

ORGANIZACIJA POSLOVANJA U HOTELU MARVIE

Baletta, Tina

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:850533>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

TINA BALETA

**ORGANIZACIJA POSLOVANJA U HOTELU
MARVIE**

Završni rad

Split, rujan 2019.

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

**ORGANIZACIJA POSLOVANJA U HOTELU
MARVIE**

Završni rad

Kolegij: Organizacija poslovanja
Mentor: Dr.sc Ivan Matić

Student: Tina Baleta
Matični broj studenta:4185200

Split, rujan 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD	3
1.1. Definiranje problema rada	3
1.2. Cilj rada	3
1.3. Metode rada	4
1.4. Struktura rada.....	4
2. TEORIJSKE ODREDNICE ORGANIZACIJE POSLOVANJA	5
2.1. Uloga i značenje organizacije poslovanja.....	5
2.2. Organizacijski sustavi.....	7
2.3. Organizacijska struktura poduzeća	8
2.3.1. Definiranje organizacijske strukture	8
2.3.2. Elementi organizacijske strukture.....	9
2.3.3. Formalna i neformalna organizacijska struktura.....	10
2.3.4. Vrste organizacijske strukture.....	11
2.3.5. Funkcijska organizacijska struktura	13
2.3.6. Procesna organizacijska struktura	14
2.3.7. Divizijska organizacijska struktura	15
2.3.8. Projektna organizacijska struktura	17
2.3.9. Mrežna – virtualna struktura poduzeća	18
2.4. Poslovne funkcije.....	19
2.4.1. Pojmovno određenje poslovnih funkcija.....	19
2.4.2. Proizvodno-uslužna funkcija.....	19
2.4.3. Poslovna funkcija nabave	20

2.4.4. Prodajna funkcija.....	21
2.4.5. Financijsko računovodstvena funkcija.....	22
2.4.6. Istraživačka funkcija.....	22
3. HOTEL MARVIE - PRIKAZ ORGANIZACIJE (POSLOVANJA) (Tekst je pisan temeljem dokumentacije)	23
3.1.1. Općenito o hotelu Marvie	23
3.1.2. Vlasnička i organizacijska struktura hotela	24
3.2. Poslovne funkcije u hotelu Marvie	26
3.2.1. Proizvodno-uslužna funkcija.....	26
3.2.2. Nabavna funkcija	31
3.2.3. Prodajna funkcija.....	31
3.2.4. Administrativno - računovodstvena funkcija	32
3.2.5. Istraživačka funkcija.....	32
4. ZAKLJUČAK.....	33

1. UVOD

1.1. Definiranje problema rada

Turizam je jedna od najsloženijih društveno-ekonomskih pojava u suvremenom dobu. Turizam čini važan udio u trgovinskoj bilanci države, omogućuje daljnji rast i razvitak države uz mnogobrojna radna mjesta u uslužnoj djelatnosti. Organizacija hotelskog poslovanja nastoji dati najbolje odgovore na nove trendove u poslovanju.

Problem ovog rada je organizacija poslovanja hotela Marvie. U radu se definira pojam organizacije i poslovne funkcije, a kasnije na primjeru hotela Marvie istražuju poslovne funkcije. Također, definirani su i čimbenici koji utječu na samo poslovanje hotela.

U radu su definirani svi elementi od kojih se sastoji organizacija poput hotela, cjelokupno poslovanje koje se nalazi u samom hotelu i drugi čimbenici.

U radu je osnovni zadatak da definira organizaciju pojmovno i teoretski, te da na primjeru hotela Marvie obrazloži i definira njihovu organizaciju i poslovne funkcije. Poslovno okruženje poduzeća je važan čimbenik u poslovanju, te će se definirati i njegove glavne sastavnice koje utječu na sam hotel. Sve to će se uvidjeti na primjeru hotela Marvie.

1.2. Cilj rada

Predmet analize u ovom završnom radu jest organizacija poslovanja poduzeća. Kako odabrati pravu organizacijsku strukturu u odnosu na zahtjeve koje promjene u okolini stalno donose pred poduzeće. Sama organizacijska struktura i način podjele rada unutar jednog poduzeća predstavljene su na primjeru poduzeća Marvie.

1.3. Metode rada

U radu je korišteno nekoliko različitih metoda pomoću kojih je rad izrađen:

Kabinetske metode:

- Pretraživanje knjiga,
- Pretraživanje članaka,
- Pretraživanje baze.

Empirijske metode:

- Metoda intervjua
- Metoda dokumentacije,
- Metoda analize,
- Metode kompilacije,
- Metode sinteze,
- Metode intervjuiranja.

1.4. Struktura rada

Rad je podijeljen u četiri poglavlja. U prvom poglavlju završnog rada definiran je problem istraživanja, navedeni i objašnjeni ciljevi rada, metode korištene pri izradi rada, te sami uvid u strukturu cijelog rada.

Drugo poglavlje završnog rada opisuje ulogu i značenje organizacije poslovanja. Istraženi su pojmovi poput organizacije poslovanja, organizacijske strukture poduzeća, poslovne funkcije i sl..

U trećem dijelu rada, teorijske postavke se primjenjuju na praktičnom primjeru poduzeća Marvie. Poduzeće se prikazuje kroz svoju osnovnu djelatnost, povijest osnutka, vrsta usluga koje nudi, te organizaciju poslovnih aktivnosti. Ovo poglavlje predstavlja empirijski dio završnog rada, istražen je na primjeru hotela Marvie. Istražene su poslovne funkcije. Predstavljen je sam hotel, te značaj proizvodno-uslužne funkcije, što je ujedno i najvažnija funkcija hotela. Korištene su web stranice hotela i dobiveni interni podaci od strane direktorice hotela Marvie, Diane Rubić. Obavljen je osobni razgovor s direktoricom navedenog hotela vezano za primjenu poslovnih funkcija i opisa radnih mjesta.

Zaključak predstavlja iznošenje najznačajnijih zaključaka do kojih se došlo u završnom radu.

2. TEORIJSKE ODREDNICE ORGANIZACIJE POSLOVANJA

2.1. Uloga i značenje organizacije poslovanja

Organizacija je svjesno udruživanje ljudi kojima je cilj odgovarajućim sredstvima ispuniti određene zadatke s najmanjim mogućim naporom u bilo kojem području života. (P.Sikavica, 1999)

Pojam organizacije označava kako:¹

- proces organiziranja nekih aktivnosti (poslova) tako i
- rezultate tog procesa kojim se oblikuju organizacijske jedinice različitih vrsta, širine i struktura u svim područjima društvenog života.

Kako bi se na pravilan način rasporedile svakodnevne obveze, potrebna je organizacija. Organizacija postoji od pojave čovjeka, no u današnjem vremenu joj se pridodaje veći značaj.

Ona je prisutna u čovjekovom životu i kod obavljanja najjednostavnijih svakodnevnih radnji. Uz pomoć organizacije čovjek svakodnevno na najefikasniji način odrađuje svoje zadatke. Te je mnogo lakše biti u skladu sa ostatkom svijeta. Uz „pametnu“ organizaciju obveze se obavljaju uz najmanji napor, te nam na taj način ostaje prostora za slobodo vrijeme. Kako je organizacija potrebna u čovjekovu životu, tako je potrebna i unutar poduzeća.

Organizacija unutar poduzeća je veoma zahtjevna aktivnost, jer se radi o organiziranju i koordiniranju rada svih radnika, na različitim razinama, kako bi se posao mogao obavljati brže i uz niže troškove. U današnjem društvu organizacija je temelj za ostvarivanje svih poslovnih ciljeva.

¹ P.Sikavica, M.Novak, „Poslovna organizacija“, Informator, Zagreb, 1999.,str.13.

Bitna obilježja organizacije:²

- Cilj odnosno zadatak koji se želi ostvariti
- Sklonost materijalnih sredstava i ljudskog potencijala i
- Njihova racionalna upotreba.

Organizacija rada podrazumijeva udruživanje ljudi radi ispunjavanja određenih zadataka. Stara je koliko i ljudski rad, no na početku nije imala ni približno takvo značenje kakvo je poprimila u suvremenom društvu.³

Na samim počecima, postojala je samo jednostavna organizacija rada. Kako se okolina poduzeća mijenja, tako se mijenjaju i zahtjevi koji se stavljaju pred poduzeće. Promjene s kojima se poduzeće suočava, mogu biti unutar i izvan poduzeća. Promjene koje se događaju unutar, na njih poduzeće može odgovoriti. Dok na neke vanjske promjene, ne može u potpunosti odgovoriti, ali ih može predvidjeti.

U današnjem vremenu, kako bi poduzeće moglo biti konkurentno na tržištu, potrebno je svakodnevno pratiti promjene koje se događaju u okolini poduzeća, te promptno odgovarati na njih. Određene promjene poduzeće može predvidjeti, te imati već pripremljen odgovor na njih. Dok na ostale ne može utjecati.

² Ekonomski fakultet u Splitu. Matić, I. (2018) : Materijali s vježbi – Organizacija poslovanja, Split https://moodle.efst.hr/moodle2018/pluginfile.php/62377/mod_resource/content/2/Skripta%20sa%20vje%C5%BEbi%20%282012%29.pdf.str5

³ Ekonomski fakultet u Splitu. Matić, I. (2018) : Materijali s vježbi – Organizacija poslovanja, Split https://moodle.efst.hr/moodle2018/pluginfile.php/62377/mod_resource/content/2/Skripta%20sa%20vje%C5%BEbi%20%282012%29.pdf.str5

2.2. Organizacijski sustavi

Sustav, kao pojam podrazumijeva, mnoštvo međusobno povezanih dijelova i komponenti koji zajedno čine cjelinu. Organizacijski sustavi pretvaraju ljudsku aktivnost, energiju, informacijske resurse, novac, komponente i sirovinu u proizvode i usluge, korisne informacije i nusproizvode i otpad.⁴

Sustavi mogu biti: (P.Sikavica, 1999)

- a) Otvoreni – oni sustavi koji zahtijevaju konstantnu interakciju sa svojom okolinom da bi ostali i ostvarili ciljeve.
- b) Zatvoreni – Sustavi koji su samoodrživi i samodostojni te kojima nije potrebna interakcija s okolinom da bi opstali i ostvarili svoje ciljeve.
- c) Formalni – osmišljeni i razvijeni u poduzeću sa konkretnom svrhom i pod pretpostavkom da je efektivno poslovanje ovisno o dobrom osmišljavanju i radu formalnih sustava.
- d) Neformalni – ovi sustavi su razvijeni od strane pojedinaca i grupa da bi olakšali njihov rad i blagostanje u poduzeću te da popune praznine koje nisu popravili formalni sustavi.
- e) Mreže – kombinacija formalnih i neformalnih sustava, temelje se na ljudskoj interakciji i razmjeni informacija.

Sustavi u organizaciji koji su osmišljeni da bi osigurali da organizacija ostvari svoje ključne ciljeve uspješno, nazivaju se glavni organizacijski sustavi. Oni mogu biti:⁵

- Ljudske ili socijalne naravi
- Tehnološke naravi
- Socio-tehničke naravi

⁴ Ekonomski fakultet u Splitu. Matić, I. (2018) : Materijali s vježbi – Organizacija poslovanja, Split https://moodle.efst.hr/moodle2018/pluginfile.php/62377/mod_resource/content/2/Skripta%20sa%20vje%C5%BEbi%20%282012%29.pdf.str15

⁵ Ekonomski fakultet u Splitu. Matić, I. (2018) : Materijali s vježbi – Organizacija poslovanja, Split https://moodle.efst.hr/moodle2018/pluginfile.php/62377/mod_resource/content/2/Skripta%20sa%20vje%C5%BEbi%20%282012%29.pdf.str16

2.3. Organizacijska struktura poduzeća

2.3.1. Definiranje organizacijske strukture

Značenje riječi “struktura” (lat. structura od struere – slagati, sklapati, zidati) podrazumijeva se npr. građa, sastav, sklop, raspored, način gradnje, tvorevina, organizam. Svaka organizacija, pa tako i poduzeće, ima neku svoju određenu strukturu odnosno sastav unutarnjih veza i odnosa. Organizacijska struktura za poduzeće je važna kao i anatomija za ljudski ili neki drugi živi organizam, pa se u tom smislu organizacija od raznih autora naziva i “anatomijom organizacije” odnosno anatomijom poduzeća.⁶

U većini slučajeva ljudi miješaju značenje pojma: organizacije i organizacijske strukture. Organizacija je znatno širi pojam od organizacijske strukture, dok je organizacijska struktura mali dio organizacije.

Na samu organizacijsku strukturu utječe niz čimbenika. Razlikujemo dvije osnovne logične vrste čimbenika, a to su: (P.Sikavica, 1999)

- Vanjski čimbenici – nalaze se u okolini poduzeća i na njih se ne može direktno utjecati, ali ih možemo predvidjeti, te se u određenoj mjeri prilagoditi.
- Unutarnji čimbenici – nalaze se unutar samog poduzeća i na njih se može direktno utjecati.

Unutarnji čimbenici:⁷

- ciljevi i strategija poduzeća
- zadaci poduzeća i tehnologija poduzeća
- veličina poduzeća
- kadrovi poduzeća
- struktura proizvoda i usluga
- lokacija poduzeća

⁶ Sikavica, P., Novak, M., Poslovna organizacija, Informator, Zagreb, 1999., str.139.

⁷ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str 372.

Vanjski čimbenici:⁸

- društveno-političko i pravno okruženje
- integracijske procese u grani
- gospodarska infrastruktura
- tržište
- razvoj znanosti i tehnologije

Unutarnji čimbenici su pod kontrolom samog poduzeća, te je njih lako predvidjeti i planirati njihovo rješavanje. Prilikom određivanja strukture, poduzeće mora uzeti u obzir svakog navedenog čimbenika, te odrediti njegov utjecaj na samo poslovanje. Najveći problem stvaraju vanjski čimbenici, jer na njih poduzeće direktno ne može utjecati. Kao što je već navedeno u prethodnom tekstu. Svakodnevnim praćenjem vanjskih promjena, poduzeće može samo predvidjeti određene čimbenike koji mogu nastupiti, ali ne može točno odrediti u kojem trenutku će oni i nastupiti.

2.3.2. Elementi organizacijske strukture

Elemente organizacijske strukture u najširem smislu možemo podijeliti na pet osnovnih elemenata:⁹

- 1) Operativni dio kojeg čine svi zaposlenici
- 2) Strateški dio kojeg čine vrhovni menadžeri
- 3) Srednji dio kojeg čini srednja razina menadžmenta
- 4) Tehnostruktura koju čine stručnjaci s posebnim znanjima i vještinama, a često se nalaze izvan formalne strukture
- 5) Štabno osoblje koje podržava menadžment

Zbog različitog definiranja organizacijske strukture imamo i njezine različite aktivnosti. Neke od aktivnosti izgradnje organizacijske strukture većine poduzeća:

⁸ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 380.

⁹ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 384.

- *organizacija materijalnih čimbenika* – organizacija materijalnih inputa (sirovina i materijala) kao i organizaciju opreme (kapitalnih dobara).
- *organizacija ljudskog rada* – problemi vezani za organizaciju ljudi, odabiri, popunjavanje radnih mjesta te integraciju i socijalizaciju ljudi u radnoj sredini.
- *rašćlanjivanje zadataka* – podjela ukupnog zadatka poduzeća na posebne i pojedinačne zadatke.
- *organizacija upravljanja i managementa* – problematika upravljanja i organizacije managementa kao i ostalih međusobnih odnosa.
- *organizacija vremenskog redoslijeda poslova* – istraživanje vremenske usklađenosti svih činitelja proizvodnje i čitavog tijeka proizvodnje i poslovanja.

Za uspješno funkcioniranje poduzeća, važno je da su svi elementi organizacijske strukture pravilno posloženi. Odnosno, da se osoblje rasporedi na najučinkovitiji način. Te, svaki dio strukture izvršava svoje zadatke.

2.3.3. Formalna i neformalna organizacijska struktura

Formalna organizacijska struktura unutar jednog poduzeća je propisana i službeno utvrđena putem statuta, pravilnika, priručnika i odluka. (Cerović, 2003) Formalna struktura nam pokazuje „šablonu“ po kojoj bi se trebale obavljati poslovne aktivnosti. Te se samim time uvodi red u poslovanje poduzeća.

Formalnom se organizacijom: ¹⁰

- utvrđuju poslovi koje treba obaviti u organizaciji
- spajaju činitelji rada (rad, materijalni inputi, oprema, ljudi)
- projektiraju radna mjesta i organizacijske jedinice
- određuje status ljudi u organizaciji

¹⁰ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 362.

Osim formalne organizacijske strukture u poduzeću, koristi se i fleksibilna organizacijska struktura, odnosno neformalna. Kao što nam i sama riječ kaže, fleksibilna struktura ukazuje na prilagodljivu strukturu, ona struktura koja nije propisana pravilnikom. Neformalna struktura nastaje spontano, odnosno uzrokovana je slijedom određenih aktivnosti u proizvodnom procesu. Na taj se način obavlja većina poslovnih aktivnosti među zaposlenicima kojom se postiže pravovremena reakcija. Npr. U hotelu na doručku kada gost ima zahtjeve koje nisu uobičajene, odnosno svakodnevnne. Konobar kako uz pomoć ostalih kolega, tako i samih nadređenih uspješno izvršava nesvakidašnji zahtjev gosta.

2.3.4. Vrste organizacijske strukture

Kako bi poduzeće moglo uspješno funkcionirati treba se voditi određenom organizacijskom strukturom. Svako poduzeće ima svoju podjelu rada, što podrazumijeva formiranje nižih organizacijskih jedinica po svim razinama u poduzeću.

Organizacijske strukture poduzeća mogu se klasificirati na slijedeći način: ¹¹

Tradicionalne-klasične organizacijske strukture:

- Funkcijska organizacijska struktura
 - čista funkcijska struktura,
 - procesno orijentirana funkcijska struktura
- Divizijska organizacijska struktura
 - predmetna divizijska struktura
 - teritorijalna divizijska struktura
 - prema potrošačima orijentirana divizijska struktura
- Projektna organizacijska struktura
- Matrična organizacijska struktura
- Hibridna organizacijska struktura
- Mješovita organizacijska struktura

¹¹ Buble. M., „Management“, Ekonomski fakultet Split, Split 2000., str. 257.

Suvremeni vrste organizacijskih struktura:

- T-Oblik Organizacije
- Virtualna Organizacija
- Mrežna Organizacija
- Izvrnuta Organizacija
- Organizacija Paukove Mreže
- Timska Organizacija
- Front / Back Organizacija
- Ameba Organizacija
- Fraktalna Organizacija
- Klaster Organizacija
- Heterarhije

Struktura je sastavni dio svake organizirane cjeline na kojoj se gradi organizacija. Svako poduzeće se vodi određenom organizacijom u svom poslovanju. Važno je biti u skladu sa potrošačima i njihovim potrebama kako bi se što bolje realizirala organizacija.

2.3.5. Funkcijska organizacijska struktura

Funkcijska organizacijska struktura je najstariji i najrašireniji oblik organizacijske strukture. Ovaj oblik strukture označava grupiranje istorodnih, sličnih ili neposredno zavisnih poslova. Poslovi jedne organizacijske funkcije se međusobno povezuju i svrstavaju u odgovarajuću jedinicu, odnosno sektor.¹²

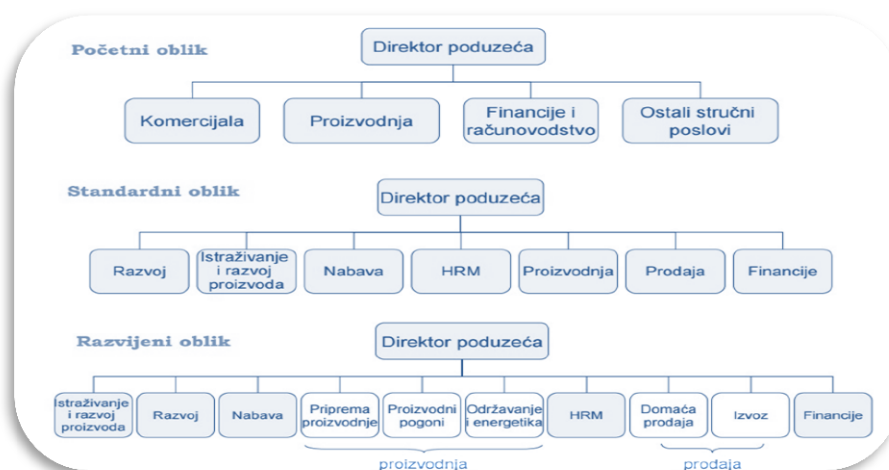
Grupiranje, odnosno povezivanje se provodi na način da se prvo formiraju uže organizacijske jedinice, zatim šire, i tako redom, sve dok se ne formira šira funkcijska organizacijska jedinica.¹³

Dakle, funkcije poduzeća su podijeljene na način da svaka vrsta djelatnosti ima svoju funkciju i na taj način svaki odjel zna svoja izvršenja. Kao npr. odjel recepcije, odjel domaćinstva, odjel računovodstva i sl.

Funkcijska struktura, je prva struktura kojom poduzeće počinje. Imamo tri temeljna oblika funkcijske organizacijske strukture:¹⁴

- Početni,
- Standardni
- Razvijeni oblik funkcijske organizacijske strukture

Slika 1. Funkcijska organizacijska struktura



Izvor: <http://web.efzg.hr/dok/OIM/thernaus/PREDAVANJE%206.%20Vrste%20organizacijskih%20struktura%20STUDENTI.pdf>

¹² Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 391.

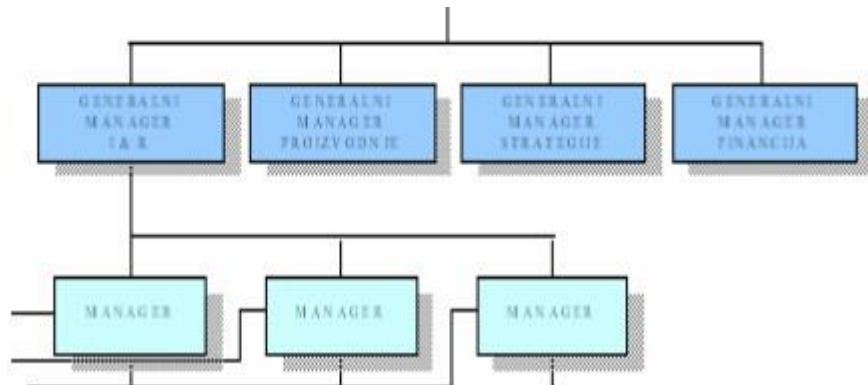
¹³ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 392.

¹⁴ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 394.

2.3.6. Procesna organizacijska struktura

Procesna organizacijska struktura se zasniva na resursima kojima se zadovoljavaju potrebe i motivi gostiju (kupaca) koji su se opredijelili ili će se opredijeliti za određeni program, uslugu ili proizvod u uvjetima globalne konkurencije.¹⁵

Slika 2. Procesna-horizontalna organizacijska struktura poduzeća



Izvor: Buble, M.: „Management“, Ekonomski fakultet Split, Split 2000.

Procesna struktura može biti formirana kao:¹⁶

- horizontalna - struktura se formira oko procesa rada, a ne oko odjela
- vertikalna – svedena je na jednu ili dvije razine i to samo u funkciji potpore, npr. u financijama ili kadrovima

¹⁵ U. Dujišin, „Globalizacija ekonomske integracije i Hrvatska“, Zagreb 1999. str. 186.

¹⁶ P. Sikavica, M. Novak, „Poslovna organizacija“, Informator, Zagreb, 1999., str. 259

2.3.7. Divizijska organizacijska struktura

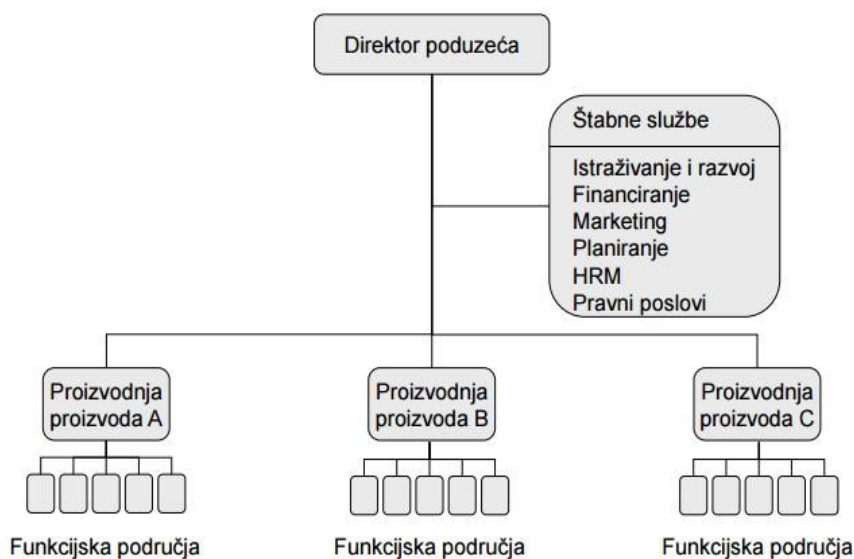
Divizijski oblik organizacijske strukture je više linijski i karakterizira formiranje organizacijskih jedinica s aspekta objekta. U divizijskom obliku organizacijskih struktura grupiranje se vrši prema uslugama.¹⁷

Divizijska organizacijska struktura javlja se u različitim modalitetima, kao:

- Predmetna
- Teritorijalna

Predmetna organizacijska struktura se odnosi na sve poslove koji su vezani uz određeni proizvod.

Slika 3. Predmetna divizijska organizacijska struktura poduzeća

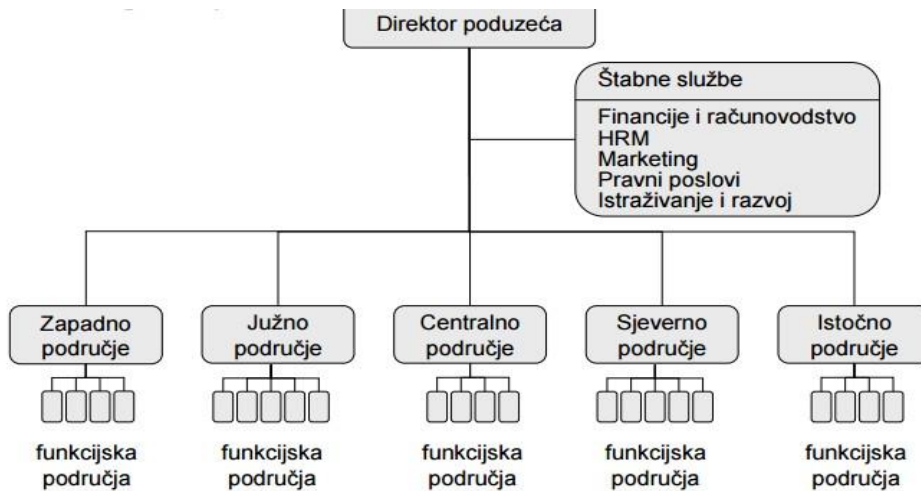


Izvor: <http://web.efzg.hr/dok/OIM/thernaus/PREDAVANJE%206.%20Vrste%20organizacijskih%20struktura%20STUDENTI.pdf>

¹⁷ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 400.

Teritorijalna organizacijska struktura primjenjuju poduzeća koja posluju na širem geografskom području. Odnosno, to su poduzeća koja su nastala spajanjem više samostalnih poduzeća, ali su razmještena po različitim lokacijama.

Slika 4. Teritorijalna divizijska organizacijska struktura poduzeća



Izvor: <http://web.efzg.hr/dok/OIM/thernaus/PREDAVANJE%206.%20Vrste%20organizacijskih%20struktura%20STUDENTI.pdf>

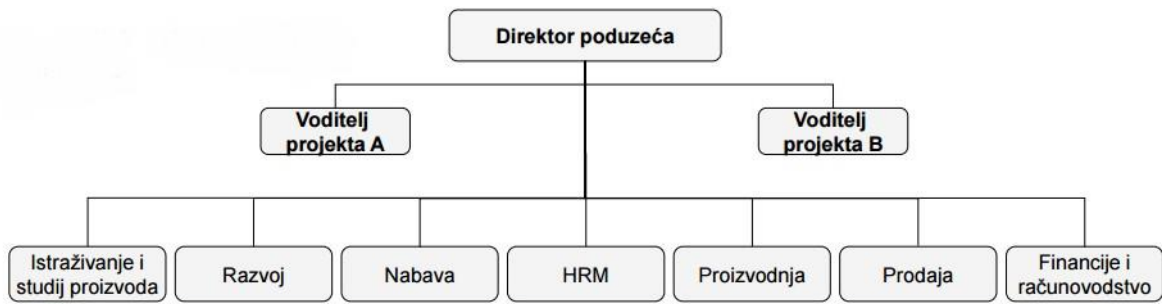
2.3.8. Projektna organizacijska struktura

Projektna organizacija je poseban oblik timske organizacije, te može biti:¹⁸

- nestalna (jednokratni projekti – javljaju se jednom, te se rijetko izvode na isti način)
- stalna (projektni procesi – ponavljaju se više puta uzastopice, slični su po načinu izvođenja te zahtijevaju neki ustaljeni način izvođenja.)

Projektna organizacijska struktura nadopunjuje trenutnu organizacijsku strukturu. Sama riječ „projekt“ nam kazuje kako se struktura odnosi na određeni posao koji se obavlja u tom trenutku. A faktori poput: veličine i težine projekta određuju vrstu tog projekta.

Slika 5. Projektna organizacijska struktura poduzeća

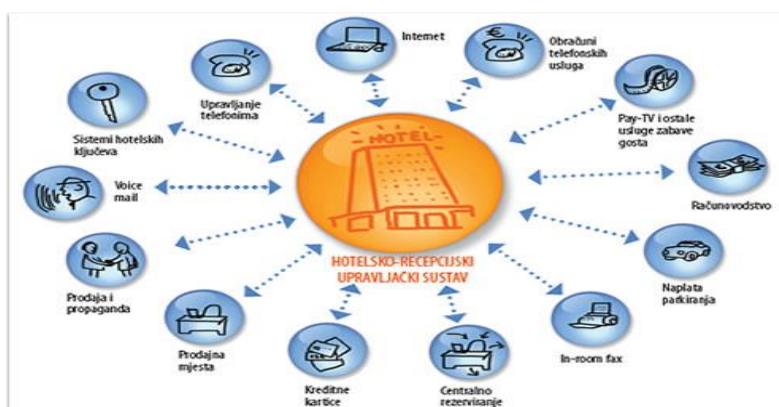


Izvor:<http://web.efzg.hr/dok/OIM/thernaus/PREDAVANJE%206.%20Vrste%20organizacijskih%20struktura%20STUDENTI.pdf>

¹⁸ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str.410.

2.3.9. Mrežna – virtualna struktura poduzeća

Mrežna organizacija poduzeća se koristi zbog smanjivanja nesigurnosti u poslovanju, a one se mogu uspostaviti svugdje gdje postoji interakcija između članova. Hotelska organizacijska struktura se koristi internom mrežom, odnosno mrežom koja se uspostavlja između pojedinih dijelova organizacije. Dakle, svi su djelatnici međusobno povezani, te se unutar glavne mreže nadovezuju manje mreže.



Slika 6. Mrežna struktura poduzeća

Izvor: <http://www.infotrend.hr/clanak/2008/11/veliki-zamah-i-velike-promjene,24,624.html>

2.4. Poslovne funkcije

2.4.1. Pojmovno određenje poslovnih funkcija

Poslovne funkcije se mogu predočiti kao karike u lancu jer je njihovo djelovanje u najužoj vezi s ostalim poslovnim funkcijama. Sve funkcije moraju biti podjednako razvijene jer zaostajanje u razvoju bilo koje od funkcija, negativno se odražava na poslovanje hotelskog poduzeća kao cjeline. Poslovna funkcija je djelatnost sastavljena od niza međusobnih povezanih i usklađenih poslova kojima se ostvaruje dio ukupnog zadatka ugostiteljskog poduzeća.¹⁹

Podjela poslovnih funkcija je bitna u svakom poduzeću, na taj način poslovi su svrstani u određene skupine, te svaki djelatnik zna zadatke i odgovornosti svoga posla.

Sagledavajući zakonitost raščlanjivanja, grupiranja, te posebnosti pružanja ugostiteljskih osnovnih i pomoćnih usluga u nekom ugostiteljskom objektu, a pri tome uvažavajući važnost cilja i zadatka sve poslovne funkcije mogle bi se grupirati po sustavu cilja na:²⁰

- Osnovne poslovne funkcije i,
- Izvršne poslovne funkcije

2.4.2. Proizvodno-uslužna funkcija

Zadatak proizvodne funkcije je da sukladno strukturi i karakteru osnovnih sredstava, te kvalifikacijskom strukturom zaposlenih i njihovim radnim iskustvom, proizvodi određene vrste proizvoda određene količine, kvalitete, u određeno vrijeme i troškovno najpovoljnije.²¹

Proizvodno-uslužna funkcija podrazumijeva pružanje usluga smještaja. Dakle, uslužna funkcija podrazumijeva sve poslove od trenutka kada je gost rezervirao smještaj, tijekom njegovog boravka, te odjave iz hotela. Također, proizvodna usluga podrazumijeva usluge pripreme hrane i pića, što uključuje poslove planiranja hrane i pića, njihovu obradu, te način skladištenja.

¹⁹ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str.433.

²⁰ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str.436.

²¹ Petrić, L.: Osnove turizma, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split, 2010., str. 153.

Uz osnovne hotelske usluge pružaju se i dopunske usluge. Dopunske usluge mogu varirati u zavisnosti o veličini hotela. Npr. određeni hoteli nude usluge prijevoza od zračne luke do hotela. Također, orijentiraju se i na sam sadržaj koji se nalazi u samom hotelu poput: teretane, frizerskog salona, wellness usluga.

2.4.3. Poslovna funkcija nabave

Značaj poslovne funkcije nabave, sadržan je u važnosti velike vrijednosti ulaznih roba, koje su neophodne za pripremu, stvaranje i prodaju ugostiteljskih usluga. To je skup živežnih namirnica, energenata, sredstava za čišćenje i održavanje higijene, opreme i sitnog inventara, te cijeli skup procesa nabave, skladištenja i čuvanja, te raspodjele unutar ugostiteljskog objekta i poduzeća.²²

Odabir inputa, tj. roba i usluga, kojima se stvara ugostiteljska usluga, utječe na procese nabave, kojima je cilj određivanje dobavljača, pravovremenost roba i usluga po najpovoljnijim cijenama i uvjetima, s ciljem što manjih troškova i angažiranja što manjih sredstava.²³

Kako bi funkcija nabave funkcionirala važno je istražiti tržište, te izabrati najpouzdanije dobavljače. Pritom obratiti pažnju na kvalitetu materijala, te uzeti u obzir rok isporuke. Potrebno je provjeriti nalaze li se u skladištima potrebne količine zaliha materijala ili proizvoda koji će u dogledno vrijeme zadovoljiti potrebe kupaca. Kod nabave je važno uspoređivanje zaprimljenih ponuda, te odabir one najpovoljnije. Kao što je već navedeno prilikom nabave treba obratiti pozornost na što više stavki, poput: kvalitete, roka isporuke, načina plaćanja, cijene materijala.

²² Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 446

²³ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str. 447

2.4.4. Prodajna funkcija

Funkciju prodaje čine osnovni poslovi koji sadrže odgovarajuće aktivnosti koje je potrebno izvršiti na operativnoj razini u poduzeću. To su sljedeći osnovni zadaci i operativne aktivnosti:²⁴

- analiza promjena motiva i sadržaj potražnje za proizvodom/uslugom u turizmu,
- analiza globalnih kretanja u ponudi i potražnji za proizvodom/uslugom u turizmu, obrada podataka i oblikovanje informacija o strukturi domaće turističke potražnje, obrada podataka i oblikovanje informacija o strukturi inozemne turističke potražnje, izrada marketinške strategije nastupa na turističkom tržištu,
- analiza i priprema kapaciteta za prodaju proizvoda/usluga u turizmu,
- kalkulacija cijena i izrada prijedloga cijena po segmentima turističkog tržišta i ugovorima,
- priprema ugovora o prodaji aranžmana u turizmu, prikupljanje, obrada i izrada liste narudžbi,
- obrada prispjelih informacija od maloprodaje i veletrgovaca te prenošenje informacijske osnovice proizvodnji (razvoju),
- izrada plana nastupa na sajamskim priredbama, organizacija konferencija za novinare
- izrada plana budžeta nastupa na tržištima,
- izrada sredstava i oblika propagandnih aktivnosti,
- komunikacija s tržištem,
- priprema ulaznih parametara za istraživanje zadovoljstva kupca/korisnika, analiza učinaka prodajne politike i odabira poslovnih partnera,
- prijedlog mjera i aktivnosti za unapređenje prodaje,
- poslovi obrade narudžbi i distribucija podataka za ispunjenje narudžbi, analiza naplate potraživanja za prodane proizvode/usluge u turizmu, analiza i prijedlog načina stimulacije prodaje.

Osnovna zadaća prodajne funkcije je ne samo prodati, već i osmisliti hotelske usluge. Prodaja hotelskih usluga je neposredno vezana uz njihovu proizvodnju, a da bi se hotelska usluga prodala, potrebno je da bude prethodno naručena kako bi se pokrenuo proces pripreme i pružanja određenog proizvoda, usluge. Prodaja se obavlja na temelju rezervacija i ugovora s turističkim agencijama. Npr. neke od agencija preko kojih se poduzeće oglašava su: booking, trivago, hotels.com.

²⁴ Drljača, M.: Prodaja kao funkcija, PRO PRO, Suvremena poslovna znanja, Zagreb, 2005., str. 19.

2.4.5. Financijsko računovodstvena funkcija

Značaj računovodstvene poslovne funkcije, izražen je kroz vođenje evidencije o imovini, dugovima i kapitalu, te rezultatima poslovanja ugostiteljskog poduzeća. Dakle, računovodstvo je djelatnost pripreme i pružanja informacija o svim poslovnim procesima i stanjima u poduzeću.

U Hrvatskoj sva poduzeća pa tako i ugostiteljska poduzeća, moraju poštivati Zakon o platnom prometu (FINA) i Zakon o računovodstvu, koji nalaže primjenu međunarodnih računovodstvenih standarda u izradi računovodstvenih izvještaja.²⁵

Ustroj analitičkog knjigovodstva novčanih sredstava i vrijednosnica, treba uskladiti sa potrebama i zahtjevima financijske funkcije. Podaci i informacije računovodstva značajni su instrument donošenja poslovnih odluka u svim operativnim funkcijama, posebno u financijskoj funkciji, a od značaja su na ostvareni rezultat.²⁶

2.4.6. Istraživačka funkcija

Funkcija istraživanja i razvoja podrazumijeva razvoj poduzeća u više pravaca (ekonomskom, tehničkom, tehnološkom, organizacijskom i sl.), a njen značaj se sastoji u projektiranju optimalnog sustava razvoja kako bi se mogle strukturirati mogućnosti, potrebni resursi i snage kojima će se ostvariti poslovni planovi. Svakom razvojnom programu prethode stručne studije i istraživanja, s često podržavajućim elementima i znanstvenih metoda. To je skup stručnih istraživanja, koja obuhvaćaju razvoj hotelske organizacije, a znači sustavno istraživanje internog i eksternog okruženja, znanstveni pristup u sagledavanju dugoročnih vizija, misija i ciljeva poduzeća, a rezultati takvih istraživanja su orijentiri za izradu projekata razvoja.²⁷

Potražnja hotelskog proizvoda obuhvaća zahtjeve i želje potencijalnih turista za uslugama smještaja i drugih segmenata proizvoda. Turističke agencije, sajmovi i burze služe kao izvrstan izvor traženih podataka. Važno je istražiti sve segmente tržišta kako bi se na najefikasniji način realizirala ponuda ili usluga.

²⁵ Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str.453.

²⁶Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str.454.

²⁷ Predavanja iz menadžmenta, op. cit.

3. HOTEL MARVIE - PRIKAZ ORGANIZACIJE (POSLOVANJA) ²⁸(Tekst je pisan temeljem dokumentacije)

U ovom dijelu rada definira se organizacija hotela Marvie, te njegove poslovne funkcije koje su kroz teoretski prikaz definirane u prethodnom poglavlju.

3.1.1. Općenito o hotelu Marvie

„Marvie Hotel & Health“ je prvi hotel na području Dalmacije specijaliziran za „Health & Wellness“ segment s obzirom da pruža niz specijaliziranih usluga iz područja medicinskog wellnesa na prostoru od 1.200 metara četvornih, s odlično opremljenim spa i fitness prostorom u sklopu kojeg se nalaze: ordinacija fizikalne medicine i rehabilitacije, te dermatološka ambulanta za estetsku medicinu.“

„Marvie je investicija tvrtke Tromont d.o.o. koja je ujedno bila i glavni izvođač radova na ovom projektu realiziranom u suradnji s Hrvatskom bankom za obnovu i razvoj, u vrijednosti od 105 milijuna kuna. Hotel je ukupne kvadrature 9.400 metara četvornih s tri etaže podzemne javne garaže, 76 smještajnih jedinica od čega dva apartmana, te s predivnom krovnom terasom s vanjskim bazenom. Tu je i restoran sa specijaliziranom gastronomskom ponudom te prostrani wellness s brojnim sadržajima, tako da sveukupna ponuda suvremenom gostu osigurava potpuni odmak od stresne svakodnevnice.“

Marvie je hotel u neposrednoj blizini mora, pa je prema tome i dobio ime, koje nosi značenje života uz more, koji pruža mir, relaksaciju i pozitivno djeluje na zdravlje. Hotel je namijenjen turistima i poslovnim gostima koji njeguju zdrave životne navike i ne žele ih se odreći dok su na putu.

„Motiv za nastup na tržištu u segmentu medicinskog wellnesa je i sama pozicija hotela Marvie koji se nalazi na splitskoj Zenti, u blizini sportskih sadržaja (tenis klub), uređenih plaža, šetališta uz more koje pruža mogućnost za različite oblike rekreacije kao što su vožnja biciklom ili jogging. Blizina bolničkih sadržaja javne zdravstvene skrbi bila je dodatni motiv izbora ovakve tržišne pozicije s naglaskom na zdravlje, fitness i wellness. Opravdanost smjera poslovanja sadržana je i u sve značajnijoj poziciji zdravstvenog turizma u Hrvatskoj, koji je kao i u brojnim drugim zemljama, postao jedan od strateških razvojnih ciljeva turizma i zdravstva općenito.“

²⁸ Tekst je pisan temeljem dokumentacije (brošura). Na sastanku sa direktoricom hotela dobivene su sve potrebne informacije o hotelu Marvie.

3.1.2. Vlasnička i organizacijska struktura hotela

„Marvie je investicija tvrtke Tromont d.o.o. koja je ujedno bila i glavni izvođač radova na ovom projektu realiziranom u suradnji s Hrvatskom bankom za obnovu i razvoj, u vrijednosti od 105 milijuna kuna.“ (Tekst je pisan temeljem dokumentacije)

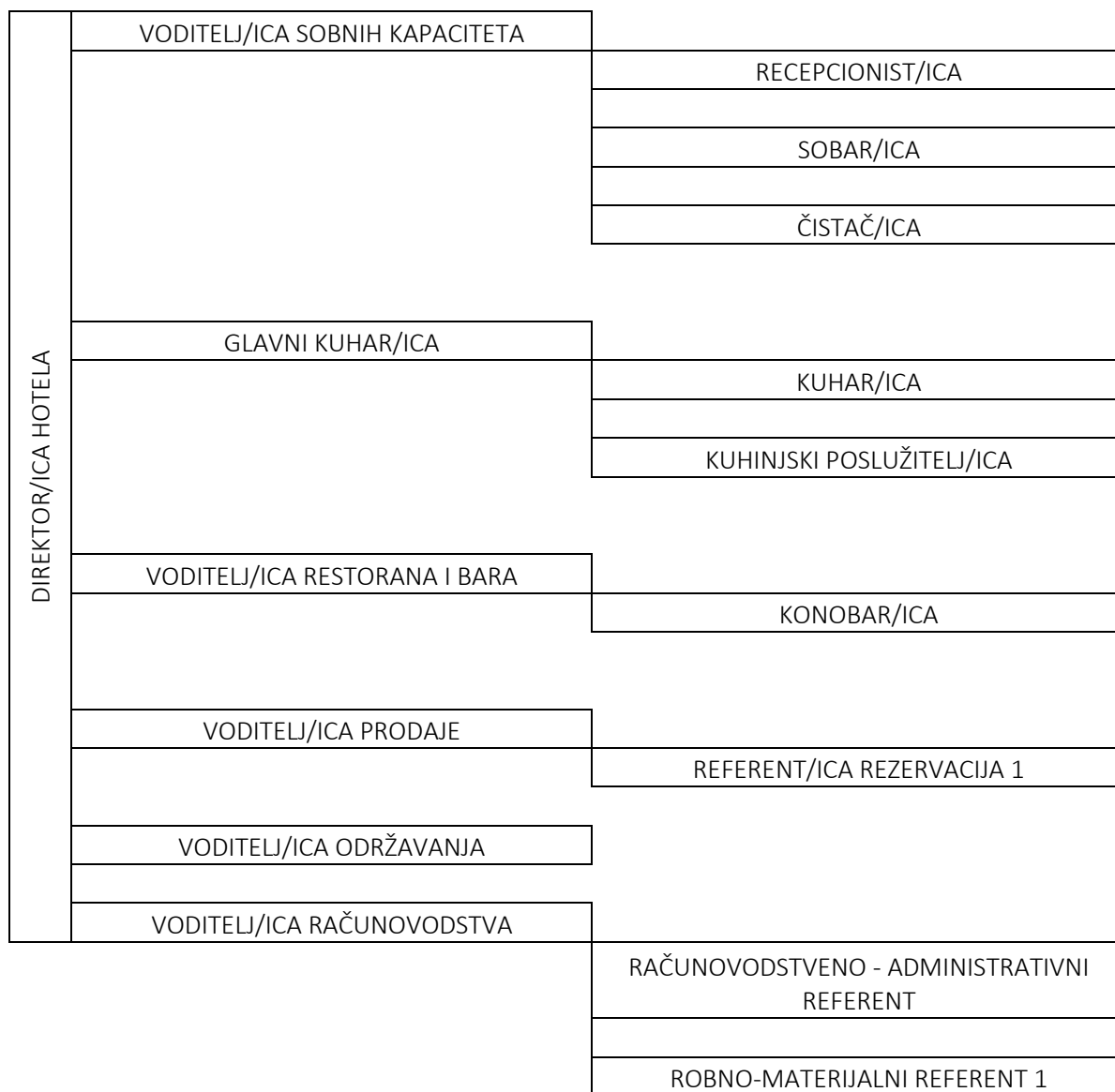
Tip organizacijske strukture se temelji na podjelama. Odnosno svaki odjel ima svoga voditelja koji upravlja, te ujedno i nadzire određeni odjel. Npr. glavna strateška osoba u hotelu je direktorica koja upravlja i donosi odluke, odnosno nadzire glavne voditelje. Voditelj sobnih kapaciteta je zadužen za obavještanje recepcionista, te upravljanje i nadziranje sobarica i čistačica.

Glavni kuhar je u toku sa trendovima, te potrebama gostiju. Također, vodi tim kuhara.

Voditelj restorana, nadzire i vodi konobare koji izvršavaju operativne zadatke.

Voditelj prodaje i računovodstva upravlja svim računovodstvenim zadacima u poduzeću.

Slika 3: Prikaz organizacijske strukture



VANJSKI PRUŽETLJI USLUGA:

- održavanje informatičke strukture
- održavanje hortikulture
- pranje rublja
- zaštita na radu, zaštita od požara, zaštita okoliša
- marketinške usluge

3.2. Poslovne funkcije u hotelu Marvie

U ovom poglavlju definiraju se poslovne funkcije na primjeru samog hotela Marvie, te čimbenici u njihovom procesu.

3.2.1. Proizvodno-uslužna funkcija

Značaj poslovne funkcije pružanja ugostiteljskih usluga vezan je na osnovne hotelske usluge smještaja i druge ugostiteljske usluge, koje se odnose na usluge prehrane i pića, te ostale podržavajuće usluge, koje se pružaju u hotelijerstvu. Značaj poslovne funkcije pružanja ugostiteljskih usluga treba se sagledavati sa dva aspekta: ugostiteljskih usluga za smještaj i pružanja ugostiteljskih usluga prehrane i pića. Nositelji pružanja ugostiteljskih usluga su stručno i pomoćno ugostiteljsko osoblje, poput:²⁹

- Prijemni odjel
- Domaćinstvo
- Kuhinja
- Restoran

Recepcionist

Proces pružanja usluge hotela započinje rezervacijom smještajnog objekta. U većini slučajeva putem službene stranice hotela, te posrednika kao što su: booking, trivago, agoda, revngo te hotels. S obzirom kako je hotel specijaliziran za zdravstveni turizam, u vrlo kratkom periodu svog postojanja zaintrigirao je mnoge, te ostvario veliki broj noćenja gostiju. Proces pružanja usluga odvija se direktno u hotelu, prilikom dolaska gost na recepciji obavlja „check in“ koji je moguć od 15h-00h. Odjel recepcije je u suradnji sa svim hotelskim odjelima, kako bi se osigurao kvalitetan tretman gostiju i realizirali posebni zahtjevi. Dakle, odjel recepcije je zadužen za održavanje i unaprjeđenje kvalitetnih veza sa klijentima, učinkovitu komunikaciju prije, tijekom i nakon boravka, održavanje i poboljšanje razine usluge prema gostu, osiguranje hotelskog operativnog djelovanja prema zahtjevima gostiju, te za efikasnu i pravovremenu reakciju na komentare gostiju. Za lakše i preglednije poslovanje odjel prodaje, odnosno recepcije, kao i ostali dio hotela, koristi se programom koji se naziva Diventa, koji će se opširnije opisati u nastavku.

²⁹Z. Cerović, „Hotelski Menadžment“, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003., str.450.

Gostima je na raspolaganju transfer od Splitskog aerodroma do hotela Marvie. Te transfer usluge do željenog odredišta 24/7. Na taj način omogućena je ušteda vremena gosta. Hotel nudi nekoliko vrsta organiziranih izleta na: otoke Brač, Hvar, Šoltu i Paklinske otoke, nacionalni park Krka i Šibenik, te zipl line u Omišu.

Voditeljica sobnih kapaciteta

Glavne odgovornosti voditeljice sobnih kapaciteta su: provedba i nadzor svih aktivnosti u područjima prijemnog ureda kao što su (repcija, rezervacije, telefonska centrala) i odjela domaćinstva. Održavanje i unaprjeđenje kvalitetnih veza sa hotelskim gostima, učinkovita komunikacija tijekom boravka, održavanje i poboljšanje razine usluge prema gostu, efikasna i pravovremena reakcija na komentare gostiju. Koordinacija i nadzor čistoće hotela: soba za goste, javnih površina, prostorija za zaposlenike, prostorija za odlaganje posteljine i uniformi. Upravljanje i održavanje podacima Property management sustava, te provedba i održavanje svih odjelnih politika i procedura. Surađuje sa sa odjelom održavanja radi kvalitetnog i pravovremenog održavanja sobnih kapaciteta. Te redovito provodi planirani pregled inventara svih soba za goste

Sobarica

Osigurava uredne i čiste sobe te visoku razinu kvalitete usluge prema hotelskim standardima i procedurama. Sobarica mora kvalitetno raspolagati sa imovinom hotela i opremom, te biti u efikasnoj koordinaciji sa voditeljicom sobnih kapaciteta u slučaju nastale štete ili potrebe za popravcima ili zamjenama. Također, na efikasan način rukovati opremom kao što su: (posteljina, materijali za goste, oprema i materijali za čišćenje). Sobarica održava prostorije za odlaganje posteljine i operativne prostorije čistima, urednima te opskrbljenima potrebnim materijalom u svakom trenutku;

Čistačica

Osigurava čistima javne površine uključujući podove, liftove, predvorje hodnika, prodajne prostore, prostor za osoblje, stubišta, restoran, barove, Spa, urede, javne toalete, te toalete i prostorije za zaposlenike u skladu sa hotelskim standardima i procedurama. Vodi brigu o kvalitetnom korištenju imovine hotela i opreme, te je spremna na efikasnu koordinaciju sa voditeljicom sobnih kapaciteta u slučaju nastale štete ili potrebe za popravcima i zamjenama. Na efikasan način upotrebljava materijal i opremu za rad (materijali za goste, oprema i materijali za čišćenje). Također, vodi učinkovitu brigu o potrebama i zahtjevima gostiju i upravlja otpadom sukladno hotelskim standardima i procedurama.

Glavni kuhar

Glavni kuhar je zadužen za planiranje jelovnika i pripremu jela, te aktivno sudjelovanje u procesu pripreme i kuhanja. Snosi odgovornost nad jelovnicima, prodajnim statistikama, troškovima hrane, prodajnim cijenama i zadovoljstva gosta. Glavni kuhar održava i usavršava standard kvalitete hrane, produktivnosti, upravljanja radnom snagom, obuke, kreativnosti, a sve u cilju povećanja zadovoljstva gostiju. Također, zadužen je za planiranje i koordinaciju pravovremene nabave namirnica i materijala, te za ažurnu evidenciju u hotelskom operativnom sistemu. Odgovornost nad svim zahtjevima HACCP standarda, procedura i svih pravila struke. Suraduje sa svim hotelskim odjelima kako bi se osigurao kvalitetan tretman gostiju i realizirali posebni zahtjevi. Nadgleda i upravlja odjelnim proračunom i planovima, te priprema izvještaj o odjeloj učinkovitosti. Odgovoran je za raspoloživu i potrebnu količinu operativnog materijala za kuhinju.

Kuhar

Priprema jela prema jelovniku, receptima i količinskom normativu uz primjenu svih potrebnih standarda i procedura rada. Održava visoki higijenski standard, vodi brigu o čistoći prostora i sredstava za rad, te brigu o skladištenju nepotrošenih namirnica. Vodi evidenciju podataka za dnevni obračun upotrijebljenih namirnica, izdanih obroka hrane te kontrola zaliha. Također, upoznat je sa HACCP sustavom kvalitete. Sudjeluje u postizanju zadanih ciljeva odjela, te asistira glavnom kuharu u dnevnim operativnim zadacima. Predlaže nove ideje za usluge koji će održavati tržišnu konkurentnost. Također kao i svaki zaposlenik u hotelu upravlja otpadom sukladno hotelskim standardima i procedurama.

Kuhinjski poslužitelj

Pridržava se procedura za zaštitu zdravlja i sigurnosti na radnom mjestu. Upoznat je sa HACCP sustavom kvalitete. Također, upravljanja otpadom sukladno hotelskim standardima i procedurama. Kuhinjski poslužitelj održava zalihu čistog posuđa, staklenog posuđa, pribora za jelo, zdjela i ostalih potrepština za sva prodajna mjesta u hotelu. Uz pomoć kuhinjskog osoblja održava kuhinju čistom pridržavajući se standardnih procedura za čišćenje uz odgovornost za čistoću i higijenu u raznim operativnim dijelovima kuhinje/hotela, kako bi pružili najbolju potporu osoblju odjela hrane i pića u izvršavanju njihovih zadataka. Te snosi odgovornost za skladištenje, čišćenje i rukovanje svom radnom opremom u odjelu hrane i pića.

Voditelj restorana

Planira ponudu i cjenik pića te aktivno sudjeluje u procesu usluge prema gostu. Odgovoran je nad ponudom/cjenicima, prodajnim statistikama, troškovima pića, prodajnim cijenama i zadovoljstvu gosta. Održava i usavršava standard kvalitete produktivnosti, upravljanja radnom snagom, obuke, kreativnosti, a sve u cilju povećanja zadovoljstva gostiju. Voditelj restorana sastavlja raspored djelatnika, ovisno o popunjenosti i zahtjevima održive produktivnosti. Priprema, redovito ažuriranje i implementacija odjelnog priručnika za obuku, kreiranje plana obuke za sve stalno i privremeno zaposlene djelatnike restoranta/bara, razvoj multi-kvalificiranog tima;

Konobar/ica

Konobar je zadužen za učinkovito posluživanje hrane i pića na dodijeljenoj radnoj stanici uz pridržavanje postavljenih standarda posluživanja i zahtjeva posla. Konobar se pridržava visokih higijenskih standarda, kodeksa odijevanja i procedure posluživanja. Na profesionalan način održava razinu usluge i sigurnosti gostima hotela prema hotelskim standardima i procedurama. Sudjeluje u postizanju zadanih ciljeva odjela, te asistira voditelju restorana/bara u dnevnim operativnim zadacima.

Kako bi poduzeće moglo ostvariti uspješno kontinuirano poslovanje, potrebno je neprestano usavršavati uslugu hotela, odnosno neprestano biti u toku sa novim tehnologijama i proizvodima na tržištu. Glavna značajka hotela Marvie je zdravstveni sadržaj, koji će biti opširnije objašnjen u samom nastavku.

Zdravstveni sadržaj

U sklopu 1200 metara četvornih wellness & spa prostora nalazi se ordinacija fizikalne medicine i rehabilitacije, te dermatološka ambulanta za estetsku medicinu. Osim sadržaja koje svaki moderan turist očekuje pod kvalitetnom wellness & spa ponudom kao što su masaže, tretmani njege lica i tijela, hidromasažni bazen, finska sauna, parna kupelj i dr. Hotel Marvie ima kompletan program i podršku stručnjaka za fizikalnu i sportsku medicinu, usluge nutricioniste, te sveobuhvatni anti-aging program. Kada govorimo o pomlađivanju, prva asocijacija je svima korištenje suvremenih metoda iz estetskih razloga i u svrhu ljepote, no ono što njihov partner MediDerm nudi gostima Marvie hotela je multidisciplinarni pristup. Dakle, ne radi samo o korekciji bora i pomlađivanju kože koje nudi već i o pomlađivanju cjelokupnog organizma. Dakle, hotel je idealan za one goste koji se zdravih životnih navika ne žele odreći dok su na putu, također gosti mogu uživati u kupanju, sunčanju, razgledavanju, te istovremeno riješiti zdravstveni problem koji ih muči, po vrlo konkurentnim cijenama u odnosu na inozemstvo.

Gastronomska ponuda

Hotelski restoran Da'Mar nudi kreativnu gastronomsku kuhinju baziranu na modernoj interpretaciji najkvalitetnijih mediteranskih namirnica, te su svim gostima na raspolaganju i usluge nutricioniste. Na primjer umjesto klasičnih njoka u zimskom meniju naći će se paštica od sretine s njokima od batata, od žitarica koriste quinou i amaranth, tapioku za deserte za koje sami pripremaju sirupe i preljeve od voća što je samo dio bogatog menija kojim prevladavaju bezglutenska jela.

Iz godine u godinu sve je veći broj osoba osjetljivih na gluten ili neke druge namirnice, glavni kuhar Martin Grubiša kreira inovativne, ukusne delicije za osobe koje u svakodnevnom životu, u klasičnim restoranima, nemaju gotovo nikakvog izbora na meniju.

3.2.2. Nabavna funkcija

Nabavnu funkciju vodi robno-materijalni referent, glavne funkcije referenta su: koordinacija i provedba robno-materijalnih aktivnosti. Također, generira nove ideje da bi robno-materijalne aktivnosti bile učinkovitije i djelotvornije. Na učinkovit način mora sudjelovati sa dobavljačima roba i proizvoda. Priprema izvješća o troškovima proizvodnje hrane i pića. Vršiti nadzor nad ispravnom obradom poreza, te osiguranje usklađenosti hotelskih politika i procedura sa primjenjivim zakonima. Organizira redovitu terensku provjeru prodajnih jedinica hrane i pića. Također, provodi inventuru u prodajnim jedinicama hrane i pića te skladištima. Kontrolira provedbu HACCP zahtjeva te zaštite okoliša, i drugih primjenjivih regulativa. Dakle, funkcija nabave je specifična po tome što osim što vrši samu nabavu materijala i njenu isporuku, je organizirana tako da su djelatnici nabave u direktnom kontaktu sa potrebama svakog pojedinog djelatnika unutar hotela Marvie.

3.2.3. Prodajna funkcija

Za lakše i preglednije poslovanje odjel prodaje, kao i ostali dio hotela, koristi se Diventom, programom u kojem se unose profili gostiju, koji ostanu memorirani, te ponovnim povratkom gosta olakšava i ubrzava posao. Dio koji se naziva „praćenja boravka gosta“ predstavlja segment sa zadaćom pokrivanja kompletnog procesa prijave, praćenja boravka, naplate i odjave. Voditelj prodaje hotela Marvie održava strategiju poslovnog razvoja koja se provodi kroz izravnu prodaju rezervacijskog procesa. Voditelj prodaje razvija nove ideje za usluge koje će održavati tržišnu konkurentnost. Također, sudjeluje u domaćim i međunarodnim sajmovima i putovanjima radi promocije Hotela. Kod funkcije prodaje je bitno izabrati kvalitetne kanale distribucije, kako bih se na što uspješniji način prezentirala usluga hotela. Neki od posrednika s kojima hotel posluje su agencije: booking, trivago, hotels.com. Veoma je važno održavati i unaprjeđivati kvalitetnu vezu sa klijentima. Hotel sadrži svoju internet stranicu na kojoj su opisani sadržaji, te usluge samog hotela. Također, gost može istražiti hotel putem virtualnog prikaza, te na taj način gost postiže bolji uvid u sam prostor hotela. Internetska stranica hotela je napravljena na hrvatskom, te engleskom jeziku. Na stranici se također nalazi opis grada Splita, te najvažnije značajke.

3.2.4. Administrativno - računovodstvena funkcija

Financijsko računovodstveni referent je zadužen za koordinacija i provedbu računovodstvenih aktivnosti kao što su: prihodi/troškovi, potraživanja/obveze.

Nadzire računovodstvene informacije između informacijskog sustava recepcije, te računovodstvenog software-a. Održava matične podatke zaposlenih, te vrši nadzor nad evidencijom radnih sati i troškovima rada. Nadgleda mjenjačke poslove u suradnji s prijemnim uredom. Također surađuje sa unutarnjim i vanjskim klijentima. Zadužen je za izradu godišnjih financijskih planova i poslovnih strategija hotela najkasnije sa 30. studenog za svaku sljedeću poslovnu godinu hotela, koje podnosi na odobrenje upravi društva.

3.2.5. Istraživačka funkcija

Istraživačka funkcija je fokusirana na segment zaposlenika, odnosno njihov razvoj. Svaki hotel ima određene smjernice za uspješno poslovanje, a zaposlenici su jedni od njih. Motivirani i predani zaposlenici su uspjeh svakog poduzeća. Hotel već u potrazi za radnom snagom ima izražene normative koje zaposlenik mora ispunjavati. Nakon ispunjenih zahtjeva, zaposleniku se osigurava obuka koja se vrši pod nadzorom voditelja. Npr. voditelj restorana uvodi u posao novog konobara, upoznavajući ga sa pravilima, te tokom poslovanja. Upoznavajući ga sa osobljem, stvara opušteni ugođaj. Hotel nudi mogućnost obuke metodom sastanka. Tim načinom uvodi nove zaposlenike u posao i upoznava ga s istim. Sastanci se održavaju po potrebi, npr., ako se u hotel uvodi nova stavka. Svi zaposlenici će biti upoznati s tim. Svakom zaposleniku je osigurana radna odjeća, te prostor za pohranu osobnih stvari. Zaposlenici imaju pravo na ručak u menzi koju osigurava hotel.

4. ZAKLJUČAK

U ovome radu definirana je organizacija poslovanja i poslovne funkcije temeljem teorijskih doprinosa. Također, na primjeru hotela Marvie opisana je i sama praksa tih pojmova. Vrlo je važno biti u toku sa tržištem, te znati pravovremeno reagirati na promjene u hotelskom poslovanju. Poduzeća djeluju u uvjetima u kojima su izložena utjecajima iz okoline, kako bih ostala konkurentna na tržištu trebaju se prilagođavati promjenama.

Objašnjena je uloga i značenje organizacije poslovanja, te organizacijske strukture. Na temelju poduzeća Marvie prikazane su poslovne funkcije. Samim time dolazi se do zaključka kako su poslovne funkcije bitna stavka uspješnog poslovanja poduzeća.

U razgovoru sa direktoricom hotela se doznaje kako proizvodno-uslužna funkcija zauzima veliki značaj u samoj organizaciji poslovanja hotela. Ipak hotel nudi usluge smještaja, te hrane i pića, te zdravstvene usluge koje navodi kao prednost hotela.

Velika prednost hotela je orijentiranost usluga na zdravstveni sadržaj, samim time hotelska ponuda se razlikuje od ostalih hotela. Hotel se baš zbog svoje ponude ističe od drugih, te je u kratkom periodu postao prepoznatljivo ime na tržištu oslušujući želje i potrebe potrošača. Kako bi poduzeće postalo uspješno, te ostalo konkurentno na tržištu, treba prilagoditi ponudu potražnji na tržištu, što je hotel Marvie i prepoznao.

LITERATURA:

1. Sikavica, P., Novak, M (1999): Poslovna organizacija, Informator, Zagreb.
2. Matić, I. (2013): Materijali s vježbi – Organizacija poslovanja, Split.
3. Buble, M. (2000): „Management“, Ekonomski fakultet Split, Split.
4. Cerović, Z. (2003): „Hotelski menadžment“, Sveučilište u Rijeci, Rijeka.
5. Pavia, N. (2002): Nabavna funkcija u hotelijerstvu, Sveučilište u Rijeci, Opatija

INTERNETSKE STRANICE:

1. Elementa komunikacije d.o.o. Preuzeto s <http://www.elementa-komunikacije.hr/prodaja-promocija/upravljanje-prodajom> (03.02.2019.)
2. Dr. Pančić Kombol, T.(2016). Promocija u turizmu. *Portal za turizam, gospodarstvo i kulturu življenja*. Preuzeto s http://www.turistplus.hr/hr/promocija_u_turizmu/2857/ (01.02.2019.)
3. Ekonomski fakultet u Splitu. Matić, I. (2018) : Materijali s vježbi – Organizacija poslovanja, Split. Preuzeto s: https://moodle.efst.hr/moodle2018/pluginfile.php/62377/mod_resource/content/2/Skripta%20sa%20vje%C5%BEbi%20%282012%29.pdf (04.07.2019.)
4. Zakon o pružanju usluga o turizmu. (NN 130/17, 25/19) Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu> (03.02.2019.)
5. iTi Computers, d.o.o. za informatički turistički inženjering i trgovinu, osnovano 1990.g. Preuzeto s [http://www.itidiventa.com/?file=rjesenja-prema-bransi/hotelijerstvo/hoteli\(01.02.2019.\)](http://www.itidiventa.com/?file=rjesenja-prema-bransi/hotelijerstvo/hoteli(01.02.2019.))
6. Hotel Marvie. Preuzeto s <https://marviehotel.com/> (01.02.2019.)

POPIS SLIKA:

Slika 1. Funkcijska organizacijska struktura	13
Slika 2. Procesna-horizontalna organizacijska struktura poduzeća	14
Slika 3. Predmetna divizijska organizacijska struktura poduzeća	15
Slika 4. Teritorijalna divizijska organizacijska struktura poduzeća	16
Slika 5. Projektna organizacijska struktura poduzeća	17
Slika 6. Mrežna struktura poduzeća	18

SAŽETAK

Poduzeća se danas nalaze u vrlo promjenjivoj i dinamičnoj okolini, te je veoma bitno da poduzeća raspolažu kvalificiranim i stručnim zaposlenicima.

Kako bi se poduzeće moglo oduprijeti promjenama koje donosi vanjska okolina, mora imati dobro uspostavljenu organizaciju poslovanja. Ona predstavlja temelj za uspješno poslovanje poduzeća.

Ona ovisi o veličini poduzeća, broju zaposlenih, vrsti posla i sl. Organizacijskom strukturom definira se rad svakog zaposlenika posebno, koji sudjeluje u stvaranju finalnog proizvoda ili usluge.

U ovome radu objašnjena je organizacija poslovanja na temelju hotela Marvie. Smatram kako je trenutna organizacija poslovanja poduzeća Marvie vrlo uspješna, baš iz tog razloga jer svaki zaposlenik na određenom odjelu zna zadatke koje mora izvršiti kako bih organizacija bila uspješna. S obzirom kako je hotel orijentiran na zdravstveni turizam, već na samom početku je ostvario visoke prihode. Iz toga se može zaključiti kako je veoma bitno biti u skladu sa tržištem i razvijati nove ideje sukladno potrošačima.

SUMMARY

Companies are now in a very vibrant and dynamic environment, so it is very important that companies have qualified and professional staff and managers.

So, that company could resist the changes of external environment, they must have a well-established business. It provides a foundation for a successful business enterprise.

It depends on the company size, number of employees, type of work they do. Organizational structure defines the work of each individual employee who participates in the creation of the final product or service.

This paper explains the organization of business based on the hotel Marvie. I believe that current business organization of Marvie company is quite successful, for the reason that every employee in specific department knows the tasks that needs to be done so the organization can continue its successful work. Considering hotels health tourism orientation, it made high profits at the very beginning. We can conclude that it's very important to follow the market and develop ideas according to consumers.