

EKONOMSKA ANALIZA HOTELSKIH PREDUZEĆA

UKUPAN PRIHOD, PROSEČAN PRIHOD I MARGINALNI PRIHOD PREDUZEĆA

Definicija“za obračun rezultata relevantni priliv (uvećanja) vrednosti, nastali realizacijom učinaka, ili na drugi način, pripisani periodu za koji se utvrđuje rezultat.” (Stanišić M, str. 67)

Prema MRS

- prihodi od prodaje robe; prihodi od prodaje proizvoda i usluga; prihodi od *aktiviranja učinaka i robe; promena vrednosti zaliha učinaka; prihodi od premija, subvencija, dotacija, donacija itd.*;

- *drugi poslovni prihodi; finansijski prihodi; ostali prihodi; prihodi od usklađivanja vrednosti imovine; vanredni prihodi i prenos prihoda*

U hoteliskim preduzećima, pojedinačni prihodi koji ulaze u ukupni prihod su:

- prihodi od usluga smeštaja, prihodi od usluga hrane, prihodi od prodane robe,
- ostvareni zajednički prihodi na osnovu ugovora,
- Prihodi poreske olakšice na devizni promet, na primer i dr.,
- ostali prihodi.

UKUPAN PRIHOD

$$UPd = Q \times C,$$

UPd – ukupan prihod,

Q – količina proizvoda ili usluga i

C – cena po jedinici proizvoda ili usluga.

Kretanje tražnje i ukupnog prihoda u zavisnosti od promene cena

Cene u \$	Tražena količina	Ukupan prihod u \$
90	20	1800
60	40	2400
30	60	1800

Izvor: Prilagođeno prema primeru Walker R.J., Walker T.J., *Tourism Concepts and Practices*, Pearson Education, New Jersey, 2011., str. 113

PROSEČAN PRIHOD

$$\text{PrPd} = \frac{\text{UPd}}{Q}$$

PrPd – prosečan prihod,

UPd – ukupan prihod, a

Q – količina proizvoda i usluga (Pokrajčić D., str106.).

Kad je cena proizvoda ista za svaku količinu
prodatih proizvoda ili usluga, onda je prosečan
prihod jednak prodajnoj ceni

$$\mathbf{PrPd = C,}$$

$$\mathbf{PrP = PrC, -pros. Prih. jednak pros.prod.ceni}$$

(Pokrajčić D., str106.).

MARGINALNI PRIHOD

$$MPd = \frac{\Delta UPd}{\Delta Q}$$

UPd – promena ukupnog prihoda,

Q – promena količine proizvoda. . (Pokrajčić D. , str. 31).

UKUPAN I MARGINALNI PRIHOD

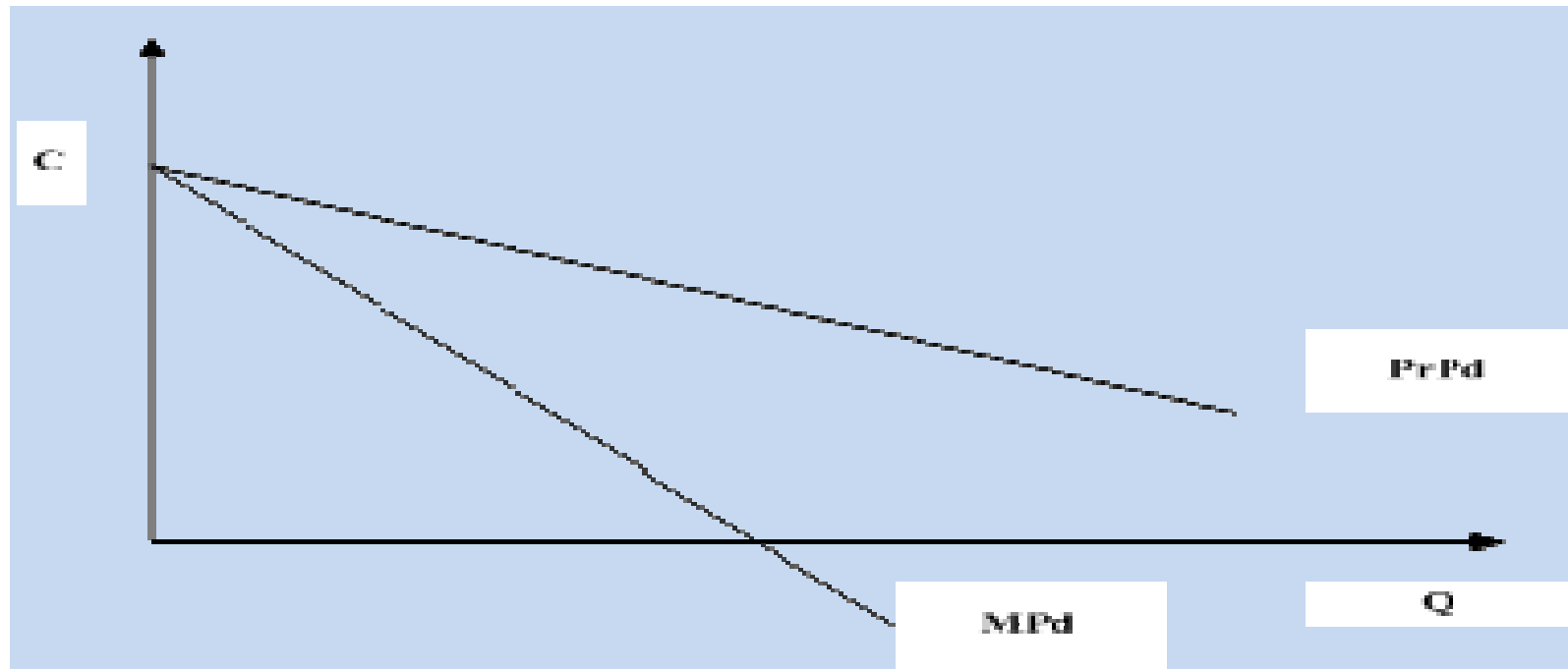
Cena u EUR	Tražena količina	Ukupan prihod	Marginalni prihod
25	2	50	
22	4	88	38
20	6	120	32
18	8	144	24
15	10	150	6
12	12	144	- 6
10	14	140	- 4

KRIVA UKUPNOG, PROSEČNOG I MARGINALNOG PRIHODA

Dva tipična oblika krive tražnje su:

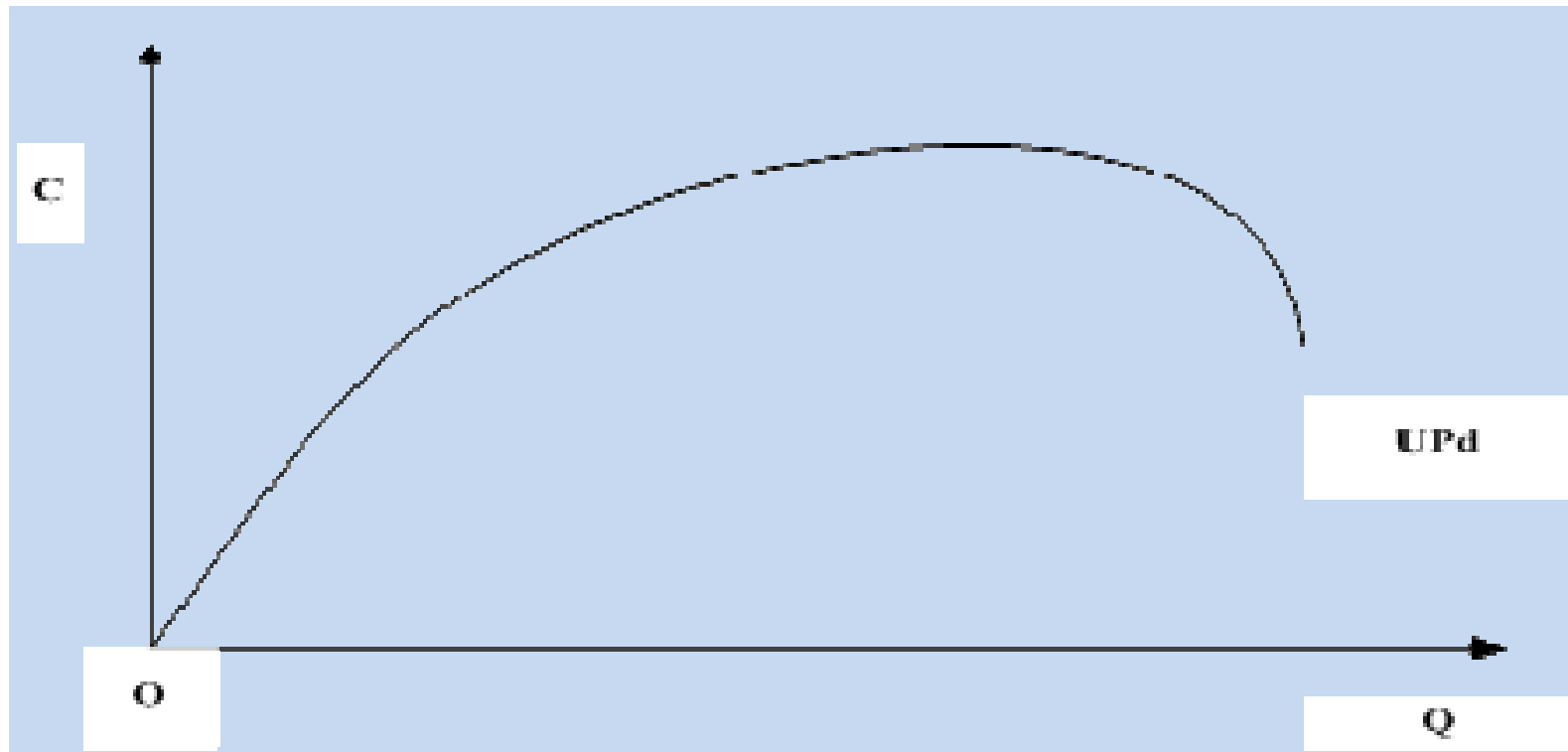
- Horizontalna kriva tražnje i
- Opadajuća kriva tražnje

Funkcija prosečnog i marginalnog prihoda kod pada tražnje



Izvor: Pokrajčić D., *Ekonomika preduzeća*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu (drugo izdanje), Beograd, 2008., str. 33

Kriva ukupnog prihoda



Izvor: Pokrajčić D., *Ekonomika preduzeća*, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu (drugo izdanje), Beograd, 2008., str. 33

UPRAVLJANJE UKUPNIM PRIHODIMA

yield management

$$\% \text{ Ukupnog prihoda} = \frac{\text{Ostvareni prihod}}{\text{Potencijalni prihod}} \times 100\%$$

- Na primer, ako hotel “X” proda 270 od ukupno 360 soba po prosečnoj ceni od 68 NJ, umesto po objavljenoj ceni od 85 NJ, a procenat ukupnog prihoda je:

$$100\% * \frac{270 * 68}{360 * 85} = \frac{18.360}{30.600} = 60\%$$

(Moutinho L., str.303.).

- Merilo **ARGE** (indeks efikasnosti stvaranja prihoda od imovine) bi dalo identičan odgovor, ali kao umnožak procenta popunjenosti i prosečne stope efikasnosti jedinične cene = **75 % × 68/65 = 60 %**

(Nikolić D., 2007, str. 156).

Upravljanje “zalihama hotelskih soba

” određuje se broj soba koje se raspodeljuju određenim tržišnom segmentu uz doslednu primenu cene soba za svaku od tako određenih tržišnih segmenata.

Tako, na primer, 250 soba po prosečnoj ceni od 100 NJ daje iznos od 25.000 NJ. Ako je potencijalni prihod 40.000 NJ, tada ukupan prihod iznosi 62,5 % tj. $25 : 40 \times 100 \%$. Isti rezultat bi se dobio i kad bi se 300 soba naplaćivalo u proseku 83,33 NJ po sobi, ili 400 soba u proseku po 62,50 NJ za svaku sobu.

Prosečna cena sobe (Average Room Rate – ADR)

$$\text{ADR} = \frac{\text{Prihod od soba (smeštaja)}}{\text{Broj prodatih soba}}$$

Prihod po raspoloživoj sobi (Revenue per Available Room).

$$\text{REVPAR} = \frac{\text{Prihod od soba (smeštaja)}}{\text{Broj raspoloživih soba}}$$

$$\text{REVPAR} = \% \text{ iskorišćenja kapaciteta} \times \text{ADR}$$

(Nikolić D., 2007, str. 156).

Primer,

- neka je neki hotel imao procenat iskorišćenja kapaciteta iskorišćenost kapaciteta od 80% i ADR od 40 dolara dok je konkurent imao iskorišćenost kapaciteta od 70% i ADR od 50 USA dolara. Postavlja se pitanje: koji je hotel u povoljnijoj poziciji? Hotel sa 80% iskorišćenost kapaciteta i 40 dolara ADR ima REVPAR od 32 dolara ($40 \times 80\%$), dok njegov konkurent ima REVPAR od 42 dolara ($60 \text{ dolara} \times 70\%$). Jedni menadžeri preferiraju hotel sa visokim REVPAR -om. U našem primeru, REVPAR nas vodi do izbora hotela sa višim ADR, ali to neće uvek biti slučaj. Pretpostavka, na primer, da je drugi hotel imao % iskorišćenost kapaciteta od 50 odsto; njegov REVPAR bi iznosio 30 dolara ($60 \text{ dolara} \times 50 \text{ odsto}$) i REVPAR racio bi bio naklonjen hotelu sa većim stepenom iskorišćenja kapaciteta

Primer za srednji hotel sa 100 soba

Godina rada	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ADR (u eurima)	120	120.5	121	122	122.5	123	120	117.5	117.5	115
REVPAR (u eurima)	62.5	62.5	63	63.5	65	65	65	64	62.5	61
ADR (index)	100	101	101	102	102	103	100	98	98	96
REVPAR (index)	100	101	101	102	104	104	104	102	100	98

Ratković R., str.181-188)

$$\text{GOPPAR} = \frac{\text{Poslovni prohodi} - \text{Poslovni rashodi (bez amortizacije)}}{\text{Broj soba} * 365}$$

GOPPAR-Gors Operating Profit Per Available Room

$$\text{TREVPAR} = \frac{\text{Ukupni Poslovni prohodi}}{\text{Broj soba} * 365}$$

TREVPAR- Total revenue Per Available Room

FAKTORI KOJI UTIČU NA OSTVARIVANJE UKUPNOG PRIHODA

- **Unutrašnjih faktora**
- **Spoljašnji faktori**

- **regulativni ili normativni** (Holjevac, isto, str 292.).