

OBILJEŽJA POSLOVANJA HOTELSKE GRUPACIJE VALAMAR RIVIERA D.D.

Knezović, Denis

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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:128:245769>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-19**



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

PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

DENIS KNEZOVIĆ

**OBILJEŽJA POSLOVANJA HOTELSKE
GRUPACIJE VALAMAR RIVIERA D.D.**

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, 2021.

Denis Knezović

OBILJEŽJA POSLOVANJA HOTELSKE GRUPACIJE VALAMAR RIVIERA D.D.

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Preddiplomski stručni studij Ugostiteljstva

Kolegij: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Mentor: dr. sc. Silvija Vitner Marković prof. v. š.

Matični broj studenta: 0618616037

Karlovac, 2021.

ZAHVALA

Ovom prilikom se najprije želim zahvaliti svojoj obitelji i boljoj polovici, a posebno roditeljima na svakodnevnoj podršci, bodrenju i financijskoj pomoći tijekom godina studiranja.

Također, želim se zahvaliti svojem mentoru i profesorici dr. sc. Silviji Vitner Marković na uloženom trudu i pomoći tijekom izrade ovog završnog rada.

Zahvaljujem se i svim svojim prijateljima i kolegama koji su na bilo koji način pridonijeli mojem obrazovanju te bili podrška i pomoć pri završetku ovog studija.

SAŽETAK

U teorijskom dijelu rada se govori o oblicima hotelskih lanaca, njihovom načinu povezivanja, prednostima i nedostacima hotelskih grupacija te se opisuju i grafički prikazuju vodeći hotelski lanci u Republici Hrvatskoj i svijetu. U praktičnom dijelu rada se analizira hotelska grupacija Valamar Riviera d.d. Ukratko se navode opće informacije o grupaciji te opisuje povijest kompanije. Poblje se prikazuje i opisuje portfelj kompanije kao i njezine vrijednosti, govori se o društveno odgovornom poslovanju te o prodaji i kvaliteti grupacije. Navode se i obrađuju brendovi koji spadaju pod grupaciju. Pomoću primjera Dubrovnik President Hotela i Istra Premium Camping Resorta detaljno je analizirano i prikazano poslovanje hotelske grupacije Valamar Riviera d.d. Također je prikazana i SWOT analiza hotelske grupacije Valamar Riviera d.d.

Ključne riječi: obilježja poslovanja, hotelski lanac, hotelska grupacija, hotelski brendovi, Valamar Riviera d.d.

SUMMARY

In the theoretical part of this final paper the focus is on introducing different types of hotel chains, the way those businesses are formed and merged, and the main characteristics including advantages and flaws of such formations within the hotel industry. Additionally, the list of the main hotel chains in Croatia is provided, supplemented by photos. In the practical part, the author delves into the main focus of the thesis - hotel chain Valamar Riviera d.d. The company is described at length, and the history of the hotel chain is provided. The company's portfolio and its value is examined, and Valamar's sales figure and quality promise are listed. The company's social responsibility and promise is presented. Valamar also has multiple brands under its umbrella, all of which are analysed. In the final chapters, two brands are described at length - President Hotel and Istria Premium Camping Resort. Finally, a SWOT analysis of the hotel group is carried out.

Key words: business characteristics, hotel chain, hotel brand, Valamar Riviera d.d.

SADRŽAJ

1	UVOD.....	1
1.1	Predmet i cilj rada.....	1
1.2	Izvori podataka, metode prikupljanja i obrada podataka.....	1
1.3	Struktura rada	1
2	OBILJEŽJA HOTELSKIH LANACA	2
2.1	Oblici hotelskih lanaca	2
2.2	Način povezivanja hotelskih lanaca	3
2.3	Prednosti i nedostaci hotelskih lanaca	6
2.4	Vodeći hotelski lanci u svijetu.....	8
2.5	Vodeći hotelski lanci u Hrvatskoj	9
3	HOTELSKA GRUPACIJA VALAMAR RIVIERA D.D.....	11
3.1	Portfelj Valamar Riviere d.d.....	11
3.2	Društveno odgovorno poslovanje.....	12
3.2.1	Postignuća u društveno odgovornom poslovanju (Pandemija Covid-19).....	13
3.2.2	Postignuća u društvenom odgovornom ponašanju u 2019. godini.....	14
3.3	Prodaja i kvaliteta	17
3.4	Brendovi unutar Valamara.....	20
3.4.1	Valamar Collection	20
3.4.2	Valamar Hotels & Resorts.....	21
3.4.3	Sunny by Valamar	22
3.4.4	Places by Valamar	24
3.4.5	Camping Adriatic by Valamar	24
3.5	SWOT analiza hotelske grupacije Valamar Riviera d.d.....	26

4 ODABRANI PRIMJER – DUBROVNIK PRESIDENT HOTEL, VALAMAR COLLECTION.....	29
4.1 Smještajna ponuda.....	30
4.2 Dodatni sadržaji.....	33
4.3 Restorani i barovi.....	34
5 ODABRANI PRIMJER - ISTRA PREMIUM CAMPING RESORT, CAMPING ADRIATIC BY VALAMAR	35
5.1 Smještajna ponuda.....	36
5.2 Dodatni sadržaj.....	40
5.3 Barovi i restorani	42
6 ZAKLJUČAK	43
LITERATURA.....	44
POPIS SLIKA.....	46
POPIS TABLICA.....	47

1 UVOD

1.1 Predmet i cilj rada

Predmet završnog rada su obilježja poslovanja hotelske grupacije Valamar Riviera d.d. Cilj ovog rada je na odabranim primjerima prikazati i analizirati obilježja i poslovanje hotelske grupacije Valamar Riviera d.d.

1.2 Izvori podataka, metode prikupljanja i obrada podataka

Izvori podataka koji su korišteni tijekom izrade završnog rada su stručna i znanstvena literatura. Također kao izvori podataka korištene su internet stranice te stručni i znanstveni članci. Podaci korišteni za izradu završnog rada prikupljeni su iz sekundarnih izvora te su prikupljeni metodom istraživanja za stolom. Podaci su obrađeni znanstvenom metodom sinteze, analize, indukcije, dedukcije, kompilacije te metodom deskripcije.

1.3 Struktura rada

Završni rad je strukturiran u 6 poglavlja uključujući uvod kao prvo i zaključak kao zadnje poglavlje. Na kraju rada se nalaze popis literature te popis ilustracija. Nakon uvoda u poglavlju broj dva se definiraju obilježja hotelskih lanaca te se govori općenito o hotelskim lancima, njihovom načinu povezivanja te prednostima i nedostacima hotelskih grupacija. Također se navode vodeći hotelski lanci u svijetu i Hrvatskoj. Nadalje u trećem poglavlju se analizira i obrađuje sama grupacija Valamar Riviera d.d. gdje je pobliže prikazan portfelj kompanije, kvaliteta i prodaja te se navode i analiziraju sami brendovi unutar grupacije. U četvrtom i petom poglavlju se obrađuju i analiziraju odabrani primjeri kako bi se lakše i pobliže prikazalo poslovanje i obilježja same grupacije.

2 OBILJEŽJA HOTELSKIH LANACA

2.1 Oblici hotelskih lanaca

Hotel kao ugostiteljski i poslovni objekt je objekt u kojem ugostitelj obavlja ugostiteljsku djelatnost odnosno pruža ugostiteljske usluge (smještaja, prehrane, pića i napitaka) u ugostiteljskim sadržajima (recepција, sanitarni čvorovi, smještajne jedinice, sadržaji za prehranu i drugo).¹

Hoteli se mogu pojavljivati samostalno ili povezani u više grupacija, tj. hotel može biti vezan u određene sustave ili se može pojavljivati van sustava ili standarda, te se s tog aspekta razlikuju sljedeće vrste hotela:

1. Nezavisni hoteli,
2. Hotelski lanci.²

Nezavisni hoteli su hoteli koji nisu vezani uz neki hotelski sustav, već samostalno i nezavisno vode svoju poslovnu politiku, marketinšku politiku, politiku prodaje i cijena i zauzimaju svoju specifičnu poziciju na turističkom tržištu. Nezavisni hoteli danas najčešće posluju u velikim gradovima kao hoteli nižih standarda i srednje kvalitete. Opće je poznata činjenica da hotel bez prepoznatljivog imena (brand) sve teže može biti isplativ, uspješan i za vlasnika interesantni ugostiteljski objekt.

Hotelski lanci su sustav povezanih hotela s prepoznatljivim imenom i zagarantiranim standardima, iza kojeg stoji tržišno poznato ime.

Hotelski lanac se može definirati kao skup hotela, koji su međusobno povezani istim standardima, povezuje ih istovrsnost kojom su prepoznatljivi na turističkom tržištu i imaju zajedničke standarde. Prednost hotelskih lanaca je bolja prodaja, prepoznatljiva propaganda, zajednička nabava, garancija kvalitete. Lanac hotela je niz hotela istog imena i istih standarda u raznim mjestima i zemljama u vlasništvu jedne tvrtke ili uz ugovore o franšizi.³

¹ Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji, i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli, narodne novine (02.08.2021.)

² Cerović, Z.: Hotelski Menadžment, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2010. str. 144.

³ Ibidem, str. 145.

2.2 Način povezivanja hotelskih lanaca

Način ugovaranja, kojima se reguliraju odnosi između davatelja standarda (branda) i primatelja, uvjetovan je raznim čimbenicima, ponajviše interesima i ciljevima zainteresiranih strana u partnerskom odnosu, kojim se želi povećati kvaliteta usluge, povećati profit i proširiti utjecaj na nova tržišta. Hotelski lanci stvaraju se temeljem ugovora zainteresiranih strana, te hoteli, u hotelskom lancu, mogu biti povezani na sljedećim osnovama:

- Potpuno vlasništvo,
- Franšizni ugovor,
- Ugovor o menadžmentu,
- Ugovor o najmu,
- Hotelski rezervacijski sustav – konzorcij.⁴

Potpuno vlasništvo je vrsta povezivanja hotela u hotelski lanac, u kojem je nositelj standarda ujedno i potpuni vlasnik hotelskog standarda i hotela u kome ga primjenjuje. Struktura vlasništva, bilo da je ono pojedinačno ili kolektivno (neki od oblika društva kapitala), samo je vlasnička forma davatelja standarda, tj. davatelj standarda je i pravno vlasnik hotela.⁵

Franšiza je izraz koji se koristi za opisivanje poslovnog modela u kojem kompanije prodaju prava na svoje poslovanje vlasnicima odnosno primateljima (kupcima) franšize koji uz određenu naknadu (cijenu) upravljaju svojim poslovanjem koristeći ime davatelja franšize. To daje mogućnost kompaniji (korisniku franšize) za brži rast i širenje na tržištu.

Najpoznatije franšize su franšize unutar ugostiteljske industrije. Restorani i hoteli su jako popularne franšize zbog svoje dugovječnosti u svojim industrijama, kao i zbog visoke stope povrata ulaganja u obje industrije za primatelja franšize. Ako se franšiza uspješno provede, ona može biti profitabilna i za davatelja franšize i za primatelja franšize.

Dakle **franšizni ugovor** je ugovor između hotelskog lanca i vlasnika hotela kojim hotelski lanac omogućava vlasniku hotela korištenje imena lanca, te npr. usluga kao što su definirana poslovna procedura, tehničko-tehnološki standardi te centralni rezervacijski sustav.⁶

⁴ Cerović, Z.: *Hotelski Menadžment*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2010. str. 148

⁵ Ibidem, str. 148.

⁶ Kandžija, V. i Ivandić, N. (1996). Ugovori o hotelskom managementu i franšizi. *Tourism and hospitality management*, 2 (1), 149-156. <https://doi.org/10.20867/thm.2.1.15> (03.08.2021.)

Ključna stvar u franšiznom ugovoru je korištenje imena, standarda, know – how i stručne pomoći. Ugovor o franšizingu se može raskinuti uzancama te uobičajeno traje dvije do deset godina.

U nastavku slijedi tablica koja prikazuje deset najvećih franšiza u hotelskoj industriji u 2019 godini, a možemo vidjeti kako je Wyndham Hotels & Resorts trenutno vodeća franšiza sa 8.888 hotela, dok drugoplasirana hotelska kompanija Jin Jiang International Holding Co. broji 8.595 hotela, samo 293 hotela manje nego prvoplasirana kompanija.

Tablica 1. Vodećih 10 franšiza u svijetu u 2019. godini.

RANG	KOMPANIJA	BROJ HOTELOVA
1	Wyndham Hotels & Resorts	8.888
2	Jin Jiang International Holding Co.	8.595
3	Choice Hotels Internationals	7.148
4	Hilton Worldwide Holdings	5.342
5	Marriott International	5.205
6	IHG (InterContinental Hotels Group)	4.870
7	BTG Hotels Group Co.	3.599
8	GreenTree Hospitality Group	3.149
9	Qingdao Sunmei Group Co.	2.985
10	Accor	2.477

Izvor: : Hotels mag,

http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007_SpecialReport325.pdf
(03.08.2021.)

Ugovori o menadžmentu počeli su se koristiti između pedesetih i šezdesetih godina ovog stoljeća. Dugi niz godina pokazao je da korištenje usluga hotelskih kompanija ima za vlasnike veće prednosti nego korištenje usluga pojedinačnih menadžera. Ugovor o menadžmentu je sporazum između hotelske menadžment kompanije i vlasnika hotela kojim menadžment kompanije preuzima odgovornost za upravljanje hotelom. Menadžment kompanija je plaćena za svoje usluge na temelju naknade koja uključuju fiksni dio, kao i dio koji je vezan za ostvareni uspjeh, dok vlasniku pripada cjelokupni profit postignut poslovanjem objekta odnosno hotela.⁷

Glavne prednosti ugovora o menadžmentu su što on omogućava vlasniku odnosno hotelu relativnu brzu i jednostavnu akviziciju znanja/stručnosti, trenutnu prepoznatljivost imena te upravljanje kvalitetom, dok hotelskoj menadžment kompaniji omogućava jeftin i brzi rast, poslovanje uz nizak rizik, kontrolu kvalitete, poslovanje bez troškova amortizacije. Također ugovor o menadžmentu ima i niz nedostataka za vlasnika hotela kao i za menadžment kompaniju.

⁷ Kandžija, V. i Ivandić, N. (1996). Ugovori o hotelskom managementu i franšizi. *Tourism and hospitality management*, 2 (1), 149-156. <https://doi.org/10.20867/thm.2.1.15> (03.08.2021.)

Vlasnik hotela će potpisom ugovora o menadžmentu izgubiti kontrolu nad poslovanjem, kao i obveze pokrivanja svih tekućih rashoda. Nedostaci koji još prijete vlasniku su teško raskidiv ugovor o menadžmentu, otežana prodaja imovine, naknada za troškove hotelske menadžment kompanije, rizik te mogućnost da hotelska kompanija favorizira vlastitu imovinu. Nedostaci za menadžment kompaniju su nemogućnost ostvarivanja rezidualnih koristi od imovine (vlasništva), minimalan utjecaj na odluke o imovini, ovisnost o financijskoj sposobnosti vlasnika.⁸

Vodeća hotelska kompanija povezana ugovorom o menadžmentu je Huazhu Group Ltd. Sa 4.519 hotela, dok se na drugom mjestu nalazi Dossen International Group sa 3.062 soba. Na posljednjem, odnosno desetom mjestu nalazi se Hilton Worldwide Holdings sa 703 hotela.

Tablica 2. Vodećih 10 hotelskih kompanija u svijetu povezanih ugovorom o menadžmentu u 2019. godini.

RANG	KOMPANIJA	BROJ HOTELA
1	Huazhu Group Ltd.	4.519
2	Dossen International Group	3.062
3	Qiungda Sunmei Group Co.	2.988
4	Accor	2.310
5	Marriot International	2.144
6	Aimbridge Hospitality	1.266
7	IHG (InterContinental Hotels Group)	1.007
8	BTG Hotels Group Co.	851
9	Westmont Hospitality Group	724
10	Hilton Worldwide Holdings	703

Izvor: Hotels Mag

http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007_SpecialReport325.pdf

(03.08.2021.)

Ugovor o najmu je također ugovor u kojem postoje dvije ugovorne strane koje međusobno uređuju svoje odnose, no razlika u odnosu na druge načine poslovnog povezivanja u lance je ta što se dodatno regulira najam hotela. Hotel se daje u najam najmoprimcu, koji je davatelj standarda (branda), te on u potpunosti s njim rukovodi. Davatelj standarda (branda) ugovorom preuzima hotel, u kojem primjenjuje svoje standarde i tako zarađuje od ugovora o najmu. Ugovora o najmu je jako malo jer davatelj standarda preuzima sav rizik nad poslovanjem kao da je vlasnik, a primatelj standarda koji je stvarni vlasnik dobiva zagaraniranu naknadu (novčani iznos) po ugovoru o najmu i ne snosi nikakav rizik o poslovanju.⁹

⁸ Kandžija, V. i Ivandić, N. (1996). Ugovori o hotelskom managementu i franšizi. *Tourism and hospitality management*, 2 (1), 149-156. <https://doi.org/10.20867/thm.2.1.15> (03.08.2021.)

⁹ Cerović, Z.: *Hotelski Menadžment*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2010. str. 150.

Posljednji način povezivanja hotelskih lanaca su **hotelski rezervacijski sustavi – konzorcij**. Ove sustave čine kompanije, odnosno poduzeća koja pružaju marketinške i rezervacijske usluge, kontinuirano unapređuju svoje tehnologije i šire globalnu distribuciju. Hotelski rezervacijski sustavi – konzorcije su veliki sustavi koji obuhvaćaju različite kategorije hotela, vlasništva i interesa da se ne mogu smatrati hotelskim lancima te je to razlika između hotelskih lanaca i njihovih rezervacijskih sustava i hotelski rezervacijskih sustava – konzorcija.¹⁰

Tablica 3. Vodećih 10 konzorcija u svijetu u 2019. godini.

RANG	KOMPANIJA	BR. HOTELA	BR. SOBA
1	Hotusa Hotels	3.035	27.430
2	Associated Luxury Hotels International	320	156.393
3	Preferred Hotels & Resorts	781	154.329
4	Keytel Hotels	1.349	136.814
5	Global Hotel Alliance	578	120.814
6	HotelREZ Hotels and Resorts	932	84.276
7	The Leading Hotels of the World	430	61.000
8	Historics Hotels of America	315	60.315
9	Logis Hotels	2.400	47.000
10	Hotel Republic	196	39.736

Izvor: Hotels Mag

http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007_SpecialReport325.pdf

(03.08.2021.)

2.3 Prednosti i nedostaci hotelskih lanaca

Dakle primarna beneficija, odnosno prednost je prepoznatljivost imena i stabilna pozicija na tržištu koju hotelski lanac nudi hotelima, a koju je marketinškim naporima i istraživanjem tržišta te samim pozicioniranjem već prije uspostavio. Hotelski lanci imaju uspostavljene operativne procedure, odnosno procedure i politike poslovanja. Hotelski lanac nudi pristup priručnicima i programima edukacija u vezi samog načina poslovanja koji su unaprijed provjereni i pokazani učinkovitima. Takva podrška ne nudi samo uspješno poslovanje već i određene stalne standarde svim hotelima koji se nalaze unutar hotelskog lanca (u izgledu hotela, čistoći hotela, kvaliteti proizvoda i usluga i ponašanja zaposlenika) što ojačava brand kao cjelinu.

Prednosti hotelskih lanaca mogu se objasniti i kroz razne uštede koje hotelski lanci ostvaruju zbog svoje veličine. Hotelski lanci zbog svoje veličine mogu ostvariti znatne uštede u financijama koristeći vlastita novčana sredstva kao izvore financiranja. Ako se hotelski lanac nije u mogućnosti financirati iz vlastitih izvora, može posuditi novac, odnosno koristiti vanjske izvore financiranja. Hotelski lanci mogu dobiti povoljne kredite i zajmove, upravo zato što su veliki.

¹⁰ Cerović, Z.: Hotelski Menadžment, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2010. str. 151.

Velike uštede hotelski lanci ostvaruju i kupovinom potrošnih materijala i ostalih dobara potrebnih za poslovanje po veleprodajnoj cijeni. Pošto vlasnik lanca upravlja s više hotela, u mogućnosti je pregovarati s dobavljačima te postići povoljnu cijenu za širok raspon proizvoda i usluga. Nakon šta obavi glavnu kupovinu, proizvode i usluge koje je kupio po povoljnoj cijeni kao što su oprema za sobu, posteljine, deterdženti, sredstva za čišćenje, sanitarije te sredstva za higijenu, može ponuditi i ostalim hotelima s kojima upravlja.

Hotelski lanci se u pravilu odlučuju na centraliziranu obuku svojih zaposlenika što uvelike smanjuje troškove za svakog člana zasebno.

Hotelski lanci također imaju i svoje nedostatke, odnosno probleme kao što su problemi komunikacije, nadzora i troškova. Kako bi hotelski lanac funkcionirao, iz uprave bi se hotelima trebale dostavljati politike, procedure i ostale informacije. Problem se javlja i u komunikaciji između pojedinačnih hotela. Ukoliko se komunikacija između pojedinih hotela ne održava, odnosno ako je komunikacija loša, to može imati posljedice za cijeli hotelski lanac, kao što je gubitak prednosti, učinkovitosti, prihoda, a mogu se stvoriti i neprijateljstva. Uvijek postoji potreba za nekom vrstom nadzora nad vođenjem hotela. Ukoliko se hotele ne nadzire učinkovito, postoji mogućnost da hoteli djeluju protivno interesu cijelog hotelskog lanca te tako prouzroče nerazmjerne troškove.¹¹

Neki od problema još su:

- Ograničeno donošenje odluka vlasnika
- Biti član hotelskog lanca može biti teško sprovesti
- Mogućnost da se brend „okalja“
- Ulazak hotela u hotelski lanac je financijski i vremenski zahtjevan

Osim raznih financijskih, tehničkih i marketinških ušteda koje ostvaruju, hotelski lanci zbog svoje veličine nude određene prednosti i nedostatke i za zaposlenike prvenstveno jer je u hotelskim lancima puno veća potražnja za zapošljavanje. Veći broj kupaca zahtijeva i više radne snage, osim toga veliki hotelski lanci zbog svoje veličine svojim zaposlenicima mogu ponuditi bolje uvjete i beneficije. Hotelski lanci nude puno mogućnosti za usavršavanje i educiranje te time pomažu svojim zaposlenicima u uspješnoj dugoročnoj karijeri. Pošto hotelski lanac upravlja s više hotela to daje zaposlenicima i više prostora za napredovanje ili preseljenja u druge hotele. Rad u hotelskim lancima nudi razne beneficije ali isto tako ima i svoje nedostatke. U veliki hotelskim

¹¹ Medlik, S., Ingram, H., *Hotelsko poslovanje*, Golden marketing, Zagreb, 2002., str. 69.

lancima je uglavnom i veća količina raspoloživog posla, što može rezultirati i većom konkurencijom među kandidatima za poslove. Također zbog svojih strogo uspostavljenih smjernica za poslovanje kojih se zaposlenici moraju pridržavati, ostavlja malo prostora za fleksibilnost, što nije idealno ako se osoba voli izraziti profesionalno.¹²

2.4 Vodeći hotelski lanci u svijetu

Hotelski lanci su sustav povezanih hotela sa prepoznatljivim imenom i zagarantiranim standardom iza kojeg stoji tržišno poznato ime (brand). Suvremeni putnik u sve složenijim uvjetima turističke ponude traži zagarantiranu kvalitetu na sustavu eng. Value for money (vrijednost za novac) te uvijek prepoznaje onaj hotel koji ima prepoznatljivu marku (brand).¹³

U nastavku slijedi tablica broj 4 koja prikazuje 10 vodećih hotelskih lanaca u svijetu prema broju soba u 2019. godini. Rezultati su objavljeni 2020. godine.

Tablica 4. 10 vodećih hotelskih lanaca u svijetu prema broju soba u 2019. godini

RANG	KOMPANIJA	ZEMLJA PORIJEKLA	BROJ SOBA	BROJ HOTELA
1	Marriott Internationl	Bethesda, Maryland USA	1.348.532	7.163
2	Jin Jiang International Holdings Co. Ltd.	Shanghai, China	1.081.230	10.020
3	Oyo Rooms	Gurugram, India	1.054.000	45.600
4	Hilton Worldwide Holdings	McLean, Virginia USA	971.780	6.110
5	IHG (InterContinental Hotels Group)	Atlanta, Georgia USA	883.563	5.903
6	Wyndham Hotels & Resorts	Parsippany, New Jersey USA	831.025	9.280
7	Accor	Paris, France	739.537	5.036
8	Choice Hotels International	Rockville, Maryland USA	590.897	7.153
9	Huazhu Group Ltd.	Shanghai, China	536.876	5.618
10	BTG Hotels Group Co.	Beijing, China	414.952	4.450

Izvor: Hotels Mag,

http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007_SpecialReport325.pdf

(07.08.2021.)

Prvih deset vodećih hotelskih lanaca u svijetu u svom sastavu imaju 106.333 hotela te ukupno raspolažu sa 8.452.233 sobe. Najveći hotelski lanac je Marriott International sa 1.348.532 te najvećom zastupljenosti u svijetu s poslovanjem u 134 države. Na drugom mjestu nalazi se

¹² Medlik, S., Ingram, H., *Hotelsko poslovanje*, Golden marketing, Zagreb, 2002., str. 69.

¹³ Cerović, Z.: *Hotelski Menadžment*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2010., str. 144.

hotelski lanac Jin Jiang International Holdings Co. Ltd. Sa 1.081.1230 soba i 10.020 hotela. Prema zastupljenosti u svijetu nalazi se također na drugom mjestu s poslovanjem u 120 država. Na trećem mjestu nalazi se hotelski lanac Oyo Rooms sa 1.054.000 soba koji je ujedno i najveći hotelski lanac po broju hotela. Ovaj hotelski lanac je samo godinu ranije imao 17.344 hotela te je u jednoj godini povećao broj svojih hotela za 28.256. Sada broji 45.600 hotela te je najveći hotelski lanac po broju hotela u svijetu.

U tablici broj 5 možemo i vidjeti da se u prvih deset vodećih hotelskih lanaca nalazi samo jedan europski hotelski lanac. Hotelski lanac Accor sa sjedištem u Francuskoj nalazi se na 7 mjestu prema broju soba koji broji 739.537 soba u 5.618 hotela. Posluje u 110 država diljem svijeta te se nalazi na četvrtom mjestu prema zastupljenosti u svijetu.

Tablica 5. Hotelski lanci prema zastupljenosti u svijetu u 2019. godini.

RANG	KOMPANIJA	BROJ DRŽAVA
1	Marriott International	134
2	Jin Jiang International Holdings Co.	120
3	Hilton Worldwide Holding	119
4	Accor	110
5	BWH Hotel Group (Best Western)	101
6	IHG (InterContinental Hotels Group)	100
7	Small Luxury Hotels of the World	90
8	Wyndham Hotels & Resorts	90
9	Prefered Hotels & Resorts	85
10	Hotusa Hotels	84

Izvor: Hotels Mag,

http://www.marketingandtechnology.com/repository/webFeatures/HOTELS/H2007_SpecialReport325.pdf

(07.08.2021.)

2.5 Vodeći hotelski lanci u Republici Hrvatskoj

Hrvatska je poznata kao jedna od najatraktivnijih destinacija na Mediteranu, stoga paralelno s tim raste i broj novih hotela. Hrvatska trenutno broji 789 hotela koji raspolažu sa više od 127.653 smještajnih jedinica. U 2020. godine Hrvatska je brojala 186 brendiranih hotela, što znači da 23% hotela pripada jednom od hotelskih lanaca. Domaćih hotela koji pripadaju jednom od hotelskih lanaca ima 163 koji raspolažu sa 30.272 sobe, što je povećanje za 37% u odnosu na 2019. godinu kada je Hrvatska brojala 119 hotela u sklopu nekog hotelskog lanca. Međunarodnih hotela u sklopu nekog hotelskog lanca ima 45 i broje 8.927 soba, što je pad od 21 posto u odnosu na godinu ranije kada ih je bilo 57 i kad su raspolagali sa 13.168. Iz ovih podataka možemo vidjeti da Hrvatskom trenutno dominiraju domaći hotelski lanci.

Najveći domaći hotelski lanac po broju hotela, a i po broju soba je Valamar Riviera sa 36 hotela i sa preko 7.135 smještajnih jedinica, dok je Valamarov brend Valamar Hotels & Resorts najveći brend koji nudi 18 hotela i 3.513 smještajnih jedinica. Drugi domaći hotelski lanac po broju hotela i soba je Plava laguna koja broji 22 hotela i 5.777 soba. Lanac sa najmanje hotela ali i ne najmanje soba kojima raspolaže je Lošinj Hotels & Villas koji raspolaže sa 7 hotela, dok Jadran Crikvenica H&C raspolaže sa najmanje smještajnih jedinica, njih 562.

Od međunarodnih hotelskih lanaca najistaknutiji je Melia Hotels International koji je i najveći sa 10 hotela i 2.331 smještajnih jedinica, dok ga slijedi Falkensteiner sa 6 hotela.

Tablica 6. Vodeći domaći hotelski lanci u Republici Hrvatskoj u 2020. godini.

RANG	DOMAĆI HOTELSKI LANCI	BROJ HOTELA	BROJ SOBA
1	Valamar Riviera	36	7.135
2	Plava Laguna	22	5.777
3	Liburnia Riviera Hoteli	16	2.636
4	Bluesun H&R	14	2.442
5	Amadria Park	12	2.050
6	HUP – Zagreb	9	1.831
7	Maistra	9	1.695
8	Adriatic Luxury Hotels	9	1.585
9	Jadran Crikvenica H&C	8	562
10	Lošinj Hotels & Villas	7	1.343

Izvor: Horwath HTL Hrvatska, <https://corporate.cms->

[horwathhtl.com/wpcontent/uploads/sites/2/2019/03/HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf](https://corporate.cms-horwathhtl.com/wpcontent/uploads/sites/2/2019/03/HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf) (07.08.2021.)

Tablica 7. Vodeći međunarodni hotelski lanci u Republici Hrvatskoj u 2020. godini.

RANG	MEĐUNARODNI HOTELSKI LANAC	BROJ HOTELA	BROJ SOBA
1	Melia Hotels International	10	2.331
2	Falkensteiner	6	1.088
3	TUI	5	703
4	PPHE	5	1.397
5	Marriott International	4	1.229
6	Hilton Worldwide	3	452
7	Best Western	2	140
8	Holleis Hotels	2	221
9	Carlson Rezidor	1	254
10	Rixos	1	254

Izvor: Horwath HTL Hrvatska, <https://corporate.cms->

[horwathhtl.com/wpcontent/uploads/sites/2/2019/03/HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf](https://corporate.cms-horwathhtl.com/wpcontent/uploads/sites/2/2019/03/HTL_2019_EU_CHAINS-2.pdf) (07.08.2021.)

3 HOTELSKA GRUPACIJA VALAMAR RIVIERA D.D.

3.1 Portfelj Valamar Riviere d.d.

„ Zahvaljujući povijesti kompanije duljoj od 65 godina, doista posjedujemo zavidnu tradiciju pružanja turističkih usluga i jedinstvenu strukturu portfelja imovine”.¹⁴

Portfelj imovine Valamara je glavni čimbenik njihovog poslovnog uspjeha, koji iznosi 5,9 milijardi kuna. Valamar upravlja imovinom koja se proteže na 589 hektara uzduž obale, a od toga je 37 kilometara čistog obalnog područja. Lokacije hotela su glavna snaga i mogućnost daljnjeg razvoja cjelokupne grupacije. Tijekom godina Valamar je razvio organizacijsku strukturu te stekao znanja koja mu omogućuju da razvija turističke proizvode te uspješno i učinkovito upravlja vrijednošću svoje imovine.¹⁵

Slika 1. Destinacije u kojima posluje Valamar Riviera d.d.



Izvor: Valamar Riviera d.d., <https://valamar-riviera.com/media/419800/valamar-destinacije-karta-popupimg.png> (21.06. 2021.)

Valamar Riviera upravlja svojim hotelima, ljetovalištima i camping ljetovalištima u poznatim destinacijama kao što su Poreč, Rabac, otok Krk, otok Rab, Hvar, Makarska i Dubrovnik. Ukupno broji 36 hotela i ljetovališta i 15 camping ljetovališta s kapacitetom od preko 21 000

¹⁴ Portfelj Valamar Riviera d.d., <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (21.06. 2021.)

¹⁵ Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (21.06.2021.)

smještajnih jedinica koji mogu primiti 58 000 gostiju, što ga čini vodećom hrvatskom turističkom kompanijom.¹⁶

Tablica 8. Broj hotela i smještajnih jedinica Valamarovih brendova u 2020. godini.

Valamar brand	Broj hotela	Smještajne jed.
Valamar Collection	5	1.261
Valamar Hotels & Resorts	17	4.055
Sunny by Valamar	13	3.571
Outsourced brands	1	372
UKUPNO HOTELI I LJETOVALIŠTA	36	9.259

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (22.06.2021.)

Tablica 9. Broj kampova i smještajnih jedinica Valamara u 2020. godini.

Valamar brand	Broj kampova	Smještajne jedinice
Camping Adriatic by Valamar Premium Resorts	5	5.350
Camping Adriatic by Valamar Resort	6	4.558
Camping Adriatic by Valamar Sunny	4	1.660
UKUPNO KAMPING LJETOVALIŠTA	15	11.568

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (22.06.2021.)

3.2 Društveno odgovorno poslovanje

Valamar je razvio devet krovnih programa društveno odgovornog poslovanja u koje ulaže više od 2,5 posto svojih godišnjih prihoda. U 2019. godini uloženo je 5,8 posto prihoda, odnosno 129 milijuna kuna u ove krovne programe dok je u 2020. godini uložio samo 23 milijuna kuna, a razlog tome je kriza uzrokovana COVID-19 epidemijom.¹⁷

U okviru ovih devet krovnih programa Valamar podržava različite događaje, projekte i inicijative u destinacijama u kojima posluje što uključuje razvoj i osposobljavanje zaposlenika, razvoj destinacija, ulaganje u lokalnu zajednicu i brigu za potrebite, sustavan pristup očuvanju

¹⁶ Portfelj Valamar Riviera d.d., <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (21.06. 2021.)

¹⁷Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019, str.58. (22.06.2021.)

okoliša i kvalitete Jadranskog mora, kao i transparentnost i odgovornost kompanije prema njezinim dionicima, investitorima i dioničarima.

Valamar je u 2020. godini, usprkos krizi, nastavio biti aktivno uključen u zajednicu i pomagati u okviru trenutnih mogućnosti.

3.2.1 Postignuća u društveno odgovornom poslovanju (Pandemija Covid-19)

Valamar Riviera je osvojila glavnu nagradu Indeksa DOP-a u kategoriji velikih poduzeća koji dodjeljuju Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj i Hrvatska gospodarska komora.

U posljednjih 5 godina uložio je 97 milijuna kuna u program „Zeleni Valamar“. 100 posto električne energije u Valamarovim hotelima, ljetovalištima i kamping ljetovalištima dolazi iz obnovljivih izvora, a uspješno su smanjene izravne i neizravne emisije stakleničkih plinova za 70 posto. Valamarov plan je i u budućnosti ostati fokusiran na obnavljanje izvora energije te suradnju sa dobavljačima kojima je Valamar već i sad važan partner putem Valfresco Direkt online trgovine u koju je uključeno više od 100 malih proizvođača i OPG-ova. Valamar također podržava „plastic free“ inicijativu, kroz zamjenu plastične jednokratne ambalaže onom ekološki prihvatljivom.¹⁸

Valamar Riviera je skočila u 2020. godini za jedno mjesto u odnosu na prošlu godinu na ljestvici najpoželjnijih poslodavaca te se sad nalazi na 6 mjestu. Također je tijekom pandemije uspješno „pauzirao“ poslovanje, sačuvao radna mjesta, modificirao proizvode i usluge s ciljem povećanja sigurnosti gostiju te ubrzao projekte digitalizacije.

Tijekom pandemije izazvane virusom COVID -19 osigurao je smještaj u svojim hotelima i kampovima za obitelji kojima su stradali domovi u potresu krajem 2020. godine. Smjestio je gotovo 2000 ljudi s područja pogođenih potresom u Sisačko-Moslavačkoj županiji. No s obzirom na veliki broj oštećenih domova Valamar je donirao i 10 kamp kućica, a dodatnih 49 kamp kućica ustupio je na raspolaganje u okviru inicijative Ministarstva turizma i sporta, Hrvatske udruge turizma te Kamping udruženja Hrvatske.¹⁹ Donirao je namirnice i ostale potrepštine gradskim uredima Crvenog križa i pučkim kuhinjama u nastojanju da pruže potporu potrebitima.

Ugostio je društvo naša mala djece iz Poreča. Radi se o najpoznatijem ljetnom porečkom program za djecu. Valamar je otvorio vrata Pinia Hotela i plaže u sklopu hotela. Djeca su se mogla

¹⁸ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019, str. 86. (22.06.2021.)

¹⁹ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2020, str.86. (22.06.2021.)

zabavljati u igraonicama, softplay igraonicama i na dječjem igralištu hotela. Također su organizirani razni izleti, radionice i natjecanja.²⁰

Osnovnim školama u cilju što sigurnijeg i lakšeg provođenja nastave, pritom poštujući upute Ministarstva znanosti i obrazovanja i Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo donirao je 160 vizira nastavnom osoblju porečkih škola.²¹

3.2.2 Postignuća u društvenom odgovornom ponašanju Valamara u 2019. godini.

U 2019. godini Valamar je uložio 5,8 posto prihoda, odnosno 129 milijuna kuna u krovne programe društveno odgovornog poslovanja.

Tablica 10. Ulaganja po programima DOP-a u 2019. godini

PROGRAM	IZNOS
Veliko srce Valamara	702 tisuće kuna
Dobar posao u Valamaru	23 milijuna kuna
Obogatimo destinacije	5,7 milijuna kuna
Izgradimo turističku infrastrukturu	60 milijuna kuna
ValamArt	78 tisuća kuna
Volimo sport	3,2 milijuna kuna
Mali turizam	Posjete predškolske i školske djece destinacijama
Naši umirovljenici	Podrška druženjima umirovljenika u destinacijama

Izvor: Valamar Riviera, društvena odgovornost, <https://valamar-riviera.com/hr/drustvena-odgovornost/krovni-programi/#image-0> (23.06.2021.)

U 2019. godini organizirana su tri programa pod krovnim programom „Obogatimo destinaciju“ društveno odgovornog poslovanja Valamara. Organizirani programi „Rabac Open Air“, „Poreč Open Air“ i „Ljeto u Valamaru“ uključivali su koncerte, predstave, filmove, tematske koncerte, stand-up komičare i druge zanimljive sadržaje. Posjetitelji su mogli prisustvovati u preko više od 250 različitih događanja i 29 programa razne tematike na kojima je nastupalo više od 480

²⁰ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019, str.87. (23.06.2021.)

²¹ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019, str.87. (23.06.2021.)

izvođača i performerera koji su odsvirali 345 sati glazbe na 50 različitih lokacija. U 238 dana trajanja, festivale je posjetilo više od 120 tisuća ljudi.²²

U posljednje tri godine u kamp Istra Premium Camping Resort 5* na Mediteranu uloženo je 280 milijuna kuna, a investicija predstavlja nastavak ulaganja u kamping segment u smjeru razvoja ponude. Započeti su i radovi na hotelu Pinea ukupne vrijednosti 790 milijuna kuna s kojima će se osigurati 500 cjelogodišnjih radnih mjesta, produljiti turistička sezona i poboljšati kvaliteta plaža i šetnica u Pical Rivieri. Potpisan je i sporazum kojim Valamar Riviera omogućuje građanima Poreča i sportskim klubovima korištenje budućih bazenskih kapaciteta u hotelu.²³

Valamar je godinama jedan od najvećih stipenditora u turizmu u Hrvatskoj. Učenici imaju priliku odraditi praksu u jednom od Valamarovih destinacija i objekata, te se tako pripremiti za svoj budući rad, a nakon završetka školovanja osigurano im je zaposlenje kod vodećeg poslodavca u turizmu.²⁴

Valamar je podržao biciklističku utrku 4 Island MTB Stage Race na kojoj je sudjelovalo 600 natjecatelja iz 30 zemalja i Valamar Trail na kojem je sudjelovalo 500 trkača iz 14 zemalja. Donirao je 100 tisuća kuna u „Fond izvrsnosti u sportu“ s ciljem prikupljanja novčanih sredstava namijenjenih sportašima i klubovima koji ostvaruju izvrsne rezultate te svojim nacionalnim i internacionalnim uspjesima promoviraju Poreč kao značajno sportsko-turističko odredište.²⁵

Pokrenuta je inicijativa „1.000 stabala Valamara“ u sklopu koje se godišnje sadi tisuću stabala u svojim destinacijama uz duž Jadranske obale s ciljem stavljanja naglaska na održivi razvoj turizma. U 2019. godini zasađeno je više od 1.000 stabala i 50.000 raznih sadnica. U 2019. godini provedena je ekološka akcija čišćenja podmorja u Tunarica Sunny Campingu gdje je sudjelovalo više od 60 volontera, a izvučeno je dva kontejnera smeća, najviše staklenog i plastičnog otpada.²⁶

Svake godine djeca diljem Hrvatske imaju priliku ljetovati u Valamarovim hotelima. Tijekom inicijative „Tisuću dana na Jadranskom moru“ uključeno je više od 2.500 djece bez odgovarajuće roditeljske skrbi, djece s određenim zdravstvenim teškoćama, djece s posebnim potrebama i djece iz obitelji slabijeg imovinskog stanja.

²² Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.78. (25.06.2021.)

²³ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.79. (25.06.2021.)

²⁴ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.79. (25.06.2021.)

²⁵ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.80. (25.06.2021.)

²⁶ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.80. (25.06.2021.)

3.3 Inovacije i digitalizacija

Inovativnost i napredne tehnologije su vrlo bitan čimbenik postizanja poslovnog uspjeha i konkurentnosti u hotelijerstvu. Valamar Riviera svake godine ulaže u programe inovacije i digitalizacije kako bi ostao konkurentan u hotelskoj industriji. Za realiziranje tih projekata brine se Valamarov digitalni odjel (VALDI – Valamar Digital & Innovation) čiji su ciljevi osiguranje praktične podrške za digitalne projekte i poticanje njihove provedbe.

U posljednje tri godine pokrenuto je ukupno 49 digitalnih projekata, od kojih je 9 revolucionarnih što pokazuje da Valamar svake godine ulaže u poboljšanje i nadogradnju postojećih sustava, ali isto tako pridaje veliku važnost te ulaže u razvoje novih tehnologija i tehnoloških rješenja kako bi unaprijedio standardni način rada.

Neki od pokrenutih digitalnih i inovacijskih projekata su:²⁷

- UNBELIEVABLE CHECK-IN – glavni cilj ovog projekta je komunikacija s gostima prije njihovog dolaska u destinaciju i Valamarove objekte. Projekt obuhvaća online web prijavljivanje gosta i plaćanje prije dolaska. Check-in bez papira i direktna integracija s PMS sistemom, rampe sa kamerom koje automatski omogućuju ulaz na temelju registarske tablice, self check-in kiosk čime je gostima omogućen check-in bez potrebe dolaska na recepciju,
- ONLINE KOLABORACIJSKI ALAT – ovim projektom Valamar želi stvoriti cloud platformu za online suradnju na digitalnim projektima i među organizacijskim timovima. Ovim projektom Valamar će omogućiti online komunikaciju, interakciju i suradnju timova, te dijeljenje dokumenata, slika, videa i sve projektne dokumentacije na jednom mjestu. Time će se postići smanjenje emailova, fizičkih sastanaka te brže donošenje odluka i informiranost svih članova projekata što će uvelike pomoći u poboljšanju poslovanja i bržem postizanju ciljeva,
- WALAMAR WEB – Valamar je ovim projektom redizajniranu web stranicu unaprijedio značajnim nadogradnjama u području loyalty programa, booking optimizacija i integracijom kampova na glavnu web stranicu,
- WALAMARTIST APP 2019. – ValamArtist aplikacija je platforma koja služi za internu komunikaciju između zaposlenika. Aplikacija je kombinacija interneta i internog Facebooka gdje zaposlenici mogu komunicirati individualno ili u grupama te objavljivati sadržaj važan drugim zaposlenicima, pronaći važne dokumente, odluke i pravilnike,

²⁷ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.82. (25.06.2021.)

- MY WALAMAR APP – ova aplikacija je pokazala da je Valamar tehnološki lider u sektoru gdje sve više ljudi, posebice mladi, koriste aplikacije na putovanjima. MyValamarApp prati boravak gosta, od njegova dolaska, preko sadržaja koje će koristiti, pa sve do njegova odlaska. Nudi funkcionalnost kao što su brzi check-in, mobilni ključ, interaktivni kalendar događaja u destinaciji, live chat s conciergeom, pregled i narudžba hrane i pića u sobu, pregled menija u restoranima, rezervacija doživljaja u destinaciji te brojne druge. Ovaj projekt je za sad realiziran u 17 Valamarovih objekata,

- VALFRESCO DIREKT – Valfresco direkt je usluga online trgovine s dostavom. Nudi proizvode obiteljskih gospodarstava, vinara, maslinara i brojnih drugih domaćih proizvođača s dugogodišnjom tradicijom u proizvodnji zdravih i kvalitetnih namirnica. Ovaj projekt je pravi primjer digitalne transformacije tvrtke u razvoju novih digitalnih proizvoda,

- EMPLOYEE DATA HUB – Dana platforma zaposlenika odnosno Employee Data Hub omogućava spremanje svih podataka i događaja o zaposlenicima na jednom mjestu te prijenos istih tih podataka prema drugim platformama. Prednosti ove aplikacije su smanjenje troškova međusobne integracije svatko-sa-svakim (point-to-point), standardizirani pristup podacima, svaka platforma prima samo one podatke od zaposlenika koji joj trebaju.

3.3 Prodaja i kvaliteta

Valamarova prodaja se sastoji od 2 odjela. Odjel prodaje obuhvaća alotmansku, grupnu i MICE prodaju, dok se odjel direktne prodaje sastoji od rezervacijskog centra (2015. dobio godišnju nagradu Contact Center Akademije za najbolji kontaktni centar u Hrvatskoj), web prodaje, OTA prodaje, IT i e-poslovanja. Sektor kvalitete u Valamaru je oformljen prije deset godina te danas pokriva širok spektar odgovornosti provedbe kvalitete. Posao sektora kvalitete je da prosuđuje, definira, mentorira, trenira, anketira i poboljšava s ciljem postizanja visoke usluge i prema gostima i prema zaposlenicima.

Ovim korporativnim funkcijama upravlja tim stručnjaka koji svojim znanjem i stalnim inovacijama te novim idejama brine i pruža kvalitetne usluge kako bi zadovoljio svakog gosta, a

najvažnije da bi privukao nove goste s ciljem da se svake godine ponovno vrata u jedan od Valamarovih hotela ili kampova. Još jedan od načina na koji Valamar privlači goste da se vrata je program lojalnosti koji je osmišljen da gostima koji se vraćaju daje dodatnu vrijednost kroz pogodnosti kao što su razni popusti u sportskim centrima, na rezervacijama i restoranima, besplatni Wi – fi i razne ekskluzivne ponude za članove ovog programa. Da odjeli prodaje i kvalitete uspješno obavljaju svoj posao pokazuje podatak da se 26 posto gostiju svake godine vraća u Valamarove hotele i kampove.²⁸

Valamarovi odjeli prodaje i kvalitete također provode razna istraživanja i anketiranja o tržišnim segmentima. Istraživanja pokazuju da ciljne skupine koje najviše posjećuju Valamarove hotele i kampove su obitelji s djecom te odrasli i parovi sa 35 i 30 posto zastupljenosti, zatim slijede seniori pa aktivni gosti sa 26 posto zastupljenosti.²⁹ Pomoću ovih istraživanja i podataka Valamar svoj portfelj pozicionira tako da se učinkovito obraća svojim ciljnim skupinama te kreira svoje brendove u skladu s njima, što se najbolje vidi po brendovima Valamar Collection Resorts i Valamar Collection gdje je kreiran posebni sadržaj za obitelji i sadržaj isključivo za odrasle te V – level sadržaj, dok je kreirani sadržaj u Places by Valamar i ostalim brendovima više posvećen aktivnijim gostima.

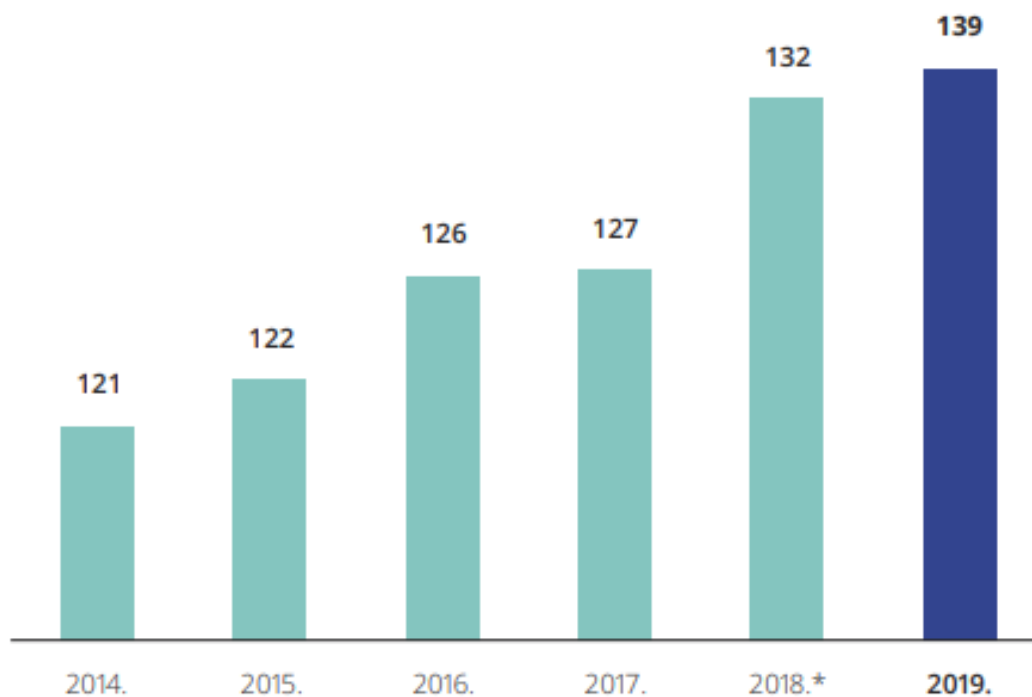
Zadovoljstvo gostiju je jako važno za poslovanje Valamara i njegov ugled, a pozitivne ocjene gostiju su jako bitan pokazatelj Valamarove kvalitete. Valamar svake godine provodi anketiranja gostiju u vezi njihovog zadovoljstva uslugama i sadržajima tijekom boravka u Valamarovim hotelima, ljetovalištima i kampovima. Rezultati pokazuju da je 25 posto, odnosno 205.549 gostiju u 2019. godini ispunilo anketu o zadovoljstvu ili ostavilo online recenziju. Ukupna ocjena za hotele je iznosila 87 % od mogućih 100 %, a za kampove 85 %. Najveću ocjenu zadovoljstva imaju Valamar Collection hoteli sa 93 %.³⁰

²⁸ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.46. (27.06.2021.)

²⁹ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.46. (27.06.2021.)

³⁰ Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019., str.46. (27.06.2021.)

Slika 2. Dani pune popunjenosti u Valmarovim hotelima, ljetovalištima i kamping ljetovalištima u zadnjih šest godina

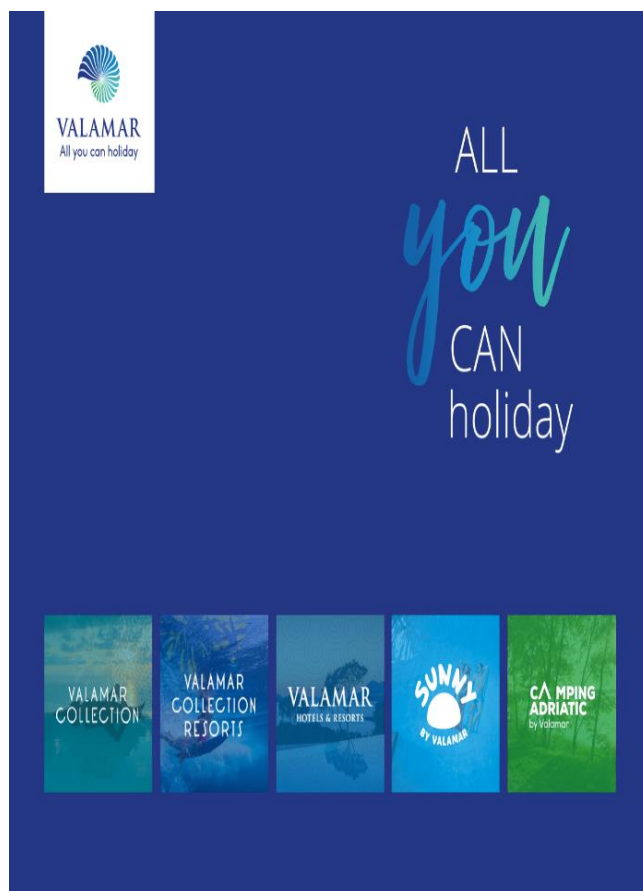


Izvor: Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje, file:///C:/Users/denis/Desktop/ZAVR%C5%A0NI%20RAD/integrirano-godis-nje-izvjes-c-e-i-drus-tveno-odgovorno-poslovanje-2019.pdf (27.06.2021.)

3.4 Brendovi unutar Valamara

Glavna temeljna vrijednost Valamarovih brendova je da svaki brend pruža posebnosti koji ga čine jedinstvenim. Valamarov koncept All You Can Holiday nudi odmore za sve vrste turista, od obiteljskog odmora i luksuznog odmora do odmora u prirodi. Valamar je partner sa turističkim destinacijama kako bi svojim gostima približio kulturu, povijest, događanja, i lokalne specijalitete. Kreirao je posebne programe s potpisom kao što su Maro koncept za obitelj, V level dizajniran za luksuzan odmor, restoran Miramare i mnogo drugih programa kako bi zadovoljio i one najzahtjevnije goste.³¹

Slika 3. logo Valamarovih brendova



Izvor: Valamar Riviera d.d., <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (01.07.2021.)

3.4.1 Valamar Collection

Valamar Collection nudi tri hotela i dva resorta koji su smješteni na samoj obali Jadranskog mora. Nude mogućnosti odmora aktivnim gostima, obiteljima, parovima ili poslovnim gostima koji putovanja spajaju s užitkom. Valamar Collection hoteli i resorti nude posebne programe s potpisom koji su dizajnirani za sve tipove odmora kao što su: V level, Maro family program i dječje igraonice, V sport ponuda i Stay Fit program za aktivan odmor. V Level program uključuje premium doživljaj dolaska, usluge privatnog concierga, gourmet doručak s biranim specijalitetima, rezervirane ležaljke na plaži i bazeni i mnoge druge ekskluzivne sadržaje i usluge. Gosti mogu i kušati prepoznatljiva jela s potpisom valamarovih kuhara.³²

³¹ Valamar Riviera d.d., brendovi, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (01.07.2021.)

³² Valamar Collection, <https://www.valamar.com/hr/brand/collection> (01.07.2021.)

Tablica 11. Lokacija i broj smještajnih jedinica Valamar Collection hotela i resorta

Valamar Collection hoteli i resorti	Zvjezdice	Lokacija	Br.jed.
Valamar Collection Marea Suites	*****	Poreč	108
Valamar Collection Imperial Hotel	****	Otok Rab	136
Valamar Collection Dubrovnik President Hotel	*****	Dubrovnik	292
Isabella Valamar Collection Island Resort	*****	Poreč	334
Girandella Valamar Collection Resort	*****	Rabac	391

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (01.07.2021.)

3.4.2 Valamar Hotels & Resorts

Valamarov brend Hotels & Resorts nudi hotele i ljetovališta za obiteljski, aktivni ili opuštajući odmor. Posebnosti kojima Valamar predstavlja ovaj brend su tematski hoteli i resorti sa oznakom Maro Family Holiday, Designet for Adults, Old Town Holiday ili Alpine Holiday.

Maro Family Holiday nudi obiteljske sadržaje za sve uzraste kao što su bazeni i plaže, opremljene dječje igraonice, igrališta, višenamjenske sportske terene, Maro kina i kazališta, programe Stay Fit koji nude satove joge s instruktorom, aerobiku u vodi, istezanje i vježbe dok tinejdžeri mogu uživati u druženju s vršnjacima u Teen Hangoutu na sportskim i gaming turnirima ili na beach partyjima.³³

Designet for Adults program kreiran je za odrasle osobe koje žele provesti odmor u miru i privatnosti. Gosti mogu uživati u raznim sadržajima, od bazena sa slanom ili svježom vodom, klasične saune i tretmana masaže, rituala ljepote i turskih kupelji, pa sve do piknika na privatnom mjestu, plesa, profesionalnog kazališta i otvorenog kina pod zvijezdama.³⁴

Alpine Holiday je odmor kreiran u sklopu Valamar Obertauern hotela koji se nalazi u Austriji na vrhu Alpa. Gosti se mogu opustiti i uživati u skijanju i snowbordingu na raznim planinskim stazama ili planinarenju uz padine. Obertauern nudi opcije za aktivni odmor i opuštanje: blage padine i staze za početnike, Ski lift za odlazak na zahtjevnije padine, pješačke

³³ Valamar Hotels & Resots, <https://www.valamar.com/hr/brand/hotels-resorts> (01.07.2021.)

³⁴ Valamar Riviera d.d., <https://www.valamar.com/en/holidays-designed-for-adults> (01.07.2021.)

staze i školu skijanja Bilbo Bear u kojoj djeca mogu naučiti skijati. Tu je i mnoštvo restorana i barova u kojima gosti mogu probati lokalne delicije i specijalitete kao i wellness sa saunom i masažama.³⁵

Tablica 12. Lokacija i broj smještajnih jedinica Valamar Hotels & Resorts hotela

Valamar Hotels & Resorts	zvjezdice	lokacija	br. jed.
Valamar Riviera Hotel & Residence	****	Poreč	133
Valamar Tamaris Resort	****	Poreč	507
Valamar Parentino Hotel	****	Poreč	289
Valamar Crystal Hotel	****	Poreč	223
Valamar Diamant Hotel & Residence	*****	Poreč	373
Valamar Pinia Hotel	***	Poreč	170
Valamar Sanfior Hotel & Casa	****	Rabac	242
Valamar Atrium Baška Residence	*****	Otok Krk	64
Valamar Zvonimir Hotel & Villa Adria	****	Otok Krk	113
Valamar Koralj Hotel	***	Otok Krk	194
Valamar Carolina Hotel & Villas	****	Otok Rab	176
Valamar Padova Hotel	****	Otok Rab	175
Valamar Meteor Hotel	****	Makarska	268
Valamar Argosy Hotel	****	Dubrovnik	308
Valamar Lacroma Dubrovnik Hotel	****	Dubrovnik	401
Valamar Club Dubrovnik Hotel	***	Dubrovnik	338
Valamar Obertauern Hotel	****	Austrija	82

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (01.07.2021.)

3.4.3 Sunny by Valamar

„Sunny by Valamar sinonim je jednostavnog i ležernog odmora uz more, u hotelima i ljetovalištima koji nude sve što vam treba po nenadmašnoj cijeni.“³⁶

Glavna snaga ovog Valamarovog brenda je što nudi svojim gostima ljetovanje na iznimnim lokacija okruženim plažama. Posebnosti koje ovaj brend pruža svojim gostima su jednostavnost odmora na plaži, hoteli i resorti s jednostavnim smještajem na lokacijama uz jadransko more, opuštanje i zabava na plaži. Sunny plus program s potpisom gostima daje dodatne povlastice, tako gosti hotela mogu uživati u produženom doručku ili ranom ručku u znaku mediteranskih okusa,

³⁵ Valamar Riviera d.d., Alpine Holidays, <https://www.valamar.com/en/alpine-holiday> (01.07.2021.)

³⁶Valamar Riviera d.d., Sunny by Valamar <https://www.valamar.com/hr/brand/sunny> (03.07.2021.)

opustiti se na sunčanoj bazenskoj terasi Sunny pool ili uz razne igre u Chill & Play zoni. Gostima je na raspolaganju i digitalna knjižnica te Valfresco vitrina 24/7 s širokom ponudom domaćih proizvoda, sendviča, salata i slastica kojom se gost može poslužiti u bilo koje doba dana i noći.³⁷

Tablica 13. lokacija i broj smještajnih jedinica Sunny by Valamar hotela

Sunny by Valamar	zvjezdice	lokacija	br. jed.
Rubin Sunny Hotel by Valamar	***	Poreč	253
Pical Sunny by Valamar	**	Poreč	249
Lanterna Sunny Resort by Valamar	**	Poreč	606
Miramar Sunny Hotel & Residence by Valamar	***	Rabac	178
Allegro Sunny Hotel & Residence by Valamar	***	Rabac	180
Corinthia Baška Sunny Hotel by Valamar	***	Otok Krk	431
San Marino Sunny Resort by Valamar	***	Otok Rab	457
Eva Sunny Hotels & Residence by Valamar	**	Otok Rab	284
Dalmacija Sunny Hotel by Valamar	***	Makarska	190
Rivijera Sunny Hotel by Valamar	**	Makarska	258
Tirena Sunny Resort by Valamar	***	Dubrovnik	208
Lavanda Sunny Hotel by Valamar	***	Otok Hvar	179
Arkada Sunny Hotel by Valamar	**	Otok Hvar	262
Trim & Helios Sunny Apartments by Valamar	**	Otok Hvar	85

Izvor: Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/> (03.07.2021.)

³⁷ Valamar Riviera d.d., Sunny by Valamar, <https://www.valamar.com/hr/brand/sunny> (03.07.2021.)

3.4.4 Places by Valamar

Places by Valamar je novi Valamarov lifestyle hotel koji je svoja vrata otvorio u svibnju 2021. godine. Ovaj brend je dizajniran za moderne turiste koji traže slobodu izbora i autentičnost destinacija uz puno poštovanje prema prirodi i okruženju. Lifestyle hoteli pružaju doživljaj i autentičnu uslugu, dovode do izražaja ono najvrijednije u destinaciji te tako privlače moderne turiste, posebno milenijalce koji vrednuju susrete s ljudima sa sličnim afinitetima, prirodne namirnice i jela, očuvanje prirode i ekološku održivost.³⁸

Posebnosti ovog brenda su PlacesPool & PlacesBeach mjesta za druženje uz live glazbu, PlacesBars s glazbom i ponudom autentičnih koktela, PlacesRoom, PlacesFun & PlacesNative - zabavne i sportske aktivnosti, PlacesNature - održivo poslovanje uz puno poštovanje prema destinaciji, PlacesDigital – brzi bežični Internet, Smart TV sa streaming opcijom, digitalna knjižnica s Kindle i tablet uređajima, sloboda bezgotovinskog plaćanja narukvicom, beskontaktni check-in.³⁹

3.4.5 Camping Adriatic by Valamar

Camping Adriatic by Valamar nudi tri brenda: Premium Camping Resorts, Camping Resorts i Sunny Camping. Sva tri brenda pružaju mogućnosti kampiranja u netaknutoj prirodi. Nude širok izbor smještaja i programe s potpisom. Sadrže tematske plaže i bazene, raznovrsne usluge i sadržaje u kojima uživati mogu i stari i mladi.⁴⁰ Svi Valamarovi kampovi smješteni su na vodi okruženi netaknutom prirodom i u blizini mediteranskih gradova sa bogatom povijesti, kulturom i baštinom. Tako se Valamar pobrinuo da zadovolji sve vrste turista, od onih koji se žele samo opustiti od svakodnevnih obaveza na plaži i uz more ili onih koji vole aktivnost i adrenalin tijekom odmora do onih koji se žele kulturno uzdizati.

Valamar je kroz nove promotivne kampanje #Stayinnature i #Beachholidays zbog novonastale pandemije izazvane COVID-19 prilagodio svoje kampove, hotele i ljetovališta. Tako je gostima osigurano više prostora smanjenjem kapaciteta hotela i kampova za 20%, prilagođeni su i kapaciteti bazena i ostali sadržaji kako bi se gostima osigurao dodatni komfor. U restoranima je produženo vrijeme doručka i večere ili je večera organizirana u dva termina, a gosti imaju i mogućnost putem Valfresco Direkt, novopokrenute aplikacije, naručiti hranu i namirnice iz

³⁸ Places by Valamar, <https://www.valamar.com/hr/brand/places> (03.07.2021.)

³⁹ Places by Valamar, <https://www.valamar.com/hr/brand/places> (03.07.2021.)

⁴⁰ Camping Adriatic by Valamar, <https://www.valamar.com/hr/brand/camping-adriatic> (04.07.2021)

restorana koja će im potom biti dostavljena u njihove kampove. Uvedena je politika „100% privacy – no entry“ čime svojim gostima jamče da je svaka dodirna točka u smještajnoj jedinici detaljno očišćena i da prije dolaska gosta nitko nije ulazio u sobu, a uvedeni su i privatni transferi gostiju i prtljage unutar kampova na električnim vozilima. Kako bi dodatno smanjili kontakte gosta osiguran je jednostavan i brz check-in i check-out preko službene stranice Valamara ili preko myValamar aplikacije. U svim kampovima, hotelima i ljetovalištima pokrenut je program V – HEALTH & SAFETY. Program obuhvaća 4 ključna područja:

- **V – care guarantee** pruža organizaciju svih potrebnih zdravstvenih usluga za vrijeme boravka gosta u jednim od Valamarovih kampova, hotela i ljetovališta,
- **V Health&Safety CleanSpace** podrazumjeva pojačane protokole čišćenja smještaja i zajedničkih prostora u skladu s preporukama zdravstvene organizacije WHO ECDC,
- **V Health&Safety Food** osigurava maksimalnu sigurnost i zdravstvenu ispravnost hrane i pića u svim restoranima i barovima,
- **V Health&Safety Management** podrazumijeva upravljanje ukupnom sigurnošću gostiju uz posebne standarde za sigurnost dječjih igrališta, bazena, plaža i ostalih sadržaja.⁴¹

Tablica 14. Lokacija i broj smještajnih jedinica Valamarovih kamping ljetovališta

Camping Adriatic by Valamar – Premium Resorts	zvjezdice	Lokacija	Br.jed
Istra Premium Camping Resort by Valamar	*****	Poreč	869
Lanterna Premium Camping Resort by Valamar	****	Poreč	2.931
Krk Premium Camping Resort by Valamar	*****	Otok Krk	500
Ježevac Premium Camping Resort by Valamar	****	Otok Krk	632
Padova Premium Camping Resort by Valamar	****	Otok Rab	418
Camping Adriatic by Valamar - Resorts	zvjezdice	Lokacija	Br. Jed.
Orsera Camping Resort by Valamar	***	Poreč	596
Solaris Camping Resort by Valamar	***	Poreč	1.824
Marina Camping Resort by Valamar	****	Rabac	328

⁴¹ Viv blog Valamar, <https://vivblog.valamar-riviera.com/inovativni-iskoraci-u-marketinskoj-komunikaciji/> (06.07.2021)

Baška Beach Camping Resort by Valamar	****	Otok Krk	593
Bunculuka Camping Resort by Valamar	****	Otok Krk	408
San Marino Camping Resort by Valamar	****	Otok Rab	809
Camping Adriatic by Valamar – Sunny	zvjezdice	Lokacija	Br.jed.
Brioni Sunny Camping by Valamar	**	Pula	740
Tunarica Sunny Camping by Valamar	**	Rabac	160
Škrila Sunny Camping by Valamar	***	Otok Krk	342
Solitudo Sunny Camping by Valamar	***	Dubrovnik	418

Izvor: Valamar Riviera d.d., Brendovi i portfelj, <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/portfelj/>

(17.07.2021.)

3.5 SWOT analiza hotelske grupacije Valamar Riviera d.d.

SWOT analiza je alat za analiziranje situacije poduzeća i ako se koristi na pravilan način, može biti dobar temelj za postavljenje kvalitetne strategije poduzeća. Glavni cilj je prepoznati prilike i prijetnje u vanjskoj okolini te snage i slabosti unutar poduzeća. Kada se prepoznaju snage, poduzeće može pomoću njih eliminirati slabosti, iskoristiti prilike ili se suočiti s prijetnjama poduzeća.

U nastavku slijedi Tablica 15. koja prikazuje SWOT analizu poduzeća Valamar Riviera d.d.

Tablica 15. SWOT analiza poduzeća Valamar Riviera d.d.

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • Lider u odmorišnom turizmu • Digitalizacija i inovacije • Raznovrsna ponuda sadržaja u hotelima, ljetovalištima i kampovima • Široka pokrivenost hrvatske obale (36 hotela i 15 kamping ljetovališta, 7 destinacija) • Odgovorno ponašanje prema društvu i okolišu (nagrada DOP-a) • Lojalnost gostiju (26% gostiju se svake godine vrati ljetovati u Valamarove hotele ili kampove) • Odgovorno upravljanje ljudskim resursima kroz edukacije i treninge • Zapošljavanje radne snage s potencijalom usavršavanja 	<ul style="list-style-type: none"> • U portfelju prevladavaju hoteli i kampovi nižih kategorija (dvije i tri zvjezdice) • Velika fluktuacija zaposlenika

<ul style="list-style-type: none"> • Kvalitetna i poslovna komunikacija s investitorima i dionicima 	
<p style="text-align: center;">PRILIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Razvoj turističkih destinacija • Oporavak turističke sezone • Sigurnost i stabilnost države • Dobra povezanost s emitivnim tržištem • Uvođenje novih zrakoplovnih linija (Ryanair) 	<p style="text-align: center;">PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Smanjeni prihodi i turistička sezona zbog novo nastale Pandemije izazvane virusom COVID – 19 • Globalne financijske krize i spor oporavak (smanjenje kupovne moći) • Utjecaj vremenskih prilika na duljinu turističke sezone • Dolazak velikih međunarodnih hotelskih lanaca na tržište Hrvatske • Politička nestabilnost u susjednim državama • Učestala povećanja raznih naknada i trošarina

Izvor: Vlastita izrada autora prema podacima Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2020. (17.07.2021.)

Lider u odmorišnom turizmu te velika pokrivenost hrvatske obale su zasigurno jedne od glavnih snaga Valamara. Valamar posluje u sedam destinacija diljem jadranske obale te trenutno ima 36 hotela i ljetovališta i 15 kamping ljetovališta u kojima nudi kvalitetnu uslugu i bogatu ponudu sadržaja kao što razno razna događanja, tematske večeri, koncerti, sportsko rekreacijske programe, programe za djecu i odrasle te je osmislio i kreirao razne programe s potpisom kao što su V Sport, V usluga, Stay Fit te druge koje nude razne pogodnosti i beneficije za goste koji se odluče na jednu od usluga. Bogata ponuda sadržaja i kvalitetna usluga je utjecala na lojalnost gostiju. Istraživanje koje Valamar provodi svake godine je pokazalo da se 26% gostiju ponovno vraća. Valamar također brine o zajednici i okolišu. Glavni fokus Valamara u zaštiti okoliša je u smanjenju potrošnje fosilnih goriva osobito loživog ulja, smanjenju potrošnje pitke vode te smanjenju potrošnje električne energije. Za odgovorno ponašanje prema zajednici razvio je devet krovnih programa kroz koje podržava različite događaje, projekte i inicijative u destinacijama u kojima posluje. Ulaganje u zaposlenike jedan je od glavnih ciljeva poslovanja Valamara. Kroz

razrađen sustav programa nagrađivanja te raznih edukacija (160.751 sati edukacije u 2019. godini) Valamar je stvorio povoljne uvjete za dugoročnu karijeru, a koliko Valamar brine o svojim zaposlenicima pokazuje i šesto mjesto na ljestvici najpoželjnijih poslodavaca.

Jedan od glavnih problema odnosno slabosti na kojima bi Valamar trebao poraditi je prevladavajući broj hotela, ljetovališta i kamping ljetovališta s dvije i tri zvjezdice. Kroz razna ulaganja u infrastrukturu hotela i kamping ljetovališta kao i u njihovu uslugu i sadržaje Valamar bi podigao svoje hotele na veću razinu te tako postao još konkurentniji na tržištu.

Prilike koje će utjecati pozitivno u budućnosti na Valamarovo poslovanje su oporavak turizma te razvoj turističke destinacije.

Hrvatska je dobro povezana s emitivnim tržištem preko autocesta, pomorskog i zračnog prometa što olakšava turistima dolazak u našu zemlju. Također, dolazak aviokompanije Ryanair koja uvodi razne zrakoplovne linije po povoljnijim cijenama će pozitivno utjecati na dolazak turista.

U zadnje dvije godine glavna prijetnja Valamaru, kao i ostalim hotelskim kompanijama te cjelokupnom turizmu je novo nastala pandemija izazvana virusom COVID – 19 tokom koje su zatvarane državne granice što je sprječavalo turiste da putuju, a za posljedicu je na kraju imalo kraće trajanje turističke sezone, a samim time i prihoda hotelskih poduzeća.

Globalna financijska kriza također bi nepovoljno utjecala na turizam zbog smanjenja kupovne moći ljudi koji putuju.

Kako je Hrvatska prepoznata kao top destinacija na Mediteranu, tako raste i broj velikih međunarodnih hotelskih kompanija što povećava konkurenciju na tržištu te to može nepovoljno utjecati na Valamar.

4 ODABRANI PRIMJER – DUBROVNIK PRESIDENT HOTEL, VALAMAR COLLECTION

Slika 4. Dubrovnik President Hotel

Dubrovnik President Hotel pripada Valamar Collection brendu. Ovaj hotel je najbolji primjer svih posebnosti i mogućnosti koje nudi Valamarov brend Collection. Hotel predstavlja spoj luksuznog i modernog odmora uz V Level program s potpisom koji gostima pruža premium usluge.



Izvor: Valamar Riviera d.d., <https://valamar-riviera.com/hr/naslovnica/> (22.07.2021.)

Hotel nudi posebnu ponudu koja uključuje uređene sobe, doručak poslužen na terasi, wellness tretmane, večere uz svijeće i romantična iznenađenja za parove, dok u hotelskom restoranu gosti mogu uživati u višestruko nagrađivanom bife doručku ili u „a la carte“ ponudi restorana Miramare.⁴²

S moderno uređenim sobama koje pružaju pogled na more, bazenima, plažom i uslugom, Dubrovnik President Hotel smješten 15 minuta od starog grada Dubrovnika zasigurno je jedan od najboljih izbora za luksuzan odmor u Dubrovniku.

Dubrovnik President Hotel nositelj je nekoliko prestižnih nagrada. Dobitnik je nagrade Travelers Choice 2020. i 2021. koju dodjeljuje portal za putovanja TripAdvisor. Nositelj je World Travel Award nagrade posljednje tri godine kao vodeći hotel u Hrvatskoj. World Luxury Hotel Awards nagradu osvojio je 2016., 2017., 2018., 2019. i 2020. godine. Radi se o organizaciji koja nagradama potvrđuje kvalitetu luksuznih hotela diljem svijeta u kategorijama objekata i razine usluga pruženih gostima. Posjeduje Sustainable Hotel by UPUHH certifikat koji promiče održivost u hotelijerstvu uz aktivno upravljanje društvenim i ekološkim utjecajem.

⁴² Dubrovnik President Hotel, https://www.valamar.com/hr/hoteli-dubrovnik/valamar-dubrovnik-president-hotel?geo=hr&faza=DriveSales&promo=&campaigntype=BrandSearch&network=g&gclid=CjwKCAjw55-HBhAHEiwARMCszgBnsmytwVatFWL2UR8bRQc65g8IkfVHHVAgjPzsTJWuK23h9yBdhoCrj8QAvD_BwE (22.07.2021.)

4.1 Smještajna ponuda

Dubrovnik President Hotel nudi 292 sobe, od klasičnih soba, luksuzno uređenih soba do predsjedničkog apartmana. Sve smještajne jedinice imaju balkon te su okrenute prema morskoj strani hotela tako da gost koju god sobu izabrao ima pogled na dubrovačko more.

Smještajne jedinice Dubrovnik President Hotela:⁴³

- klasična soba s balkonom,
- superior soba s balkonom,
- premium soba s balkonom,
- deluxe soba s balkonom,
- superior apartman s balkonom,
- predsjednički apartman.

Sve sobe Dubrovnik President Hotela su modernog i luksuznog uređenja opremljene elegantnim namještajem bež boje. Boje u sobi dizajnirane su tako da gostima pruže osjećaj luksuza te opuštenosti. Sve sobe pružaju jednake standardne sadržaje kojima su opremljene, dok se sobe razlikuju po veličini same sobe i balkona, broju spavaćih soba i kupaonica koje nude te uslugama koje gost dobiva odabirom određene sobe.

Standardni sadržaj u svim sobama Dubrovnik President Hotela čini:⁴⁴

- Terasa / balkon,
- Spavaća soba,
- Dnevni boravak,
- Kupaonica s tušem/kadom,
- Klimatizacija / grijanje,
- Detektor dima,
- Dodatni higijenski i kozmetički pribor na upit,
- Glačalo i daska za glačanje – na upit,
- Grijač vode za kavu i čaj,
- Interactive TV,
- Izbor jastuka – na upit,
- Mini bar,

⁴³ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=220> (22.07.2021.)

⁴⁴ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=220> (22.07.2021.)

- Ogrtači i jednokratne papuče,
- Sef,
- Sušilo za kosu,
- Utičnice 220 V,
- Besplatni Wi – Fi,
- Telefon s izravnim biranjem,
- Vrsta poda: parket.

Klasične, premium, superior i delux sobe su veličine od 30 do 40 metara kvadratnih sa zidovima u prugasto bijelo-plavoj boji. Opremljene su dnevnim boravkom sa sofom, kupaonicom sa tušem i kadom te terasom veličine od 11 do 17 metara kvadratnih. Maksimalan kapacitet je za 3 osobe te gosti tijekom odabira imaju mogućnost birati između bračnog kreveta ili dva odvojena kreveta (dvokrevetna soba).⁴⁵

Hotel u svojoj premium i superior smještajnoj ponudi nudi i premium obiteljsku sobu te superior apartman. Premium obiteljska soba je maksimalnog kapaciteta za 6 osoba, a opremljena je sa dvije spavaće sobe povezane vratima, jednom sa bračnim krevetom i drugom sa dva odvojena kreveta te dvije kupaonice s tušem. Soba je veličine 60 metara kvadratnih te nudi znatno veći balkon u odnosu na standardne sobe što gostima daje dodatni komfor. Superior apartman nudi terasu veličine od 17 do 47 metara kvadratnih sa jacuzziem, dnevni boravak, kupaonicu s tušem i kadom te spavaću sobu sa sofom.⁴⁶

Slika 5. Superior soba



Izvor: Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=220> (22.07.2021.)

⁴⁵ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=220> (22.07.2021.)

⁴⁶ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=220> (22.07.2021.)

Slika 6. Superior soba



Izvor: Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=220> (22.07.2021.)

Hotel također u svojoj smještajnoj ponudi gostima nudi premium, deluxe, superior sobe te predsjednički apartman sa V Level uslugom. Ukoliko se gost odluči za jednu od soba ili apartmana sa ovom uslugom, pored standardnih sadržaja u sobi dobiva i V Level dodatne sadržaje te luksuzne V Level usluge.

V Level dodatni sadržaj:

- luksuzno uređene sobe s king-size krevetima i raskošnom posteljinom,
- poklon dobrodošlice – boca vode dnevno i svježe narezano voće na dolasku,
- luksuzna kozmetika i aromatične kupke,
- usluga posluge u sobu s bogatim izborom šampanjca i pjenušaca (uz nadoplatu),
- nespresso set za kavu, izbor probanih čajeva,
- izbor od 6 vrsta jabuka,
- mekani ogrtač i papuče, set za plažu (ručnici, japanke, torba za plažu),
- izbor lifestyle magazina.⁴⁷

V Level luksuzne usluge:

- Transfer od aerodroma do hotela s luksuznim vozilom,
- Personalizirana prijava i odjava na posebnoj V Level recepciji,
- Izbor najboljih soba i suiteova u hotelu,
- Usluga privatnog conciergea,
- Vrhunski restoran samo za V Level goste,
- Rezervirane ležaljke na hotelskoj plaži i bazenu.⁴⁸

⁴⁷ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=220> (24.07.2021.)

⁴⁸ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=220> (24.07.2021.)

4.2 Dodatni sadržaji

Dubrovnik President Hotel nudi bogatu ponudu dodatnih sadržaja. Moderno opremljenu hotelsku plažu „Val President Realx Beach“ koja se nalazi nekoliko metara od hotela. Gosti na plaži mogu preuzeti ručnik i unajmiti ležaljke s baldahinom. Plaža nudi centar za ronjenje i sportove na vodi, restoran Miramare s ponudom laganih jela te povremena dnevna i večernja događanja.⁴⁹

Gosti hotela su na raspolaganju i dvije plaže koje se nalaze izvan hotela. Plaža „Coral Beach Club“ nalazi se 200 m sjeverno od hotela te se smatra jednom od najljepših plaža u Dubrovniku zbog svoje prirodne ljepote, uređenosti i sadržaja koje nudi. Gosti imaju mogućnosti najma ležaljki, suncobrana i baldahina. Na plaži se nalazi Vip lounge te veliki Beach club u kojima posjetitelji mogu uživati uz razne koktele i gastronomske delicije. Plaža „Copacabana“ je šljunčana plaža koja se nalazi 300 metara od hotela te pruža pogled na otok Dksu i Elafitske otoke. Copacabana je prva plaža u Hrvatskoj s umjetničkim skulpturama i instalacijama lokalnih umjetnika. Plaža uz standardne sadržaje nudi i najam jet skija, glisera, pedalina i kajaka, ronilački centar, masaže, jacuzzi, ponude izleta brodom te razne vodene sportove.

Za goste koji ipak ne žele napuštati teritorij hotela na raspolaganju im je unutarnji i vanjski bazen na terasi s pogledom na more. Voda bazena je slatka i temperature 28 celzijevih stupnjeva. Na bazenima se nalaze ležaljke, ručnici i tuševi koji su na raspolaganju svim gostima hotela, dok se pored bazena nalazi bar za goste oba bazena.

Dubrovnik President Hotelski wellness „Balance Mediterranean Spa by Valamar“ nudi razne programe u kojim se gosti mogu relaksirati uz finsku i infracrvenu saunu, rekreirati u cardio fitnessu ili se opustiti u luksuznim sobama za opuštanje i spa vrtu s jacuzziem. U „Beauty“ zoni gosti mogu isprobati razne masaže (parcijalnu masažu, masažu cijelog tijela, masaža za trudnice, hot stone masaža, aroma masaža, antistress masaža) ili se prepustiti raznim tretmanima za pomlađivanje i uljepšavanje (tretmani za lice, tretmani za tijelo, autentični rituali, manikura i pedikura, depilacija).⁵⁰

⁴⁹ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/hoteli-dubrovnik/valamar-dubrovnik-president-hotel/plaza-bazen-wellness> (24.07.2021.)

⁵⁰ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/hoteli-dubrovnik/valamar-dubrovnik-president-hotel/plaza-bazen-wellness> (24.07.2021.)

4.3 Restorani i barovi

Valamar je kroz inicijativu #BeachHolidays prilagodio svoju ponudu kako bi se gosti osjećali sigurnije, tako je u hotelskom restoranu prilagodio kapacitete i osigurao više, produžio vrijeme doručka do 11h te kroz novo kreirani V Health&Safety Food program osigurao najviše standarde higijene.⁵¹

Premium Buffet restoran pruža usluge i raznolika jela koja se služe i pripremaju pred gostima. U restoranu se mogu probati razni specijaliteti mediteranske i internacionalne kuhinje, kao i kušati vina lokalnih i svjetskih vinara koja su izabrali Valamorovi sommelieri. U restoranu se također organiziraju i tematske večeri. U ekskluzivnom restoranu **Miramare** gosti mogu uživati na terasi restorana koji pruža panoramski pogled na dubrovačko more i na Elafitske otoke. **Momenti** restoran nudi otmjeni ugođaj, terasu i te specijalitete hrvatske i internacionalne kuhinje u kombinaciji s lokalnim vinima. Restoran nudi a la carte gourmet doručak za V Level goste. Uz restorane, Dubrovnik President Hotel nudi tri bara. Sva tri, Piano, Splash i Wellness bar nude raznoliku ponudu pića i laganih jela. Splash bar je beach bar i nalazi se na hotelskoj plaži dok se Wellness bar nalazi u sklopu bazena.⁵²

⁵¹ Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/hoteli-dubrovnik/valamar-dubrovnik-president-hotel/restorani> (24.07.2021.)

⁵² Dubrovnik President Hotel, <https://www.valamar.com/hr/hoteli-dubrovnik/valamar-dubrovnik-president-hotel/restorani> (24.07.2021.)

5 ODABRANI PRIMJER - ISTRA PREMIUM CAMPING RESORT, CAMPING ADRIATIC BY VALAMAR

Istra Premium Camping Resort je kamp s 5 zvjezdica smješten na poluotoku kraj Funtane na Mediteranu. Ovaj kamp uz mediteransko zelenilo i doživljaj kampiranja na jadranskoj obali nudi veliki izbor luksuznog smještaja, od parcela kraj mora i modernih camping homeova do glamping šatora i uređenih camping vila sa bazenom. Premium obiteljski vodeni park, atraktivne plaže, moderno opremljene prostorije za igru i zabavu, dječje igraonice, sportske zone V Spota, restorani i barovi nadopunjuju luksuznu ponudu smještaja s 5 zvjezdica.⁵³ Velika prednost kampa je što je otvoren cijelu godinu te pruža odmor i za one koji se žele odmoriti i izvan turističke sezone.

Tijekom pandemije izazvane novonastalim virusom COVID – 19 Valamar je pokrenuo inicijativu #Stayinnature kao najbolje riješene za opušajući odmor u prirodi gdje je osigurao više prostora i sigurnosti za svakog gosta. Smanjeni su kapaciteti bazena te je uveden sustav kontroliranog ulaska, a redizajnirana je i postava ležaljki na bazenima i plažama. Kapaciteti u Spa zonama su prilagođeni da osiguravaju više mira i komfora, a kapaciteti su prilagođeni i na sportskim terenima te je uvedena rezervacija termina. V Health&Safety programom osigurani su najviši higijenski standardi, tretiranje vode i dezinfekcija vodenih sadržaja. U svim restoranima omogućena je rezervacija stola putem telefona ili preko MyValamar aplikacije, dok su terase restorana redizajnirane tako da je svakom gostu osiguran siguran boravak tijekom doručka, ručka ili večere. Valamar je uveo uslugu Valfresco Direkt kao jedan od inovativnih projekata digitalizacije. Usluga omogućava online narudžbu i dostavu hrane iz restorana i namirnica u kampu na parcelu gosta kako bi se dodatno smanjio kontakt.⁵⁴

Istra Premium Camping Resort otvoren je 2019. godine i dobitnik je nekoliko nagrada. Nositelj je nagrade za kamp najbolje kvalitete, dobitnik je nagrade „ADAC Superplatz“ kao jedan od najboljih kampova u Europi. Kamp primjenjuje visoke standarde zaštite okoliša i ima uspostavljen certificiran Sustav upravljanja okolišem te posjeduje eko - oznaku EU Ecolabel koja potvrđuje da Valamarovi proizvodi i usluge zadovoljavaju standarde zaštite okoliša. U 2019. godini kamp je osvojio nagradu „Specijal Lider Invest, posebnu nagradu stručnog žirija za kontinuirano ulaganje.

⁵³ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (25.07.2021.)

⁵⁴ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (25.07.2021.)

5.1 Smještajna ponuda

Istra Premium Camping Resort s 5 zvjezdica nudi bogatu ponudu luksuznih smještaja. U pet vila s bazenom, 130 mobilnih kućica i devet glamping kućica može primiti 2.500 gostiju. Sve smještajne jedinice uređene su tako da pružaju komfor, osjećaj sigurnosti i privatnosti. U svim smještajnim jedinicama omogućena je usluga narudžbe hrane i namirnica putem aplikacije Valfresco Direkt.

Smještajna ponuda Istra Premium Camping Resorta:⁵⁵

- Camping homeovi – kamp kolibe, premium kamp kuće, premium kamp apartmani, kamp vile, deluxe kamp vile,
- Glamping šatori,
- Parcele- klasične, premium i luxury.

Premium kamp kolibe veličine su 16 metara kvadratnih i mogu ugostiti tri osobe. Kolibe nude i dobro opremljenu kuhinju (perilica za pranje posuđa, mikrovalna pećnica, električni štednjak), SAT TV i kupaonu. Premium kamp kolibe su klimatizirane, te također nude prostranu i natkrivenu terasu s koje se pruža pogled na more.⁵⁶

Premium kamp kuće veličine su 34 metara kvadratnih. Maksimalan kapacitet je za četiri osobe u dvije spavaće sobe. Kuće nude i prostranu te dobro opremljenu kuhinju s dodatnim ležajem, SAT TV- om i dvjema kupaonicama. Premium kamp kuće su klimatizirane i sadrže prostranu terasu. Većina kamp kuća ima pogled na more.⁵⁷

Prostrani Premium kamp apartmani pružaju smještaj za najviše četvero odraslih i dvoje djece. Sadrže dnevni boravak i opremljenu kuhinju, spavaću sobu s bračnim krevetom, dječju sobu s dva kreveta i dvije kupaonice. Posebnost premium kamp apartmana je izuzetno velika natkrivena terasa sa sjedećom garniturom i ležaljka.⁵⁸

Premium kamp vile luksuznog su uređenja s vanjskim jacuzzijem. Unutrašnjost vila suvremeno je opremljena i dizajnirana za najviše četvero odraslih osoba i dvoje djece. Opremljene su sa dvije spavaće sobe, dvije kupaonice, potpuno opremljenoj kuhinji i dnevnim boravkom s

⁵⁵ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (25.07.2021.)

⁵⁶ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (25.07.2021.)

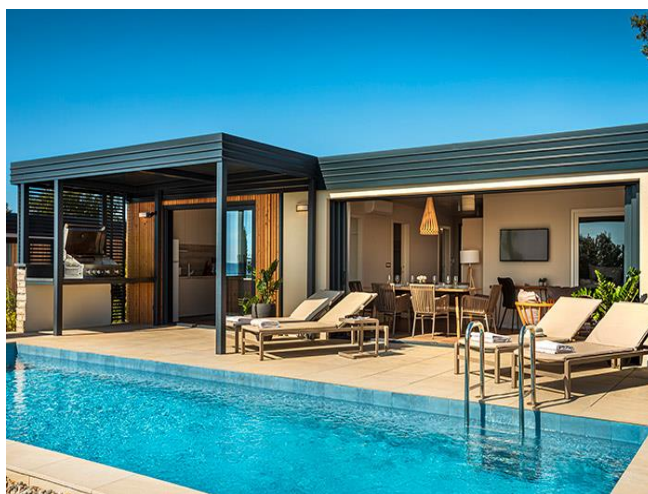
⁵⁷ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (25.07.2021.)

⁵⁸ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (25.07.2021.)

kaučem na razvlačenje, a velika natkrivena terasa savršena je za druženje i opuštanje. Ukupna površina premium kamp vila iznosi 72 metara kvadratnih.

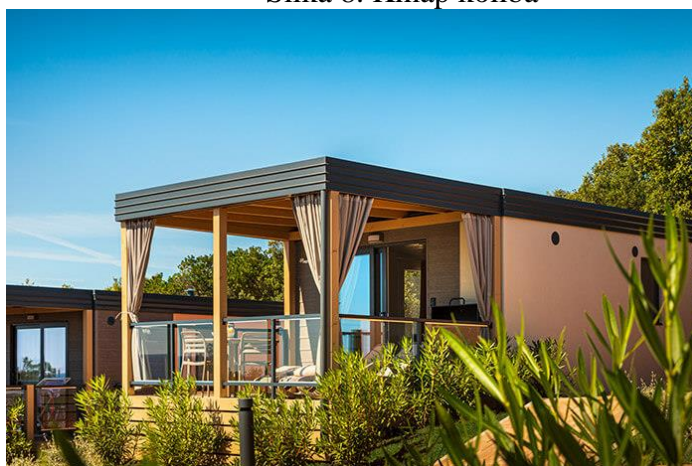
Deluxe kamp kuće maksimalnog su kapaciteta za 5 osoba. Opremljena je sa 3 spavaće sobe, od čega jednom s bračnim krevetom i dvjema s dva odvojena kreveta. Delux vile nude dnevni boravak s kaučem te opremljenu kuhinju (perilica za pranje posuđa, mikrovalna pećnica, štednjak), tri TV – a i dvije kupaonice, a tri klima uređaja se brinu da prostor u deluxe vilama uvijek bude ugodno klimatiziran. Sve deluxe vile sadrže prostrane terase s roštiljem i privatnim bazenom.

Slika 7. Deluxe kamp kuća



Izvor: Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (25.07.2021.)

Slika 8. Kmap koliba



Izvor: Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (25.07.2021.)

U glamping smještajnoj ponudi Istra Premium Camping Resort nudi glamping šatore, premium glamping šatore i premium glamping šatore s loggiom. Glamping šatori nude pogled na more i zalazak sunca, a opremljeni su bračnim krevetom, sofom za razvlačenje te opremljenu terasu s dvije stolice i drvenim stolićem veličine od 8 metara kvadratnih. Sanitarni čvor se nalazi u blizini šatora, kao i ostali sadržaji kampa. Šatori su maksimalnog kapaciteta za dvije odrasle osobe i jedno dijete. Površina glamping šatora iznosi 21 metara kvadratnih.⁵⁹

Premium glamping šatori veličine su od 35 metara kvadratnih te mogu ugostiti maksimalno šest osoba. Opremljen je s dvije spavaće sobe, jednom sobom s francuskim ležajem i jednom dječjom sobom za tri osobe s dva kreveta i jednim krevetom na kat. Šatori sadrže dnevni boravak s kaučem na razvlačenje i SAT TV - om, a nude i potpuno opremljenu kuhinju te kupaonicu. Premium glamping šatori pružaju spoj kampiranja i luksuza.⁶⁰ Istra Premium Camping Resort nudi i premium glamping šatore sa loggiom. Ovi šatori nude dvoetažne šatore veličine 24 metara kvadratnih po etaži, ukupne veličine 48 metara kvadratnih. Maksimalan kapacitet je za četiri odrasle osobe i jedno dijete, a opremljeni su sa dvije spavaće sobe, dnevnim boravkom i kuhinjom, SAT TV – om, kupaonicom i prostranom terasom s garniturom za opuštanje.

Slika 9. Sunset Bell šator



Slika 10. Premium glamping šator sa loggiom



Izvor: Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (26.07.2021.)

⁵⁹ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (26.07.2021.)

⁶⁰ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (26.07.2021.)

Istra Premium Camping Resort nudi klasične, premium i luxury parcele za kampiranje. Od klasičnih parcela nudi parcele „Marina Comfort“, „Marina Comfort Mare“ i „Bella Vista Comfort Mare“ parcelu veličine od 80 do 100 metara kvadratnih, dok su parcela „Marina Mega Comfort“ i parcela „Sunset Mega Comfor“ veličine 120 metara kvadratnih. Premium parcele površine su od 70 do 100 metara kvadratnih i nalaze se u prvom i drugom redu do mora, dok se luxury parcele sve nalaze u prvom redu do mora te pružaju izravan pristup plaži. Veličine su od 110 do 150 metara kvadratnih te su najmjenjane za mega kampere. Opremljene su sunčalištem, roštiljem, baldahinom i tušem na parceli. Sve parcele imaju priključke za struju i vodu te su dozvoljeni kućni ljubimci na svim parcelama osim na luxury parcelama. ⁶¹

Slika 11. Premium parcela



Slika 12. Klasična parcela



Izvor: Smještajna ponuda, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (26.07.2021.)

Slika 13. Luxury parcela



Izvor: Smještajna ponuda, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (26.07.2021.)

⁶¹ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/rezervacije?obj=127331> (26.07.2021.)

5.2 Dodatni sadržaj

Istra Premium Camping Resort nudi pet bazena u sklopu svojeg „Aquamar“ premium obiteljskog vodenog parka, bazen za aktivnost, bazen za opuštanje, bazen za bebe, bazen s vodenim dvorcem i bazen s vodenim toboganom. Svi bazeni su grijani i punjeni morskom ili slatkom vodom, a gostima su pored bazena na raspolaganju ležaljke, suncobrani i štand s ručnicima, kao i Mezzino Snack Bar i Vetri lobby bar koji se nalaze pored bazena. Ukupna vodena površina „Aquamar“ vodenog parka je 1.040 metara kvadratnih, a dužina vodenih tobogana 350 metara.⁶²

Slika 14 . „Aquamar“ obiteljski vodeni park



Izvor: Dodatni sadržaji, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort/plaza-bazen-wellness> (26.07.2021.)

Osim bazena, kamp nudi i četiri plaže. Šljunčana „Val Maro Family“ plaža nalazi se na južnom dijelu obale camping resorta te je prilagođena za obitelji s djecom, odrasle osobe i osobe s invaliditetom, a opremljena je tuševima i kabinama za presvlačenje, ulazom za osobe s posebnim potrebama, modernim dječjim igralištem, vodenim parkom na napuhavanje u moru te V Sport Bella Vista koji nudi različite sportove na vodi. Plaža „Marina“ nalazi se u sjevernom dijelu camping resorta. Plaža je stjenovita sa kamenim platoima za sunčanje na kojima se nalaze ležaljke za goste. Plaža nudi raznu ponudu sportova i aktivnosti na vodi u sklopu V Sport „Marina“ programa. Sadrži ulaz u more za kućne ljubimce koji su dozvoljeni samo na jednom dijelu plaže.

⁶² Dodatni sadržaji, Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort/plaza-bazen-wellness> (26.07.2021.)

Plaža „Sunset“ pruža pogled na more i zalazak sunca. Smještena je u zapadnom dijelu camping resorta.⁶³

Valamarovom Balance Mediterranean Spa koji nudi spa zonu za opuštanje u sauni te beauty zonu za uljepšavanje kroz tretmane za lice i tijelo, manikuru i pedikuru, depilaciju te autentične rituale.

Valamar je kreirao razne programe za sport i zabavu u kampovima. Istra Premium Camping Resort nudi V Sport Park, V Sport Bella Vista i V Sport Marina, Stay Fit te Music&Fun programe koji pružaju mnoštvo zabave i aktivnosti u kojima mogu uživati gosti svih uzrasta. U V Sport Parku gosti se mogu aktivno zabaviti igrajući nogomet, košarku, odbojku na pijesku, rukomet ili Terra Magic adventure mini – golf s 18 rupa, u kojem svaka rupa predstavlja istarsku znamenitost ili priču. U V Sport Bella Vista i V Sport Marina gosti mogu iskusiti sportove i aktivnosti koje se odvijaju na vodi. Sportska zona V Sport Bella Vista koja se nalazi u tematskom naselju Bella Vista nudi vožnju jet – skijem, izlet s doživljajem ronjenja na dah, vožnju brodom te gledanje dupina. V Sport Marina sportska zona se nalazi u sklopu Val Maro Family plaže u kojoj gosti mogu iskusiti jedrenje katamaranom, jedrenje na dasci, veslanje na dasci, a mogući je i najama kajaka i pedalina. Program Stay Fit zasniva se na tri ključna elementa: fitnessu, užitku i otkrivanju, a pomoću njega Valamar želi potaknuti goste na aktivnost. Program uključuje aqua aerobic, aqua toning, aqua gym, aqua fun, trčanje, nordijsko trčanje, morning gym, kondicijski trening, razne biciklističke ture, vježbe za istezanje tijela, lagane vježbe za oblikovanje tijela, vježbe za fleksibilnost, body toning, body relax te razne sportske turinire u odbojci na pijesku, nogometu, košarci, stolnom tenisu, badmintonu i boćanju. Glazbu uživo, tematski partyji, posebna događanja i interaktivnu zabavu nudi Music&Fun program.⁶⁴

Istra Premium Camping Resort pruža također i dodatne premium obiteljske sadržaje u sklopu Valamarovog „Maro Family“ programa s potpisom. Djeca mogu iskusiti mnoštvo zabave u društvu svojih vršnjaka u vrhunsko uređenim Super Maro, Maro Mini Club i Maro Baby Club igraonicama za djecu do 12 godina starosti. Igraonice imaju posebno opremljen prostor i vanjsku lounge zonu za opuštanje i druženje roditelja s djecom, a u njima se organiziraju razne aktivnosti i zabavan program za djecu pod stručnim nadzorom. Tinejdžeri mogu uživati u zabavnoj zoni kroz razne gaming turnire kao i u kino večerima na otvorenom.⁶⁵

⁶³ Dodatni sadržaji, Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort/plaza-bazen-wellness> (26.07.2021.)

⁶⁴ Sport i zabava, Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort/sport-aktivnosti> (26.07.2021.)

⁶⁵ Obiteljski odmor, Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort/obitelj-djeca> (26.07.2021.)

5.3 Barovi i restorani

Stilski uređen à la carte restoran Grano Duro na središnjem trgu Piazza nudi specijalitete talijanske kuhinje. Moguće je probati pizzu ili ručno rađenu tjesteninu i uživati na terasi u središtu svih događanja u kampu. Oliva Grill restoranu smješten je u blizini središnjeg trga Piazza. Nudi specijalitete sa žara. Mezzino Snack Bar nalazi se kraj bazena i napravljen je s namjenom kako bi se gosti mogli osvježiti ili pojesti lagano jelo.⁶⁶

U 2021. godini Valamar je otvorio dva nova restorana u kampu, Konoba Bakoon restoran i Mezzino Street restoran. Konoba Bakoon nudi rustikalni ambijent s terasom koja pruža pogled na more. U restoranu se služi tradicionalna kuhinja po starinskim receptima uz lokalna vina. Mezzino Street restoran smješten je u retro prikolici na trgu Piazza, a gosti u njemu mogu probati burgere, lokalna craft piva, wrapove i salate.⁶⁷

Kamp nudi i jedan bar, Lobby Bar Vetri koji se nalazi u sklopu glavne zgrade kampa kraj recepcije i dječjih igraonica. Bar nudi raznovrsnu ponudu alkoholnih i bezalkoholnih pića.⁶⁸

⁶⁶ Restorani i barovi, Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort/restorani> (29.07.2021.)

⁶⁷ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (29.07.2021.)

⁶⁸ Istra Premium Camping Resort, <https://www.valamar.com/hr/kamping-porec/istra-camping-resort> (29.07.2021.)

6 ZAKLJUČAK

Turizam u svijetu neprestano raste iz godine u godinu, a sukladno tome raste i potražnja za dodatnim smještajem što predstavlja potencijal za rast i razvoj hotelskih lanaca. Hotelski lanci postali su nositelji kvalitete u hotelijerstvu. Glavna prednost hotelskih lanaca je prepoznatljivost imena i stabilna pozicija na tržištu koju nudi hotelima. Nude visoku kvalitetu usluga i standarde u hotelima kojima posluju. To vide i kupci koji radije biraju hotelski lanac nego samostalni hotel, kako bi bili sigurni da dobiju kvalitetu usluge koju su platili, dok s druge strane za samostalne hotele to znači teži opstanak i borba na tržištu. Zbog svoje veličine i financijske moći hotelski lanci pozitivno utječu na rast i razvoj zajednice i destinacije u kojoj posluju.

Hotelska grupacija Valamar Riviera d.d. kroz 60 godina poslovanja izgradila je prepoznatljivo ime u hrvatskom hotelijerstvu. Glavna prednost Valamara je široka pokrivenost hrvatske obale. Konstantnim ulaganjima u zajednicu i okoliš kroz razne inicijative, Valamar pomaže u razvijanju prometa, hotelijerstva i drugih djelatnosti u destinacijama u kojima posluje što je jako bitno za uspješno poslovanje grupacije jer time privlači turiste u destinacije u kojima posluje, što za grupaciju znači više gostiju, a samim time i veći profit. Ulaganjima i brigom o zaposlenicima, osigurao je „zdravu“ i idealnu atmosferu za rad. U svojim hotelima i kampovima nudi kvalitetnu uslugu koju je stvorio tijekom godina svog razvijanja i poslovanja. Glavni fokus grupacije je na gosta, stoga je kreirao posebne programe i usluge s potpisom kako bi zadovoljio sve vrste gostiju.

Možemo reći da je Valamar nositelj kvalitete u hrvatskom hotelijerstvu, a to prepoznaju i gosti koji se svake godine vraćaju u sve većem broju te tako ostaju lojalni, što je bitan faktor za daljni razvoj Valamara u budućnosti i stvaranje reputacije u hotelskoj industriji. Svoje uspješno poslovanje koje je razvio tijekom 60 godina poslovanja, kao i uloga u zajednici i razvitku hrvatskog turizma, čine Valamar uspješnim domaćim hotelskim lancem, a daljnim ulaganjem u svoj portfelj i digitalizaciju omogućit će mu da i dalje ostane na vrhu hotelske industrije u Hrvatskoj.

LITERATURA

Knjige:

1. Cerović, Z.: *Hotelski Menadžment*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2010.
2. Čačić, K.: *Poslovanje hotelskih poduzeća*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010.
3. Čižmar, S., nastavni materijal, *Struktura hotelske industrije*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu Zagreb, 2009.
3. Hayes, D.K.; Ninemeier, J.D.: *Upravljanje hotelskim poslovanjem*, M plus, Zagreb, 2005
4. Medlik, S., Ingram, H., *Hotelsko poslovanje*, Golden marketing, Zagreb, 2002
6. Pirjevec, Boris: *Ekonomska obilježja turizma*, Golden Marketing, Zagreb 1998.

Članci:

- Kandžija, V. i Ivandić, N. (1996). Ugovori o hotelskom managementu i franšizi. *Tourism and hospitality management*, 2 (1), 149-156. <https://doi.org/10.20867/thm.2.1.15> (03.08.2021.)
- Vetrakova, M. "Performance evaluation in the hotel industry." *Tourism and hospitality management*, vol. 2, br. 1, 1996, str. 179-185. <https://doi.org/10.20867/thm.2.1.17>. (03.08.2021.)
- Ivanović, S. (2003). FAKTORI POSLOVNOG USPJEHA HOTELSKOG PODUZEĆA. *Tourism and hospitality management*, 9 (2), 139-152. <https://hrcak.srce.hr/181478> (03.08.2021.)

Internetske stranice:

- Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2019, <file:///C:/Users/denis/Desktop/ZAVR%C5%A0NI%20RAD/integrirano-godis-nje-izvjes-c-e-i-drus-tveno-odgovorno-poslovanje-2019.pdf> (22.06.2021.)
- Valamar Riviera d.d., Integrirano godišnje izvješće i društveno odgovorno poslovanje 2020, <https://valamar-riviera.com/media/441917/integrirano-godis-nje-izvjes-c-e-i-drus-tveno-odgovorno-poslovanje-2020.pdf> (22.06.2021.)

Hotels Mag, <https://www.hotelsmag.com/> (03.08.2021.)

Walamar Riviera, <https://valamar-riviera.com/hr/naslovnica/>_(21.06.2021.)

Walamar Collection, https://www.valamar.com/hr/brand/collectionv_ (01.07.2021.)

Walamar Hotels and Resorts, https://www.valamar.com/hr/brand/hotels-resorts_ (01.07.2021.)

Places by Walamar, https://www.valamar.com/hr/brand/places_ (03.07.2021.)

Sunny by Walamar, https://www.valamar.com/hr/brand/sunny_ (03.07.2021.)

Camping Adriatic by Walamar, <https://www.valamar.com/hr/brand/camping-adriatic> (04.07.2021)

VIV MAGAZIN, <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/>_(06.07.2021)

Horwath HTL, <https://horwathhtl.hr/> (07.08.2021.)

Centar za franšizu, <http://www.fransiza.hr/> (03.08.2021.)

Ostalo:

Šunjić, E., Hotelski lanci i njihov gospodarski utjecaj na hrvatski turizam, završni rad, Sveučilište u Splitu, Split 2016.

POPIS SLIKA

Slika 1. Destinacije u kojima posluje Valamar Riviera d.d.	11
Slika 2. Dani pune popunjenosti	19
Slika 3. logo Valamarovih brendova	20
Slika 4. Dubrovnik President Hotel	29
Slika 5. Superior soba	31
Slika 6. Superior soba	32
Slika 7. Deluxe kamp kuća	37
Slika 8. Kamp koliba	37
Slika 9. Sunset Bell šator	38
Slika 10. Premium glamping šator sa loggiom	38
Slika 11. Premium parcela.....	39
Slika 12. Klasična parcela	39
Slika 13. Luxury parcela	39
Slika 14. „Aquamar“ obiteljski vodeni par	40

POPIS TABLICA

Tablica 1. Vodećih 10 franšiza u svijetu u 2019. godina	4
Tablica 2. Vodećih 10 hotelskih kompanija u svijetu povezanih ugovorom o menadžmentu u 2019. godini.....	5
Tablica 3. Vodećih 10 konzorcija u svijetu u 2019. godini	6
Tablica 4. 10 vodećih hotelskih lanaca u svijetu prema broju soba u 2019. godini	8
Tablica 5. Hotelski lanci prema zastupljenosti u svijetu u 2019. godini	9
Tablica 6. Vodeći domaći hotelski lanci u Republici Hrvatskoj	10
Tablica 7. Vodeći međunarodni hotelski lanci u Republici Hrvatskoj	10
Tablica 8. Broj hotela i smještajnih jedinica Valamarovih brendova u 2020. godini	12
Tablica 9. Broj kampova i smještajnih jedinica Valamara u 2020. godini	12
Tablica 10. Ulaganja po programima u 2019. godini.	14
Tablica 11. . Lokacija i br.jed. Valamar Collectio hotela i resorta	21
Tablica 12. Lokacija i br. jed. Valamar Hotels & Resorts hotela	22
Tablica 13. lokacija i br. jed. Sunny by Valamar hotela	23
Tablica 14. Lokacija i broj jedinica Valamarovih kamping ljetovališta	25
Tablica 15. SWOT analiza poduzeća Valamar Riviera d.d.	26