

# PROJEKTOVANJE I IZGRADNJA U HOTELIJERSTVU



*dr Ivana Brdar, docent*  
[ibrdar@singidunum.ac.rs](mailto:ibrdar@singidunum.ac.rs)

# Dva pristupa razmeštaju hotela

- **Razmeštaj pojedinačnih hotela (homogeni prostorni model)** na nivou određenog prostornog obuhvata, administrativnih teritorijalnih jedinica (regija, grada i sl.), koji se može ugraditi u prostorni plan.
- Tako se, na primer, na nivou određene turističke regije može utvrditi optimalan razmeštaj hotela kako bi se na taj način ostvario harmoničan prostorni razvoj i društveni interesi uskladili s interesima budućih investitora.



# Dva pristupa razmeštaju hotela

- **Razmeštaj lanaca hotela ili motela na određenom prostornom obuhvatu** - slučaj kada vlasnik hotelskog lanca želi da napravi model optimalnog razmeštaja svojih hotelskih jedinica na određenoj teritoriji (regiji, zemlji, kontinentu).
- Veliki multinacionalni hotelski lanci kao prostorni obuhvat u kome razmeštaju hotelske jedinice razmešteni su po čitavom svetu, pri čemu veliku pažnju posvećuju analizi tržišta i društveno-političkog stanja u zemljama i gradovima u kojima će razmeštati hotele.





**Šta je optimalna lokacija?**

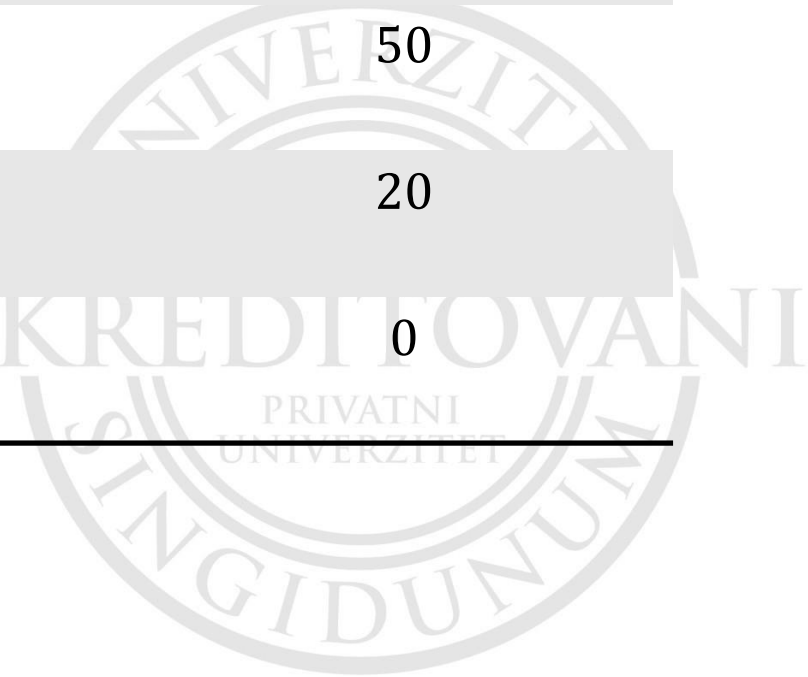
# Optimalna lokacija

- Najbolja od svih raspoloživih lokacija za određenu aktivnost ili individualnu jedinicu, u konkretnom slučaju – hotel.
- Ona ima komparativne prednosti u odnosu na ostale moguće lokacije jer obezbeđuje maksimalne unutrašnje efekte preduzeću uz pretpostavku da istovremeno svojoj sredini osigurava najveće moguće eksterne efekte.



## Ocena stepena doprinosa

Stepen doprinosa	Kod	Poeni (OP)
Veoma dobar	A	100
Dobar	B	70
Zadovoljavajući	V	50
Dovoljan	G	20
Slab	D	0



# Rangiranje zahteva po značaju

## Redosled zahteva prema značaju      Faktor razmatranja (FR)

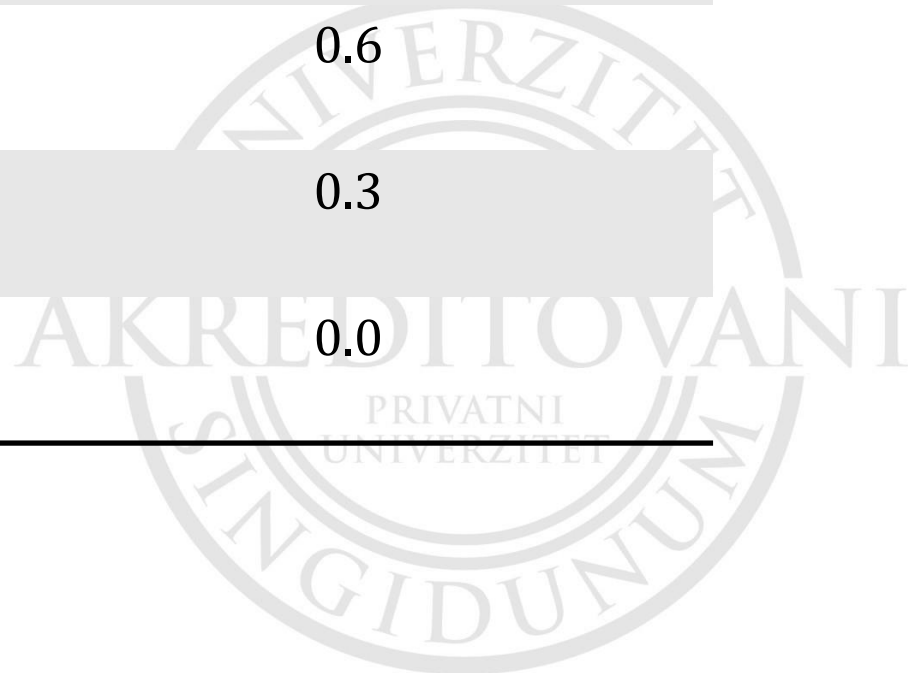
Odlučujući      1.0

Jako značajan      0.8

Značajan      0.6

Manje značajan      0.3

Nije značajan      0.0



OCENA RAZMATRANJA = OCENA U POENIMA (OP) \* FAKTOR RAZMATRANJA (FR)





Zahtevi koje treba da ispuni odgovarajuća lokacija	FR	IDEALNA LOKACIJA			LOKACIJA A			LOKACIJA B		
		KO D	OP	OR	KO D	OP	OR	KO D	OP	OR
Da poseduje atraktivne elemente koji mogu da privuku najvažnije ciljne segmente	1.0	A	100	100	A	100	100	B	70	70
Da je u neophodnoj meri uređena u prostornom,odnosno urbanističkom i komunalnom pogledu	0.8	A	100	80	V	50	40	A	100	100
Da je adekvatno pristupačna posetiocima sa stanovišta osnovnog (daljinskog) prevoza i transfera	0.8	A	100	80	A	100	100	B	70	70
Da se efikasno može obezbediti snabdevanje objekta i njegovo funkcionisanje bez zastoja	0.8	A	100	80	B	70	56	A	100	100
Da se najveći broj potrebnih radnika može angažovati sa lokalnog područja	0.8	A	100	80	V	50	40	A	100	100
<b>UKUPNO</b>		<b>420</b>			<b>316</b>			<b>366</b>		

# Optimalna lokacija

Treba ispitati sledeće oblike potencijalne tražnje:

- **baznu tražnju** (da li postojeća tražnja prevazilazi raspoloživu ponudu);
- **premeštenu tražnju** (da li je postojeća tražnja opslužena hotelima niže kategorije i da li se može tražiti novi hotel), i
- **stvorenu tražnju** (da li i koliku novu tražnju može da privuče i stvori novi hotel po sebi).

+ ispitati lokalnu tražnju za restorane, barove, banket sale i ostale usluge



# Optimalna lokacija

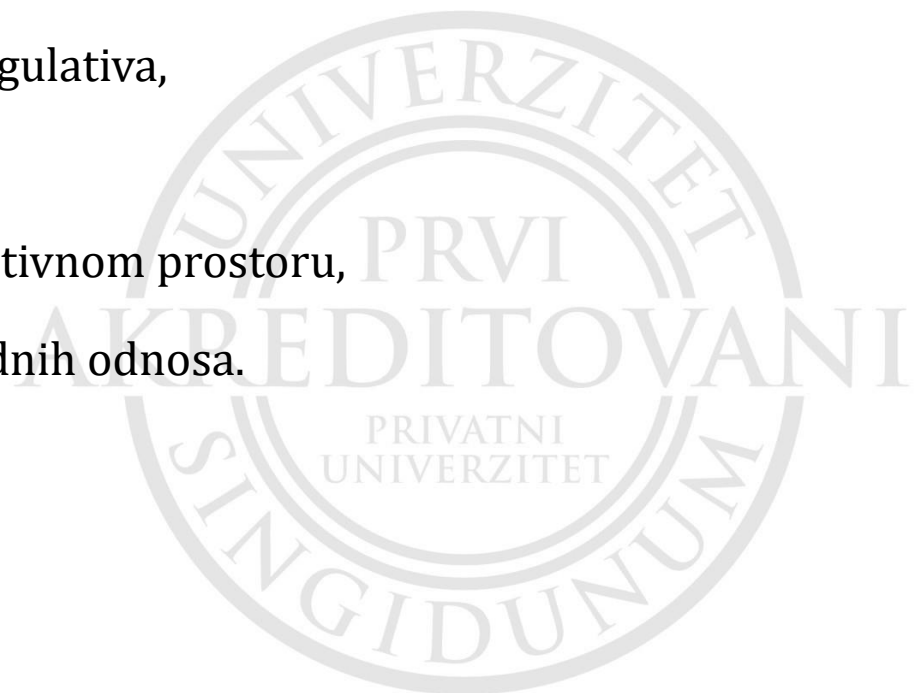
Podaci koje treba sakupiti, analizirati i proceniti mogu se sumirati u obliku sledeće liste (check list):

- fizičke karakteristike lokacije: dimenzije i oblik,
- postojeća prava prolaza i povlastice,
- dužina raspoložive obale,
- nadmorska visina,
- geografska orijentacija,
- sposobnost terena da izdrži različite vrste rekreativnih aktivnosti.



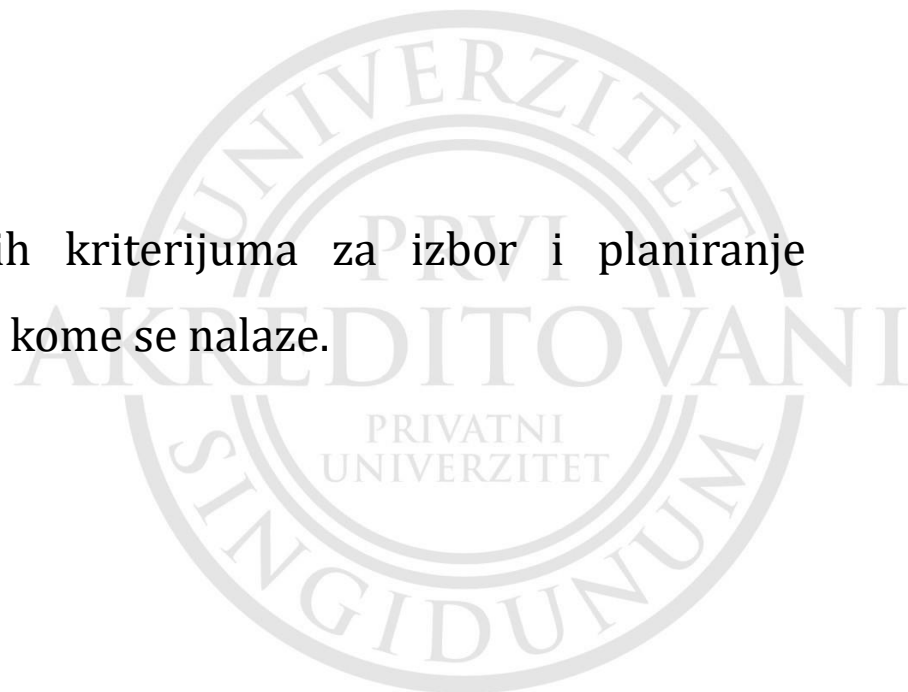
# Izbor optimalne lokacije

- Raspoloživost radne snage,
- Raspoloživost smeštajnih objekata za personal,
- Raspoloživost zemljišta pogodnog kvaliteta ,
- Cena građevinskog zemljišta,
- Zakonsko zoniranje i druga zakonska regulativa,
- Socijalne i ekonomske karakteristike ,
- Izvori i vrste finansijske pomoći u receptivnom prostoru,
- Zakoni o radnim odnosima i istorijat radnih odnosa.



# Izbor optimalne lokacije

- Hoteli se uglavnom grade na nekim od sledećih prostora
  - **ruralni i nerazvijeni predeli** (obično su to hoteli u turističkim mestima prvenstveno namenjeni odmoru),
  - **predgrađa** (ili mali gradovi) i predeli u blizini puteva,
  - **urbani predeli.**
- Svaki tip zahteva primenu određenih kriterijuma za izbor i planiranje vizuelnog izgleda objekata i prostora na kome se nalaze.



**Transport i  
pristupačnost**

**Političko  
okruženje**

**Turističko  
mesto**

**Vlasništvo**

**Odnosi u zajednici  
(koristi od razvoja  
turizma)**

# Predgrađa

- Uticaj obližnjih poseda na njihov hotel
- Ograničenja -(npr. stambena, poslovna, industrijska zona)
- Uređene (pejzažne) površine - zaštita od nekompatibilnog okruženja



# Različiti koncepti hotelske arhitekture

- AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)
- To znači da hotel svojim izgledom:
  1. prvo mora da privuče pažnju,
  2. drugo, probudi interesovanje,
  3. izazove želju i
  4. podstakne gosta na akciju (ulazak u hotel, korišćenje usluga).

