama ostaju u isključivom vlasništvu smještajnog kapaciteta, a tvrtka Booking.com ima pravo uređivati i izmjenjivati, te prevoditi na strane jezike podatke koje smještajni kapacitet navodi, pri čemu prijevodi ostaju u isključivom vlasništvu tvrtke Booking.com.

⁴¹ Ibid.

Kada je sadržaj uređen i preveden, on isključivo služi za korištenje od strane Booking.com na platformama, te ga smještajni kapacitet u bilo kojem obliku ne smije koristiti za bilo kakvu svrhu niti u bilo kakvim kanalima distribucije i prodaje. Promjene ili nadopune opisnih podataka o smještajnom kapacitetu nisu dopuštene, osim ako se o tome prethodno pismeno ne izvijesti tvrtka Booking.com. Osim u slučaju ako Booking.com ne pristane na suprotno, sve promjene, ažuriranja ili nadopune podataka o smještajnom kapacitetu što uključuje i cijene, raspoloživost, te jedinice, sve promjene izvršava smještajni kapacitet izravno i na mreži, putem Ekstraneta ili na druge načine koji su naznačeni od strane tvrtke Booking.com. Ažuriranja i promjene koje obuhvaćaju slike, fotografije i opise tvrtka Booking.com obrađuje u što kraćem i razumnijem roku. U ovom kontekstu također treba spomenuti i paritete i restrikcije, a to u prvom redu znači da smještajni objekt tvrtki Booking.com jamči paritet cijena i raspoloživost.

Paritet cijena znači jednaki ili povoljniji kapacitet za isti smještajni objekt, istu vrstu jedinice, iste datume, istu vrstu kreveta, isti broj gostiju, ista ili povoljnija ograničenja i pravila, primjerice, za doručak, za promjenu rezervacije ili pravila otkazivanja od onih koja su dostupna na internetskim stranicama, aplikacijama ili pozivnim centrima smještajnog kapaciteta ili izravno u njemu u odnosu na bilo kojeg konkurenta ove tvrtke ili na sve ostale treće strane koje su poslovni partneri smještajnog kapaciteta ili su s njime povezani na bilo koji drugi način. također treba naglasiti da se paritet cijena ne odnosi na cijene koje su namijenjene zatvorenoj skupini korisnika (situacije u kojima kupci aktivno odlučuju postati članovima, bilo kakvo online ili mobilnoj sučelje koje koriste članovi je zaštićeno lozinkom, kada članovi zatvorene skupine naprave jedan korisnički račun, te kada je korisnik kojemu je cijena ponuđena napravio barem jednu rezervaciju kao član zatvorene skupine korisnika pod uvjetom da te cijene nisu izravno ili neizravno javno dostupne).

U slučaju kada je cijena koja je izravno ili neizravno namijenjena zatvorenoj skupini korisnika postala javna odlukom smještajnog kapaciteta, izravnog ili neizravnog konkurenta, Booking.com- a ili trećih strana što uključuju, primjerice, tražilice ili stranice za usporedbu cijena, Booking.com ostvaruje pravo na paritet, tj. na jednakost tih cijena. Paritet raspoloživosti podrazumijeva da smještajni kapacitet tvrtki Booking.com jamči onu razinu raspoloživosti koja je veća ili jednaka od raspoloživosti koju jamči bilo kojem konkurentu tvrtke Booking.com ili sve ostale treće strane koje su poslovni partneri smještajnog kapaciteta ili koji su s njime povezani na bilo koji način.⁴²

⁴² Ibid.

4.3. Plaćanje provizije rezervacijskom sustavu

Govoreći o proviziji, kada su se zadovoljili uvjeti, agencija s klijentima potpisuje ugovor. Ne internet stranicama agencije se ne može naći kolika je njihova provizija, nego se agenciju treba izravno kontaktirati. Informacije o proviziji mogu se dobiti i iz iskustva prijašnjih i aktualnih klijenata agencije. Tako neki klijenti iznose informaciju da ona iznosi 15% što nije puno s obzirom na naše agencije koje uzimaju od 15- 20%. Provizija se plaća na mjesečnoj razini.

4.4. Rangiranje, ostavljanje komentara gosta, te ocjena iznajmljivaču

Što se samog ranga tiče, pozicija smještajnog objekta na popisu smještajnih objekata na platformama određena je automatski i jednostrano od strane tvrtke Booking.com.⁴³ Rangiranje se temelji na različitim faktorima što uključuje postotak provizije koju smještajni objekt plaća, minimalni broj raspoloživih jedinica koje je smještajni objekt stavio na raspolaganje, broj rezervacija u odnosu na broj posjeta na stranici smještajnog objekta na platformi, visinu prometa koji je smještajni objekt ostvario, udio otkazivanja, ocjene o recenzijama gostiju, podatke i povijesti suradnje sa službom za korisnike, broj i vrstu pritužbi od strane gostiju, te podatke o pravovremenosti plaćanja provizije od strane smještajnog objekta. Smještajni objekt također ima mogućnost utjecaja na vlastitu poziciju na način da promijeni postotak provizije i raspoloživost tijekom određenih razdoblja, kao i kontinuiranim poboljšavanjem drugih faktora koji imaju utjecaja. smještajni objekt ne može podnositi zahtjeve bilo kakve vrste prema tvrtki Booking.com kada je riječ o rangiranju smještajnog objekta zato što je sustav rangiranja automatski.

Kada je riječ o recenzijama/ komentarima gostiju, treba reći da od gostiju koji su odsjeli u smještajnim kapacitetima ova tvrtka traži njihove komentare o vlastitom boravku u tom smještajnom objektu, te da ocijene određene aspekte svojeg boravka tamo. Booking.com također zadržava pravo da te svoje ocjene i komentare objavi na platformama, a smještajni objekt prihvaća da ova tvrtke ne objavljuje te komentare, nego ih samo distribuira. Kada je riječ o online marketingu i oglašavanju, Booking.com ima pravo na promoviranje smještajnog objekta koristeći nazive smještajnog objekta kroz online marketing što uključuje i marketing putem elektroničke pošte ili oglašavanje plaćanjem po kliku. Booking.com također koristi i

⁴³ Ibid.

internetske marketinške kampanje koje pokreće o vlastitom trošku i prema vlastitoj slobodnoj volji.

4.5. Prava i obveze ugovornih strana u slučaju tvrtke Booking.com

Kada se govori o pravima i obvezama strana koje sklapaju ugovor sa tvrtkom Booking.com, treba staviti naglasak na izjave i jamstva, tj. smještajni objekt tvrtki Booking.com izjavljuje i jamči da tijekom trajanja ugovora koji je s ovom tvrtkom sklopljen smještajni objekt ima sva potrebna prava, ovlaštenje, te punomoć za korištenje, upravljanje, te vlasništvo da na platformama objavljuje relevantni smještajni objekt, kao i prava intelektualnog vlasništva koja se odnose na podatke o smještajnom objektu koji su objavljeni na platformama i koji su navedeni u informacijama ili se u tim informacijama na njih upućuje.⁴⁴

Također, smještajni objekt posjeduje i djeluje u skladu sa svim dozvolama, licencama i drugim preduvjetima državnih institucija koje su potrebne za provođenje, obavljanje i nastavljanje svojih operacija i poslovanja, te objavljivanje smještajnog objekta na platformama za rezervaciju. Također, cijena jedinice koja se oglašava na platformama treba odgovarati najpovoljnijoj cijeni za ekvivalentan boravak u relevantnom smještajnom objektu, te gost ne bi mogao dobiti povoljniju cijenu da rezervaciju ugovori izravno sa smještajnim objektom, putem neke treće strane ili putem drugog medija ili kanala. Smještajni objekt isto tako treba izjaviti da nije ni na koji način povezan niti njegovi direktori sa teroristima ili terorističkim organizacijama, sa stranim osobama koje su posebno označene i za koje se primjenjuje zabrana trgovanja ili za koju vrijede ekonomske, trgovinske ili financijske sankcije.

Smještajni objekt također treba potvrditi da nije povezan ni na koji način s osobama koje su optužene ili koje se bave pranjem novca, te sudjeluju u nezakonitim radnjama poput mita, prijevare, korupcije i sl. U slučaju kršenja bilo kojeg od spomenutih aspekata, smještajni objekt je dužan obavijestiti o tome tvrtku Booking.com. Svaka strana tijekom trajanja ugovora ima svu poslovnu sposobnost i punomoć za sklapanje i izvršavanje svojih obaveza u okviru ugovora, te je poduzela sve potrebne mjere za davanje ovlaštenja za izvršenje i provođenje ugovora. Takav ugovor predstavlja također dužnosti koje su pravno valjane i obvezujuće u skladu sa odredbama ugovora. Svaka strana također treba djelovati u skladu sa svim primjenjivim zakonima, odredbama, propisima i pravilima u zemlji, regiji ili lokalnoj upravi u

⁴⁴ Ibid.

kojoj je strana registrirana, a u odnosu na usluge koje ona nudi. Vrlo bitan aspekt ovog ugovora je i nadoknada štete i odgovornost, tj. svaka ugovorna strana ima odgovornost prema drugoj strani ili njezinim direktorima, službenicima, zaposlenicima, agentima, predstavnicima, sestrinskim tvrtkama i sl. te će joj nadoknaditi štete, osloboditi je od obveza i zaštititi je od bilo kakvih izravnih i neizravnih šteta, gubitaka i odgovornosti.⁴⁵

Smještajni kapacitet ima obvezu tvrtku Booking.com u potpunosti zaštititi od odgovornosti, nadoknaditi joj štete i zaštititi je od svih obaveza, troškova, izdataka i sl. koje je tvrtka Booking.com pretrpjela ili platila. Osim ako to nije drugačije naznačeno, ugovor između smještajnog kapaciteta i tvrtke Booking.com stupa na snagu s datumom koji se navodi na kraju ugovora i nastavlja se na razdoblje na koje je sklopljen. Svaka ugovorna strana može ugovor raskinuti bilo kada i iz bilo kojeg razloga uz pismenu obavijest drugoj strani najmanje četrnaest dana prije raskidanja. Sustavi, poslovne tvrtke i zapisi tvrtke Booking.com smatraju se neoborivim dokazom rezervacija koje je izvršio gost i njihova zaprimanja od strane smještajnog objekta, te iznosa provizije, odštete ili drugih troškova koje smještajni objekt duguje tvrtki booking.com u skladu sa sklopljenim ugovorom, osim ako smještajni objekt ne podnese razumne i vjerodostojne dokaze koji to opovrgavaju.

Sve strane moraju razumjeti i moraju biti suglasne da kod izvršenja odredbi sklopljenog ugovora svaka strana može imati pristup ili biti izložena izravno ili neizravno povjerljivim informacijama o drugoj strani koje obuhvaćaju podatke korisnika, količinu transakcija, marketinške i poslovne planove, poslovne, financijske, tehničke, operativne, te druge informacije koje nisu javne, a strana koja ih je dala na uvid ih označava kao privatne ili povjerljive, te one informacije za koje strana koja ih je primila zna da prema njima treba postupati kao prema privatnim i povjerljivim informacijama.

Još treba napomenuti da nijedna strana ne može dodijeliti niti prenijeti svoja prava i obveze u okviru sklopljenog ugovora bez prethodne pisane suglasnosti druge strane uz uvjet da Booking.com svoja prava i obaveze koje u okviru sklopljenog ugovora može dodijeliti ili prenijeti povezanim tvrtkama bez prethodne pisane suglasnosti od strane smještajnog objekta.⁴⁶ Ako smještajni objekt dodjeljuje ili prenosi prava ili obaveze, onaj koji odstupa od svojih prava ni u kojem slučaju nije oslobođen od obaveza koje proizlaze iz sklopljenog ugovora.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid.

5. AIRBNB

5.1. Pristupanje Airbnb rezervacijskom sustavu

Airbnb popularno je online tržište za kratkoročna iznajmljivanja smještajnih kapaciteta. Airbnb osnovan je 2008 i vrlo je brzo doživio uspjeh. Od 2013. godine u svojoj ponudi pva tvrtka ima preko 300.000 smještajnih kapaciteta, te se po rangi nalazi odmah iza Marriottovih 535.000 soba godišnje.⁴⁷ Gost koji traži smještajni kapacitet na Airbnb-u može unijeti željenu destinaciju i datume dolaska i odlaska, te nakon toga pogledati različite opcije koje uključuju top kapaciteta, lokaciju, različite karakteristike kapaciteta, cijenu, te dostupnost.

Ključni aspekti u cijelom procesu su inicijalne ponude, filteri i stranica s ponudama koja uključuje detalje, fotografije i nazive kapaciteta zajedno s imenima onih koji su za njih odgovorni. Kako bi se rezervirala soba ili smještajni kapacitet, gosti upotrebljavaju službeni zahtjev koji se upućuje odgovornima u ovoj tvrtki. Ako odgovorna osoba koja smještajni kapacitet drži prihvati njihov zahtjev, onda Airbnb naplaćuje proviziju i gost plaća prema dogovoru.

5.2. Pogodnosti tvrtke Airbnb

U usporedbi s tradicionalnim hotelskim poduzećima, Airbnb omogućuje svakome da objavi bilo koji smještajni kapacitet online. Gost vidi informacije ne samo o sobi ili smještajnom kapacitetu koji iznajmljuje, nego i informacija o domaćinu bez obzira stoji li on ili ne u blizini samog posjeda.⁴⁸

Profil domaćina sastoji se od imena i prezimena, slike, te opisa koji on sam izabere staviti. Treba također naglasiti da ova tvrtka sama odabire koje će informacije staviti i neki joj spočitavaju diskriminaciju, ali ona ima snažnu inicijativu kako bi spriječila diskriminaciju po spolu, rasi ili po bilo kojoj drugoj osnovi. Airbnb ima rješenja svakako za klijente različitih profila.

⁴⁷ Edelman, B. & Luca, M.: „Digital Discrimination: The Case of AirBnb.com“, **Harvard Business School, Working Paper 14- 054**, str. 4.

⁴⁸ Ibid.

5.3. Sistem „domaćin- domaćinu“

Od svoga osnivanja, 2008. godine, ova tvrtka je postala inovativna zajednica za ljude koji žele objaviti svoj smještajni kapacitet na njezinim stranicama, otkriti ili rezervirati različite tipove smještaja diljem svijeta.⁴⁹ Airbnb također je pionir kada je riječ o novoj industriji kolaborativnog konzumiranja usluga, te domaćin- domaćinu iznajmljivanja i unajmljivanja smještajnih kapaciteta što ostavlja prostora za potencijalni rast tvrtke i za njezino prihvaćanje diljem svijeta. kada je riječ o kolaborativnom konzumiranju usluga, treba reći da ovaj pojam opisuje rapidnu eksploziju kada je riječ o tradicionalnim metodama dijeljenja, iznajmljivanja, trgovanja, unajmljivanja, te razmjene.

Ova pojava također je poznata i pod nazivom „domaćin- domaćinu tržište“, te se primjećuje njezin rast u posljednjih nekoliko godina. Takav rast najviše se može zahvaliti razvoju interneta i tehnologije, društvenih mreža, mobilne tehnologije i sl. Danas u svijetu postoji sve više i više ovakvih servisa koji lagano potiskuju tradicionalne načine iznajmljivanja. Osim smještajnog kapaciteta, mogu se također i unajmiti dodatne usluge poput automobila, kućnih poslova i sl. što daje veliku prednost ekonomiji koja je poznata pod već spomenutim nazivom „domaćin- domaćinu“ koja različitim individualcima pruža da ostvare priliku koju inače ne bi mogli ostvariti.

Razvoj ovakve ekonomije postavlja izazove pred tradicionalne servise gdje se transakcija odvija izravno između iznajmljivača i korisnika usluga. Kupci više ne moraju unajmljivati automobile putem rent- a- car servisa ili rezervirati izravno preko hotela, nego poslovati preko ovog online tržišta na kojem mogu pronaći više fleksibilnosti, a nerijetko i bolje cijene.⁵⁰ S rastom ovakve ekonomije raste i broj konkurenata, pa je tako poznato da brojni hoteli nude i suvremene i tradicionalne usluge što tvrtkama poput Airbnb- a predstavlja dodatan izazov.

⁴⁹ Wu, S., Lee, F. & Reynard, J.: „Airbnb“, **University of California, Department of Economics**, str. 2.

⁵⁰ Ibid.

6. TRIPADVISOR

6.1. Pristupanje TripAdvisor rezervacijskom sustavu

TripAdvisor je online društvena mreža za putovanja koja mijenja način na koji turisti planiraju svoje putovanje. Ova društvena mreža turistima omogućava interakciju, razmjenu mišljenja, te razgovor o hotelima i smještaju, te o lokalnim atrakcijama koje turistička destinacija pruža.

TripAdvisor se smatra najvećom zajednicom turista na internetu. Ova zajednica je osnovana 2000. godine, te broji preko 212.000 hotela, 30.000 destinacija, te 74.000 turističkih atrakcija diljem svijeta.⁵¹ TripAdvisor website je koji se temelji na ideji da se putnici oslanjaju na recenzije drugih putnika koji su već bili u određenoj turističkoj destinaciji i iskoristili određeni smještajni kapacitet što prvima pomaže u odlukama o izboru turističke destinacije i samog kapaciteta. TripAdvisor tako sadrži deset milijuna putničkih recenzija i mišljenja koja je napisalo preko pet milijuna registriranih članova.

6.2. Društveno umrežavanje

Baza društvenog umrežavanja ove tvrtke su Facebook i slične društvene stranice gdje se sklapaju poznanstva između ljudi koji imaju slične interese. Prednost TripAdvisora je u tome što svojim korisnicima pruža mogućnost za druženje, a što mnogi internetski servisi koji se bave online rezervacijama smještajnih kapaciteta nemaju. Jedine mogućnosti koje oni pružaju su njihovi vlastiti forumi gdje se mogu voditi diskusije o pojedinim aspektima usluga koje oni pružaju. kao dokaz važnosti ovakvog i sličnih servisa i njihova utjecaja na odluke putnika, može poslužiti anketa koja je provedena 2007. godine u mnogim hotelijerskim poduzećima u Europi i koja je pokazala da preko 80% turista pretražuju online prije nego što će rezervirati hotel, a gotovo polovina njih gleda recenzije na TripAdvisoru i sličnim internetskim stranicama.⁵²

Tako je TripAdvisor website gdje se najveći dio informacija skuplja od samih korisnika koji objavljuju recenzije, komentare, te ocjenjuju destinaciju dajući joj tako određeni rejting koji pomaže ostalim turistima koji će tu destinaciju tek posjetiti ili koji će iskoristiti smještajne kapacitete koje ta destinacija nudi.

⁵¹ Miguens, J., Baggio, R. & Costa, C.: „Social Media and Tourism Destinations: TripAdvisor Case Study“, **Advances in Tourism Research, Portugal, May 26- 28**, str. 2.

⁵² Ibid., str.3.

Kao najznačajnija pogodnost TripAdvisora koja je puštena u rad 2007. godine može se navesti Mreža putnika koja omogućava korisnicima da dodaju vlastite kontakte ili opise na online kartama na mjestima na koja će stići. Na ovakav način određene skupine mogu mnogo učinkovitije planirati svoj put, tj. stvoriti mrežu putnika koji mogu pomoći svojim sugestijama, recenzijama i savjetima. Tvrtka također najavljuje i buduće implementacije, a to je izravno spajanje putem Facebooka i LinkedIn-a.⁵³

⁵³ Ibid.

7. POSLOVANJE IZNAJMLJIVAČA NP PLITVIČKA JEZERA I REZERVACIJSKIH SUSTAVA

7.1. Smještajni kapaciteti u NP Plitvička jezera

NP Plitvička jezera čine osnovni smještajni kapaciteti, komplementarni smještajni kapaciteti, te kapaciteti u privatnom smještaju. Osnovni smještajni kapaciteti su hoteli koji broje 1 100 postelja, komplementarne smještajne kapacitete čini 140 kamp jedinica u kampu Borje, 120 postelja u ugostiteljskom objektima, 1 358 postelja u privatnom smještaju, te 56 postelja u Učeničkom domu u Korenici.⁵⁴ Kapaciteti u privatnom smještaju obuhvaćaju 18 naselja sa 208 domaćinstava. Naselje s najvećim brojem domaćinstava je Jezerce sa 335 u 44 domaćinstva.⁵⁵ Svi spomenuti imaju mogućnost staviti svoje usluge u ponude online rezervacijskih sustava.

7.2. Poslovanje iznajmljivača u NP Plitvička jezera preko rezervacijskih sustava

7.2.1. Zaprimanje rezervacije

Konkretno govoreći, u ovom slučaju je riječ o rezervaciji smještajnog kapaciteta Guest House Aurora na Plitvicama u tvrtki Booking.com (slika). Tvrtka Booking.com je vlasnici, Katici Bičanić faksirala samu rezervaciju zajedno s datumom i kontakt podacima na koje se tvrtki može obratiti u slučaju nejasnoća.⁵⁶ Osim toga, tu su i podaci o dolasku i odlasku gosta, broju soba i broju osoba. ispod tog stoji opis smještajnog kapaciteta, opis obroka, te ukupan trošak rezervacije. Nakon toga slijedi model plaćanja, te kontakt podaci gosta koji pristiže. Detalji o rezervaciji također su poslani i gostu, pa je tako uspostavljena komunikacijska veza između navedena tri čimbenika.

⁵⁴ **Turistička zajednica općine Plitvička jezera**, Izvješće o radu TZO Plitvička jezera za 2011. godinu, TZO Plitvička Jezera, Korenica, 2012.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Booking.com, **Rezervacija, 720649538**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

Slika 1. Primitak rezervacije za Guest House Aurora na Plitvicama

From Booking.com - HylaFax Server Wed 06 May 2015 06:00:36 PM CEST Page 1 of 1

Booking.com

Booking confirmation — 720649538

Fax to: Guest House Aurora
Attn.: Katica Bicanic
Fax: +38553757010

Date: Wednesday, 6 May 15
Concerning: Booking confirmation 720649538

Dear Katica Bicanic,

We received the following reservation for your property and are confirming the details via fax.

If you have any questions regarding this reservation, feel free to contact us. Telephone: 0800 806 201 ;
Fax +31 (0)20 712 5606; E-mail customer.service@booking.com

Yours sincerely, Booking.com

Arrival: **Saturday, 27 June 15** Number of rooms: **1**
Departure: **Monday, 29 June 15** Number of persons: **2**

Double Room for guest Jun hyeong yim (for 2 persons)

Room facilities: shower, fax, desk, seating Area, toilet, heating, satellite Channels, kitchen, carpeted, view, hardwood/Parquet floors, kitchenware, wardrobe/Closet, barbecue, coffee machine, outdoor dining area
This room features a private bathroom.

Meal plan: There is no meal option with this room. **Cancellation:** If cancelled up to 2 days before date of arrival, no fee will be charged. If cancelled later, 100 percent of the first night will be charged. In case of no-show, the total price of the reservation will be charged.

Date:	27/06/28/06
Rate (EUR):	40 40

Cost of this room: EUR 80 (non-smoking room preferred)

13 % VAT is included. city tax is excluded.

Total price for this reservation: € 90.00

Credit card guarantee: **Visa**

Card number: **4214205731973094** Please, check the validity Expiry date: **01-17**

Name on card: **Jun hyeong yim**

- It is your obligation to safeguard this fax and keep this guest's credit card information secure in accordance with your internal security procedures.

Booked by: **yim, jun hyeong**

City: Country: **Korea, South (kr)**

Telephone: **+8201038787020**

You have a booking that does not include the address details of the guest. This is an option that allows guests to book without the hassle of adding their address details.

This helps connect your vacancy to a guest faster. You may opt out of this type of offer any time in the 'My settings' section of your Extranet account under 'No address details from guest'.

- IMPORTANT:** We have sent a confirmation to the guest with the booking details, hotel address with contact details, cancellation policy and checkin/checkout times.
- PLEASE** keep your availability up to date on <http://www.booking.com/hotelaccess>

Izvor: Booking.com, **Rezervacija, 720649538**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

7.2.2. Potvrda rezervacije

Kada gost rezervira smještajni kapacitet (u ovom slučaju Guest House Aurora), tvrtka stvara obrazac kojim se njegova rezervacija potvrđuje (slika 2). Tako na potvrdi gosta iz

tvrtke Booking.com⁵⁷ vidi se umanjena slika smještajnog kapaciteta, naziv i kontakt podaci (adresa, telefon, te GPS koordinate).

Slika 2. Potvrda rezervacije za Guest House Aurora na Plitvicama

ing.com BROJ REZERVACIJE: 215.784.110 PIN KOD: 8524

Guest House Aurora
Adresa: Poljanak 8/1, 53231 Plitvička Jezera, Hrvatska
Telefon: +385993505743
GPS koordinate: N 044° 55.329, E 15° 36.091

PRILJAVNA	ODJAVA	JEDINICA	NOĆENJA	UKUPNA CIJENA
27 LIPANJ subota 11:00 - 20:00	28 LIPANJ nedjelja 07:00 - 10:00	1 / 1		KRW 50.495 1 soba € 35,40 PDV (13%): uključeno u cijenu. € 4,80 boravišna pristojba: primjenjuje se, iznos se može razlikovati.

Dvokrevetna soba s bračnim krevetom

Ime gosta: SOHYUN LEE / za najviše 2 osobe.
Obroci: U cijenu ove sobe nisu uključeni obroci.
tuš kabina • faks • radni stol • prostor za sjedenje • WC • grijanje • satelitski programi • kuhinja • tepih • pogled • diverzif parketni pod • kuhinjski pribor • garderoba/ormari • roštilj • aparat za kavu • vanjska blagovaonica

Veličina kreveta: Kauč na rasklapanje (Razičite veličine), Veliki (King size) (151-180 cm širine).

Plaćanje unaprijed: Polog se ne naplaćuje.
Trošak otkazivanja rezervacije:
do 24. lipnja 2015. 23:59 [Plitvička Jezera]: € 0
od 25. lipnja 2015. 00:00 [Plitvička Jezera]: € 40

Pravila hotela
Parkiralište za goste
• Besplatno privatno parkiralište dostupno je u okviru objekta i nije potrebna rezervacija.
Internet
• Bežični pristup internetu dostupan je u cijelom objektu i ne naplaćuje se.

Posebni zahtjevi
"we don't have a car, we want to get a pickup from where we arrive. Is that ok?"

Vaša je rezervacija sada potvrđena. Plaćanje ćete izvršiti tijekom boravka u objektu Guest House Aurora. Rezervacije napravljene putem Booking.com-a uvijek su besplatne. Svoje usluge nikad ne naplaćujemo gostima.

U svakom trenutku možete pogledati, izmijeniti ili otkazati online svoju rezervaciju na: your.booking.com
U slučaju bilo kakvih pitanja vezanih uz objekt, možete izravno kontaktirati objekt Guest House Aurora na: +385993505743
Ili nam se obratite putem telefona - dostupni smo 24 sata dnevno:
Lokalni pozivi: 02 3483 3225
Iz inozemstva ili iz ove države: Hrvatska: +82 2 3483 3225

Ova verzija vaše potvrde rezervacije namijenjena je za ispis i sadrži najvažnije informacije o vašoj rezervaciji. Možete je koristiti za prijavu u objekt Guest House Aurora. Dodatne informacije pronaći ćete u potvrdi rezervacije poslanoj na adresu leeso96@naver.com.

Izvor: Booking.com, **Guest Confirmation, 215.784.110**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

U gornjem desnom zaglavlju nalazi se broj rezervacije i PIN kod, a ispod datum i sat prijave i odjave, te broj jedinica i broj noćenja. Desno se nalazi cijena u lokalnoj valuti, te ispod toga cijena u eurima, te PDV. Ispod toga stoji napomena o boravišnoj pristojbi. Nakon tih podataka stoji naziv smještajnog kapaciteta, ime i prezime gosta, pogodnosti plaćanja, te detaljan opis sobe. Osim toga, tu je još i opis jedinica koje sadrži smještajni kapacitet, te model plaćanja i troškovi otkazivanja rezervacije. Konkretno, na ovom obrascu smještajni kapacitet navodi i pravila hotela, posebne zahtjeve, napomene i kontakt podatke. Dakle, ovo

⁵⁷ Booking.com, **Guest Confirmation, 215.784.110**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

dokazuje da je Booking.com, kao što je to već prije i spomenuto kvalitetan servis koji vodi računa o gostu i u tu svrhu se posebna pažnja obraća na detaljnost i ažurnost.

7.2.3. Modifikacija rezervacije

Rezervacija (slika 3) se također može i modificirati.⁵⁸ U spomenutom slučaju gost je promijenio datum dolaska u dan ranije, pa je tvrtka Booking.com poslala vlasnici ovog smještajnog objekta faks u kojem stoji, osim već spomenutih kontakt podataka, promjena datuma odlaska, promjena cijene, te ukupan trošak promijenjene rezervacije. Ovaj faks ne razlikuje se mnogo od faksa kojim se šalje potvrda o rezervaciji od strane tvrtke Booking.com

7.2.4. Otkazivanje rezervacije

Kod tvrtke Booking.com rezervacija se, kako je to već i spomenuto, može i otkazati.⁵⁹ U ovom slučaju gost je otkazao (slika 4) i tvrtka je poslala faks o tome u smještajni kapacitet Guest House Aurora. Ovaj faks se ne razlikuje mnogo od potvrde o rezervaciji, samo što umjesto potvrde rezervacije stoji kratko izvješće tvrtke o otkazu rezervacije, već spomenuti opis rezervacije koja se zaprimila, te kontakt podaci o gostu. Iz otkaza je vidljivo da je gost otkazao prije isteka propisanog roka, pa ga ne zahvaća naplata bilo kakvih troškova.

7.2.5. Izdavanje računa

Račun⁶⁰ koji je spomenuti smještajni kapacitet (slika 5) gostu izdao mora obavezno sadržavati sljedeće podatke (u skladu s postojećim zakonskim odredbama), a to su naziv smještajnog objekta/ obrta, adresa, poštanski broj i mjesto, OIB, broj telefona, broj telefaksa, adresu elektroničke pošte, internetsku adresu (ako postoji), ime i prezime gosta, vrstu isprave gosta (putovnica), broj isprave, te državljanstvo. Nakon ovih podataka račun treba sadržavati broj, datum izdavanja, dolazak, odlazak, nazive usluga, iznos i količinu, popust, te ukupnu cijenu. ispod navedenog se navodi model plaćanja, ime i prezime izdavatelja računa, te pečat i potpis. Ovakvo izdavanje računa osigurava legalnost novčanih transakcija. Račun se može isto tako i ručno ispisati i to se radi na bloku⁶¹ koji treba sadržavati broj, pečat i potpis, redni

⁵⁸ Booking.com, **Modification, 215784110**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

⁵⁹ Booking.com, **Cancelation, 374590658**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

⁶⁰ Booking.com, **Kompjutorski račun, 0074**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

⁶¹ Booking.com, **Paragon blok, 1040629**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

broj usluge, naziv usluge, količinu, cijenu i zbrojni iznos (slika 6). Na kraju računa piše se nadnevak i ukupna cijena.

Slika 3. Modifikacija rezervacije za Guest House Aurora na Plitvicama

From Booking.com - HylaFax Server Sat 30 May 2015 02:05:09 PM CEST Page 1 of 2

Booking.com Booking modification — 215784110

Fax to: Guest House Aurora **Date:** Saturday, 30 May 15
Attn.: Katica Bicanic **Concerning:** Booking modification 215784110
Fax: +38553757010

Dear Katica Bicanic,

We have processed a modification of an existing booking for your hotel. Below you will find a specification of the modifications, and the complete booking adjusted with the modifications. If you have any questions regarding this reservation, feel free to contact us. Telephone: 0800 806 201 ; Fax +31 (0)20 712 5606; E-mail customer.service@booking.com

Yours sincerely, Booking.com

Booking modification

Double Room for guest SOHYUN LEE

Departure Sunday, June 28, 2015 (was Monday, June 29, 2015)
price € 40 (was € 80)

The complete booking with modifications follows below

Arrival:	Saturday, 27 June 15	Number of rooms:	1
Departure:	Sunday, 28 June 15	Number of persons:	2

Double Room for guest SOHYUN LEE (for 2 persons)
Room facilities: shower, fax, desk, seating Area, toilet, heating, satellite Channels, kitchen, carpeted, view, hardwood/Parquet floors, kitchenware, wardrobe/Closet, barbecue, coffee machine, outdoor dining area
This room features a private bathroom.
Meal plan: There is no meal option with this room. **Cancellation:** If cancelled up to 2 days before date of arrival, no fee will be charged. If cancelled later, 100 percent of the first night will be charged. In case of no-show, the total price of the reservation will be charged.

Date:	27/06
Rate (EUR):	40

Cost of this room: EUR 40 (non-smoking room preferred)
13 % VAT is included. City tax is excluded.

Total price for this reservation: € 40.00

Guest request (please take appropriate action):
we don't have a car. we want to get a pickup from where we arrive. Is that ok?

You have already received the credit-card details.

Booked by: **LEE, SOHYUN**

City: . Country: **Korea, South (kr)**
Telephone: **01029111621**

You have a booking that does not include the address details of the guest. This is an option that allows guests to book without the hassle of adding their address details. This helps connect your vacancy to a guest faster. You may opt out of this type of offer any time in the 'My settings' section of your Extranet account under 'No address details from guest'.

- **IMPORTANT:** We have sent a confirmation to the guest with the booking details, hotel address with contact details, cancellation policy and checkin/check-out times.

Izvor: Booking.com, Modification, 215784110, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

Slika 4. Otkazivanje rezervacije za Guest House Aurora na Plitvicama

From Booking.com - Hy1aFax Server

Sun 28 Jun 2015 05:56:04 PM CEST

Page 1 of 1

Booking.com

Cancellation — 374590658

Fax to: Guest House Aurora
Attn.: Katica Bicanic
Fax: +38553757010

Date: Sunday, 28 June 15
Concerning: Cancellation 374590658

Dear Katica Bicanic,

Unfortunately the following reservation has been cancelled.

If you have any questions regarding this reservation, feel free to contact us. Telephone: 0800 806 201 ;
Fax +31 (0)20 712 5606; E-mail customer.service@booking.com

Yours sincerely, Booking.com

Arrival:	Friday, 10 July 15	Number of rooms:	1
Departure:	Saturday, 11 July 15	Number of persons:	0

Double Room for guest Jan Christensen (for 2 persons)

Room facilities: shower, fax, desk, seating Area, toilet, heating, satellite Channels, kitchen, carpeted, view, hardwood/Parquet floors, kitchenware, wardrobe/Closet, barbecue, coffee machine, outdoor dining area
This room features a private bathroom.

Meal plan: There is no meal option with this room. **Cancellation:** If cancelled up to 2 days before date of arrival, no fee will be charged. If cancelled later, 100 percent of the first night will be charged. In case of no-show, the total price of the reservation will be charged.

Cancellation date: Sunday June 28 2015, 17:55:29 CEST

Guest request (please take appropriate action):

You have a booker that would like free parking. (based on availability)

You have already received the credit-card details.

Booked by:	Christensen, Jan	Zipcode:	10781
Address:	Goltzstr. 24	Country:	Germany (de)
City:	Berlin		
Telephone:	+49 151 51033804		

- PLEASE keep your availability up to date on <http://www.booking.com/hotelaccess>

Izvor: Booking.com, **Cancellation, 374590658**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

Slika 5. Kompjutorski ispisan računa za gosta u Guest House Aurora na Plitvicama

Iznajmljivanje soba Katica Bičanić

Poljanak 8/1

53251 Plitvička jezera

OIB: 95844812420

tel: 385 53 757 042

fax: 385 53 757 010

e-mail: Katica.Bicanic@gs.t-com.hr

http://www.apartmani-aurora-plitvice.com

Prezime i ime: Lee So hjun

Vrsta isprave: Putovnica (STRANA)

Broj isprave: M23738834

Državljanstvo: KOREA, DEMOCRATIC
PEOPLE'S REPUBLIC OF

Račun broj: 0074

Datum izdavanja 28.6.2015 Dolazak 27.6.2015 Odlazak 28.6.2015

Usluga	Iznos	Kol	Popust	Ukupno
1 Boravišna pristojba	6,00 kn	2	0,00%	12,00 kn
2 Noćenje	142,00 kn	2	0,00%	284,00 kn
Nacin plaćanja: Gotovina			Ukupno:	296,00 kn

(pečat i potpis)

Račun izdao: Katica Bičanić

Izvor:

Booking.com, Kompjutorski račun, 0074, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

Slika 6. Ručno ispisan računa za gosta u Guest House Aurora na Plitvicama


0074		Ime (naziv) i adresa poduzetnika i prodajno mjesto		M
No 1040629		KATICA BIČANIĆ POZNAJMLJIVANJE SOBA U DOMACINSTVU KATICA BIČANIĆ Poljanak 8/1 - Plitvička jezera		
Redni broj eviden. o kre- tanju cijena	NAZIV DOBRA - USLUGE	Koli- čina	Cijena	Zbrojni iznos nasknade i poreza razvrstan po poreznoj stopi
	NOĆENJE	2	142,00	284,00
	BORAVIŠNA	2	06,00	12,00
Nadnevak: 28.06.2015 god.			UKUPNO:	296,00
Reklamacije priznajemo samo uz predložene ovog lista				
No 1040629		M		UKUPNO: 296,00
fokus d.o.o. Zagreb, Koledžovna 4 Oznaka za naredbu: G-56/NCR (B)		Nadnevak: 28.06.2015 god.		

Izvor: Booking.com, Paragon blok, 1040629, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

7.2.6. Račun za proviziju

Konkretno u ovom slučaju, račun za proviziju (slika 7) izdaje tvrtka Booking.com (ili druga ako se rezervacija uzimala kod druge tvrtke). Ovaj račun⁶² svakako sadržava potpune kontaktne podatke tvrtke koja naplaćuje proviziju (naziv, adresu, grad, državu, faks, telefon, porezni broj, broj registracije, te internetsku adresu). Na lijevoj strani nalaze se kontakt podaci iznajmljivača kojemu se provizija naplaćuje: naziv, smještajnog kapaciteta, ime vlasnika, adresu, registarski broj, smještajnog kapaciteta, porezni broj, broj računa, datum, te period boravka gosta. Račun sadrži opis usluge, pojedinačnu cijenu usluge, opis usluge, ukupnu cijenu provizije, te datum i načine plaćanja. Plaćanje provizije nezaobilazan je dio poslovanja, te odražava kvalitetu usluge koju tvrtka Booking.com nudi iznajmljivačima.

Slika 7. Račun za proviziju za Guest House Aurora na Plitvicama

	Booking.com B.V P.O. Box 1639 1000 BP Amsterdam The Netherlands Fax: +31 84 73 09 429 Phone: 003120 71 53 200 VAT number: NL805734958B01 Registered in the Netherlands No.: 31047344 www.booking.com	
Guest House Aurora Katica Bičanić Poljanak 8 53231 Plitvička jezera Croatia		
Accommodation number: 174256 VAT number: HR95844812420 Invoice number: 1501862598 Date: 01/06/2015 Period: 01/05/2015 - 31/05/2015		
INVOICE		
Description	Room Sales	Commission
RESERVATIONS	€ 1114.00	€ 167.10
Total amount due		€ 167.10
Payment Due: June 14, 2015		
Please transfer the total amount due to our bank account below by the Payment Due date. Be sure to include INVOICE 1501862598 and HOTEL NUMBER 174256 with your payment instructions.		
Deutsche Bank AG, Amsterdam Branch Herengracht 450-454 1017 CA Amsterdam, The Netherlands SWIFT: DEUTNL2A ACCOUNT: 265132983 IBAN: NL77DEUT0265132983 ACCOUNT HOLDER: Booking.com B.V. ACCOUNT CURRENCY: EUR		
For a list of guest names and dates of their stay please login to your Booking.com site (http://www.booking.com/hotelaccess) and go to the Reservation Statement page under Finance tab. Select the period and click view, then select "Download Reservations Statement" to see the list of all reservations with departure dates during selected period.		
* VAT is subject to 'reverse charge' regulation		

Izvor: Booking.com, Račun za proviziju, 1501862598, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

⁶² Booking.com, Račun za proviziju, 1501862598, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.

7.2.7. Komparativni prikaz: potvrda o rezervaciji kod tvrtke Airbnb.com

Zbog komparativnog prikaza, u ovom radu će se također uzeti i potvrda o rezervaciji kod tvrtke Airbnb.com.⁶³ Ova potvrda (slika 8) sadrži potvrdni kod, datum dolaska i odlaska gosta, broj noćenja i broj gostiju, link za promjenu rezervacije, naziv smještajnog objekta (u ovom slučaju Guest House Aurora), adresu i mjesto smještajnog objekta, kontakt podatke gosta, model plaćanja, informacije na koji se način može otkazati rezervacija, kontakt za korisničku podršku, pojedinačnu cijenu usluga koje su rezervirane, te ukupnu cijenu rezervacije. Ovdje se vidi da je njihova konkurentska, Booking.com tvrtka detaljnija kod poslovanja s ovakvim obrascima jer oni daju i opise smještajnog kapaciteta što opet, daje informacije gostima, te ih više privlači u Booking.com.

Slika 8. Potvrda rezervacije kod tvrtke Airbnb za Guest House Aurora na Plitvicama

The image shows a screenshot of an Airbnb itinerary confirmation page. The title is "Itinerary" with a confirmation code "PXAC2K". It details a stay from Monday, September 28, 2015, to Thursday, October 01, 2015, for 3 nights and 2 guests. The accommodation is "House Katica Plitvice lakes" in Croatia. It lists contact information for Zijun Lin, including a phone number and email. The page also includes sections for "Payment", "Cancellation Policy", "Pre-approval", "Customer Support", and "Payout".

Itinerary
Confirmation Code: PXAC2K

Check In
Mon, September 28, 2015
Flexible check in time

Check Out
Thu, October 01, 2015
Flexible check out time

3 Nights
2 Guests

[Change Reservation \(/reservation/change?ao=1&code=PXAC2K\)](/reservation/change?ao=1&code=PXAC2K)

House Katica Plitvice lakes (/rooms/3141807)
Plitvička jezera Apt
Poljanak 8/1, Lika-Senj County
53231
Croatia

Zijun Lin (/users/show/14657841)
+86 136 3148 8455
Contact by Email (mailto:zijun-72nippovxt4kfe4b@guest.airbnb.com)

Payment
On the day after the guest checks in, the payout method you supplied will be credited. For details, see your Transaction History.

Cancellation Policy
Flexible: Full refund 1 day prior to arrival, except fees

Pre-approval
This reservation was booked with a pre-approval.

Customer Support
If you need assistance with your reservation or for urgent situations, such as check-in trouble or arriving to something unexpected, we're here to help!

Visit the Help Center (/help)

Contact Us Via Email (mailto:support@airbnb.com)

+1-415-800-5959 (tel:+1-415-800-5959)
+1-855-424-7262 (tel:+1-855-424-7262) (toll-free)
tel: (tel:)
+1-855-424-7262 (tel:+1-855-424-7262) (toll-free)

Payout

Izvor: Airbnb.com, **Itinerary**, **PXAC2K**, House Katica Plitvice Lakes, Plitvička Jezera, 2015.

⁶³ Airbnb.com, **Itinerary**, **PXAC2K**, House Katica Plitvice Lakes, Plitvička Jezera, 2015.

8. ZAKLJUČAK

Predmet ovog rada bila je prodaja smještajnih kapaciteta u NP Plitvička jezera putem online rezervacijskih sustava. Cilj rada bio je dobiti detaljniji uvid u funkcioniranje online prodaje smještajnih kapaciteta putem online rezervacijskih sustava i to kroz teorijsku i praktičnu obradu koje su međusobno povezane jer ono što se spomenulo u teoriji dokazano je da se primjenjuje i u praksi. Prodaja smještajnih kapaciteta vrlo je bitan dio organizacije hotelijerskog poslovanja i menadžeri tu imaju ključnu ulogu zato što oni donose ključne odluke. Hotelijerska poduzeća, bez obzira na veličinu kompleksni su poslovni sustavi koji postavljaju određene zahtjeve kada je riječ o usmjeravanju prema poslovnim ciljevima. U ovom kontekstu, rezervacije se definiraju kao dio procesa koji predstavlja prijelaznu fazu od prodaje prema recepcijskom poslovanju, te kao prethodno osiguranje buduće uporabe neke usluge u hotelu. U suvremenom hotelijerstvu rezervacije se klasificiraju na zajamčene i nezajamčene.

Zajamčene znače da će hotelijer čuvati sobu do zaključenja prethodnog dana, a nezajamčene su ona vrsta rezervacija koje hotelijer drži do vremena kada se rezervacija otkazuje, a to je najčešće 18:00 sati. Rezervacija putem online sustava najsuremeniji je način rezervacije. U takvim sustavima različite tvrtke sklapaju ugovore s prodavačima smještajnih kapaciteta koje stavljaju u svoj u vlastitu ponudu koja se nalazi na njihovim internetskim stranicama. Najpoznatiji ovakvi sustavi su Booking.com, Airbnb, TripAdvisor, Expedia, Kayak, Travelocity, Hotels.com i dr.

Za svaki rezervacijski sustav karakterističan je drugačiji pristup, ali većina njih svoje poslovanje temelji na B2C i B2B mreži turističkih operatora i internet portala. Kod tvrtke Booking.com zainteresirani klijenti mogu popuniti formular u koji stavljaju vlastite kontakt podatke i podatke o svojem smještajnom kapacitetu. Kada tvrtka Booking.com sklapa ugovor sa smještajnim objektom, oni vode računa o brojnim aspektima i nakon osnovnih podataka o iznajmljivaču, agencija ugovara visinu provizije koja iznosi 15 %, a ugovor stupa na snagu kada ga odobri i potvrdi tvrtka Booking.com. Od gostiju koji su odsjeli u smještajnim kapacitetima, ova tvrtka traži njihove komentare i ocjenu boravka. Smještajni objekt također tvrtki Booking.com izjavljuje i jamči da tijekom trajanja ugovora ona ima sva potrebna prava, ovlaštenje, te punomoć za korištenje, upravljanje, te vlasništvo da na platformama objavljuje relevantni smještajni objekt, a isto tako i prava intelektualnog vlasništva koja se odnose na podatke o smještajnom objektu koji su objavljeni na internetskim platformama.

Airbnb sustav predstavlja popularno online tržište za kratkoročna iznajmljivanja smještajnih kapaciteta. Osnovan je 2008. i vrlo je brzo doživio uspjeh. Temelj poslovanja ovog sustava su inicijalne ponude, filteri i stranica s ponudama koja uključuje detalje, fotografije i nazive kapaciteta zajedno s imenima onih koji su za njih odgovorni. U procesu rezerviranja smještajnog kapaciteta, gosti upotrebljavaju službeni zahtjev koji se upućuje odgovornima u ovoj tvrtki. Ako odgovorna osoba koja smještajni kapacitet drži prihvati njihov zahtjev, onda Airbnb naplaćuje proviziju i gost plaća prema dogovoru. Ova je agencija također pionir kada se radi o novoj industriji kolaborativnog konzumiranja usluga, te „domaćin- domaćinu“ iznajmljivanja i unajmljivanja smještajnih kapaciteta što pomaže tvrtki u njezinom rastu i učvršćuje njezinu stabilnost. TripAdvisor društvena je mreža koja mijenja način na koji turisti planiraju svoje putovanje, te im omogućuje interakciju i razmjenu mišljenja što uvelike utječe na njihovu odluku.

Konkretno, što se tiče NP Plitvička jezera, ovdje se smještajni kapaciteti dijele na osnovne smještajne kapacitete, komplementarne smještajne kapacitete, te kapacitete u privatnom smještaju. Poslovanje koje se odnosi na prodaju smještajnih kapaciteta u glavnini obuhvaća sve one važne aspekte koji se koriste i kod poslovanja na drugim područjima, a oni se odnose na zaprimanje rezervacije, potvrdu rezervacije, modifikaciju rezervacije, otkazivanje rezervacije, izdavanje računa, te račun za proviziju. Također i kod ostalih tvrtki poput Airbnb- a postupak je sličan. Tako, prodaja smještajnih kapaciteta putem online rezervacijskih sustava složen je posao kada je riječ o njegovoj samoj strukturi, ali u velikoj mjeri, pa čak i najvećoj dosada domaćim i inozemnim gostima olakšava rezervacije i dovodi ih na Plitvice, a samim time i utječe na razvoj turizma tog područja u općenitom smislu.

LITERATURA

- 1) Airbnb.com, **Itinerary, PXAC2K**, House Katica Plitvice Lakes, Plitvička Jezera, 2015.
- 2) Booking.com & Guest House Aurora, **Ugovor smještajnog objekta s tvrtkom Booking.com**, Plitvička jezera, 2015.
- 3) Booking.com, **Cancellation, 374590658**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.
- 4) Booking.com, **Guest Confirmation, 215.784.110**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.
- 5) Booking.com, **Kompjutorski račun, 0074**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.
- 6) Booking.com, **Modification, 215784110**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.
- 7) Booking.com, **Paragon blok, 1040629**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.
- 8) Booking.com, **Račun za proviziju, 1501862598**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.
- 9) Booking.com, **Rezervacija, 720649538**, Guest House Aurora, Plitvička jezera, 2015.
- 10) Buhalis, D. Costa, C.: **Tourism Management Dynamics, trends, management and tools**, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2006.
- 11) Bunja, Đ.: **Turističko poslovanje**, Sveučilište u Zadru, Odjel za informatologiju i komunikologiju, Zadar, 2007.
- 12) Cerović Z.: **Hotelski menadžment**, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2003.
- 13) Dešković, N.: **Oglašavanje na internet portalima u turizmu**, Turistička zajednica Splitsko- dalmatinske županije, Split, 2014.
- 14) Edelman, B. & Luca, M.: „Digital Discrimination: The Case of AirBnb.com“, **Harvard Business School, Working Paper 14- 054**, str. 1- 21.
- 15) Galičić, V.: **Hotelska prodaja i recepcijsko poslovanje**, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2012.
- 16) **Iznajmljivači20.com**, Booking.com- lider u online rezervacijama smještaja, Ožujak 2013, <http://www.iznajmljivaci20.com/2013/03/booking-com-lider-u-online-rezervacijama-smjestaja/>, 1. srpnja 2015.
- 17) Magaš, D.: **Marketing turističke organizacije i destinacije**, Adamić, Rijeka, 2003.
- 18) Marušić M., Prebežac D.: **Istraživanje turističkih tržišta**, Adeco, Zagreb, 2004.
- 19) Miguens, J., Baggio, R. & Costa, C.: „Social Media and Tourism Destinations: TripAdvisor Case Study“, **Advances in Tourism Research, Portugal, May 26- 28**, str. 1-6.

- 20) Mullins, L.J. **Hospitality management and organisational behaviour**, Longman, Pearson, 2001., str. 14.
- 21) Pike, S.: **Marketing turističkog odredišta**, M PLUS d.o.o., Zagreb, 2010.
- 22) Pirjevec, B.: **Ekonomska obilježja turizma**, Golden marketing, Zagreb, 1998.
- 23) **Turistička zajednica općine Plitvička jezera**, Izvješće o radu TZO Plitvička jezera za 2011. godinu, TZO Plitvička Jezera, Korenica, 2012.
- 24) Vuković, T.: **Internetom do gostiju : povećajte broj rezervacija privatnog i hotelskog smještaja uz internet marketing**, Ad permanens, Split, 2015.
- 25) Wu, S., Lee, F. & Reynard, J.: „Airbnb“, **University of California, Department of Economics**, str. 1- 13.

POPIS SLIKA

Slika 1. Primitak rezervacije za Guest House Aurora na Plitvicama.....	33
Slika 2. Potvrda rezervacije za Guest House Aurora na Plitvicama	34
Slika 3. Modifikacija rezervacije za Guest House Aurora na Plitvicama.....	36
Slika 4. Otkazivanje rezervacije za Guest House Aurora na Plitvicama	37
Slika 5. Kompjutorski ispisan računa za gosta u Guest House Aurora na Plitvicama....	38
Slika 6. Ručno ispisan računa za gosta u Guest House Aurora na Plitvicama.....	38
Slika 7. Račun za proviziju za Guest House Aurora na Plitvicama	39
Slika 8. Potvrda rezervacije kod tvrtke Airbnb za Guest House Aurora na Plitvicama.	40