

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

KRISTINA SKLEPIĆ

INVESTICIJE U UGOSTITELJSKOJ INDUSTRIJI- ANALIZA
MEĐIMURSKE I VARAŽDINSKE ŽUPANIJE

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2015.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

KRISTINA SKLEPIĆ

INVESTICIJE U UGOSTITELJSKOJ INDUSTRIJI- ANALIZA
MEĐIMURSKE I VARAŽDINSKE ŽUPANIJE

INVESTMENTS IN CATERING INDUSTRY FOR MEĐIMURJE
AND VARAŽDIN COUNTY

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Ivana Bujan,

univ.spec.philol.angl.

ČAKOVEC, 2015.

Zahvala:

Zahvaljujem se svojoj mentorici prof. Ivani Bujan na strpljenju, vremenu i stručnim savjetima kojima mi je pomogla u izradi ovog završnog rada.

Želim se zahvaliti i svojim roditeljima, sestrama i prijateljima koji su me podržavali, poticali i bili uz mene tijekom mog školovanja.

Najveća zahvala ide mom suprugu koji mi je velikim odricanjem omogućio studiranje te mome sinu na strpljenju i razumijevanju tokom studiranja.

SAŽETAK

Ovaj rad temelji se na istraživanju investicija u ugostiteljskoj industriji, odnosno u restoraterstvu na području Međimurske i Varaždinske županije. Ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost, obuhvaća široko područje hotelijerstva i restoraterstva te zapošljava znatan udio radne snage. Kako je sektor turizma i ugostiteljstva jedan od vodećih djelatnosti u Republici Hrvatskoj, postoji znatan potencijal za razvoj pa tako i za investicije u ugostiteljstvu. Opremanje ugostiteljskog objekta zahtijeva znatna ulaganja u interijer, dizajn te u ostala sredstva potrebna za pružanje kvalitetne usluge. Cilj rada bio je analizirati ugostiteljske objekte na području navedenih županija te utvrditi stanje investicija u toj djelatnosti. Temeljem statističke obrade podataka iz financijskih izvješća dostupnih na stranicama FINE dan je prikaz poslovanja poduzeća, odnosno stanje i kretanje materijalne imovine, dugoročnih obveza i dobiti nakon oporezivanja u vremenskom periodu od pet godina. Prema rezultatima istraživanja u ugostiteljskoj djelatnosti investira se u obje županije, a investicije se odnose na izgradnju novih objekata, dogradnju, sanaciju te ulaganje u poboljšanje kvalitete usluge. Obzirom da su kadrovi, uz kvalitetnu uslugu, najvažniji za uspješno poslovanje u ugostiteljstvu, njihovo obrazovanje i edukacija postat će najvažnija i najveća investicija.

Ključne riječi: *investicije, ugostiteljstvo, Međimurska županija, Varaždinska županija*

SAŽETAK

SADRŽAJ

| | | |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. | UVOD | 5 |
| 1.1. | Predmet istraživanja | 6 |
| 1.2. | Ciljevi istraživanja | 6 |
| 1.3. | Problem istraživanja | 6 |
| 1.4. | Struktura | 7 |
| 1.5. | Metode istraživanja..... | 7 |
| 2. | KARAKTERISTIKE UGOSTITELJSKE INDUSTRIJE | 9 |
| 2.1. | Osnovna obilježja ugostiteljstva | 9 |
| 2.2. | Kadrovi u ugostiteljstvu..... | 11 |
| 3. | INVESTICIJE U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI..... | 13 |
| 3.1. | Financijsko okruženje poduzeća..... | 13 |
| 3.2. | Razdoblje investiranja i efektuiranja | 14 |
| 3.3. | Tipovi i vrste investicijskih projekata | 15 |
| 3.4. | Budžetiranje kapitala | 19 |
| 3.5. | Financijske i realne investicije | 20 |
| 3.6. | Investicijske odluke | 21 |
| 4. | OPREMANJE I UREĐENJE UGOSTITELJSKOG OBJEKTA | 22 |
| 5. | PRAVNI SUBJEKTI U PODRUČJU UGOSTITELJSKE DJELATNOSTI U MEĐIMURSKOJ ŽUPANIJI..... | 25 |
| 6. | PRAVNI SUBJEKTI U PODRUČJU UGOSTITELJSKE DJELATNOSTI U VARAŽDINSKOJ ŽUPANIJI | 32 |
| 7. | ZAKLJUČAK..... | 37 |
| 8. | LITERATURA | 39 |

POPIS PRILOGA

1. UVOD

Turizam u Hrvatskoj jedna je od vodećih i najperspektivnijih djelatnosti. Premda je turizam najrazvijeniji u primorskom prostoru, posljednjih nekoliko godina sve veća pozornost pridaje se razvoju kontinentalnog turizma. Iako kontinentalni turizam čini svega 5% ukupnog turističkog prometa (<http://www.mint.hr/default.aspx?id=5107>), prednost je u tome što se može odvijati tijekom cijele godine. Jedna od infrastrukturno najrazvijenijih kontinentalnih turističkih destinacija u Hrvatskoj je Međimurska županija čiji su ugostiteljski objekti uvršteni među skupinu vodećih u regiji. Smještena na krajnjem sjeveru Hrvatske, prostorno najmanja županija jedna je od najgušće naseljenih dijelova zemlje. Kulturna baština ove županije zasniva se na bogatoj ponudi povijesnih građevina, zavidnim brojem sakralnih objekata i bogatom tradicijom cjelokupnog područja. U proteklih desetak godina Međimurje postupno gradi poziciju privlačne turističke destinacije s ponudom raznolikih turističkih iskustava, od izleta motiviranih gastronomijom i vinom do složenih proizvoda aktivnog odmora i zdravlja. Također pristupilo se izradi strateškog marketing plana turizma Međimurske županije za razdoblje od 2014. do 2020. godine u cilju daljnjeg unapređenja do sada stečene tržišne pozicije (<http://medjimurska-zupanija.hr/home/2015/03/31/medimurski-turizam-u-rangu-onog-plitvickih-jezera-s-oko-112-tisuca-nocenja-godisnje/>). Uz Međimursku, Varaždinska je također jedna od prostorno manjih i gušće naseljenih županija, smještena na sjeverozapadu Hrvatske. Na desnoj obali Drave smješten je Varaždin koji je ujedno i središte županije te je do 18. stoljeća imao funkciju hrvatske prijestolnice. Posebnim ga čini njegova izuzetna spomenička i umjetnička baština s očuvanom i raskošnom baroknom arhitekturom povijesne jezgre. Glavne su atrakcije grada kulturno - povijesni spomenici te manifestacije, od kojih su najpoznatije „*Varaždinske barokne večeri*“ i „*Špancirfest*“. U varaždinskim restoranima njeguje se tradicija vrhunskog kulinarstva zasnovana na tradicionalnim jelima i namirnicima uzgojenim na eko domaćinstvima u okolici. Temeljnu ulogu u unapređenju turizma kao ekonomskog i društvenog fenomena današnjice te veliki značaj u ukupnom gospodarstvu neke zemlje ima ugostiteljska djelatnost. Ugostiteljstvo, kao gospodarska grana ljudske aktivnosti, dio je turističkog gospodarstva u kojem se pružaju usluge smještaja, prehrane te usluge točenja pića i napitaka. Također je dio turističkog gospodarskog sustava i predstavlja važnu

gospodarsku djelatnost koja pripada oblasti vršenja usluga. Turizam se može odrediti kao sustav djelatnosti kojima se zadovoljavaju potrebe turista za vrijeme njihovog putovanja i privremenog boravka u izabranom turističkom odredištu ili objektu. Turističko gospodarstvo ima složen i pozitivan utjecaj na cjelokupni gospodarski i društveni život određene turističke zemlje. Danas se turizam naziva i „*industrijom slobodnog vremena*“, a kao gospodarska djelatnost objedinjuje ugostiteljstvo i hotelijerstvo (Cerović i sur., 2005).

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog rada su ugostiteljski objekti, odnosno restorani na području Međimurske i Varaždinske županije. Istražiti će se ponuda restorana, prethodno navedenih županija, s obzirom na veličinu i vlasništvo, a uspješnost i profitabilnost poduzeća istražiti će se kroz bilancu, račun dobiti i gubitka te bilješke uz financijske izvještaje.

Pod pojmom restorana smatra se ugostiteljski objekt u kojem se pretežito pripremaju i uslužuju topla i hladna jela koja zahtijevaju složeniju pripremu te ostala jela i slastice, uslužuju pića te pripremaju i uslužuju napici (Cerović i sur., 2005).

1.2. Ciljevi istraživanja

Svrha i cilj provođenja istraživanja jest kvalitativna i kvantitativna analiza odabranih restorana na području Međimurske i Varaždinske županije, utvrđivanje stanja investicija, istraživanje njihove namjene te izdvajanje najopsežnijih investicija.

1.3. Problem istraživanja

Ugostiteljska djelatnost suočava se s brojnim nedostacima i problemima koji ograničavaju napredak te uzrokuju nezadovoljstvo gostiju i samih pružatelja usluga. Jedan od značajnih problema je nedostatak radne snage, ponajprije nedostatak školovanih radnika. Sustav školovanja za potrebe ugostiteljstva ne provodi se kvalitetno na svim razinama obrazovanja što uzrokuje neadekvatnu kvalificiranost (Opačić i Bogdan, 2010). Isto tako problem predstavlja mjera zabrane pušenja u restoranima što osobito dolazi do izražaja u zimskim mjesecima (<http://balkans.aljazeera.net/video/zabrana-pusenja-kao-najveci-problem-hrvatskog-ugostiteljstva>). Također se ističe

i problem visoke stope PDV-a koju bi bilo poželjno smanjiti u turizmu i ugostiteljstvu kako bi restorani mogli konkurirati onima iz susjednih zemalja (<http://www.min.t.hr/default.aspx?id=5581>).

1.4. Struktura

Rad je podijeljen na 8 dijelova. Prvi dio sastoji se od uvoda, a uvođenje u temu rada započinje opisivanjem značaja turističke djelatnosti za Republiku Hrvatsku te Međimursku i Varaždinsku županiju. Također, u prvom dijelu rada definirani su predmet, ciljevi i problem istraživanja te su opisane metode istraživanja. U drugom dijelu pobliže se opisuje ugostiteljska djelatnost čija je osnovna svrha zadovoljavanje zahtjeva, želja i potreba potrošača. Gledano s gospodarskog aspekta, osnovna funkcija ugostiteljstva je pružanje usluga potrošačima u specifičnim, za to opremljenim objektima. Korištenje usluga od strane potrošača ima za rezultat priliv financijskih sredstava u ugostiteljsku poslovnu organizaciju kojoj je cilj ostvariti veće prihode od rashoda poslovanja, odnosno dobitak. U konačnici, uspješnost gospodarstva neke zemlje leži na efikasnosti svakog pojedinog poslovnog pothvata (Bunja, 2006). S obzirom da su investicije u ugostiteljstvu glavna tema, treći dio rada sastoji se od opisivanja investicija općenito te svih vrsta i tipova investicija i investicijskih projekata. Nadalje, nakon investicija, u četvrtom dijelu rada opisano je na koji se način opremaju i uređuju restorani u skladu s propisanim standardima. Dakle, naglašena je važnost dizajna i kvaliteta ponuđene usluge za uspješno poslovanje ugostiteljskog objekta. U petom dijelu rada pobrojani su odabrani pravni subjekti u ugostiteljskoj djelatnosti Međimurske županije. Zasebno se obrađuje svaki subjekt navođenjem lokacije, predstavljanjem ponude te se navode dosadašnje investicije i mogućnost postojanja budućih investicija. Na isti način obrađuju se pravni subjekti Varaždinske županije u šestom dijelu rada. Zaključak je sedmi dio rada, a u njemu se ukratko navodi što se postiglo provedenim istraživanjem. U posljednjem, odnosno osmom dijelu navodi se popis literature korištene pri izradi završnog rada.

1.5. Metode istraživanja

Svako istraživanje započinje proučavanjem literature i analizom postojećih podataka. Postoje dvije osnovne vrste podataka, a to su primarni i sekundarni podaci. Kako bi

nastao ovaj rad korištene su obje vrste podataka. Sekundarni podaci su podaci koje je već netko prikupio te su rezultat prethodnog prikupljanja primarnih podataka. Prednost tih podataka je ta što su jeftiniji za prikupiti, brže se prikupljaju, dostupni su i objektivni. Što se tiče ovog rada sekundarni podaci prikupljeni su proučavanjem literature te internetskih stranica. Druga vrsta su primarni podaci koji su prikupljeni vlastitim snagama, dakle prikupljaju se izravno od jedinica istraživanja. Postoje dvije metode prikupljanja primarnih podataka, a to su metoda promatranja i metoda ispitivanja. Metoda promatranja je proces uočavanja i bilježenja činjenica ili događaja, bez postavljanja pitanja osobama čije se ponašanje prati. Navedena metoda nije korištena u istraživanju za potrebe ovog rada. Metoda koja je korištena u istraživanju je ispitivanje, a sastoji se od postavljanja pitanja osobama od kojih se prikupljaju podaci te od njihovih odgovora u pismenom ili usmenom obliku, ujedno je i najraširenija metoda za prikupljanje primarnih podataka. Postoji više vrsta ispitivanja, a neke od njih su osobno ispitivanje, telefonsko ispitivanje i ispitivanje putem e-pošte. Sve tri navedene vrste ispitivanja korištene su u istraživanju za potrebe ovog rada. Također, korištene su statističke metode kako bi se analizirali financijski pokazatelji poduzeća na temelju financijskih izvještaja dostupnih na stranicama Financijske agencije.

2. KARAKTERISTIKE UGOSTITELJSKE INDUSTRIJE

U povijesti čovjeka ugostiteljstvo je bilo najuže vezano uz razvoj društvenih odnosa koji su vladali na određenoj razini razvoja čovjeka i njegove kulture dok se suvremeni oblik ugostiteljstva veže uz razvoj društvenih odnosa koji su primjereni za industrijske i postindustrijske uvjete razvoja ljudskih odnosa i djelatnosti (Cerović i sur., 2005).

2.1. Osnovna obilježja ugostiteljstva

Pod pojmom ugostiteljstvo podrazumijeva se djelatnost pružanja usluga smještaja, hrane i pića te se od ostalih gospodarskih djelatnosti razlikuje po tome što se bavi pružanjem usluga, a te usluge nazivaju se „*ugostiteljske usluge*“ (Cerović i sur., 2005). Te su usluge namijenjene podmirenju potreba koje nastaju promjenom mjesta stalnog boravka ljudi te podmirenju potreba domicilnog stanovništva. Kao pojam, ugostiteljstvo se može sagledavati s više aspekata kao što su ekonomski, pravni, društveni, kulturni i politički. Kao složena gospodarska djelatnost ugostiteljstvo pored zadovoljenja potreba za smještajem, hranom i pićem također zadovoljava i društvene, kulturne, zdravstvene i druge potrebe. Te vrste potreba motiviraju ljude da posjete određenu turističku destinaciju ili da u nekom ugostiteljskom objektu potraže određenu uslugu. Ugostiteljska djelatnost vrši se u različitim vrstama ugostiteljskih objekata koji imaju različitu strukturu ugostiteljskih sadržaja pa generalno, nije moguće utvrditi dominantnost jedne usluge nad ostalim uslugama. Ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost jer se usluge nude i prodaju na tržištu dok se davanje usluga, koje se ne naplaćuju, ne smatra gospodarskom djelatnošću. Stoga ono potiče promet usluga i roba te svojom složenom gospodarskom aktivnošću multiplikativno utječe na razvoj drugih gospodarskih djelatnosti. Kao gospodarska aktivnost, ugostiteljstvo okuplja velik broj roba i usluga koje se oplemenjuju dodatnim radom pa im se tako podiže tržišna cijena, osim toga potiče zapošljavanje ljudi unutar destinacije ili države. U Hrvatskoj je ugostiteljska djelatnost određena zakonom te se definira kao: „*Ugostiteljska djelatnost je gospodarska djelatnost pripremanja hrane i pružanja usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka i pružanja usluga smještaja. Ugostiteljsku djelatnost mogu obavljati trgovačka društva, zadruge, trgovci, trgovci pojedinci i obrtnici, koji ispunjavaju uvjete propisane za obavljanje te djelatnosti, a po zakonu se zovu ugostitelji, koji mogu biti pravne i fizičke osobe*“ (Cerović i sur., 2005). Ugostiteljstvo

se razvrstava u dvije skupine djelatnosti gdje prvu skupinu čini ugostiteljstvo za pružanje usluga smještaja u koju ulaze objekti iz skupine hoteli, kampovi i ostali objekti za pružanje usluga smještaja dok drugu skupinu čini ugostiteljstvo za pružanje usluga prehrane i pića. Minimalni uvjeti za obavljanje ugostiteljske djelatnosti propisani su „*Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti*“, „*Pravilnikom o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata*“, „*Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji, posebnim standardima i posebnoj kvaliteti smještajnih objekata iz skupine hoteli*“ te „*Pravilnikom o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji smještajnih objekata iz skupine kampovi i druge vrste objekata za smještaj*“ (Cerović i sur., 2005). Pod pojmom ugostiteljski objekt smatra se *ugostiteljska jedinica koja u poslovnom, građevinskom i funkcionalnom pogledu čini cjelinu* (Cerović, 2010). Svi ugostiteljski objekti razvrstavaju se u odgovarajuće skupine koje čine objedinjene objekte pojedinih vrsta te se na taj način lakše sagledava podjela ugostiteljstva kao gospodarske djelatnosti. Bez obzira kako bio razvrstan, ugostiteljski objekt na glavnom ulazu mora imati vidno istaknut naziv i vrstu objekta, a ako je ugostiteljski objekt za smještaj onda i njegovu kategoriju (Cerović, 2010).

Kao uslužna gospodarska djelatnost, ugostiteljstvo se razlikuje od svih drugih djelatnosti, ne samo u pogledu predmeta poslovanja već i po svojim specifičnim karakteristikama. Ima poseban tehnološki i proizvodno-uslužni proces, posebnu organizaciju, način, sadržaj i oblik obavljanja ugostiteljskih usluga te posebne ugostiteljske standarde i kategorizaciju objekata. Ugostiteljske usluge, najvećim dijelom, imaju egzistencijalni karakter no da bi se usluge mogle pružiti prvo ih treba proizvesti. Ugostiteljstvo se, za razliku od drugih djelatnosti koje proizvode industrijske proizvode, bavi proizvodnjom usluge. Ugostiteljska djelatnost može se podijeliti prema vrsti, tipu i vremenu poslovanja, odnosno obavlja li se poslovanje samo u toku sezone ili tijekom cijele godine. Podjela se može obavljati prema objektima za smještaj ili objektima za prehranu, a također se može podijeliti i prema vrsti i načinu pružanja usluga. Hotelijerstvo i restoraterstvo dva su temeljna dijela na koje se dijeli ugostiteljstvo (Pirića, 2003).

HOTELIJERSTVO

Najreprezentativniji je dio ugostiteljstva, a temeljna zadaća hotelijerstva je pružanje ugostiteljskih usluga smještaja, prehrane, točenja pića i usluživanja napitaka. Hotelijerstvo sve više postaje veliki međunarodni *biznis* sa značajnim ekonomskim učincima pa mu se sve češće pridaje naziv hotelske industrije. Kao gospodarska grana, *hotelijerstvo je aktivnost pružanja usluga smještaja glede zadovoljenja potreba smještaja i drugih usluga koje se pružaju na hoteljerski način* (Pirija, 2003). U skupini svih objekata koji pružaju usluge smještaja, najznačajniji predstavnik svih objekata za smještaj je hotel.

RESTORATERSTVO

U restoraterstvo se ubrajaju svi objekti koji pružaju ugostiteljske usluge pripremanja hrane i pružanja usluga prehrane, pripremanja i usluživanja pića i napitaka. Stoga, restoran je ugostiteljski objekt u kojem se pretežito pripremaju i uslužuju topla i hladna jela koja zahtijevaju stručnu i složeniju pripremu, uslužuju se pića te pripremaju i uslužuju napici. Naziv restoran potječe od latinske riječi „*restaurare*“ što znači okrijepiti, a prvi restoran u svijetu otvorio je Boulanger u Parizu 1765. godine (Pirija, 2003).

2.2. Kadrovi u ugostiteljstvu

Ugostiteljstvo je, kao niti jedna druga djelatnost, vezano uz korisnika svojih usluga, a stupanj zadovoljstva korisnika najvećim je dijelom vezan uz ljudski faktor. Pored stručne osposobljenosti, zaposleni u ugostiteljstvu moraju imati visok stupanj motiviranosti za posao koji obavljaju. Većina usluga u ugostiteljstvu svodi se na susrete ljudi tj. susrete gostiju i osoblja. Način pristupa i osobni odnos zaposlenog osoblja je za gosta presudan kriterij za ocjenu kvalitete ugostiteljske usluge. Učinkovit razvoj i pružanje kvalitetnih usluga u ugostiteljskoj djelatnosti najizravnije je ovisno o edukativnoj razini i kvalifikacijskoj strukturi kadrova. Posebnost ove djelatnosti je rad s ljudima različitih kultura i društvenih sredina koji traže uključivanje kadrova s višom razinom opće kulture i stručnog obrazovanja, a i znanjem stranih jezika. Kadrovi nerijetko predstavljaju glavni razlog nezadovoljstva gosta te imaju znatan utjecaj na njihovu motivaciju za ponovni dolazak pa se zbog toga poseban naglasak stavlja na

važnost kadra i na njegovo odgovarajuće školovanje. U Republici Hrvatskoj je u ukupnom broju zaposlenih u djelatnosti hoteli i restorani udio visokoobrazovanih samo 6%. Taj podatak je zabrinjavajući pošto se ti zaposleni nalaze većinom na vodećim pozicijama u hotelima. U strukturi zaposlenih u hotelima i restoranima najveći udio od 50% imaju srednje obrazovani zaposlenici. Pošto oni čine gotovo pola zaposlenih u ugostiteljstvu, važno je posvetiti pažnju njihovom obrazovanju jer su često u kontaktu s gostima. Zabrinjavajući je i podatak da 11% ukupno zaposlenih čini nekvalificirana radna snaga što je ujedno i jedan od najvećih problema hrvatskog turizma. Ti su problemi nastali kao posljedica sezonskog zapošljavanja kada se javlja veća potreba za radnom snagom (Bartoluci i Budimski, 2004).

3. INVESTICIJE U UGOSTITELJSKOJ DJELATNOSTI

Osnovni uvjet i sredstvo realizacije svakog društva i svakog pojedinog poduzeća su investicije. Suština su realizacije odgovarajućih planova razvoja te su neophodne jer razvoj svakog poduzeća ovisi o efikasnoj realizaciji investicija (Jovanović, 2006). Pošto su investicije neophodne za uspješno poslovanje restorana, investira se u novozaposlene, što omogućuje podizanje kvalitete zaposlenih, tekuće održavanje te u nove sadržaje restorana. Investiranje podrazumijeva ulaganje kapitala kako bi se očuvala i uvećala njegova vrijednost ili kako bi se ostvario prihod. Svako ulaganje ujedno nosi sa sobom određeni stupanj rizika koji podrazumijeva mogućnost neostvarenja ciljeva ulaganja. Isto tako investiranje predstavlja dio globalnog problema razvoja kojim svako društvo i svako poduzeće osigurava svoje buduće efikasno poslovanje (Slović, 2008).

3.1. Financijsko okruženje poduzeća

Svako poduzeće djeluje u otvorenom ili zatvorenom sustavu gospodarstva zemlje pa stoga okolina u kojoj poduzeće djeluje utječe na način njegova rada i upravljanja financijama. Temeljni elementi koji čine financijsko okruženje poduzeća su (Bujan, 2014):

- 1) Financijsko tržište i institucije
- 2) Porezni/pravni sustav zemlje
- 3) Objekti upravljanja poslovnim financijama

FINANCIJSKO TRŽIŠTE I INSTITUCIJE

Sve institucije i postupci koji povezuju kupce i prodavatelje novca i financijskih instrumenata čine financijsko tržište. Financijsko tržište prema predmetu trgovanja i roku dijeli se na tržište novca i tržište kapitala.

POREZNI/PRAVNI SUSTAV ZEMLJE

Jedan od faktora koji je vrlo važan u poslovnim financijama je porezni sustav zemlje. Visina poreza utječe na prihode kompanija te svaka zemlja ima drugačiji porezni sustav. Porezni sustav Republike Hrvatske dijeli se na državne poreze,

županijske, gradske i općinske, zajedničke poreze te na poreze od dobitaka igara na sreću.

OBJEKTI UPRAVLJANJA POSLOVNIM FINANCIJAMA

Objekt upravljanja financijama poduzeća je poduzeće. Prilikom vođenja poslovnih financija i donošenja poslovnih financijskih odluka treba se pridržavati mnogobrojnih zakona i pravilnika vezano uz trgovačka društva. S aspekta financiranja vrlo su važni objekti upravljanja, jer svaki oblik poduzeća ima specifičnosti koje se reflektiraju i na odluke financijskog menadžera. Prilikom donošenja financijskih odluka sve više poduzeća mora voditi brigu o društvenoj odgovornosti, jer se ona reflektira u financijskim i investicijskim planovima.

3.2. Razdoblje investiranja i efektuiranja

Razdoblje investiranja je vrijeme koje je potrebno da se investicija osposobi za generiranje profita i novčanih tokova te u tom vremenu poduzeće samo ulaže u investiciju koja još ne daje efekte. Što je razdoblje investiranja dulje, kasnije će projekt stvarati potrebne novčane tokove za povećanje vrijednosti poduzeća te će novčani tokovi projekta imati manju sadašnju vrijednost. Jedan od ključnih čimbenika povećanja efikasnosti investicija je skraćivanje razdoblja investiranja pa tako i manje profitabilni projekti s kratkim vijekom investiranja mogu postati atraktivniji od profitabilnijih projekata s dugim razdobljem investiranja.

Razdoblje efektuiranja osigurava financijsku i ekonomsku efikasnost investicijskog projekta te u tom razdoblju investicijski projekt stvara profite i novčane tokove. Financijska efikasnost investicijskog projekta bit će veća što je razdoblje efektuiranja duže no što su novčani tokovi koje generira investicijski projekt udaljeniji od sadašnjosti to će imati manju sadašnju vrijednost zbog vremenske vrijednosti novca (Orsag, 2002).

3.3. Tipovi i vrste investicijskih projekata

Investicijska ulaganja i učinci investicije mogu pritjecati odjednom ili kroz više razdoblja. S obzirom na vremenski raskorak između investicijskih ulaganja i pritjecanja efekata investicije, razlikuju se određeni tipovi projekata (Orsag, 2002):

- 1) jednokratno ulaganje – jednokratni efekti – tip projekta u kojem investicijski troškovi nastaju u jednom trenutku, a efekte investicije predstavlja čisti novčani tok koji nastaje poslije odođenog vremena nakon investicijskog ulaganja. Kada je riječ o realnim investicijama, taj tip investicijskih projekata vrlo je rijedak te je karakterističniji za financijske investicije (Orsag, 2002).
- 2) Višekratno ulaganje – jednokratni efekti – u tom tipu projekta investicijski troškovi nastaju kroz više razdoblja, a efekte investicije predstavlja čisti novčani tok koji nastaje kroz određeno vrijeme nakon posljednjeg investicijskog ulaganja. Ovaj tip također je rijedak kada je riječ o realnim profitabilnim investicijama (Orsag, 2002).
- 3) Jednokratno ulaganje – višekratni efekti – u tom tipu projekta investicijski troškovi nastaju u jednom trenutku, a učinci investicije su čisti novčani tokovi koji nastaju u određenom broju vremenskih razdoblja kroz vijek efektuiranja projekta. Ovaj tip često se pojavljuje kod investicija u zamjenu postojećih postrojenja i opreme te je karakterističan i za aktivnosti fuzije i akvizicije. Također jasno razdvaja investicijski trošak u sadašnjosti i buduće čiste novčane tokove u razdoblju efektuiranja projekata (Orsag, 2002).
- 4) Višekratno ulaganje – višekratni efekti – kod ovog tipa projekta investicijski troškovi nastaju kroz više razdoblja, a efekti investicije su višekratni čisti novčani tokovi koji nastaju u razdobljima vijeka efektuiranja projekta. Čest je tip realnih projekata, osobito kad je riječ o novim investicijama koje zahtijevaju dulje vrijeme investiranja (Orsag, 2002).

S različitim se aspektima mogu klasificirati investicijski projekti pa se tako sa stajališta veličine investicijskih troškova može govoriti o velikim i malim projektima, sa stajališta međuzavisnosti između projekata o međusobno vezanim i međusobno nevezanim projektima dok se sa stajališta faze poslovanja poduzeća može govoriti o investicijama u

proizvodnju, prodaju, nabavu. Klasifikacije projekata ovise o karakteristikama investicija te o načinima njihove analize koje želi naglasiti klasifikator. Temeljni pristup klasifikacije povezan je s procesom budžetiranja kapitala u kojem je riječ o procesu koji izaziva određene troškove tako da će i sama analiza predloženih projekata morati sadržavati odnos koristi i žrtava takve analize. Kao proces planiranja, analize i kontrole projekata, proces budžetiranja kapitala zahtijeva određene troškove. Što su analize predloženih projekata temeljitije, to će i troškovi procesa budžetiranja kapitala biti veći. Najčešće je veličina kapitala povezana s veličinom očekivanih koristi od projekata i s veličinom opasnosti koje donosi njihov izbor (Orsag, 2002).

VELIKI PROJEKTI

Projekti koji zahtijevaju znatna angažiranja kapitala te se često predlažu zbog očekivanja budućih koristi za poslovanje poduzeća. Eventualni neuspjeh može imati posljedice na cjelokupno poslovanje te nerijetko može rezultirati i propašću poduzeća, stoga je takve projekte potrebno detaljno analizirati tako da će takva analiza zahtijevati znatne troškove provođenja. Proces analize značajnih projekata sastoji se od različitih intenziteta ispitivanja pa nastavak analize ovisi o tome jesu li projekti prošli prethodnu fazu ispitivanja ekonomske i financijske efikasnosti. Na taj način omogućava se smanjenje troškova analize u slučaju da se u određenim fazama ispitivanja njihove efikasnosti pokažu ekonomski i financijski neisplativim (Orsag, 2002).

MALI PROJEKTI

Projekti koji zahtijevaju skromna ulaganja prema veličini poduzeća ne mogu dati tako presudne koristi, isto tako ne mogu izazvati ni tako drastične posljedice da bi opravdali detaljnu analizu svoje efikasnosti. Takvi projekti stoga prolaze ekonomsku i financijsku istragu koja odgovara potencijalnim koristima i rizicima projekata za tvrtku kako bi se troškovi budžetiranja kapitala uskladili sa značenjem predloženih projekata.

Projekti se mogu različito klasificirati, a uobičajeno je klasificiranje na one koji se poduzimaju radi zamjene postojeće fiksne imovine te na one koji se poduzimaju radi povećanja postojećih poslovnih operacija poduzeća. Tri karakteristične grupe projekata su zamjena, ekspanzija i ostalo (Orsag, 2002).

INVESTICIJE U ZAMJENU

Takve investicije povezane su s postojećim poslovanjem poduzeća, stoga je i stupanj rizika i neizvjesnosti pri poduzimanju takvih investicija relativno mali pa je i ispitivanje financijske efikasnosti predloženih projekata relativno jednostavno i jeftino. Sa stajališta efekata koji se očekuju od zamjene fiksne imovine projekti u zamjenu mogu se klasificirati u tri kategorije (Orsag, 2002).

a) Zamjena radi održavanja poslovanja

Zamjena radi održavanja postojećeg poslovanja sastoji se od novčanih izdataka koji su potrebni za zamjenu istrošene ili uništene proizvodne opreme te su investicije nužne ako poduzeće namjerava nastaviti postojeće poslovanje. Analiza takvih prijedloga mora odgovarati na pitanja hoće li poduzeće nastaviti postojeću proizvodnju te hoće li se koristiti ista postrojenja i oprema. Ukoliko je dotrajalu opremu moguće zamijeniti naprednijom, analiza takvih projekata bazira se na komparativnoj analizi troškova postojećih i naprednijih postrojenja i opreme.

b) Zamjena radi smanjenja troškova

Zamjena postrojenja i opreme koju neko poduzeće koristi ne mora se poduzimati samo u slučaju njezine dotrajalosti. Moguće je zamijeniti postrojenja i opremu koji se još uvijek mogu u poslovnim operacijama koristiti, ali su već zastarjeli, odnosno postoje suvremenija postrojenja i oprema. Analiza prijedloga koji bi trebali rezultirati smanjenjem postojećih troškova je složenija od analize zamjene radi održavanja postojećeg poslovanja. Buduće je smanjenje troškova poslovanja potrebno suočiti s veličinom investicijskih troškova u novu opremu i uštedama koje nastaju rješavanjem stare opreme.

c) Zamjena uz ekspanziju

Zamjena postojećih postrojenja i opreme se može obavljati i radi održavanja postojećeg poslovanja poduzeća, ali uz povećanje njegova obujma gdje se zamjenjivati mogu dotrajala ili pak djelomično dotrajala postrojenja i oprema. Analiza tih oportuniteta sadrži elemente analize prethodnih kategorija investicija u zamjenu, koje se prvenstveno temelje na analizi troškova. Pošto takva investicijska djelatnost sadrži i elemente ekspanzije poduzeća, cjelokupni je proces ispitivanja njezine efikasnosti

složeniji jer mora uključiti i analizu potražnje za dodatnim proizvodima i uslugama poduzeća, analizu konkurencije i slične analize koje su potrebne da bi se predvidjeli očekivani budući prihodi takvih projekata na temelju kojih će se odrediti i njegovi čisti novčani tokovi (Orsag, 2002).

INVESTICIJE U EKSPANZIJU

Ekspanzijom se označava dugoročno povećanje poslovnih operacija poduzeća, a takvo povećanje zahtijeva i povećanje imovine kojom poduzeće posluje. Tu je riječ o novim investicijskim pothvatima poduzeća koji mogu biti usmjereni na povećanje postojećih operacija ili na usvajanje potpuno novih poslovnih aktivnosti.

a) Ekspanzija postojećeg poslovanja

Ekspanzija postojećeg proizvoda ili tržišta se odnosi na investicijske izdatke u povećanje postojeće proizvodnje, uvođenje sličnih proizvoda ili proširenje izlaznih i distributivnih mogućnosti na postojećim tržištima. Riječ je o horizontalnoj ekspanziji koja može biti praćena određenim proširenjem ponude na tržištima na kojima posluje poduzeće. Tipično je, za ove projekte, ispitivanje budućih kretanja na tržištu, prvenstveno analiza buduće potražnje i konkurencije, kao temelj ispitivanja mogućnosti ostvarivanja novčanih tokova i rizika njihova ostvarivanja.

b) Ekspanzija novog poslovanja

Projekti koji uvjetuju novčane izdatke u osvajanje novih proizvoda ili tržišta zahtijevaju najpodrobniju i najsofisticiraniju analizu. Ekspanzija u nove proizvode može biti horizontalna, preko proizvodnje novih komplementarnih proizvoda ili pa vertikalna koja se odnosi na osvajanje prethodnih ili narednih poslovnih operacija. Najsloženiji je oblik usvajanja novih proizvoda vezan uz nehorizontalne i nevertikalne oblike ekspanzije, pogotovo osvajanje sasvim novih proizvoda i usluga. Svi oblici projekata vezani su uz visok stupanj nepoznavanja buduće situacije i rizika predviđanja pa stoga takvi projekti zahtijevaju detaljne prethodne analize uvjeta u kojima će se odvijati nove poslovne operacije.

c) Diverzifikacija

Ekspanzija u nove proizvode ili tržišta ima učinke diverzifikacije kojom se smanjuje izloženost poduzeća rizicima samo jedne poslovne aktivnosti. Poduzeća koja koriste

različite poslovne aktivnosti pokazuju znatno stabilnije kretanje svojih poslovnih performansi. Postojanje diverzifikacije zahtijeva stoga i detaljnu analizu relevantnog rizika predloženih projekata za ukupnu rizičnost poslovanja poduzeća (Orsag, 2002).

OSTALE INVESTICIJE

Ponekad poduzeće poduzima određene investicije čiji se novčani učinci teško mogu precizno odrediti ili spoznati prije njihove definitivne realizacije. Tu ulaze investicije u istraživanja i razvoj, investicije u projekte povezane sa sigurnošću i zahtjevima okoline te investicije u kozmetičko poboljšanje poduzeća (Orsag, 2002).

3.4. Budžetiranje kapitala

Budžetiranje kapitala je postupak donošenja odluka o dugoročnim investicijama u realnu poslovnu imovinu poduzeća, odnosno donošenje odluka o dugoročnim investicijskim projektima. Taj postupak uključuje prognozu novčanih tokova projekata i ocjenu njihove financijske efikasnosti. Budžetiranje kapitala se često definira i kao proces donošenja odluke o ulaganjima u fiksnu imovinu jer dugoročni projekti zahtijevaju ulaganja u fiksnu, realnu materijalnu imovinu. Bez angažiranja tekuće imovine, profitabilna upotreba fiksne imovine je nemoguća. Zbog rizika transformacije tekuće imovine nužno je osigurati njezinu raspoloživost za poslovanje u dugom vremenu. Kao proces planiranja, analize i kontrole projekata, budžetiranje kapitala zahtijeva određene troškove. Što su analize predloženih projekata temeljitije to su i troškovi cjelokupnog procesa budžetiranja kapitala veći te se na taj način postavlja pitanje oportuniti detaljnih prognoza i kalkulacija za sve predložene projekte. Projekti koji se nalaze pred poduzećem razlikuju se sa stajališta veličine kapitala koji treba angažirati za njihovo izvođenje. Ta veličina kapitala najčešće je povezana s veličinom očekivanih koristi od predloženih projekata i s veličinom opasnosti koje donosi njihov izbor po buduće performanse i kontinuitet poslovanja poduzeća. Zbog toga se opseg i dubina provedene analize takvih projekata u procesu budžetiranja kapitala mora uskladiti s očekivanim koristima i opasnostima po performanse i kontinuitet poslovanja poduzeća (Orsag, 2002).

3.5. Financijske i realne investicije

Investicijom se smatra bilo kakvo ulaganje primarno novčanih sredstava radi stjecanja određenih ekonomskih koristi, odnosno profita. Tu se podrazumijeva ulaganje u financijske oblike imovine i s njima izjednačene investicije ili u realne oblike imovine koji omogućavaju ostvarivanje ekonomskih koristi. Stoga se investicije dijele na financijske i realne (Orsag, 2002).

FINANCIJSKE INVESTICIJE

Pod financijskim investicijama smatra se ulaganje u financijsku imovinu što, prije svega, podrazumijeva dionice, obveznice i druge vrijednosne papire. Jedna od važnih značajki te imovine je stupanj likvidnosti, jer je riječ o utrživim instrumentima. Laka identifikacija veličine investicije i njezinih prinosa sljedeća im je značajka, a određena je tržišnom vrijednošću instrumenata u vrijeme stjecanja uvećana za troškove stjecanja. Dividende, kamate i druge naknade prinosi su od financijskih investicija, a isplaćuju se za svaki financijski instrument tako da je njihova procjena nedvojbena. Profit je moguće ostvariti prodajom financijskih instrumenata po cijeni višoj od troškova stjecanja. S financijskim investicijama također se mogu izjednačiti i druga ulaganja u utržive imovinske oblike s aktivnim tržištima, iako se ne radi o ulaganju u financijsku imovinu. To se odnosi na ulaganja u nekretnine, investicije u zlato i druge plemenite metale koji imaju karakteristike financijske imovine. Te investicije nazivaju se kvazi financijske investicije (Orsag, 2002).

REALNE INVESTICIJE

Realne investicije vrše se u dodirljivu materijalnu imovinu, a njihova namjena ne sastoji se u držanju i ostvarivanju određenih prinosa, već u produktivnom korištenju za obavljanje određenih poslovnih aktivnosti. Često je teško procijeniti vrijednost takvih investicija jer uz sebe vežu i ulaganja u neto obrtni kapital potreban za obavljanje namjeravanih poslovnih aktivnosti. Ocjena financijske efikasnosti realnih investicija složenija je nego kod dugoročnih financijskih ulaganja i to zbog poteškoća pri vrednovanju veličine realnih investicija i njihovih prinosa (Orsag, 2002).

3.6. Investicijske odluke

Neke investicijske odluke relativno su jednostavne pa se ne pojavljuju problemi upotrebe različitih kriterija financijskog odlučivanja dok složenije investicijske odluke postavljaju probleme interpretacije rezultata tako da je često potrebno koristiti i druge tehnike kvantifikacije investicijskih odluka.

Odluke o financiranju spadaju u skupinu vrlo važnih odluka financijskih menadžera te se mogu donositi odvojeno od odluka o investiranju, ali u nekim situacijama nužno ih je razmatrati zajedno. Sličnost tih odluka očitava se u tome što se i jedne i druge donose na temelju istih kriterija, odnosno donošenje odluka zasniva se na utvrđivanju vrijednosti rizične imovine (Vidučić, 2011).

4. OPREMANJE I UREĐENJE UGOSTITELJSKOG OBJEKTA

Dobra hrana i dobra usluga ključni su faktor za uspješno poslovanje restorana, ali i ambijent zahvaljujući dizajnu igra vrlo važnu ulogu. Zajednički cilj svih vlasnika ugostiteljskih objekata jest stvoriti restoran koji će s vremenom postati sinonim za jedinstvenost, a da bi bili uspješni restorani moraju biti originalni i autentični. Ugostitelji često u suradnji s dizajnerima zanemaruju tržište i bespotrebno troše novac na moderne dizajnerske elemente prilikom uređenja restorana kako bi izgradili prepoznatljiv i jedinstven stil. Ipak dugoročni uspjeh ne proizlazi od dizajnerskih elemenata već se uspjeh može očekivati kreiranjem jedinstvene atmosfere koja se može osjetiti u ugostiteljskom objektu. Prije donošenja konačne odluke o dizajnu važno je definirati ciljanu skupinu te razviti jasnu viziju restorana. U implementaciji i ostvarenju ciljanog dizajna važno je pronaći odgovarajućeg dizajnera ili arhitekta za cijeli projekt koji će pomoći interpretirati zamišljeni stil kroz planirani raspored, odabrani namještaj, boje, rasvjetu i ostalo. Jedni od najboljih pokretača atmosfere su boje i rasvjeta, a za uspješno obavljanje ugostiteljskih djelatnosti vrlo je bitan raspored prostorija u restoranu. Kuhinja je jedan od najvažnijih elemenata pa će idealno dizajnirana kuhinja olakšati pripremu hrane, a kuhinjsko osoblje će se lakše snalaziti i rukovati opremom (<http://possector.hr/management/dizajn-restorana-barova>).

Restorani se na osnovu europskog standarda dijele u pet kategorija koje obuhvaćaju luksuzne restorane sa 5 zvijezdica do jednostavnih restorana sa 1 zvijezdicom. Svrstavanje restorana u određenu kategoriju vrši se na osnovu uzimanja u obzir općeg dojma o objektu i njegovoj kvaliteti u pogledu opreme, ponude jela i pića, posluge i rukovođenja (<http://www.eeig.rs/SRP/produkti/Restoran.pdf>).

1 ZVIJEZDICA

Zahtijeva se barem neophodna oprema za uobičajeni boravak u restoranu te ambiciozna i solidna kuhinjska usluga u koju spada jednostavna kultura jela i malobrojna, ali dobra otvorena i flaširana vina (<http://www.eeig.rs/SRP/produkti/Restoran.pdf>).

2 ZVIJEZDICE

Zahtijeva se dobra, neophodna i dovoljna oprema skromnog komfora. Pored dobre domaće kuhinje traži se i značajan kreativni potencijal u koji ulazi dopadljiva čista kultura jela te veći izbor dobrih otvorenih i flaširanih vina. Na svakog zaposlenog ne smije otpadati više od 40 stolica te mora postojati dovoljan broj WC-a za žene i muškarce (<http://www.eeig.rs/SRP/produkti/Restoran.pdf>).

3 ZVIJEZDICE

Tu spada pristojan objekt sa solidnom i jedinstvenom opremom. Pod tim se podrazumijeva i isticanje prijatnog karaktera opreme i dekorativnog elementa. Dojam i raznovrsnost opreme moraju odgovarati očekivanjima gostiju iz viših slojeva te mora biti vrlo dobra očuvanost. Kuhinja mora biti vrlo dobra i kreativna sa mnogo vrhunskih jela, odnosno njegovana kultura jela te prvoklasni izbor čaša i vina. Na svakog zaposlenog ne otpada više od 30 stolica, a na svakih 20 stolica postoji jedno parkirno mjesto. Mora postojati dovoljan broj WC-a za žene i muškarce te prostor za pušače mora biti odvojen (<http://www.eeig.rs/SRP/produkti/Restoran.pdf>).

4 ZVIJEZDICE

Bitna je prvoklasna oprema koja mora biti raskošna i odgovarati visokim zahtjevima. Postoji posebna zvučna, svjetlosna zaštita i zaštita od pogleda sa strane. Postoje mjere klimatizacije u skladu sa regionalnim zahtjevima. Očuvanost mora biti besprijekorna, a tehnička oprema moderna. Ovu kategoriju karakterizira kreativna kuhinja za najviše zahtjeve, odnosno visoka kultura jela, prvoklasni izbor čaša i vina te stručno njegovan vinski podrum. Ulazni prostor mora biti odvojen od prostora za jelo te se u njemu nalazi garderoba. Na svakog zaposlenog ne otpada više od 15 stolica, a na svakih 15 stolica mora biti najmanje jedno mjesto za parking. Osim dovoljnog broja WC-a za žene i muškarce mora postojati i WC za hendikepirane osobe te poseban prostor za previjanje beba (<http://www.eeig.rs/SRP/produkti/Restoran.pdf>).

5 ZVIJEZDICA

Odlučujuća je ekskluzivna i luksuzna oprema te besprijekorna očuvanost. Upotrebene sirovine moraju biti najbolje kvalitete, a arhitektura, oprema i ambijent moraju biti usklađeni. U ovu kategoriju spada optimalna ponuda internacionalne i

domaće kuhinje najveće kreativnosti, odnosno prvoklasna kultura jela, izbor čaša i vinska karta internacionalnog formata te besprijekoran servis. Ulazni prostor je odvojen od prostora za jelo i u njemu se nalazi garderoba, a u prijemnom prostoru nalazi se ekskluzivni bar. Također postoji poseban ulaz za zaposlene, a na jednog zaposlenog ne otpada više od 10 stolica. Na svakih 10 stolica postoji najmanje jedno mjesto za parking te se po želji gostiju stavlja na raspolaganje automobil sa vozačem uz novčanu naknadu. Osim dovoljnog broja WC-a za žene i muškarce postoji i WC za hendikepirane osobe te prostor za previjanje beba (<http://www.eeig.rs/SRP/produkti/Restoran.pdf>).

U Hrvatsku je prema Zakonu o hrani uveden HACCP vodič za ugostitelje te je do 1. siječnja 2009. godine bilo potrebno poslovanje, proizvodnju, pripremu i posluživanje hrane uskladiti s odredbama standarda. HACCP je standard kojim se osigurava sigurnost hrane te je obvezan za sve ugostitelje. Propisani su zakoni i kazne koje se kreću i do 12.000 eura. Svi ugostiteljski objekti se moraju certificirati, a podjele objekata su po grupama rizika. Stupanj rizika može biti nizak kad je utjecaj na sigurnost hrane vrlo nizak, srednji stupanj kad poslovanje s hranom može izazvati značajan rizik za potrošača te visok stupanj kod poslovanja s hranom visokog rizika koje je namijenjeno posebno osjetljivim grupama. Uvođenjem i primjenom ovog vodiča u svakodnevnom radu provodi se preventivna samokontrola higijenskih uvjeta u pripremi i posluživanju hrane u ugostiteljstvu, a sukladno zakonskim obvezama (http://www.hok.hr/cehovi/haccp_ugostiteljstvo).

5. PRAVNI SUBJEKTI U PODRUČJU UGOSTITELJSKE DJELATNOSTI U MEĐIMURSKOJ ŽUPANIJI

U nastavku će se istražiti investicije u ugostiteljstvu Međimurske županije. Prilikom istraživanja korišteni su sekundarni podaci, odnosno podaci koje je već netko prikupio te su dostupni na internetu. Također, korišteni su i primarni podaci koji su prikupljeni metodom ispitivanja.

Turistička ponuda Međimurske županije sve brže se razvija i bilježi značajne uspjehe, što nije slučaj s ostalim kontinentalnim dijelovima Hrvatske jer najveći je dio tržišnih kapaciteta smješten u primorskom dijelu. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku od 2004. do 2008. godine u Međimurskoj županiji bilježi se stalan rast u broju noćenja turista. Također bilježi se i porast poslovnih jedinica i zaposlenih u ugostiteljstvu te isto tako porast ukupnog prometa u ugostiteljstvu. Kao jedan od ciljeva u strateškim dokumentima razvoja županije navodi se razvoj turizma (Miroslav i sur., 2010).

Turistička zajednica Međimurske županije pokrenula je kampanju pod motom „*Najte nikaj zameriti*“ kojom se ocjenjuju restorani i sve ugostiteljske destinacije Međimurja. Cilj kampanje je prepoznati moguću elitnu ponudu restorana koja se označuje znakom Zlatni međimurski gurman, nešto slabije ocijenjeni restorani znakom Međimurski gurman, a svi preostali imaju poticajnu prigodu da porade na sebi na putu do jedne od „*viših*“ klasa. U obilasku Međimurja, *Mystery Shopper* ocjenjuje ambijent, osoblje, opremu, kvalitetu jela i sveukupnost ponude restorana, a maksimalan broj bodova iznosi 304. Za osvajanje znaka kvalitete „*Međimurski gurman*“ potrebno je prikupiti više od 199 bodova dok je za prestižnu oznaku „*Zlatni međimurski gurman*“ potrebno više od 289 bodova (<http://www.visitmedimurje.com/gurman-vise.asp?id=48&kt=Gurman#.VTiX5PmsXXo>).

Prilikom istraživanja za potrebe rada odabrana su četiri ugostiteljska subjekta koji pružaju usluge na području Međimurske županije. Metodom ispitivanja, odnosno telefonskim i osobnim ispitivanjem te ispitivanjem putem e-pošte, prikupljeni su podaci o investicijama pojedinih subjekata. Poduzeća, u čijem vlasništvu se nalaze ugostiteljski objekti, registrirana su kao društva s ograničenom odgovornošću, a

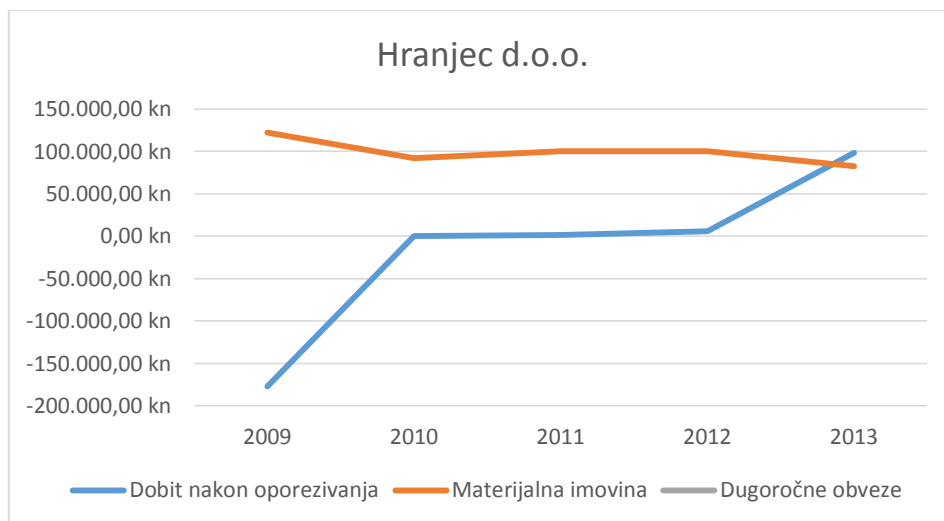
prvenstveno su to mala privatna poduzeća s najviše 100 zaposlenih. Ugostiteljski objekti na kojima se provelo istraživanje su restoran Zelengaj, Mala hiža, Međimurski dvori te restoran Kneja.

Restoran Zelengaj (Goričan) u vlasništvu je poduzeća Hranjec d.o.o., a prema dobivenim podacima Poduzeće Hranjec d.o.o. osnovano je 15.5.2007. godine te pruža usluge na izletištu Zelengaj, u sklopu kojeg se nalazi pizzeria i restoran. Kupci poduzeća segmentirani su u dvije skupine od kojih jednu skupinu čine organizirane skupine posjetitelja različitih događanja dok drugu skupinu čine samostalni izletnici. Geografski je tržište vezano uz područje Međimurske županije, okolnih županija, Grada Zagreba te uz područje Republike Mađarske. Konkurencija poduzeća su Hotel Kralj i kavana Stari krov, locirani u krugu od 10 km od izletišta. Kako bi postalo konkurentnije nužno je povećanje kapaciteta restorana.

Izgradnja ugostiteljskog objekta započela je 2002. godine, a financirala se putem kredita. Početna te ujedno i najveća investicija u iznosu od 280.000 kuna je izgradnja i opremanje kuhinje i sale za 100 osoba te pizzerije i nastrešnice. Poduzeće svake godine investira do 20.000 kuna u obnovu opreme restorana. Nakon izgradnje objekata nužnih za poslovanje, investiralo se u izgradnju drvene terase koja se financirala u dva navrata vlastitim sredstvima u iznosu od 94.000 kuna. Osim terase, jedna od investicija je pročišćavanje močvarnog područja koje je pretvoreno u ribnjak te izgradnja dječjeg igrališta koje se svake godine dodatno proširuje. U 2014. godini izletišta je pogođeno prirodnom katastrofom, odnosno poplavom koja je prouzročila velika fizička oštećenja, a šteta je procijenjena na 200.000 kuna. Sanacija štete od poplave podmirena je vlastitim sredstvima (150.000 kuna) i kratkoročnim zajmom banke (50.000 kuna). Plan poduzeća za 2015. godinu je proširenje postojećih kapaciteta restorana na 250 mjesta, u prilog čemu ide činjenica da izletišta nije ograničeno prostorom te da nisu potrebni veliki građevinski radovi za prilagodbu prostora. Proširenje bi pridonjelo rastu prihoda i profitabilnosti povećanjem sadržaja i kapaciteta pružanja usluge. Projektom je planirana nabava opreme za proširenje interijera restorana, poput stolica i stolova te nove opreme za kuhinju, kojom će se povećati proizvodni kapaciteti i omogućiti raznovrsnija ponuda menija te ušteda u potrošnji energije. Projektom će se povećati kapaciteti restorana za 150%, što će rezultirati rastom poslovnih prihoda poduzeća te povećanjem broja

zaposlenih u 2016. godini. Također će se osnažiti komercijalna strana, budući da će promotivni materijali pridonjeti prepoznatljivosti izletišta u području novog segmenta-organizacije većih manifestacija. Marketing strategija usmjerena je rastu i razvoju, kako bi se zadovoljili potencijalni korisnici manifestacija. Cilj je ponuditi mogućnost organizacije većih manifestacija, do 250 ljudi. Provedbom projekta i povećanjem kapaciteta restorana planiran je rast prihoda od 20% godišnje. Dodatnim prihodima, u srednjoročnom planu poduzeća je širenje usluge na pružanje smještaja, izgradnjom bungalova. Također, u planu poduzeća je i nabava mobilnog adrenalinskog parka. Ukupni prihvatljivi troškovi projekta iznose 87.399,25 kuna, a nakon iskorištenja 80% iznosa dodjeljene potpore, ostatak će se financirati vlastitim sredstvima. Poduzeće u posljednje tri godine ostvaruje veće prihode od rashoda, odnosno posluje s dobiti te je razvidno da posluje rentabilno. Izražen porast prihoda i dobiti rezultat je povećanog angažmana poduzeća u organizaciji dodatnih manifestacija na izletištu. Stanje dobiti nakon oporezivanja, materijalne imovine i dugoročnih obveza poduzeća u periodu od 2009. godine do 2013. godine prikazano je u grafu 1.

Graf 1. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Hranjec d.o.o.

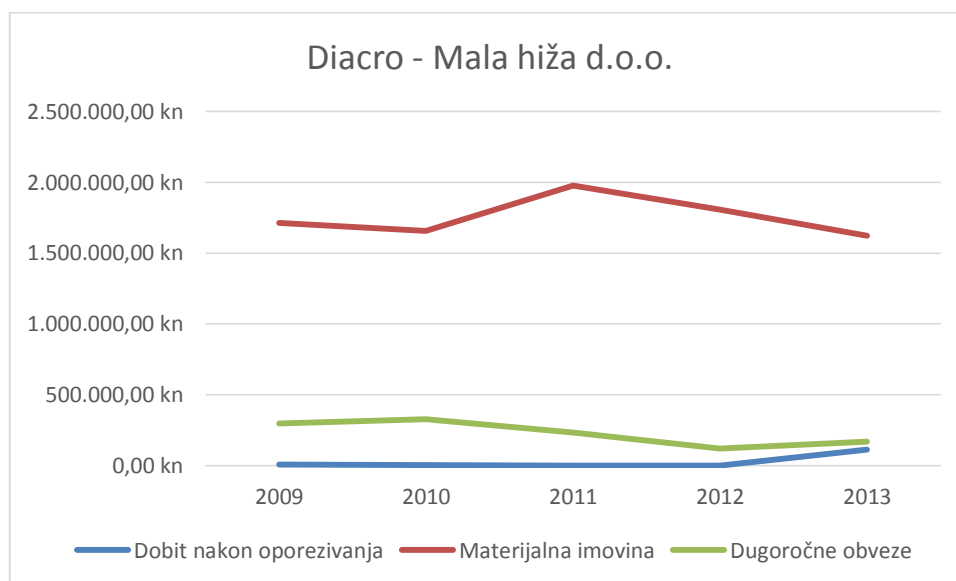


Izvor: Izrada autora prema podacima FINA

Iz grafala može se zaključiti da kretanje materijalne imovine poduzeća pada dok dobit nakon oporezivanja raste, što znači da poduzeće posluje profitabilno. Poduzeće, prema bilanci, u navedenom vremenskom periodu nema dugoročne obveze.

Restoran Mala hiža (Mačkovec) u vlasništvu je poduzeća Diacro – Mala hiža d.o.o. te upošljava četrnaest djelatnika. Dvije godine za redom osvojena je nagrada najboljeg restorana središnje Hrvatske, a 2014. godine zauzeto je peto mjesto na izboru najboljih hrvatskih restorana (<http://mala-hiza.hr/>). Poduzeće posluje od 1996. godine kad se na prostoru današnjeg restorana nalazio voćnjak i tenisko igralište. Izgradnja restorana trajala je 5 godina te je registriran 2001. godine. U davno izgrađenom gospodarskom objektu dužine 22 metara bila je opremljena mala kuhinja koja je zadovoljavala do 2007. godine kad su krenule investicije. Gospodarski objekt je u potpunosti renoviran te je opremljena nova kuhinja u retro štihu u koju je investirano 500.000 kuna u roku od 4 godine. U isto vrijeme u potkrovlju su izgrađena tri apartmana i svlačionice za osoblje te vrt i prostor za parkiralište, a investicija je iznosila 2.500.000 kuna. Investicija je financirana vlastitim sredstvima osim stupa sa pečnicom i brzim rashlađivanjem koji je financiran putem lombardnog kredita u iznosu od 140.000 kuna. U planu je izgradnja mini hotela sa 13 smještajnih jedinica na prostoru od 1000 kvadratnih metara, a dosad je uloženo 500.000 kuna u plaćanje komunalnih i vodnih doprinosa, struje i ostala davanja. Stanje dobiti nakon oporezivanja, materijalne imovine i dugoročnih obveza poduzeća u periodu od 2009. godine do 2013. godine prikazano je u grafu 2. Nadalje, u tablici 1 prikazano je kretanje investicija poduzeća u razdoblju od 2010. godine do 2014. godine.

Graf 2. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Diacro Mala hiža d.o.o.



Izvor: Izrada autora prema podacima FINA

Na grafu 2 vidi se da materijalna imovina poduzeća pada u posljednje tri godine dok dobit nakon oporezivanja raste od 2012. godine što znači da poduzeće posluje rentabilno. Dugoročne obveze poduzeća također rastu od 2012. godine.

Tabela 1. Prikaz kretanja investicija poduzeća Diacro – Mala hiža d.o.o.

| | 2010. | 2011. | 2012. | 2013. | 2014. |
|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| INVESTICIJE | 325.454,00 | 704.894,00 | 155.066,00 | 261.552,00 | 371.254,00 |

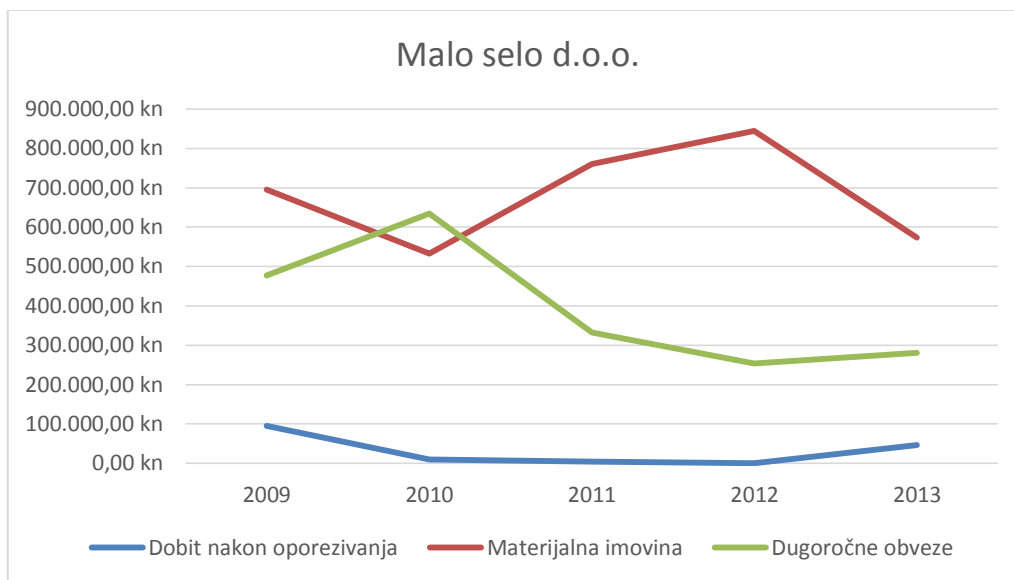
Izvor: Izrada autora prema podacima dobivenim metodom ispitivanja

U tablici 1 prikazano je kretanje investicija poduzeća od 2010. godine do 2014. godine te se zaključuje da su investicije svake godine pozamašne, odnosno investicije u vrijednosti nekoliko stotina tisuća kuna te se investicije tijekom godina ne smanjuju.

Restoran Međimurski dvori (Lopatinec) u vlasništvu je poduzeća Malo selo d.o.o. koje je osnovano i registrirano kod Trgovačkog suda Varaždin 2004. godine u 100% privatnom vlasništvu. Trenutno zapošljava 12 djelatnika uz planirano zapošljavanje još minimalno 10 osoba u sljedećih 12 mjeseci. Od travnja 2008. godine u sklopu tvrtke posluje turistička agencija Etno Art travel, specijalizirana za turističke programe kontinentalnog dijela Hrvatske i promociju ruralnog turizma, a ukupna ulaganja u Etno Art travel iznose 620.000 kn. Nadalje, 2009. investira se u dogradnju restorana, odnosno prostora za pušače, koji zadovoljava sve potrebne standarde za tu namjenu te u uređenje stražnje terase kao i brojnih drugih sadržaja. Ukupno ulaganje u dogradnju i uvođenje navedenih sadržaja iznosi 650.000 kn vlastitih sredstava. Sljedeća investicija odnosi se na zakup prostorije u zgradi Lovačkog saveza Međimurja na 15 godina te otvaranje restorana Lovački dvori 2011. godine. Ukupna investicija u Lovačke dvore iznosi 1.200.000 kuna, a financirana je dijelom vlastitim sredstvima, a dijelom putem kredita u iznosu od 340.000 kuna. Zbog nezadovoljavajućeg poslovanja, 2015. godine restoran prestaje s poslovanjem. Također, od početka poslovanja poduzeća razvija se segment *Cateringa* koji služi kao dopuna restoranskog poslovanja, a u opremanje tog segmenta uloženo je oko 750.000 kuna. Početkom 2007. godine kreće se s programom ulaganja u Etno selo na prostoru površine 12.000 kvadratnih metara. Vrijednost cijele investicije iznosi 9.000.000 kuna, a vrijednost prve faze koja je već pokrenuta iznosi oko 6.000.000 kuna. Zbog nastupanja recesije i nepovoljnog poslovnog okruženja

privremeno se odustalo od započete investicije. Trenutno, poduzeće je u fazi ulaganja u interpretacijsku kuhinju u vrijednosti od 250.000 kuna od čega je osigurana potpora HTZ – a u iznosu od 110.000 kuna dok se ostatak financira vlastitim sredstvima. Stanje dobiti nakon oporezivanja, materijalne imovine i dugoročnih obveza poduzeća u periodu od 2009. godine do 2013. godine prikazano je u grafu 3.

Graf 3. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Malo selo d.o.o.



Izvor: Izrada autora prema podacima FINA

Iz grafa 3 vidi se da materijalna imovina poduzeća, nakon uzastopnog rasta, 2012. godine naglo opada dok dobit nakon oporezivanja tek 2012. godine počinje rasti te poduzeće posluje rentabilno. Dugoročne obveze poduzeća naglo opadaju od 2010. godine.

Restoran Kneja nalazi se u sustavu Seoskog turizma Obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva Juras u Malom Mihaljevcu. Restoran je prva faza čitavog kompleksa na kojem se nalazi jahalište s konjima te niz drugih sadržaja na površini od 15 hektara. Kneja upošljava 12 stručno osposobljenih djelatnika te ima HACCAP standard, integrirani sustav kontrole sigurnosti hrane u svim fazama procesa njezine proizvodnje i distribucije. Restoran je pogodan za sve oblike okupljanja, od obiteljskih i poslovnih ručkova i večera, do održavanja različitih proslava i svečanosti. U izgradnju cijelog kompleksa uloženo je gotovo 7 milijuna kuna, od čega 5 milijuna kuna čine kreditna sredstva Hrvatske banke za obnovu i razvoj. Preko EU fondova, konkretnije IPARD

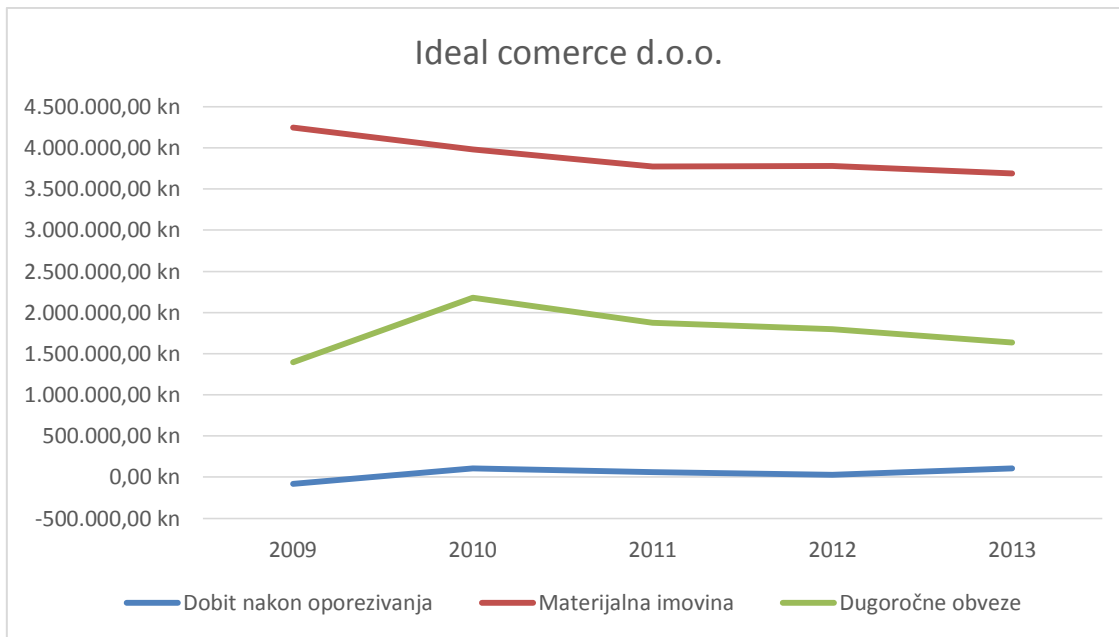
dodijeljeno je 555.000 kuna, a sa 40.000 kuna investiciju je potpomoglo i Ministarstvo turizma. U skoroj budućnosti planira se izgradnja smještajnih kapaciteta, trim staze, skijališta i drugih sadržaja za sve vrste gostiju i turizma, a broj zaposlenih povećat će se sa 12 na 20 djelatnika (<http://www.ruralna.hr/?page=client&id=290>). Izvještaji o poslovanju OPG – a nisu dostupni.

6. PRAVNI SUBJEKTI U PODRUČJU UGOSTITELJSKE DJELATNOSTI U VARAŽDINSKOJ ŽUPANIJI

Varaždinska Županija povijesno i običajno ima dosege u kulinarstvu pa je samim time zaštitila neke nazive, recepte i jela. Osim po vrsnim jelima i receptima, županija se može pohvaliti i vrhunskim kuharima koji se mogu podičiti trofejima osvojenim na različitim natjecanjima. Za razvoj kontinentalnog turizma županije značajan je projekt „*Autohtoni proizvodi i namirnice*“ koji ima za cilj očuvanje i promociju namirnica i jela te poticanje proizvodnje i proizvođača (<http://www.turizam-vzz.hr/istra%C5%BEite/gastronomija/percepcija-kulinarske-sposobnosti.html>). U Varaždinskoj županiji također se provodi projekt „*Okusi varaždinskog kraja*“ kojim se unapređuje ukupna turistička ponuda kreiranjem tradicijskih regionalno- lokalnih jela (<http://www.varazdinska-zupanija.hr/novosti/iz-%C5%BEupanije/ugostiteljima-uru-%C4%8Dene-oznake-okusi-vara%C5%BEinskoga-kraja/>). Prilikom istraživanja za potrebe rada odabrano je pet ugostiteljskih subjekta koji pružaju usluge na području Varaždinske županije. Metodom ispitivanja, odnosno telefonskim i osobnim ispitivanjem te ispitivanjem putem e-pošte, prikupljeni su podaci o investicijama pojedinih subjekata. Za prikupljanje podataka o investicijama, odabrani su restoran Fontana, Palatin, Santa Maria, novi studentski restoran te restoran Garestin.

Restoran Fontana (Varaždin) u vlasništvu je podueća Ideal comerce d.o.o., a sastoji se od dviju dvorana za svadbene svečanosti „*Fontana*“ i „*Fantazija*“. Iako su specijalnost svadbene svečanosti, također se nudi organizaciju domjenaka, prezentacija, seminara, poslovnih ručkova i ostalih svečanosti (<http://fontana-crnkovic.hr/>). Restoran je u vlasništvu poduzeća Ideal comerce d.o.o. registriranog kao društvo s ograničenom odgovornošću koje je osnovano 1990. godine. Prema veličini i vlasništvu, poduzeće je privatno i malo te ima ukupno 39 zaposlenih. Prema podacima dobivenim metodom ispitivanja, u navedeni restoran posljednjih pet godina nije bilo investiranja niti se namjerava investirati u skoroj budućnosti. Stanje dobiti nakon oporezivanja, materijalne imovine i dugoročnih obveza poduzeća u periodu od 2009. godine do 2013. godine prikazano je u grafu 4.

Graf 4. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Ideal comerce d.o.o.

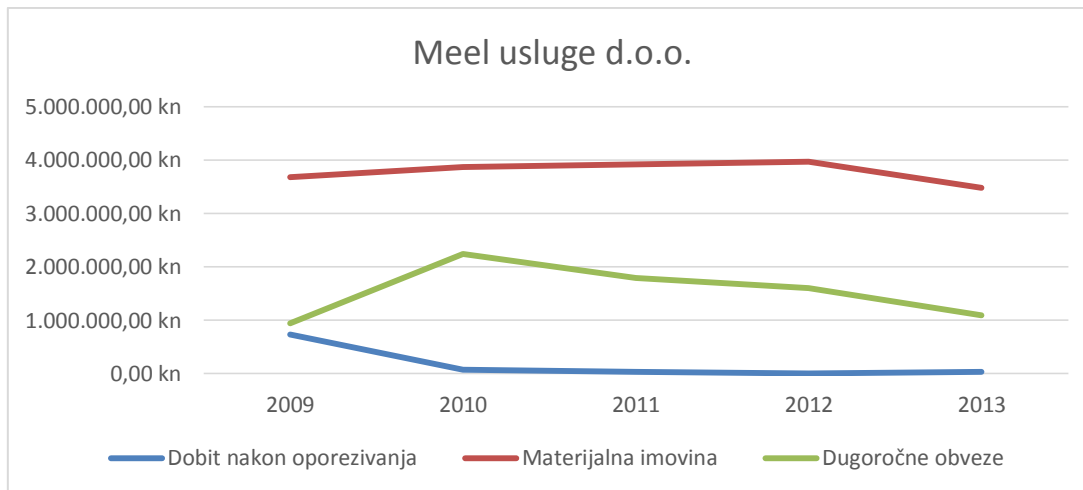


Izvor: Izrada autora prema podacima FINA

Na grafu 4 vidi se uzastopno kretanje svih triju varijabli bez naglog rasta ili pak opadanja. Materijalna imovina i dugoročne obveze kreću se u milijunskim vrijednostima dok se dobit nakon oporezivanja čitavo vrijeme kreće na nuli, a 2009. godine poduzeće je čak poslovalo s gubitkom.

Restoran Palatin (Varaždin) u vlasništvu je poduzeća Meel usluge d.o.o. koje je osnovano 2003. godine, a registrirano je kao društvo s ograničenom odgovornošću. Poduzeće je privatno i malo te zapošljava 11 djelatnika. U sklopu restorana nalazi se odvojeni *caffè* te konferencijska dvorana za održavanje poslovnih sastanaka. Ušao je u 100 vodećih restorana Republike Hrvatske, a glavni kuhar restorana dobitnik je srebrne i brončane medalje na međunarodnom kulinarskom festivalu „*Biser mora 2012.*“ u organizaciji Saveza kuhara mediteranskih i europskih regija (<http://www.gastronaut.hr/restoran.asp?id=6644>). Podaci o investicijama nisu dostupni, ali se poslovanje poduzeća može pratiti kroz financijske izvještaje. Stanje dobiti nakon oporezivanja, materijalne imovine i dugoročnih obveza poduzeća u periodu od 2009. godine do 2013. godine prikazano je u grafu 5.

Graf 5. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Meel usluge d.o.o.



Izvor: Izrada autora prema podacima FINA

Na grafu 5 vidi se da se materijalna imovina poduzeća kreće uzastopno, a tek 2012. godine neznatno opada dok dugoročne obveze opadaju već od 2010. godine. Dobit nakon oporezivanja kreće se na nuli od 2010. godine.

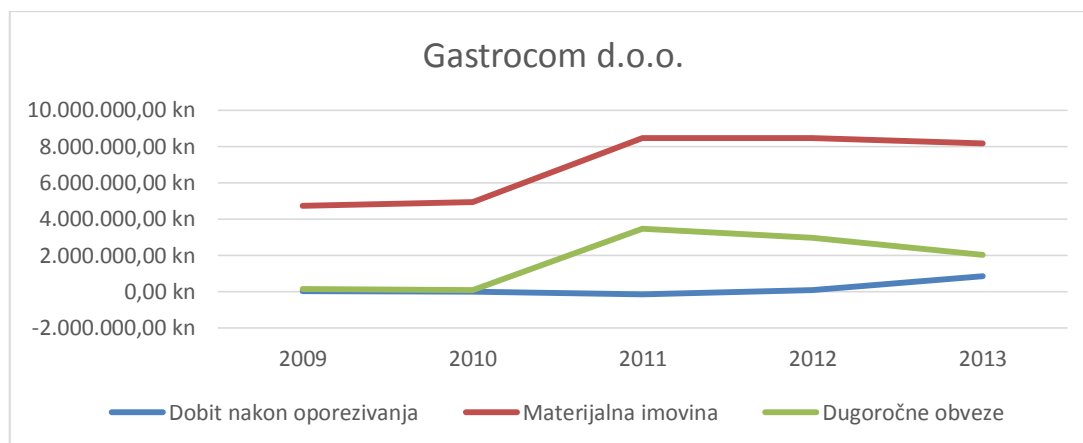
Restoran Santa Maria (Varaždin) u vlasništvu je ugostiteljskog obrta Dragišić. Na početku poslovanja, 2004. godine, Santa Maria imala je status pizzerije sve do 2009. godine kad je postala restoran, zahvaljujući usavršavanju kuhara. U rujnu 2014. godine započela je gradnja sasvim novog objekta na zemljištu površine 6000 kvadratnih metara koji je dovršen u travnju 2015. godine. Restoran je premješten u novi ugostiteljski objekt u koji je investirano ukupno 6.295.745 kuna. Financijski izvještaji poduzeća nisu dostupni.

Studentski restoran smješten je nadomak Studentskog doma u Ulici Julija Merlića u Varaždinu. Objekt zauzima površinu od 1.200 kvadratnih metara te koristi obnovljive izvore energije. Zgrada je funkcionalno podijeljena u tri dijela, a to se odnosi na javni prostor dvaju restorana (samoposlužni i *a la carte*), kuhinju i servisne prostore te prostor za instalacije. Za studente je osigurano 300 sjedećih mjesta te 150 mjesta na terasi, dok *a la carte* restoran nudi 60 sjedećih mjesta za profesore i ostale građane. Zgrada je dizajnirana da bude u korak s najboljim studentskim restoranima u cijelom svijetu te koristi prirodne resurse da bi se postigla što manja emisija štetnih plinova u atmosferu. Investicija u ovaj niskoenergetski restoran, koji je napravljen za manje od 8

mjeseci, vrijedna je 19,5 milijuna kuna. Investiciju su potpomogli zagrebačko Sveučilište, Ministarstvo znanosti obrazovanja i sporta, Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, Studentski centar Varaždin te Grad Varaždin koji je darovao zemljište te oslobodio investitora 50% komunalnog doprinosa (<http://domidizajn.jutarnji.hr/niskoenergetska-menza-u-varazdinu/>).

Restoran Garestin (Varaždin) u vlasništvu je poduzeća Gastrocom d.o.o. osnovanog 1993. godine i registriranog kao društvo s ograničenom odgovornošću. Prema veličini i vlasništvu, poduzeće je privatno i malo te zapošljava 89 djelatnika. Smješten je u prostorima stare varaždinske obiteljske kuće te je pogodan za održavanje raznih svečanosti. Poduzeće Gastrocom d.o.o. na području grada Varaždina posluje od 1993. godine te je počelo poslovati sa četiri objekta u vlasništvu i sa četiri objekta u najmu. Ukupno je zapošljavalo oko 60 djelatnika, ali tijekom godina se u poduzeću odvijao prirodan razvoj te danas u vlasništvu ima pet objekata, a ostalo je u najmu te zapošljava 89 djelatnika. Značajne investicije poduzeća odnose se na kupnju spomenutog restorana Garestin te na otkup i investicije u restoran i pizzeriju Verglec. Osim kupovanja prostora, tijekom godina znatno ulaže u obnovu postojećih objekata kao i onih u najmu. Daljnje širenje i jačanje pozicije na tržištu poduzeće vidi u daljnjim investicijama, a jedna od njih je gradnja hotela sa četiri zvijezdice (<http://www.gastrocom-ugostiteljstvo.com/hr/o-nama/povijest.html>). Stanje dobiti nakon oporezivanja, materijalne imovine i dugoročnih obveza poduzeća u periodu od 2009. godine do 2013. godine prikazano je u grafu 6.

Graf 6. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Gastrocom d.o.o.



Izvor: Izrada autora prema podacima FINA

Na grafu 6 vidi se da materijalna imovina poduzeća od 2010. godine naglo raste na vrijednost od 8 milijuna kuna. Dugoročne obveze također naglo rastu od 2010. godine dok dobit nakon oporezivanja koja se kreće na nuli raste tek 2012. godine.

Na tabeli 2 prikazana je deskriptivna statistika poduzeća iz Međimurske i Varaždinske županije prema broju zaposlenih.

Tabela 2. Deskriptivna analiza poduzeća prema broju zaposlenih

| <i>Broj zaposlenih</i> | |
|-------------------------|-------------|
| Mean | 26,375 |
| Standard Error | 9,658337442 |
| Median | 15,5 |
| Mode | #N/A |
| Standard Deviation | 27,3179036 |
| Sample Variance | 746,2678571 |
| Kurtosis | 4,791533693 |
| Skewness | 2,136315861 |
| Range | 84 |
| Minimum | 5 |
| Maximum | 89 |
| Sum | 211 |
| Count | 8 |
| Largest(1) | 89 |
| Smallest(1) | 5 |
| Confidence Level(95,0%) | 22,83833895 |

Izvor: Izrada autora

Iz tabele 2 može se zaključiti da je prosječan broj zaposlenih u poduzećima Međimurske i Varaždinske županije 26 što je prihvatljivo pošto su to prvenstveno mala privatna poduzeća. Najmanji broj zaposlenih je 5 dok je najveći broj zaposlenih 89, a standardna devijacija iznosi 27,3179036 što znači da nema velikih odstupanja broja zaposlenih od prosječnog broja.

7. ZAKLJUČAK

Ovim radom prikazano je kakvo je stanje u ugostiteljskoj industriji Međimurske i Varaždinske županije što se tiče investicija. Ugostiteljstvo obuhvaća prilično široko područje pa su za istraživanje izabrani isključivo restorani. Cilj rada bio je istražiti pojedinačne ugostiteljske objekte za svaku županiju zasebno te izdvojiti njihove investicije i mogućnost budućeg investiranja. Odabrano je po nekoliko restorana iz svake županije te je istraživanje pokazalo da se investiralo uglavnom u proširenje kapaciteta i održavanje, a samo rijetki imaju planove za nove investicije. Sredstva financiranja najčešće su vlastita sredstva ili krediti, ali financira se i putem EU fondova ili uz pomoć Ministarstva turizma. Ugostiteljski objekti najčešće su u vlasništvu malih poduzeća registriranih kao društvo s ograničenom odgovornošću te samo šest objekata ima dostupna financijska izvješća na stranicama Financijske agencije – FINA. Temeljem podataka iz financijskih izvještaja poduzeća zaključuje se da sva poduzeća posljednjih godina ostvaruju dobit, što znači da posluju profitabilno. Na temelju provedenog istraživanja vidi se da se investira u obje županije. Investicije se odnose na proširenje postojećih kapaciteta, dogradnju, ali i izgradnju sasvim novih objekata kao što je slučaj kod izgradnje Kneje u Međimurskoj županiji te Nove Santa Marije i studentskog restorana u Varaždinskoj županiji. Rezultati istraživanja upućuju da se prosječna imovina poduzeća u navedenim županijama kreće u iznosu od 100.000 kuna kao što je slučaj kod poduzeća Hranjec d.o.o. do 8.000.000 u slučaju poduzeća Gastrocom d.o.o. Dobit nakon oporezivanja kod svih poduzeća kreće se na nuli do 2012. godine kada počinje rasti do iznosa od maksimalno 100.000 kuna. Što se tiče ulaganja u izgradnju novih objekata ukupno je investirano 32.000.000 kuna, a to se odnosi na izgradnju novog studentskog doma u Varaždinu, izgradnju objekta za restoran Santa Maria te izgradnju Kneje u Međimurju. Također, pojedina poduzeća imaju planove za daljnje investicije, a vrijednost planiranih investicija iznosi 9.087.000 kuna što se odnosi na proširenje kapaciteta restorana Zelengaj te izgradnju Etno sela koje je u planovima poduzeća Malo selo d.o.o. Temeljem rezultata dobivenih statističkim izračunom, prosječan broj zaposlenih je 26 dok standardna devijacija iznosi 27 iz čega proizlazi da nema većih odstupanja broja zaposlenih od prosjeka. Potrebno je

napomenuti važnost kadrova u ugostiteljstvu, odnosno obrazovanje kadrova smatra se jednom od najvažnijih investicija u toj djelatnosti.

8. LITERATURA

Knjige i članci

1. Bartoluci, M.; Budimski, V. (2004). *Obrazovni sustav stručnih kadrova za potrebe turizma u Hrvatskoj*, Ekonomski fakultet Zagreb
2. Bujan, I. (2014). *Poslovne financije*, Čakovec
3. Bunja, Đ. (2006). *Turističko ugostiteljstvo*, Zadar
4. Cerović, Z.; Pavia, N.; Galičić, V. (2005). *Organizacija i kategorizacija ugostiteljskih objekata*, Rijeka, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji
5. Cerović, Z. (2010). *Hotelski menadžment*, 2. izmjenjeno izd. Rijeka, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
6. Jovanović, P. (2006), *Upravljanje investicijama*, 6. izd. Beograd, Fakultet organizacijskih nauka Beograd
7. Miroslav, D.; Trstenjak, M.; Miščančuk, M. (2010), *Obrazovna struktura zaposlenih u turizmu u Međimurskoj županiji*
8. Opačić Sabol, V.; Bogdan, Lj. (2010). „Problematika zapošljavanja u ugostiteljstvu i turizmu“, *Zbornik radova Međimorskog veleučilišta u Čakovcu*, vol. 1(1), 48-58.
9. Orsag, S. (2002). *Budžetiranje kapitala, Procjena investicijskih projekata*, Zagreb, Masmmedia
10. Pirija, D. (2003). *Standardi u turističkom ugostiteljstvu*, Visoka škola za turizam Šibenik
11. Slović, S. (2008). *Teorija investiranja*, Visoka škola za računovodstvo i berzansko poslovanje, Beograd
12. Vidučić, LJ. (2011). *Financijski menadžment*, 7. izmjenjeno izd., Rrif Zagreb

Internet izvori

13. <http://www.mint.hr/default.aspx?id=5107> (25.03.2015.)
14. <http://medjimurska-zupanija.hr/home/2015/03/31/medimurski-turizam-u-rangu-onog-plitvickih-jezera-s-oko-112-tisuca-nocenja-godisnje/> (25.03.2015.)
15. http://www.varazdinska-zupanija.hr/%C5%BEupanija/opce-informacije/#site_body (25.03.2015.)
16. <http://balkans.aljazeera.net/video/zabrana-pusenja-kao-najveci-problem-hrvatskog-ugostiteljstva> (25.03.2015.)
17. <http://www.mint.hr/default.aspx?id=5581> (25.03.2015.)
18. <http://possector.hr/management/dizajn-restorana-barova> (25.03.2015.)
19. <http://www.eeig.rs/SRP/produkti/Restoran.pdf> (25.03.2015.)
20. http://www.hok.hr/cehovi/haccp_ugostiteljstvo (25.03.2015.)
21. <http://www.visitmedimurje.com/gurmanvise.asp?id=48&kt=Gurman#.VTiX5PmsXXo> (31.03.2015)
22. <http://mala-hiza.hr/> (31.03.2015)
23. <http://www.ruralna.hr/?page=client&id=290> (20.08.2015)
24. <http://www.turizam-vzz.hr/istra%C5%BEite/gastronomija/percepcija-kulinarske-sposobnosti.html> (17.04.2015)
25. <http://www.varazdinska-zupanija.hr/novosti/iz-%C5%BEupanije/ugostiteljima-uru%C4%8Dene-oznake-okusi-vara%C5%BEDinskoga-kraja/> (17.04.2015)
26. <http://fontana-crnkovic.hr/> (07.04.2015)
27. <http://www.gastronaut.hr/restoran.asp?id=6644> (20.04.2015)
28. <http://domidizajn.jutarnji.hr/niskoenergetska-menza-u-varazdinu/> (20.08.2015)
29. <http://www.gastrocom-ugostiteljstvo.com/hr/o-nama/povijest.html> (20.08.2015)

Popis priloga

Tabele:

Tabela 1. Prikaz kretanja investicija poduzeća Diacro – Mala hiža d.o.o.

Tabela 2. Deskriptivna analiza poduzeća prema broju zaposlenih

Grafički prikazi:

Graf 1. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Hranjec d.o.o.

Graf 2. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Diacro Mala hiža d.o.o.

Graf 3. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Malo selo d.o.o.

Graf 4. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Ideal comerce d.o.o.

Graf 5. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Meel usluge d.o.o.

Graf 6. Prikaz financijskih pokazatelja poduzeća Gastrocom d.o.o.