

TURISTIČKI ORGANIZATOR V STEPEN

HOTELIJERSKO POSLOVANJE

1. HOTELIJERSTVO U PRIVREDNOM RAZVOJU

Tokom 20. veka hotelijerstvo se postepeno razvijalo usled niza faktora, od kojih su najznačajniji tehničko-tehnološke promene s jedne strane i razvoj ljudskih resursa (kroz obrazovanje, podsticanje entuzijazma, razvoj ličnosti i sl.) s druge strane, postaju podloga ne samo za zadovoljenje potrošača, već i za promenu kvaliteta života na bolje.

Tako je danas, u savremenom dobu, postalo veoma bitna privredna grana društva, a postojanjem većeg broja različitih tipova hotela, označava viši stepen razvoja hotelijerstva kao privredne delatnosti. Povezanost hotelijerstva sa drugim delatnostima koje su neophodne za kvalitetnu ponudu i sigurniji opstanak na tržištu, (npr. saobraćaj, renta-car službe, vodiči i sl.) doprinosi privrednom razvoju regiona.

U svemu tome veoma je bitna podrška države, naročito ako je povezanost na internacionalnom nivou u kojem svako ostvaruje svoj interes, donosi prihode, a na zadovoljstvo korisnika.

Da bi to uspešno ostvarili neophodno je :

- stalno pratiti tržište,
- modernizovati hotelske ponude za potrebe gostiju,
- primenjivati odgovarajuće metode u formiranju najpovoljnijih cena,
- stalno i dobro voditi promotivnu aktivnost,
- uključiti sve prateće subjekte koje će doprineti kvalitetu usluga,
- koristiti elektronsku tehnologiju radi lakšeg prikupljanja podataka, brze obrade i stvaranja baze podataka;
- razvojem svojih kapaciteta povećati zaposlenost stručnih i visokoobrazovanih ljudi;

3. POJAVA, RAST I RAZVOJ MEĐUNARODNIH HOTELSKIH LANACA

Hotelski lanac je preduzeće koje posluje po najsavremenijim principima, pri čemu se koriste najsavremenija naučina i tehnička dostignuća, a svoju delatnost obavljaju u više zemalja. Svoju aktivnost zasnivaju na pružanju usluga smeštaja, ishrane kao i drugih pratećih elemenata.

Faktori nastanka i razvoja lanca dele se na **eksterne** i **interne**.

EKSTERNI obuhvataju opšte okolnosti koje su odgovarale nastanku i širenju međunarodnih hotelskih lanaca kao što su:

- ekspanzija tražnje hotelskih usluga u svetu;
- potreba da se ubrza privredni razvoj pojedinih regiona;

INTERNI se deli na **tržišni aspekt** koji daje prednost sticanju konkurentske vrednosti i **organizacioni aspekt**, koji podrazumeva stvaranje nove organizacione strukture korporacije, širenje na hotelska tržišta drugih zemalja i proširivanje asortimana usluga.

Pojavom međunarodnih hotelskih lanaca konstatovan je stalni rast i njihov razvoj širom sveta. Postoje tri vrste hotelskih lanaca:

**korporativni lanci,
upravljačke kompanije i
dobrovoljni lanci (udruženja).**

Razvoj hotelskog preduzeća podrazumeva celokupnost promena i on obuhvata sve akcije u samom preduzeću i njegovom okruženju kojima se obezbeđuje rast.

Rast i razvoj međunarodnih i nacionalnih lanaca se ostvaruje na 2 načina:

- **direktnim investiranjem** - sprovodi se kroz izgradnju novih objekata, uključujući i zajednička ulaganja, i akvizicije (kupoprodaja).

Kod direktne investicije, preduzeće obezbeđuje direktnu kontrolu svog vlasništva nad novim objektima.

- **ugovornim i drugim aranžmanima** - tada se velikim delom zasniva internacionalizacija hotelskog poslovanja a posebno aranžmani Franšizinga i menadžmenta.

4. VRSTE HOTELSKIH OBJEKATA I KRITERIJUMI ZA NJIHOVU PODELU

Hotel je ugostiteljski objekat u kome se na organizovan način pružaju usluge smeštaja, ishrane i druge usluge. Hotel mora imati prostorije, opremu, uređaje i kvalifikovano osoblje, kao i osnovne preduslove za pružanje odgovarajućih ugostiteljskih i drugih usluga. Hotelski prostor mora da se sastoji iz tri osnovne celine:

- **smeštajnog dela** - obuhvata sobe, apartmane, prostorije za osoblje, za odlaganje posteljine, peškira i sl.

- **društvenog** - hotelski hol-lobi, prostorije za usluživanje gostiju, prostorije za zabavu i rekreaciju, i za obavljanje specijalnih delatnosti.

- **ekonomskog** - čine ga kuhinjski blok, magacinske prostorije i sl.

Pored ovi h može imati i dodatne smeštajne celine.

Postoje 4 grupe, najčešće korišćenih kriterijuma kod podele hotela:

I fizičke karakteristike objekta - prema veličini objekta, građevinskim karakteristikama i starosti.

- Prema veličini po smeštajnom kapacitetu dele se na male (do 150 osoba), srednje (150-400 osoba), i velike (preko 400 osoba).

- Prema građevinskim karakteristikama dele se na:

građevine sa namerom i objekti sa drugim namerama;

po tipu gradnje- horizontalni, vertikalni i posebni;

na hotele koji čine jednu građevinsku celinu, i hotele koji se sastoje iz više objekata kao kompaktne celine;

- Prema starosti su grupisani po godinama izgradnje.

II tržišna namena - podela može biti po analitičkom i poslovnom pristupu

III vrste usluga i način na koji se one pružaju - podela na garni-hotele (uz osnovnu uslugu- smeštaj - obezbeđuju i doručak) i klasične hotele (uz osnovnu uslugu- smeštaj, obezbeđuju ishranu na bazi pansiona ili polupansiona).

IV vreme poslovanja - celogodišnje i sezonsko.

5.VRSTE USLUGA

Na osnovu pružanja usluga hotelski objekti se mogu podeliti na:

- **klasične hotele** - koji pored smeštaja, kao osnovnu uslugu, obezbeđuje i ishranu na bazi polupansiona ili pansiona, i

- **garni -hotele**, koji uz smeštaj pripremaju i doručak.

Pored ove podele postoje i sledeći oblici hotelskih objekata:

DEPADANSI- izdvojeni građevinski objekti namenjeni isključivo za smeštaj, a ishranu i druge usluge se obavljaju u glavnom objektu hotela.

Specifične vrste hotelskih objekata koji mogu da se nađu na prevoznim sredstvima su

ROTEL - usluge u specijalnim autobusima,

AKVATEL- hotelski objekat smešten na vodi u plovnim objektima,

BOTEL- Brod lociran na turističkim mestima, jezeru i moru,

HOSTEL- objekat lociran u prirodnom ambijentu (planina i brdoviti teren), za smeštaj mladih, (studenata i srednjoškolaca).

MOTEL - lociran uz saobraćajnice u kojem se pružaju osnovne usluge putnicima i turistima.

TURISTIČKI APARTMAN- namenjen je turistima koji samostalno pripremaju hranu,

TURISTIČKO NASELJE - skup objekata za smeštaj, tip bungalova, paviljona i vila sa izdvojenim zajedničkim objektima za pružanje ishrane, pića i sl.

PANSION- objekat koji pruža smeštaj i ishranu gostima koji u njemu duže borave.

Hotel može da bude specijalizovan za pružanje posebnih vrsta usluga (zdravstvenih, ili usluga za održavanje kongresa, seminara i sl.), i tada mora imati prostorije, opremu i uređaje koji pružaju takav vid usluga.

6. KATEGORIZACIJA HOTELA

Hotelsko preduzeće istovremeno donosi odluku o vrsti i kategorizaciji hotela. Svaki pristup kategorizaciji zasnovan je na odgovarajućoj klasifikaciji delatnosti.

Klasifikacija i kategorizacija su u nekim zemljama dobrovoljne, a u nekim obavezne.

Klasifikacijom i kategorizacijom obuhvataju se osnovni nosioci turističkog poslovanja- ugostiteljstvo i putničke (turističke) agencije.

Klasifikacijom se svi ugostiteljski objekti najčešće dele na objekte za **smeštaj**, i na objekte za **ishranu i piće**.

Opšti minimalni uslovi određuju se za sve ugostiteljske objekte i odnose se na **izgradnju, opremljenost, uređenost i usluživanje**.

Posebni minimalni uslovi se odnose samo na objekte koji se kategorizuju i detaljnije određuju kriterijume izgradnje i opremanje prostorija u objektu.

Kategorizacijom se utvrđuju **obavezni elementi** (koji se odnose na opremljenost i uređenost objekta i njegove usluge tj, njihov kvalitet) i **izborni elementi** (odnose se na položaj i izgled objekta, pogodnostima kojima on raspolaže za provođenje slobodnog vremena i drugo.

Klasifikacija i kategorizacija imaju mnoge prednosti, od kojih su najvažnije:

- uređenje znatnog dela poslovanja ugostiteljstva i putničkih agencija u jednoj zemlji.

Ukoliko je uključeni veći broj zemalja, brže se izjednačavaju uslovi poslovanja i podstiču proces njegove globalizacije.

- uvođenje odgovarajućih standarda, koji direktno određuju kvalitet usluga (veoma važan faktor za konkurentnost hotela).

- u znatnoj meri se obezbeđuje i zaštita potrošača, tj. gostiju, povećava stepen njihove informisanosti o ponudi hotela.

- povećava se mogućnost kontrole odgovarajućih poslovnih operacija.

7. IZBOR LOKACIJE OBJEKTA, FAKTORI,...

Lokacija je veoma bitna u određivanju tipa ugostiteljskog objekta, njegov način poslovanja, asortiman usluga i kategoriju objekta. Takođe od nje zavisi i faktor uspeha i budućeg rasta i razvoja objekta. Istraživanjem, proučavanjem i procenom uticaja postojećih faktora, dolazi se do povoljnog izbora lokacije. Osnovni princip pri izboru je da "treba ići za potrošačima usluga", vodeći računa o blizini istih ili sličnih ugostiteljskih objekata. prvo se određuje šira a zatim uža lokacija.

Siru lokaciju uslovljava grupa ekonomskih i neekonomskih faktora.

neekonomski su: strateški razlizi, interesi bezbednosti stanovništva, interesi narodnog zdravlja, prirodni i geografski uslovi isl.

ekonomski su: udaljenost tržišta ugostiteljskih proizvoda i usluga, udaljenost sirovina i materijala potrebnih za normalno odvijanje procesa poslovanja, raspoloživi izvori energije, snabdevanje vodom, kanalizacija i sistem uklanjanja otpada isl. raspoloživa radna snaga, mogućnost obrazovanja uz rad, transportne mogućnosti, udaljenost, kvalitet puteva i sl.

Užu lokaciju uslovljava ju faktori: povoljna priroda zemljišta za građevinske radove, veličina i karakter mesta, blizina mreže javnog saobraćaja, mogućnost proširenja u budućem razvoju objekta isl.

Pravilnim izborom lokacije ugostiteljskog objekta obezbeđuje se

- upotpunjavanje privredne strukture datog područja, povećava se zaposlenost , povećava se životni standard ...
- potpunije korišćenje kapaciteta i radnog vremena,
- smanjenje troškova poslovanja usled blizine faktora koji su potrebni za rad,
- smanjenje zaliha sirovina i materijala
- smanjenje zamora radnika zbog blizine njihovog boravka
- osiguranje maksimalnih efekata poslovnog procesa kao što su ukupan prihod, dobit, zadovoljenje potreba ugostiteljskim uslugama i sl.

8. FORMIRANJE I FUNKCIONISANJE RADNOG KOLEKTIVA

Formiranje optimalnog sastava radnog kolektiva je kontinuitan proces koji se vezuje i za nove i za već postojeće hotelske objekte , u kojima konkretno preduzeće kroz odgovarajuće izmene personala stalno teži nalazu tog optimuma. Česte su promene zaposlenih usled mnogih činilaca kao što su: uslovi rada, nagrađivanje, psihofizičke predispozicije pojedinaca da obavlja određeni posao i sl. Zato one čine izbor zaposlenih trajnim i veoma značajnim područjem poslovnih aktivnosti i odlučivanja u hotelu , odnosno preduzeću kome on pripada. Uticaj imaju i druge karakteristike rada u hotelijerstvu kao što su :

- najveći broj usluga se pruža u neposrednom kontaktu sa gostima,
- skromne mogućnosti da se ljudski rad zameni tehničkim sredstvima,
- neophodnost da se zadrži stalna profesionalnost i kvalitet obavljanja uslužnih operacija,
- neophodnost tehnoloških, organizacionih i tržišnih prilagođavanja uslužnog programa hotela dinamičnim i raznovrsnim promenama u zahtevima gostiju. Osnovni cilj je da hotel svojim gostima obezbedi kvalitetan uslužni program a sebi podlogu sopstvene ekonomije poslovanja. Faktori koji utiču na sastav kolektiva mogu biti **tehnološko-tehničke prirode** (uključuju raznovrsna zanimanja, ugostiteljsko-turističkih kadrova, ali i

ekonomske, tehničke, pravne i druge struke. Za obavljanje delatnosti svaki radnik mora imati kvalifikaciju za svoje radno mesto. Bitan je kapacitet kojim raspolaže hotel) i **tržišni i organizacioni faktori**. (organizaciona struktura, tržišni rast i razvoj, sezona, namena objekta i odnos prema gostima).

11. DINAMIČKA ANALIZA I MOGUĆNOSTI POVEĆANJA RENTABILNOSTI

Pre otpočinjanja bilo kakvog poslovanja potrebno je izvršiti proces planiranja i proces analize. Uspešnost zavisi od planiranog obima poslovanja ali i raspoloživog kapitala.

Cilj ove analize je da se sagleda odnos **sopstvenih i pozajmljenih izvora finansiranja** u ukupnim poslovnim sredstvima preduzeća. Osnovni pokazatelji finansijske strukture koriste učešće sopstvenih i pozajmljenih izvora. Koeficijent pokrivaća odražava opterećenost poslovnog dobitka finansijskim rashodima na ime kamate. Pokazatelji rentabilnosti su **stope poslovnog i neto dobitka** (utvrđuje se bilansom uspeha, najveći rashod u poslovanju odlazi na cenu realizovanih proizvoda, a ostvarenjem bruto dobitka pokrivaju se periodični troškovi prodaje, uprave, administracije, a onda se utvrđuje poslovni dobitak) i **stope prinosa na ukupna poslovna i sopstvena sredstva** (gde je stopa neto dobitka jednaka količniku neto dobitka i pros. posl. sredstva.). Ukoliko se određenom dinamikom vrši analiza stanja, nađu načini da se smanje troškovi, povećaju sopstveni izvori sredstava, umanje ili ne koriste pozajmljeni izvori, izbeći će se troškovi na ime kamata a samim tim i veći priliv sredstava koji će povećati dobit, odnosno povećati rentabilnost preduzeća.

17. KOMPJUTERIZACIJA FRONT ROOM POSLOVA (REZERVACIJA I PRODAJA KARATA)

Danas u savremenom hotelijerstvu su sve operacije uslužnih delatnosti kompjuterizovanje (rezervacije smeštaja, noćenja, ishrane, rezervacija karata za putovanje, vrsta prevoza i prevoznika, fakultativni izleti, korišćenje renta-car vozila i sl.). Poslovna putovanja su značajne grupe potrošača za avio-kompanije i za hotelijere, te su oni ravnopravni partneri na strani turističke ponude. Naročito je značajna uloga elektronike u kupovini i rezervaciji avio-karata u međunarodnom saobraćaju, kada su destinacije na velikim udaljenostima od polazne stanice, ili se nalaze na više kontinenata. Takođe je takvim načinom komunikacije moguć izbor načina plaćanja usluge. (gotovinski, čekom, kreditnom karticom i sl.). Veliku ulogu u prenosu elektronskih podataka ima PTT preduzeće koja povezuju računare, video-sisteme i funkcionišu na relaciji

davalac

daje podatke:

- organizator putovanja
- avio kompanija
- hotelijeri
- turistička društva
- prevoznici

primalac

korisnik je turista

koristi mogućnost da iz stana, i iz svog mesta ima uvid u informacije o proizvodima, cenama, vrsti i načinu plaćanja, redu vožnje ili leta, ime prevoznika i sl.

EKSTERNA DELATNOST je prodaja rezervacija

Avio-kompanija je prva primenila informatičku tehnologiju. Pored avio prevoza bavi se i smeštajem, R-car prevozom ulaznicama.

Na ovaj način je ponuda dostupna daleko širem krugu potrošača i daje im se nova mogućnost koja im pruža informisanost i komfor.

19. PERSONALNA EVIDENCIJA

Namenjena je obradama kadrovskih poslova u vezi sa svim zaposlenim u preduzeću. Program obuhvata sistematizaciju svih radnih mesta i organizacionu strukturu preduzeća. Zavodi imena svih zaposlenih, radnike koji su na bolovanju, koji su odsutni sa posla, zakašnjenja. Analiza personala podrazumeva vođenje odeljenskih evidencija, sastanaka, koja su bitna za pozitivno poslovanje. Takođe je za uspeh poslovanja od ključne važnosti imati okupljen i povezan tim saradnika koji vole svoj posao i spreman za napredovanje. Osim stručnog znanja akcenat se daje na komunikaciju sa gostima, drugim kolegama i saradnicima. U bazi podataka u svakom momentu se pored evidencija o zaposlenima, njihovim radnim mestima, zaduženjima, odgovornosti i obavezama, vodi i evidencija o svakom gostu koji je prisutan u hotelu (smeštaj, broj sobe, vrsta usluge, dužina boravka i sl.)