

Nacionalna turistička organizacija Crne Gore

# **Knjiga standarda**

## **Montenegro Quality**



April 2026.

## Uvod

Knjiga standarda sadrži posebne uslove koje trebaju ispuniti pravna ili fizička lica registrovana za obavljanje turističke i ugostiteljske djelatnosti u Crnoj Gori, kao i pravna i fizička lica registrovana za obavljanje povezanih djelatnosti u Crnoj Gori za sticanje prava na korišćenje kolektivnog žiga Montenegro Quality.

Posebni uslovi su dati po vrstama usluga/djelatnosti, i to:

- 1) Montenegro Quality standardi za hotele i slične objekte (turističko naselje, motel, pansion, eco lodge i wild beauty resort), integralni (udruženi) hotel i turistički rizort;
- 2) Montenegro Quality standardi za kamp sa najviše 15 smještajnih jedinica;
- 3) Montenegro Quality standardi za kamp sa 16 i više smještajnih jedinica;
- 4) Montenegro Quality standardi za turističke apartmane i kuće;
- 5) Montenegro Quality standardi za etno sela, gostionice i odmarališta;
- 6) Montenegro Quality standardi za hostele;
- 7) Montenegro Quality standardi za seoska domaćinstva;
- 8) Montenegro Quality standardi za restorane;
- 9) Montenegro Quality standardi za picerije;
- 10) Montenegro Quality standardi za konobe;
- 11) Montenegro Quality standardi za poslastičarnice;
- 12) Montenegro Quality standardi za barove;
- 13) Montenegro Quality standardi za lokalne proizvođači;
- 14) Montenegro Quality standardi za suvenirnice;
- 15) Montenegro Quality standardi za nacionalne parkove;
- 16) Montenegro Quality standardi za atrakcije;
- 17) Montenegro Quality standardi za skijališta;
- 18) Montenegro Quality standardi za muzeje i galerije;
- 19) Montenegro Quality standardi za SPA centre;
- 20) Montenegro Quality standardi za turističke agencije;
- 21) Montenegro Quality standardi za aerodrome;
- 22) Standardi održivosti za MQ;

- 23) Montenegro Quality standardi za garni hotele;
- 24) Montenegro Quality standardi za male hotele;
- 25) Montenegro Quality standardi za online agencije;
- 26) Montenegro Quality standardi za plažne barove;
- 27) Montenegro Quality standardi za subjekte koji pružaju usluge prevoza putnika.

Ukoliko za određenu vrstu djelatnosti nije primjenljiv neki od utvrđenih uslova taj uslov se isključuje iz postupka, a ispunjenost uslova i bodovanje se vrši na osnovu primjenljivih uslova.

Knjigom standarda definisan je i logo kolektivnog žiga Montenegro Quality i dato uputstvo za korišćenje žiga.

<b>Montenegro Quality - Standardi za: - hotel i slične objekte (turističko naselje, motel, pension, eco lodges i wild beauty resort);</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima hotela (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja hotela:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih radnika (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	2	
	40% stalnih- 60% sezonskih	4	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih- 40% sezonskih	8	
	70% stalnih- 30% sezonskih	10	10
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 3*/na 100 soba	70-80	10	
	više od 80	15	
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 4*/na 100 soba	80-95	10	
	više od 95	15	
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 5*/na 100 soba	95-150	10	
	više od 150	15	15
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>SUVENIRNICA</b>			
Ukoliko hotel ima suvenirnicu u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
<b>PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		

U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U stalnoj ponudi hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ U HOTELU</b>			
U dizajnu hotela prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileni cvijeće visokog kvaliteta).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu hotela preovladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		

Okolina je uredan, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika u prostoru doprinosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu hotela preovladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U hotelu koji ima animaciju (dječja igraonica, predstava, sportska druženja, i sl.) 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>SOBA HOTELA</b>			
U sobi hotela u mini baru najmanje 2 proizvoda proizvedena u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
U sobi hotela je prirodna kozmetika	Da	5	5
	Ne	0	
<b>KONGRESNA PONUDA</b>			
Konferencijska dvorana	Da	5	5
Digitalna moderna oprema prilagođena za videokonferencije	Da	5	5
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni na recepciji imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koji pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta shodno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a</b>			
Saradnja/ugovor hotela s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili sa kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hotela.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hotela; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korišćenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		

Hotel ima standardne operacijske procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole. (prosjeak po smještajnoj jedinici).	1 recenzija po SJ	OSNOVNI STANDARD	
	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijskih spomenika, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se unapređuje promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentuje ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objavljuju se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Pri ulasku u objekat, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	2	2
	Ne	0	
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	10	10
	Ne	0	
			198
			max br bodova
<b>Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.</b>			
Bronzani znak: 55-70 % bodova			
Srebrni znak: 70-85% bodova			
Zlatni znak: 85 i više			

<b>Montenegro Quality - Standardi za kamp sa najviše 15 smještanih jedinica</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja kampa:	3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-4 mjeseci	8	
	više od 4 mjeseca	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih u toku glavna 4 mjeseca rada (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih - 70% sezonskih	1	
	40% stalnih - 60% sezonskih	2	
	50% stalnih - 50% sezonskih	6	
	60% stalnih - 40% sezonskih	8	
	70% stalnih - 30% sezonskih	10	10
Sanitarije: sušenje ruku vazduhom (Dyson i ostali uređaji)	Da	5	5
	Ne	0	
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
Prilagođenost za osobe sa poteškoćama u kretanju	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti naziv)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi min. 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
U ponudi restorana dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	

Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalna rješenja: otvaranje rampe očitavanjem tablica automobila za ljude koji su prijavljeni u kampu	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ U KAMPU</b>			
U dizajnu kampa prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisanih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Animacija kampa sadrži najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Dodatne aktivnosti: dostupnost sportskih sadržaja	Da	5	5
	Ne	0	
<b>U SMJEŠTAJNIM JEDINICAMA KAMPA</b>			
U smještajnoj jedinici je prirodna kozmetika čiji su prirodni sastojci lokalnog porijekla ili inspirirani Crnom Gorom.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima u kampu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge, te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta u skladu sa željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a, SUVENIRNICA</b>			
Ukoliko kamp ima suvenirnicu, u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Saradnja/ugovor kampa s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koje imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	Da	5	5
	Ne	0	
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hotela.	Da	5	5
	Ne	0	
Koriste se transferi/taxi usluge koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.			

<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hotela, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Kamp ima standardne operativne procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave/kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje po smještajnoj jedinici.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave/kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		

Na web stranici, gost ima mogućnost informacija o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentuje se ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	
Pri ulasku u objekat, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	
			211
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<b>Montenegro Quality - Standardi za kamp sa 16 i više smještajnih jedinica</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja kampa:	najmanje 3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-4 mjeseci	8	
	više od 4 mjeseca	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih u toku glavna 4 mjeseca rada (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	1	
	40% stalnih- 60% sezonskih	2	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih - 40% sezonskih	8	
	70% stalnih - 30% sezonskih	10	10
Sanitarije: sušenje ruku vazduhom (Dyson i ostali uređaji)	Da	5	5
	Ne	0	
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	
Prilagođenost za osobe sa poteškoćama u kretanju	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti naziv)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi min. 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		

U ponudi restorana dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalna rješenja: otvaranje rampe očitavanjem tablica automobila za ljude koji su prijavljeni u kampu	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ U KAMPU</b>			
U dizajnu kampa prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu preovladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	

U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisan biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Animacija kampa sadrži najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Dodatne aktivnosti: dostupnost sportskih sadržaja	Da	5	5
	Ne	0	
<b>U SMJEŠTAJNIM JEDINICAMA KAMPA</b>			
U smještajnoj jedinici je prirodna kozmetika čiji su prirodni sastojci lokalnog porijekla ili inspirisani Crnom Gorom.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima u kampu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge, te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji potiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta u skladu sa željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a, SUVENIRNICA</b>			
Ukoliko kamp ima suvenirnicu, u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Saradnja/ugovor kampa s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koje imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	Da	5	5
	Ne	0	
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hotela.	Da	5	5
	Ne	0	
Koriste se transferi/taxi usluge koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.			
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Preporučuje se aktivno poticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hotela, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Kamp ima standardne operativne procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	

Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje po smještajnoj jedinici.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost informacija o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentuje se ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	
			211
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<i>Montenegro Quality - Standardi za turističke apartmane i kuće</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BROJ BODOVA</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, djelatnici, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Poslovanje. Upisuje se broj mjeseci iznajmljivanja.	do 3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-5 mjeseci	5	
	od 5 - 7 mjeseci	7	
	više od 7	10	10
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>FASADA OBJEKTA</b>			
Fasada je završena, uredna.	OSNOVNI STANDARD		
Fasada je bez vidljivih zaprljanja ili tragovi algi i mahovine.	OSNOVNI STANDARD		
Vanjska stolarija treba biti uredna i redovno održavana.	OSNOVNI STANDARD		
<b>TERASE, BALKONI, VANJSKI SADRŽAJI</b>			
Baštenske i balkonske garniture nisu izrađene od plastike niskog kvaliteta, uredne su i neoštećene.	OSNOVNI STANDARD		
Jastuci za baštenske stolice moraju biti izrađene od lako perivog materijala te moraju biti uredni i čisti.	OSNOVNI STANDARD		
Obavezna je vanjska rasvjeta koja osigurava dovoljnu vidljivost gostima noću prilikom ulaska u smještaj.	OSNOVNI STANDARD		
Vrt treba biti uredan s pretežito lokalnim biljem, najmanje 30 %.	OSNOVNI STANDARD		
Ograde trebaju biti uvijek uredne i svježije obojane.	OSNOVNI STANDARD		
Roštilj uredan, prilagođen rukovanju gostima te udovoljava svim sigurnosnim standardima.	Da	5	5
	Ne	0	
Izdavalac smještaja goste informiše o vrsti parkirališta kojega nudi ili, ako objekt nema parkiralište, izdavalac smještaja na to goste upozorava.	OSNOVNI STANDARD		
Paljenje vanjske rasvjete na senzor ili postavljanje solarnih svjetiljki u vrtu.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>OPREMA OBJEKTA - Trpezarije</b>			
Stolovi i stolice nisu izrađene od plastike niskog kvaliteta.	OSNOVNI STANDARD		

PVC stolnjaci niskog kvaliteta ne koriste za prekrivanje stola.	OSNOVNI STANDARD		
<b>OPREMA OBJEKTA - Kuhinja</b>			
U kuhinji se nalazi jedan manji (2 litra) i jedan veći lonac (4 litra), jedan tiganj, zdjela za salatu (staklena/keramička), korpa za kruh, šolje za mlijeko i kafu, otvarač za vino i flaše, podložak za lonac, jedan veliki višenamjenski nož, daska za rezanje, pleh za pečenje.	OSNOVNI STANDARD		
Sve posuđe u objektu je neoštećeno, čaše i pribor za jelo ujednačeni i u kompletu.	OSNOVNI STANDARD		
Po dolasku gostiju, u kuhinji se nalazi novi sunder za posuđe, deterdžent za posuđe i dvije kuhinjske krpe izrađene od 100 % pamuka – sve nekorišteno, a krpe oprane, opeglane i uredno složene.	OSNOVNI STANDARD		
<b>OPREMA OBJEKTA - Spavaća soba</b>			
Dušek je u dobrom stanju, najviše 5 godina starosti.	OSNOVNI STANDARD		
Na dušek postavljene perive naddušek.	Da	5	5
	Ne	0	
Ako izdavalac smještaja ima šarenu posteljinu, obavezan je imati najmanje jedan komplet bijele posteljine po krevetu.	OSNOVNI STANDARD		
Posteljina se dezinfekuje pranjem na 90 stepeni.	OSNOVNI STANDARD		
Postavljena su minimalno dva jastuka po gostu.	Da	5	5
	Ne	0	
Peškiri ne smiju biti oštećeni. Preporučuju se jednobojni ručnici perivi na 90 stupeni.	OSNOVNI STANDARD		
Peškiri se moraju zamijeniti kada nastupe vidljivi znakovi istrošenosti.	OSNOVNI STANDARD		
Na krevetu bijela posteljina premium kvaliteta.	Da	5	5
	Ne	0	
Peškiri i prekrivači premium kvaliteta.	Da	5	5
	Ne		
Jastuci imaju perivu zaštitu koja se pere pri svakoj smjeni gostiju pranjem na 90 stepeni.	Da	5	5
	Ne	0	

<b>OPREMA OBJEKTA - Kupatilo</b>			
U kupatilu gostima treba pripremiti sapun koji je nekorišten i nekorišten toaletni papir.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima je potrebno pripremiti najmanje dvije rolne (ili jedna do dvije po danu, zavisno o tome je li kapacitet smještajne jedinice za 2 ili 4 osobe). Preporučuje se troslojni toaletni papir.	OSNOVNI STANDARD		
Fuge, sanitarije, pločice su uredne, sve odaje osjećaj besprijeke čistoće.	OSNOVNI STANDARD		
Silikon oko tuš kabine ili kade potrebno je zamijeniti ako nije u besprijeжном stanju (gljivice, pljesan).	OSNOVNI STANDARD		
Sanitarije, ormarići, police bez tragova oštećenosti.	OSNOVNI STANDARD		
Prirodna kozmetika na usluzi gostima.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>OPREMA OBJEKTA - SOBNO BILJE</b>			
Sobno bilje nema intenzivan miris.	OSNOVNI STANDARD		
Cvijeće i sobne biljke nisu zapuštene (osušene i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Motivi slika i detalja su prihvatljivi za sve starosne grupe i ne narušavaju vjerske osjećaje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>DIZAJN</b>			
U dizajnu objekta preovladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna dopušta se svileni cvijeće visokog kvaliteta).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu objekta prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu sa podnebljem.	Da	5	5
	Ne	0	
Na terasama i balkonima suncobrani, jastučići, tende i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	Da	5	5
	Ne	0	
Ako je u objektu dopušten boravak kućnim ljubimcima, prilagođen je smještaj kućnim ljubimcima (ne koristiti insekticide, imati kućni red za goste sa psima, informacije o boravku kućnog ljubimca u destinaciji).	Da	5	5
	Ne	0	

<b>KLIMA UREĐAJ</b>			
Izdavalac smještaja je obvezan imati najmanje jedan klima uređaj po smještajnoj jedinici koji može održavati temperaturu od 21 - 27°C (osim planinskih destinacija).	OSNOVNI STANDARD		
Uredno i redovno se održava klima uređaj.	OSNOVNI STANDARD		
Gosti dobivaju ključeve smještajne jedinice i svih zajedničkih prostorija ili vrata koje gost ima pravo koristiti u razmjeri 1:2 (jedna smještajna jedinica - najmanje 2 ključa).	OSNOVNI STANDARD		
Izdavalac smještaja mora poštovati pravila privatnosti i osiguranja povjerljivosti dobijenih podataka o gostima, njihovim posjetiocima i aktivnostima tokom boravka u objektu.	OSNOVNI STANDARD		
<b>POZNAVANJE STRANIH JEZIKA</b>			
Osobe koje su u kontaktu sa gostom trebaju poznavati crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>OSTALI STANDARDI</b>			
Izdavalac smještaja je obvezan na vidljivom mjestu u smještajnoj jedinici istaknuti Kućni red.	OSNOVNI STANDARD		
Izdavalac smještaja je dostupan gostu 24 sata dnevno putem mobilnog telefona (izdavalac smještaja lično ili osoba zadužena za kontaktiranje s gostom tokom boravka).	OSNOVNI STANDARD		
Svaki gost dobija paket dobrodošlice. Sadržaj paketa određuje izdavalac smještaja prema vlastitoj procjeni (vino, suvo voće, rakija, voće, povrće, ...).	Da	5	5
	Ne	0	
Muzika u zajedničkom prostoru pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih.	OSNOVNI STANDARD		
U unutrašnjem prostoru koriste se prirodni mirisi i eterična ulja destinacije koja imaju dezinfekcijska svojstva te stvaraju osjećaj svježine.	Da	5	5
	Ne	0	
Dodatne usluge: dostupnost bicikala, sub, i sl.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INTERNET</b>			
Gostima se pružaju podaci za korišćenje interneta na području objekta u zajedničkim prostorima te u sobama i apartmanima.	OSNOVNI STANDARD		
Ako se objekt nalazi na mjestu gdje nema interneta ili na mjestu na kojem je slaba pokrivenost signalom, izdavalac smještaja gosta je na vrijeme prije dolaska o tome informisao.	OSNOVNI STANDARD		

Gostima se na vidnom mjestu obezbjeđuju napisani naziv mreže i lozinka za pristup besplatnoj internet (Wi-Fi) mreži.	OSNOVNI STANDARD		
<b>TRANSFERI, RENT A CAR</b>			
Organizacija transfera u režiji turističkih agencija ili službene taxi usluge s područja Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Transferi koje koristi izdavalac smještaja imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Izdavalac smještaja saraduje s turističkim agencijama i taxi službama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i slično.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (prosjeak po sještajnoj jedinici) za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Smještaj ima standardne operativne procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	10	10
	Ne	0	
<b>DESTINACIJSKA PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Domaćini informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou, tradiciji i specifičnosti destinacije (restorani, zabava, muzeji, prevoz, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		

Na vlastitoj web stranici (ukoliko postoji) prezentuje se ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici (ukoliko postoji), gost ima dostupnost informacija o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Kod domaćina su pripremljene, dopunjene i ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnostima koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	Da	5	5
	Ne	0	
Gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	
U usmenoj, online i pismenoj komunikaciji promocija najmanje 10 destinacijskih partnera.	Da	5	5
	Ne	0	
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave/podijele se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	
Na društvenim mrežama u jednom dijelu aktivno se promoviraju destinacijska ponuda.	Da	5	5
	Ne		
Izdavalac smještaja omogućava gostu prijavu i odjavu tako da gost može birati self check in ili prijavu uz prisustvo domaćina.	Da	5	5
	Ne		
Pri ulasku u objekt, kao welcome, se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	
UKUPNO BROJ BODOVA			151
			max br bodova
<b>Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.</b>			
Bronzani znak: 55-70 % bodova			
Srebrni znak: 70-85% bodova			
Zlatni znak: 85 i više			

<i>Montenegro Quality - Standardi za etno sela, gostionice i odmarališta</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja;	3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-6 mjeseci	8	
	više od 6 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati certifikat (potvrda o o ispunjavanju određenih svjetskih sertifikacionih kompanija / institucija).	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U stalnoj ponudi hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	OSNOVNI STANDARD		
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis i kratki opis partnerskih lokalnih proizvođača iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova iz Crne Gore, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>SUVENIRNICA</b>			
Ukoliko ima suvenirnicu u sadržaju ponude svi proizvodi sertifikovani i proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
<b>SMJEŠTAINI DIO</b>			
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileni cvijeće visokog kvaliteta).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu preovladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Ukoliko postoji muzika u prostoru treba da pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		

U dizajnu preovladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Ukoliko postoje aktivnosti na otvorenom, te animacijski programi, u potpunosti imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, bioraznolikosti, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>SOBA</b>			
Enterijer je potpuno prilagođen prirodi, sa prirodnim materijalima, sa tradicionalnim elementima.	OSNOVNI STANDARD		
U sobi u mini baru (ukoliko postoji) najmanje 2 proizvoda proizvedena u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U sobi je prirodna kozmetika.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi), ukoliko postoji infrastruktura.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Osobe koje su u kontaktu sa gostom trebaju poznavati crnogorski i enegleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Interaktivnost: Organizacija radionica za goste, uključivanje gostiju u svakodnevne aktivnosti domaćinstva.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		

Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole. Boduje se prosječan broj recenzija po jednoj smještajnoj jedinici/godišnje.	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno - istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	Da	5	5
	Ne	0	
Na vlastitoj web stranici se prezentuje ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	Da	5	5
	Ne	0	
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacija.	Da	5	5
	Ne	0	
			141
		max br bodova	

<b>Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.</b>	
Bronzani znak: 55-70 % bodova	
Srebrni znak: 70-85% bodova	
Zlatni znak: 85 i više	

<b>Montenegro Quality - Standardi za hostele</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima hostela (interijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja hostela:	najmanje 5 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	5-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	2	
	40% stalnih- 60% sezonskih	4	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih - 40% sezonskih	8	
	70% stalnih - 30% sezonskih	10	10
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>SUVENIRNICA</b>			
Ukoliko hostel ima suvenirnicu u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	

Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U stalnoj ponudi hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ U HOSTELU</b>			
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileni cvijeće visokog kvaliteta).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika u prostoru pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	

U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, prevoz, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	5	
	Ne	0	

U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	15	15
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji potiče se prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta u skladu sa željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a</b>			
Saradnja/ugovor hostela s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hostela.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hostela; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Hostel ima standardne operativne procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
od 40 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	3		

Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	od 40-60 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	4	
	60 i više recenzija za prethodnih 12 mjeseci	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentuje ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	2	2
	Ne	0	
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	10	10
	Ne	0	
			168
			max br bodova

<b>Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.</b>	
Bronzani znak: 55-70 % bodova	
Srebrni znak: 70-85% bodova	
Zlatni znak: 85 i više	

<i>Montenegro Quality - Standardi za seoska domaćinstva</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (interijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja;	3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-6 mjeseci	8	
	više od 6 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati certifikat (potvrdao o ispunjavanju određenih svjetskih certifikacijskih tvrtki/institucija) za subjekat ili usluge koje pruža shodno rješenju za obavljanje djelatnosti.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA</b>			
Jela, pića i napici koji se uslužuju u seoskom domaćinstvu moraju biti karakteristični za predio u kojem se seosko domaćinstvo nalazi i da ispunjavaju uslove utvrđene ovim zakonom i zakonom kojim se uređuje bezbjednost hrane.	OSNOVNI STANDARD		
Pripremanje i usluživanje toplih i hladnih jela, pića i napitaka iz pretežno sopstvene proizvodnje;	OSNOVNI STANDARD		
Usluživanje i degustacija vina i drugih alkoholnih i bezalkoholnih pića, kao i domaćih proizvoda iz pretežno sopstvene proizvodnje u uređenom dijelu stambenog ili poslovnog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili na otvorenom prostoru;	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore (uključujući izvorsku).	OSNOVNI STANDARD		
U stalnoj ponudi hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	OSNOVNI STANDARD		
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis i kratki opis lokalnih proizvođača iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova iz Crne Gore, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	

**SMJEŠTAJNI DIO SEOSKOG DOMAĆINSTVA**

Usluge smještaja u sobama za iznajmljivanje turistima, turističkim apartmanima i katunima, odnosno u kampu sa najviše 15 smještajnih jedinica, odnosno 30 lica istovremeno, najviše do deset soba, odnosno 20 ležaja, samo za fizička lica, samo za goste kojima se pružaju usluge ishrane, točenja pića i napitaka (doručak, polupansion ili puni pansion) iz pretežno sopstvene proizvodnje.

U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileno cvijeće visoke kvalitete).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Ukoliko postoji muzika u prostoru treba da pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Ukoliko postoje aktivnosti na otvorenom, te animacijski programi, u potpunosti imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>SUVENIRNICA</b>			
Ukoliko ima suvenirnicu u sadržaju ponude svi proizvodi sertifikovani i proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
<b>SOBA</b>			
Enterijer je potpuno prilagođen prirodi, sa prirodnim materijalima, sa tradicionalnim elementima.	OSNOVNI STANDARD		
U sobi je prirodna kozmetika čiji su prirodni sastojci lokalnog porijekla ili inspirisani Crnom Gorom.	Da	5	5
	Ne	0	0
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi), ukoliko postoji infrastruktura.	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, prevoz, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Osobe koje su u kontaktu sa gostom trebaju poznavati crnogorski i enegleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Interaktivnost: Organizacija radionica za goste, uključivanje gostiju u svakodnevne aktivnosti domaćinstva.	Da	5	5
	Ne	0	0
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko i bezgotovinsko plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	0
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole). Boduje se prosječan broj recenzija po jednoj smještajnoj jedinici/prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	1 recenzija / SJ	OSNOVNI STANDARD	
	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
	Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2
na 30-60% recenzija se odgovorilo		4	

	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	Da	5	5
	Ne	0	
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	
Gost ima mogućnost online rezervacija.	Da	5	5
	Ne	0	
			121
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka  
bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<i>Montenegro Quality - Standardi za restorane</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nedi određenu tematsku kuhinju (navesti koju)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi restorana više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	

U ponudi restorana dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi u stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ</b>			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
Objekat je tematizovan (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMIRANJE GOSTA</b>			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	15	15
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5

Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	
			146
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<b>Montenegro Quality - Standardi za picerije</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima einterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti koju)	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi picerije više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi picerije dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi u stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	

U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ</b>			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		

U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
Objekat je tematizovan (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave/kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave/kontrole).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave/kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	
			131
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<i>Montenegro Quality - Standardi za konobe</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nedi određenu tematsku kuhinju (navesti koju).	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi konobe više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi konobe dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi u stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	

U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ</b>			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
Objekt je tematizovan (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te potiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		

<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	
			131
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka  
bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<b>Montenegro Quality - Standardi za poslastičarnica</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUDA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi je više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi su dva veganska i dva bezglutenska proizvoda.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	

Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ</b>			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
Objekat je tematizovan (u dizajnu enterijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivim mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave /kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5

Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave /kontrolle. (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave /kontrolle).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave /kontrolle.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	0
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	0
			126
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<i>Montenegro Quality - Standardi za barove</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUDA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da pružate dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ</b>			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30% od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		

Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
Objekt je tematizovan (u dizajnu interijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisanih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMIRANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvješćem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave /kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave /kontrole. (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave /kontrole. ).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave /kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	5	5
	Ne	0	
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događanja, promotivne kampanje i sl.).	Da	5	5
	Ne	0	
			106
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<b>Montenegro Quality - Standardi za lokalne proizvođače</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokoj razini u svim segmentima poslovanja (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	3 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	3-6 mjeseci	8	
	više od 6 mjeseci	10	10
Svaki proizvod uredno je složen, u pakovanju sa navedenim nazivom proizvoda, logotipom, nazivom proizvođača.	OSNOVNI STANDARD		
Svaki proizvod uredno je u dizajniranom pakovanju, sa deklaracijom, dizajniranim natpisom i etiketom.	Da	5	5
	Ne	0	
Međunarodno priznati sertifikat (potrebno priložiti)	Da	5	5
	Ne	0	
<b>Ukoliko postoji PONUDA USLUGE HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi vlastiti proizvodi lokalnog proizvođača	OSNOVNI STANDARD		
Prostor za primanje gostiju uređen, namještaj i uređenje sa prirodnim materijalima, privlačan za boravak i prezentaciju proizvoda	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	OSNOVNI STANDARD		
Prikaz i prezentacija proizvoda: svaki proizvod opisan, opisana primjena, ljekovitost i slično.	Da	5	5
	Ne		
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisan biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMIRANJE GOSTA</b>			
U komunikaciji s gostom preporučuju se lokalni proizvodi iz Crne Gore, sa pričom o proizvodu, tradiciji, načinu izrade i slično.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposlenih pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promoviraju proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		

Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, saobraćaj, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje o tradicionalnim vrijednostima.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koji pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Osobe koje su u kontaktu sa gostom trebaju poznavati crnogorski i engleski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta u skladu željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno uz gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda	OSNOVNI STANDARD		
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku 24 sata	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5

<p>Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole). Boduje se prosječan broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.</p>	<p>od 20 recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole</p>	3	
	<p>od 21-50 recenzije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole</p>	4	
	<p>51 i više recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole</p>	5	5
<p>Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.</p>	<p>na 10% do 30% recenzija se odgovorilo</p>	2	
	<p>na 30-60% recenzija se odgovorilo</p>	4	
	<p>na više od 60% recenzija se odgovorilo</p>	6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
<p>U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).</p>	OSNOVNI STANDARD		
<p>Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.</p>	OSNOVNI STANDARD		

Na vlastitoj web stranici (ukoliko postoji) se prezentuje ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima (ukoliko je potrebno unaprijed za neke usluge rezervirati termine).	Da	5	5
	Ne	0	
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici (ukoliko postoji) gost ima mogućnost web shopa i rezervaciji termina radionicama, posjetama i slično.	Da	5	5
	Ne	0	
			81
			max br bodova

<b>Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.</b>	
Bronzani znak: 55-70 % bodova	
Srebrni znak: 70-85% bodova	
Zlatni znak: 85 i više	

<i>Montenegro Quality - Standardi za suvenirnicu</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BROJ BODOVA</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>UREĐENJE I DIZAJN</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići, tende i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredan s pretežito lokalnim biljem, najmanje 30 %.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna dopušta se svileni cvijeće visoke kvalitete).	Da	5	5
	Ne	0	0
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	0
U mirisnoj animaciji implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisan biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	0
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	0
<b>PONUĐA I PROFESIONALNOST</b>			
Sadržaj ponude suvenirnice najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Gosti u suvenirnici dobijaju informacije i priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Sadržaj ponude suvenirnice najmanje 50 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	0
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	0
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	Da	5	5
	Ne	0	0
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima je omogućeno uz gotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	0
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		

Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
Broj recenzija godišnje za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju/prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	93 i više	5	5
	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
Međunarodno priznati sertifikat	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PROMOCIJA I SURADNJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici (ukoliko postoji), prezentuje se ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	0
Na web stranici, gost ima mogućnost online kupovine, te online rezervacije za proizvode/radionice i sl. koji su u ponudi.	Da	5	5
	Ne	0	0
Najmanje jednom tjedno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	Da	5	5
	Ne	0	0
Saradnja sa kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	Da	5	5
	Ne	0	0

Dodatne aktivnosti: Organizacija radionica i prezentacija, saradnja sa lokalnim proizvođačima, umjetnicima i sl.	Da	5	5
	Ne	0	0
Poslovanje. Upisuje se broj mjeseci otvorene suvenirnice.	4 mjeseca	4	
	od 4 do 6 mj.	6	
	od 6 do 8 mj	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
			91
			max br bodova

<b>Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.</b>	
Bronzani znak: 55-70 % bodova	
Srebrni znak: 70-85% bodova	
Zlatni znak: 85 i više	

<i>Montenegro Quality - Standardi za nacionalne parkove</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja nacionalnog parka:	4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4 do 6 mjeseci	6	
	6 do 8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati sertifikat.	Da	5	5
	Ne	0	
Pristupačnost: Prilagođene staze za osobe sa invaliditetom, postavljanje informativnih tabli na više jezika.	Da	5	5
	Ne	0	
Obrazovanje: Informativni centri, vođene ture sa fokusom na edukaciju, programi za podizanje svijesti o zaštiti prirode.	Da	5	5
	Ne	0	
Dodatne aktivnosti: Organizacija ekotura i volonterskih programa, sportske i rekreativne aktivnosti.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vrste hleba: klasični bijeli kruh, kruh s cjelovitim žitaricama i jedna vrsta bezglutenskog hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 5 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne		
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		

U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ U NACIONALNOM PARKU</b>			
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere .	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisanih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Animacijski programi sadrže najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz NP Crne Gore	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitim i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, saobraćaj, shopping itd.).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu vlastite proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna saradnja s komplementarnim destinacijskim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	10	10
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	15	15
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete u skladu sa željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a</b>			
Saradnja/ugovor sa rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi/taxi usluge koji imaju vozače koji znaju najmanje crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>SUVENIRNICA</b>			
Ukoliko nacionalni park ima suvenirnicu u sadržaju ponude najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	OSNOVNI STANDARD		

<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole. (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici, prezentuje se ponuda destinacije s najmanje 10 dionika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		

Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije usluga koje se mogu unaprijed rezervirati te online kupovine karata.	Da	10	10
	Ne	0	
			166
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

Napomena: Ukoliko subjekt pruža usluge hrane i pića primjenjuju se uslovi i kriterijumi iz standarda, a ukoliko subjekt ne pruža usluge hrane i pića, već je restoran ili drugi ugostiteljski objekat u vlasništvu drugog subjekta, isključuje se segment Ponuda u usluzi hrane i pića iz sistema bodovanja, dok procenat definisan za različite nivoe žiga ostaje kako je definisan standardima.

<i>Montenegro Quality - Standardi za atrakcije</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4 do 6 mjeseca	6	
	više od 6 mjeseca	8	8
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vrste hleba: klasični bijeli hleb, hleb sa cjelovitim žitaricama i jedna vrsta bezglutenskog hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne		
U stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	

Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ</b>			
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisanih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Animacijski programi sadrže najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnost ima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Dodatne usluge: Ponuda aktivnosti izvan sezone (npr. planinarenje, biciklizam), organizacija sportskih takmičenja i događaja.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMIRANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivim mjestima naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, saobraćaj, shopping itd.).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu vlastite proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		

Postoji stalna saradnja s komplementarnim destinacijskim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvaliteta usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije usluga koje se mogu unaprijed rezervirati te online kupovine karata.	Da	10	10
	Ne	0	
			124
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

**Napomena: Ukoliko subjekt pruža usluge hrane i pića primjenjuju se uslovi i kriterijumi iz standarda, a ukoliko subjekt ne pruža usluge hrane i pića, već je restoran ili drugi ugostiteljski objekat u vlasništvu drugog subjekta, isključuje se segment Ponuda u usluzi hrane i pića iz sistema bodovanja, dok procenat definisan za različite nivoe žiga ostaje kako je definisan standardima**

<b>Montenegro Quality - Standardi za skijališta</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja skijališta:	2 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	2 do 3 mjeseca	6	
	više od 3 mjeseca	8	8
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vrste hleba: klasični bijeli hleb, hleb sa cjelovitim žitaricama i jedna vrsta bezglutenskog hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne		
U stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	

Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da jela pružaju dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ NA SKIJALIŠTU</b>			
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisanih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Animacijski programi sadrže najmanje 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnost ima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Dodatne usluge: Ponuda aktivnosti izvan sezone (npr. planinarenje, biciklizam), organizacija sportskih takmičenja i događaja.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitim i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama, tradiciji (materijalnoj i nematerijalnoj te prirodnoj baštini s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, saobraćaj, shopping itd.).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu vlastite proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna saradnja s komplementarnim destinacijskim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole. (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije usluga koje se mogu unaprijed rezervirati te online kupovine karata.	Da	10	10
	Ne	0	
			124
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

**Napomena: Ukoliko subjekt pruža usluge hrane i pića primjenjuju se uslovi i kriterijumi iz standarda, a ukoliko subjekt ne pruža usluge hrane i pića, već je restoran ili drugi ugostiteljski objekat u vlasništvu drugog subjekta, isključuje se segment Ponuda u usluzi hrane i pića iz sistema bodovanja, dok procenat definisan za različite nivoe žiga ostaje kako je definisan standardima**

<b>Montenegro Quality - standardi za muzeje i galerije</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BROJ BODOVA</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
Zaposleni aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna s pretežitom lokalnim biljem, najmanje 30 %.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
Ukoliko postoji suvenirnica, sadržaj ponude suvenirnice najmanje 25 % proizvoda koji su proizvedeni u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu napisani naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	Da	5	5
	Ne		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
Gostima je omogućeno gotovinsko i kartično plaćanje.	Da	5	5
	Ne	0	
Na vlastitoj web stranici (ukoliko postoji), prezentuje se ponuda destinacije s minimalno 10 subjekata u destinaciji.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici gost ima mogućnost online bookinga pojedinih usluga za koje je potrebna rezervacija.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PROMOCIJA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitim i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		

Na web stranici, gost ima mogućnost online kupovine karata.	Da	5	5
	Ne	0	
Interaktivnost: Dostupnost (uključivanje) digitalnih vodiča, virtualnih tura i interaktivnih sadržaja.	Da	5	5
	Ne	0	
Obrazovni programi: Organizacija predavanja, radionica, specijalnih događaja (za posjetitelje svih uzrasta).	Da	5	5
	Ne	0	
Lokalna kultura: Promocija lokalne umjetnosti i istorije kroz specijalne izložbe.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju posjetitelja/za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Poslovanje. Upisuje se broj mjeseci otvorenog muzeja/galerije.	4 mjeseca	2	
	od 4 do 6 mj.	4	
	od 6 do 8 mj	6	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
			86
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

**Napomena: Ukoliko subjekt ne vrši naplatu karata, odnosno ukoliko je ulaz otvoren za javnost bez naplate, isključuju se bodovi koji se odnose na uslov: 'Na web stranici gost ima mogućnost online kupovine karata', a bodovanje se vrši na osnovu preostalih primjenjivih kriterijuma i utvrđenog procenta.**

Montenegro Quality - Standardi za SPA (odnosi se za SPA salone koji se nalaze izvan hotela, turističkih naselja i slično)	ODGOVORI	BODOVI	max mogući BROJ BODOVA
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ U SPA</b>			
U dizajnu prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna dopušta se svileni cvijeće visokog kvaliteta).	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika u prostoru pridonosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem, uređeno u skladu sa konceptom.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspirisanih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>SPA PONUDA</b>			
Ponuda SPA centra u ponudi su najmanje 2 usluge koje uključuju korištenje prirodnih eteričnih ulja inspirisanih Crnom Gorom.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi SPA centra gostu se ponudi osvježavajući napitak od lokalnih proizvoda (prirodna aromatizovana voda ili prirodni čaj).	OSNOVNI STANDARD		
Ponuda SPA centra u ponudi je najmanje 5 usluga koje uključuju korištenje prirodnih eteričnih ulja inspirisanih Crnom Gorom.	Da	5	5
	Ne	0	
Ponuda sadrži korištenje prirodne sertifikovane kozmetike sa sastojcima iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik. Preporuka je poznavanje barem još jednog svjetskog jezika.	OSNOVNI STANDARD		
50 % zaposlenih aktivno poznaje još jedan strani jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom.	Da	15	15
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvalitete u skladu sa željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	0
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovito se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija godišnje za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5

Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Proaktivno se u komunikaciji potiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te pruža stalno viši nivo kvaliteta usluge.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentuje se ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
			86
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<b>Montenegro Quality – Standardi za turističke agencije organizatore putovanja (turoperatore) i posrednike (sub-agente)</b>	<b>ODGOVORI</b>	<b>BODOVI</b>	<b>max mogući BROJ BODOVA</b>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, prevoz, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	

Proaktivno se u komunikaciji podstiče se prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta u skladu sa željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a</b>			
Saradnja s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korišćenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Turistička agencija ima standardne operativne procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	10 recenzija	OSNOVNI STANDARD	
	od 20 do 40 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	3	
	od 40-60 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	4	
	60 i više recenzija za prethodnih 12 mjeseci	5	5

Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentira ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	Da	5	5
	Ne	0	
Pri ulasku u objekt, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	
			76
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<i>Montenegro Quality - Standardi za aerodrom</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4 do 6 mjeseca	6	
	više od 6 mjeseca	8	8
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUDA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vrste hleba: klasični bijeli hleb, hleb sa cjelovitim žitaricama i jedna vrsta bezglutenskog hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne		
U stalnoj ponudi imati hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>POSLOVANJE I DIZAJN</b>			
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvalitete te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
Uspešno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	

Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Vanjski prostor je uredan, bez vidljivih tragova nedovoljno kvalitetnog održavanja.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna i čista.	OSNOVNI STANDARD		
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki uspit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitim i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivim mjestima naziv mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Postoji stalna saradnja s komplementarnim destinacijskim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata, praćenje knjige pritužbi, praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		

Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dna prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dna prijave / kontrole. (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dna prijave / kontrole). Boduje se prosječan broj recenzija prema broju gostiju za prethodnih 12 mjeseci od dna prijave / kontrole. .	93 i više	5	5
	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2 do 4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dna prijave / kontrole.	4 % i i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici prezentira se ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i ponudama.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima mogućnost online rezervacije usluga koje se mogu unaprijed rezervirati te online kupovine karata.	Da	10	10
	Ne	0	0
			109
			max br bodova

<b>Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.</b>	
Bronzani znak: 55-70 % bodova	
Srebrni znak: 70-85% bodova	
Zlatni znak: 85 i više	

<i>Montenegro Quality standardi za garni hotele</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima hotela (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja hotela:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih radnika (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	2	
	40% stalnih- 60% sezonskih	4	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih- 40% sezonskih	8	
	70% stalnih- 30% sezonskih	10	10
<b>PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U stalnoj ponudi hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na popisu namirnica istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	

Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ U HOTELU</b>			
U dizajnu hotela prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileno cvijeće visokog kvaliteta).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu hotela preovladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika u prostoru doprinosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu hotela preovladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U hotelu koji ima animaciju (dječja igraonica, predstava, sportska druženja, i sl.) 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		

Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koji pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	

Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta shodno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a</b>			
Saradnja/ugovor hotela s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili sa kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hotela.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hotela; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korišćenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		

Hotel ima standardne operativne procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (prosjeak po smještajnoj jedinici).	1 recenzija /SJ	OSNOVNI STANDARD	
	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijskih spomenika, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se unapređuje promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentuje ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objavljuju se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Pri ulasku u objekat, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	2	2
	Ne	0	
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	10	10
	Ne	0	
			148
			max br bodova

<b>Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani,</b>	
Bronzani znak: 55-70 % bodova	
Srebrni znak: 70-85% bodova	
Zlatni znak: 85 i više	

<i>Montenegro Quality standardi za male hotele</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima hotela (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja hotela:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih radnika (stalni - sezonski radnici)	30% stalnih- 70% sezonskih	2	
	40% stalnih- 60% sezonskih	4	
	50% stalnih- 50% sezonskih	6	
	60% stalnih- 40% sezonskih	8	
	70% stalnih- 30% sezonskih	10	10
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 3*/na 30 soba	min 15 zaposlenih	10	
	više od 15	15	
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 4*/na 30 soba	min. 18	10	
	više od 18	15	
Ukupan broj zaposlenih u hotelu 5*/na 30 soba	min. 21	10	
	više od 21	15	15
Međunarodno priznati certifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA USLUGE HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 25 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje tri vegetarijanska jela, dva jela bez glutena, dva jela bez laktoze.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje dvije vrste hleba.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi više od 50 % ukupne ponude specijaliteta iz Crne Gore/ ili nudi određenu tematsku kuhinju (navesti).	Da	5	5
	Ne	0	

Je li estetski izgled jela atraktivan i uredan, te je li jelo u potpunosti usklađeno s opisom u meniju?	Da	5	5
	Ne		
U ponudi dva veganska jela.	Da	5	5
	Ne	0	
U stalnoj ponudi hleb lokalne recepture, pripremljen u vlastitoj kuhinji, bez aditiva.	Da	5	5
	Ne	0	
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke hrane i pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	10	10
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	
Postoji li u meniju inovativnost, poput tematskih menija koji su vezani za istorijske činjenice ili prilagođeni određenim manifestacijama?	Da	5	5
	Ne	0	
Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da usluga pruža dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	

<b>DIZAJN I UGOĐAJ U HOTELU</b>			
U dizajnu hotela prevladavaju dekoracije od svježeg ili suvog cvijeća/bilja (ako je dio dizajna, dopušta se svileni cvijeće visokog kvaliteta).	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu hotela prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	OSNOVNI STANDARD		
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom objekta i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okolina je uredna, sadnja lokalnog bilja u najmanjem udjelu od 30 % od ukupnog bilja.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika u prostoru doprinosi stvaranju ugodne atmosfere bez ometanja komunikacije gostiju i zaposlenih u prostoru.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu hotela prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
U mirisnoj animaciji u zajedničkim prostorima implementiran prirodni miris na bazi eteričnih ulja inspiriranih biljem Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U hotelu koji ima animaciju (dječja igraonica, predstava, sportska druženja, i sl.) 50 % programa koji imaju destinacijsku tematiku – priča iz Crne Gore, o atraktivnostima, istoriji, kulturi Crne Gore, doživljaju tokom boravka u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>SOBA HOTELA</b>			
U sobi hotela je prirodna kozmetika	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internetsku mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		

Zaposleni na recepciji informišu goste o sadržajima ponude na lokalnom i nacionalnom nivou (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni na recepciji imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim skupinama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koji pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na subjekte u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta shodno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		

<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a</b>			
Saradnja/ugovor hotela s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonska norma) ili sa kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima hotela.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska iz hotela; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korišćenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Hotel ima standardne operative procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	
Kvaliteta usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (prosjeak po smještajnoj jedinici).	1 recenzija /SJ	OSNOVNI STANDARD	
	od 2 do 4 recenzije/SJ	3	
	od 4-6 recenzije/SJ	4	
	6 i više recenzija/SJ	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6

<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijskih spomenika, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se unapređuje promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentuje ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objavljuju se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Pri ulasku u objekat, kao welcome se prikazuje destinacijski video materijal.	Da	2	2
	Ne	0	
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	10	10
	Ne	0	
			188

max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<i>Montenegro Quality standardi za online agencije</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično)	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni informišu goste o najvažnijim atrakcijama (materijalne i nematerijalne te prirodne baštine s posebnim naglaskom na nacionalne parkove i parkove prirode).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni recepcije informiraju goste o sadržajima ponude na lokalnoj i nacionalnoj razini (restorani, zabava, muzeji, promet, shopping itd.)	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni pružaju gostu priče o tradiciji, specifičnosti destinacije i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Saradnja s kulturnim ustanovama u destinaciji te s komplementarnim ustanovama kojima se može umrežiti znanje i destinacijska prezentacija.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	

Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju, te usmjeravaju gosta na privrednike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta shodno željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a</b>			
Saradnja s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, GPS praćenje i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonski osnov) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Online turistička agencija ima standardne operativne procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5

Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	minimum 10 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	od 20 do 40 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	3	
	od 40-60 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	4	
	60 i više recenzija za prethodnih 12 mjeseci	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentira ponuda destinacije s najmanje 10 subjekata u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici, gost ima pristup informacijama o cijenama i slobodnim terminima.	Da	5	5
	Ne	0	
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije.	Da	5	5
	Ne	0	
			71
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više

<i>Montenegro Quality standardi za plažne barove</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja	najmanje 4 mjeseca	OSNOVNI STANDARD	
	4-6 mjeseci	6	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Odnos sezonskih i stalnih zaposlenih (stalni - sezonski radnici)	30-70	1	
	40-60	2	
	50-50	3	
	60-40	4	
	70-30	5	5
Međunarodno priznati sertifikat	Da	5	5
	Ne	0	
<b>PONUĐA U USLUZI HRANE I PIĆA</b>			
U ponudi najmanje 3 vrsta vina iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 3 vrste rakije/likera iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrste vode iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
U ponudi najmanje 1 vrsta piva iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Na jelovniku istaknut popis lokalnih dobavljača iz Crne Gore te prilikom preporuke pića prvo se preporučuju proizvodi iz Crne Gore (npr. lokalno vino, domaća rakija).	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste 100 % prirodnih sokova bez aditiva iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 1 vrsta 100 % prirodnog čaja proizvedenog u Crnoj Gori.	Da	5	5
	Ne	0	
U ponudi najmanje 2 vrste vode iz Crne Gore.	Da	5	5
	Ne	0	
Brzina usluge (pozitivno ocjenjeno prosječno vrijeme čekanja).	Da	5	5
	Ne	0	
Uspješno i kvalitetno rješavanje reklamacija. Postoje procedure za rješavanje reklamacija.	Da	5	5
	Ne	0	

Jesu li gosti zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta te smatraju li da pružate dobru vrijednost za novac?	Da	5	5
	Ne	0	
<b>DIZAJN I UGOĐAJ</b>			
U dizajnu objekta prevladavaju detalji u skladu s podnebljem.	Da	10	10
	Ne	0	
Suncobrani, jastučići i sl. nisu reklamni (eventualno diskretno u nijansiranim slovima), već u skladu s dizajnom i u skladu s vizualnim obilježjima destinacije.	OSNOVNI STANDARD		
Okruženje je uredno.	OSNOVNI STANDARD		
Muzika pridonosi stvaranju ugodne atmosfere.	OSNOVNI STANDARD		
U dizajnu prevladavaju prirodni materijali.	Da	5	5
	Ne	0	
Objekt je tematizovan (u dizajnu enterijera, osmišljavanju naziva jela, dizajn jelovnika, priče o temi i slično).	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i točnom informacijom u roku od 24 sata.	OSNOVNI STANDARD		
U komunikaciji s gostom uvijek se najprije preporučuju proizvodi iz Crne Gore.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osigurava na vidljivima mjestima napisani ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
Digitalizacija: Omogućavanje online naručivanja, digitalni meni.	Da	5	5
	Ne	0	

<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko, bezgotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole (dokazuje se izvještajem za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole).	od 1% do 2% gostiju ocjenilo je kvalitet	3	
	od 2-4% gostiju ocjenilo je kvalitet	4	
	4 % i više gostiju ocjenilo je kvalitet	5	5
Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2	
	na 30-60% recenzija se odgovorilo	4	
	na više od 60% recenzija se odgovorilo	6	6
Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se provodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		
Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom mjesečno na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		

Gost ima mogućnost rezervacije stola.	Da	10	10
	Ne	0	0
Uključenje u destinacijske aktivnosti (događaje, promotivne kampanje i sl.).	Da	10	10
	Ne	0	0
			121
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka  
bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova
Srebrni znak: 70-85% bodova
Zlatni znak: 85 i više

<i>Montenegro Quality standardi za subjekte koji pružaju usluge prevoza putnika</i>	<i>ODGOVORI</i>	<i>BODOVI</i>	<i>max mogući BROJ BODOVA</i>
<b>POSLOVANJE</b>			
Čistoća na visokom nivou u svim segmentima (enterijer, eksterijer, zaposleni, oprema i slično).	OSNOVNI STANDARD		
Period poslovanja:	najmanje 6 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	6-8 mjeseci	8	
	više od 8 mjeseci	10	10
Međunarodno priznati sertifikat, ISO 9001.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>TEHNIČKI USLOVI</b>			
Sigurnost i kvalitet prevoza (tehničko stanje vozila, klima uređaj, osiguranje).	OSNOVNI STANDARD		
Standardne operativne procedure za kašnjenja, otkaze, izgubljen prtljag i incidente .	OSNOVNI STANDARD		
Vozni park: najmanje 80% vozila mlađe od 8 godina.	Da	5	5
	Ne	0	
Prevozno sredstvo ima GPS praćenje.	Da	5	5
	Ne	0	
Politika sigurnosti: zabrana pušenja u vozilu, ograničenje brzine, obavezne pauze na dužim relacijama.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>INFORMISANJE GOSTA</b>			
Na svaki upit gosta odgovara se na profesionalan način, sa cjelovitom i tačnom informacijom.	OSNOVNI STANDARD		
Gostima se osiguravaju na vidljivom mjestu ime mreže i lozinka za spajanje na besplatnu internet mrežu (Wi-Fi).	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni kvalitetno i sadržajno promovišu proizvode i usluge te podstiču dodatnu prodaju.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni imaju ažurirane informacije o destinaciji, informacije o kulturi, istoriji destinacije, mogućnosti koje se pružaju svim grupama gostiju (djeca, osobe s poteškoćama u kretanju, slabije pokretne osobe).	OSNOVNI STANDARD		
Vozači i operativa poznaju ključne atrakcije na relaciji i daju osnovne informacije, u skladu s destinacijskim kriterijumima.	OSNOVNI STANDARD		
Zaposleni su kompetentni za poslove koje pripadaju njihovom radnom mjestu, te aktivno poznaju crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		

Potvrda transfera s tačnim vremenom, lokacijom polaska i kontaktom vozača dostavlja se gostu min. 24 sata prije vožnje.	Da	5	5
	Ne	0	
Više od 50 % zaposlenih aktivno poznaje drugi svjetski jezik.	Da	5	5
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 100 eur/godišnje po zaposlenom	Da	5	
	Ne	0	
U edukaciju ulaže se najmanje 200 eur/godišnje po zaposlenom	Da	10	
	Ne	0	
U edukaciju se ulaže najmanje 500 eur/godišnje po zaposlenom	Da	15	15
	Ne	0	
Proaktivno se u komunikaciji podstiče prodaja, bilježe se preferencije gostiju te usmjeravaju gosta na privrednike u destinaciji koji pružaju isti ili viši nivo kvaliteta u skladu sa željama i preferencijama gostiju.	Da	5	5
	Ne	0	
<b>NAČIN PLAĆANJA</b>			
Gostima je omogućeno gotovinsko i kartično plaćanje.	OSNOVNI STANDARD		
<b>USLUGE TRANSFERA I RENT A CAR-a</b>			
Saradnja s rent a car agencijama koje imaju osiguranje vozila te koja imaju vozila ne starija od 8 godina, i sl.	OSNOVNI STANDARD		
Organizuju se transferi ili samostalno (ukoliko postoji zakonski osnov) ili kompanijama koje imaju vozače i vozila ujednačenim sa standardima.	OSNOVNI STANDARD		
Koriste se transferi koji imaju vozače koji znaju minimalno crnogorski i engleski jezik.	OSNOVNI STANDARD		
<b>UPRAVLJANJE KVALITETOM</b>			
Redovno se prati kvalitet usluga i proizvoda u objektu (anketiranje gostiju putem digitalnih alata; online anketiranje gostiju nakon odlaska; praćenje knjige pritužbi; praćenje online reputacije na mrežama i platformama).	OSNOVNI STANDARD		

Preporučuje se aktivno podsticanje gostiju na korištenje online platformi (Google Maps, Tripadvisor.com). Na vidljivom mjestu istaknuta je poruka s molbom za ostavljanje recenzija.	OSNOVNI STANDARD		
Subjekt ima standardne operativne procese koji se primjenjuju u svim segmentima poslovanja.	Da	5	5
	Ne	0	
Kvalitet usluge i proizvoda je na nivou najmanje 80/100. Dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole	80	OSNOVNI STANDARD	
	80-85	2	
	85-90	3	
	90-93	4	
	93 i više	5	5
Broj recenzija za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole	minimum 10 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	OSNOVNI STANDARD	
	od 20 do 40 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	3	
	od 40-60 recenzija za prethodnih 12 mjeseci	4	
	60 i više recenzija za prethodnih 12 mjeseci	5	5
	Odgovaranje na recenzije gostiju dokazuje se izvještajem online reputacije za prethodnih 12 mjeseci od dana prijave / kontrole.	na 10% do 30% recenzija se odgovorilo	2
na 30-60% recenzija se odgovorilo		4	
više od 60% recenzija		6	6
<b>PROMOCIJA</b>			
U komunikaciji s gostom se sprovodi promocija najmanje 10 destinacijskih partnera (nacionalni parkovi, muzeji, kulturno-istorijski spomenici, plaže, suvenirnice, restorani i sl.).	OSNOVNI STANDARD		

Na reklamnim materijalima, brošurama, društvenim mrežama, web stranici vrši se promocija destinacije kroz destinacijske fotografije i preporuke, čime se ostvaruje snažnija vlastita promocija, a istovremeno se osnažuje destinacijski proizvod.	OSNOVNI STANDARD		
Na vlastitoj web stranici se prezentuje ponuda destinacije s najmanje 10 privrednika u destinaciji.	OSNOVNI STANDARD		
Najmanje jednom sedmično na društvenim mrežama objave se novosti o aktivnostima nacionalne i lokalne turističke organizacije.	OSNOVNI STANDARD		
Na web stranici gost ima mogućnost online rezervacije i kupovine karte.	Da	10	10
	Ne	0	
			91
			max br bodova

**Marka kvaliteta Montenegro Tourism Quality predviđa tri nivoa kvaliteta koji se označavaju sa tri vrste znaka bronzani, srebrni i zlatni.**

Bronzani znak: 55-70 % bodova

Srebrni znak: 70-85% bodova

Zlatni znak: 85 i više