

M H A



Udruženje Hotela Crne Gore Montenegrin Hotel Association





MHA je osnovana 10. maja 2004. godine





Okuplja 62 učlanjena preduzeća i 13 strateških partnera a saraduje sa 704 preduzeća u branši



Skupština 2005.





Članovi MHA su: hoteli, restorani, turističke agencije, vlasnici privatnog smještaja i priređivači manifestacija

Take me to Montenegro!

Servis za goste
 Servis za proizvođače i dobavljače
 Pošaljite nam svoj upit ili ponudu emalom ili nas pozovite za savjet!

Montenegrin Hotel Association
 Address: Barski put bb
 85300 Petrovac
 MONTENEGRO
 Tel: +381 96 402 908
 Fax: +381 96 402 909
 Email: office@visit-mha.org
 www.visit-mha.org
 Mobile: +381 99 319 786





Osnovali smo Balkansku Alijansu Hotelskih Asocijacija 2005.



Ohrid,
17.09.2005.





Postali smo članovi globalne asocijacije IH&RA u 2006.





Podržali smo osnivanje 8 strukovnih udruženja u Crnoj Gori





Zastupamo od početka povezivanje turizma i zanatstva





Zagovaramo dualni sistem obrazovanja i doveli smo prvi internacionalni koledž u Crnu Goru





Organizovali smo više od 50 obuka na teme:

1. Održavanje i higijena hrane i HACCP
2. Kako uštedjeti energiju i povećati energetska efikasnost u hotelu
3. Kako održavati klima uređaje
4. Kako se prezentirati na sajmovima, novinama i internetu
5. Kako oblikovati sajamski štand
6. Praktične obuke za kuvare i hotelske poslastičare i pekare
7. Kako prezentirati i čuvati hranu
8. Kako se kreira profitabilni jelovnik
9. Kako se vrši internacionalni branding i product development
10. Poslovno komuniciranje i interkulturalni menadžment
11. Motivacija i sistemi nagrađivanja
12. Finansije i kalkulacije za preduzetnike i neekonomiste
13. Kako kreirati profitabilne strategije
14. Houskeeping ili dobro vođenje domaćinstva
15. Kursevi jezika
16. Balneologija (banje)





Pomogli smo reorganizaciju sajma u Budvi



Montenegrin Hotel Association

Udruženje Hotela Crne Gore

Barski put bb
SCG – 85300 Petrovac
Tel: 00381 (0)86 402 908
Fax: 00381 (0)86 401 915
Email: mha@cg.yu
URL: www.visit-mha.org

Jadranski sajam Budva
Gosp. Direktor
Rajko Bujković
Trg Slobode 5
85310 Budva

Petrovac, 01.06.2005.

Predmet: Sajem turizma u Budvi

Poštovani Gospodine Bujković,

najprije Vam se želimo zahvaliti na informacijama koje ste nam redovno slali vezano za sajmove u zemlji i inostranstvu i uputi Vam ujedno najbolje želje u tekućoj poslovnoj godini. U Vašem pristupu privrednim organizacijama i strukovnim Udruženjima prepoznajemo napore za stvaranje poslovne platforme za turističku privredu i jačanje tržišne sposobnosti malih i srednjih preduzeća i to govori samo za sebe.

Tim povodom željeli bismo podijeliti neka razmišljanja u vezi sa priređivanjem sajamskih izložbi i na taj način ponuditi skromni doprinos da se sajam turizma u Budvi razvije u regionalni centar.

Dosađajna iskustva pokazuju koliko je neophodno razvijati svijest kod izlagača o tome da su sajmovi dugoročni projekti koji se pripremaju najmanje 12-9 mjeseci unaprijed kako bi povratak investicije bio realan. Vaša kuća ima ovdje presudni uticaj. Tako npr. ranim objavljivanjem koncepta i izbjegavanjem akvizicije neposredno pred početak sajma direktno se povećava ugled priređivača sajamskih izložbi. Godina dana unaprijed je i za organizatora okvir u kome se određuju ciljne grupe i gradi strategija za izbor odnosno organizaciju stručne ili potrošačke sajamske izložbe. Precizne odredbe slogana, naziva, usaglašavanje termina koji se neće preklapati sa bilo kojim važnim događajem u regionu, trajanje, naslovi i sadržaji izložbenih oblasti, struktura hala, specifičan izgled, pratnja ugostiteljska i logistička infrastruktura teme su koje govore u prilog da je vremenski faktor presudan za besprijekornu organizaciju. Priprema akvizicije izlagača počinje jasnim reklamnim konceptom, pripremom štampanog materijala (pisama, formulara, prospekata), oglašavanjem putem interneta, štampanih i elektronskih medija. Sama akvizicija izlagača počinje barem 9 mjeseci unaprijed i podrazumijeva pisanu, telefonsku i ličnu akviziciju. Na prezentaciju su pozvani hotelijeri, restorateri, grane podrške, dobavljači, agencije i turistički operateri, zanatska preduzeća, transportna preduzeća, posebne turističke regije, inostrani izlagači, konsultantska preduzeća, osiguravajuća društva, investicione kuće, stručne škole, udruženja, opštine, mediji i sl. Pored direktnih izlagača pozivaju se i pratnja ugostiteljska preduzeća da svojim posebnim ponudama uljepšaju atmosferu u krugu sajma i u gradu: imbisari, bistroi, proizvođači piva i vina, mineralne vode, pekari, poslastičari itd.

Izrada okvirnog programa važna je radi protokola otvaranja, programa za promociju, stručnog programa na štandovima i izvan sajma, zabavnih programa poput radija, televizije, modnih izložbi, manifestacija Udruženja i sl. Uz pomoć unaprijed identifikovanih koncepta, sadržaja i učesnika izlagačima se omogućava da prilikom akvizicije svojih posjetilaca pojačaju razloge njihovog dolaska. Reklame za posjetioce zahtijevaju takođe poseban koncept, slogane, štampani i reklamni materijal, oglase, plakatiranje, radio i televiziju, internet, rad sa javnošću/predprezentacije, reklame akcije na ulici, novinske članke, sajamske novine i sl.



Montenegrin Hotel Association

Za oblikovanje hala i slobodnih izložbenih prostora veoma je važna laka i jednostavna dostupnost adekvatnih planova putem elektronske pošte, faksom ili pismom sa detaljnom numeracijom, planovima zauzimanja, utvrđivanjem željene infrastrukture (vode, kanalizacije, struje, telefona, interneta i sl.). Tehničke pripreme koje pojačavaju ugled organizatora su i uređenje parking prostora u smislu odvajanja mjesta za izlagače, posjetioce i autobuse, vidljiva HTZ oprema, naglašena infrastruktura sajamskih štandova poput ulaza, toaleta, ozvučenja, održavanje čistoće, utvrđivanje, odvajanje i optičko oblikovanje puteva i površina slobodnog prostora, zatvaranje i odvajanje od neposrednog uticaja na sajamski prostor (prema važećim propisima), označavanje prostora izvan sajma (ulazak, izlazak itd.), angažovanje službi saobraćajne policije, Crvenog krsta itd. plakatiranje, pregovori sa eksternim firmama (tzv. podpreduzimaćima) kojima je prepušteno izgradnje, razgradnje i opremanje štandova, obezbjeđenje struje, vode, nadzora itd. uz adekvatne komercijalne ugovore odlična mogućnost za racionalizaciju sredstava organizatora i njihovo usmjeravanje na reklame i akvizicione koncepte. Time se postiže raznovrsnost ponude i veća fleksibilnost u odnosu na specifične zahtjeve izlagača, a podpreduzimači se i sami zauzimaju za pridobijanje istog tržišta. Poslovno-organizacione aktivnosti ili tzv. sajamski biro spreman je u ovakvim uslovima za izradu računa i postupaka opomena; administraciju/stanje/ i obračun reklamnih sredstava, tehničke dokumentacije, akreditivki za stručne posjetioce, iskaznica za izlagače, izradu kataloga itd. Neophodno je voditi računa i o specifičnim potrebama medija, pripremanju sala za prezentacije i pres-konferencije, angažovanju i obuci персонала, kasama i prodaji karata, informacijama za posjetioce i prodaji reklamnih sredstava, pripremi anketa za izlagače i posjetioce, poštovanju zakona i propisa u vezi sa odvijanjem sajma (fiskalne kase, inspekcije i sl.), osiguranjima, controllingu i još nizu specifičnih detalja koji utiču na kvalitet organizacije.

U želji da i samo doprinesete promociji turističkih mogućnosti Crne Gore Udruženje se angažovalo na izgradnji servisa obuke za prezentaciju preduzeća i proizvoda na sajmovima i ponudilo besplatan servis u vidu cick off kurseva o kojima se više informacija može dobiti u News Poolu na internet stranici www.visit-mha.org.

Na kraju želimo završiti jednom konkretnom inicijativom i pozivom: Naše Udruženje vidi veliku šansu da Crna Gora izgradi modernu turističku privredu. Kao strukovna asocijacija želimo aktivno učestvovati u procesu njenog oblikovanja i rado nudimo svoju pomoć preduzećima i organizacijama koje se žele predstavljati na sajmovima. Tu prije svega mislimo na know how za pripremu učesća ali i na saradnju prilikom organizacije sajamskih izložbi. Sa druge strane Udruženje organizuje u saradnji sa Zanatskom Komorom Koblenc Konferenciju seminarskog tipa pod nazivom „Turizam i Zanatstvo“ koja će se održati od 20-22. juna o.g. i koja će okupiti najvažnije stakeholdere u oblasti turizma i ukazati na nove mogućnosti saradnje na ovom području. Ovom prilikom srdačno pozivamo Vas i Vaše saradnike na razmjenu iskustva. Ovakve prilike takođe pružaju mogućnost za ličnu akviziciju. Program manifestacije stijedi u prilogu.

U nadi da smo ponudili zanimljive teme za razmišljanje ostajemo

s prijateljskim pozdravima,

Boris Marčonović
Savjetnik MHA

Dragica Drekalović
Predsjednica

Darko Bulatović
Član Upravnog odbora

Mehmed Adrović
Član Upravnog odbora

Ivana Zec
Član Upravnog odbora

Kopija:
Ministarstvu turizma CG
Turističkoj Organizaciji CG



Udruženje Hotela Crne Gore
PIB: 02412934
Predsjednica: Dragica Drekalović

Žiro račun
505-3693-50
Atlasmont Banka Budva

Page 1 of 2



Udruženje Hotela Crne Gore
PIB: 02412934
Predsjednica: Dragica Drekalović

Žiro račun
505-3693-50
Atlasmont Banka Budva

Page 2 of 2





Doveli smo u Crnu Goru Globalni Rezervacioni Sistem PEGASUS i omogućili bukabilnost hotela





Organizovali smo više takmičenja i osvojili više zlatnih medalja





Inicirali smo potpisivanje etičkog kodeksa ECPAT za sprječavanje zloupotrebe djece u turizmu i seks trafikinga





Izdato 3 prospekta, 2 benchmark analize i 5 analiza tržišta





Počeli smo da povezujemo turizam i poljoprivredu 2005.



Budva, 23.12.2005.





Organizovali smo više B2B susreta od 2004. do danas

B 2 B

SUSRET TURISTIČKE PRIVREDE,
MLJEKARA I TRGOVACA

05.05.2009.

Hotel Podgorica u Podgorici



Susret su organizovali USAID iz Srbije i Udruženje hotela Crne Gore
Tel: 020 / 667 810, Faks: 020 665 630, E-Mail office@visit-mha.org, www.visit-mha.org



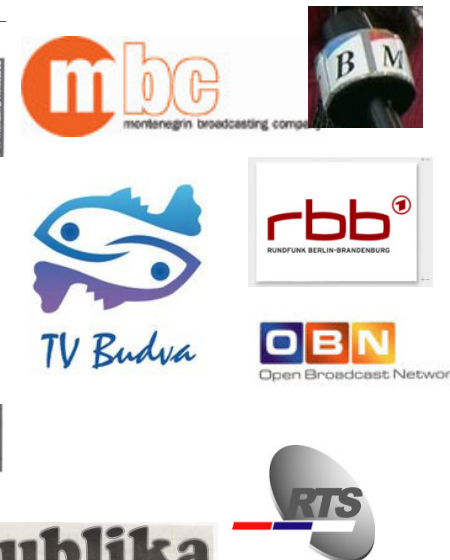


Organizovali smo više od 400 aktivnosti za branšu





Mediji su sa pažnjom prenosili stavove naših članova

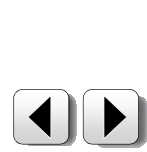


ZANATSKI LIST





Neki stavovi MHA su pokrenuli ozbiljne rasprave o gorućim pitanjima u crnogorskom turizmu





Zauzimamo se za socijalnu odgovornost u branši i to za:

poštovanje ekoloških i socijalnih standarda. **Ekološki standardi:** eliminaciju freona, mikrobiološko održavanje klima uređaja, racionalniju upotrebu vode, upotrebu recikliranog papira, upotrebu solarne enegije. **Socijalni standardi:** kupovina kafe od firmi koje garantuju da djeca nisu uključena u berbe, poštovanje ILO konvencija, zaštita djece na putovanjima.





Naši privredno-politički ciljevi su:

1. Dovođenje low cost kompanija i njihovo subvencionisanje od strane privrede
2. Efikasnija marketinška politika prema tržištima iz regiona
3. Unapređenje reklamnih kampanja NTOa
4. Ukidanje eko-takse za turiste
5. Povratak dijela novca od obaveznog članstva u turističkim organizacijama radi finansiranja neophodnih aktivnosti turističke privrede
6. Učešće privrede u gremijama turističkih organizacija radi poboljšanja destinacijskog menadžmenta i kampanja bliskih interesima privrede
7. Kategorizacija prema kvalitetu usluga a ne samo prema arhitekturi objekata
8. Socijalni dijalog gdje će 1/3 posloprimaca biti u gremijama poslodavaca
9. Promjena tarifiranja struje za mala i srednja preduzeća
10. Intenzivnija saradnja privrede na Balkanu



HVALA

PowerPoint

**Udruženje Hotela
Crne Gore**

Njegoševa 45 (PC Petrović)
MNE-81000 Podgorica

Tel: 020 667 810
Fax: 020 665 630

boris.mardjonovic@gmail.com
www.visit-mha.org

Predsjednica
Dragica Drekalović