

Belas

3

13.12.82.

POSLOVNA ZAJEDNICA "ADRIA"

RADNA ZAJEDNICA

P O R E Č

ELABORAT O DRUŠTVENO EKONOMSKOJ OPRAVDANOSTI
OSNIVANJA RADNE ORGANIZACIJE ZA TURIZAM
" A D R I A T U R I S T " P O R E Č

Novembar 1982. god.

1900

1901

1902

1903

1904

1905

1906

S A D R Ž A J

1.0. Uvod	1
2.0. Dosadašnja organiziranost turističke djel.	3
2.1. Izletnička djelatnost	3
2.1.1. Radna snaga	5
2.1.2. Financijski pokazatelji poslovanja	6
3.0. Kućna radinost	6
3.1. Kapaciteti kućne radinosti	7
3.2. Rezultati poslovanja kućneradinosti	7
3.3. Radna snaga	11
3.4. Organiziranost kućne radinosti	12
4.0. Ciljevi formiranja radne organiz. za tur.	14
4.1. Osnivanje R.O. za turizam	15
4.2. Sredstva R.O.	17
4.3. Plan i podaci obavljanja djelat. kućne org.	19
4.3.1. Izletnička djelatnost	19
4.3.2. Mjenjačka služba	21
4.3.3. Prodaja turističke robe štampe i dr.	22
4.3.4. Informativno vodička služba	23
5.0. Kućna radinost	25
5.1. Kanali prodaje kućne radinosti	26
5.2. Propaganda kućne radinosti	27
5.3. Suradnja sa domaćinstvima	27
6.0. Upravno poslovni prostor	28
6.1. Organizacioni model R.O.	29
6.2. Organizaciona shema samcuprevljanja	31
6.3. Dobrovoljni odnosi R.O. "Adriaturist" i ugostiteljskih OOUR-a	31
7.0. "Ruštvene ekonomske uprave" osnivanje	33
7.1. Razvoj R.O. na području ...	34

U K L J U Č E N J E

1. U V O D

Intenzivni razvoj turizma i složenost turističkog tržišta i odnosa koji na njemu vladaju, već po dosta vremena upućuju sve sudionike da surađuju, koordiniraju svoje akcije i izmjenjuju svoja iskustva stvarajući uvjete za što povoljnije poslovanje. S obzirom da se u turizmu javljaju više različitih proizvoda i usluga koje zadovoljavaju potražnju, to se u ovoj djelatnosti koncentracija i suradnja na svim nivoima integralno podređuju kompleksnom zadovoljavanju zahtjeva gostiju. Razvoj jednog segmenta u kompleksnoj ponudi usluga na račun nekog drugog ili isticanje redosljeda važnosti u određenom stupnju razvoja, nema ni društvenu ni ekonomsku opravdanost. U ugostiteljsko turističkoj djelatnosti bilo kog nivoa pojedinačni proizvodi ili usluge ne mogu u potpunosti zadovoljit složene zahtjeve potrošača. Budući da se na području Poreča javlja više nosilaca različitih proizvoda i usluga što služe zadovoljavanju turističkih potreba, sasvim je logična težnja za odgovarajućim načinom objedinjavanja pojedinih politika u zajedničku prema tako složenom turističkom proizvodu područja. Interes svakog nosioca ponude za takvom zajedničkom politikom sasvim sigurno da postoji, makar se do sada nije realno i do kraja sagledavao. Postoji više argumenata za takav interes. Prvo, kupac turističkih usluga traži potpuno zadovoljavanje svojih zahtjeva u odredištu, nezadovoljstvo jednom uslugom, odnosno jednom komponentom turističkog proizvoda, može ga odvratiti od kupnje takvog proizvoda u cjelini. Drugo, svi nosioci svoju ponudu temelje na vrijednosti izvornih elemenata što čine privlačnost jednog područja, pa prema tome i briga o držanju i valorizaciji tih izvornih elemenata mora biti zajednička nosioce ponuda. Vrlo dinamičan razvoj ugostiteljsko turističke privrede Poreča od samog početka do danas, što je teoretski i praktično opravdano, omogućio da se svi elementi ponude pravilno razvijaju. Ugostiteljska djelatnost u takvom stupnju razvoja postigla je u odnosu na druge sredine veoma

značajne rezultate. Taj značaj tim je veći što razvojem ugostiteljstva stvorena osnova za razvoj ostalih komponenti turističkog proizvoda koji je na neki način i organizaciono i materijalno lakše u ovom momentu sprovesti. Turistička djelatnost nije u svim elementima pratila niti mogla pratiti ugostiteljstvo. Turističko tržište i kretanja na njemu uslovljavali su pojavu komunikacija sa njime i razvoj onih funkcija koje su primamne u tom procesu to su prodaja i propaganda. Razvojem turizma razvijali su se i odnosi turističke ponude i turističke potražnje na tržištu, ali i motivi turističkih kretanja, što je sve skupa utjecalo na promjenu strukturne ponude, od prije klasične, sa novim segmentima. Ti novi segmenti i izazovi našli su se na kompletiranju turističke ponude sa sportsko-rekreativnim i zabavnim sadržajima, što je sasvim sigurno imalo velikog utjecaja na daljnji razvoj i poslovanje ugostiteljsko turističke privrede Poreča.

Ostali dijelovi turističke ponude kao što su izlet, kućna radinost, vodička informativna služba, seoski turizam i drugo nisu postigli značajne rezultate. Razloga za to ima više. Opravdanje se može uzeti što su ovi segmenti ponude ipak za razliku od drugih imali sporedni tretman kao prvo, zatim ne sagledavanje ekonomskih efekata koji iz ovakvih oblika turističke ponude proizlaze kao drugo i kao treće, nepostojanje materijalne baze za razvoj ovih segmenta turističke ponude. Na organiziranom tržištu potražnje koncentracija ponude turističkih usluga kako u nastupu i komuniciranju tako i u organiziranju sa svih aspekata gledano nameće se kao imperativ. Problematika udruživanja rada i sredstava ima različite dimenzije ali su za nas najznačajnije tržišne i razvojne koje su osnovni motivi u sadašnjem momentu daljnjih integracionih procesa udruživanja rada i sredstava ugostiteljsko turističke privrede Poreča. Tržišna komponenta se dvostruko javlja u formuliranju ciljeva daljnjeg razvoja. Prvo kao pretpostavka razvoja u odnosu na praćenje poremećaja kretanja na tržištu i drugo, osiguranje razvojnih ciljeva prema

određenim tržišnim segmentima.

2.0. DOSADAŠNJA ORGANIZIRANOST TURISTIČKE DJELATNOSTI OUR

2.1. Izletnička djelatnost

Izlet se već godinama afirmira kao kategorija turističkog aranžmana i danas predstavlja nezamjenjivi oblik ponude u svim turističkim područjima svijeta. Nastao je iz ekonomskih potreba agencije kao dio nastojanja da se stvore što veće mogućnosti za potrošnju i kao takav se pokazao kao vrsta aranžmana koja u potpunosti zadovoljava potrebe i želje korisnika turističkih putovanja, naročito korisnika dužih odmora i korisnika koji se prvi put uključuju u turističke tokove sa organiziranim dolaskom i boravkom u objektu. Agencije i druge organizacione cjeline koje se bave organiziranjem izletničke djelatnosti svoju ekonomsku računicu nalaze prvenstveno u tome što je tržište za plasman prisutno u objektima mjesta pa su troškovi animacije i propagande relativno mali. Radi se dakle o gostima koji su posebnim naporima nosioca ugostiteljskih usluga i agencija - touroperatora dovedeni u objekt, što predstavlja za organizatore izleta u ekonomskom smislu povoljnu mogućnost za realizaciju svih ciljeva i planova. Lukrativnost izleta kao kategorije i sastavni dio ugostiteljsko turističke ponude sve više potiče i druge nosioce turističke ponude da se bave ovom organizacijom. To su u prvom redu hotelijeri kojima je organizacija izletničke djelatnosti na neki način sporedna aktivnost pa su i rezultati adekvatni tome. Neregulirani ekonomski odnosi između njih i agencija isto kao i mišljenje da agencije stvaraju neopravdano veliku korist je dovela do organizacije izletničke djelatnosti u svim OUR. Istina, kod jednih je prilaz temeljitiji i organizacije sa rezultatima koji su ekonomski opravdani a kod drugih

O P I S	R I V I E R A		L A G U N A T U R I S T		A N I T A		T U R I S T I Č K I B I R O	
	ZR. 1981	proc. 82.	ZR. 1981.	proc. 82.	ZR. 1981.	proc. 82.	ZR. 81.	proc. 82.
Realiz. izleta	13.606.577	14.600.000	7.858.000	9.574.000	509.760	700.990	1.019.555	1.527.807
Real. prov. mjenj.	8.207.531	10.500.000	3.551.000	873.800	2.212.500	3.696.040	696.119	1.093.000
Real. trg. robe	5.600.000	10.300.000	21.495.000	29.603.000	3.115.460	2.475.480	225.453	1.008.000
Real. cigareta i štampe	22.700.000	26.000.000			324.000	356.000		
Ostali prihodi	368.010	253.615						
Prihodi kamata	520.000	720.000	300.000	400.000	192.790	329.350		
Devizna stimul.	3.200.000	6.462.950	1.800.000	3.400.000	567.470	495.804	395.237	499.546
I UKUPNI PRIHOD	54.200.118	71.116.565	35.004.000	51.715.000	6.921.980	8.053.664	2.336.364	4.128.353
1. Trošk. izleta	10.183.680	11.280.000	5.350.000	6.330.000	19.770	50.800	25.500	45.800
2. Trošk. trg. robe	4.480.000	8.240.000			2.021.450	1.978.340	180.000	800.000
3. Troš. štampe i cigareta								
4. Amortizacija	17.902.965	20.800.000	18.853.000	25.771.000	2.021.450	1.978.340		
5. Ostali troškovi	98.733	200.000	100.000	250.000				
6. Doprinosi OOUR za kot. prostora	1.926.960	1.322.000	740.000	950.000	1.950.650	1.889.570	200.000	350.000
	2.900.000	5.400.000			492.870	550.000		
II UKUPNI RASHODI	37.492.338	47.242.000	25.043.000	32.241.000	4.484.940	4.718.710	405.500	1.195.800
III DOHODAK	16.709.780	23.874.565	9.961.000	18.474.000	2.437.440	2.331.354	1.930.864	2.932.553
Obaveze iz dohot.	3.425.473	4.512.293	2.550.000	4.950.000	673.520	907.360	145.136	230.000
IV Čisti dohodak	13.284.307	19.362.272	7.411.000	13.524.000	1.763.920	1.427.994	1.785.728	2.702.553
V Osobni dohoci	6.837.765	8.423.900	5.184.000	6.455.000	1.412.400	1.550.000	950.000	1.300.000
VI Ostatak dohotka	6.446.542	10.938.372	2.227.000	7.069.000	351.520	177.994	835.728	1.402.553

ZR. 1981. godine 9.860.790

1982. godine 19.587.919

ostatak dohotka po procjeni

se i pored činjenice da lošom organizacijom, i ne samo njom već sporednim značanjem i politikom godinama radi na granici rentabilnosti ili gubi ali se ne odustaje od prvobitnih koncepcija.

Izletnička djelatnost kao segment turističke ponude na nivou Poreča je veoma razvijena. Međutim udio nosioca ugostiteljsko turističke ponude u ukupnom prometu je veoma mali i jedva se kreće oko 20%. Vlastitih programa ima malo i uglavnom na kraćim i poludnevnim izletima, prodajnih punktova isto tako, slaba je suradnja sa agencijama, vodičima, nedovoljnom animacijom, neadekvatnom osposobljenošću prodajnog osoblja, nezainteresiranost u kreiranju novih izleta i sadržaja, prozrokuju - nepovoljne financijske rezultate kod svih nosioca ovih usluga. Izletnička djelatnost u našim OUR je veoma različito organizirana. Ta različitost je rezultat značaja koji se prodaja ovoj djelatnosti i kočini^{ca} daljnjeg razvoja.

- U OUR Lagunaturist izletnička je djelatnost organizirana u OOUR sport kao RJUR "Izleti" sa 5 poslovnica u kojima se prodaju izleti i obavlja mjenjačka služba. U sastavu recepcije ili posebno u ugostiteljskim OOUR nalazi se 27 mjenjačnica koje nisu organizirane za druge poslove osim mjenjačkih.

- U OUR "Riviera", izletnička djelatnost je organizirana preko OOUR "Rivieraturist", kao posebna RJUR "Rivieratours". U sastavu ove organizacione cjeline u 27 turističkih poslovnica u kojima se prodaju izleti, turistička roba, suveniri i vrši mjenjačka služba.

Turistička štampa i ostala vrsta robe prodaje se u 13 kiosaka koji su isto tako u sastavu ove cjeline.

- U RO "Anita", izletnička djelatnost je organizirana kao RJUR "Agencije" u OOUR "Vrsartours" sa 5 turističkih poslovnica. Međutim, postoji unutar kampova 3 mjenjačnice koje ne prodaju izlete i turističku robu.

- Izletnička djelatnost u RO Turist biro, organizirana je na 3 prodajna mjesta.

2.1.1. Radna snaga

Ako promatramo 1981. godinu, na prodaji programa izleta je radilo 43 sezonska i 11 stalnih radnika. No taj broj se smanjuje ako se uzme u obzir da su se usput obavljali mjenjački poslovi, prodaja trgovačke robe i suvenira.

Tabela 2.1.1.1. Radnici zaposleni na izletima

	Riviera		Lagunaturist		Anita		Turist biro		Ukupno	
	stal. sez.		stal.sez.		stal.sez.		stal.sez.		stal.sez.	
% učešća za obavljanje izlet dj.	5	22	2	8	2	8	2	5	11	43
	70	30	100	30	100	70	50	30		
Ø broj pot. radnika	4	7	2	3	2	6	1	2	9	18

Tabela 2.1.1.1. Broj poslovnih mjesta za prodaju izletničkih karata

Opis	Riviera	Lagunaturist	Anita	Turist biro	Ukupno
Poslovnica	14	4	4	2	24
Kiosk	8	1	4	-	13
Pult	-	-	-	1	1
	22	5	8	3	38

Kao što se iz podataka vidi, ukupni broj prodajnih mjesta za prodaju izleta s obzirom na ukupno raspoložive kapacitete i mogućnosti je nedovoljan. U principu bi trebalo svako raspoloživo poslovno mjesto turističke djelatnosti prodavati i izlete.

2.1.2. Financijski pokazatelji poslovanja

	Riviera	Laguna	Anita	Turist biro	Ukupno
Ukupan prihod	13.606.577	7.858.000	2.548.800	1.019.555	25.032.932
Dir.troš. izleta	10.183.680	5.350.000	1.559.040	815.644	17.908.364
Ost. rež. troškovi	850.000	670.000	378.000	50.000	1.948.000
Dohodak	2.572.879	1.838.000	611.760	763.689	5.786.328
Doprinos iz doh.	1.003.422	716.820	238.586	297.838	2.256.666
OD	1.800.000	1.200.000	850.000	520.000	4.370.000
Dobitak	- 230.543	- 78.820	- 476.826	- 54.149	- 840.338

Navedeni podatci pokazuju gubitak izletničke djelatnosti što potvrđuje konstataciju da smo na tom planu neorganizirani, da nemamo vlastitih programa izleta i da ekonomičnost poslovanja treba osigurati sa lepezom ostalih usluga.

3.0. KUČNA RADINOST

Kapaciteti privatnog smještaja predstavljaju veoma značajan segment turističke ponude mjesta. Kroz ovaj oblik smještaja ostvaruje se značajan dio turističkih noćenja i postižu povoljni poslovni rezultati objekta privatnog smještaja svojim učešćem omogućuju zadovoljavanje određenog tržišnog segmenta i valorizaciju ostalih sadržaja na nivou radnih organizacija a naročito mjesta.

Copyright © 2016 by John Wiley & Sons, Inc.

Jedinstvenim nastupanjem, većim ulaganjem u propagandne akcije, boljom politikom prodaje i drugim aktivnostima, popunjenje se može realno povećati za 10 - 15 dana čime bi se znatno povećala dohodovnost OOUR i povećao interes domaćinstva kako za izgradnju tako i za iznajmljivanje.

Tabela 3.2.1. Ostvarena noćenja kućne radinosti u 1981. god.

	strani gosti		domaći gosti		Ukupno	
	%		%		%	
Riviera	66.538	28	14.697	25	81.235	27
Lagunaturist	65.827	27	12.583	22	78.410	26
Anita	18.232	7	12.753	22	30.985	10
Turist biro	92.085	37	17.697	31	109.782	37
Ukupno	242.682	100	57.730	100	300.412	100
	80%		20%		100%	

Ovako slabi rezultati noćenja posljedica su politike prodaje kapaciteta privatnog smještaja. Nastojanja OOUR su da se što bolje prodaju hotelski i ostali kapaciteti, što je donekle i opravdano, a privatni smještaj kao manje interesantan orijentiran je na kanale prodaje koji imaju daleko manju sigurnost pri sadašnjoj organiziranosti prodaje i obrade tržišta. Najveći dio kapaciteta prodaje se individualno prolaznim gostima - preko 50%, samo 15% individualnim gostima sa rezervacijom i oko 20 - 25% alotmanski, što samo potvrđuje tvrdnju da nema planski organizirane politike i strategije prodaje i nastupa na tržištu i da se poslovni uspjeh temelji na čekanju gosta da sam dođe. Kao što se u prethodnoj tabeli vidi, u strukturi noćenja kućne radinosti najnepovoljniji odnos domaćih i stranih gostiju ima RO Anita - 40 : 60%, zbor veoma malih kapaciteta novogradnje i slabije potražnje stranih gostiju u odnosu na objekte u Poreču.

Turističke mogućnosti sela sporo se valoriziraju i nedovoljno i neadekvatno koriste. Organizacija turizma na selu predstavlja korisno i društveno ekonomsku opravdanu aktivnost.

Nova radna organizacija treba svojim učešćem i organiziranim akcijama da pomogne stvaranju potrebnih uvjeta za ugodan i sadržajan boravak gostiju u obližnjim selima. Pored pružanja osnovnih usluga smještaja i povećanja receptivnih kapaciteta selo nam u narednom periodu može poslužiti i za izletnički turizam.

ela 3.2.1.1. Ostvareni rezultati poslovanja kućne radinosti u 1981. godini i procjena za 1982. godinu

O P I S	R I V I E R A		L A G U N A T U R I S T		A N I T A		T U R I S T I Č K I B I R O	
	Z. 1981.	proc.82.	Z.R.81.	proc.82.	ZR. 81.	proc.82.	ZR. 81.	proc.82.
ealizac.smj. om.gosti ju	3.361.800	5.437.569	2.435.000	5.112.000	1.933.820.	3.264.060	3.751.244,10	5.050.64655
ealizac.smj. tranih gost.	15.214.000	12.108.000	13.000.000	11.300.000	2.762.210	1.844.010	18.868.680.90	20.963.000
Realizac.dev. stimulacije	3.175.784	2.736.409	1.100.000	1.250.000	-	-	1.123.525	4.200.000
Realizac.ost- varenih prih.	694.257	660.000	885.000	1.761.000	26.630	193.610	421.574	3.438.001
PAN PRIHOD I	22.445.699	20.941.977	17.420.000	19.423.000	4.722.660	5.291.680	24.665.023	33.651.647
ater.trošk.	15.411.300	17.245.724	12.839.000	13.968.000	3.615.090	4.050.780	18.962.094	23.684.200
mortizacija	25.000	35.000	26.000	49.000			56.565	120.000
UKUPNI RASHOD	15.436.300	17.280.724	12.864.000	14.017.000	3.615.090	4.050.780	19.018.659	23.804.200
DOHODAK	7.009.399	3.661.253	4.556.000	5.406.000	1.107.570	1.240.900	5.646.364	9.847.447
govorne baveze	275.236	283.300	300.000	375.000			110.900	230.000
oprinosi RZ	460.516	250.058	730.000	810.000	241.380	270.520		
akonske obaveze	557.948	308.700	468.000	540.000	196.130	265.570	720.500	1.120.000
ČISTI DOH.	5.715.699	2.819.095	3.058.000	3.681.000	670.060	704.810	4.814.964	8.497.447
OSOBN I DOHOCI	1.435.890	992.000	877.000	1.200.000	438.030	536.550	2.215.917	2.990.000
OSTATAK DOH.	4.279.809	1.827.095	2.181.000	2.481.000	232.030	168.260	2.599.047	5.507.447

U 1981. god. OSTATAK - 1981. 9.291.886

OSTATAK DOHOTKA u 1981. god. 9.291.886

OSTATAK DOHOTKA u 1982. proc. 9.983.802

Kao što se iz podataka vidi, ostatak čistog dohotka u 1981. godini iznosi 9.291.886 a prema procjeni u ovoj godini samo 9.983.802 u svim OUR došlo je do povećanja realizacije od smještaja domaćih gostiju, što je i karakteristika turističke sezone, a do pada realizacije smještaja od stranih gostiju. Ovo smanjenje prometa od inostranih gostiju je nešto veće od smanjenja u ostalim objektima zbog povećanja smještajnih kapaciteta i većih napora u prodaji ovih kapaciteta.

3.3. RADNA SNAGA

Organizacione jedinice u kojima se obavlja djelatnost kućne radinosti, zapošljavaju u toku turističke sezone ukupno 33 radnika od čega je 14 stalnih i 19 sezonskih.

Tabela 3.3.1. Pregled zaposlenosti po organizacionim jedinicama

Naziv mjesto	Riviera Infor. center		Turist-Vrsar		Lagunaturist		Anita		Turist biro	
	stal.sez.		stal.sez.		stal.sez.		stal.sez.		stal.sez.	
šef recep.	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-
recepционер	-	2	1	-	1	2	-	1	2	3
žurnalist	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-
vodići-kurir	-	2	-	2	-	2	-	2	-	3
Ukupno	2	4	3	2	3	4	2	3	4	6

Ako stavimo u odnos kapacitet privatnog smještaja tj. ostvarena noćenja i zaposlenost na recepcijama, dolazimo do zaključka da je produktivnost na nekim recepcijama veoma niska i da nema ekonomske opravdanosti postojanja takvih recepcija. Ovo se u prvom redu odnosi na Anitu i Turist u Vrsaru gdje bi se objedinjavanjem i zajedničkom recepcijom u odnosu na kapacitete zaposlenost prepolovila. Objedinjavanjem rada mogućnosti

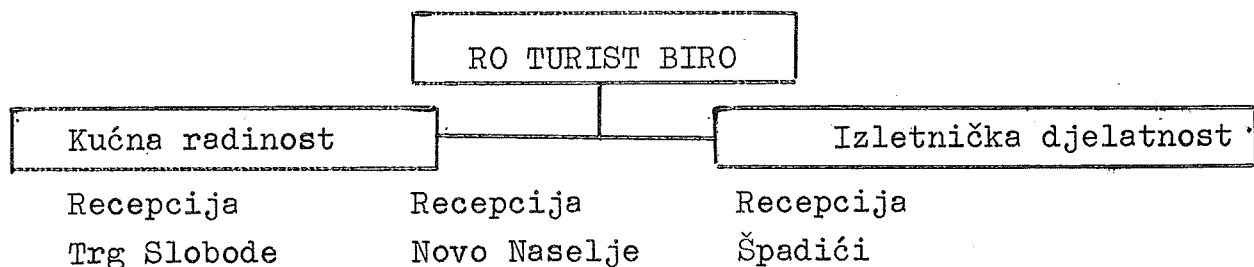
svušteta stalnih a isto tako i sezonskih radnika i na recepcijama u Poreču.

Prijem gostiju privatnog smještaja u OUR vrši se za sada na sedam recepcija različite veličine, lokacije i opredjeljenosti. Poslovni prostor Turist biroa, Laguna grad, Informativni - centar - Riviera, je najoptimalnije/~~prilagođeni~~ najbolje lociran. S obzirom da se u sadašnjim uvjetima nalaze jedan pored drugog u novoj radnoj organizaciji Adria - Turist, namjena jednog prostora za recepciju privatnog smještaja je sasvim opravdana. Ostala dva prostora namjeniti za pružanje ostalih turističkih usluga kao informacije i rezervacije smještaja, prodaja i rezervacija raznih karaka, izletni, mjenjačnice suvenir i dr. Postojeći prostor Turist biroa u Vrsaru namjeniti za recepciju privatnog smještaja.

3.4. ORGANIZIRANOST KUĆNE RADINOSTI

Djelatnost kućne radinosti je veoma različito organizirana u organizacionoj strukturi radnih organizacija.

1. RO TURIST BIRO

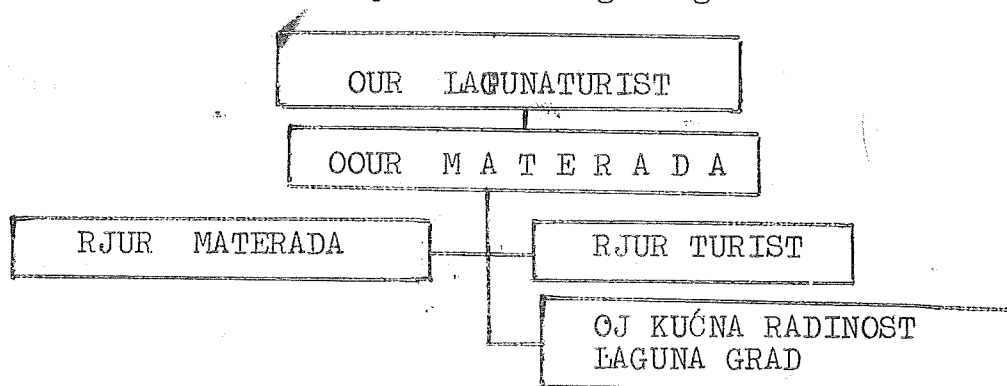


Recepcija obavlja slijedeće poslove:

- iznajmljivanje soba i apartmana,
- prodaje izletničke karte
- mjenjačnica
- informiranje
- prodaja razglednica i ostale turističke robe.

2. OUR LAGUNATURIST

Kućna radinost je u sastavu OOUR "Materada" kao samostalna obračunska jedinica "Laguna grad".

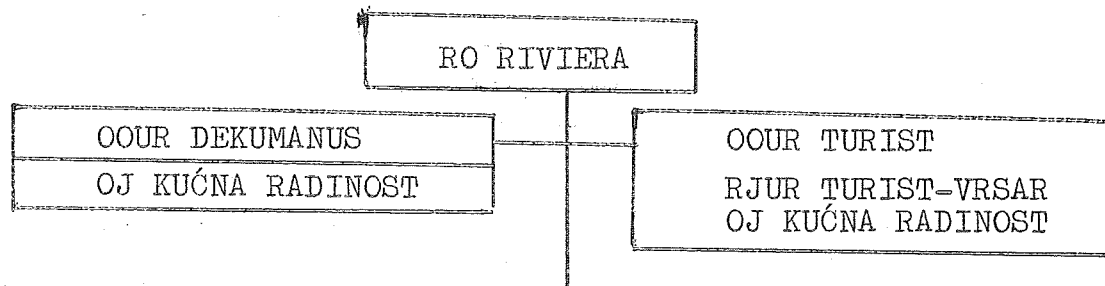


Na recepciji se obavljaju slijedeći poslovi i radni zadaci:

- iznajmljivanje soba i apartmana
- informativna služba
- mjenjačka služba

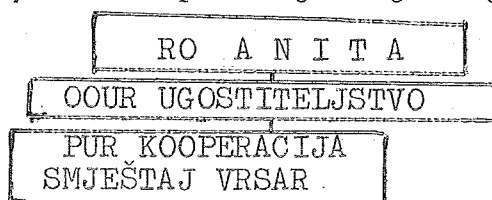
3. RO RIVIERA

Kućna radinost u RO Riviera je organizirana u 2 OOUR u Poreču je u sastavu OOUR "Dekumanus", a u Vrsaru u OOUR "Turist".



4. RO "ANITA"

Djelatnost kućne radinosti je organizirana u OOUR "Ugostiteljstvo", PUR Kooperacija smještaja.



4.0. CILJEVI FORMIRANJA RO ZA TURISTIČKU DJELATNOST "ADRIA-TURIST"
P O R E Č

Ideja o objedinjavanju turističke djelatnosti Poreštine datira već nekoliko godina, ali je zajednički dogovor ugostiteljsko turističkih radnih organizacija bilo teško postići. Razloga za takvo stanje ima više. Različita organiziranost ove djelatnosti u ponudi OUR sa individualnim logikama ponašanja i odredjenih ekonomskih efekata, duži niz godina se smatra normalnim pojavama u ukupnom poslovanju i radu OUR.

Dosadašnja organiziranost ove djelatnosti u odnosu na broj noćenja koji se u Poreču postiže, nije na nivou ostalih usluga ugostiteljske ponude. Ovakva neorganiziranost nije nikome pogodovala a najmanje gostima koji su prepušteni sebi i vodičima, tražili mogućnost ugodnijeg provođenja godišnjeg odmora. I postojeći kapaciteti se nisu iskorištavali kako su mogli radi usitnjenosti i neadekvatne poslovne politike u ovoj djelatnosti. U sredinama u kojima je ova djelatnost organizirana u sastavu drugih organizacionih cjelina sa većim dohotkom, javljaju se odredjene negativnosti oko raspodjele dohotka i stvaranja loših međuljudskih i samoupravnih odnosa. Maksimiranje dohotka kao društvene kategorije u samoupravno / plansko tržišnoj privredi pretpostavlja izvor strategija koje traže šire i slobodnije povezivanje organizacija na njihovom realiziranju. U tom kontekstu treba sagledavati novu radnu organizaciju kao rezultat objedinjavanja turističke djelatnosti i kućne radinosti iz sadašnje organizacione strukture OUR Lagunaturist, Riviere, Anite i Turističkog biroa. Nova RO za turističku djelatnost, od zajedničkog je interesa svih OUR. Njezin je cilj da već sada a naročito u perspektivi podigne kvalitetu turističkih usluga na jedan viši nivo.

4.1. OSNIVANJE RO ZA TURISTIČKU DJELATNOST "ADRIA-TURIST" POREČ

Osnivači radne organizacije su ugostiteljsko turističke
OOUR:

1. -OOUR Albatros
2. -OOUR Delfin
3. -OOUR Galeb
4. -OOUR Lotosi
5. -OOUR Laguna
6. -OOUR Laguna - Červar
7. -OOUR Laguna Zagreb
8. -OOUR Materada
9. -OOUR Novigrad
10. -OOUR Sport

Sve u sastavu "Lagunaturist" RO za ugostiteljstvo i
turizam Poreč.

11. -OOUR Borik
12. -OOUR Brulo
13. -OOUR Decumanus
14. -OOUR Lanterna
15. -OOUR Istarske Toplice
16. -OOUR Pazin - Motovun
17. -OOUR Riviera-turist
18. -OOUR Turist

Sve u sastavu "Riviera" RO za ugostiteljstvo i turi-
zam Poreč.

19. - OOUR "UGOSTITELJSTVO"
20. - OOUR Vrsar-Tours

U sastavu "Anita" RO za ugostiteljstvo i turizam
Vrsar.

21.- Turistički biro - Radna organizacija za turizam
Poreč.

Predmet poslovanja radne organizacije "Adria-Turist" su usluge i to one kojima se zadovoljavaju potrebe turista i drugih osoba koje putuju a to su:

1) Kao osnovna djelatnost

- organizacija i provođenje odmora
- organizacija i provođenje turističkih putovanja, izleta u zemlji i inostranstvu prihvata i organizacija putnika i turista u zemlji i inostranstvu, ^{boravka}
- poslovi na organiziranju i razvijanju posebnih oblika turizma (zdravstveni, kongresni, lovni i dr.),
- iznajmljivanje vozila i
- pružanje usluga turističkih vodiča i ~~pratioca~~ ✓
- prodaja i posredovanje u prodaji ugostiteljskih i drugih turističkih usluga,
- prodaja voznih karata i pribavljanje putnih isprava
- posredovanje kod osiguranja putnika i turista
- mjenjački poslovi
- davanje turističkih informacija
- poslovi oko izdavanja soba od strane domaćinstva
- prodaja ulaznica za sportske, kulturne i druge priredbe kao i prodaja turističke literature i druge robe koja se uobičajeno prodaje u turističkom prometu

2) Kao sporedna djelatnost

- obavljanje trgovine na malo sa neprehrambenim artiklima - proizvodima za potrebe turista:
- tekstil, kratka i pletena roba i konfekcija,
- galanterijska i bazenska roba i igračke
- užarska roba, kudeljsta i juteni proizvodi
- koža, sedlarska i remenarska roba i pribor
- proizvodi od gume, kaučuka, plastike
- fotografski optički aparati, instrumenti, pribor
- parfumerijska i kozmetička roba
- stakla, porculan i keramička roba
- filatelija i pribor
- duhanske preradevine, šibice i pribor

- proizvodi domaće radinosti
- drogerijska roba
- rasparčavanje novina i povremenih spisa
- prodaja razglednica, maraka i drugih PTT usluga

Ovakva organiziranost turističke djelatnosti omogućuje bezbroj direktnih i indirektnih efekata ove RO a isto tako i ostalim funkciji zajedničkog proizvoda na tržištu. Počev od informativne aktivnosti kao najstarije funkcije turističke djelatnosti, pa kroz izlete mjenjačnice do kućne radinosti i ostalih djelatnosti, sve su to područja djelovanja jedinstvene radne organizacije sa direktnim dohovnim efektima.

Od organizirane turističke djelatnosti se sa pravom očekuje utjecaj na povećanje i proširenje vanpansion-ske potrošnje u objektima u kojima se organiziraju izleti ili neke druge mogućnosti zabave. Zajednički dogovor hoteljera radne organizacije za turističku djelatnost u odnosu na dosadašnju organiziranost u vezi izleta i ostalih aktivnosti koje su vezane na dohodak moguće je također postići, kao i dogovor u vezi poslovne i razvojne politike u odnosu na goste koji postaju zajednička briga.

Organiziranjem RO za turističku djelatnost dolazi do podjele rada i specijalizacije turističke djelatnosti u odnosu na druge djelatnosti u ugostiteljsko turističkoj ponudi i dizanju na nivo koji joj našoj sredini i pripada.

4.2. SREDSTVA RADNE ORGANIZACIJE

U novu radnu organizaciju unose se osnovna sredstva poslovnice kućne radinosti sa opremom i sitni inventarom. ~~odnosno su opremljene i sitnim inventarom.~~ Unešena osnovna sredstva i oprema postaju vlasništvo nove RO uz novčanu naknadu na rok od 10 godina su 12% kamate.

Osnovna sredstva sa opremom i sitnim inventarom OOUR-a "Ugostiteljstvo" ostaju u sastavu postojećih organizacija a daju se na korištenje novoj RO uz naknadu.

"Adria-Turist" će svoju djelatnost obavljati u slijedećim Turističkim poslovnicama i lokacijama:

Poslovnice
↓

- | | |
|--------------------------------|------------------------------|
| 1. Lanterna kamp | 31. Centralna recepcija |
| 2. Selaris | Zelena Laguna |
| 3. Lanterna | 32. Centralna recepcija |
| 4. Ulika | Z. Laguna - kiosk 1 |
| 5. Červar - Porat | 33. Centralna recepcija |
| 6. Hotel - Pical | Z. Laguna - kiosk 2 |
| 7. Hotel - Zagreb | 34. Hotel - Parentium |
| 8. Hotel - Luna | 35. Hotel - Galeb |
| 9. Hotel - Materada | 36. Funtana - kiosk |
| 10. Hotel - Turist | 37. Istra - kamp |
| 11. Informativni centar - grad | 38. Puntica - Funtana |
| 12. Turistički biro | 39. Turist Vrsar |
| 13. Špadići | 40. Vrsar obala |
| 14. Novo naselje | 41. Zabavni centar Vrsar |
| 15. Hotel - Poreč | 42. Funtana camp recepcija |
| 16. Otok | 43. Funtana camp |
| 17. Kućna radinost - Materada | 44. Funtana naselje |
| 18. Hotel - Diamant | 45. Koversada camp recepcija |
| 19. Hotel - Kristal | 46. Koversada sport |
| 20. Hotel - Rubin | 47. Anita |
| 21. Hotel - Mediteran | 48. Pancrama |
| 22. Belevue | 49. Koversada trgovina |
| 23. Plava Laguna | 50. Petalon |
| 24. Hotel - Galiot | 51. Kiosk 13 x |
| 25. Hotel - Delfin | |
| 26. Hotel - Albatros | |
| 27. Lotos 1 | |
| 28. Lotos 2 | |
| 29. Lotos 3 | |
| 30. Lotos 4 | |

Pošto se iz navedenog popisa ne može vidijeti o kakvim se poslovnim prostorima radi u narednoj tabeli dajemo podatke o vrstama poslovnih prostora za obavljanje turističke djelatnosti nove radne organizacije.

Opis	Riviera	Lagunaturist	Anita	Turist. biro	Ukupno
Poslovnica	24	4	6	2	36
Kiosk	13	3	4	1	21
Pult	-	13	3	1	17
Ukupno	27	20	13	4	74

Osnovna sredstva i oprema kućne radinosti koje se unašaju u "Adria-Turist" imaju slijedeću knjigovodstvenu vrijednost:

Opis	Riviera	Lagunaturist	Anita	Turist.biro	Ukupno
Poslovnice	2	1	1	2	6
Kiosci	13	-	2	1	16
Vrijednost sredstava	2.804.543	29.000	320.000	1.392.279	4.545.822

4.3. PLAN I PODACI OBAVLJANJA DJELATNOSTI RO ZA TURIZAM "ADRIA-TURIST"

4.3.1. IZLETNIČKA DJELATNOST

Za izletničku djelatnost može se reći da se kao kategorija turističkog aranžmana potpuno afirmirala i danas predstavlja nezamjenjiv oblik ponude u svim turističkim središtima svijeta. Na suvremenom turističkom tržištu na kojem se sve više prodaje kompletan ugođaj konstrukcija turističkog aranžmana izleta i upotreba elemenata manifestacije povećavaju atraktivnost izbora mjesta za provođenje

godišnjeg odmora i organiziranje izleta za potencijalnog turistu.

Za izletničku djelatnost ugostiteljsko turističkih radnih organizacija Poreča u odnosu na mogućnosti koje postoje može se reći da nije učinjeno puno. Poreč je interesantan za izlete iz dva osnovna razloga:

- blizine izletničkih mjesta
- broja gostiju koji u jednom danu borave u Poreču

Procjenjuje se da je ove godine izletnička djelatnost u Poreču ostvarila preko 20 milijardi starih dinara ukupnog prometa sa cca 10 - 15% učešća naših radnih organizacija. Taj je odnos ranije bio još nepovoljniji.

Veće učešće u novoj radnoj organizaciji moguće je postići:

- 1.) Proširenjem i boljom organizacijom vlastite prodajne mreže
- 2.) Uvođenje novih vlastitih izleta
- 3.) Boljom propagandom i animacijom izleta

Do sada se izleti nisu prodavali u svim objektima i poslovnim mjestima turističke djelatnosti. Iz te osnove postoje velike rezerve koje se u novoj organizaciji moraju iskoristiti.

Procjenjujemo, s obzirom na potencijal gostiju da postoje rezerve i da 30% koje se boljom organizacijom i proširenjem prodajne mreže u novoj organizaciji mogu iskoristiti.

Bolja zainteresiranost i osposobljenost radnika za prodaju izletničkih karata i dobra komunikacija između prodajnih mjesta su osnovne pretpostavke boljih poslovnih rezultata, čemu u novoj organizaciji treba težiti.

Objedinjavanjem zajedničkih sredstava i programa stvaraju se mogućnosti za proširenje vlastitih i uvođenje novih programa izleta.

Učešće vlastitih programa izleta je minimalno 15-20% u novoj radnoj organizaciji. vlastite izlete kako brodske tako i autobusne, poludnevne i dnevne treba brže

razvijati. Boljom organizacijom i zajedničkim sredstvima postoji mogućnosti organiziranja većih izletničkih tura kroz najam ili nabavu većih plovila i drugih prevoznih sredstava.

Izletnička mjesta radnih organizacija i novi izletnički programi kao seoske štancije, noćne vožnje i druge kulturno zabavni sadržaji u Istri trebali bi u politici razvoja izletničke djelatnosti nove radne organizacije imati dominantnu ulogu.

Izleti se prodaju na bazi propagandnog materijala, ali se najčešće potencijalni turisti odlučuju na kupnju određenog izleta nakon konzultacije sa osobljem poslovnica. To zahtjeva od novog zaposlenog na prodaji izleta, dobro poznavanje sadržaja izleta, uvjete prodaje i izvršenje i bezbroj informacija da bi se gost mogao što bolje animirati.

Prodajne službe naših radnih organizacija mogu svojim kontaktima sa domaćim i stranim agencijama, naročito vanrednih grupnih aranžmana, kongresa, seminara, studentskih grupa i drugih aranžmana uključiti i ponudu izleta u ponudu prodaje. Boljim propagandnim odnosno promotivnim aktivnostima uspostavlja se kontakt sa tržištem i komuniciranje sa njim. Pronalaženje adekvatnih oblika komuniciranja sa kupcem postaje sve kompliciranije, sve teže sve kompleksnije, kao pojava odnosno aktivnost.

Propagandna aktivnost izleta u novoj radnoj organizaciji mora biti na takvom stupnju organizacije da istovremeno sa informiranjem obavlja već i određenu fazu prodaje.

4.3.2. Mjenjačka služba

Otkup stranih sredstava plaćanja određena je zakonom i uputstvom Narodne banke mijenjanje stranog novca vrši se na bazi službeno objavljenog tečaja, na bazi pariteta dinarske i strane valute. Objedinjavanje ove službe

u radnu organizaciju postiže se slijedeće:

- 1.) Povećat će se otkup za 10 - 15% mjenjačnica kroz veće mreže mjenjačnica i time i prihod od provizije,
- 2.) Objedinjena služba daje veću garanciju za kvalitetnije usluge,
- 3.) Lakše se sprovodi obuka radnika za rad u mjenjačnicama,
- 4.) Bolja je suradnja i mogućnost bezkamatnog kreditiranja od poslovnih banaka,
- 5.) Efikasnije sprovođenje mjera zaštite, prijem novca i valute,
- 6.) Bolja evidencija i primjena zakonskih propisa,
- 7.) Efikasnija je kontrola mijenjačkog osoblja,
- 8.) Vodi se jedinstvena politika unapredjenja ove službe i usklađenja radnog vremena,
- 9.) Obavljanje mjenjačke djelatnosti u turističkim poslovnica upotpunjuje se ponuda objekata i upućuje gosta na mogućnosti za korištenje ostalih usluga radne organizacije,
- 10.) Jedinstvena organizacija ove službe osigurava kontinuitet dinarskih sredstava mjenjačnica,
- 11.) Zajednička organizacija ne predstavlja problem daljnjeg rada sa postojećim poslovnim bankama

4.3.3. Prodaja turističke robe, štampe i pružanje ostalih usluga

Pored prodaje izleta i mjenjačke službe kao osnovne djelatnosti turističkih poslovnica prodaje turističke robe, štampe i pružanje ostalih usluga predstavlja značajnu aktivnost radne organizacije. Ponuda trgovačke robe, suvenira, štampe, cigareta, razglednica i raznih drugih usluga upotpunjuje ponudu poslovnica, povećava iskorištenost radne snage i dohodak radne organizacije.

U dosadašnjoj organiziranosti o asortimanu robe, štampe i ostalih proizvoda nije se vodilo dovoljno računa.

Veliki je broj poslovnica bez trgovačke robe i štampe. Neke OOUR iznajmljuju svoja poslovna mjesta zaprodaju štampe i na taj način ostvaruju minimalnu dobit. Turistička roba ima svoju specifičnost od same proizvodnje do realizacije, za što prometne organizacije nisu naročito zainteresirane.

Osnivanjem nove radne organizacije postiže se efikasnije snabdjevanje poslovnica, veći asortiman roba i usluga, usklađuje se radno vrijeme i ponuda u odnosu na zahtjeve gostiju, i na toj osnovi postižu se bolji poslovni rezultati.

Poželjno je da se u početku rada nove radne organizacije radi sa postojećim veletrgovinama a kasnije sa manjim brojem ovisno od uvjeta nabave ili direktno što traži veća finansijska sredstva i vlastit skladišni prostor.

Prodaje domaće i strane štampe i cigareta uvesti u sve poslovnice i prodajna mjesta. U nekim objektima - autokampovima, postaviti nove kioske za prodaju izleta, trgovačke robe, štampe i cigareta. Suradivati sa istim novinskim kućama i dalje, ali ne na bazi iznajmljivanja poslovnog prostora. Puna ekonomska opravdanost će se postići ako se pored navedenih roba i usluga u turističkim poslovnicama i prodajnim mjestima ostvaruje i prihod od prodaje raznih ulaznica, depoa, agencijskih usluga i devizne stimulacije.

U novoj radnoj organizaciji je realno očekivati povećanje prometa od prodaje turističke robe, štampe i ostalih usluga i preko 20% ako se ispune svi napred navedeni uvjeti, zašto udruživanje rada i sredstava u novu radnu organizaciju daje punu garanciju.

4.3.4. Informativno vodička služba

Turistička poslovnica obavlja jedan dio posla za koji ne dobija direktnu naknadu od korisnika - turista. Radi se o poslovima pružanja svih vrsta informacija usmenih i pismenih i distribucije propagandnog materijala.

Činjenica da se na jednom mjestu može naći većina podataka i informacija potrebnih gostima potencira značenje poslovnica u turističkom prometu.

Naročita važnost ovih usluga je u sredinama sa većom koncentracijom inozemnih turista čije je snalaženje gotovo nezamislivo bez informacija i pomoći koje im u tom smislu pružaju turističke poslovnice radne organizacije.

Vodička služba koja u novoj radnoj organizaciji treba unaprijediti ima osnovni zadatak upoznavanje gostiju sa životom mjesta, kulturnim i povjesnim nasljedom, privredno, turističkim i drugim mogućnostima. S obzirom na najneposredniji kontakt sa inozemnim gostima često se nazivaju i turistički ambasadori mjesta ili zemlje, jer se njihova djelatnost ne iscrpljuje samo u davanju ograničenih informacija. Stoga je potrebno da vodiči imaju visoko opće i kulturno obrazovanje da su osobe koje su dobro obavještene o suvremenim kretanjima u svojoj zemlji ali i na svjetskoj pozornici. Vodička služba u novoj radnoj organizaciji treba osigurati:

- vođenje gostiju i grupa koje dolaze u Poreč
- vođenje gostiju na organizirane vlastite izlete
- animacija gostiju kroz organiziranje kulturno zabavnih sadržaja.

Međutim, iako je značaj ovih kadrova ne samo za novu radnu organizaciju već i za mjesto velik, dohodovnost vodička izletničke služba postaje određen problem, rješenje je moguće naplatom obavljenih usluga su financiranjem ostalih sudionika turističkog prometa i obavljanjem nekih drugih poslova i radnih zadataka.

5.0. KUĆNA RADINOST

Prema ostvarenim noćenjima ^{ne} može se reći da su kapaciteti privatnog smještaja i pored intenzivne privatne izgradnje pratili razvoj ostale ponude Poreštine. Razloga za to ima više. Interes domaćinstva je u stalnom opadanju zbog neorganizirane prodaje, slabog popunjenja, velikih provizija, loših kreditnih odnosa, što kao posljedicu ima smanjenje kapaciteta i orijentaciju na samostalnu prodaju. Objedinjavanjem kućne radinosti kroz formiranje nove radne organizacije, zajedničkim djelovanjem, jedinstvenom politikom i organizacijom, propagandom, odgovarajućom politikom prodaje i izmjenom dosadašnjih kooperantskih u dohodovne odnose, realno je očekivati izvjesno povećanje smještajnih kapaciteta, i njihove bolje iskorištenosti. Realno je očekivati da će sve ovo u novoj radnoj organizaciji imati uticaja na opoređjeljenje domaćinstva za uključivanje većeg broja ležaja za iznajmljivanje od 5 - 10%, čime će se povećati kapacitet za 300 - 500 ležaja. Uz povećanje kapaciteta treba očekivati i njihovo povećanje iskorištenosti u prvoj godini do 5 dana, ili 30.000 noćenja više u odnosu na 1981. godinu, odnosno za 20.000 ako se računa sa izvjesnom stagnacijom pada turističkog prometa u ovoj godini. Sa povećanjem noćenja, ležaja i cijena koje su za inozemne goste zbog opadanja pariteta dinara u navedenoj godini između 20 i 30% i preko 20% za domaće goste ostvaruje se povećanje dohotka za 21% u odnosu na 1981. godinu i 10 % u odnosu na procjenu uzetu u ovoj godini.

Objedinjavanjem pojedinih organizacionih jedinica kućne radinosti u novoj radnoj organizaciji kao npr. jedna zajednička poslovnica u Poreču i u Vrsaru dobijaju se na kvaliteti pružanja usluga na jednom mjestu, ušteda je radne snage od cca 22 prosječno zaposlena 14 %, nestaje konkurencije, izjednačavaju se uvjeti kreditiranja, obračuna, kontrole i niz drugih prednosti kojih dosadašnjem radu nije bilo moguće realizirati.

5.1. KANALI PRODAJE KUĆNE RADINOSTI

Kao što je već rečeno, najveći broj ležaja privatnog smještaja prodaje se individualno prolaznim gostima. Alotman je zastupljen oko 25% i ispod u nekim sredinama što samo potvrđuje tretman kućne radinosti u ukupnom poslovanju i politici prodaje radnih organizacija. Prodaja kapaciteta individualnim gostima sa rezervacijom kreće se od 20 - 30%, a sve ostalo preko 50% prodaje se individualnim prolaznim gostima. Orijentacija na čekanje gostiju odražava se na ukupne rezultate poslovanja ove do sada sporedne djelatnosti i do naglog slabljenja interesa domaćinstva za iznajmljivanje kapaciteta. Kapacitete privatnog smještaja treba prodavati preko istih oblika kao i ostale objekte kako bi promotivnu i ostalu aktivnost efikasnije usmjeravali na određene trže segmente na tržištu.

U novoj radnoj organizaciji politiku i strategiju prodaje treba realizirati u sljedećim odnosima:

- 1.) 40% i više kapaciteta plasirati alotmanski prodajom na domaćem i inozemnom tržištu
- 2.) 35 - 40% kapaciteta preko individualnih gostiju sa rezervacijama
- 3.) Ostatak kapaciteta prodavati prolaznim gostima. *Sasvim razumljivo da je za ove odnose potrebno određeno vrijeme, organizacija prodajne službe radne organizacije i praćenje tržišta, veća suradnja su prodajnim službama ugostiteljskih radnih organizacija, zajednički kontakt sa agencijama i daleko veća propagandna aktivnost. Naročito je interesantna pred i posezona kada su nam ostali objekti dobro popunjani i kapaciteti privatnog smještaja potpuno prazni.

5.2. PROPAGANDA KUĆNE RADINOSTI

Turistička propaganda je jedan od najdjelotvornijih oblika promocije u turizmu i predstavlja instrument turističke politike za ostvarenje odredjenih ciljeva koje nosioci turističke politike prethodno definiraju. U sadašnjoj organiziranosti propagande kućne radinosti se samo usput spominje i svodi se na cjenik, vodič i plan grada.

U novoj radnoj organizaciji propagandna aktivnost kućne radinosti kao pretpostavka bolje prodaje trebalo bi se realizirati kroz:

- 1.) Izradu kataloga soba i apartmana sa reljefnom kartom Poreča i informacijama o lokaciji, udaljenosti ulica i br.itd.
- 2.) Jedinstveni cjenik
- 3.) Prospekt sa ostalim sadržajima nove radne organizacije

5.3. SURADNJA SA DOMAČINSTVIMA

Uspostavljanje pravih odnosa sa domaćinstvima iznajmljivačima je veoma bitno za uspješnost poslovanja RJUR kućne radinosti. Dosadašnji kooperantski odnosi u kojima su iznajmljivači sve nezadovoljniji održava se na smanjenju kapaciteta i snalaženje po vlastitom sistemu.

U novoj RO od zajedničkog je interesa da se međusobni odnosi rješavaju na sljedeći način:

- 1.) Bolje organiziranje ove djelatnosti je uvjet boljeg poslovanja a time je i mogućnost za pravednije ~~dohodovne~~ odnose i veće učešće iznajmljivača u ostvarenom prihodu
- 2.) Jedinstvenim uvjetima kreditiranja ✓
- 3.) Jedinstvenim standardima
- 4.) Zajedničkim rješavanjem reklamacija.

6.0. UPRAVNO POSLOVNI PROSTOR

Da bi mogli uspješno ispunjavati svoje zadatke na turističkom tržištu, radna organizacija "Adriaturist" Poreč mora imati svoj upravni prostor, osnovna i obrtna sredstva koja se troše različito i ovisno prema njihovoj vrsti i stupnju njihovog korištenja. Pošto se dio poslovnog prostora unosi u novu radnu organizaciju (kućna radinost, kiosci, prostor turističkog biroa i drugo) to problem upravnog prostora treba također riješiti.

Prema gruboj procjeni za rješenje ovog problema potrebna su sredstva od cca 1,5 milijardi starih dinara za adaptaciju postojećeg prostora - Pionirska 1 (Upravna zgrada PZ "Adria") u Poreču. Sa ovim sredstvima treba riješiti i opremu, inventar, računske mašine, kase i potrebna prevozna sredstva. Financijsku konstrukciju osigurati na slijedeći način:

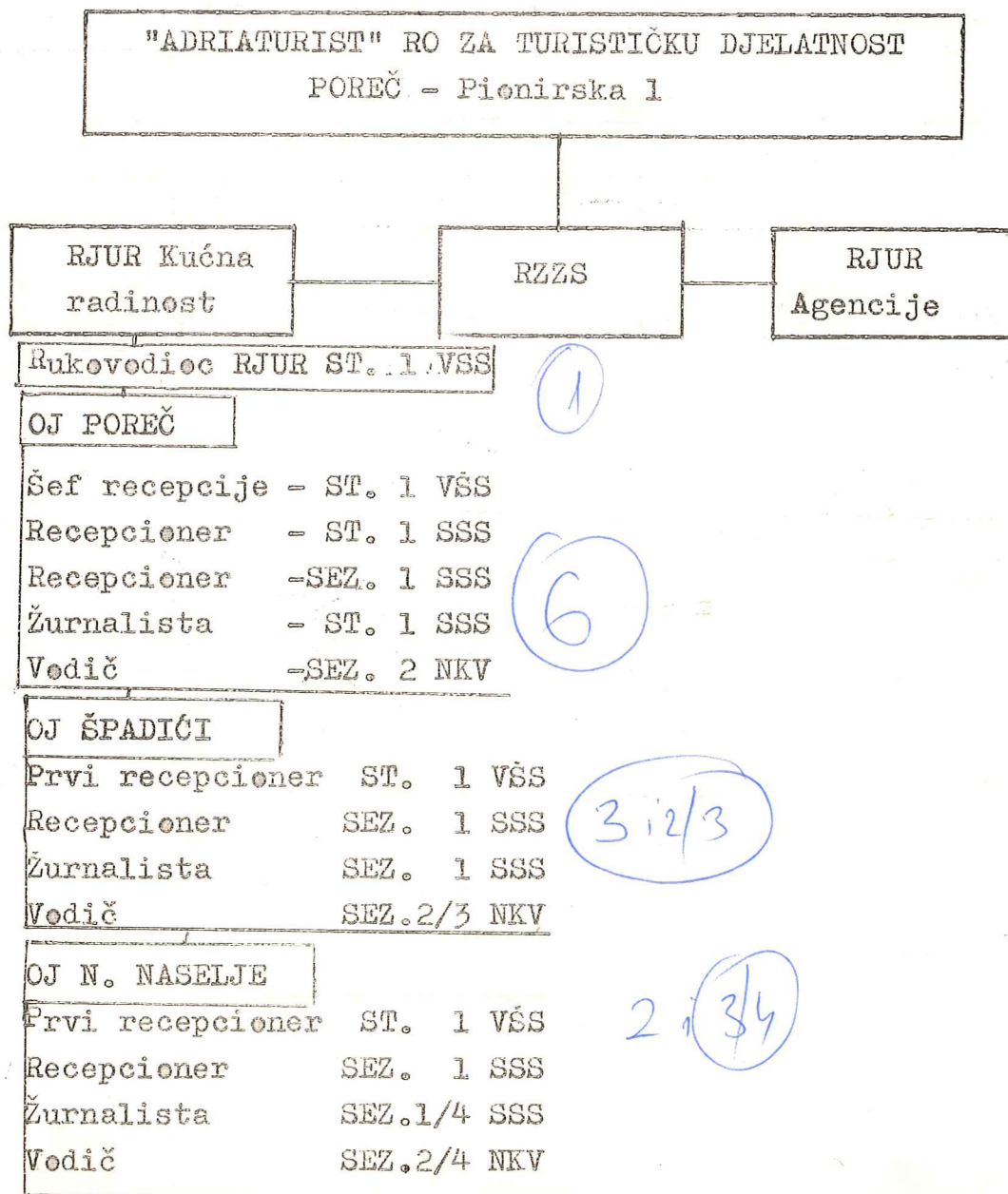
- dio sredstava od 5.000.000 dinara namjenjen za proširenje materijalne osnove rada unosi RO Turistički biro,
- 5.000.000 dinara osigurati u obliku trajno obrtnih sredstava ili 50.000 dinara po jednom radniku koji prelazi u novu radnu organizaciju,
- robnim kreditom od cca 5.000.000 dinara.

Navedenim sredstvima osigurati učešće za dobijanje investicionog kredita po uvjetima koje banke odobravaju i dio potrebnih sredstava za početak rada nove RO (O.D. i drugo).

Poslovno upravni prostor R.O. Turistički biro koji se unosi u novu R.O. namjeniti za RJUR Kućna radinost, prodaju, obračun, informacije, mjenjačnice itd., a RZZS i RJUR Agencije u novo adaptirani prostor Pionirska 1 Poreč.

6.1. ORGANIZACIONI MODEL RO "ADRIATURIST"

Djelatnost radne organizacije je uglavnom sezonskog karaktera sa velikim učešćem sezonske radne snage što bez sumnje utječe na organiziranost i funkcioniranje organiziranog modela radne organizacije. Pošto se udružuje kompletna kućna radinost sa osnovnim sredstvima, opremom i sitnim inventarom koji se unašaju i turistička djelatnost ali bez sredstava koji ostaju vlasništvo ugostiteljskih OOUR, to model radne organizacije "Adriaturist" bez OUR ima slijedeći organizacioni oblik:



OJ VRSAR

Prvi recepcioner	ST. 1	VŠS
Recepcioner	SEZ. 1/4	SSS
Žurnalista	SEZ. 1/4	SSS
Vodič	SEZ. 2/3	NKV

cca 2

OJ FUNTANA

Prvi recepcioner	ST. 1	VŠS
Recepcioner	SEZ. 1/4	SSS
Žurnalista	SEZ. 1/3	SSS
Vodič	SEZ. 2/3	NKV

cca 2 i 1/4

RJUR AGENCIJE

Rukovodioc RJUR 1 VSS

1

OJ IZLETI

Šef OJ	ST. 1	VŠS
Referent izl.		
lokacije Poreč - sjever	ST. 1	VŠS
Referent izl.		
Poreč - jug	ST. 1	VŠS
POSLOVNICE		

3

→ ??

RZZ SLUŽBI

Direktor RZZS ST. 1 VSS

1

OPĆI SEKTOR

Pravno kadrovska služba	ST. 1	VSS
Administrator	ST. 1	SSS
Čistačica	ST. 1	NKV

3

Financijsko računovodstveni sektor

Financijski direktor	ST. 1	VSS
Šef računovodstva	ST. 1	VŠS
Likvidator knjig.	ST. 1	SSS
Obračunavaoc OD	ST. 1	SSS
Materijalni knjig.	ST. 1	SSS
Blagajnik	ST. 1	SSS
Obračun K. radinosti	ST. 2	SSS
Obračun deviza	ST. 2	SSS
Planer-analitičar	ST. 1	SSS

11

OJ MJENJAČNICE

Šef OJ	ST. 1	VŠS
Blagajnik mjenj.	ST. 2	SSS
Šofer-obezbjeđenje	ST. 2	KV
MJENJAČNICE		

5

OJ TRG. ROBA, ŠTAMPA
I OSTALO

Šef OJ ST. 1 VŠS

POSLOVNICE →

1

6.2 ORGANIZACIONA ŠEMA SAMOUPRAVLJANJA

U novoj radnoj organizaciji samoupravljanje se ostvaruje preko odgovarajućih samoupravnih organa. To su radnički savjet radne organizacije, izvršni organ radničkog savjeta i poslovodni organ. Radnički savjet se konstituira na delegatskom principu od delegata RJUR po 3 člana i radne zajednice od 2 člana. S obzirom da je radna organizacija bez OOUR, zborove radnika treba organizirati po RJUR, a u pred i posezoni na nivou radne organizacije.

RO ADRIATURIST

ZBOR RADNIH LJUDI

RADNIČKI SAVJET

KOLEGIJALNI ORGAN

POSLOVODNI ORGAN

6.3. DOHODOVNI ODNOSI RO ADRIATURIST I UGOSTITELJSKIH OOUR

Poslovni prostor i mjesta u kojima se obavlja turistička djelatnost nove radne organizacije vlasništvo su ugostiteljskih OOUR. Dogovoreno je da se međusobni ekonomski odnosi rješavaju na sljedeći način:

- 1.) OOUR - vlasnici poslovnog prostora imaju pravo na naknadu od nove radne organizacije na troškove osnovnih sredstava, opreme i sitnog inventara koji se stavljaju na raspolaganje novoj radnoj organizaciji. Sačinjit će se ugovori između davaoca i korisnika sredstava.
- 2.) Nova radna organizacija je dužna podmiriti sve troškove vode, struje, telefona, čišćenja, grijanja i dr. koje napravi svojim radom u objektu ugostiteljske OOUR.
- 3.) OOUR ugostiteljstva imaju pravo na naknadu na dobit koji gube davanjem svog poslovnog prostora na korištenje novoj radnoj organizaciji. Ta naknada iznosi 80% u toku poslovne godine i 20% na kraju godine po završnom računu. Osnova za utvrđivanje ovih kriterija su prosječno postignuti rezultati

10% na
U.P.

81

OOOR u posljednje dvije godine nakon podmirenja troškova, obaveza, rez.f i z.p.u ROJ interesu je jednih i drugih da se zajednička suradnja dogovaranje, sporazumijevanje i međusobno povjerenje neprestalno jača kako bi gosti bili što zadovoljniji i dohodak što veći. U novu radnu organizaciju se unose osnovna sredstva i to:

- 1.) Informativni centar RO "Riviera"
- 2.) Recepcija kućne radinosti Laguna grad - Materada
- 3.) Recepcija Anita Vrsar ✓
- 4.) Turist biro Vrsar - obala RO "Riviera"
- 5.) Recepcije Turist. biro Poreč, Špadići i Novo naselje bez naknade

Osnovna sredstva i oprema se unose uz novčanu naknadu koja će se isplatiti u roku od 10 godina sa 12% kamate.

Za vrijednost osnovnih sredstava uzima se knjigovodstvena vrijednost. Od strane "Rivieraturist" unašaju se 13 komada kioska za prodaju turističke štampe.

→ ? ?
1.2

7.0. DRUŠTVENO EKONOMSKA OPRAVDANOST OSNIVANJA R.O. ZA TURIZAM
"ADRIATURIST" I PROJEKCIJA PLANA ZA 1983. GODINU

Kod utvrđivanja ekonomskih efekata osnivanja R.O. "Adriaturist" polazimo od toga da se ti efekti mogu podijeliti na one koji se mogu i nemogu kvantificirati i odmah izraziti i one koje očekujemo da će se u daljnjem radu i razvoju realizirati. R.O. "Adriaturist" koja nastaje prenašanjem poslova turističke djelatnosti i kućne radinosti, odmah na početku ostvaruje dobre poslovne rezultate. Ti rezultati koji se postižu pri sadašnjoj različitoj organiziranosti govore da postoje određene rezerve koje se jedinstvenom organizacijom mogu realizirati.

Procjenjujemo da u odnosu na kapacitete ugostiteljske ponude i druge uvjete Poreča, postaje realne rezerve za povećanje ekonomskih efekata od turističke djelatnosti i kućne radinosti i do 30% koje se jedinstvenom organizacijom po narednom periodu mogu iskoristiti. Naravno da je za sve ovo osim jedinstvene organizacije potrebno određeno vrijeme, promjena ponašanja i suradnja svih sudionika ugostiteljsko-turističke ponude. Pored ovih direktnih efekata koji se izražavaju prema podacima projekcije plana za 1983.g. u nastavku, razvoj turističke djelatnosti kao integralnog dijela ugostiteljske turističke ponude mjesta svojim utjecajem ostvaruje bezbroj indirektnih efekata kod ugostiteljskih OOUR i drugih sudionika turističkog prometa. Turistička djelatnost u jedinstvenoj R.O. postaje ravnopravni partner u ponudi ugostiteljsko-turističkih usluga na tržištu. Kroz osnivanje R.O. za turizam dolazi do specijalizacije turističke djelatnosti, dizanje kvalitete usluga na viši nivo kako ove djelatnosti isto tako i ugostiteljstva. R.O. turizam imati će velikog utjecaja na proširenje i povećanje vanpansionske potrošnje, produženje sezone i drugih efekata za ugostiteljske OOUR.

Društveno ekonomska opravdanost osnivanja R.O. za turizam izražava se i kroz jedinstveni nastup i prodaju kućne radinosti i iskorištenost ostalih sadržaja i usluga objekata i mjesta.

I Usporedba rezultata poslovanja i projekcija plana RJUR Agencije za 1983. godinu

Red. broj	O p i s	Z. račun 1981.	Procjena 1982.	Plan za 1983.g. sa 1,5% mjenj. provizije	Plan za 1983.g. za 2,5% mjenja. provizije
1.	Realizacija izleta	22.993.892	26.402.797	32.700.000	32.700.000
2.	Realizacija prov.mjenj.	14.667.150	24.027.040	16.500.000	28.830.000
3.	Real. trg.robe, štamp.	53.459.913	69.742.480	87.177.480	87.177.480
4.	Ostali prihodi	1.380.800	3.982.965	4.750.000	4.750.000
5.	Devizna stimulacije	5.962.707	10.858.300	12.158.198	12.158.198
I	Ukupan prihod	98.464.462	135.013.582	153.285.678	165.615.670
1.	Troškovi izlete	15.579.150	17.706.600	21.247.920	21.247.920
2.	Troškovi trg. robe, štampe i ostalog	43.437.415	57.589.340	69.107.208	69.107.208
3.	Amortizacija	198.733	450.000	667.000	667.000
4.	Ostali troškovi	4.817.610	4.511.570	5.120.000	5.120.000
5.	Doprinosi RJUR za posl. prostor	3.392.870	5.950.000	6.900.000	6.900.000
II	Ukupni rashodi	67.425.778	86.207.510	103.042.128	103.042.128
III	Dohodak	31.038.684	48.806.070	50.243.550	62.573.550
IV	Obeveze iz dohodka	6.794.129	10.599.653	11.010.000	11.010.000
	Čisti dohodak	24.244.555	38.206.417	39.233.550	51.563.550
	Rezervni fond	1.086.354	1.708.812	1.758.524	2.190.074
	Zajed. potrošnja /STI/	860.000	1.063.734	1.200.000	1.200.000
	Zajed. potrošnja ost. namjena	575.300	709.156	800.000	800.000
V	Osobni dohoci	14.384.165	17.728.900	21.274.680	21.274.680
VI	Ostatak dohotka	7.338.736	16.995.815	14.200.346	26.098.796
Postotak za raspodjelu ugostiteljskim OOUR 12.167.275 din ili 9,60% od prosječnog ukupnog prihoda za 1981. i 1982. godinu					

Ako posmatramo postignute rezultate u turističkoj djelatnosti u 1981. godini i procjenu za 1982. godinu, vidimo da je u ovoj godini realizacija prihoda od izleta veća za 14,8%.

U planu za 1983. godinu, s obzirom na povećanje cijena izleta i bolju organizaciju prodaje u novoj R.O. išli smo na povećanje prihoda za 24%. Realno je očekivati i povećanje realizacije trgovačke robe, štambe i ostalih usluga za 25% u narednoj godini u odnosu na procjenu u ovoj godini.

Najveća promjena je kod realizacije provizije od mjenjačke djelatnosti koje će prema odluci Narodne banke Jugoslavije u idućoj godini iznositi 1,5% na promet mjenjačnica. Pod pretpostavkom da se boljom organizacijom ove djelatnosti poveća promet za 10% ostvaruje se prihod od mjenjačke provizije za 45% niži od ove godine što se odražava na uspjeh poslovanja RJUR "Agencije" a isto tako i na ugostiteljske ug organizacije udruženog rada.

Sa prosječno 70 zaposlenih ostvaruje se ostatak dohotka od 12.200.346.- dinara, ili za 20% niži od procjene u ovoj godini. To su sredstva koja se kao ostatak dohotka raspodjeljuju ugostiteljskim organizacijama udruženog rada. Sa poznatim ostatkom dohotka iz 1981. godine od 7.338.736.- i ostatka od 16.995.815.- din. koji se očekuje u ovoj godini na osnovu dvogodišnjeg prosjeka dolazimo do ostatka od 12.167.275.- dinara za raspodjelu, što predstavlja 9,6% od ukupno ostvarenog prihoda.

Međutim, ako se najavljena odluka o smanjenju mjenjačke provizije izmjeni u našu korist na ovogodišnji nivo, ostatak dohotka u 1983. godini se povećava za iznos od 12.330.000.- din. pa je i prosjek pogodniji za raspodjelu u 1983. godini.

II USPOREDBA REZULTATA POSLOVANJA I PROJEKCIJA PLANA RJUR Kućna radinost za 1983. godinu

Red. broj	O p i s	R. kućna 1981.	Procjena 1982.	Plan za 1983.g.	Index
1.	Kapaciteti ležaja	4.271	4.300	4.400	103
2.	Dani korištenja	70	64	66	103
3.	Noćenja	300.142	275.800	290.000	105
1.	Real. smješt. dom. gosti	11.481.864	18.864.276	21.580.345	114
2.	Real. stranih gos.	49.844.891.	46.215.010	56.472.000	122
3.	Real. devizlistim.	5.399.309	8.186.409	8.470.800	103
4.	Real. ost. usluga	2.500.831	5.859.001	6.616.700	112
I	UKUPAN PRIHOD	69.226.995	79.124.696	93.139.845	117
1.	Mater. troškovi	50.827.484	58.948.704	68.344.493	115
2.	Amortizacija	107.565	204.000	480.000	235
II	UKUPNI RASHODI	50.935.049	59.152.704	68.824.493	116
III	Dohodak	18.291.846	19.971.992	24.315.352	121
IV	Obaveze iz doh.	4.060.610	4.453.148	4.556.763	102
V	Čisti dohodak	14.231.236	15.518.844	19.758.589	127
1.	Rez. fond	640.214	699.019	726.550	103
2.	Zajed. potr./STI/	298.010	343.113	373.221	108
3.	Ost. namj. zaj. potr.	198.673	228.742	248.814	108
VI	Osobni dhotci	4.966.837	5.718.550	6.220.355	108
VII	Ostatak dohotka	8.127.502	8.529.420	12.189.649	142

Projekcija plana RO "Adria Turist" za 1983. godinu ✓

	Plan za 1983.g. sa provizijom mjenjač. od 1,5%	Plan za 1983.g. sa provizijom mjenjač. od 2,5%
Ukupan prihod	246.425.515	258.755.515
Troškovi poslovanja	171.993.211	171.866.621
- Materijalni troškovi	170.976.211	170.719.621
- Amortizacija	1.017.000	1.147.000
Dohodak	74.432.304	86.888.894
Obaveze iz dohotka	15.566.763	15.566.763
Čisti dohodak	58.865.541	71.322.139
Rezervni fond	2.485.074	2.916.624
Zajednička potrošnja (STI)	1.573.221	1.573.221
Ostale namjene ZP.	1.048.814	1.048.814
Osobni dohoci	27.495.035	27.495.035
Ostatak dohotka	26.263.397	38.288.445
Ostatak za raspodjelu sa ugostit. OOUR	14.073.748	
Ostatak za RO "Adriatirist"	12.189.649	

Rezultati poslovanja poslovnica kućne radinosti pri sadašnjoj organiziranosti u ovoj godini pokazuju pad prometa inozemnih gostiju za cca 10% a povećanje prometa za 60% od domaćih gostiju u odnosu na 1981. godinu. Očekuje se ostvarenje cca 276.000 noćenja od čega 215.000 stranih i 61.000 domaćih gostiju, što je za 10% manje od 1981. godine.

Uvažavajući ove odnose kod projekcije plana RJUR "Kućna radinost" nove radne organizacije za 1983. godinu pošli smo od realne pretpostavke da će se trend pada turističkog prometa nastaviti i dalje. Računajući da će nove pogodnosti jedinstvene organizacije kućne radinosti djelovati na izvjesno povećanje kapaciteta i iskorištenosti, išli smo u plan sa minimalnim povećanjem noćenja od 5%. Zajedničkom djelovanjem, jedinstvenom organizacijom, boljom propagandom i odgovarajućom politkom prodaje, očekujemo u prvoj godini rada realizaciju od cca 290.000 noćenja ili 225.900 inostranih i 64.100 domaćih noćenja.

Uz minimalno povećanje kapaciteta (5%) i dana korištenja, povećanje cijena za domaće i strane goste za 30% i devizne stimulacije dolazimo do povećanja ukupnog prihoda od 18% prema ovoj godini. Povećanje čistog dohotka je za 27%, a ostatka za 42% zbog smanjenja rezervnog fonda, zajedničke potrošnje i osobnih dohodaka. U novoj organizaciji smanjuje se zaposlenost u RJUR "Kućna radinost" sa 22 prosječno zaposlena u ovoj godini na 17 u idućoj godini. Ostatak dohotka od 12.189.649.- din. RJUR "Kućna radinost" je ostatak dohotka nove radne organizacije s obzirom na raspodjelu ostatka RJUR "Agencije" sa UOUR-a. Prema ostatku dohotka postoji mogućnost većeg dohodovnog učešća iznajmljivača na što će se morati povesti više računa u budućem radu nove radne organizacije.

7.1. POVEZIVANJE RO "ADRIATURIST" SA OSTALIM RADNIM ORGANIZACIJAMA

Najvažniji poslovni kontakti na strani turističke ponude s obzirom na novu radnu organizaciju jesu njihovi odnosi sa hotelskim odnosno ugostiteljskim radnim organizacijama. Nova radna organizacija i UOUR-a trebaju imati poslovne odnose koji će biti protkani međusobnim razumijevanjem i povjerenjem. Poslovna saradnja nove radne organizacije i UOR neophodna je u propagandnom nastupu na tržištu. Ulaganjem zajedničkih sredstava u pro-

pagandne akcije mogu se postići bolji poslovni rezultati. Za novu radnu organizaciju je od neprocjenjivog značaja dobra suradnja i povezivanje sa prodajnim službama radnih organizacija. Prodajne službe trebaju u novoj radnoj organizaciji pomoći kod:

- alotmanske prodaje kapaciteta direktno ili uspostavljanje kontakata nove radne organizacije sa agencijama,
- kod ponude svojih usluga prodavati izlete nove radne organizacije, naročito kod vanrednih grupnih aranžmana itd.
- usmjeravanjem dijela individualne tražnje za kapacitete kućne radinosti nove radne organizacije,
- ponuda kapaciteta kućne radinosti radnim organizacijama, sindikalnim organizacijama i drugim uslugama,.

Povezivanje i suradnja nove radne organizacije sa putničkim agencijama je neophodna. Dogovor je u donošenju programa izleta, cijena, destinacija i drugih treba biti zajednička briga svih sudionika turističkom prometu. Nova radna organizacija postaje članica Poslovne zajednice "Adria" i SOUR "Istra-Jadran" i uspostavlja suradnju sa turističkim institucijama od lokalnog do saveznog nivoa.

Z a k l j u č a k

Sve složeniji uvjeti privređivanja i ekonomska i politička situacija na svjetskom i domaćem tržištu nameću potrebu stalnog istraživanja i iznalaženja novih sadržaja i usluga i novih modela organiziranja i udruživanja kako bi se što bezbolnije prilagodili novonastalim promjenama i postigli bolje poslovne rezultate. Formiranje radne organizacije za turizam predstavlja mogućnost za intenzivan razvoj usluge turističke djelatnosti i kućne radinosti koja na sadašnjem stupnju organiziranosti i razvoja ne odgovaraju postignutom nivou materijalne osnove ugostiteljske privrede. Postignuti nivo razvoja turizma u Poreču zahtjeva da se ozbiljna pažnja posveti organiziranju kompleksne ponude na svim nivoima turističke i poslovne politike. Multiplikativni efekti usluga turističke djelatnosti predstavljaju dodatnu kvalitetu ovog oblika potrošnje. Ovim elaboratom nastojali smo obuhvatiti probleme i međizavisnosti koje se ovdje sintetiziraju u obliku nekoliko zaključaka.

1. Formiranje radne organizacije za turizam i objedinjavanjem zajedničkim sredstvima i programa može se utjecati na proširenje vlastitih programa izleta, formiranja cijena, programa i mjesta, proširenje prodajne mreže, stručnu osposobljenost radnika, povećanje produktivnosti i većeg dohotka.
2. Kompletiranje ponude ostalim uslugama turističke djelatnosti - trgovačka roba, štampa, suveniri, mjenjačnice i drugo, daleko je lakše, kvalitetnije i ekonomičnije u odnosu na zahtjeve gostiju, zajedničkim nastupom, jedinstvenom organizacijom, nabavom i politikom.
3. Zajednička organizacija kućne radinosti kroz zajednički nastup i propagandu, promjenu kanala prodaje, boljom organizacijom i uštedom radne snage, pravednijim dohodovnim odnosima, izmjenom sistema kreditiranja i dr. je garancija za povećanje kapaciteta, njihoveg korištenja i povećanog interesa domaćinstva za ovu djelatnost i nove radne organizacije u dohodovnom smislu.
4. Osnivanjem radne organizacije za turizam dolazi do podjele rada i specijalizacije. Ugostiteljske OOUR imale bi zadatak pružanja ugostiteljskih usluga i njihov daljnji kvalitetniji razvoj u odnosu na zahtjeve tržišta R.O. za turizam organizaciju, razvoj i pružanje

usluga turističke djelatnosti na kvalitetniji i organiziraniji način nego do sada.

5. Dugoročni i sameupravni odnosi, zajednička i poslovna suradnja u kompletiranju ponude morala bi dovesti do eliminiranja sadašnjih suprotnosti stvaranja većeg zajedništva, usklađivanja programa i međusobne zavisnosti.
6. Pored ovih tkzv. direktnih zajedničkih efekata organizacija turistička djelatnost u novoj R.O. omogućuje i bezbroj indirektnih efekata ugostiteljskim OOUR kroz povećanje vanpansionske potrošnje, bolje informiranosti gostiju i dr.

