U Ekonomika ugostiteljstva 1. kolokvij ( 1 – 153 str.)

*Iz predgovora*

UGOSTITELJSTVO – djelatnost pružanja usluga smještaja, hrane i pića, veže se uz turizam kao društvenu pojavu

UGOSTITELJSKA PODUZEĆA – djeluju na dinamičnom turističkom tržištu podložnom stalnim promjenama pod utjecajem trendova turističke ponbude i potražnje

EKONOMIKA UGOSTITELJSKIH PODUZEĆA – mikroekonomska disciplina koja se bavi gospodarskim problemima ugostiteljskog poduzeća, istražuje čimbenike njegovog uspjega i spoznaje zakonikosti pojava u njegovom poslovanju; oblikuje se u nastavnu disciplinu koja obrazuje buduće menadžere

1 – 153 str.

Aspekti sagledavanja ekonomike i organizacije ugostiteljstva :

1. Ekonomski ( ostvaruje ekonomske ciljeve)
2. Pravni ( regulirano je zakonom )
3. Društveni ( odnos među ljudima)
4. Kulturni ( razmejna kulture i tradicije)
5. Politički ( odnos države spram ugostiteljstva )

UGOSTITELJSTVO – djelatnost iz područja pružanja usluga ( hrana, piće, smještaj )

* Ugostiteljstvo prema M. Štambuku – uslužna gospodarska djelatnost koja se sastoji u pružanju usluga smještaja, prehrane i pića

VRSTE UGOSTITELJSKIH USLUGA

1. Osnovne usluge ugostiteljstva : smještaj , hrana, piće
2. Sporedne ili dopunske : doček i ispraćaj, čuvanje stvari, zabava i sport, prijenos stvari i prijevoz osoba, davanje obavijesti, primanje i otpremanje pošte, čišćenje odjeće i obuće, prodaja roba i predmeta, pružanje frizerskih, zdravstvenih usluga...
3. Pomoćne usluge : održavanje objekta, opreme i uređaja, pečenje kruha, održavanje okoliša, usluge garažiranja i popravak automobila gostiju , pranje i peglanje ugostiteljskog rublja

KARAKTERISTIKE UGOSTITELJSKIH USLUGA

1. NEOPIPLJIVOST : ne može se probati prije konzumacije, uspješnost usluge temelji se na stručnoj izvedbi zaposlenika
2. HETEROGENOST : svaka je usluga posebna, zadovoljava jedinstvene zahtjeve kupaca
3. ISTODOBNOST STVARANJA I POTROŠNJE : usluga ne može biti proizvedena i skladištena, usluge postoje samo u vrijeme proizvodnje
4. NEODVOJIVOST : davatelj i korisnik usluge moraju biti prisutni, usluga slobodnog vremena mora biti smještena tamo gdje kupac želi koristiti uslugu

Finalizacijom materijalni ugostiteljski proizvodi ( hrana i piće ) dobivaju obilježje materijalne usluge dok ostale usluge ( smještaj i dopunske ) imaju obilježje „ čistih „ usluga ili osobnih.

Ugostiteljstvo s stajališta

1. tehnološkog procesa:
2. Hotelijerstvo
3. Restoraterstvo
4. Vremenskog razdoblja
5. opće ( posluje tijekom cijele godine, obuhvaća domicilno stanov a ne samo turiste)
6. Turističko ( tržišna orijentiranost, pretežno samo turisti alni i stanovnici)
7. Segment korisnika
8. stalno stalni korisnici tijekom cijele godine )
9. sezonsko ( zimska i ljetna sezona
10. Dužina boravka gostiju
11. prolazno ( manje od 3 dana )
12. pansionsko ( najmanje 3 dana )
13. Mjesto pružanja usluga
14. stacionarno
15. pokretno
16. Komercijalnost poslovanja
17. Komercijalno ( dostupno svim korisnicima )
18. Nekomercijalno ( određen segment korisnika npr.učenici, studenti, radnici )
19. Vlasništvo
20. Državno
21. privatno
22. mješovito

Hotelijerstvo – najznačajniji dio ugostiteljske mreže namjenjen prihvatu turista i posjetitelja, obuhvaća sve ugostiteljske usluge kojima je osnovna djelatnost pružanje usluga smještaja a koji tu uslugu proširuju na ostale usluge, čini receptivnu osnovu ( u razvijenim zemljama 2/3 )

Turistički potencijal države = broj kreveta u hotelskim i sličnim objektima / br stanovnika

Hrvatski potencijal 2011 je bio 0.03.

Karakteristike hotelijerstva :

1. Osobni karakter usluge ograničava mogućnosti primjene mehanizacije i automatizacije radnog procesa što podrazumijeva veliko angažiranje živog rada
2. Dvojni, proizvodno uslužni karakter rada dozvoljava omasovljene i standardizaciju
3. Poslovanje ovisi o turističkom prometu, ostvarenom broju posjeta i noćenja
4. Sezonski karakter potražnje i poslovanja ima utkjecaj na poslovanje hotelijerstva i rezultira malom iskorištenošću kapaciteta u hotelima
5. Hotelske usluge se prodaju nepoznatom kupcu i na prostranom turističkom tržištu

RESTORATERSTVO – djelatnost u okviru koje se pružaju usluge prehrane i točenja pića

Oblici pružanja usluga u restoraterstvu :

1. Pružanje uslugahrane i pića u restoranima s klasičnom poslugom
2. U samoposlugama
3. U pokretnim objektima
4. U pripremnicama

Temeljni oblici načina pružanja usluga hrane i pića :

1. U sklopu smještajnih objekata ( hotel, motel, pansion)
2. U samostalnim objektima ( restoran, gostionica, buffet)

POVIJESNI RAZVOJ UGOSTITELJSTVA

1. PRVOBITNA ZAJEDNICA : besplatno gostoprimstvo, moralna obveza
2. STARI VIJEK : prvi ugostiteljski objekti ( Egipat, srednji, daleki i bliski istok, antička Grčka, Rimsko Carstvo u ugostiteljskikm objektima nazvanim karavanseriji, krčme, pivnica, gostionice, taberne i prenoćišta
3. EGIPAT : otvaraju se konačišta uz put
4. GRČKA : naukovanje svećenika – stranac je štićenik Boga Zeusa kojemu treba otvoriti vrata

* Leshe – smatraju se prvim ugostiteljskim objektima prenoćišnog poslovanja, kuće s dvoranom na stupove kojima su upravljale općine
* Prenoćišta uz hramove – podizali su ih amfiktionije tzv vjerski savezi plemena koja su živjela oko svetišta
* Leonidaion – državno prenoćište sagrađeno u olimpiji oko 450 god prije nove ere za potrebe velikog priljeva stranaca, trgovaca i posjetitelja društvenih igara
* Pandokeja – razvila se iz leshe a otvarala se u lukama za smještaj,hranu i piće
* Katagogije i katalazije – služile za ukoničavanje ljudi i životinja
* Kapeleja – gostioničarsko poslovanje a ujedno i kramarski dućan i iskuhaonica jela koja je goste usluživala i pićem

1. RIM : temelji se na shvaćanju da je stranac štićenik boga Jupitera, stranak je imao zaštitu države samo ako su države međusobno slopile ugovor o gostoprimstvu

* Caupona – krčma, kramarski dućan i prodavaonica namirnica
* Ganeja – podrumske prostorije, ozloglašeno mjesto razvrata i pijančevanja
* Popina – gostima nudila usluge hrane, a točenje vina sporedna djelatnost
* Termopolija – točenje raznih pića, zaslađeno vino, kiseli napici, topla voda
* Oinpolija – trgovina vinom koja je imala svoju točionicu
* Taberna – najraširenija vrsta ugostiteljskog objekta u timskoj državi, nalazila se u gradovima i pokraj cesta

U Rimu je bilo i državnih svratišta u kojima su odsjedala poslanstva stranih država :

1. Villa publica ( izvan grada a u nju je Senat smještao poslanike neprijateljskih država)
2. Grekostaza ( u gradu, poslanici prijateljskih država)
3. Hospitium (pripadnici stranih država i općina s kojima je Rim sklopio ugovor o gostoprimstvu)

1. FEUDALNO DOBA ( 5-18 ST.)
2. PRVA FAZA – raspadom Rimskog carstva formiraju se manje države a putovanje postaje nesigurno zbog čestih ratova, gospodarska aktivnost slabi pa tako i ugostiteljska aktivnost, Crkva je najveći feudalac te se ugostiteljska djelatnost odvija u njezinom okrilju
3. Razdovlje od 15.st- odvajanje obrta od zemljoradnje, razvoj ugostiteljske djelatnosti, ufruživanje ugostitelja u esnafe, razvoj poštanskog prometa
4. Suvremeno ugostiteljstvo od 19 st – razvoj tehnologije i prometa stvara preduvjete razvoja suvremenog ugostiteljstva, otvaraju se mali individualni objekti čija je svrha prihvat putnika, postupno se grade veca svratišta, hoteli, uvode se standardi poslovanja

Ugostiteljstvo na teritoriju Hrvatske - počelo se razvijati već u rimsko doba uz veće prometnbice i u većim naseljima ( ville rusticae), u srednjem vijeku grade se hospicije ( domovi za smještaj putnika.

Djelatnost ugostiteljstva u Hrvatskoj regulirano je Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti.

2007. – donijeta Odluka o nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti koja stupa na snagu 1.1.2008.

Nacionalnom klasifikacijom djelatnosti propisani si nazivi područja, podpodručja,odjeljka,skupina, razreda, podrazreda usluga i označena su :

1. Područja – jednoslovnom abecednom oznakom
2. Odjeljci – dvoznamenkastim brojem
3. Skupine – troznamenkastim brojem
4. Razredi – četveroznamenkastim bvrojem

NKD ima 21 područje, 88 odjeljka, 272 skupine, i 615 razreda.

S OBZIROM NA VRSTU UGOSTITELJSKIH OBJEKTA ONI MOGU BITI :

1. Smještajni objekti u kojima se prižaju usluge smještaja, prehrane, pića i napitaka iu slastica
2. Ugostiteljski objekti u kojima se pružaju usluge
3. Catering usluge u kojima se primpremaju jela, slastice, napici za konzumiranje na dr mjestu

U skladu s tim ugostiteljski objekti su razvrstani u skupine :

1. Hoteli
2. Kampovi
3. Restorani
4. Barovi
5. Catering objekti
6. Objekti jednostavnih usluga

Hoteli prema pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata

1. Hotel baština ( heritage) – smještaj i doručak
2. hotel – smještaj i doručak, najmanje 5 smj jedinica, recepcija, kuhinja, blagavaonica
3. Aparthotel- smještaj i doručak, prijamni hol s recepcijom, najmanje 5 smj jedinica
4. Turističko naselje – smještaj i doručak, bavljene sportom,
5. Turistički apartmani – smještaj u kojem korisnici sami pripremaju jela
6. Pansioni – smještaj s prehranom

Novi objekti kategoriziraju se na sljedeći način :

* Hoteli u 3 kategorije : 3, 4, i 5 zvjezdica
* Aparthoteli : 3, 4 i 5 zvjezdica
* Turističko naselje : 3, 4 i 5 zvjezdica
* Turistički apartmani : 3 i 4 zvjezdice
* Pansioni : komfor

Oznaka Q – dodjeljena hotelima koji osim tehničkih zahtjeva zadovoljavaju i dodatnu kvalitetu, osobni doživljaj, njome žele poticat izvrsnost

VRSTE KAMPOVA

1. Kamp ( kampiranje, smještaj u građevinama, bavljenje sportom)
2. Kamp naselje ( usluge za pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka, bavljene sportom)
3. Kampiralište ( kampiranje s pokretnom opremom za kampiranje u posjetu gosta ( najviše 30)
4. Kamp odmorište ( usluge kampiranja za noćenje ili kraći odmor s vlastitom opremom

Druge vrste ugostiteljskih objekata : soba za iznajmljivanje, apartman, studio apartman, kuća za odmor, prenoćište, odmaralište za djecu, hostel, planinarski dom, lovački dom, studentski dom, objekt za robinzonski smještaj

RESTORANI : restoran, gostionica, zdravljak, zalogajnica, pečenjarnica, pizzeria, nistro, slastičarnica, objekt brze hranje

BAROVI : kavana, nočni klub, noćni bar, disci clud, caffe bar, pivnica, buffet, krčma, konoba, klet

OBJEKTI JEDNOSTAVNIH USLUGA – objekt jednostavnih usluiga u kiosku i objekt jednostavnih brzih usluga, objekt jednostavnih brzih usluga u nepokretnom vozilu, u šatoru, na klupi, na kolicima

ZNAČAJ UGOSTITELJSTVA U TURIZMU RH

Od 1970 ugostiteljstvo bilježi intenzivan razvoj koji se kretao u raznim pravcima :

* Bolje korištenje i modernizacija postojećih kapaciteta i pobiljšanja usluga
* Počinje masovna izgradnmja smještajnih i drugih kapaciteta radi osiguranja turističkog razvoja
* Osnivaju se suvremeno organizirana i opremljena poduzeća kao uspješni nositelji djelatnosti
* Poduzimaju se veliki napori za podizanje stručne spreme i osposobljenosti novih stručnih djelatnika

Struktura smještajnih kapaciteta 2010 u RH :

* Kućanstva( sobe, apartmani, kuće za odmor ) – 46, 88 %
* Kampovi – 25, 41 %
* Turistrička naselja – 3, 29 %
* Hoteli i apartmani . 14, 02 %
* Ostali objektiu – 10, 41 %

Dominantne karakteristike hrvatskog turizma – regionalnost i sezonalnost

Multiplikator potrošnje – multiplikativna funkcija turističke potrošnje sastoji se u tome da turistička potrošnja od mjesta gdje je nastala započinje svoje kružno gibanje i kroz nekoliko transakcija raspodjeljuje se na glaven djelatnosti koje su uključene u turizam, te djelatnosti dobiju svoj alikvotni dio kao svoj prihod koji služi za raspodjelu onim faktorima koji su sudjelovali u stvaranju torističkog proizvoda. Taj se proces izražava multiplikatorom potrpšnje.

Mjere namjenjene poticanju razvoja ugostiteljstva

1. Osiguranje pravnog okvira i sigurnosti investicije
2. Pružanje financijske potpore investitorima
3. Subvencioniranje kreditnih programa za investicije
4. Fiskalna poticanja
5. Intenziviranje suradnje javnog i privatnog sektora poticane od strane države
6. Izrada prostornih i urbanističkih planova za potrebe ugostiteljske infrastrukture
7. Poticajne mjere unutar politike radne snage

EKONOMIKA PODUZEĆA

* Znanstvena i nastavna disciplina usmjerena na gospodarske probleme bilo kojeg poduzeća bez obzira na njegov organizacijski oblik , karakter vlasništva, predmet poslovanja i veličinu
* Kao znanost : proučava gospodarske probleme poduzeća, istražuje čimbenike uspješnosti poslovanja i spoznaje zakonitosti pojava u njihovom poslovanju, zadatak joj je istražiti i definirati ekonomske zakone i načela funkcioniranja poduzećau procesu ostvarenja ciljeva
* Kao nastavna disciplina : saznaje nova znanstvena dostignuća u svom području, prihvaća provjerene znanstvene spoznaje i naučava o svemu što je neosporno i što je od značaja za izobrazbu ekonomista, objašnjava postojeća znanja i prenosi na ljude koji rade u poduzeću, zadaća joj je naučavati buduće ekonomske stručnjake i poduzetnike
* Ima dvije dimenzije - teorijska ( nastoji proširiti postojeće i doći do novih spoznaja i praktična ( postojeći gospodarski problemi i provjerava ispravnost vlastitih pretpostavki i spoznaja)

Podjela ekonomike poduzeća

1. Opća – bavi se gospodarskim problemima s kojima se suočavaju sva poduzeća
2. Posebna – bavi se gospodarskim problemima poduzeća pojedinih vrsta djelatnosti, funkcija i vlasništva

Podjela posebne ekonomike poduzeća

1. Prema gospodarskim djelatnostima : ekonomika poljoprivrednih, šumarskih i ribarskih poduzeća, rudarskih i srodnih poduzeća, industrijskih, trgovinskih, transportnih, ugostiteljskih, informacijskih i komunikacijskih poduzeća, poduzeća iz djelatnosti poslovanja nekretninama, banaka i ekonomika osiguravajućih društava
2. Prema poslovbim funkcijama : ekonomika proizvodnje, nabave, prodaje, transporta, uskladištenja
3. Prema vlasništvu : ekonomika privatnih poduzeća, ekonomika javnih poduzeća, ekonomika javno-privatnih poduzeća

Povijesni razvoj ekonomike poduzeća kao znanosti

* Začeci u starom vijeku, kao posebna znanstvena disciplina na prijelazu iz 19 u 20 stoljeće
* Tome su pridonijele sljedeće okolnosti : Marshallova sinteza makroekonomike i mikroekonomike, osnivanje prvih visokih poslovnih škola, pokretanje prvog časopisa s područja ekonomike poduzeća, pojava i razvoj znanstvene organizacije rada

1. Jelavić i suradnici istražili su razvoj ekonomike kroz dva osnovna vremenska razdoblja :
2. Od začetka do osamostaljenja ekonomike poduzeća
3. Od osamostaljenja do početka 21 stoljeća

Unutar prvog razdoblja razlikuju se dva vremenska razdoblja

1. Začevi ekonomske znanosti do 1671.god
2. Pojava i razvoj sistemske ekonomske znanosti i ekonomski teorija od 1675. do 1890.

EKONOMIKA UGOSTITELJSKIH PODUZEĆA

* Posebna ekonomika poduzeća, nastala iz opće ekonomike poduzeća
* Temeljna značajka : bavi se problemima ugostiteljskih poduzeća koji mogu biti iz dva područja : radnog procesa i funkcija poduzeća

Ekonomika radnog procesa

1. ekonomika rada ( problemi vezani za raspoloživost kadrova)
2. sredstava za rad ( problemi vezani za lokaciju ugostiteljskog objekta, uređaja i opreme..
3. predmeta rada ( problemi vezani za opskrbu materijalom i sirovinama)

Ekonomika poslovnih funkcija

1. osnovne poslovne funkcije : upravljanja, rukovođenja
2. izvršne poslovne funkcije : razvoja, nabave, pružanja ugostiteljskih usluga, prodaje

Zadaća ekonomije ugostiteljskog poduzeća : pružiti osnovna znanja za uspješno poslovanje ugostiteljskog poduzeća, objasniti ekonomske zakonitosti i omogućiti djelotvornije odlučivanje

Cilj : poticanje i razvoj istraživačkog rada na području gospodarenja u ugostiteljskim poduzećima i stvaranje stručnih kadrova

Ekonomika je povezana s mikroekonomskim, makroekonomnski m i neekonomskim disciplinama.

* Neekonomske – tehnologija ,medicina i psihologija rada ,trgovačko i radno pravo

METODE EKONOMIKE UGOSTITELJSKIH PODUZEĆA

1. Znanstveno istraživačke metode
2. Racionalističke metode spoznaje : analize i sinteze, indukcije i dedukcije, komparacije
3. Promatranja, intervju, upitnik
4. Nastavne metode

* Definicija, klasifikacija, deskripcija, eksplikacija

PODUZEĆE

* W. Rieger – poduzeće je povijesni pojavni oblik, nastao u kapitalizmu kao dijete slobode , kapitala i slobode privređivanja
* Poduzeće je osnovna civilizacijska stečevina i glavna proizvodno tehnička i gospodarsja kjedinica društvene reprodukcije
* Prema Z. Zekiću : gospodarskji organizirana pravna cjelina, zajednica osoba i imovisnkih vrijednosti koja kombiniranjem raspoloživih ograničenih resursa proizvodi proizvode i usluge za tržište za stvaranje dodatne vrijednosti za nositelje dominantnog interesa njegova djelovanja
* A. Jelavić – samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina u vlasništvu određenih subjekata koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta

Poduzeće se može sagledati s 3 aspekta

1. Ekonomki
2. Pravni
3. Sociološki
4. Organizacijski

Poduzetnik : inovativan, sklon riziku, samouvjeren, uporan, odgovoran, svrhovit

* Osoba koja preuzima ulaganja svoje imovine u neku gospodarsku djelatnost ( V. Šošić )
* Osoba koja stvaralački mjenja uvjete gospodarskog djelovanja ( P. Drucker)

Poduzetništvo : djelatnost poduzetnika usmjerena na pokretanje , organiziranje i inoviranje poslovanja poduzeća s temeljnom svrhom stvaranja novog tržišta

Suvremeno ugostiteljsko poduzeće

* Samostalni, složeni, gospodarski, pravni, tehnički i društveni sustav u vlasništvu određenih osoba koje korištenjem sredstava i predmeta rada te ljudskog potencijala proizvodi ugostiteljske proizvode i usluge za potrebe tržišta ugoistiteljskih usluga te ih plasira na doimaće i inozemno tržište

Podjela ugostiteljskih poduzeća

S obzirom na predmet poslovanja

1. Poduzeća koja pružaju usluge smještaja, hrane, pića, napitaka i slastica
2. Poduzeća koja pružaju usluge prehtane, pića, napitaka i slastica
3. Poduzeća koja se bave pripremom jela, slastica, napitaka za konzumiranje na drugom mjesto sa ili bez usluživanja

Prema veličini

1. Mala
2. Velika
3. Srednja

Mala poduzeća

* zapošljavanju godišnje manje od 250 radnika, neovisni u poslovanju, godišnji promet 216 min kn ako su obveznici poreza na dobit , odnosno imaju dugotrajnu imovinu ako su obveznici poreza na dohodak u vrijednosti do 108 mill kn
* mogu biti mikrosubjekti, mali i srednji subjekti

s obzirom na vlasništvo

1. privatna poduzeća
2. javna
3. mješovita

prema pravnom obliku

1. društva osoba : jtd, kd, giu
2. društva kapitala : dd i doo

povezivanje poduzeća može biti :

* slabije ili čvršće
* uže ili šire
* privremeno ili trajno
* dobrovoljno ili obvezno

glavni motivi povezivanja

* smanjenje konkurencije i povećanje udjela na tržištu
* povećanje kapaciteta u ugostiteljskog poduzeća ( niži troškovi )
* racionalizacija
* diversifikacija ugostiteljskig usluga
* podjela poslovnih i financijskih rizika
* rezultat povezivanja je sinergijski učinak

Ovisno o razini udruživanja poduzeća može se govoriti o :

1. kooperaciji – suradnja poduzeća u dogovorenim okvirima bez gubitka samostalnosti , razlikuje se povremena od trajne, povremena je npr zajednički nastupiti na sajmu a trajna npr uspostava zajedničkog marketinga ili rezervacijskog sustava

* kao privremena poznatiji su konzorciji ( zajedničko financiranje određenog većeg posla za čije financiranje ni jedna strana nije zainteresirana pojedinačno) a kao trajna udruženja poznati su karteli ( svrha je ograničavanje ili potpuno isključivanje tržišnog natjecanja između sudionika )

1. koncentracija ili okrupnjavanje : udruživanje poduzeća gdje oni gube i gospodarsku i pravnu samostalnost, svrha je da umjesto na tržištu bude puno malih poduzeća bude malnje velikih..najhpoznatiji su koncerni, holdinzi i trustovi

* koncerni : udruživanje pravno samostalnih poduzeća koja su financisjki podložena zajedničkom vodstvu, postoje horizontalni i dijagonalni
* holding : pravni oblik koji trajno sudjeluje u vlasništvu drugih pravno samostalnih poduzeća, usmjeren na upravljanje kapitalom
* trust : oblik udruživanja u kojem poduzeća ulaze u fiducijarni odnos tj.dogovorno prihvaćaju odnos povjerenja i čvrste povezanosti ostvarujući monopolistički položaj na tržištu, poduzeća gube gospodarsku i p'ravnu sposobnost

gospodarski uvjeti osnivanja i uspješnosti rada ugostiteljskog poduzeća :

* eksterni preduvjeti : potrebe tržišta i dostupnost resursa
* interni preduvjeti : predmet poslovanja, potreban kapital, raspoloživi kadrovi, sredstva za rad, predmet rada, veličina i lokacija objekta

načela poslovanja poduzeća :

1. načelo poslovnosti ( zahtjeva da ugostiteljsko poduzeće svojom poslovnom politikom i svojim aktivnostima osigura pozicionarnost na turističkom tržištu i jačanje konkurentnosti, poduzeće treba poštovati poslovne običaje i zakonske propise
2. načelo ekonomske efikasnosti : zahtjeva izvršavanje poslova i obveza na vrijeme, to je izraz racionalnosti poslovanja , uspostavljanje optimalnog odnosa između sredstava za rad i radnika te svođenje troškova na minimun a a proizvodnju na maksimum, primjenjujući načela izdašnosti i štedljivosti poduzeće teži većoj izdašnosti u slučaju povećanja potražnje na tržištu i u slučaju kada nema mogućnosti povećanja plasmana usluga teži smanjenju troškova, ekonomska efikasnost obuhvaća načela proizvodnosti rada, ekonomičnosti, rentabilnosti
3. načelo održanja kontinuiteta poduzeća zahtjeva da poduzeće održi svoj opstanak na tržištu, to znači održavati tehnički kapacitet poduzeća i prometnu vrijednost s kojima poduzeće posluje

Poslovna politika

* Popović – permanentna aktivnost poduzeća koja obuhvaća izbor i postavljanje ciljeva za određeno vrijeme te izbor i određivanje načina i sredstava za njihovo ostvarivanje
* Gorupić- obuhvaća izbor i određivanje koncepcije i ciljeva koje poduzeće želi ostvariti u određenom periodu
* Jelavić – ukupnost odluka kojima poduzeće utvrđuije svoje ciljeve te odluke kojima utvrđuje osnovna rješenja za ostvarenje ciljeva

U kontekstu ugostiteljskih poduzeća poslovna politika teži sinkronizaciji :

1. Zaposlenih
2. Korisnika ( turista)
3. Dobavljača
4. Vlasnika

Podjela poslovne politike ugostiteljskih poduzeća :

1. Vremensko razdoblje – dugoročno, srednjeročno, kratkoročno
2. Sadržaj : opća i posebna poslovna politika
3. Područje djelovanja : eksterna i unutarnja
4. Način donošenja odluka : strateška i taktička

Oblikovanje poslovne politike ugostiteljskog podueća pod utjecajem je :

* Eksternih čimbenika : atraktivnosti destinacije, politički i ekonomski utjecaji, znanstveni i tehnološki razvoj, konkurencija, turisti, dobavljači...
* Unutarnjih čimbenika : lokacija poduzeća, organizacijska struktura, resursi...

Posebne poslovne politike :

1. Razvojna politika
2. Nabavna
3. Proizvodna odnosno uslužna
4. Prodajna
5. Financijska
6. Kadrovska politika

Planiranje

* Aktivnost postavljanja ciljeva kako pojedinaca tako i skupina, poslovnih subjekata, organizacija, institucija, proces priprema za promjenu i rješavanje problema
* Može se podijeliti na strateško planiranje ( plansko programiranje i dugoročni planovi) taktično planiranje ( srednjoročni i razvojni planovi ) i operativno planiranje ( godišnji i terminski planovi)
* Najznačajniji strateško plan je marketinški plan

Marketinški plan

* Zadatak mu je upozoriti na svjetske trendove u ugostiteljstvu i definirati dugoročnu viziju ugostiteljskog proizvoda i njegova najperspektivnija tržišta
* Sadržaj plana : proračun marketinga, plan noćenja, plan prihoda od smještaja i hrane, tržište, swot analiza, marketing politika hotela, promocija proizvoda

Ukupan plan ugostiteljskog poduzeća se raščlanjuje na :

* Plan realizacije proivoda i usluga
* Plan nabave
* Plan kadrova
* Financijski plan
* Plan stjecanja i raspoređivanja ukupnog prihoda i poslovnog rezultata

FINANCIRANJE UGOSTITELJSKIH PODUZEĆA

Financiranje

* Dinamički proces osiguranja novca potrebnog vremenski neograničenom kontinuiranom kružnom toku reprodukcijskog procesa gospodarskog subjekta, središnaj kategorija tog procesa je novac
* Izvori financisjkih sredstava mogu biti eksterni i interni
* Kapital može biti nominirani ( uloženi, trajni kapital) i nenominirani ( rezerve)
* Krediti : kratkoročni ( do 1 god), srednjoročni ( 1-5) dugoročni ( preko 5)

Ugostiteljsko poduzeće treba težiti uspostavi kvalitetnog kontrolnog sustava,interne kontrole se dijele :

* Interne kontrole koje su povezane s organizacijom i obavljanjem funkcija
* Interne računovodstvene kontrole

Analiza poslovanja je ispitivanje i zaključivanje koje prosuđuje bit ostvarenog poslovanja a analitički postupak obuhvaća sljedeće faze :

* Utvrđivanje zadataka analize
* Pripremanje postupka analize
* Prikazivanje rezultata analize

REVIZIJA – doslovno znači opet pregledati ili nanovi pregledati, preispitati, sistematiziran proces objektiviziranog pribavljanja i stvaranja dokaza o ekonomskim događajima i rezultatima

SREDSTVA REPRODUKCIJE U UGOSTITELJSKOM PODUZEĆU

Podjela sredstava

Prema pojavnom obliku :

* U obliku novca
* U obliku stvari
* U obliku prava

S obzirom na uključivanje u poslovni proces imovinu ugostiteljskog poduzeća ,može se podijeliti na :

* Dugotrajnu imovinu – stalna sredstva
* Kratkotrajnu imovinu – obrtna sredstva

Ugostiteljsko poduzeće mora poslovati po načelu dobrog gospodara što obuhvaća sljedeće :

* Sredstva se koriste racionalno i svrsishodno na način kojim se omogućuje postizanje prihoda većih od troškova
* Provesti odgovarajuće skladištenje namirnica , sirovina i drugih
* Provođenje tekućeg i investicijskog održavanja sredstava
* Osiguranje sredstava protiv raznih rizika

S obzirom na pojavni oblik dugotrajna imovina se može podijeliti na :

* Nematerijalnu
* Materijalnu
* Financijsku
* Potraživanja

Dugotrajnu imovinu čine one vrijednostiu koje je poduzeće steklo na temelju ulaganja a to su :

* Osnivački kapital i ulaganja u započete investicijske tokove u poduzeću
* Izdaci za istraživanje turističkog tržišta
* Koncesije, zaštitni znak i slična prava
* Godwill i slično

Dugotrajna materijalna imovina poduzeća obuhvaća sve stvari koje se upotrebljuju u proizvodnji:

* Zemljišta
* Građevinski objekti za pružanje usluga smještaja, hrane i pića
* Oprema i postojenja
* Alati, inventar, namještaj, transportna sredstva

Osnovna sredstva – oblici dugotrajne imovine, sredstva pomoću kojih poduzeće ostvaruje svoje učinke, u užem smislu to su sredstva za rad ( strojevi i alati)

Dugoročna potraživanja su potraživanja izražena u novcu s rokom dužim od godine dana. To su:

* Potraživanja od povezanih poduzeća
* Potraživanja s osnove prodaje ugostiteljskih usluga s odgodom plaćanja
* Potraživanja u sporu i sl.

Kratkotrajna imovina – rok kraći od godine dana, jednokratnom uporabom se troši u poslovnom procesu bez obzira na njenu vrijednost, mjenja svoj pojavni oblik.

Pojavljuje se u sljedećim oblicima :

Zalihe

1. Potraživanja koja dospijevaju do 1 god
2. Financijska imovina koja može biti unovčena do 1 godine
3. Novac u banci i blagajni

Financijska imovina obuhvaća :

* Udjele u povezanim društvima
* Zajmove, depozite, kaucije
* Vrijednosne papire

Proces kruženja kratkotrajne imovine može se izraziti na sljedeći način:

Kn Kt Knl

Kn – novac Kt – roba ili usluge Knl – novac ali uvećan jer se oplodio

Brzina obrtaja sredstava u poslovnom ciklusu može se izračunati koeficijentom obrtaja :

Koeficijent obrtaja = promet/ prosječno stannje ili 360 / vrijeme obrtaja

Prosječno trajanje obrtaja ili prosječni dani vezivanja dobiju se = 360 ili 365/ koeficijent obrtaja

LIKVIDNOST

* Svojstvo imovine ili njenih pojedinih dijelova da se mogu pretvoriti iz jednog početnog oblika u drugi pojavni oblik, nesmetano cirkuliranje vrijednosti
* Likvidnost poduzeća = sredstva/kratkoročne obveze
* Koeficijent mora biti veći od 1

SOLVENTNOST

* Sposobnost poduzeća da u svakom trenutku podmiri novčanim sredstvima svoje dospjele novčane obveze, to je dakle platežna sposobnost poduzeća
* Solventnost poduzeća = raspoloživa novčana sredstva / dospjele novčane obveze

Nesolventnost dovodi do :

* Nepodmirenje dospijelih potraživanja dovodi do prestanka isporučivanja materijala
* Vjerovnici traže naplatu zateznih kamata
* Blokada žiro računa, pljenidba sredstava, prinudnih mjera koje ograničavaju poduzeće u raspolaganju sredstvima i vođenju poslova

Amortizacija je postupno trošenje dugotrajne materijalne imovine. Sredstva se postupno troše i smanjuje im se vrijednost zbog :

1. Fizičkog trošenja – oštećenja, kvarovi, lomovi zbog neispravnog korištenja
2. Ekonomskog zastarjevanja – rezultat promjena potreba na tržištu , tehničkog zastarjevanja sredstava. Posljedica toga je gubitak korisnosti stalnih sredstava

Sredstva koja podliježu amortizaciji moraju ispunjavati sljedeće kriterije :

1. koristit će se duže od jednog obraćunskog razdoblja
2. Imaju ograničeni    vijek trajanja
3. Poduzeće će ih držati za uporabu u proizvodnji ili prodaji, za iznajmljivanje ili administrativne svrhe

Revalorizacija

- usklađivanje vrijednosti iskazane u poslovnim knjigama s tržišnim cijenama tih stvari

-Svrha joj je utvrditi osnovicu za obračun amortizacije

Zakonom o amortizaciji u RH određen je amortizacijski vijek pojedinih skupina dugotrajne imovine:

* Građevinski objekti i brodovi veći od 1000BRT – 20 god ( 5 %)
* Za osnovno stado , osobne automobile – 5 godina ( 20 %)
* Nemat imovina,oprema, voizila – 4 god ( 25%)
* Računala, računalna oprema i programi, mobiteli i mreže – 2 god (50%)
* Za ostalu nespomenutu imovinu – 10 godina ( 10%)
* U zagradama propisane stope amortizacije u RH

SUSTAV OBRAČUNA AMORTIZACIJE

* Metode amortizacije su matematičko – računovodstvena rješenja kojima se nastoji što točnije rasporediti amortozacijske iznose na obračunska razdoblja
* Cilj im je razuman i sustavan raspored vrijednosti imovine , umanjena za ostatak vrijednosti

Sustav obračuna djelimo na :

1. Sustav vremenske amortizacije – zasnovan na pretpostavci da je trošenje sredstava ovisno o vijeku trajanja ( broja godina ) , pri tome se ne uzima u obzir stvarno korištenje sredstava. Postoje 3 metode
2. Linearna – pravocrtna metoda, zasniva se na tome da se pojedino sredstvo troši ravnomjerno  kroz sav pretpostavljeni vijek trajanja, svota koja se amortizira raspoređuje se na jednake svote tijekom vijeka uporabe sredstava , potrebno je utvrditi godišnju stopu amortizacije tako da se broj 100 podijeli s pretpostavljenim vijekom trajanja ( a% = 100 / t )

* Primjenom godišnje stope na nabavnu vrijednost sredstava izračunava se godišnji iznos amortizacije ( A = Nxa% / 100, odnosno A0= N/t)

1. Metoda rastućeg salda – progresivna metoda, podrazumijeva obračun troška amortizacije na način da je iznos obračunane amortizacije niži na početku vijeka uporabe, a zatim se kontinuirano povećava, polazi od pretpostavke da je ekonomsko i fizičko trošenje največe krajem vijeka korištenja odnosno trajanja ovih nematerijalnih i materijalnih ulaganja, ova metoda zanemaruje zastarijevanje sredstava
2. Degresivna metoda ( metoda opadajućeg salda) – u prvim godinama sredstva se više amortiziraju odnosno veći je iznos amortizacije nego u kasnim godinama, polazi od pretpostavke da se serdstva na početku vijeka koriste najviše i troše odnosno da tada imaju i najveću produkciju pa iz tog razloga i trošak mora biti veći, može se koristiti na dva načina 1- primjenom degresivne stope amortizacije a degresija može biti aritmetička i geometrijska i 2 primjenom jednake stope amortizacije svake godine ali tako da se stopa primjenjuje na preostalu neotpisanu vrijednost a ne na nabavnu
3. Sustav funkcionalne amortizacije - Funkcionalna metoda amortizacije polazi od količine proizvoda i usluga što ih stalna imovina može proizvesti odnosno pružiti kod normalnog rukovanja i održavanja pri čemu se zanemaruje vremenska komponenta njezina korištenja

ODRŽAVANJE I I INVESTIRANJE U STALNA SREDSTVA

2 vrste održavanja stalnih sredstava

1. Tekuće

* Redovite intervencije, a dijeli se na dnevno i povremeno; dnevnim se otklanjaju manji kvarovi i oštećenja, poduzimaju se mjere za sprečavanje kadrova, podmazivanje, čišćenje a povremeno obuhvaća pregled i zamjenu dotrajalih dijelova uređaja o kojima ovisi nesmetano odvijanje poslovnog procesa

1. Investicijsko

* Obuhvaća radove koji se obavljaju na stalnoj imovini u svrhu održavanja njene spremnosti i dužeg trajanja, radovi se izvode prema predviđenom roku i planu; njime je obuhvaćeno održavanje krova, konstrukcije i podova, fasade, stolarije, zidova, instalacije, grijanje, liftovi...
* % investicijskog održavanja = iznos izvesticijskog održavanja x100/osnovica za amortizaciju

Teorija troškova u ugostiteljstvu

* Proučava nastanak, obilježja i ponašanje troškova u poslovnim procesima, izučava samu prirodu troškova, vrste troškova, raspoređivanje na nositelje, ovisnost troškova o stupnjevima iskorištenosti kapaciteta, odnose između troškova i cijena, prihoda te poslovnog rezultata

TROŠAK

* kvantitativna definicija kaže da je trošak umnožak utrošaka elemenata radnog procesa i cijene utroška, odnosno trošak je novčano izraženi utrošak elemenata radnog procesa, utrošak se izražava naturalnim jedinicama, a trošak novčanim jedinicama
* potpuna definicija : vrijednosno izraženi utrošci elemenata radnog procesa i usluga te porezi i doprinosi neovisno o poslovnom rezultatau a koji su nastali i koji su uzrokovani ostvarivanjem poslovnog učinka ugostiteljskog poduzeća
* troškovi se definiraju i kao resursi koji su žrtvovani ili ih se odriče da bi se ostvarili specifični učinci, predstavljaju vrijednosno izražene utroške radastalne i obrtne imovine, tuđih usluga i sl.

UTROŠAK

* fizičko ulaganje materijalnih vrijednosti i dobara u stvaranju učinka
* utrošene količine stalne i tekuće imovine, usluga i rada čiji je cilj proizvodnja i pružanje usluga
* izražavaju se u fizičkim jedinicama mjere

IZDACI

* svaka isplata novca bez obzira na akarakter i namjenu, izlaz novca iz poslovnog sustava, postoje gotovinski i obračunski

VRSTE TROŠKOVA U UGOSTITELJSTVU

1. troškovi po prirodi : amortizacije, rada, materijala, energije, usluga, bruto plaće, porezi i doprinosi...
2. troškovi po mjestima nastanka ili obuhvaćanja po nosiocima : direktni i indirektni
3. po reagiranju na stupanj zaposlenosti : fiksni i varijabilni
4. po mogućnosti dodjeljivanja centrima odgovornosti : kontrolabilni i nekontrolabilni, osnovni i oportunitetni
5. po odnosu prema učincima : proizvoda i razdoblja, potpuni i djelomični
6. po načinu predviđanja i pouzdanosti primjene : normalni, normativni, čvrsti planski, fleksibilni planski, standardni
7. prema posebnim zahtjevima : troškovi aktivnosti ili procesa, ciljni, kvalitete, okoliša

Po funkcionalnom načelu mjesta troška oblikuju se u okviru : nabave, marketinga, prodaje, upravljanja, proizvodnje, ljudkih potencijala

Nositelji troškova mogu biti : interni i eksterni, odnosno konačni nositelji troškova

Zone troškova u odnosu na iskorištenost kapaciteta :

1. zona degresivnosti troškova

* obilježava je nedovoljna iskorištenost kapaciteta, troškovi rastu sporije od iskorištenosti kapaciteta pa svako povećanje iskorištenosti djeluje na smanjenje prosječnog troška

1. zona proporcionalnosti troškova

* zona u kojoj je prosječni trošak najniži , prosječni troškovi prije i nakon te zove viši su pa utvrđivanje granice zone ima izuzetno značenje za racionalno poslovanje

1. zona progresivnosti troškova- karakterizira je rast prosječnog troška i visok stupanj iskorištenosti kapaciteta, progresija prosječno neproporcionalnog varijabilnog troška je veća od degresije prosječnog fiksnog troška pa prosječni trošak raste

apsolutno fiksni troškovi :plaće, amortizacija, kamate na kredite , premije,ukalkulirano inv održavanje

relativno fiksni : plaće sezonskih radnika, troškovi tekućeg održavanja, energija, gorivo, voda, društvene obveze, doprinosi komorama, otpis sitnog inventara, promocija..

zaposlenost poduzeća može se povećati

1. intenzivnijim korištenjem kapaciteta tijekom sezone
2. produženjem sezone

REAGIBILNOST TROŠKOVA

* osjetljivost troškova na promjene iskorištenosti kapaciteta, koeficijent te osjetljivosti može se izračunati kao odnos između intenziteta troškova i intenziteta porasta iskorištenosti kapaciteta izražen u postotku
* h=T%/Q%
* koeficijent može biti : - 0 ( nema rasta troškova, riječ je samo o fisknim troškovima) 1 ( intenzitet porasta troškova jednak je intenzitetu porasta količine učinaka, troškovi su proporcionalni između izračunatih stupnjeva iskorištenosti kapaciteta) veći od 1 ( intenzitet rasta troška brži je od rasta količine učinaka, radi se o progresivnosti troškova), osjetno veći od 1 ( između izračunatih stupnjeva iskorištenosti kapaciteta pojavljuju se i relativno fiksni troškovi) manji od 1 ( intenzitet rasta troškova sporiji je od rasta količine učinaka, riječ je o degresivnosti troškova)

troškovi razdoblja – troškovi marketinga, prodaje, administracije

UKUPAN PLAN TROŠKOVA U UGOSTITELJSTVU :

* plan troškova materijala
* kadrova
* ostalih direktnih troškova

plan troškova materijala – sastavlja se posebno za hranu, piće, ostale usluge, obuhvaća troškove onih usluga koje su namjenjene gostima

plan troškova kadrova – obuhvaća bruto plaće stalnih i sezonskih kadrova, temelji se na posebnom broju kadrova u ugostiteljskom poduzeću

olan ostalih direktnih troškova obuhvaća troškove pranja rublja, provizije turističkim agencijama, troškove dekoracije, materijal za čišćenje, telefon, tekuće održavanje i sl.

Za ugostiteljstvo je važno analiziranje :

* kretanja troškova prema njihovom reagiranju na stupanj zaposlenosti
* kretanje fisknih i varijabilnih troškova
* graničnih troškova
* kvantitativan odnos troškova i prihoda

ANALIZA TROŠKOVA

Iskorištenje materijala = otpad materijal / ukupni materijal

Troškovi rada = plaće / ukuoni troškovi i plaće / ukupni prihod

Troškovi stalne imovine = amortizacija / ukupni troškovi i troš održa i osigura/ ukupni tr

Troškovi prodaje = troškovi prodaje / vrijednost prodaje

Troškovi nabave = zavisni tr nabave / nabavna vrijed robe ili tr skladištenja / nabavna vrijed robe

Na sniženje troškova utječu ovi čimbenici :

* količinski
* vrijednosni
* stimulativni
* supstitucija materijala

prosječni varijabilni trošak ( v) = V/Q ( V – promjenjivi var trošak / Q – količina rada)

prosječni dopunski trošak ( td) = Td/Qd ( Td – dopunski trošak/ Qd – dopunska količina učinaka