

UT AD "SLOGA" Užice
Dimitrija Tucovića 149
PIB: 101614408
Matični broj: 07258682
Šifra delatnosti: 5510
Užice, 27.04.2012.
Broj: 01-73/12.

GODIŠNJI IZVEŠTAJ O POSLOVANJU UT AD „SLOGA“ UŽICE ZA 2011. GODINU

1. UT AD „Sloga“ Užice bavi se pružanjem ugostiteljskih, hotelskih i ostalih usluga. Nekadašnji nosilac ugostiteljstva u Užicu sada posluje na vrlo suženom području, tj. tržištu i sa redukovanim kapacitetima. Delovi preduzeća koji posluje na turističkim destinacijama (pre svega na Zlatiboru) su se osamostalili početkom 90 – tih godina. „Sloga“ je nastavila da posluje u Užicu, koje je padom poslovne aktivnosti u njegovim glavnim preduzećima osiromašilo i smanjilo tražnju za ugostiteljskim uslugama.

Društvo posluje sa 2 hotela u Užicu. U samom sedištu grada, na glavnim lokacijama su restorani, kafe bar. Uprava Društva nalazi se u hotelu „Zlatibor“.

Tržišni položaj Društva nije zadovoljavajući. Problemi u poslovanju su direktna posledica drugogodišnjeg društveno ekonomskog ambijenta, (raspad zemlje, ratno okruženje i rat u samoj zemlji, hiperinflacija, sankcije i izolacija zemlje) i njegovog razornog dejstva na privredu u celini, što je u krajnjoj liniji dovelo do pada kupovne moći stanovništva. Tome treba dodati i rast konkurencije, najčešće neloyalne. U tim uslovima Društvo je opstalo i privatizovano je 25.01.2007. godine na aukcijskoj prodaji.

U 2011. godini UT AD „Sloga“ je imala u proseku 37 zaposlenih radnika. Ostvaren je ukupan prihod od 115.934 hiljade dinara, a ukupni troškovi su 101.733 hiljade dinara. Ostvaren je neto dobitak u iznosu od 14.201 hiljada dinara. U strukturi prihoda, prihodi od osnovne delatnosti su oko 46%, a ostali prihodi oko 54%. Preduzeće je u 2010. godini donelo odluku da se izvrše izmene u Pravilniku o računovodstvu i računovodstvenim politikama u delu koji se odnosi na investicione nekretnine, a koje čine zasebnu celinu, i koje su vrednovane po nabavnoj vrednosti da se u 2010. godini vrednuju po fer metodi u skladu sa MRS 40 (restoran „Bagrem“ i restoran „Rakijska pijaca“). Takođe u 2011. godini je vrednovan po fer metodi i deo hotela „Zlatibor“ koji predstavlja investicionu nekretninu, odnosno deo koji se nalazi pod zakupom „DM – drogerie markt“ iz Beograda. Pozitivna razlika je uneta u prihod i preduzeće je ostvarilo neto dobitak.

Međutim poslovni prihodi nisu dovoljni za pokriće ukupnih poslovnih rashoda u 2011. godini i Društvo beleži poslovni gubitak u iznosu od 17.166. hiljada dinara.

U 2011. godini jako je narušena finansijska ravnoteža.

- sopstveni neto obrtni fond je negativan
- koeficijenti likvidnosti nisu zadovoljavajući
- pokazatelji rentabilnosti i poslovne uspešnosti su negativni
- struktura izvora sredstava pokazuje da su sopstveni dominantni što ukazuje na izvesnu finansijsku sigurnost Društva.

Vrednost osnovnog kapitala je 327.493 hiljada dinara. Ukupna aktiva odnosno pasiva na dan 31.12.2011. godine iznosi 428.031 hiljada dinara.

Strukturu osnovnih sredstava sačinjavaju građevinski objekti i oprema. U strukturi osnovnih sredstava dominantni su građevinski objekti. Učešće opreme je neznatno.

Društvo poseduje objekte izuzetno visoke vrednosti. Samo hotel „Zlatibor“ ima višemilionsku vrednost, ali su smeštajni kapaciteti ovog objekta veliki i predimenzionirani prema sadašnjim potrebama grada Užica.

2.U narednom periodu u smislu povećanja obima poslovanja i zarađivačke sposobnosti treba posvetiti izuzetnu pažnju. Mere koje u tom smislu treba preduzeti proizašle su iz analize postojećeg stanja u predstavljanju konstantne aktivnosti na poboljšanju poslovne efikasnosti:

- pratiti i analizirati tražnju u cilju povećanja plasmana na postojećim i osvajanje novih segmenata specifičnog tržišta (kao što je seminarski i kongresni turizam)
- osavremenjivanje i proširenje usluga kako bi se konstantno pratili zahtevi potrošača
- proširiti promotivne i propagandne aktivnosti (izrada i prezentacija kataloga Društva, učešće na turističko-ugostiteljskim berzama, izložbama i sajmovima, reklamne aktivnosti u medijima itd)
- primeniti sav prihvatljiv arsenal elastičnih mera prodaje kao sastavni deo marketing strategije (cenovna i količinska elastičnost, kao na primer popust za avansno plaćanje, rabati za ugovaranje većih i konstantnih aranžmana)
- koristiti dugogodišnju tradiciju, znanje i iskustvo, kao solidnu pregovaračku poziciju u sklapanju poslovanja
- preduzeti sve mere i aktivnosti na sniženju troškova energenata, potrošnog i kancelarijskog materijala, PTT usluga itd.

3.Nakon isteka poslovne 2011. godine obnovljeni su postojeći ugovori o zakupu kojima je istekao rok, sklopljeni su novi ugovori o zakupu poslovnog prostora, zakupu sale za veselja, proslave maturalnih večeri, dana preduzeća kao i ugovori sa turističkim agencijama o dovođenju grupa u hotel „Zlatibor“.

4.Društvo nije povezano sa drugim licima.

5.Prema samoj prirodi delatnosti, Društvo nema posebnih aktivnosti na polju istraživanja i razvoja osim što se radi na unapređivanju marketinga u oblasti reklamiranja odnosno na uklapanju u najnovije trendove u oblasti informisanja i reklamiranja.

NAPOMENA: GODIŠNJI IZVEŠTAJ ZA 2011. GODINU JOŠ NIJE USVOJEN OD STRANE NADLEŽNOG ORGANA, PA NIJE NI DONETA ODLUKA O RASPODELI DOBITI.

Šef računovodstva

Milomirka Rosić

Generalni direktor

Stoja Mijailović