

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

ANALIZA IGRALNIŠTVA IN TRŽNEGA POLOŽAJA HIT, d. d.

Ljubljana, september 2009

VALENTINA BONE

IZJAVA

Študentka Valentina Bone izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Nine Ponikvar, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 IGRALNIŠTVO IN POLOŽAJ PODJETJA HIT, D. D., V TEJ DEJAVNOSTI	2
1.1 IGRALNIŠTVO V SLOVENIJI	2
1.2 ZNAČILNOSTI POSLOVANJA PODJETJA HIT, D. D.	2
2 ANALIZA TRŽNE STRUKTURE PANOGE IGRALNIŠTVA	3
2.1 SCP PARADIGMA	4
2.2 ŠTEVILO PODJETIJ IN TRŽNA KONCENTRACIJA	4
2.2.1 TRŽNI DELEŽ IGRALNIŠKIH PODJETIJ	5
2.2.2 KONCENTRACIJA V IGRALNIŠTVU	6
2.3 VSTOPNE OVIRE	7
2.4 DIFERENCIACIJA	8
2.5 OPREDELITEV TRŽNE STRUKTURE V DEJAVNOSTI IGRALNIŠTVO	9
3 ANALIZA USPEŠNOSTI PANOGE IGRALNIŠTVO IN PODJETJA HIT, D. D.	10
3.1 ANALIZA KATEGORIJ BILANCE STANJA IN IZKAZA POSLOVNEGA IZIDA	12
3.1.1 ANALIZA SREDSTEV	12
3.1.2 ANALIZA OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	13
3.1.3 ANALIZA PRIHODKOV	13
3.1.4 ANALIZA ODHODKOV	14
3.1.5 ANALIZA POSLOVNEGA IZIDA	15
3.2 ANALIZA POSLOVANJA S POMOČJO KAZALNIKOV	16
3.2.1 KAZALNIKI LIKVIDNOSTI	17
3.2.2 KAZALNIKI STRUKTURE FINANCIRANJA	18
3.2.3 KAZALNIKI SOLVENTNOSTI	18
3.2.4 KAZALNIKI USPEŠNOSTI	19
4. MOŽNOSTI RASTI IN KREPITVE TRŽNEGA POLOŽAJA HIT, D. D.	20
4.1. ZUNANJE OMEJITVE IN PRILOŽNOSTI	20
4.2 MOŽNOSTI RASTI IN KREPITVE POLOŽAJA PODJETJA HIT, D. D.	22
SKLEP	25
LITERATURA IN VIRI	27

KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Tržni deleži šestih igralniških družb v letu 2007 in 2008</i>	6
<i>Tabela 2: Oblike tržnih struktur glede na stopnjo koncentracije</i>	9
<i>Tabela 3: Struktura sredstev družbe HIT, d. d., na dan 31. 12. 2008 in primerjava z 31. 12. 2007 ter dejavnostjo v evrih</i>	12
<i>Tabela 4: Struktura obveznosti do virov sredstev družbe HIT, d. d. na dan 31. 12. 2008 in primerjava z 31. 12. 2007 ter dejavnostjo v evrih</i>	13
<i>Tabela 5: Obseg in struktura prihodkov podjetja HIT za leta 2000, 2007 in 2008 ter celotne dejavnosti v evrih</i>	14
<i>Tabela 6: Obseg in struktura odhodkov podjetja HIT za leta 2000, 2007 in 2008 ter celotne dejavnosti v evrih</i>	15
<i>Tabela 7: Sestava poslovnega izida podjetja HIT za leto 2000, 2007 in 2008 ter primerjava s panogo v evrih</i>	16
<i>Tabela 8: Likvidnostni kazalniki podjetja HIT ter primerjava s panogo</i>	17
<i>Tabela 9: Kazalniki financiranja podjetja HIT in primerjava s panogo</i>	18
<i>Tabela 10: Dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev podjetja HIT in primerjava s panogo</i>	19
<i>Tabela 11: Kazalniki uspešnosti podjetja HIT in primerjava s panogo</i>	20
<i>Tabela 12: Tržni položaj panoge in podjetja HIT za leto 2008</i>	22
<i>Tabela 13: Sposobnost samofinanciranja investicij v letu 2008</i>	24

UVOD

Izvor iger na srečo še vedno ni jasen. Odnos do iger na srečo pa se je v zadnjih obdobjih spreminjal. Najprej so te igre veljale za greh, s časom se je nanje gledalo kot na grdo, kasneje pa kot na sprejemljivo razvado. Danes velja, da naj bi igre na srečo predstavljale sprejemljiv način preživljanja prostega časa. Organizacija iger v komercialne namene je tako postala pomembna gospodarska dejavnost.

Podjetja morajo danes dobro poznati delovanje konkurentov, še posebej pa panogo, v kateri delujejo. Z dobro analizo panoge podjetje spozna razmere in dogajanja v njej, svoje konkurente in trende razvoja. To je osnova, ki podjetju omogoča, da se lahko trgu prilagaja in na njem tudi uspešno deluje. Moj namen je, da skozi diplomsko delo analiziram podjetje HIT, d. d., ter ga primerjam na ravni panoge in celotnega gospodarstva. Hkrati želim skozi analizo ugotoviti, kakšne so možnosti podjetja za dolgoročno rast. Tako je cilj moje diplomske naloge ugotoviti tržni položaj podjetja HIT, d. d., v panogi ter možnosti nadaljnje rasti in krepitve tržnega položaja.

Za analizo poslovne uspešnosti so se najbolj uveljavili podatki iz računovodskih izkazov in z njihovo pomočjo izračunani kazalniki, ki so opredeljeni v Slovenskih računovodskih standardih. Kakovostne informacije so bistvene za doseganje uspešnosti in učinkovitosti poslovanja podjetja, do njih pa je mogoče priti le s poglobljenimi in sistematičnimi analizami, ki omogočajo spoznavanje tako podjetja, kakor tudi okolja, v katerem podjetje posluje.

Analizo tržnega položaja HIT-a začnem s kratko predstavitvijo igralništva in trendov njegovega razvoja v Sloveniji. Nadaljujem s predstavitvijo proučevanega podjetja in njegovega položaja v dejavnosti. V drugem poglavju s pomočjo tržne koncentracije, vstopnih ovir in diferenciacije proizvodov, opredelim tržno strukturo v igralništvu. Sledi analiza uspešnosti s pomočjo kategorij bilanc stanja, izkazov poslovnega izida ter računovodskih kazalnikov. V zadnjem poglavju diplomskega dela izpostavim problematiko igralniške dejavnosti v Sloveniji ter odnos družbe do igralnic, podjetje umestim v panogo, panogo pa v celotno gospodarstvo. Pri presoji zmožnosti rasti in razvoja upoštevam tudi finančne sposobnosti podjetja. Diplomsko delo zaključim s sklepom, v katerem povzamem bistvene ugotovitve.

1 IGRALNIŠTVO IN POLOŽAJ PODJETJA HIT, D. D., V TEJ DEJAVNOSTI

1.1 IGRALNIŠTVO V SLOVENIJI

Dejavnost igralnštva je imela v zgodovini vedno negativen predznak. Še danes prevladuje mnenje, da je igranje iger na srečo nesprejemljivo vedenje, ki preusmerja pozornost ljudi z dela na igranje oziroma k lahkemu zaslušku. Prav gotovo moramo v tem dejstvu iskati razloge, zakaj je ta dejavnost danes povsod po svetu tako strogo nadzirana in regulirana. Pogosto se z dejavnostjo igralnštva povezuje različne oblike kriminala: pranje denarja, prostitucija itd. Če je bilo nekoč prirejanje iger na srečo mogoče res na robu med legalnim in kriminalom, se danes ta dejavnost prav gotovo ne razlikuje od katerekoli druge gospodarske dejavnosti.

Sodobno igralnštvo se je v Sloveniji začelo z letom 1964. Leta 1965 sta bili odprti igralnici Casino Portorož (posebne igre na srečo je prirejal že leta 1964) in blejska igralnica. Sledilo je odprtje igralnic v Ljubljani, Mariboru in Lipici. Večji razvoj igralnštva je zaznati po letu 1984, ko je začela poslovati igralnica Park v Novi Gorici, ki je v okviru podjetja HIT, d. d., postala osnova novega koncepta v evropski igralniški ponudbi in osnova podjetju, ki je v devetdesetih letih poskrbelo za razmah slovenskega igralnštva (Luin, 2008, str. 141).

Za slovensko igralniško potrošnjo je značilno, da je izvozno usmerjena dejavnost. Večina ustvarjenega prihodka igralnic je čisti priliv dohodka iz tujine, saj v strukturi igralniških prihodkov predstavlja potrošnja tujih gostov več kot 95 odstotkov. Igralniška dejavnost se je v Sloveniji v zadnjih petnajstih letih razvila v pomemben del turističnega gospodarstva, ki zaposluje veliko število ljudi in ustvari občuten delež prihodkov lokalnih skupnosti ter državnega proračuna (Hit, d. d., Deklaracija, 2009). Slovensko igralnštvo predstavlja 1,1 % dodane vrednosti, 2,1 % vseh davkov v Sloveniji in 25 % vsega slovenskega turizma (Slovensko igralnštvo v vlogi spodbujevalca turizma in gospodarstva, 2009).

1.2 ZNAČILNOSTI POSLOVANJA PODJETJA HIT, D. D.

Podjetje HIT je v osemdesetih letih iz majhnega gostinskega podjetja v Novi Gorici v hotelu Park začelo graditi in razvijati svoj osnovni produkt, igralniško dejavnost, ki jo je na začetku devetdesetih let pripeljala na svetovno raven z izgradnjo svojega jedra, igralniško-zabavišnega centra Perla. HIT je preraščal v korporacijo z vedno bolj organiziranimi procesi. Na podlagi osvojenega znanja se je širil po Sloveniji, podal se je tudi na svetovni trg. Konec leta 2007 je HIT vključeval deset odvisnih družb, pet jih ima sedež v Sloveniji, štiri na območju nekdanje Jugoslavije in ena na nizozemskih Antilih (Podjetje HIT, 2008, str. 37).

Jedro poslovanja skupine še vedno tvori igralniško-zabavišna dejavnost, ki jo dopolnjujejo vedno nove turistične storitve. Podjetje HIT je leta 2004 predstavilo novo korpopracijsko znamko **Hit Universe of Fun**, leta 2005 pa tudi tri krovne tržne znamke, in sicer: **Hit Stars**, v okviru katere obstaja igralniško-zabavišna dejavnost, **Hit Holidays**, ki združuje hotelske, gostinske in druge turistične dejavnosti, ter **Hit Stardust**, ki pomeni spletno igralništvo (Podjetje HIT, 2005, str. 9–11). HIT v evropskem prostoru zapolnjuje z inovativnim pristopom pomemben del trga igralništva, zabave in turizma.

Podjetje HIT je v svojem dvajsetletnem razvoju z igralniško dejavnostjo in spremljevalnimi dejavnostmi postalo vodilna družba slovenske turistične industrije. Svojo osnovno igralniško dejavnost že več let uspešno razvija v obliki zabaviščno-igralniške dejavnosti, ki bo še naprej nadgrajevala s celovito ponudbo turističnih storitev, povezanih s sodobnim preživljanjem prostega časa (Revidirano letno poročilo 2005, str. 4). HIT išče nove priložnosti in pripravlja nove projekte ter investira tako doma kot v tujini. Podjetje se je razraslo v razvejano skupino, ki ponuja širok spekter turističnih storitev (Podjetje HIT 2005, str. 9, 10)

HIT-ove igralnice so med največjimi in najsodobnejšimi v Evropi. V Novi Gorici so med prvimi v Evropi začeli uvajati ameriški sistem igranja na srečo za širše množice. Osnovna karakteristika tega koncepta je, da je to igralništvo dostopno večjemu številu gostov in je vključeno v ostalo turistično ponudbo destinacije. HIT je v kasnejšem obdobju veliko investiral in v obdobju do leta 1993 dosegel vrhunec z odprtjem igralnice Perla. Po zaslugi HIT-a je postalo igralništvo najbolj razvit slovenski turistični proizvod. Podjetje HIT realizira okrog 90 % vseh letnih prihodkov z igralniško dejavnostjo. Prirejanje iger na srečo je glavna dejavnost podjetja in podjetju prinaša večino prihodkov. S spremljajočimi dejavnostmi realizira podjetje le manjši del prihodkov. Le-te so tudi sicer, bolj ali manj, subvencionirane s strani igralniškega dela. Podjetje je tipično evropsko igralniško podjetje, kjer prevladuje igralniška dejavnost. Nasprotje temu konceptu so igralnice, kot jih lahko zasledimo v Las Vegasu, kjer neigralniške dejavnosti predstavljajo tudi do polovico prihodkov podjetja, včasih lahko tudi več (Prašnikar, Pahor, & Kneževič, 2005, str. 5–18).

Konec leta 2007 je bilo v podjetju HIT zaposlenih 1.933 delavcev, kar je 5% oziroma 95 delavcev več kot konec leta 2006. Povprečno, po stanju konec posameznih mesecev, je bilo v letu 2007 zaposlenih 1.903 delavcev, na podlagi delovnih ur pa 1.766 delavcev (Podjetje HIT, 2008, str. 17).

2 ANALIZA TRŽNE STRUKTURE PANOGE IGRALNIŠTVA

Če panogo oziroma trg definiramo z vidika kupca, panoga pomeni skupino sorodnih podjetij, ki v očeh kupcev proizvajajo istovrstne, konkurenčne proizvode (Prašnikar & Debeljak, 1998, str. 313). Teoretično najboljša določljivka panoge je zamenljivost proizvodov. Po Kotlerju (1996, str. 225) teoretiki opredeljujejo panogo kot »skupino podjetij, ki ponujajo izdelek ali vrsto izdelkov, ki so med seboj zamenljivi«. Sama sem uporabila statistično klasifikacijo dejavnosti (SKD), ki se uporablja pri evidentiranju, zbiranju, obdelovanju, analiziranju, posredovanju in izkazovanju

podatkov, povezanih z dejavnostjo (SURs, 2009). Ta definicija lahko prinaša s seboj mnogo nekosistentnosti pri definiranju trga za analizo tržne strukture, hkrati pa je edina, ki jo lahko uporabimo brez dodatnih tržnih raziskav.

2.1 SCP PARADIGMA

Osnovna ideja SCP modela je v tem, da omogoča prepoznavati relacije med značilnostmi tržne strukture in uspešnostjo poslovanja podjetij (rezultati), saj naj bi ravno tržna struktura (npr. število podjetij, njihova koncentracija, tržni deleži) vplivala na to, kako se bodo podjetja na trgu obnašala. Vse to pa naj bi določalo uspešnost njihovega poslovanja (Heffernan, 1996). Torej, tržna struktura določa obnašanje podjetij na trgu, obnašanje podjetij pa tržne rezultate. Odnos med posameznimi elementi je linearen. Linearen odnos med strukturo, obnašanjem podjetij in ekonomskimi rezultati pelje do naslednjega sklepanja: visoka stopnja tržne koncentracije pelje v oligopol ali monopol. Končna prodajna cena bo višja, ponudba pa manjša kot v razmerah visoko konkurenčnih trgov (Petrin et al., 2001a str. 3–5).

struktura \Leftrightarrow obnašanje \Leftrightarrow rezultati

Heffernan (1996) prvi element modela, to je tržno strukturo, vidi kot funkcijo pogojev ponudbe in povpraševanja na določenem trgu ter stroškov poslovanja producentov, ki se na tem trgu ponavljajo. Drugi element modela, obnašanje, je postavljen v funkcijo števila ponudnikov in povpraševalcev na določenem trgu, obstoječih ovir za vstop v panogo ter prevladujoče strukture proizvodnih stroškov. Tretji element, uspešnost poslovanja ali rezultati, je odvisen od določitve cen na trgu. Obnašanje (angl. *conduct*) podjetij je torej odvisno od konkretne tržne strukture (angl. *market structure*), oboje pa določa poslovno uspešnost podjetij (angl. *performance*).

Elementi tržne strukture so: število prodajalcev in distribucija prodajalcev po velikosti, število in distribucija kupcev po velikosti, diferenciacija proizvodov, vstopni pogoji. Elementi tržne strukture pojasnjujejo, kdaj in zakaj delovanje trgov odstopa od modela popolne konkurence. Na primer, čim manjše je število podjetij na trgu, tem večja je verjetnost, da bo trg monopolen (Petrin et al., 2001a, str. 4). Novi, sodobni pristop dopušča tudi možnost povratnega vpliva obnašanja podjetij na strukturo. Torej, ne samo, da panoga vpliva na delovanje HIT-a, ampak tudi HIT s svojim obnašanjem in tržno močjo vpliva na strukturo (Cabral, 2000, str. 157).

2.2 ŠTEVILO PODJETIJ IN TRŽNA KONCENTRACIJA

Bistvena elementa, ki vplivata na tržno strukturo, sta število podjetij in njihova relativna velikost. Ta dva elementa določata tudi tržne deleže podjetij in stopnjo koncentracije v panogi. V Sloveniji trenutno deluje 13 igralnic in 37 igralnih salonov ter posluje šest igralniških družb, ki so pridobile koncesijo in prirejajo žive igre na srečo, kot tudi igre na srečo na avtomatih. To so:

- Koncesionar HIT, d. d.; Igralnice Perla, Park, Kranjska Gora, Otočec, Rogaška Slatina;
- Koncesionar Casino Portorož, d. d.; Igralnice Portorož, Lipica, Čatež;
- Koncesionar Casino Ljubljana, d. d.; Igralnica Ljubljana;
- Koncesionar Casino Bled, d. d.; Igralnica Bled;
- Koncesionar Casino Maribor, d. d.; Igralnice Maribor, Moravske Toplice;
- Koncesionar Casino Kobarid, d. d.; Igralnica Kobarid.

Poleg tega, da igralni saloni ne prirejajo živih iger na srečo, je glavna razlika med saloni in igralnicami lastniška struktura, saj so igralni saloni izključno v zasebni lasti, igralnice pa v večinski lasti državnih skladov (SOD, KAD) in lokalnih skupnosti. Prav tako je negativna značilnost igralniških podjetij v večinski lasti državnih skladov ter lokalnih skupnosti, razen največjega, družbe HIT, ki se je sama v določeni meri že preoblikovala v turistično usmerjeno korporacijo, konstantno dosegajo slabe rezultate, kar kaže na sistemsko, lastniško in davčno neustreznost zakonodajnega okvira (Deklaracija, 2009).

2.2.1 TRŽNI DELEŽ IGRALNIŠKIH PODJETIJ

Tržni delež nekega podjetja je določen z odstotkom njegove prodaje v celotni prodaji na trgu in je pomemben pokazatelj stopnje monopolne moči podjetja. Praviloma imajo podjetja z večjim tržnim deležem večjo monopolno moč. Določena monopolna moč se pojavi v večini panog pri 15 % tržnem deležu, o veliki tržni moči pa govorimo pri tržnih deležih nad 40 % (Shepherd, 1990, str. 62).

Osnova za merjenje tržne koncentracije je tržni delež posameznega podjetja, ki ga izračunamo kot delež prodaje podjetja v celotni prodaji panoge oziroma kot delež zaposlenih tega podjetja v celotnem številu zaposlenih panoge. Enačba (1) ponazarja izračun tržnega deleža z vidika prodaje (Hrovatin, 1996, str. 126). Dejanska tržna moč je seveda odvisna tudi od cenovne elastičnosti povpraševanja po proizvodih tega podjetja. Čim bolj neelastično je povpraševanje in čim manj substitutov ima proizvod, tem večja je tržna moč podjetja (Hrovatin, 1996, str. 126). V Tabeli 1 prikazujem čiste prihodke od prodaje in tržne deleže šestih igralniških družb v letu 2007 ter 2008. TD predstavlja tržni delež, ki je izračunan v skladu z enačbo 1. Čisti prihodki od prodaje panoge so za leto 2007 znašali 318.066.950€, za leto 2008 pa 303.177.940€. HIT je glede na izračunane tržne deleže daleč največji, sledi mu Casino Portorož, ostali pa so zelo majhne igralnice, ki HIT-u ne konkurirajo.

$$\text{Tržni delež} = \frac{\text{Celotni prihodek podjetja}}{\text{Celotni prihodek panoge}} \quad (1)$$

Tabela 1: Tržni deleži šestih igralniških družb v letu 2007 in 2008

	<i>Čisti prihodki od prodaje podjetja 2007</i>	<i>TD₂₀₀₇ v %</i>	<i>Čisti prihodki od prodaje podjetja 2008</i>	<i>TD₂₀₀₈ v %</i>
HIT d.d.	190.387.710	59,9	169.894.602	56
Casino Portorož	29.907.452	9,4	24.208.363	8
Casino Ljubljana	5.788.250	1,8	5.334.806	1,8
Casino Bled	5.014.717	1,6	4.096.068	1,4
Casino Maribor	2.193.400	0,7	965.722	0,3
Casino Kobarid	7.270.239	2,3	5.857.416	2

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

2.2.2 KONCENTRACIJA V IGRALNIŠTVU

Koncentracija podjetij v panogi je pomemben indikator merjenja tržne strukture. Pri izbiri spremljivk za opisovanje tržne strukture raziskovalci najpogosteje uporabljajo različne mere stopnje koncentracije, ki najbolje pokažejo stopnjo monopoliziranosti. Z izrazom »stopnja koncentracije« označujemo skupni tržni delež največjih podjetij na trgu (Petrin et al., 2001a, str. 17, 18). Koncentracija meri stopnjo tržne dominacije oz. stopnjo oligopola. Nanjo vplivata dva dejavnika, in sicer (Petrin et al., 2001a, str. 19):

1. število podjetij na trgu;
2. njihova relativna velikost.

Za ocenjevanje tržne koncentracije je na voljo več različnih mer, najbolj priljubljena mera pa je koncentracijski koeficient (K_n). Koncentracijski koeficient meri udeležbo n največjih podjetij v profitu, vrednosti prodaje, vrednosti kapitala oziroma številu zaposlenih celotne dejavnosti. Izračunamo ga kot v odstotkih izraženo razmerje med vsoto celotnega prihodka štirih največjih podjetij in celotnim prihodkom dane tržne podskupine. Koncentracijski koeficient se giblje v mejah od 0 do 100. Čim bližje 100 je njegova vrednost, tem večja je stopnja koncentracije. Vrednost 100 pomeni, da v panogi proizvajajo štiri ali manj podjetij, vrednost manjša od 100 pa pokaže na to, kolikšen delež celotnega prihodka dejavnosti ustvarjajo štiri največja podjetja v tej panogi. Čim manjši delež ustvarjajo, tem nižja je stopnja koncentracije posamezne dejavnosti (Tajnikar et al., 1989, str. 4–7).

$$K_{4(2007)} = 59,9 + 9,4 + 2,3 + 1,8 = 73,4$$

$$K_{4(2008)} = 56 + 8 + 2 + 1,8 = 67,8$$

Vrednosti K_4 so pogosto izražene v odstotkih. Ponavadi so razdeljene na kvartile in pomenijo naslednje stopnje tržne koncentracije (Bird, 1999, str. 47, 48): zelo visoka koncentracija ($K = 100$), visoka ($K = 75-99$), srednja ($K = 50-74$), nizka ($K = 25-49$) in zelo nizka koncentracija ($K =$ do 24). Glede na zgornje izračune je tržna koncentracija v panogi razmeroma visoka, kljub temu, da je se je iz leta 2007 na leto 2008 nekoliko znižala. To je znak povečane konkurence v panogi.

2.3 VSTOPNE OVIRE

Vstopne ovire obstajajo tedaj, ko imajo obstoječa podjetja nekatere prednosti pred potencialnimi novinci, kar slednjim otežuje oziroma preprečuje vstop v panogo (Tajnikar et al., 1989, str. 25). Ovire za vstop novih podjetij na trg so glavni povzročitelj nekonkurenčnega obnašanja podjetij. Če podjetja izvajajo strategijo vstopnih ovir, tržna struktura ni več rezultat prostega delovanja trga, temveč določenega načina obnašanja podjetij s tržno močjo. Dominantna podjetja na trgu povečujejo ovire vstopa na različne načine, in sicer:

- pospešujejo prodajo, inovirajo, cenovno diskriminirajo;
- vzdržujejo odvečne kapacitete, ki jih aktivirajo, če se pojavijo potencialni konkurenti;
- povečujejo prodajne stroške zato, da pridobijo lojalnost potrošnikov;
- razvijajo patente;
- kupujejo njim konkurenčna podjetja ali pa se z njimi povezujejo;
- diferencirajo proizvodnjo.

Ovire vstopa obstoječim podjetjem omogočajo, da dvignejo ceno iznad dolgoročnih povprečnih stroškov, ne da bi s tem privabila nove konkurente. Posledica vstopa bi bilo zmanjšanje tržnih deležev obstoječih podjetij, ker bi nova podjetja prevzela del njihovih kupcev (Petrin et al., 2001b str. 18).

Tudi država sama lahko ovira vstop novim podjetjem v panogo. Najbolj očitno je to tedaj, ko je mogoče začeti določeno dejavnost le z njenim dovoljenjem: tako pravzaprav določa število ponudnikov v panogi. Država pa ovira vstop v panogo tudi posredno, na primer z dolgimi birokratskimi postopki (na primer okrog izdaje raznih dokumentov in dovoljenj) ter podobno (Tajnikar et al., 1989, str. 33). Igralništvo je povsod v razvitem svetu močno regulirana dejavnost, saj lahko zaradi narave posla predstavlja veliko nevarnost za pojav družbeno škodljivih pojavov, poleg tega pa omogoča zlorabe in utaje davkov. Država zato strogo nadzira to dejavnost in jo tudi nadpovprečno visoko obdavčuje. Država si pridržuje monopol nad odpiranjem igralnic, zato mora vsak, ki želi odpreti igralnico, od države pridobiti koncesijo in obenem sprejeti obliko strožjega nadzora nad poslovanjem (Reberšak, 2002, str. 14). Obstajajo pa tudi druge, nedržavne ovire vstopa, kot so obstoj blagovne znamke in oglaševanje. HIT ima že uveljavljeno blagovno znamko – Hit Universe of fun, s katero želijo poudariti vlogo vodilnega ponudnika zabave v Evropi, kar še dodatno otežuje vstop novim konkurentom. Večina komunikacijskih aktivnosti podjetja je povezana

s procesom utrjevanja in povečanja prepoznavnosti korporativne identitete podjetja, pa tudi povezanih družb.

Največja nevarnost novih vstopov v panogo preti HIT-u iz Italije. Najprej je to njegov najpomembnejši tržni segment, saj je z zadovoljevanjem le-tega HIT zrasel v vodilno podjetje v panogi. Hkrati pa velja, da ima zaradi zastarele zakonodaje v Italiji ta panoga še veliko možnosti, da se razvije. Zaenkrat je v Italiji prepovedano odpiranje igralnic, saj država trenutno nima zakonske osnove za podeljevanje koncesij. Lahko pa si obstoječe igralnice od države pridobijo dovoljenja za razširitev dejavnosti (Reberšak, 2002, str. 14).

Ugotovimo torej lahko, da ovire za vstop novih podjetij v igralništvu obstajajo, saj je monopol nad igrami vedno imela država in lahko predvidevamo, da ga bo imela tudi v bodoče. Nadzor nad dejavnostjo vrši Ministrstvo za finance, ki na podlagi predloga resornega ministrstva za turizem izdaja koncesije za opravljanje dejavnosti. Ta se pozicionira le na območjih, kjer so ustrezni tržni pogoji in kjer eko-socialni prostor omogoča večjo koncentracijo gostov s pretežno usmerjenostjo na tuje tržne segmente in je v skladu z razvojno politiko v Sloveniji. Poleg tega se pri podeljevanju koncesij prednostno obravnava igralnice, ki že imajo obstoječa dovoljenja za opravljanje posebnih iger na srečo (Luin, 2008, 178–181).

2.4 DIFERENCIACIJA

Model popolne konkurence predpostavlja, da proizvajalci proizvajajo standardizirane proizvode, vendar je v stvarnih gospodarstvih ta predpostavka zelo redko uresničljiva. Proizvodi se med seboj razlikujejo, čeprav samo glede na lokacijo. Z naraščanjem diferenciacije proizvodov podobni proizvodi postanejo slabi substituti. Posamezni proizvajalec postaja čedalje bolj podoben monopolistu. Kljub negativnim posledicam, ki jih ima diferenciacija proizvodov z vidika blaginje, je potrebno upoštevati, da so številni potrošniki pripravljeni plačati višjo ceno od konkurenčne za neko stopnjo diferenciacije proizvodov (Pettrin et al., 2001a, str. 4).

Diferenciacija izdelkov velja v teoriji za eno najučinkovitejših vstopnih ovir. Diferenciacija izdelkov je v prvi vrsti posledica aktivnosti na področju marketinga in naložb v tej zvezi. Čeprav je potencialni novinec v panogi sposoben ponuditi popolnoma konkurenčen izdelek z vidika tehničnih lastnosti in proizvodnih stroškov, bo morda ugotovil, da mora organizirati zelo intenzivne trženjske aktivnosti, če hoče uspeti v premagovanju potrošnikovih preferenc do izdelkov obstoječih ponudnikov.

Pri diferenciaciji imamo v mislih tudi zvestobo in naklonjenost kupcev do obstoječih ponudnikov v panogi, ki se je izoblikovala kot posledica identifikacijske vloge blagovne znamke, akcij tržnega komuniciranja, servisne dejavnosti, vzdrževanja osebnih stikov s kupci in podobno. Skratka, gre za ugodno predstavo (angl. *image*) ali ugled, ki ga imajo obstoječi ponudniki pri kupcih in ki so ga morda leta in leta načrtno gojili. Takšen *image* je pogosto enostavno posledica dejstva biti prvi na

trgu z določenim izdelkom in si zagotoviti trdno mesto v potrošnikovih preferencah, ki ga zasledovalci morda nikoli ne bodo mogli doseči (Tajnikar et al, 1989, str. 29). Tako je tudi v igralništvu prisotna določena stopnja diferenciacije, predvsem v zaokroženi ponudbi igre in zabave. Razlike se pojavljajo predvsem v nastanitvi oziroma bivanju, privlačnosti lokacije, transportnih stroškov, kulinariki, wellnessu, med kongresnimi programi, širšo ponudbo iz okolja, raznimi zabavnimi ter glasbenimi programi itd.

2.5 OPREDELITEV TRŽNE STRUKTURE V DEJAVNOSTI IGRALNIŠTVO

Tržno strukturo določajo tiste spremenljivke, ki v največji meri vplivajo na konkurenco in na tržno določanje cene (Bain, 1987, str. 5). Tržno strukturo opredeljuje število proizvajalcev in njihov tržni delež, možnost vstopa novih konkurentov v panogo ter stopnja diferenciacije proizvodov (Tajnikar et al., 1989, str. 4). V Tabeli 2 predstavljam oblike tržnih struktur glede na izmerjeno velikost tržne koncentracije.

Tabela 2: Oblike tržnih struktur glede na stopnjo koncentracije

<i>Oblika tržne strukture</i>	<i>Mere koncentracije</i>
Monopol	Eno podjetje – 100 % t.d.
Dominantno podjetje	Eno podjetje ima t.d. večji od 40 %
Tesen oligopol	$K_4 > 60$ %
Ohlapen oligopol	$K_4 < 40$ %
Monopolistična konkurenca	Veliko ponudnikov, individualni t.d. > 10 %
Čista konkurenca	Vsaj 50 ponudnikov, vsi imajo majhne t.d.

Vir: W.G. Shepherd, The Economics of Industrial Organization, 1990, str. 14.

Tržno strukturo na konkretnih trgih ocenjujemo tako, da poskušamo izmeriti stopnjo tržne koncentracije. Po tržnem deležu daleč vodijo tri igralnice družbe Hit, d. d., in sicer Perla, Park ter Korona. Sledijo ji igralnice družbe Portorož (Lipica in Portorož). Takoj za njimi so uvrščeni trije igralni saloni iz območja Nove Gorice. Sledijo še ostale igralnice in igralni saloni. Pomembno je omeniti, da je kar nekaj igralnih salonov v rangu ali celo večjih od povprečnih slovenskih igralnic (Zagoršek, Jaklič & Zorič 2007, str. 33). Največji vpliv na slovensko igralništvo ima družba HIT, kljub temu, da je njen delež upadel iz 59,9 % leta 2007 na 56 % leta 2008. Samo HIT-ovi igralnici Park in Perla sta v letu 2006 ustvarili 45 % vseh igralniških prihodkov v Sloveniji. Prav tako je upadla tržna koncentracija, in sicer iz 73,4 % leta 2007, na 67,8 % leta 2008, kar pomeni, da so se tržni deleži štirih največjih igralnic zmanjšali.

V igralništvu je prisoten učinek grozdenja. Več kot je ponudnikov iste storitve na enem območju, večje prihodke bodo imeli. To pomeni, da več kot je različnih ponudnikov na določeni destinaciji oziroma lokaciji, bolj zanimiva postane ta destinacija za obisk ter s tem privabi nove segmente

gostov. Koristi iz povečanega povpraševanja imajo vsi ponudniki na destinaciji, ponavadi v skladu z njihovimi tržnimi deleži (primer takega učinka so nakupovalni centri ali gostinski lokali v središču mesta) (Zagoršek et al., 2007, str. 86).

Najpomembnejšo konkurenco slovenskemu igralništvu predstavljajo kazinoji v Avstriji in Italiji. Ne glede na to, da kazinoji sosednjih držav zajemajo goste na svojih domačih tleh in da slovenski kazinoji pridobivajo pretežni del gostov z njihovih tržnih območjih, so slovenski kazinoji po številu gostov dokaj izenačeni s številom gostov svojih dveh ključnih konkurentk. Če primerjamo turistični promet teh treh držav, lahko ugotovimo, da je v primerjavi s svojima sosedoma Slovenija v igralniškem turizmu bistveno močnejša kot v turizmu na splošno. Glavna značilnost teh dveh konkurentk je, da pri njih igra pretežno domača populacija in da je ponudba še dokaj klasično evropska (Luin, 2008, 161).

Na podlagi koncentracije, vstopnih ovir in diferenciacije lahko določimo tržno strukturo v dejavnosti igralništva. Kljub temu, da ima HIT veliko večji tržni delež kot ostali, ne moremo trditi, da gre za dominantno podjetje in cenovnega vodjo. Prej gre za obliko oligopola, predvsem, če gledamo z geografskega vidika in omejimo trg na Slovenijo ter HIT-ove konkurente iz sosednjih držav. Osnovne značilnosti tesnega oligopola so: majhno število ponudnikov, medsebojna odvisnost, individualna krivulja povpraševanja po proizvodih oligopolista je odvisna od akcij in reakcij ostalih ponudnikov, vsako podjetje si mora izoblikovati strategijo, ki poskuša čim bolj nevtralizirati dejanja konkurentov (Petrin et al. 2001a, str. 44). Problem pri določitvi oblike tržne strukture je tudi v geografski opredelitvi trga, ki predvsem v igralništvu zagotovo ne sovпада z nacionalnimi mejami. Z anketo bi morali pogledati predvsem, kaj kupci smatrajo za isti trg.

3 ANALIZA USPEŠNOSTI PANOGE IGRALNIŠTVO IN PODJETJA HIT, D.

V tem poglavju bom analizirala poslovanje podjetja HIT, d. d., na osnovi računovodskih podatkov iz bilance stanja in izkaza poslovnega izida; prav tako bom izračunala nekatere pomembnejše kazalnike ter primerjala poslovanje podjetja s poslovanjem panoge in celotnega slovenskega gospodarstva.

V podjetjih se neprestano sprašujemo, kaj bi se dalo izboljšati v poslovanju in kako to storiti, saj konkurenca neposredno odpira ta vprašanja. Iskanje odgovorov na ta vprašanja je predmet znanstvene discipline, ki ji tradicionalno pravimo analiza poslovanja (Pučko, 1998, str. 7). V mojem primeru pa z analizo poslovanja ugotavljam, kakšen je položaj HIT-a v panogi in kakšna je uspešnost poslovanja tega podjetja z vidika možnosti dolgoročne rasti. S finančno analizo računovodskih izkazov lahko pridobimo dobro sliko o finančnem stanju podjetja in oceno o trendu finančnega poslovanja podjetja. Za finančno analizo računovodskih izkazov poslovanja obstaja kar nekaj metod in tehnik, vendar se poleg analize absolutnih podatkov daleč najbolj uporablja analiza s

finančnimi kazalci (Mramor, 1993, str. 164).

3.1 ANALIZA KATEGORIJ BILANCE STANJA IN IZKAZA POSLOVNEGA IZIDA

Bilanca stanja je temeljni računovodski izkaz, v katerem je resnično in pošteno prikazano stanje sredstev ter obveznosti do njihovih virov v določenem trenutku (na koncu poslovnega leta ali medletnega obdobja), za katero se sestavlja. Sestavi se lahko za splošne ali posebne namene za potrebe zunanjega računovodskega poročanja. Izkaz stanja ima obliko dvostranske uravnotežene bilance stanja, kar pomeni, da so sredstva vedno enaka obveznostim do njihovih virov oziroma aktiva je enaka pasivi (SRS 24, 2006). Analiza bilance stanja pripomore, da spoznamo plačilno sposobnost analiziranega podjetja, njegovo finančno prožnost in zmožnost za ustvarjanje dobička, plačevanje zapadlih obveznosti in dividend (Epstein & Ali Mirza, 2003, str. 27). V nadaljevanju izhajajo vrednosti posameznih kategorij iz bilanc stanja in so navedene v evrih.

3.1.1 ANALIZA SREDSTEV

Sredstva so proizvodni resursi, ki imajo zmožnost zagotavljati podjetju neke ekonomske koristi v prihodnosti, torej zmožnost povečanja prihodnjih denarnih pritokov in zmanjšanja denarnih odtokov v prihodnosti. Predmet je lahko sredstvo, če bo prinašalo neke ekonomske koristi v prihodnosti (Stickney, 1996, str. 9).

Tabela 3: Struktura sredstev družbe HIT, d. d., na dan 31. 12. 2008 in primerjava z 31. 12. 2007 ter dejavnostjo v evrih

<i>Sredstva</i>	<i>Hit</i>						<i>Dejavnost</i>
	2000	2007	%	2008	%	I_{08/07}	2007
Dolgoročna sredstva	91.864.891	265.332.814	83,5	259.288.799	85	98	367.657.876
Kratkoročna sredstva	28.246.694	39.769.870	12,5	35.475.975	11,6	89	67.680.359
Kratkoročne aktivne časovne razmejitev	3.459.081	12.655.295	4	10.319.101	3,4	82	13.117.007
Skupaj	120.111.585	317.757.979	100	305.083.875	100	96	448.455.241

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Iz tabele vidimo, da je podjetje HIT konec leta 2008 razpolagalo s 305,1 mio EUR sredstev, to je za 4 % manj kot konec leta 2007, kar je posledica znižanja vrednosti tako dolgoročnih in kratkoročnih sredstev ter kratkoročnih aktivnih časovnih razmejitev. Delež vrednosti dolgoročnih sredstev v vseh sredstvih leta 2007 znaša 83,5 %, v letu 2008 pa 85 %. Ta delež se je povečal predvsem zaradi zmanjšanja vrednosti ostalih sredstev. Kratkoročna sredstva so se v letu 2008 vrednostno zmanjšala v primerjavi z letom 2007, in sicer za 11 % ter so tako znašala 11,6 %. V primerjavi s celotno dejavnostjo se strukturni deleži sredstev podjetja HIT ne razlikujejo veliko.

3.1.2 ANALIZA OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV

S finančnega vidika nam obveznosti do virov sredstev nakazujejo, kako je neki poslovni sistem financiran. V bilanci stanja so obveznosti do virov sredstev prikazane v pasivi. Medtem ko nam sredstva dajejo odgovor na vprašanje kaj, nam viri sredstev dajejo odgovor na vprašanje od kod. Viri sredstev so pravne in fizične osebe, ki so podjetju s svojimi finančnimi naložbami ali dobavami omogočile sredstva (Turk, 1990, str. 238).

Tabela 4: Struktura obveznosti do virov sredstev družbe HIT, d. d. na dan 31. 12. 2008 in primerjava z 31. 12. 2007 ter dejavnostjo v evrih

Obveznosti do virov sredstev	Hit						Dejavnost
	2000	2007	%	2008	%	I _{08/07}	2007
Kapital	82.455.086	190.305.445	59,9	157.138.905	51,5	83	224.838.081
Rezervacije in dolgoročne PČR	567.359	5.494.447	1,7	5.612.953	1,8	102	18.145.980
Dolgoročne obveznosti	n.p.	57.379.314	18,1	55.081.403	18,1	96	94.772.719
Kratkoročne obveznosti	n.p.	61.998.601	19,5	84.170.256	27,6	136	107.711.618
Kratkoročne PČR	4.593.114	2.580.172	0,8	3.080.358	1	119	2.986.842
Skupaj	120.111.585	317.757.979	100	305.083.875	100	96	448.455.241

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Iz Tabele 4 je mogoče razbrati, da je kapital v podjetju HIT prevladujoča oblika obveznosti do virov sredstev, saj je bil njegov delež 59,9 % v letu 2007 oziroma 51,5 % v letu 2008. To pomeni, da so sredstva podjetja večinoma financirana z lastnimi viri. Največji delež dolgov proučevanega podjetja v obveznostih do virov sredstev predstavljajo kratkoročne obveznosti. Njihov delež je bil leta 2007 19,5 %, leto kasneje pa 27,6 %. V dejavnosti je bil ta delež višji, saj je leta 2007 znašal 24 %. Dolgoročne obveznosti so se v podjetju v letu 2008 glede na leto 2007 zmanjšale za 4 %. Delež kratkoročnih in dolgoročnih PČR je zanemarljiv.

3.1.3 ANALIZA PRIHODKOV

Izkaz poslovnega izida je temeljni računovodski izkaz, ki prikazuje, koliko prihodkov je podjetje ustvarilo v enem letu, koliko je bilo odhodkov in kakšen poslovni izid ustreza takšnemu poslovanju. Lahko rečemo, da je povzetek učinkovitosti in uspešnosti delovanja organizacije v obračunskem obdobju. Poslovni izid je razlika med prihodki in odhodki, ki jih ima podjetje v določenem obračunskem obdobju (Melavc & Turk, 2001, str. 85). Lahko je pozitiven in v tem primeru govorimo o dobičku, ter negativen, v tem primeru govorimo o izgubi (SRS 2006). Vrednosti posameznih kategorij izhajajo iz izkazov poslovnega izida.

Slovenski računovodski standard (v nadaljevanju SRS) 18 opredeljuje prihodke kot povečanja

gospodarskih koristi v obračunskem obdobju v obliki povečanj sredstev (na primer denarja ali terjatev zaradi prodaje blaga) ali zmanjšanj dolgov (na primer zaradi opustitve njihove poravnave). Preko poslovnega izida vplivajo na vrednost kapitala (SRS, 2006). S prihodki razumemo celotno vrednost, ki jo podjetje ustvari s svojim poslovanjem v določenem obdobju. Opredeljeni so s prodajno vrednostjo prodanih količin, zajemajo pa tudi nekatere izredne postavke, ki prav tako povečujejo poslovni izid (Melavc & Turk, 2001, str. 76). Po SRS 18 so prihodki v izkazu poslovnega izida razdeljeni na prihodke iz poslovanja, prihodke iz financiranja in druge prihodke. Vsoti poslovnih prihodkov in finančnih prihodkov pravimo tudi redni prihodki.

Tabela 5: Obseg in struktura prihodkov podjetja HIT za leta 2000, 2007 in 2008 ter celotne dejavnosti v evrih

Prihodki	Hit						Dejavnost
	2000	2007	%	2008	%	I _{08/07}	2007
Poslovni prihodki	143.352.088	194.626.394	97,7	173.971.381	96,6	89	317.918.645
Finančni prihodki	2.749.605	3.271.341	1,6	3.574.250	2	109	7.919.451
Drugi prihodki	n. p.	1.311.966	0,7	2.541.601	1,4	194	2.828.432
Skupaj	146.101.694	199.209.701	100	180.087.232	100	90	326.120.528

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Iz Tabele 5 je razvidno, da so se skupni prihodki v letu 2008 zmanjšali za 10 % glede na leto 2007. V strukturi skupnih prihodkov daleč največji delež zavzemajo poslovni prihodki, saj je njihov delež znašal med 96 % in 98 % skupnih prihodkov, sledijo jim finančni prihodki z 1,6 % deležem v letu 2007 oziroma 2 % deležem v letu 2008. Najmanjši delež skupnih prihodkov predstavljajo drugi prihodki, saj je njihov delež manjši od 1,4 %.

3.1.4 ANALIZA ODHODKOV

Odhodki so nasprotje prihodkom in skupaj z njimi oblikujejo poslovni izid v določenem obračunskem obdobju. Nanašajo se na prodane količine, s katerimi so pridobljeni prihodki, zajemajo pa tudi nekatere druge postavke zunaj stroškov in nabavnih vrednosti, ki prav tako zmanjšujejo poslovni izid. Poenostavljeno bi jih lahko obravnavali kot žrtvovane vrednosti za doseganje prihodkov kot pridobljenih vrednosti (Turk et al., 2004, str. 91). Drugače lahko odhodke opredelimo kot zmanjšanja gospodarskih koristi v obračunskem obdobju v obliki zmanjšanja sredstev (zmanjšanja zalog blaga zaradi njihove prodaje, zmanjšanja zalog poslovnih učinkov zaradi njihove prodaje in drugega) ali povečanja dolgov (zaračunane obresti) (Turk et al., 2004, str. 355). Odhodke razvrščamo na poslovne, finančne in druge odhodke. Poslovni in finančni odhodki se imenujejo tudi redni odhodki.

Tabela 6: Obseg in struktura odhodkov podjetja HIT za leta 2000, 2007 in 2008 ter celotne dejavnosti v evrih

Odhodki	Hit						Dejavnost
	2000	2007	%	2008	%	I _{08/07}	2007
Poslovni odhodki	138.884.240	186.328.219	96,3	179.012.929	94,4	96	310.710.112
Finančni odhodki	2.707.270	5.736.135	3	10.357.669	5,5	181	10.313.890
Drugi odhodki	0	1.282.553	0,7	224.421	0,1	17	1.748.235
Skupaj	141.591.511	193.346.907	100	189.595.019	100	98	322.772.237

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Iz tabele razberemo, da je tudi na strani skupnih odhodkov podjetje HIT beležilo padanje. Leta 2008 so se skupni odhodki zmanjšali za 2 % glede na leto 2007. Vendar tudi to ni preveč ugodno, saj so se prihodki zmanjšali za 8 odstotnih točk več kot skupni odhodki. V strukturi odhodkov so največji delež zavzemali poslovni odhodki. V letu 2007 je njihov delež znašal 96,3 %, leta 2008 pa 94,4 %. Poslovni odhodki so se v letu 2008 zmanjšali za 4 %, prav tako so se zmanjšali drugi odhodki, in sicer kar za 83 %. Tako so največ pripomogli k znižanju skupnih odhodkov. Finančni odhodki so se povečali za 81 % glede na predhodno leto.

3.1.5 ANALIZA POSLOVNEGA IZIDA

Dobiček je razlika med vsemi prihodki in vsemi odhodki, ki se pojavljajo v preučevanem obdobju, če so seveda prvi večji. Seštevek vseh prihodkov označujemo tudi kot celotni prihodek, sestavljajo pa ga tri skupine, in sicer: poslovni, finančni ter drugi prihodki. Vsi odhodki, ki jih je treba pokriti s celotnim prihodkom, so prav tako sestavljeni iz treh skupin, in sicer iz: poslovnih, finančnih ter izrednih odhodkov. Če nam uspe pokriti vse odhodke s prihodki, nekaj pa še ostane, je to dobiček. Dobiček je pozitiven poslovni izid in nasprotuje izgubi, ki je negativen poslovni izid (Turk et al., 2004, str. 111).

Čisti dobiček je dobiček, zmanjšan za davke iz dobička. Čisti dobiček je pozitivni poslovni izid, ki pripada zgolj podjetju in se razporeja na podlagi dela ter kapitala. Na podlagi dela se razporeja na deleže zaposlenih iz čistega dobička, na podlagi kapitala pa na deleže, ki pripadajo lastnikom v obliki raznovrstnih nadomestil (dividende), na povečanje osnovnega kapitala, na oblikovanje rezerv in na nerazporejeni del čistega dobička (Hočevar et al. 2000, str. 115). V nadaljevanju bom s pomočjo Tabele 7 analizirala poslovni izid.

Tabela 7: Sestava poslovnega izida podjetja HIT za leto 2000, 2007 in 2008 ter primerjava s panogo v evrih

Poslovni izid	Hit				Dejavnost
	2000	2007	2008	I _{08/07}	2007
Poslovni prihodki	143.352.088	194.626.394	173.971.381	89	317.918.645
Poslovni odhodki	138.884.240	186.328.219	179.012.929	96	310.710.112
FINANČNI IZID IZ POSLOVANJA (EBIT)	4.467.848	8.298.175	- 5.041.548	/	7.208.533
Finančni prihodki	2.749.605	3.271.341	3.574.250	109	7.919.451
Finančni odhodki	2.707.270	5.736.135	10.357.669	181	10.313.890
POSLOVNI IZID IZ REDNEGA DELOVANJA	4.510.183	5.833.381	- 11.824.967	/	4.814.094
Drugi prihodki	n. p.	1.311.966	2.541.601	194	2.828.432
Drugi odhodki	0	1.282.553	224.421	17	1.748.235
CELOTNI POSLOVNI IZID	4.510.183	5.862.794	- 9.507.787	/	5.894.291
Davek iz dobička	n.p.	1.833.753	0	0	4.388.039
Odloženi davki	n.p.	-105.476	- 1.334.054	1.265	
ČISTI DOBIČEK	3.983.893	4.134.517	- 8.173.733	/	1.506.252

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Analiza poslovnega izida v Tabeli 7 pokaže, da je podjetje HIT imelo leta 2008 izgubo v višini 8.173.733 €. Če gledamo poslovni izid iz financiranja (finančni prihodki, finančni odhodki), ugotovimo, da ima podjetje v obeh letih prav tako izgubo iz financiranja. Enako velja za dejavnost. Drugi prihodki so bili v obeh letih višji kot drugi dohodki, zato pri tem poslovnem izidu podjetje beleži dobiček. Po vsoti vseh poslovnih izidov dobimo celotni dobiček, ki je leta 2007 še pozitiven, leta 2008 pa že negativen. Če od celotnega dobička odštejemo davke, dobimo čisti dobiček, ki je v letu 2008 za podjetje prav tako negativen.

3.2 ANALIZA POSLOVANJA S POMOČJO KAZALNIKOV

Računovodski izkazi ne povedo dovolj o uspešnosti podjetja, saj prikazujejo le absolutne vrednosti. Zaradi tega je smiselno uporabljati kazalnike, da ugotovimo relativna razmerja. Izračunavanje računovodskih kazalnikov je v praksi zelo pogost analitični postopek, saj z njim dobimo vrednosti, ki so primerljive v času in prostoru (Kavčič, 2002, str. 160). Računovodski kazalniki so relativna števila, ki se nanašajo na gospodarske kategorije, v katerih obstajajo računovodski podatki. Lahko so koeficienti, deleži ali indeksi, ki se dobijo s primerjavo dveh kategorij. Če se količnik pomnoži s 100, se govori o odstotnem koeficientu, odstotku udeležbe ali odstotnem indeksu (SRS 29).

3.2.1 KAZALNIKI LIKVIDNOSTI

Kazalniki likvidnosti nam pokažejo, kako uspešno podjetje poravnava svoje tekoče obveznosti. Večji kot so kazalniki, več sredstev ima podjetje na voljo za pokrivanje svojih obveznosti in manj verjetne so bodoče likvidnostne težave. Za podjetje HIT in panogo so ti kazalniki podani v spodnji tabeli.

Kratkoročni koeficient nam pokaže, ali bi podjetje lahko pokrilo vse trenutne kratkoročne obveznosti s kratkoročnimi sredstvi, ki jih ima. Višja vrednost kazalca pomeni (večja od 1), da bo podjetje lažje poravnalo kratkoročne obveznosti (Helfert, 1994, str. 139). Izračunamo ga kot razmerje med kratkoročnimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi. **Pospešeni koeficient** nam pove, ali bi podjetje lahko pokrilo svoje trenutne kratkoročne obveznosti, če ne bi moglo uporabiti (prodati) zalogo za pokrivanje teh obveznosti. Izračunamo ga tako, da od kratkoročnih sredstev odštejemo zaloge in razliko delimo s kratkoročnimi obveznostmi. Priporočena vrednost za ta kazalnik je okrog 1, vendar pa na velikost koeficienta vplivajo tudi razni dejavniki in značilnosti posamezne panoge. **Hitri koeficient** je razmerje med likvidnimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi. Meri sposobnost podjetja poravnati tekoče kratkoročne obveznosti z denarjem, ki ga ima (Brigham, 1995, str. 72). Priporočena vrednost za hitri koeficient je okoli 0,5.

Tabela 8: Likvidnostni kazalniki podjetja HIT ter primerjava s panogo

Kazalniki likvidnosti	HIT			Dejavnost
	2007	2008	I _{08/07}	2007
Kratkoročna sredstva (1)	39.769.870	35.75.975	89	67.680.359
Kratkoročne obveznosti (2)	61.998.601	84.170.256	136	107.711.618
Zaloge (3)	1.935.442	1.891.214	98	2.683.819
Denar (4)	15.097.742	13.699.170	91	29.055.997
Kratkoročni koeficient (1/2)	0,64	0,42	66	0,63
Pospešeni koeficient ((1-3)/2)	0,61	0,4	66	0,6
Hitri koeficient (4/2)	0,24	0,16	67	0,27

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Kratkoročni koeficient je v letu 2007 znašal 0,64, leta 2008 pa 0,42, kar pomeni, da se je zmanjšal za 34 %. Vrednosti tega koeficienta za HIT se v primerjavi s celotno panogo razlikujeta. V letu 2007 je v panogi znašal 0,63 in je bil skoraj enak kot za proučevano podjetje. Vrednost pospešenega koeficienta v obeh letih ni presegla vrednosti 1. V letu 2007 je znašala 0,61, leto kasneje pa je bila ta vrednost še nižja, sicer za 34 %, in je znašala 0,40. Tudi vrednosti za celotno dejavnost ne presegajo vrednosti 1, kar pomeni, da tako podjetje kot celotna dejavnost ne bi bila sposobna pokriti svoje trenutne kratkoročne obveznosti, če ne bi mogli uporabiti zalogo za pokrivanje teh obveznosti. V letu 2007 je hitri koeficient znašal 0,24, v letu 2008 pa 0,16, kar pomeni, da se je vrednost kazalca zmanjšala za 33 %. Vzrok za takšno poslabšanje je potrebno iskati v povečanju kratkoročnih obveznostih in zmanjšanju denarnih sredstev. Podjetje v nobenem od analiziranih let ni bilo likvidno glede na priporočene vrednosti kazalnikov likvidnosti. Podobno velja tudi za ostala podjetja v panogi.

3.2.2 KAZALNIKI STRUKTURE FINANCIRANJA

Kazalniki strukture financiranja so usmerjeni v analizo načina financiranja podjetja (Hočevar et al., 2000, str. 408). **Stopnja kapitalizacije** nam pove, kolikšen delež sredstev je financiran s kapitalom. Izračunana je kot razmerje med kapitalom in sredstvi. Večja stopnja kapitalizacije kaže na večjo varnost podjetja, vendar previsoka stopnja kapitalizacije ni dobra, ker so kapital in lastna sredstva dragi. **Stopnja zadolženosti** pa nam pove, kolikšen delež sredstev je financiran z dolgom. Večja stopnja zadolženosti kaže na bolj učinkovito finančno politiko podjetja, vendar tudi previsoka stopnja zadolženosti ni dobra, ker povečuje tveganje bankrota. **Finančni vzvod** nam prikazuje razmerje med dolgovi in kapitalom. Večja kot je vrednost kazalnika, večji je delež dolgov med viri financiranja.

Tabela 9: Kazalniki financiranja podjetja HIT in primerjava s panogo

<i>Kazalniki financiranja</i>	<i>HIT</i>			<i>Dejavnost</i>
	2007	2008	I _{08/07}	2007
Kapital (1)	190.305.445	157.138.905	83	224.838.081
Sredstva (2)	317.757.979	305.083.875	96	448.455.241
Dolg (3)	119.377.915	139.251.659	117	202.484.337
Stopnja kapitalizacije (1/2)	0,599	0,515	86	0,501
Stopnja zadolženosti (3/2)	0,376	0,456	121	0,452
Finančni vzvod (3/1)	0,63	0,87	138	0,9

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Stopnja kapitalizacije je leta 2007 znašala 59,9 %, naslednje leto pa 51,5%. Financiranje s kapitalom je padlo za 14 % oz. za 8,4 % točke. Stopnja je padla zaradi večjih sredstev in zaradi zmanjšanja kapitala. Stopnja zadolženosti je leta 2007 znašala 37,6 %, leta 2008 pa 45,6 %. Financiranje z dolgom je torej naraslo za 21 % oz. za 8 % točk. Ker stopnja zadolženosti še vedno ni previsoka, tako za podjetje kot za dejavnost, je to ugodno, saj dražji vir financiranja nadomeščajo s cenejšim. Vrednost finančnega vzvoda je v letu 2008 znašala 0,87, v predhodnem letu pa 0,63. Tako je imelo podjetje HIT v letu 2007 63 denarnih enot dolga na 100 denarnih enot kapitala, v letu 2008 pa na 100 denarnih enot kapitala 87 denarnih enot dolga. Iz kazalnikov strukture financiranja ugotavljam, da se je zadolženost v HIT-u glede na predhodno leto povečala, medtem ko je bila panoga leta 2007 v povprečju bolj zadolžena kot proučevano podjetje.

3.2.3 KAZALNIKI SOLVENTNOSTI

Kazalniki solventnosti nam kažejo na to, kakšna je »dolgoročna likvidnost«, torej, ali bo podjetje na dolgi rok lahko poravnalo svoje obveznosti. **Dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev** prikazuje, v kakšni meri podjetje financira svoja dolgoročna sredstva z dolgoročnimi viri. Če je vrednost kazalnika večja od 1, je dolgoročno financiran tudi del kratkoročnih sredstev, v nasprotnem primeru

pa so dolgoročna sredstva delno financirana tudi s kratkoročnimi sredstvi. Izračunamo ga po naslednji formuli:

$$\text{DPDS} = \frac{\text{Dolgoročni viri sredstev}}{\text{Dolgoročna sredstva}} = \frac{\text{Kapital + Rezervacije + DR Dolg + (DR PČR)}}{\text{Dolgoročna sredstva}} \quad (2)$$

Tabela 10: Dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev podjetja HIT in primerjava s panogo

Kazalnik solventnosti	HIT			Dejavnost
	2007	2008	I _{08/07}	2007
Kapital (1)	190.305.445	157.138.905	83	224.838.081
Rezervacije in dolgoročne PČR (2)	5.494.447	5.612.935	102	18.145.980
Dolgoročne obveznosti (3)	57.379.314	55.081.403	96	94.772.719
Dolgoročna sredstva (4)	265.332.814	259.288.799	98	367.657.876
Dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev ((1+2+3)/4)	0,95	0,84	88	0,92

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Vrednost izračunanega kazalnika v Tabeli 10, se je v letu 2008 v primerjavi z letom 2007 zmanjšala za 12 % in je tako znašala 0,84. Izračun kaže, da so bila dolgoročna sredstva delno financirana tudi s kratkoročnimi viri tako v podjetju kot v panogi. Vzrok, da je vrednost kazalnika v podjetju HIT leta 2008 padla, je v zmanjšanju kapitala in zmanjšanju dolgoročnih obveznosti v letu 2008.

3.2.4 KAZALNIKI USPEŠNOSTI

Produktivnost je razmerje med prihodki in povprečnim številom zaposlenih, **ekonomičnost** pa med prihodki in odhodki. Podjetje je uspešno, če je vrednost tega kazalnika večja od ena in takrat izkazuje dobiček. **Dobičkonosnost sredstev** ali **ROA** (ang. *Return On Assets*) pove, kako uspešno je bilo poslovanje pri upravljanju sredstev. Pokaže nam, koliko čistega dobička (čiste izgube) je podjetje ustvarilo na vsakih 100 denarnih enot obstoječih sredstev ne glede na to, kako so bila financirana. Podjetje posluje uspešneje, če je vrednost tega kazalnika čim večja. ROA je razmerje med dobičkom in povprečnimi sredstvi. **Dobičkonosnost kapitala** ali **ROE** (ang. *Return On Equity*) pa med dobičkom in povprečnim kapitalom. ROE je s stališča lastnikov podjetja najpomembnejši in eden najpogosteje uporabljenih kazalnikov poslovne uspešnosti. Kazalnik pojasnjuje, kako uspešno upravlja poslovanje s premoženjem lastnikov. Pokaže, koliko čistega dobička je podjetje doseglo na vsakih 100 denarnih enot vloženega kapitala. Gospodarska družba je poslovno uspešnejša, če je vrednost tega kazalnika čim večja (Hočevar, Igličar & Zaman, 2001, str. 424).

Tabela 11: Kazalniki uspešnosti podjetja HIT in primerjava s panogo

Kazalniki uspešnosti	HIT			Dejavnost
	2007	2008	I _{08/07}	2007
Prihodki (1)	199.209.701	180.087.232	90	326.120.528
Povprečno št. zaposlenih (2)	1.766,35	1.726,75	97,8	2.876,37
Odhodki (3)	193.346.907	189.595.019	98	322.772.237
Dobiček (4)	4.134.517	- 8.173.733	/	1.506.252
Povprečna sredstva (5)	282.505.797	311.420.927	110	367.657.876
Povprečni kapital (6)	171.510.203	173.722.175	101	224.838.081
Produktivnost (1/2)	112.780	104.293	92,5	113.379
Ekonomičnost (1/3)	1,03	0,95	97,9	1,01
ROA (4/5)	1,46%	- 2,62 %	/	0,41 %
ROE (4/6)	2,41%	- 4,70 %	/	0,67 %

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009

Ekonomičnost je v letu 2007 znašala 1,03, leta 2008 pa 0,95. Podjetje HIT je pokrivalo odhodke s prihodki samo v prvem proučevanem letu, zato lahko rečem, da je bilo poslovanje podjetja HIT v letu 2007 bolj uspešno kot v letu 2008. Izračunana vrednost za celotno dejavnost je v letu 2007 prav tako višja od ena, kar pomeni, da so skupno imela podjetja več prihodkov kot odhodkov. Istega leta je bilo podjetje HIT boljše od panoge. Leta 2007 je ROA znašala 1,46 %, kar pomeni, da je podjetje na 100 denarnih enot sredstev ustvarilo 1,46 denarnih enot čistega dobička, leto kasneje pa je s 100 denarnimi enotami sredstev ustvarilo 2,62 enot izgube. Tudi celotna dejavnost je leta 2007 imela pozitivno vrednost in je na 100 denarnih enot sredstev ustvarila 0,41 denarne enote čistega dobička, kar je za 1,05 denarne enote manj kot obravnavano podjetje. V letu 2007 je bila dobičkonosnost kapitala oziroma ROE 2,41 %, v letu 2008 pa se je zmanjšala na - 4,7 %. Tako je na 100 denarnih enot kapitala podjetje v letu 2007 ustvarilo 2,4 denarne enote čistega dobička, v letu 2008 pa 4,7 denarne enote izgube. Če pogledamo še izračunan kazalnik za celotno dejavnost, lahko opazimo, da je bila vrednost kazalnika leta 2007 nižja kot za podjetje, in sicer je znašala 0,67 %, kar pomeni, da je skupina podjetij v dejavnosti leta 2007 ustvarila 0,67 denarnih enot čistega dobička na 100 denarnih enot.

4. MOŽNOSTI RASTI IN KREPITVE TRŽNEGA POLOŽAJA HIT, D. D.

4.1. ZUNANJE OMEJITVE IN PRILOŽNOSTI

Podjetje ima notranje sposobnosti in omejitve pri rasti, po drugi strani pa je tudi okolje tisto, ki mu daje priložnosti ali pa ga omejuje. Zato lahko panogo gledamo kot omejitev ali kot priložnost. Slovenija ima možnost, da razvije privlačen in razpoznaven izvozno usmerjen igralniško-zabavišni produkt. Že sedaj predstavlja zabavišni turizem enega izmed temeljev turističnega in

gospodarskega razvoja Slovenije. V današnji tržni situaciji je uspešen razvoj izvoznega igralniškega turizma možen le z izgradnjo velikih turističnih igralniško-zabavišnih kompleksov (Letno poročilo 2007, 2008, str. 5).

V zadnjem času se igralniška industrija sooča z novimi izzivi, ki jih zaznavamo v vse večji zahtevnosti igralniških gostov. Pojavljajo se zahteve po storitvah, ki nudijo vse več zabave. Z razvojem interneta se je pojavila tudi alternativna ponudba iger na srečo v obliki virtualnih igralnic. Velika prednost virtualnih igralnic so vsekakor nižji stroški poslovanja. Takšna oblika prirejanja iger na srečo je prav gotovo izziv, tako za igralniško industrijo, za državo in za same igralce. Razvoj tehnologije je tudi družbam, ki se ukvarjajo s prirejanjem klasičnih iger na srečo (loterije), omogočil, da so se bolj agresivno vključile v konkurenčni boj.

Velika izgubljena priložnost bi bila ne razviti igralniško-zabavišne dejavnosti v optimalnem obsegu, zato je Ministrstvo za gospodarske dejavnosti, ki gleda na ta turistični produkt kot na sestavni del celostne turistične ponudbe Slovenije, skupaj z Uradom za nadzor nad prirejanjem iger na srečo in z Gospodarsko zbornico Slovenije iniciralo pripravo »Strategije razvoja igralništva v Sloveniji v sklopu celostnega razvoja turističnega gospodarstva«. Cilj je, ob usklajenih interesih vplivnih dejavnikov zagotoviti harmoničen, optimalen in trajnostni razvoj panoge, ki naj ob jasnih in razvojno naravnanih pogojih gospodarjenja, nadzorovanem in transparentnem poslovanju vplaga pozitivne učinke v razvoj turistične ponudbe zaokroženega turističnega območja in tudi v razvoj turizma na celotnem območju Slovenije (Jaklič, Zagoršek, Pahor & Knežević, 2006, str. 18–22). Že dosedanja razvoj in lociranost kažeta na to, da ima tovrstna turistična ponudba v Sloveniji večje razvojne možnosti na obmejnih območjih kot v notranjosti države, od tega pa pretežno na zahodni meji. Zahodno območje realizira 88 %, severno 8 %, notranje pa 4 % vseh obiskov v slovenskih igralnicah.

Zakonsko regulatorni sistem urejanja igralniške dejavnosti je zaostal za sodobnimi potrebami urejanja in usmerjanja dejavnosti, zato Slovenija nujno potrebuje poglobljeno strokovno razpravo, posodobljeno strategijo razvoja dejavnosti in zakonodajo, ki bo dejavnost vsebinsko in institucionalno umestila v turistične strategije Slovenije ter upoštevala trende razvoja dejavnosti v Evropski uniji. Obstoječi pravni in davčni okvir Slovenije namreč temeljita na predpostavkah iz sredine devetdesetih let prejšnjega stoletja, kar povzroča razvojne deviacije in nepotrebna trenja med podjetji, politiko in civilno družbo (HIT, d. d, Deklaracija, 2009). Problematika igralniške dejavnosti v Sloveniji je predvsem naslednja (Luin, 2008, str. 163):

- zaradi nedorečenosti zakonodaje je zaustavljen razvoj dejavnosti;
- progresivna obdavčitev ni razvojno vzpodbudna. Sistem obdavčitve onemogoča ustvarjanje primerne akumulacije za razvoj;
- lastninjenje podjetij, ki izvajajo igralniško dejavnost, še ni zaključeno. Ni ustreznih ciljev, ki naj se dosežejo s predpisano lastniško strukturo podjetij;

- z nekonstruktivnim pristopom dnevne politike in medijev je vzpodbujeno negativno razpoloženje slovenske javnosti do dogajanj v sferi igralniške dejavnosti;
- prisoten je odpor občin do igralniške dejavnosti zaradi neprejemanja dela koncesijskega davka, zato občine uvajajo občinske takse, kar še dodatno obremenjuje dejavnost;
- nejasna perspektiva dejavnosti zaradi nesprejete celovite igralniške dejavnosti otežuje poslovanje in manjša motivacijo zaposlenih za tekoče delo ter za načrtovanje razvoja;
- neposodabljanje in dopolnjevanje ponudbe zmanjšujeta privlačnost ter kopetitivnost igralniške ponudbe, kar pomeni nazadovanje v primerjavi z neposredno konkurenco;
- zaradi neodvajanja koncesijske dajatve občinam, prihaja do zastoja pri razvijanju krajevne in turistične infrastrukture ter sredstva, ki po zakonu pripadajo občinam, kjer se igralnice nahajajo, se odvajajo neposredno v državni proračun;
- zakonsko so onemogočena vlaganja slovenskega igralništva v tujini;
- kljub določilom zakona o igrah na srečo se zaradi nedorečenosti zakonodaje fiskalni viri iz naslova igralništva ne namenjajo za razvoj in promocijo turizma na lokalni in državni ravni, kar onemogoča razvojno naravnano prilivov iz naslova igralniške dejavnosti;
- dejavnost služi predvsem fiskalni politiki za vir davkov ne pa razvojni turistični politiki.

V zadnjem strateškem obdobju je bilo narejenih nekaj pozitivnih premikov v izboljšanju zakonodajnega okvira, ki ureja specifično področje turizma. Kljub pozitivnim premikom na zakonodajnem področju, izvajanju novih in dopoljenih zakonskih predpisov se v praksi izboljšave še vedno ne kažejo (Turistica, Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007–2011, 2006, str. 144–145).

Družba ima do igralnic tako pozitiven kot negativen odnos. Pozitiven zaradi koristi, ki jih ta nova ponudba prinaša, negativen pa zaradi motenj, ki jih povzroča, kot tudi zaradi osebnega odpora posameznikov do te ponudbe, ki je z njihovega stališča nemoralna. Z vedno večjo prisotnostjo iger na srečo se v ljudeh ustvarja iluzija, da si bodo lahko prej ustvarili blaginjo z igranjem kot pa s trdim delom. Prav spreminjanje vrednot od dela k igri je tisti rezultat, ki je verjetno za razvoj družbe najmanj zaželen. Na splošno se tolerantnost družbe do igranja in igralniške ponudbe povečuje. Bolj izrazit odpor se pojavlja, če je igralniška ponudba usmerjena na domače goste (Luin, 2008, str. 68).

4.2 MOŽNOSTI RASTI IN KREPITVE POLOŽAJA PODJETJA HIT, D. D.

Z vidika rasti in krepitve tržnega položaja podjetja je zelo pomembno, kakšna je uspešnost poslovanja podjetja glede na panogo ter uspešnost panoge glede na celotno gospodarstvo.

Tabela 12: Tržni položaj panoge in podjetja HIT za leto 2008

	<i>Povprečna plača (€)</i>	<i>Profitna stopnja (ROA)</i>	<i>ROE</i>
Hit	2.439	- 2,62 %	- 4,7 %
Igralništvo	2.134	- 2,07 %	- 4,6 %

SLO gospodarstvo	1.396	1,67	4,64
------------------	-------	------	------

Vir: GV-IN, 2009; Poslovni imenik bizi.si, 2009; Banka statističnih podatkov, 2009

Povprečna bruto plača je leta 2008 v podjetju HIT znašala 2.439 €, plače v igralništvu pa so bile nekoliko nižje. Kljub temu so plače v panogi veliko višje kot če pogledamo slovensko povprečje. V HIT-u se je med letoma 2007 in 2008 situacija zelo spremenila. Tako je bila dobičkonosnost sredstev negativna, in sicer je znašala - 2,62 %. Enako velja za panogo, kjer je ROA znašala -2,07 %. Pozitivno dobičkonosnost sredstev je doseglo le slovensko gospodarstvo kot celota. Podobno velja za čisto dobičkonosnost sredstev – podjetje in panoga imata negativno ROE, le gospodarstvo je doseglo pozitivno vrednost. V dejavnosti igralništva je bila torej cena dela nadpovprečna, donosnost kapitala pa podpovprečna glede na slovensko gospodarstvo. Enako velja za HIT, ki je imel nadpovprečno ceno dela in podpovprečno donosnost kapitala glede na panogo.

Tako za HIT kot za večino podjetij danes velja, da je globalizacija zaostri la boj za potrošnika in njegov proračun. Podjetja si zato poskušajo zagotoviti svoj tržni položaj na podlagi ubranljivih konkurenčnih prednosti. Tudi HIT bo moral, če bo želel ohraniti tržni delež, poiskati in izkoristiti svoje konkurenčne prednosti, ki jih še ima. Glavne prednosti, ki jih ima podjetje HIT, so naslednje (Kofol, 2000, str. 127):

- je edino podjetje, ki v Evropi ponuja celovit igralniško-zabaviški produkt;
- ima ugodno lego ob emitivnih trgih;
- kakovostno in usposobljeno delovno silo ter »know-how« na svetovni ravni;
- dober ugled in dobre odnose z javnostmi;
- je dobro poznano v severni Italiji, kjer ima še precejšen tržni potencial.

Po Prašnikarju (2002, str. 14) ostajajo sicer HIT-u predvsem stroškovne prednosti, ki se s širjenjem ponudbe in kvaliteto storitev zmanjšujejo.

V zadnjem obdobju so se razmere poslovanja precej spremenile. Resno se krepi ta domača in tuja konkurenca ter tudi virtualno igralništvo nepovratno spreminja podobo igralniškega trga. Da bi postala družba manj ranljiva, širi produkt in razpršuje vlaganja doma ter v Evropi. Izhajajoč iz tržnih pogojev je njen ključni strateški projekt pospešeno dograjevanje igralniško-zabaviščne destinacije »Goriška«, z namenom razširitve tržišča HIT-a od dnevnih obiskovalcev na goste z večdnevni m bivanjem. Družba načrtuje strateške povezave s svetovno uveljavljenim partnerjem, če bo zakonodaja to omogočila, da bi bila še bolj prepoznavna za goste iz širšega evropskega prostora. Prav izgradnja Nove Gorice kot večdnevne turistično-igralniške destinacije je osrednja usmeritev HIT-a v naslednjih obdobjih. Dinamika vlaganj bo odvisna predvsem od sprememb zakonodaje oz. razvojno naravnane ga obdavčenja. Če bodo spremembe zakonodaje podpirale razvoj izvozno usmerjenega turističnega igralništva, bodo vlaganja bistveno večja in hitrejša, kot če do teh sprememb ne pride. Prav s prizadevanjem družbe je projekt izgradnje »Goriškega turističnega kompleksa« uvrščen med nacionalne razvojne prioritete. Zaradi tega je še toliko bolj pomembno, da bi prišlo do sprememb igralniške zakonodaje in s tem tudi do postopne uresničitve tega projekta.

Zaradi nediverzificirane turistične ponudbe je Nova Gorica v dolgoročno negotovem položaju. V Italiji je ustanavljanje novih igralnic prepovedano. Če se bo italijanska igralniška zakonodaja sprostita, bo to pomenilo porast konkurence (Letno poročilo 2007, 2008, str. 4).

Ključna elementa, ki sta za rast in krepitev tržnega položaja HIT-a, sta naslednja: 1) HIT bo moral v naslednjem obdobju zelo veliko investirati v neigralniško turistično ponudbo, ker sama igralniška dejavnost brez obsežnejšega dopolnjevanja z drugimi storitvami ni več konkurenčna, tudi ne privablja novih gostov, ki pričakujejo več kot samo igralništvo; 2) HIT-ov obstoječi investicijski potencial brez sprememb zakonodaje ne zadošča za izvedbo vseh razvojnih investicij. Prihodnost HIT-a ni odvisna samo od njih samih, ampak v veliki meri tudi od države, ki mora zagotoviti konkurenčne pogoje poslovanja (HIT, Strategija razvoja družbe in skupine HIT, str. 3).

Z naraščanjem konkurenčnosti in liberalizacijo gospodarstev se konkurenčne prednosti igralništva ohranjajo čedalje krajši čas. Življenjska doba igralniškega produkta je tudi sicer zelo kratka, zato so v tej dejavnosti nujne stalne investicije. Izdatki za investicije so običajno visoki, prav tako visoki so običajno tudi donosi. Zelo huda konkurenca stalno zahteva nove in nove inovacije ter stalno prilagajanje tržnim potrebam. Potrebno je neprestano strateško obnašanje in predvidevanje aktivnosti konkurentov ter temu ustrezno odzivanje. Poleg strateških dejavnikov je pri presoji zmožnosti rasti in razvoja potrebno upoštevati tudi finančne sposobnosti podjetja. Obstojajo tri možnosti financiranja, in sicer z lastnimi viri, trajnim kapitalom ter z dolžniškim kapitalom. V Tabeli 13 prikazujem možnost samofinanciranja investicij.

Tabela 13: Sposobnost samofinanciranja investicij v letu 2008

<i>2008, v evrih</i>	<i>HIT</i>
Profit	- 8.173.733
Amortizacija	19.745.819
Denarna sredstva	13.699.170
Kratkoročne finančne naložbe	13.169.035
Dolgoročne finančne naložbe	111.361.602
Možnost samofinanciranja	149.801.893
Delež maksimalnega zneska samofinanciranja v premoženju v %	49,1 %

Vir: GV-IN, 2009

Sposobnosti financiranja investicij z dolžniškim kapitalom glede na podatke o poslovanju podjetja HIT, d. d., v letu 2008 ni, saj je podjetje v tem letu beležilo izgubo v višini 8.173.733 evrov. Glede na omejenost sredstev, na kar bistveno vpliva obstoječa zakonodaja, ki ne omogoča večjih dokapitalizacij in vstopanja zasebnih lastnikov, tudi ni večjih možnosti financiranja investicij s trajnim kapitalom. Družba HIT bo investicijski cikel začela s sredstvi, ki bodo kombinacija obstoječih lastnih sredstev in morebitnega dezinvestiranja nestrategičnih naložb. Dolgoročno bo podjetje lahko izvedlo investicije le ob spremembi zakonodaje, ki bo omogočila dokapitalizacijo, vključitev finančnih in strateških lastnikov ter delavcev. Takšna lastniška struktura bo olajšala tudi

delo uprave, ki je sedaj vezana na togost sistema, ki temelji na večinskem lastništvu paradržavnih skladov in lokalne skupnosti (HIT, Strategija razvoja družbe in skupine HIT, str. 17, 18).

Poslovanje podjetja HIT leta 2008 ni bilo boljše od povprečja v panogi, menim pa, da gre vendarle zgolj za trenutno stanje, saj je bilo podjetje prejšnja leta vodilno oziroma eno od najuspešnejših podjetij v panogi. Tako je bilo tudi igralništvo leta 2008 slabše od povprečja v gospodarstvu. Kljub temu obstaja v panogi še veliko možnosti za rast. Zabava postaja način življenja, ponudba zabave pa velika industrija. Potencialni trgi za trženje igralniško-zabaviškega produkta bodo v naslednjih letih predvsem že sedaj obstoječi trgi, kjer je še veliko neizkoriščenega potenciala. Največji delež bo tudi v bodoče predstavljal zahodni trg. Z večanjem celostne in atraktivne igralniške ponudbe se krog obiskovalcev širi, gostota potrošnikov na teh trgih se večja, pogostost obiskov raste. Nadaljevanje teh trendov je pričakovati tudi v bodoče ob predpostavki, da se bo ponudba širila, posodabljala in konstantno nadgrajevala njeno atraktivnost. Podjetje HIT ima tudi svojo strategijo, v kateri opredeljuje ključna izhodišča delovanja v naslednjem srednjeročnem obdobju 2008–2012. To so predvsem razna investiranja, za katera so potrebna finančna sredstva, ki jih HIT trenutno nima veliko. Podjetje se najlažje financira s samofinanciranjem in ta sredstva lahko uporabi za obnovo obstoječih zmogljivosti ter za nove investicije. Možnosti zunanjega pridobivanja sredstev nima, saj je v letu 2008 HIT posloval z izgubo. Tako se opira predvsem na svoje vire. HIT-ov obstoječi investicijski potencial je odvisen tudi od zakonodaje, za katero menim, da bi jo bilo za zagotavljanje rasti dejavnosti igralništva potrebno prilagoditi oziroma spremeniti.

SKLEP

Igralništvo, ki velja za eno od najstarejših oblik razvedrila, je v zadnjih desetletjih postala z ekonomskega in političnega vidika zanimiva dejavnost. V sodobnih družbah so igre na srečo vedno bolj prisotne v vsakdanjem življenju posameznika. S primerjalno analizo podjetja HIT, d. d., s panogo, sem želela ugotoviti položaj podjetja v okolju oziroma v panogi. Analiza panoge je nujno potrebna, da podjetja ocenijo svoje prednosti in slabosti v primerjavi s konkurenco ter ugotovijo priložnosti za konkurenčne prednosti. Geografsko relevantni trg obsega območje, na katerem so pogoji konkurence dovolj enotni. Tako največja HIT-ova konkurenca prihaja iz Italije, kjer je že prišlo do postopne liberalizacije igralništva v okviru gostinskih lokalov ter rasti obsega dejavnosti igralništva na področju Benetk. Konkurenca prihaja tudi iz Avstrije, kjer je položaj igralništva relativno stabilen, prihaja pa do posodabljanja igralniških kapacitet v smeri posnemanja HIT-ovega modela ponudbe (zabava, širša turistična ponudba).

V Sloveniji prireja žive igre na srečo šest igralniških družb, med katerimi je, po mojih ugotovitvah, tržna porazdelitev zelo neenakomerna, največji tržni delež pa ima podjetje HIT. Tržni delež se je podjetju nekoliko zmanjšal, prav tako je padla tržna koncentracija. To je znak vstopa nove konkurence, predvsem igralnih salonov, ki se primarno razvijajo na področjih, kjer že delujejo igralnice in tako izkoriščajo uveljavljenost lokacij. Razvija se tudi igranje na daljavo (internet), ki do določene mere nadomešča igre na srečo v igralnicah. Igralništvo je na splošno močno regulirana

dejavnost, ki je hkrati obremenjena z nadpovprečno visokimi dajatvami. V kolikor želi nekdo odpreti igralnico, za to potrebuje državno koncesijo in je podvržen strožjemu nadzoru državnih organov. Zato predstavljajo v danih razmerah največjo nevarnost vstopa na trg kar obstoječe igralnice z odprtjem novih igralniških zmogljivosti. Igralnice so si začele konkurirati s spremljajočimi dejavnostmi, kar vodi do vedno večje diferenciacije.

S finančno analizo računovodskih kazalnikov sem pridobila dobro sliko o stanju podjetja in njegovem poslovanju. HIT je v letu 2007 bil v povprečju boljši od ostalih podjetij v panogi, kar je zelo pomembno z vidika rasti in krepitve tržnega položaja. Za ohranitev le-tega so potrebne stalne investicije, saj podjetje lahko raste samo, če sta izpolnjena dva pogoja – rasti mora trg in hkrati mora biti podjetje sposobno financirati to rast. Trenutno ima podjetje omejene vire za financiranje investicij, saj je v letu 2008 poslovalo z izgubo, pa tudi zakonodaja preprečuje večje dokapitalizacije. Igralniška industrija in z njo tudi podjetje HIT bosta v prihodnosti morala precej vložiti v zabavno komponento integriranega igralniškega produkta. Investirati bo potrebno v spremljajoče dejavnosti, ki niso tako visoko donosne, kot je sama dejavnost prirejanja iger na srečo. Njihov namen bo moral biti pritegnitev širokega kroga obiskovalcev. Zaradi zakonskih nedorečenosti se dejavnost ni razvijala v skladu s tržnimi možnostmi in zato je tudi slovenski turizem imel od tega manj kot bi lahko imel. Kot sprejemljiv izhod iz nastale razvojne blokade se je pokazala izdelava strategije razvoja igralništva Slovenije. Panoga je tako dobila jasen okvir in usmeritev, kako se lahko razvija, da bosta razvoj in poslovanje v skladu s pričakovanji ter cilji družbe.

LITERATURA IN VIRI

- 1) Bain J., Qualls P.D. (1987). *Industrial Organization*. Greenwich (Conn.): JAI Press.
- 2) *Banka statističnih podatkov*. Najdeno 15. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://bsp1h.gov.si/D2300.kom/komstart.html>
- 3) Bergant Ž. (1995). *Sistem kompletne analize finančnega položaja podjetja*. Ljubljana: ITEO – Inštitut za trženje, ekonomiko in organizacijo.
- 4) Brigham F. E. (1995). *Fundamental of Financial Management* (7th ed.). Fort Worth: The Dryden Press.
- 5) Cabral L.M.B. (2000). *Introduction to Industrial Organization*. London: MIT Press.
- 6) Epstein J. B., Abbas A. M. (2003). *Interpretation and Application of International Accounting Standards*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- 7) Gibson H. C. (2001). *Financial Reporting and Analysis: using financial accounting information* (8th ed.). London: South Western College Publishing.
- 8) GV IN – *poslovne informacije po vaši meri*. Najdeno 16. marca 2009 na spletnem naslovu <http://www.gvin.com>
- 9) Hefferman S. (1996). *Modern Banking in Theory and Practice*. Chichester: John Wiley & Sons.
- 10) Helfert A. E. (1994). *Techniques of Financial Analysis* (8th ed.). Homewood: Richard D. Irwin Inc.
- 11) Helfert A. E. (2000). *Techniques of Financial Analysis* (10th ed.). Boston: irwin/McGraw-Hill.
- 12) Hit d.d – *Deklaracija*. Najdeno 10. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.hit.si/Deklaracija.pdf>
- 13) Hit d.d. (2008). *Letno poročilo 2007*. Nova Gorica: Hit, d.d.
- 14) Hit d.d. (2006). *Letno poročilo 2005*. Nova Gorica: Hit, d.d.
- 15) Hit d.d. (2005). *Letno poročilo 2004*. Nova Gorica: Hit, d.d.
- 16) Hit d.d. - *Strategija razvoja družbe in skupine Hit 2008-2012*. najdeno 20. maja 2009 na spletnem naslovu http://www.hit.si/strategija08_12.pdf
- 17) Hočevar M., Igličar S. & Zaman M. (2001). *Osnove računovodstva*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 18) Hrovatin N. (1996). *Uvod v gospodarstvo I.del*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 19) Jaklič M., Zagoršek H., Pahor M. & Knežević L. (2006). *Analiza upravičenosti spremembe obdavčitve posebnih iger na srečo v Sloveniji*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 20) Kavčič S. (2002). *Računovodsko analiziranje (računovodsko proučevanje) z vidika uporabnikov. Zbornik referatov 5. letne konference preizkušenih računovodij* (str. 157-173). Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.
- 21) Knežević L., Pahor M. & Prašnikar J. (2005). *Analiza vpliva igralniške dejavnosti na gospodarsko in družbeno okolje v občini Nova Gorica*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

- 22) Kofol S. B. (2001). *Celovita ocena podjetja HIT* (Magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 23) Kotler, P. (1996). *Marketing management – trženjsko upravljanje*. Ljubljana: Slovenska knjiga.
- 24) Luin D. (2008). *Igralništvo: Študijsko gradivo*. Celje: Visoka komercialna šola.
- 25) Martin S. (2003). *Industrial Organization*. Oxford: Oxford University Press.
- 26) Melavc D., Turk I. (2001). *Računovodstvo*. Kranj: Moderna organizacija.
- 27) Mramor D. (1993). *Uvod v poslovne finance*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- 28) Oliver E. W. (1963). *Selling Expense as Barrier to Entry*. The Quarterly Journal of Economics.
- 29) Petrin T., Dmitrovič T., Pretnar B. & Antončič B. (2001a). *Organizacija in struktura trga 1. del*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 30) Petrin T., Dmitrovič T., Pretnar B., Antončič B. (2001b). *Organizacija in struktura trga 2. del*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 31) *Poslovni imenik bizi.si*. Najdeno 19. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.bizi.si>
- 32) Prašnikar, J., Debeljak, Ž. (1998). *Ekonomski modeli za poslovno odličanje*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- 33) Prašnikar J. *HIT in njegova prihodnost: stagnacija = propad*. Ljubljana: DELO, Sobotna priloga, 16.2.2002, str. 13-14.
- 34) Prašnikar J., Pahor M., Kneževič L. (2005). *Analiza vpliva igralniške dejavnosti na gospodarsko in družbeno okolje v občini Nova Gorica*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 35) Pučko D. (1998). *Analiza poslovanja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 36) Pučko D. (2006). *Analiza poslovanja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 37) Reberšak G. (2002). *Italijanska igralniška zakonodaja in strateško obnašanje Hit-a* (Diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- 38) Shepherd W. G. (1990). *The Economics of Industrial Organization*. New Jersey: Prentice-Hall.
- 39) Slovenski inštitut za revizijo (2007). *Slovenski računovodski standardi (SRS) 2006*. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.
- 40) *Slovenski računovodski standardi (SRS)*. Najdeno 12. junija na spletnem naslovu <http://www.si-revizija.si/publikacije/indeks.php>
- 41) *Slovensko igralništvo v vlogi spodbujevalca turizma in gospodarstva*. Najdeno 10. maja 2009 na spletnem naslovu <http://www.turizem-institut.si/?cat=Novice>
- 42) *Statistični urad Republike Slovenije (SUR)*. Najdeno 18. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.stat.si>
- 43) Stickney P. C. (1996). *Financial Reporting and Statement Analysis* (3th ed.). Fort Worth: The Dryden Press.
- 44) Swayer C. M. (1985). *The Economics of Industries and Firms*. London: Routledge.
- 45) Tajnikar M. et al. (1989). *Preučevanje in analiziranje vzrokov visoke stopnje tržne koncentracije na domačem trgu in možnosti protimonopolnega delovanja z ekonomskega vidika*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta Borisa Kidriča.

- 46) Turistica - *Razvojni načrt in usmeritve slovenskega turizma 2007-2011*. Najdeno 19. avgusta 2009 na spletnem naslovu <http://www.turistica.si/downloads/RNUST-2007-2011.pdf>
- 47) Turk I. (1990). *Uvod v ekonomiko poslovnega sistema*. Ljubljana: Zveza društev računovodskih in finančnih delavcev Slovenije.
- 48) Turk I. et al. (2004). *Finančno računovodstvo (splošni del)*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.
- 49) Turk I., Melavc D., Korošec B. (2004). *Uvod v računovodstvo*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.
- 50) Zagoršek H., Jaklič M., Zorič J. (2007). *Analiza in usmeritve glede primerne obsega ponudbe klasičnih in posebnih iger na srečo v Sloveniji*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

KAZALO PRILOG

<i>PRILOGA 1: Bilanca stanja podjetja HIT d.d. za leti 2007 in 2008</i>	<u>1</u>
<i>PRILOGA 2: Izkaz uspeha podjetja HIT, d. d., za leti 2007 in 2008</i>	<u>2</u>
<i>PRILOGA 3: Bilanca stanja podjetja HIT, d. d., za leti 1999 in 2000</i>	<u>3</u>
<i>PRILOGA 4: Izkaz uspeha podjetja HIT, d. d., za leti 1999 in 2000</i>	<u>5</u>
<i>PRILOGA 5: Bilanca stanja in izkaz uspeha panoge igralništvo za leti 2007 in 2008</i>	<u>6</u>
<i>PRILOGA 6: Bilanca stanja in izkaz uspeha panoge igralništvo za leto 2007</i>	<u>7</u>

PRILOGE

PRILOGA 1: Bilanca stanja podjetja HIT d.d. za leti 2007 in 2008

BILANCA STANJA	2007		Indeks	2008	
		Str. v %			Str. v %
<i>Opomba: Prikazani podatki so v 1 EUR.</i>					
SREDSTVA	317.757.979	100	96	305.083.875	100
A. Dolgoročna sredstva	265.332.814	83,5	98	259.288.799	85
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne ča ...	4.085.169	1,3	106	4.331.437	1,4
1. Neopredmetena sredstva	4.085.169	1,3	106	4.331.437	1,4
2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitev	0	0	n.p.	0	0
II. Opredmetena osnovna sredstva	130.423.844	41	100	129.784.384	42,5
III. Dolgoročne finančne naložbe in Naložbene neprem...	129.277.842	40,7	97	125.161.312	41
1. Naložbene nepremičnine	14.133.969	4,4	98	13.799.710	4,5
2. Dolgoročne finančne naložbe	115.143.873	36,2	97	111.361.602	36,5
IV. Dolgoročne poslovne terjatve	10.065	0	116	11.666	0
V. Odložene terjatve za davke	1.535.894	0,5	0	0	0
B. Kratkoročna sredstva	39.769.870	12,5	89	35.475.975	11,6
I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	0	0	n.p.	0	0
II. Zaloge	1.935.442	0,6	98	1.891.214	0,6
III. Kratkoročne finančne naložbe	12.363.546	3,9	107	13.196.035	4,3
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	10.373.140	3,3	64	6.689.556	2,2
V. Denarna sredstva	15.097.742	4,8	91	13.699.170	4,5
C. Kratkoročne aktivne časovne razmejitve	12.655.295	4	82	10.319.101	3,4
Zunajbilančna sredstva	47.646.759	15	136	65.034.008	21,3
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	317.757.979	100	96	305.083.875	100
A. Kapital	190.305.445	59,9	83	157.138.905	51,5
I. Vpoklicani kapital	28.328.468	8,9	100	28.328.468	9,3
1. Osnovni kapital	28.328.468	8,9	100	28.328.468	9,3
2. Nevpoklicani kapital (kot odbitna postavka)	0	0	n.p.	0	0
II. Kapitalske rezerve	29.618.361	9,3	100	29.618.361	9,7
III. Rezerve iz dobička	92.440.497	29,1	91	84.166.764	27,6
IV. Presežek iz prevrednotenja	35.819.882	11,3	40	14.361.051	4,7
V. Preneseni čisti poslovni izid	0	0	n.p.	664.261	0,2
VI. Čisti poslovni izid poslovnega leta	4.098.237	1,3	0	0	0

B. Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne razme ...	5.494.447	1,7	102	5.612.953	1,8
C. Finančne in poslovne obveznosti	119.377.915	37,6	117	139.251.659	45,6
D. Dolgoročne obveznosti	57.379.314	18,1	96	55.081.403	18,1
I. Dolgoročne finančne obveznosti	57.370.897	18,1	95	54.359.094	17,8
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	8.417	0	24	1.994	0
III. Odložene obveznosti za davek	0	0	n.p.	720.315	0,2
E. Kratkoročne obveznosti	61.998.601	19,5	136	84.170.256	27,6
I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	0	0	n.p.	0	0
II. Kratkoročne finančne obveznosti	40.365.813	12,7	134	53.895.844	17,7
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	21.632.788	6,8	140	30.274.412	9,9
F. Kratkoročne pasivne časovne razmejitve	2.580.172	0,8	119	3.080.358	1
Zunajbilančne obveznosti	47.646.759	15	136	65.034.008	21,3

PRILOGA 2: Izkaz uspeha podjetja HIT, d. d., za leti 2007 in 2008

IZKAZ USPEHA	2007			2008	
		Str. v %	Indeks		Str. v %
<i>Opomba: Prikazani podatki so v 1 EUR.</i>					
1. Čisti prihodki od prodaje	190.387.710	100	89	169.894.602	100
2. Sprememba vrednosti zalog proizvodov in nedokon ...	0	0	n.p.	0	0
3. Usredstveni lastni proizvodi in lastne storitve	1.556.756	0,8	99	1.541.347	0,9
4. Drugi poslovni prihodki (skupaj s subvencijami ...	2.681.928	1,4	95	2.535.432	1,5
KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	194.626.394	102,2	89	173.971.381	102,4
5. Stroški blaga, materiala in storitev	63.171.390	33,2	93	59.037.250	34,7
a) Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala t ...	14.266.281	7,5	109	15.512.632	9,1
b) Stroški storitev	48.905.109	25,7	89	43.524.618	25,6
6. Stroški dela	72.643.133	38,2	99	71.578.446	42,1
a) Stroški plač	52.527.535	27,6	96	50.537.509	29,7
b) Stroški pokojninskih zavarovanj	7.061.411	3,7	55	3.864.936	2,3
c) Stroški drugih socialnih zavarovanj	3.861.861	2	187	7.204.561	4,2
d) Drugi stroški dela	9.192.326	4,8	108	9.971.440	5,9
7. Odpisi vrednosti	18.533.244	9,7	115	21.273.749	12,5
a) Amortizacija	18.441.993	9,7	107	19.745.819	11,6
b) Prevrednotovalni poslovni odhodki pri	64.711	0	1.909	1.235.195	0,7

neopredme ...					
c) Prevrednotovalni poslovni odhodki pri obratnih ...	26.540	0	1.103	292.735	0,2
8. Drugi poslovni odhodki	31.980.452	16,8	85	27.123.484	16
POSLOVNI PRIHODKI	194.626.394	102,2	89	173.971.381	102,4
POSLOVNI ODHODKI	186.328.219	97,9	96	179.012.929	105,4
POSLOVNI IZID IZ POSLOVANJA	8.298.175	4,4	(61)	(5.041.548)	(3)
POSLOVNI IZID IZ POSLOVANJA (EBIT)	8.298.175	4,4	(61)	(5.041.548)	(3)
9. Finančni prihodki iz deležev	2.321.045	1,2	115	2.674.209	1,6
10. Finančni prihodki iz danih posojil	735.860	0,4	100	738.726	0,4
11. Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	214.436	0,1	75	161.315	0,1
12. Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finanč...	1.627.441	0,9	262	4.267.998	2,5
13. Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	4.072.729	2,1	147	5.977.217	3,5
14. Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	35.965	0	313	112.454	0,1
FINANČNI PRIHODKI	3.271.341	1,7	109	3.574.250	2,1
FINANČNI ODHODKI	5.736.135	3	181	10.357.669	6,1
DRUGI PRIHODKI	1.311.966	0,7	194	2.541.601	1,5
DRUGI ODHODKI	1.282.553	0,7	17	224.421	0,1
CELOTNI PRIHODKI	199.209.701	104,6	90	180.087.232	106
CELOTNI ODHODKI	193.346.907	101,6	98	189.595.019	111,6
CELOTNI POSLOVNI IZID	5.862.794	3,1	(162)	(9.507.787)	(5,6)
15. Davek iz dobička	1.833.753	1	0	0	0
16. Odloženi davki	(105.476)	(0,1)	1.265	(1.334.054)	(0,8)
ČISTI POSLOVNI IZID OBRAČUNSKEGA OBDOBJA	4.134.517	2,2	(198)	(8.173.733)	(4,8)

PRILOGA 3: Bilanca stanja podjetja HIT, d. d., za leti 1999 in 2000

BILANCA STANJA	1999			2000	
		Str. v %	Indeks		Str. v %
SREDSTVA	113.372.076	100	106	120.111.585	100
A. Dolgoročna sredstva	94.279.002	83,2	97	91.864.891	76,5
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne ča...	1.854.998	1,6	79	1.469.872	1,2
1. Neopredmetena sredstva	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitev	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.

II. Opredmetena osnovna sredstva	80.503.706	71	99	80.077.572	66,7
III. Dolgoročne finančne naložbe in Naložbene neprem...	11.920.298	10,5	87	10.317.447	8,6
1. Naložbene nepremičnine	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
2. Dolgoročne finančne naložbe	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
IV. Dolgoročne poslovne terjatve	0	0	n.p.	0	0
V. Odložene terjatve za davek	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
B. Kratkoročna sredstva	19.093.074	16,8	148	28.246.694	23,5
I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
II. Zaloge	925.469	0,8	166	1.537.388	1,3
III. Kratkoročne finančne naložbe	4.064.413	3,6	216	8.799.373	7,3
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	7.280.879	6,4	112	8.151.714	6,8
V. Denarna sredstva	6.672.192	5,9	94	6.299.139	5,2
C. Kratkoročne aktivne časovne razmejitve	150.120	0,1	2.304	3.459.081	2,9
Zunajbilančna sredstva	212.050	0,2	207	439.098	0,4
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	113.372.076	100	106	120.111.585	100
A. Kapital	77.669.058	68,5	106	82.455.086	68,6
I. Vpoklicani kapital	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
1. Osnovni kapital	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
2. Nepoklicani kapital (kot odbitna postavka)	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
II. Kapitalske rezerve	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
III. Rezerve iz dobička	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
IV. Presežek iz prevrednotenja	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
V. Preneseni čisti poslovni izid	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
VI. Čisti poslovni izid poslovnega leta	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
B. Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne razme ...	506.787	0,4	112	567.359	0,5
C. Finančne in poslovne obveznosti	33.206.979	29,3	98	32.496.026	27,1
D. Dolgoročne obveznosti	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
I. Dolgoročne finančne obveznosti	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
III. Odložene obveznosti za davek	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
E. Kratkoročne obveznosti	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
II. Kratkoročne finančne obveznosti	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.

F. Kratkoročne pasivne časovne razmejitve	1.989.251	1,8	231	4.593.114	3,8
Zunajbilančne obveznosti	212.050	0,2	207	439.098	0,4

PRILOGA 4: Izkaz uspeha podjetja HIT, d. d., za leti 1999 in 2000

IZKAZ USPEHA	1999			2000	
		Str. v %	Indeks		Str. v %
1. Čisti prihodki od prodaje	115.262.158	100	116	133.723.558	100
2. Sprememba vrednosti zalog proizvodov in nedokon ...	0	0	n.p.	0	0
3. Usredstveni lastni proizvodi in lastne storitve	7.531.035	6,5	98	7.381.784	5,5
4. Drugi poslovni prihodki (skupaj s subvencijami ...)	1.332.961	1,2	169	2.246.746	1,7
KOSMATI DONOS OD POSLOVANJA	124.126.155	107,7	115	143.352.088	107,2
5. Stroški blaga, materiala in storitev	42.888.801	37,2	94	40.340.094	30,2
a) Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala t ...	9.917.883	8,6	91	8.984.015	6,7
b) Stroški storitev	32.970.919	28,6	95	31.356.079	23,4
6. Stroški dela	55.142.727	47,8	100	55.228.526	41,3
a) Stroški plač	42.981.986	37,3	99	42.645.997	31,9
b) Stroški pokojninskih zavarovanj	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
c) Stroški drugih socialnih zavarovanj	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
d) Drugi stroški dela	2.276.082	2	105	2.394.753	1,8
7. Odpisi vrednosti	6.981.216	6,1	130	9.054.234	6,8
a) Amortizacija	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
b) Prevrednotovalni poslovni odhodki pri neopredme ...	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
c) Prevrednotovalni poslovni odhodki pri obratnih ...	218.370	0,2	1	1.619	0
8. Drugi poslovni odhodki	16.093.455	14	213	34.261.387	25,6
POSLOVNI PRIHODKI	124.126.155	107,7	115	143.352.088	107,2
POSLOVNI ODHODKI	121.106.198	105,1	115	138.884.240	103,9
POSLOVNI IZID IZ POSLOVANJA	3.019.957	2,6	148	4.467.848	3,3
POSLOVNI IZID IZ POSLOVANJA (EBIT)	3.019.957	2,6	148	4.467.848	3,3
9. Finančni prihodki iz deležev	192.557	0,2	79	151.494	0,1
10. Finančni prihodki iz danih posojil	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
11. Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.

12. Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finanč...	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
13. Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
14. Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
FINANČNI PRIHODKI	2.350.938	2	117	2.749.605	2,1
FINANČNI ODHODKI	1.090.911	0,9	248	2.707.270	2
DRUGI PRIHODKI	N. P.	N. P.	N. P.	N. P.	n. p.
DRUGI ODHODKI	0	0	N. P.	0	0
CELOTNI PRIHODKI	126.477.093	109,7	116	146.101.694	109,3
CELOTNI ODHODKI	122.197.110	106	116	141.591.511	105,9
CELOTNI POSLOVNI IZID	4.279.983	3,7	105	4.510.183	3,4
15. Davek iz dobička	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
16. Odloženi davki	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.	n. p.
ČISTI POSLOVNI IZID OBRAČUNSKEGA OBDOBJA	4.279.983	3,7	93	3.983.893	3

PRILOGA 5: Bilanca stanja in izkaz uspeha panoge igralništvo za leti 2007 in 2008

Kategorije	2007	2008	Povprečje rasti
Sredstva	494.179.633	508.540.151	2,91 %
Dolgoročna sredstva	408.153.713	413.857.131	1,40 %
Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne časovne razmejitev	11.597.858	11.968.616	3,20 %
Dolgoročne aktivne časovne razmejitev	110.923	253.855	128,86 %
Neopredmetena sredstva	11.486.935	11.714.761	1,98 %
Dolgoročno odloženi stroški razvijanja	8.394	0	- 100 %
Kratkoročna sredstva	72.642.861	81.510.078	12,21 %
Zaloge	2.790.386	2.665.961	- 4,46 %
Kratkoročne poslovne terjatve	18.510.641	12.851.753	- 30,57 %
Obveznosti do virov sredstev	494.179.633	508.540.151	2,91 %
Vpoklicani kapital	64.967.729	86.717.044	33,48 %
Osnovni kapital	64.967.729	86.717.044	33,48 %
Nevpoklicani kapital (kot odbitna postavka)	0	0	n. p.
Kapitalske rezerve	37.779.424	33.485.016	- 11,37 %
Rezerve iz dobička	99.167.849	95.467.718	- 3,73 %
Preneseni čisti poslovni izid	- 4.873.682	- 5.002.482	2,64 %

Čisti poslovni izid poslovnega leta	- 2.728.433	- 6.145.004	125,22 %
Finančne in poslovne obveznosti	242.620.391	275.984.988	13,75 %
Dolgoročne obveznosti	111.623.508	133.172.817	19,31 %
Dolgoročne finančne obveznosti	96.866.958	129.052.158	33,23 %
Dolgoročne poslovne obveznosti	14.756.550	3.400.344	- 76,96 %
Kratkoročne obveznosti	130.996.883	142.812.171	9,02 %
Kratkoročne finančne obveznosti	76.557.122	80.100.915	4,63 %
Kratkoročne poslovne obveznosti	54.439.761	62.711.256	15,19 %
Čisti prihodki od prodaje	318.066.959	303.177.940	- 4,68 %
Poslovni odhodki	320.464.116	322.531.121	0,65 %
Poslovni izid iz poslovanja (EBIT)	3.870.934	- 4.327.460	n. p.
Finančni prihodki	8.022.155	6.093.211	- 24,05 %
Finančni odhodki	10.525.103	18.394.030	74,76 %
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	- 1.950.217	- 10.365.899	431,53 %
Povprečno število zaposlencev na podlagi delovnih ur v obračunskem obdobju	2.924,64	3.030,41	3,62 %
Delež kapitala v financiranju	46,58	43,34	- 6,95 %
Delež dolgov v financiranju	49,1	54,27	10,54 %
Kratkoročni koeficient likvidnosti	0,55	0,57	2,94 %
Pospešeni koeficient likvidnosti	0,53	0,55	3,54 %
Obračanje zalog 1	n. p.	102,93	n. p.
Obračanje kratkoročnih poslovnih terjatev	n. p.	20,18	n. p.
Dnevi vezave zalog 1	n. p.	3,55	n. p.
Dnevi vezave kratkoročnih poslovnih terjatev	n. p.	18,09	n. p.
Čista dobičkovnost skupnih prihodkov	- 0,58	- 3,14	440,23 %
Čista donosnost sredstev	n. p.	- 2,07	n. p.
Čista donosnost kapitala	n. p.	- 4,6	n. p.
ROA	0	- 0,02	416,52 %
stopnja zadolženosti	0,02	0,04	69,83 %

PRILOGA 6: Bilanca stanja in izkaz uspeha panoge igralništvo za leto 2007

Št. Podjetij: 50	Agregatni podatki 2007
Bilanca stanja	
Sredstva	448.455.241,00
Dolgoročna sredstva	367.657.876,00
Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne časovne razmejitve	9.794.676,00
Opredmetena osnovna sredstva in naložbene nepremičnine	234.391.131,00
Dolgoročne finančne naložbe	121.247.876,00
Dolgoročne terjatve	2.224.192,00
Kratkoročna sredstva	67.680.359,00
Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	737.408,00
Zaloge	2.683.819,00
Kratkoročne finančne naložbe	18.888.810,00
Kratkoročne poslovne terjatve	16.314.324,00
Denarna sredstva	29.055.997,00
Kratkoročne aktivne časovne razmejitve	13.117.007,00
Obveznosti do virov sredstev	448.455.241,00
Kapital	224.838.081,00
Osnovni kapital	56.263.120,00
Rezervacije in dolgoročne pasivne časovne razmejitve	18.145.980,00
Dolgoročne obveznosti	94.772.719,00
Kratkoročne obveznosti	107.711.618,00
Kratkoročne pasivne časovne razmejitve	2.986.842,00
Število zaposlenih	2.876,37
Izkaz uspeha	
Prihodki iz poslovanja	317.918.645,00
Čisti prihodki od prodaje	311.668.348,00
Sprememba vrednosti zalog proizvodov in nedokončane proizvodnje	- 1.953,00
Drugi poslovni prihodki	6.252.250,00
Poslovni odhodki	310.710.112,00
Stroški blaga, materiala in storitev	108.361.812,00
Stroški dela	103.845.968,00
Odpisi vrednosti	33.438.682,00
Amortizacija	32.114.517,00
Drugi poslovni odhodki	65.063.650,00
Dobiček / izguba iz poslovanja	7.208.533,00
Finančni prihodki	7.919.451,00
Finančni odhodki	10.313.890,00
Drugi prihodki	2.828.432,00
Drugi odhodki	1.748.235,00
Dobiček / izguba pred davki	- 7.126,00
Davek iz dobička in odloženi davki	4.388.039,00
Čisti dobiček ali izguba	1.506.251,00
Prihodki podjetja	328.666.528,00