

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**PRELIVANJE UČINKOV PROMOCIJSKIH AKTIVNOSTI  
PODJETJA HIT NA MANJŠE IGRALNE SALONE NA GORIŠKEM**

Ljubljana, november 2011

MARKO BRATOŽ



## **IZJAVA**

Študent Marko Bratož izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom prof. dr. Aljoše Feldina in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_



# KAZALO

<b>UVOD</b> .....	1
<b>1 KRAJŠI PREGLED ZGODOVINE IGRALNIŠTVA</b> .....	2
1.1 SODOBNO IGRALNIŠTVO V SLOVENIJI .....	3
<b>2 EVROPSKI TRG IGER NA SREČO IN KONKURENCA</b> .....	4
2.1 IGRALNIŠTVO V SOSEDNIH DRŽAVAH .....	6
<b>3 SPLOŠNO O IGRALNIŠTVU</b> .....	7
<b>4 ZAKONODAJA</b> .....	9
4.1 POLITIKA DODELJEVANJA KONCESIJ .....	11
<b>5 OBDAVČITEV</b> .....	12
5.1 DAVČNI UPRAVIČENCI .....	14
5.2 DAVČNA DEGRESIJA .....	15
<b>6 UČINEK PRELIVANJA, UČINEK PIJAVKE in UČINEK GROZDENJA</b> .....	17
<b>7 PRIMERJAVA: IGRALNICE IN IGRALNI SALONI V SLOVENIJI</b> .....	18
7.1 GIBANJE ŠTEVILA OBISKOVALCEV IN TRŽNI DELEŽI MED IGRALNICAMI IN IGRALNIMI SALONI .....	20
7.2 TRG V NOVI GORICI IN NJENI OKOLICI .....	21
<b>7.2.1 Kratka predstavitev podjetja HIT d.d.</b> .....	23
<b>7.2.2 Kratka predstavitev nekaterih igralnih salonov v Goriški regiji</b> .....	24
7.2.2.1 Igralni salon Paquito .....	24
7.2.2.2 Igralni salon Fortuna .....	25
7.2.2.3 Igralni salon Venko .....	25
7.2.2.4 Igralni salon Princess .....	25
7.2.2.5 Igralni salon Jolly .....	26
7.2.2.6 Igralni salon Aurora .....	26
<b>8 TRŽENJE</b> .....	28
8.1 SPLOŠNE OPREDELITVE .....	28
8.2 TRŽENJE HIT D.D. ....	29
8.3 TRŽENJE IGRALNIH SALONOV .....	30
<b>SKLEP</b> .....	32
<b>LITERATURA IN VIRI</b> .....	34

## KAZALO TABEL

TABELA 1: Bruto prihodki (v mio evrov) igralnic in avtomatov izven igralnic ter njihovi deleži v nekaterih evropskih državah v letu 2007. ....	5
TABELA 2: Slovenska zakonodaja, ki ureja področje prirejanja posebnih iger na srečo.....	9
TABELA 3: Davek in koncesijska dajatev od posebnih iger na srečo v obdobju 2002-2009....	13
(v mio evrov).....	13
TABELA 4: Igralniški davki podjetja Hit d.d. za leti 2007 in 2008 (v mio EUR).....	14
TABELA 5: Delež koncesijskih dajatev v proračunu Mestne občine Nova Gorica.....	15
TABELA 6: Efektivna davčna stopnja po letih in obdobjih.....	16
TABELA 7: Ponudba igralnic in igralnih salonov na Goriškem v letu 2010.....	22
TABELA 8: Igralniška ponudba Nove Gorice v številkah v letu 2004.....	22
TABELA 9: Bruto realizacija od iger na srečo (Hitove igralnice) podjetja Hit d.d. po letih.....	23
TABELA 10: Bruto realizacija (v 000 eur) podjetja po letih:.....	24
TABELA 11: Bruto realizacija (v 000 eur) po letih.....	25
TABELA 12: Bruto realizacija (v 000 eur) po letih.....	26
TABELA 13: Bruto realizacija (v 000 eur) po letih.....	26
TABELA 14: Bruto realizacija (v 000 eur) po letih.....	27
TABELA 15: Stroški sejmov, reklame in reprezentance nekaterih igralnih salonov leta 2008.	30

## KAZALO SLIK

SLIKA 1: PREDLAGANA ZNIŽANA DAVČNA STOPNJA PRI BRUTO REALIZACIJI 50 MIO EUR. ....	17
SLIKA 2: STRUKTURA BRUTO PRIHODKA OD POSEBNIH IGER NA SREČO V OBDOBJU 2001-2009	18
SLIKA 3: ŠTEVILO IGRALNIH AVTOMATOV ZA PRIREJANJE POSEBNIH IGER NA SREČO V OBDOBJU 2001-2009.....	19
SLIKA 4: GIBANJE ŠTEVILA VSTOPOV V IGRALNICE IN IGRALNE SALONE V OBDOBJU 2002- 2009.....	20
SLIKA 5: ŠTEVILO OBISKOVALCEV PO MESECIH LETA 2006 IN 2007.....	27
SLIKA 6: STROŠKOV SEJMOV, REKLAME IN REPREZENTANCE V BRUTO REALIZACIJI LETA 2008.	31

## UVOD

Tako kot za večino današnjih gospodarskih panog je tudi za igralništvo značilna močna konkurenca, ki je pod stalnim nadzorom in vplivom različnih državnih institucij. Posledično so razne problematike s področja igralništva teme številnih diskusij in burnih obravnav. V dosedanjih razpoložljivih študijah, med katere spada tudi študija Analiza in usmeritve glede primerne obsega ponudbe klasičnih in posebnih iger na srečo v Sloveniji (Zagoršek, Jaklič & Zorič, 2007, str. 127), lahko razberemo, da slovenski igralniški trg še ni zasičen in je zato prisoten učinek grozdenja pri katerem prihaja do pozitivnega vpliva števila obiskov pri konkurenčnih igralnicah ali igralnih salonov na bruto realizacijo posameznih igralnic. V diplomski nalogi bom opisal igralniško dejavnost na območju Goriške regije, kjer lahko že vrsto let spremljamo bitko interesov med udeleženci igralniškega trga, kamor poleg igralnic in igralnih salonov spada tudi država. S tem bom poskusil odgovoriti na vprašanje, ali ni morda prevladajoči učinek grozdenja v nekem časovnem obdobju zaradi prenasičenosti trga pričel podlegati učinkom prelivanja in pijavke. Problematiko prelivanja učinkov z vstopom novih konkurenčnih igralnih salonov je bilo moč zaslediti najprej pri podjetju Hit, d.d., ki se je v obdobju podeljevanja novih koncesij konkurenčnim igralnim salonom soočilo z vidnim upadom letne bruto realizacije. Vlada naj bi tako s pretiranim podeljevanjem koncesij na Goriškem povzročala padec bruto realizacije nekaterih hitovih igralnic in igralnih salonov, ne glede na to, da prav podjetje Hit d.d. pripelje v to regijo največ gostov z različnimi marketinškimi prijemi. Manjšim igralnim salonom za razpoznavnost na obravnavanem območju zadostujejo nižji trženjski vložki in s tem dokaj poceni odžiranje gostov ter posledično prihodkov hitovim igralnicam.

Z radodarno koncesijsko politiko so predvsem na Goriškem začeli nastajati igralni saloni prav v neposredni bližini oz. na dostopnih poteh do velikih igralnic. S tem so izkoristili boljšo mikrolokacijo (bližina trga) ter neposredno jemali igralce starim igralniškim centrom. Glavni cilj diplomske naloge je torej z različnimi merljivimi podatki opisati stanje igralništva na Goriškem ter z njihovo pomočjo prikazati vpliv vstopa novih igralnih salonov na hitove igralnice in na igralniško dejavnost Goriške regije v celoti. Vstopanje novih igralnih salonov na igralniški trg je bilo najpogosteje v obdobju od leta 2002 do leta 2008, zato je tudi večina zbranih podatkov v diplomski nalogi iz tistega časa.

V prvem delu diplomske naloge na kratko opišem razvoj igralništva skozi čas v svetu in pri nas. Kasneje nadaljujem s pregledom evropskega igralniškega trga in kratkim opisom konkurenčne igralniške ponudbe v sosednjih državah Slovenije. Četrto poglavje zajema nekaj osnovnih ter splošnih dejstev o igralništvu, ki dokazujejo pomembnost obravnavane igralniške dejavnosti. Sledita pregled slovenske zakonodaje na področju igralništva, vključno s politiko dodeljevanja koncesij ter kasneje poglavje o obdavčitvi, v katerem navedem vrste davkov, njihove konkretne vrednosti, davčne upravičence in lasten predlog

o davčni regresiji. Slovenska zakonodaja je bistveno vplivala na razvoj igralniške ponudbe v Sloveniji. V sedmem poglavju opišem in predstavim učinek prelivanja, učinek pijavke ter učinek grozdenja, ki so prisotni (ali pa niso) pri igralništvu v Goriški regiji, nato sledi opis in prikazovanje učinkov s pomočjo raznih primerjav med igralnicami in igralnimi saloni. To poglavje ima tudi največjo težo pri podajanju končnih ugotovitev v sklepnem delu diplomske naloge. Nadaljujem z opisom igralniškega trga v Novi Gorici in njeni okolici, kateremu sledijo še kratke predstavitve podjetja Hit d.d. ter nekaterih goriških igralnih salonov, pri katerih se naslanjam predvsem na njihova poslovna poročila. Naslednje poglavje zajema področje trženja s splošnimi opredelitvami ter konkretne navedbe nekaterih trženjskih prijemov podjetja Hit d.d. in salonov. Namen tega poglavja je predstaviti razlike v trženjski zavzetosti med Hitovimi igralnicami ter bližnjimi igralnimi saloni ter v velikosti njihovih vložkov. Diplomsko nalogo zaključim s sklepom, v katerem navedem bistvene ugotovitve.

## **1 KRAJŠI PREGLED ZGODOVINE IGRALNIŠTVA**

Razne arheološke najdbe so dokaz, da se je z igrami ukvarjal že jamski človek. Številne igralne kocke so bile najdene v Grčiji, Kitajski, Egiptu, Tebah, Indiji, Rimu in na Japonskem. Propad zahodnorimskega cesarstva in vpad barbarskih ljudstev sta povzročila omejenost iger na srečo v Evropi. Kockanje se je ponovno uveljavilo v srednjem veku. Organizirana ponudba iger na srečo je obstajala že v stari Grčiji, propadla pa s padcem starih Rimljanov in Grkov. Prva novodobna igralnica je bila ustanovljena v Benetkah leta 1626 (The History of Gambling, 2007). Igranje se je tako preselilo v zasebne prostore. Kasneje so se začele pojavljati na razvitejših delih Evrope razne javne loterije in v organizacijskem in davčnem smislu nadgrajeni modeli javnih igralnic. Večje spremembe na tem področju sta prinesla tudi francoska revolucija ter Napoleon, ki je v začetku 19.stoletja začrtal igralniško zakonodajo Evrope. Po prvi svetovni vojni so evropske igralnice odkrili tudi premožni Američani.

Goriška ima več kot dvestoletno tradicijo v igralništvu. Gorica je že v Avstrijski monarhiji veljala za eno pomembnejših turističnih destinacij. Razloge gre iskati predvsem v geografsko prijetnem in podnebno milem okolju, ki je ponujalo različne načine doživljanja sproščujočih trenutkov. Le malo turističnih krajev je imelo v tistem obdobju dovoljenje za prirejanje iger na srečo. Podelitev posebnega dovoljenja za organiziranje kazino iger je bila resnično privilegij s katerim je mesto privabilo pomembne in bogate goste. Tako je leta 1795 pričel z delovanjem prvi kazino v Gorici. Kazinoji so tako na tem območju delovali vse do prve svetovne vojne, ki je kasneje dobesedno zrušila goriški turistični in igralniški uspeh. Igranje na srečo je prešlo med zavržena dejanja in se je kasneje preganjalo.



Tudi po drugi svetovni vojni kazinoji niso bili dovoljeni, saj so bili v nasprotju s socialistično idejo in moralo. Zaslужki naj bi v tistem obdobju izhajali izključno le iz dela in ne iz raznoraznih privilegijev, med katere so sodile tudi igre na srečo. Kljub temu je bil leta 1962 objavljen temeljni zvezni zakon o igrah na srečo kot posledica odpiranja jugoslovanskih meja evropskim turistom kot pomembnim virom deviz. Prirejanje iger na srečo in zaslужki iz tega naslova naj bi takrat služili samo kot finančna podpora družbeno koristnim dejavnostim. Leta 1965 je sprememba zveznega zakona prinesla možnost prirejanja iger na srečo z namenom ustvarjanja prihodkov in dobička, a le izključno za tujo valuto. Prebivalcem Slovenije je bilo torej sodelovanje pri kazino igrah v tistem času absolutno prepovedano.

Zaradi previdnosti pri uvajanju kazinojev in politike podpore priznanim turističnim krajem kot sta Bled in Portorož je bila Nova Gorica, kljub izvrstni lokaciji in bližini trga, izključena pri podeljevanju pravice prirejanja iger na srečo, kar se je čez čas pokazalo kot napaka. Dvajset let kasneje je namreč Nova Gorica po spletu okoliščin pridobila dovoljenje za igralniško ponudbo in v kratkem času prevzela primat v slovenskem prostoru. Širitev in rast obsega igralniške ponudbe se je po odprtju prvega kazinoja v Novi Gorici močno povečala.

Do leta 1986 so bile igralnice izjemno donosna dejavnost predvsem zaradi nizke obdavčitve, ki je znašala le 8 odstotkov od igralniškega prihodka. Nadzor nad poslovanjem je imela služba za državno varnost, ki je tudi kontrolirala zaposlovanje delavcev in postavljala politično zanesljiva vodstva. Želje takratne politike glede razporeditve igralniških dobičkov so bile usmerjene predvsem na vlaganja v turistično in kulturno infrastrukturo, kar je nekako opravičevalo neskladja igralniške dejavnosti s socialističnimi idejami.

## **1.1 Sodobno igralništvo v Sloveniji**

Sodobno igralništvo se je v Sloveniji pričelo 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 igralništva 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 igralništva (Čibej, 2006, str. 9).

V obdobje po letu 1985, ki zajema razcvet igralniške ponudbe in njeno prilagajanje ameriškim trendom, pade tudi transformacija družbeno ekonomskega sistema, ki pa ga v tem razdelku ne nameravam podrobneje obravnavati. Razvojni višek je bila postavitev

igralniško zabavišnega kompleksa Perla v Novi Gorici leta 1993. Turbulentno obdobje lastninjenja je imelo za posledico blokado razvoja ponudbe posebnih iger na srečo, kar je privedlo do bistveno nižjega obsega poslovanja. Po drugi strani pa se je pri nas brez restrikcij močno in nekontrolirano razširila ponudba igralnih avtomatov po gostinskih obratih, ki so s pridom izkoriščali prepoved razvoja igralnic, kjer je politika imela vse instrumente za kontrolo. Zrasli so tudi igralniški saloni z večjim številom avtomatov. Dovoljenja so na podlagi Zakona o začasni ureditvi prirejanja posebnih iger na srečo na igralnih avtomatih zunaj igralnic dajale neposredno občine, ki so bile zaradi pavšalnih taks zelo radodarne. To problematiko z razraslimi saloni izven igralnic je med drugim pričela reševati »Strategija razvoja igralništva v Sloveniji«, ki je bila sprejeta s strani Vlade Republike Slovenije (v nadaljevanju RS) leta 1997. Ta strategija uvaja tudi četrti tip koncesije za igralne salone. Tako naj bi bilo poslovanje igralnih avtomatov izven objektov s koncesijo potrebno ukiniti. Leta 2003 je kot realizacija usmeritev iz Strategije bil sprejet prenovljen zakon o igrah na srečo, ki ureja tudi koncesije za igralne salone in prepoveduje igralne avtomate po lokalih.

Z vstopom podjetja Hit d.d. v igralniško dejavnost je igralniški produkt v Sloveniji dobil drugačno obliko. Podjetje Hit d.d. je vpeljalo nov koncept igralništva v slovenski prostor, ki temelji na ameriškem konceptu igralništva. Osnovna karakteristika tega koncepta je, da je to igralništvo dostopno večjemu številu gostov in je vključeno v ostalo turistično ponudbo destinacije (Jaklič, Zagoršek, Pahor & Knežević Cvelbar, 2006, str. 7).

## **2 EVROPSKI TRG IGER NA SREČO IN KONKURENCA**

Igre na srečo v Evropski uniji niso harmonizirane in se urejajo na nacionalni ravni. Kljub pristojnostim držav članic, da urejajo igre na srečo v skladu s svojimi vrednotami in cilji, pa Sodišče Evropskih skupnosti posega na to področje in oblikuje sodno prakso o tem, do katere mere lahko države članice omejujejo čezmejno ponujanje iger na srečo.

Med evropskimi državami obstajajo velike razlike v pogojih, ki določajo tako obseg kot strukturo trga iger na srečo, zaradi različnih dohodkov prebivalstva, različnih zakonodaj s področja iger na srečo, različnih vrednot in odnosov.

*Tabela 1: Bruto prihodki (v mio evrov) igralnic in avtomatov izven igralnic ter njihovi deleži v nekaterih evropskih državah v letu 2007.*

Država	Igralnice	Avtomati izven igralnic	Celotna dejavnost prirejanja iger na srečo	Strukturni delež igralnic in avtomatov izven igralnic (v %)
Francija	2788	0	8655	32
Španija	556	3788	8315	53
Švedska	125	209	1429	24
Monako	250	0	250	100
Švica	617	64	1180	57
Poljska	72	462	964	55
Slovenija	228	128	433	82

*Vir: Ministrstvo za finance, Osnutek strategije razvoja iger na srečo, 2010, tabeli 10 in 11.*

Kot je razvidno iz zgornje tabele Slovenija izstopa po visokem deležu bruto prihodkov igralnic v bruto prihodkih celotne dejavnosti prirejanja iger na srečo.

Avtorji Osnutka strategije razvoja iger na srečo so na podlagi podatkov o igrah na srečo v državah članicah Evropske unije in nekaterih drugih evropskih državah podali nekaj ugotovitev. Povzetek nekaterih, ki so v sklopu diplomske naloge najzanimivejše:

- v strukturi prihodkov od posebnih iger na srečo imajo v Sloveniji največji delež igralnice, ki pa izgubljajo delež glede na igralne salone. Zato se postavlja vprašanje prednosti ene ali druge oblike ponudbe posebnih iger na srečo ob upoštevanju različnih faktorjev
- najbolj verjeten je razvoj v smeri spremembe tržnih deležev igralnic in igralnih salonov, pri čemer so najbolj uspešni tisti, ki imajo manj omejitev in boljšo strukturo upravljanja družbe
- dostopnost do posebnih iger na srečo je v Sloveniji razmeroma visoka glede na druge evropske države
- lokacija je pri igralniški industriji strateškega pomena
- pri razvoju iger na srečo je zelo pomembno vprašanje spodbud tej dejavnosti, ki jih država oblikuje z davčno politiko
- dejstvo, da igralnice v Sloveniji izgubljajo tržni delež v primerjavi z igralnimi saloni, nakazuje na potrebo po krepitvi upravljanja kot tudi lastništva

## 2.1 Igralništvo v sosednjih državah

Trenutno predstavlja konkurenco slovenski ponudbi iger na srečo, ki se prirejajo v igralnicah in igralnih salonih, ponudba sosednjih držav, predvsem Italije, Avstrije in Hrvaške.

Ponudba v Avstriji je večinoma tradicionalna in namenjena zlasti visoki družbi. Monopolist upravlja vseh 12 igralnic usmerjenih predvsem v domače goste, ki jih privabljajo s ponudbo različnih dogodkov in zabavnih programov. V naslednjih letih naj bi se večina manjših ponudnikov (igralni saloni so tudi v barih in gostilnah) zaprla, na trgu naj bi ostali večji, ugledni ponudniki iger na srečo.

Igre na srečo na Hrvaškem se prirejajo večinoma v majhnih igralnicah, popularni pa so tudi igralni saloni. Nahajajo se večinoma v turističnih obmorskih krajih, osem igralnic in večje število igralnih salonov pa je v Zagrebu. Slovenskim igralnicam so zlasti konkurenčne igralnica Mulino na mejnem prehodu Sečovlje ter igralnici v Umagu.

Na povpraševanje po igrah na srečo pri nas najpomembneje vplivajo razmere na italijanskem igralniškem trgu, saj se večina slovenskih igralnic ter igralnih salonov nahaja tik ob italijanski meji. Od štirih igralnic v Italiji je slovenskim ponudnikom posebnih iger na srečo najbolj konkurenčna in najbližja Casino di Venezia, ki ima tudi največji tržni delež.

*Tabela 2: Igralnice v Italiji leta 2009*

Igralnica	S.Vincent	Campione	Venezia	Sanremo
Skupni prihodki (v mio EUR)	94,5	118	164,5	78,5
Število obiskov	589.328	673.169	1.081.820	219.623
Število zaposlenih	710	550	646	369
Prihodki od IA (v mio EUR)	42,5	73,5	110	52,7

*Vir: Igre v številkah, 2010*

Igralni avtomati so v Italiji nameščeni tudi izven igralnic, t.i. slot da bar, ki se nahajajo v igralnih salonih, gostinskih lokalih, hotelih, prodajalnah srečk in predstavljajo izjemno poslovno priložnost tudi za italijanske igralnice, ki pod svojo blagovno znamko odpirajo nove igralne salone. Igralniška vplačila in s tem prihodki igralnic so zaradi tega izjemno poskočili.

### 3 SPLOŠNO O IGRALNIŠTVU

Igra je prostovoljno opravilo, ki se odvija po določenih pravilih, pri tem pa ena stran zmaguje in druga izgublja. Smisel tega je razvedrilo, zabava, razvoj telesa in duha ter zadoščenje zmagovalca. Spremlja jo občutek napetosti in radosti ter zavest, da je igra nekaj drugega kot običajno življenje, ki ga označujeta racionalnost in delo. Ljudem je igra prirojena in znana od nekdaj. Antropologi razlagajo, da je to ena osnovnih človeških potreb (Mihelič, 1993, str. 9).

Še pred časom smo proizvodne organizacije jemali kot gonilne sile razvoja določenega gospodarstva ter storitvene le kot njihov spremljevalni del, brez katerega prve ne morejo obstajati in delovati na trgu. V zadnjih letih se je marsikaj spremenilo. Poznamo gospodarstva, kjer so za razvoj in najvišjo dodano vrednost ključne prav storitvene panoge med katere sodi tudi turizem, vključno z igralništvom.

Igralništvo je pomembna izvozna dejavnost v Sloveniji. Leta 2006 je samo igralniška dejavnost prispevala 23,8 odstotkov, oziroma skoraj četrtno vsega slovenskega turističnega priliva. Leto kasneje so samo igralni saloni državi in lokalnim skupnostim plačali skoraj 52 milijonov evrov dajatev, igralnice pa okoli 64 milijonov evrov. Pomembno je, da 70 odstotkov igralniške potrošnje predstavlja »izvoz«, saj je ravno izvozno usmerjeno igralništvo lahko pomemben generator turističnega in gospodarskega razvoja regije. Ekonomske koristi od domače usmerjenega igralništva pa so razmeroma majhne. V Sloveniji imamo nekoliko specifično delitev posebnih iger na srečo (igralništva) in sicer na igralnice ter igralne salone, pri čemer so prve domena delniških družb in korporacij, drugi pa bolj zasebnega sektorja in družb z omejeno odgovornostjo. V Strategiji razvoja igralništva v Sloveniji (1997) so bile posebne igre na srečo razdeljene v štiri vrste igralniških turističnih produktov, ki naj bi jih ponudniki igralniških storitev razvijali (Jaklič et. al., 2006) :

- Igralniško zabavišni centri – veliki centri s spletom zaokrožene igralniške in turistične ponudbe, osredotočene na tuje goste, ki bodo v centru bivali več dni. V Sloveniji se je tovrstna turistično igralniška ponudba skoraj pojavila z izgradnjo resorta, ki sta ga načrtovala družba Hit d.d. ter Harrah's Entertainment, Inc.
- Igralnice v turističnih centrih – igralnice predstavljajo dopolnitev turistične ponudbe destinacije in so usmerjene na tuje goste. Tovrstna ponudba igralniškega proizvoda obstaja in je zelo razvita (Nova Gorica, Kranjska Gora ipd.).
- Mestne igralnice – locirane v večjih in obmejnih krajih, kjer obstaja trg za primerno število gostov. Tudi ta segment igralniške ponudbe je razvit (igralnica v Ljubljani, Mariboru ipd.).

- Igralni saloni – ponudba posebnih iger na srečo izključno s ponudbo igralnih avtomatov od 30 do 100 avtomatov, pri katerih višina vložkov za igro ni omejena, igralni avtomati pa morajo vračati najmanj 90 odstotkov vplačil. Namenjeni so tako domačim kot tujim gostom. Locirani so na območjih, kjer obstaja primerno velik trg, in izključno v okviru turističnih objektov ali kompleksov. Ponudba igralnih salonov se je tudi razvila in sicer bolj kot je bilo to načrtovano v Strategiji razvoja igralništva.

Osnovna ponudba igralništva zajema igralne avtomate ter igralne mize, ki predstavljajo obliko sprostitev in zabave. Kot take ponujajo obiskovalcu določeno korist, ki je v tem primeru občutek zadovoljstva, potrošnik pa je zanj pripravljen tudi plačati, saj osebno ocenjuje, da so koristi višje od stroškov. Prihodek ponudnika posebnih iger na srečo v določenem obdobju je enak vsoti vseh stav (denarnih vplačil porabnika za sodelovanje v igri na srečo) zmanjšani za vsoto vseh dobitkov (Jaklič et. al., 2006, str. 8-9).

Za državo predstavlja igralniška dejavnost orodje, s katerim lahko povečuje državne prihodke, razvija lokalno gospodarstvo, ustvarja nova delovna mesta, ustvarja čisti izvoz storitev, pospešuje razvoj turizma in povečuje turistični priliv, znižuje potrebo po povečevanju in uvajanju drugih davkov ter preusmerja interes in zmanjšuje napetosti v družbi. Poleg tega države na eni strani uvajajo strogo regulacijo iger na srečo in skušajo preprečevati in odpravljati negativne eksternalije, na drugi pa promovirajo igranje ter širijo obseg ponudbe. V sodobnih družbah so igre na srečo vedno bolj prisotne v vsakdanjem življenju posameznika (Luin, 2004, str. 72-73).

Slovensko igralništvo je usmerjeno pretežno na tuje, predvsem italijanske goste, zaradi česar so tudi rezultati poslovanja odvisni predvsem od političnih in gospodarskih razmer v sosednji Italiji. Število igralnic in igralnih salonov je zato bistveno večje na območjih, ki mejijo na Italijo. Na območju Goriške, Primorske in Kraške regije je ob koncu leta 2009 delovalo 5 igralnic od skupaj 10 delujočih in 19 igralnih salonov od skupaj 34 delujočih. Goriška regija, kjer delujejo 3 Hitove igralnice in 7 igralnih salonov, je v letu 2009 ustvarila 174,1 mio evrov bruto prihodka od iger, kar je pomenilo kar 55% celotnega bruto prihodka od posebnih iger na srečo v Republiki Sloveniji (Ministrstvo za Finance, 2010, str. 11).

Posebne igre na srečo v Sloveniji obstajajo v funkciji razvoja turistične dejavnosti, kjer igralniško-turistični proizvod predstavlja specifičen segment turizma, ki ima priložnost mednarodne konkurenčnosti in posledično nadaljnega razvoja z višjimi dodanimi vrednostmi, kot so danes značilne za večino turističnih proizvodov v Sloveniji. Poslanstvo Republike Slovenije je organizirati in vzdrževati sistem prirejanja iger na srečo na način, da igre na srečo potekajo v urejenem in nadzorovanem okolju ter v takšnem obsegu in strukturi, ki na dolgi rok zagotavlja čim večje koristi za slovensko družbo. Ob tem morajo biti doseženi cilji pravne in socialne države ter spoštovan javni interes. Vizija Republike

Slovenije na področju prirejanja iger na srečo pa naj bi bila postati država s kakovostnim in nadzorovanim prirejanjem iger na srečo, kjer so varovane vse družbene vrednote in ki so v javnem interesu (Ministrstvo za Finance, 2010, str. 22).

Za uresničitev svojega poslanstva in vizije na področju prirejanja iger na srečo mora država slediti določenim strateškim usmeritvam. Te zajemajo predvsem prirejanje iger na srečo v urejenem in nadzorovanem okolju, razvoj dolgoročne in konkurenčne ponudbe, ki dopolnjuje slovensko turistično ponudbo, in doseganje optimalnih prihodkov iz dajatev od iger na srečo.

## 4 ZAKONODAJA

Igralniška zakonodaja v Sloveniji se je z leti spreminjala. Temeljna državna politika se je oblikovala z uveljavitvijo Zakona o igrah na srečo iz leta 1995. Področje prirejanja iger na srečo v Republiki Sloveniji tako ureja Zakon o igrah na srečo (Ur. l. RS, št.134/03 – uradno prečiščeno besedilo in 10/10), ki je bil sprejet v letu 1995 in noveliran v letih 2001, 2003 in 2010. Zakonodajo na področju prirejanja iger na srečo v Sloveniji zaznamujejo dokaj konzervativna določila in visoka davčna in koncesijska obremenitev, ki nekoliko omejujejo razvojni potencial igralniških družb.

Spodnja tabela prikazuje sprejetja zakonov na področju igralništva po letih vključno z njihovimi spremembami.

*Tabela 2: Slovenska zakonodaja, ki ureja področje prirejanja posebnih iger na srečo*

<b>Leto</b>	<b>Zakon (spremembe zakona)</b>
1993	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zakon o posebnem prometnem davku od posebnih iger na srečo (Ur. l. RS, št.67 z dne 17.12.1993)</li> </ul>
1995	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zakon o igrah na srečo (Ur. l. RS, št. 27 z dne 19.5.1995) – ZIS</li> </ul>
1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uveljavitev zamrznjenih določb ZIS s podelitvijo koncesij igralnicam po lastninskem preoblikovanju</li> <li>• Zakon o DDV se uveljavi s 1.7.1999 (DDV: 19% in 8%)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zakon o davku od iger na srečo (Ur. l. RS, št.57. z dne 16.7.1999) – ZDIS</li> </ul>
2001	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o igrah na srečo (ZIS-A) Ur. l. RS, št. 85 z dne 29.10.2001</li> </ul>
2002	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pravilnik o prirejanju posebnih iger na srečo v igralnih salonih (Ur. l. RS, št. 50/02 z dne 7.6.2002)</li> </ul>
2003	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o igrah na srečo (ZIS-B) Ur. l. RS, št.101/03 z dne 21. 10. 2003</li> </ul>

*Vir: M. Jaklič, H. Zagoršek, M. Pahor, L. Knežević Cveblar, Analiza upravičenosti spremembe obdavčitve posebnih iger na srečo v Sloveniji, 2006, str 9-10.*

Po določbah Zakona o igrah na srečo je prirejanje iger na srečo izključna pravica Republike Slovenije. Igre na srečo lahko v Sloveniji prirejajo le gospodarske družbe, ki pridobijo koncesijo Vlade Republike Slovenije. Slednja tudi nadzira vse dejavnosti, ki so povezane s tem, za to pa ima posebno telo – urad za nadzor prirejanja iger na srečo. Zakon o igrah na srečo deli igre na srečo v dve kategoriji: klasične igre na srečo in posebne igre na srečo. Slednje se lahko prirejajo le v igralnicah in igralnih salonih. Koncesijo podeljuje Vlada RS. Koncesija se lahko podeli samo pravni osebi, ki je registrirana za dejavnost prirejanja iger na srečo. Veljavna je največ 10 let. Pred izdajo koncesije mora Vlada RS dobiti soglasje lokalne skupnosti in mnenje sosednjih lokalnih skupnosti o opravljanju igralniške dejavnosti na njenem območju.

V oktobru 2003 sprejeta dopolnila zakona o igrah na srečo uvajajo poleg sprememb v lastništvu igralniških družb, tudi koncesije za igralne salone. Igralni saloni naj bi bili v skladu s strategijo namenjeni dopolnjevanju turistične ponudbe kraja. Saloni ne smejo prirejati živih iger (npr. ruleta) in imajo lahko največ 200 igralnih mest na igralnih avtomatih in na elektronski ruleti. Igralnice teh omejitev nimajo. Tako eni kot drugi so lahko usmerjeni v tuje ali lokalne obiskovalce ter lahko ponujajo dodatne storitve. Možnost odpiranja igralnih salonov je zelo spremenila igralniško dejavnost v Sloveniji (Sirše, Vidjen, Kalin, & Luin, 2006, str. 11). Kljub usmeritvam Strategije razvoja igralništva iz leta 1997 v razvoj igralniške ponudbe, ki je v rokah večjih korporacij in omejitev tako imenovanega podjetniškega igralništva, ki ga razvijajo lastniki igralnih salonov, pa zakonodaja temu ni sledila v celoti in je bila bolj naklonjena majhnim ponudnikom (dovoljevala je več majhnih koncesij in določila večje število igralnih avtomatov v igralnem salonu).



Vendar je razlika med igralnicami in igralnimi saloni vedno manjša. Uvajajo se namreč nove tehnologije, ki omogočajo igranje takoimenovanih živih iger avtomatizirano in elektronsko.

S spremembami in dopolnitvami Zakona o igrah na srečo v letu 2003 je bilo zakonsko določeno število koncesij za prirejanje iger na srečo v Sloveniji in sicer največ 15 koncesij za prirejanje posebnih iger na srečo v igralnicah, 45 koncesij za prirejanje posebnih iger na srečo v igralnih salonih ter največ 2 prireditelja, ki lahko trajno prirejata klasične igre na srečo.

V Sloveniji je bilo na dan 31.12.2009 za prirejanje posebnih iger na srečo dodeljenih 11 koncesij za igralnico in 34 koncesij za igralni salon. V letu 2010 se je število dodeljenih koncesij zmanjšalo na 10, število delujočih igralnic pa na 9, število koncesij za igralne salone in koncesij za trajno prirejanje klasičnih iger na srečo pa se ni spremenilo.

Najpomembnejše cilje države, kot deležnika pri igrah na srečo, lahko strnemo v naslednjih točkah (Ministrstvo za Finance, 2010, str.22):

- Zagotavljanje poštenega in odgovornega prirejanja iger na srečo
- Nadzorovano odvijanje iger na srečo ter njihov obseg, ki omogoča koriščenje tržnih priložnosti sosednjih držav in domačega tržišča
- Omejevanje problematičnega in patološkega igranja
- Dodeljevanje koncesij podrejeno optimalnemu obsegu ter zaupanju koncesionarjem, ki imajo že določeno znanje s tega področja
- Optimalni davčni prihodki

Zakonske okvire urejanja igralništva v svetu lahko v grobem opredelimo v tri skupine, in sicer a) prepoved ali skorajšnja prepoved z davčno zakonodajo, ki pobere praktično celotno presežno vrednost (npr. Italija), b) dovoljeno, a strogo regulirano igralništvo, včasih organizirano kot državni monopol, visoka davčna obremenitev (npr. Avstrija, Velika Britanija, Slovenija, itd.) in c) liberalizirano igralništvo, običajno z nizko davčno obremenitvijo (Nevada, New Jersey) (Jaklič et. al., 2006, str. 13).

#### **4.1 Politika dodeljevanja koncesij**

»Hitro povečevanje števila igralnih salonov, ki so nastajali s podeljevanjem novih koncesij, krepitev zasebne lastnine v tej dejavnosti in posmehljiv odnos do težav, s katerimi se je začel soočati novogoriški Hit, nesporno kažejo, da so zadnja leta obvladovali slovenske

igre na srečo tisti, ki so menili, da je trgovanje z njimi vsaj podobno trgovanju s paradižniki.« (Tajnikar, 2010).

Gospodarske družbe, ki želijo pridobiti koncesijo za prirejanje iger na srečo v igralnici oziroma v igralnem salonu morajo posredovati vlogo z zakonsko predpisano dokumentacijo. Kasneje Vlada Republike Slovenije odloči po prostem preudarku o dodelitvi koncesije. Pri tem jo obvezuje upoštevanje zakonsko predpisanih kriterijev, ki so zlasti:

- Zasičenost ponudbe iger na srečo v državi oziroma lokalni skupnosti
- Zagotavljanje harmoničnega, optimalnega in trajnostnega razvoja dejavnosti
- Obseg prirejanja iger na srečo z vidika dopolnjevanja turistične ponudbe
- Izkušnje in reference
- Upoštevanje strateških razvojnih dokumentov za področje prirejanja iger na srečo

Pri posebnih igrah na srečo je uveljavljen sistem dodelitve koncesije za prirejanje iger na srečo v igralnici ali igralnem salonu, koncesijska pogodba pa je tista, ki določa igre oziroma igralne naprave, na katerih se te igre prirejajo. Dosedanja koncesijska politika je ustvarila močno konkurenco igralnic in igralnih salonov, ki pridobivajo tuje igralce iz istih tržnih območij. Pri podeljevanju dodatnih koncesij naj bi se zasledovalo cilj, da se ponudba iger na srečo usmeri v prostorsko zaokrožena igralniška območja in v igralnice s čim večjo obigralniško ponudbo, pri čemer vzpodbuja koncesionarje, da napredujejo v višjo kategorijo.

Za igralnice in igralne salone je skupaj dodeljenih 44 koncesij. Število dodeljenih koncesij naj bi se postopoma zniževalo in sicer naj bi se do leta 2013 njihovo število zmanjšalo na 35, do leta 2020 pa na 30 (Ministrstvo za Finance, 2010, str. 44).

## **5 OBDAVČITEV**

Gospodarske družbe, ki prirejajo igre na srečo, obračunavajo in plačujejo davek od iger na srečo ter koncesijsko dajatev.

Igre na srečo so v vseh jurisdikcijah obdavčene bolj kot ostale dejavnosti, ponavadi s posebnimi dajatvami za igre na srečo. Razloge velja iskati v omejevanju ponudbe iger na srečo ter posledično v ekonomskih rentah, za katere velja, da ima država pravico do njihovega največjega deleža.

Davke od iger na srečo lahko razdelimo v tri glavne kategorije :

- Davki odvisni od realizacije. To je najpogostejša oblika obdavčitve. Davek je izražen kot odstotek od prihodka prireditelja. Osnove so lahko različne, najbolj pogosta pa je bruto realizacija izračunana kot razlika med vsemi vplačili in izplačili v določenem obdobju. V Sloveniji imamo 18 odstotni davek od iger na bruto realizacijo.
- Davki neodvisni od realizacije. Ta kategorija zajema različne davke in prispevke, ki jih morajo plačati prireditelji iger na srečo v enkratnem znesku oziroma v določenih časovnih obdobjih. Najpomembnejša je koncesnina, ki jo prireditelj mora plačati ob prejemu licence. Koncesnina je enkratni znesek, ki ga prireditelj plača za pravico do prirejanja določene vrste igre na srečo (včasih tudi za pravico do prirejanja te igre na srečo na določeni lokaciji). V Sloveniji se plačuje koncesijska dajatev na bruto realizacijo, ustvarjeno na igralnih avtomatih, glede na obseg poslovanja oziroma prihodke po progresivni lestvici od pet do dvajset odstotkov (igralni saloni imajo le igralne avtomate, koncesijsko dajatev pa plačujejo po 20 odstotni fiksni stopnji in nimajo progresivne lestvice kot igralnice).
- Nedenarni davki oziroma davki v obliki sredstev. Ta kategorija vsebuje zahteve zakonodajalca, da obstoječi ali potencialni prireditelji iger na srečo (ponavadi v igralništvu) izgradijo dodatno turistično ali splošno infrastrukturo (npr. Hotelske sobe, kongresni centri, ceste, ureditev okolice), ki presega normalne potrebe investicijskega projekta in ki jo ni mogoče upravičiti s pomočjo standardnih kriterijev donosnosti investicije.

Davčna obremenitev (davek od iger na srečo in koncesijska dajatev) doseženega bruto prihodka od iger na srečo je za leto 2009 znašala:

- Za posebne igre na srečo, ki se prirejajo v igralnicah od 23 odstotkov do 32,4 odstotkov,
- Za posebne igre na srečo, ki se prirejajo v igralnih salonih 38 odstotkov.

*Tabela 3: Davek in koncesijska dajatev od posebnih iger na srečo v obdobju 2002-2009 (v mio evrov)*

LETO	Davek od posebnih iger na srečo	Koncesijska dajatev	Skupaj
2002	30,4	31,0	61,4
2003	37,5	35,4	72,9
2004	47,0	40,1	87,1
2005	56,7	49,3	106,0
2006	62,1	55,0	117,1
2007	64,1	57,5	121,6

2008	61,3	54,1	115,4
2009	57,5	50,9	108,4

Vir: Ministerstvo za Finance, Osnutek strategije razvoja iger na srečo v Sloveniji, str. 12, 13.

V zadnjih treh letih se je povprečna davčna obremenitev igralnic znižala z 32,3 odstotkov v letu 2005 na 31 odstotkov v letu 2009, medtem ko se davčna obremenitev igralnih salonov ni spremenila. To je posledica tega, da je v igralnicah različna obdavčitev na igralnih mizah kot na igralnih avtomatih. Obdavčitev na igralnih mizah znaša 23 odstotkov, medtem ko je na igralnih avtomatih progresivna do 38 odstotkov (odvisno od realizacije).

Kot primer bi še navedel dajatve od iger na srečo podjetja Hit d.d. V letu 2008 so igralnice obračunale 30,0 milijonov evrov davka od iger na srečo ter 24,4 milijonov evrov koncesijske dajatve. Skupna vrednost dajatev od iger na srečo je tako znašala 54,4 milijonov evrov, kar je 32,7 odstotkov od davčne osnove oz. 30,5 odstotkov od dosežene bruto realizacije igralništva. Obračunanega je bilo tudi 0,03 milijonov evrov izstopnega DDV od vstopnine (Letno poročilo Hit, 2009, str. 14) .

Tabela 4: Igralniški davki podjetja Hit d.d. za leti 2007 in 2008 (v mio EUR)

	Leto 2008	Leto 2007
Davek od iger na srečo	29.964	34.350
Koncesijska dajatev	24.433	29.037
Igralniški davki skupaj	54.397	63.387
Delež v bruto realizaciji igralništva	30.5%	31.1%

Vir: Letno poročilo Hit d.d., 2009, str. 14.

## 5.1 Davčni upravičenci

Davek od iger na srečo je v celoti prihodek proračuna Republike Slovenije, koncesijska dajatev pa se deli med upravičence, ki so:

- Proračun Republike Slovenije
- Proračuni lokalnih skupnosti, kjer se nahajajo igralnice in igralni saloni
- Fundacija za financiranje invalidskih in humanitarnih organizacij v Republiki Sloveniji (FIHO)
- Fundacija za financiranje športnih organizacij v Republiki Sloveniji (FŠO)

Leta 2009 je bilo plačanih 139,6 milijonov evrov dajatev, od tega 85,4 milijona evrov (61,2 odstotkov) v državni proračun, 24,3 milijona evrov (17,4 odstotkov) v proračun lokalnih skupnosti, 20,2 milijona evrov (14,5 odstotkov) za FIHO in 9,7 milijona evrov (6,9 odstotkov) za FŠO (Ministrstvo za finance, 2010, str.13).

Ugotovimo lahko, da so proračuni nekaterih lokalnih skupnosti lahko precej odvisni od višine koncesijskih dajatev. Mednje nedvomno spada tudi Mestna občina Nova Gorica, ki na svojem območju gosti precejšen delež igralnih salonov in igralnic. Davčni prihodki s strani igralništva so tu zato precej visoki in predstavljajo okoli 22 odstotkov celotnega letnega občinskega proračuna. Želja po večanju občinskega proračuna se je med drugim izražala tudi s podeljevanjem novih koncesij na Goriškem v upanju, da bodo davčni prihodki narasli. Kot je razvidno iz spodnje tabele pa temu ni bilo tako. Davki in dajatve igralništva so z letom 2007 pričeli upadati (deloma je k temu pripomogla tudi splošna gospodarska kriza). Podeljevanje novih koncesij igralnim salonom se je zato tudi s tega vidika pokazalo kot zgrešeno. Dajatve oslabljenih Hitovih igralnic so postajale vse nižje, novi igralni saloni pa niso uspeli pokrivati nastale razlike v občinskem proračunu.

*Tabela 5: Delež koncesijskih dajatev v proračunu Mestne občine Nova Gorica*

Leto	Celoten proračun (v eur)	Dajatve igralništva (v eur)	Delež dajatev v proračunu (v %)
2004	26.748.005	6.323.584,92	23,60
2005	32.643.798	7.693.718,05	23,60
2006	32.946.164	7.983.388,96	24,20
2007	30.247.481	7.915.288,01	26,20
2008	34.796.727	7.055.860,87	20,30
2009	33.450.576	6.624.313,26	19,80

*Vir: Mestna občina Nova Gorica, Interni podatki – oddelek za turizem, 2010.*

## **5.2 Davčna degresija**

Sprememba obdavčitve posebnih iger na srečo je bila pogosta tema ekonomistov, ki so želeli vzpodbuditi rast investicij na področju igralništva. V večini primerov se je postavljalo vprašanje o smiselnosti davčne degresije, kar bi večjim igralnicam omogočalo, da svoje presežke ob dovolj visoki bruto realizaciji precej lažje investirajo in s tem dosežejo višjo rast.

V marcu leta 2006 so po naročilu Ministrstva za Finance na Ekonomski fakulteti izdelali študijo ekonomskih, davčnih, finančnih in družbenih učinkov upravičenosti spremembe obdavčitve posebnih iger na srečo v luči predvidene investicije v nov igralniški center v Goriški regiji. Študija je bila kasneje dopolnjena zaradi spremenjenih vhodnih podatkov. Finančne projekcije poslovanja igralniško zabavišnega centra so bile narejene ob predpostavki degresivne obdavčitve, sama davčna degresija pa je bila predlagana v časih visoke konjunktore in ob predpostavki zelo visokih prihodkov novega megazabavišča. Igralniška realizacija naj bi bila do višine 300 milijonov evrov obdavčena s 15 odstotno stopnjo, realizacija nad 300 milijonov evrov pa z 10 odstotno stopnjo. To pomeni, da bi efektivna davčna stopnja s povečevanjem igralniške realizacije padala tako, kot prikazuje spodnja tabela.

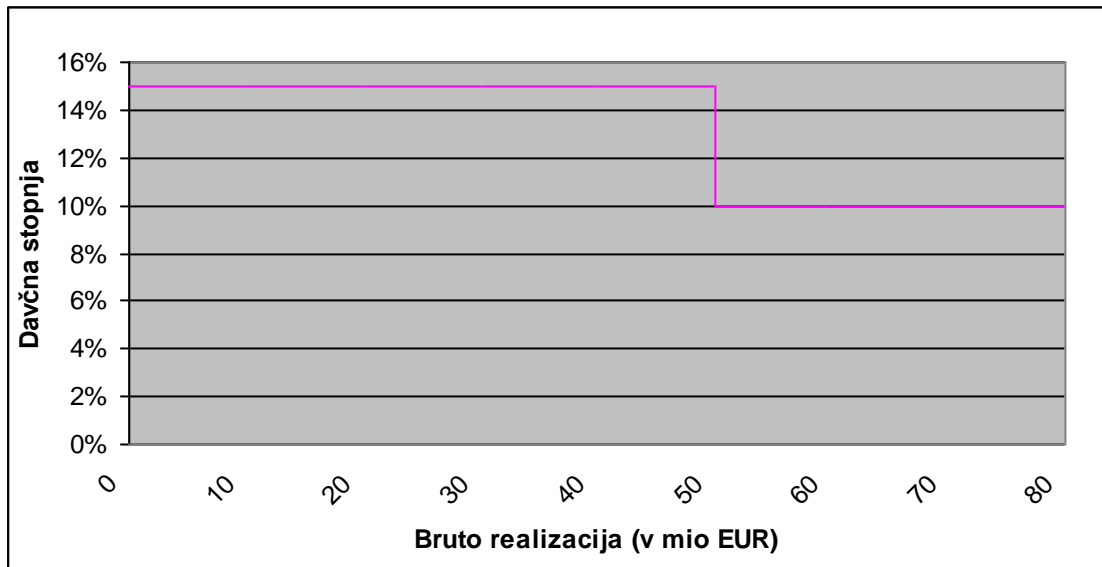
*Tabela 6: Efektivna davčna stopnja po letih in obdobjih*

<b>Leto oziroma obdobje</b>	<b>Efektivna stopnja igralniških dajatev (v %)</b>
3. leto poslovanja	15,00
5. leto poslovanja	13,93
10. leto poslovanja	13,56
Obdobje 10 let	14,06
Obdobje 20 let	13,36

*Vir: M. Jaklič, H. Zagoršek, M. Pahor, L. Knežević Cveblar, Analiza upravičenosti spremembe obdavčitve posebnih iger na srečo v Sloveniji, 2006, str. 23.*

Glede na trenutno stanje igralništva na Goriškem, kjer so bruto realizacije igralnih salonov in hitovih igralnic precej nižje od predpostavljenih v zgoraj opisani študiji, ocenjujem, da je meja pričetka degresije postavljena bistveno previsoko in onemogoča razvoj profitabilnega megazabavišča. Zaradi tega bi bilo mogoče smotrno znižano davčno stopnjo uporabiti že pri bruto realizaciji 50 mio EUR, kot prikazuje spodnja slika.

Slika 1: Predlagana znižana davčna stopnja pri bruto realizaciji 50 mio EUR.



Takšna davčna degresija bi igralnicam v trenutku, ko dosežejo dovolj visok prag bruto realizacije, omogočala bistveno višje investicije. Kljub velikem številu manjših konkurenčnih igralnih salonov bi po moji oceni država spodbujala nadaljni razvoj večjih igralnic, s tem omogočala potencialni razvoj igralniškega resorta na obrobju Nove Gorice ter okrepila konkurenčnost same destinacije med globalnimi tekmeči.

## 6 UČINEK PRELIVANJA, UČINEK PIJAVKE in UČINEK GROZDENJA

Tako kot za večino gospodarskih dejavnosti so tudi za igralništvo značilni nekateri posebni ekonomski učinki:

- Učinek prelivanja (*Spillover effect*) je eksternalija ekonomske aktivnosti ali procesov enega podjetja do drugih, ki niso neposredno vpleteni in imajo zaradi tega bodisi koristi (pozitiven učinek prelivanja) ali pa škodo (negativen učinek prelivanja). Obravnavan primer v igralništvu zajema pozitivne učinke prelivanja promocijskih aktivnosti podjetja Hit, d.d., od katerih imajo (so imeli) koristi drugi, manjši igralni saloni v okolici Nove Gorice.
- Učinek pijavke nastopi v igralništvu takrat, ko vstopajoči igralni salon ali igralnica povzroči zmanjšanje bruto realizacije obstoječih igralnic ali igralnih salonov. S tega vidika je za vstopajoči igralni salon idealno, da vstopi na območje, kjer deluje ena sama ali nekaj zelo velikih igralnic.

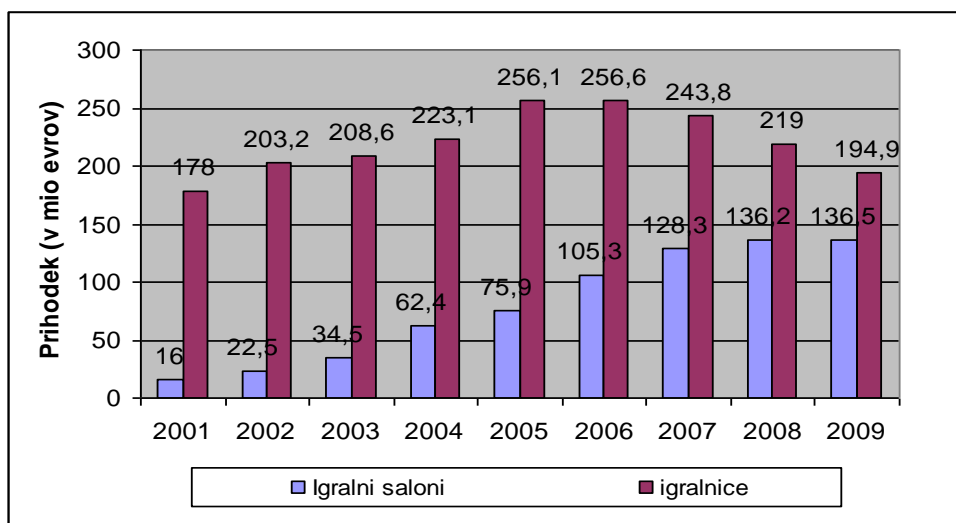
- Učinek grozdenja pomeni v igralništvu pozitiven vpliv števila obiskov pri konkurenčnih igralnicah ali igralnih salonih na bruto realizacijo posameznih igralnic oziroma igralnih salonih. Skratka, več kot je ponudnikov iste storitve na enem območju, večje prihodke bodo imeli. To pomeni, da več kot je različnih ponudnikov na določeni destinaciji oziroma lokaciji, bolj zanimiva postane ta destinacija za obisk ter s tem privleče nove segmente gostov. Koristi iz povečanega povpraševanja imajo vsi ponudniki na destinaciji, ponavadi v skladu z njihovimi tržnimi deleži.

V nadaljevanju diplomske naloge se bom bolj posvečal dokazovanju učinka prelivanja in učinka pijavke, ki sta po moji interpretaciji zbranih podatkov najbolj značilna na območju Goriške regije. Igre na srečo v Sloveniji so po besedah nekaterih strokovnjakov že v resni krizi, eno najpomembnejših znamenj pa naj bi bila izčrpanost trga. "Pokazalo se je, da je vstop novih izvajalcev iger na srečo do leta 2007 sicer povečeval izkoriščenost trga, na katerem Slovenci ponujamo svoje igre na srečo, a da je poznejše vstopanje novih koncesionarjev vodilo le v prerazdeljevanja trga med večjim številom ponudnikov in ni širilo trga"(Tajnikar, 2010). Konkretni učinki so po moji oceni najbolj nazorno prikazani na 24. strani diplomske naloge, kjer je predstavljen vpliv otvoritve novega igralnega salona Venko na dostopni poti do obstoječe igralnice Aurora.

## 7 PRIMERJAVA: IGRALNICE IN IGRALNI SALONI V SLOVENIJI

Spodnje primerjave nekaterih merljivih podatkov dajejo natančnejši pogled na spreminjanje slovenskega igralniškega trga v zadnjih desetih letih.

*Slika 2: Struktura bruto prihodka od posebnih iger na srečo v obdobju 2001-2009*



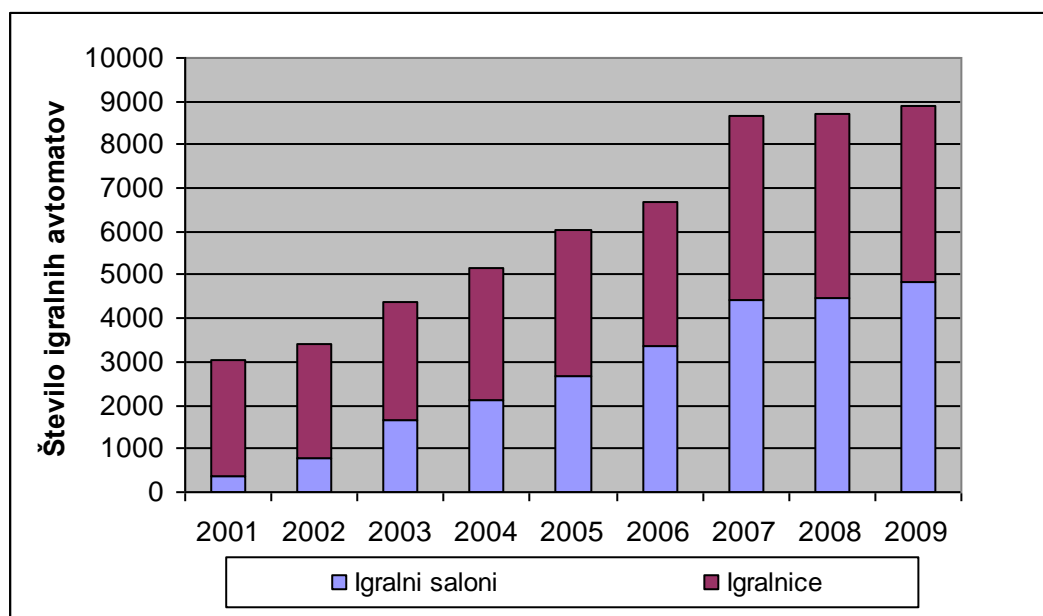
*Vir: Ministrstvo za finance, Osnutek strategije razvoja iger na srečo v Sloveniji, 2010.*



Slika 2 prikazuje gibanje prihodkov pred obdavčitvijo igralnic in igralnih salonov med leti 2001 in 2009. Leta 2001 so slovenski prireditelji posebnih iger na srečo zabeležili 194 milijonov evrov prihodkov pred obdavčitvijo. Od tega so jih skoraj 92 odstotkov prispevale igralnice, dobrih 8 odstotkov pa igralni saloni. Pet let kasneje so se skupni prihodki povečali že na 361,9 milijonov evrov, prispevek igralnic pa se je v tem obdobju bistveno zmanjšal in sicer na 70,9 odstotkov, prispevek igralnih salonov pa povečal na 29,1 odstotkov. Med leti 2006 in 2010 se je struktura bruto prihodkov spreminjala še nekoliko bolj v prid igralnim salonom, saj se je njihov skupni bruto prihodek še povečeval. Bruto prihodek igralnic pa je v zadnjih štirih letih začel upadati in lansko leto pristal pri vrednosti 194,9 milijonov evrov. Strukturni delež igralnic se je od leta 2002 do leta 2009 v skupnem bruto prihodku od posebnih iger na srečo zmanjšal iz 90 odstotkov na 59 odstotkov, delež igralnih salonov pa se je v strukturi bruto prihodka od posebnih iger na srečo v letu 2009 povečal na 41 odstotkov. (Ministrstvo za Finance, 2010, str. 7)

Na tem mestu velja omeniti tudi uvedbo protikadilskega zakona in nastop gospodarske krize v drugi polovici leta 2008. Zaradi tega je bil upad bruto realizacije igralnic nekoliko višji, igralni saloni pa so namesto nadaljne rasti pričeli beležiti stagnacijo, kar je lepo razvidno tudi iz zgornje slike.

*Slika 3: Število igralnih avtomatov za prirejanje posebnih iger na srečo v obdobju 2001-2009*



*Vir: Ministrstvo za finance, Osnutek strategije razvoja iger na srečo v Sloveniji, 2010, str. 6.*

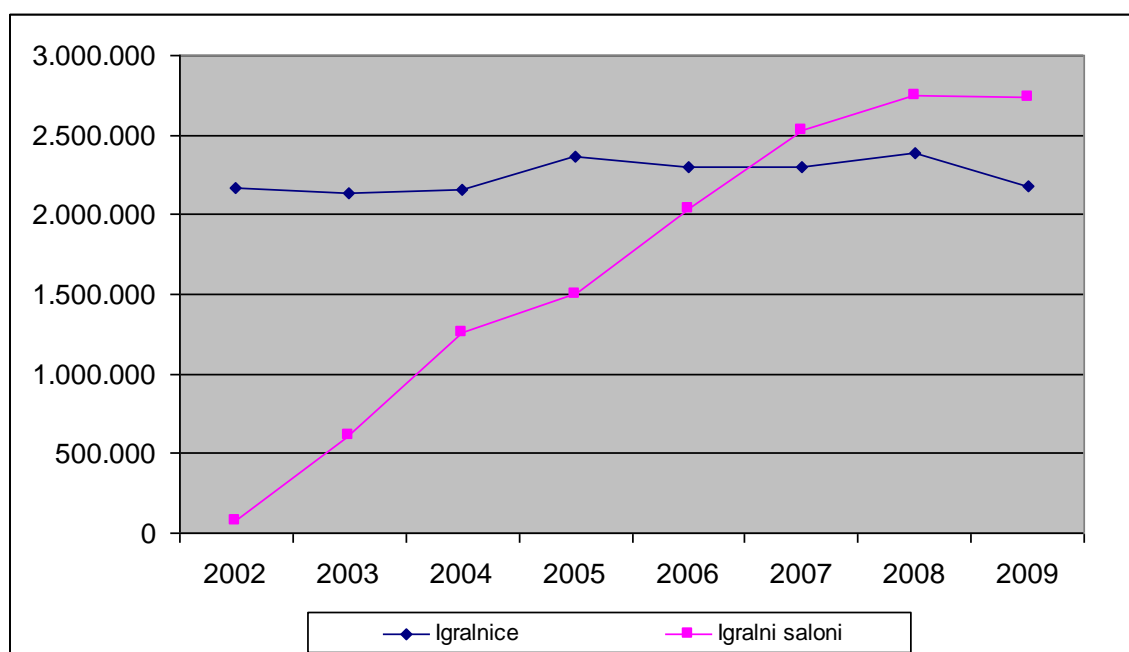
Slika 3 prikazuje gibanje števila igralnih avtomatov v igralnicah in igralnih salonih v obdobju 2001 – 2009. Konec leta 2001 je operiralo v Sloveniji 3.022 igralnih avtomatov, pri čemer je bila večina postavljenih v igralnicah. Do leta 2006 je število igralnih

avtomatov v igralnih salonih močno naraščalo, medtem ko se njihovo število v igralnicah ni bistveno spreminjalo. Konec leta 2006 je število igralnih avtomatov v igralnih salonih že presegalo njihovo število v igralnicah. Leta 2009 je bilo v igralnicah 4.066 igralnih avtomatov, ki so ustvarili 122,6 mio evrov bruto prihodka od iger ter 277 igralnih miz z 59,9 mio evrov bruto prihodka od iger. Na drugi strani so igralni saloni razpolagali s 4.851 igralnimi aparati in z njimi ustvarili 136,5 mio evrov bruto prihodka od iger.

## 7.1 Gibanje števila obiskovalcev in tržni deleži med igralnicami in igralnimi saloni

Med leti 2002 in 2009 se je skupno število obiskovalcev povečalo iz 2,3 milijonov obiskov na 4,9 milijone. Število tujih obiskovalcev se je povzpelo iz 2,1 milijona na 3,5 milijona. Število gostov v igralnicah se v tem obdobju ni bistveno spreminjalo. Povprečna letna rast števila obiskovalcev v igralnicah in igralnih salonih je v preučevanem obdobju znašala 11,2 odstotka, pri čemer so večino te rasti generirali igralni saloni.

Slika 4: Gibanje števila vstopov v igralnice in igralne salone v obdobju 2002-2009



Vir: Ministrstvo za finance, Osnutek strategije razvoja iger na srečo v Sloveniji, 2010, str. 7.

Igralnice in igralni saloni so v letu 2009 skupaj beležili 4,9 milijona vstopov oziroma za 212 tisoč vstopov (4 odstotke) manj kot v letu 2008. Igralnice so od tega beležile 9 odstotkov manj vstopov, igralni saloni pa 0,2 odstotka manj kot v predhodnem letu.

Igralnice in igralni saloni so v letu 2009 skupaj beležili 3,5 milijona vstopov tujih gostov. Najvišji delež tujih gostov beležijo igralnice in igralni saloni, ki se nahajajo v bližini italijanske meje. Igralnice v Goriški, Primorski in Kraški regiji so v letu 2009 beležile med 92 odstotki (igralnica Portorož) in 96,5 odstotki (igralnica Park) tujih gostov. Igralni saloni v navedenem območju pa so beležili med 33 odstotki in 98 odstotki tujih obiskovalcev. V notranjosti države je bil delež tujih gostov bistveno nižji in ni presegel 60 odstotkov. Lokacije v izrazito turističnih krajih (Kranjska Gora in Rogaška Slatina) so imele zopet nekoliko višji odstotek tujih obiskovalcev in sicer je ta v letu 2009 znašal 84 odstotkov (Ministrstvo za Finance, 2010, str. 8).

V prikazu strukturnega deleža tujih in domačih gostov v obdobju 2002-2009 (Ministrstvo za Finance, 2010, str. 8) je razvidno, da je število tujih vstopov v igralne salone iz leta v leto naraščalo, v veliki meri tudi na račun konstantnega padanja števila tujih gostov v igralnicah.

## **7.2 Trg v Novi Gorici in njeni okolici**

Strategija razvoja turizma je opredelila igralništvo kot turistični proizvod, ki predstavlja pomemben del turistične ponudbe Slovenije. Med drugim je zapisano, da igralništvo predstavlja najbolj razvit turistični proizvod in enega od treh razvojno najperspektivnejših turističnih proizvodov. Strategija igralništva v Sloveniji (1997) predvideva, da ponudba igralniških storitev ostane izvozno naravnana, torej osredotočena na goste iz drugih držav, lastništvo igralniških podjetij pa ostane v rokah domačih gospodarskih družb (Jaklič et. al., 2006, str. 18).

Igralniški produkt predstavlja zelo pomemben del turistične ponudbe Goriške regije. Skoraj 90 odstotkov igralniškega prometa Slovenije je bilo v letu 2003 realiziranega v zahodni Sloveniji, od tega je bilo 70 odstotkov v Novi Gorici. Mestna občina Nova Gorica je edina občina v Sloveniji, kjer ima prirejanje iger na srečo lastnost celovitega proizvoda. Kraj je postal prepoznaven po igralništvu po zaslugi podjetja Hit d. d., ki zaposluje več kot 1.500 zaposlenih, je nosilec razvoja turistične dejavnosti v Novi Gorici in eno izmed največjih turističnih podjetij v Sloveniji (Jaklič et. al., 2006, str. 19).

Za Novo Gorico lahko trdimo, da ima nediverzificirano turistično ponudbo, saj je njen daleč najprivlačnejši produkt igralništvo. Zaradi tega že nekaj časa obstaja ideja o razvoju "igralniško turističnega centra" ali "integriranega igralniškega resorta" na obrobju mesta in bi bil izvozno usmerjen na obiskovalce iz cele Evrope, ki bi v resortu bivali več dni. Izgradnja resorta, ki bi ponujal pestro turistično-igralniško ponudbo, bi močno vplivala na povečanje prepoznavnosti turistične destinacije Nova Gorica in povečanje njene

konkurenčnosti med globalnimi tekmeči. Resort bi zaposloval večinoma lokalno, domače prebivalstvo in ustvarjal podlago za ekonomski razvoj lokalne skupnosti, ki se odraža v povečanju zaslužkov zaposlenih in ostalih podjetij v lokalni skupnosti, ter povečevanju prihodkov od davkov v državni in lokalni blagajni (Jaklič et. al., 2006, str. 22). Študije in primeri iz prakse potrjujejo, da so v primeru tako oblikovane turistično-igralniške ponudbe pozitivni gospodarski učinki resnično višji od negativnih družbenih stroškov, ki nastajajo zaradi odvisnikov od iger na srečo, ker so obiskovalci resorta večinoma tujci.

*Tabela 7: Ponudba igralnic in igralnih salonov na Goriškem v letu 2010*

	število igralnih avtomatov	število igralnih miz
Perla	1.138	68
Park	789	40
Aurora	280	8
Venko	200	0
Fortuna	200	0
Princess	200	0
Drive in	200	0
Castra	192	0
Jolly	189	0
Paquito	176	0
<b>skupaj</b>	<b>3.564</b>	<b>116</b>

V Novi Gorici in njeni okolici danes delujeta dve Hitovi igralnici (Park in Perla), igralnica Aurora ter sedem igralnih salonov, kar predstavlja skupaj približno petino vseh igralnih salonov v Sloveniji. Tako gosta postavitvev je možna predvsem zaradi ugodne geografske lege Nove Gorice, ki leži tik ob italijanski meji, kar omogoča zelo donosen posel. Ponudbe igralnic in igralnih salonov se zaradi možnosti odličnega izkoriščanja t.i. “enodnevnega” turizma, kamor lahko uvrstimo tudi igralniško-turistično dejavnost, iz dneva v dan povečujejo.

*Tabela 8: Igralniška ponudba Nove Gorice v številkah v letu 2004*

	Igralnice	Igralni saloni
Število igralnic/igralnih salonov	2	5
Število obiskovalcev	1.151.564	278.820
Tuji obiskovalci	1.092.109	195.143
Domači obiskovalci	59.455	83.677
Tuji obiskovalci (v %)	95	72
Domači obiskovalci (v %)	5	28
Bruto realizacija (v eur)	147.529.628	21.244.367

Vir: M. Jaklič, H. Zagoršek, M. Pahor, L. Knežević Cveblar, *Analiza upravičenosti spremembe obdavčitve posebnih iger na srečo v Sloveniji, 2006, str. 20.*

### 7.2.1 KRATKA PREDSTAVITEV PODJETJA HIT D.D.

Skupina HIT sodi med največje evropske ponudnike zabave. Iz majhnega gostinskega podjetja se je razvila kompleksna igralniško-turistična skupina, ki nenehno strmi k doseganju visoke kakovosti ponudbe preživljanja prostega časa. Njena osnovna dejavnost je prirejanje posebnih iger na srečo. Osrednja strateška usmeritev družbe Hit je izvozno usmerjena igralniško-zabavišna dejavnost, namenjena čim širšemu spektru gostov. V tem segmentu je družba razpoznavna tudi v evropskem prostoru. Z načrtno izgradnjo spremljevalne turistične ponudbe je Hit postal vodilna družba slovenske turistične industrije. Svoje znanje s področja igralniškega turizma je družba uspešno uveljavila tudi z naložbami na drugih trgih. S tem pridobiva izkušnje in ugled mednarodne korporacije. Delniška družba ima dva igralniško-zabavišna centra v Novi Gorici (Park in Perla), igralni salon v Vrtojbi (Drive-in), igralniško-zabavišni center v Kranjski Gori (igralnica Korona in igralni salon Larix), manjšo igralnico v Rogaški Slatini, igralniško-zabavišni center v Kobaridu (igralnica Aurora), igralnici Mond v Šentilju in Kristal v Umagu.

Igralnice, locirane na območju zahodne Slovenije, med katere spadajo tudi Hitove igralnice Perla, Park in Kobarid, gravitirajo predvsem na italijanski trg. V letu 2009 so skupaj ustvarile 142,5 milijonov evrov bruto prihodka od iger, t.j. 78 odstotkov celotnega bruto prihodka v slovenskih igralnicah. Hitovi igralnici Casino Perla in Casino Park, ki sta največji slovenski igralnici, sta v letu 2009 skupaj ustvarili 113,2 mio evrov bruto prihodka od iger (62 odstotkov celotnega bruto prihodka v igralnicah), leta 2008 pa 29,2 milijonov evrov več (Ministrstvo za Finance, 2010, str. 10).

*Tabela 9: Bruto realizacija od iger na srečo (Hitove igralnice) podjetja Hit d.d. po letih*

Leto	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bruto realizacija od iger na srečo (v mio EUR)	161,3	173,4	199,1	208,8	204,1	178,3	153,9

Vir: Letno poročilo [podjetje HIT], 2007-2009.

## 7.2.2 KRATKA PREDSTAVITEV NEKATERIH IGRALNIH SALONOV V GORIŠKI REGIJI

V obdobju od leta 2002 do leta 2009 se je število delujočih igralnih salonov povečalo od 10 na 34, kolikor jih posluje tudi danes. Pretežni del gospodarskih družb, ki so pridobile koncesijo za igralni salon, prireja posebne igre na srečo na območju lokalne skupnosti Nova Gorica, Sežana, Ankaran, Piran in Hrpelje-Kozina, ki se nahajajo na širšem območju meje z Italijo. Na navedenem območju je ob koncu leta 2009 poslovalo 19 igralnih salonov, ostali igralni saloni so večinoma locirani v drugih večjih mestih po Sloveniji.

Za obdobje 2002-2006 je bilo značilno hitro povečevanje števila igralnih salonov (iz 10 leta 2002 na 33 leta 2006) ter posledično tudi skupnega bruto prihodka od iger, ki je poskočil iz vrednosti 4,2 milijonov evrov leta 2002 na 105,3 milijonov evrov leta 2006. Rast se je v zadnjih letih umirila, na kar so močno vplivale tudi gospodarske razmere doma in v sosednji Italiji, število delujočih igralnih salonov je ostalo skorajda nespremenjeno. Bruto prihodek od iger med leti 2007 in 2009 se je gibal okrog 130 milijonov evrov letno.

### 7.2.2.1 Igralni salon Paquito

Podjetje VIVA d.o.o. je enovita delovna organizacija, ki ima poslovalnico Gostilno s prenočišči Paquito v Volčji Dragi v kateri deluje tudi »CASINO Paquito - Igralni salon«. VIVA d.o.o. je začela poslovati na lokaciji PAQUITO v Volčji Dragi v aprilu 1996 leta. Prvo leto je poslovala kot gostinski lokal s prenočišči in nočnim klubom. V oktobru leta 1997 je poslovanje razširila na dejavnost prirejanja iger na srečo na igralnih avtomatih zunaj igralnic. V juniju 2002 so podpisali koncesijsko pogodbo in s 1. septembrom 2002 pričeli poslovati kot koncesionar. Po pridobitvi koncesije so v mesecu decembru leta 2002 povečali število igralnih naprav iz dotedanjih 58 na 102, v maju 2003 iz 102 na 110, v juniju 2004 iz 110 na 146, v juliju 2005 pa iz 146 na 176.

*Tabela 10: Bruto realizacija ( v 000 eur) podjetja po letih:*

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
3.639	6.810	7.974	8.488	8.955	7.961	7.002

*Vir: Letno poročilo [podjetje Viva], 2009.*

### 7.2.2.2 Igralni salon Fortuna

Družba MAKO d. o. o. je bila ustanovljena 21.10.1990. Svoje poslovanje je začela v gostinstvu. Leta 1993 se je gostinska dejavnost preselila v novo odprti gostinski lokal Fortuna v Rožni dolini. Prav tu pa je leta 1994 svojo ponudbo razširila z igralniško dejavnostjo. Koncesijsko pogodbo so z Vlado Republike Slovenije podpisali julija leta 2002. Poslovanje so pričeli s 30 igralnimi mesti, junija 2003 so s podpisom aneksa k koncesijski pogodbi ter s spremembo notranje ureditve lokala, ponudbo v igralnem salonu razširili na 52 igralnih mest. Leta 2006 so začasno, s spremenjeno postavitvijo igralnih aparatov in racionalno izkoriščenostjo prostora, povečali zmogljivosti še za enaindvajset dodatnih igralnih aparatov. S selitvijo na novo lokacijo je igralni salon Fortuna še povečal svojo ponudbo, tako da danes nudi 200 igralnih aparatov. Število gostov se je iz leta v leto povečevalo in se je od leta 2004 do leta 2008 podvojilo (s 40.000 na 80.000).

*Tabela 11: Bruto realizacija (v 000 eur) po letih*

2004	2005	2006	2007	2008
2.400	3.500	3.500	4.100	3.600

*Vir: Letno poročilo [podjetje Mako], 2009.*

### 7.2.2.3 Igralni salon Venko

Družba Trine Turistične in zabavišne storitve d.o.o., s sedežem v Neblem 11, v Brdih je bila ustanovljena 30. 6. 2004 in pričela s poslovanjem 20. 6. 2007. V letu 2008 je družba nadaljevala z uspešnim poslovanjem, predvsem sektor igralništva beleži visoko rast. Turistični center trenutno ustvari večino prihodkov z igralnim salonom Venko v Neblem, ki ga obiskujejo pretežno italijanski gosti. Delež italijanskih gostov znaša 94,06 odstotkov, slovenskih gostov je 2,53 odstotka, ostali gosti predstavljajo 3,41 odstotka. V sedmih mesecih poslovanja leta 2007 je igralni salon zabeležil 5.571.630,91 evrov bruto realizacije, obiskalo pa ga je 88.907 gostov. Leta 2008 je igralni salon obiskalo 216.209 gostov, bruto realizacija pa je znašala 14.247.928,31 evrov.

### 7.2.2.4 Igralni salon Princess

INCLUB d.o.o. je začel poslovati v letu 1993. Z dejavnostjo prirejanja iger na srečo se ukvarja že od vsega začetka. Podjetje je imelo na začetku v lasti 10 igralnih avtomatov, v letu 1995 pa je nabavilo večje število igralnih avtomatov in s tem razširilo dejavnost iger

na srečo. 27.3.2003 je družba pridobila koncesijo za prirejanje posebnih iger na srečo na igralnih avtomatih v igralnem salonu Casino Princess. V poslovnem letu 2003 je družba zaprosila Ministrstvo za finance za razširitev obsega poslovanja. Koncem tega leta je le-to izdalo dovoljenje za namestitev in uporabo dodatnih 35 igralnih avtomatov, koncem leta 2005 pa še za dodatnih 45. Trenutno posluje z 200 igralnimi avtomati.

*Tabela 12: Bruto realizacija (v 000 eur) po letih*

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
7.180	7.212	7.116	7.550	9.150	8.250	6.511

*Vir: Letno poročilo [podjetje Inclub], 2009.*

### **7.2.2.5 Igralni salon Jolly**

Družba Eximo d.o.o. ima v lasti igralni salon Jolly, ki je lociran na Ajševici pri Novi Gorici in s katerim je leta 2008 ustvarila skoraj 87 odstotkov vseh prihodkov družbe. V oktobru leta 2008 je v igralnem salonu delovalo 189 igralnih avtomatov. Leta 2007 je salon obiskalo 51.289 gostov, leto kasneje pa so zabeležili 11.492 obiskov več. V letu 2009 so načrtovali povečanje števila obiska na 9.000 obiskovalcev mesečno. Igralnemu salonu Jolly trenutno grozi zaprtje poslovanja.

*Tabela 13: Bruto realizacija (v 000 eur) po letih*

2004	2005	2006	2007	2008
2.415	3.414	3.002	2.962	3.204

*Vir: Letno poročilo [podjetje Eximo], 2009.*

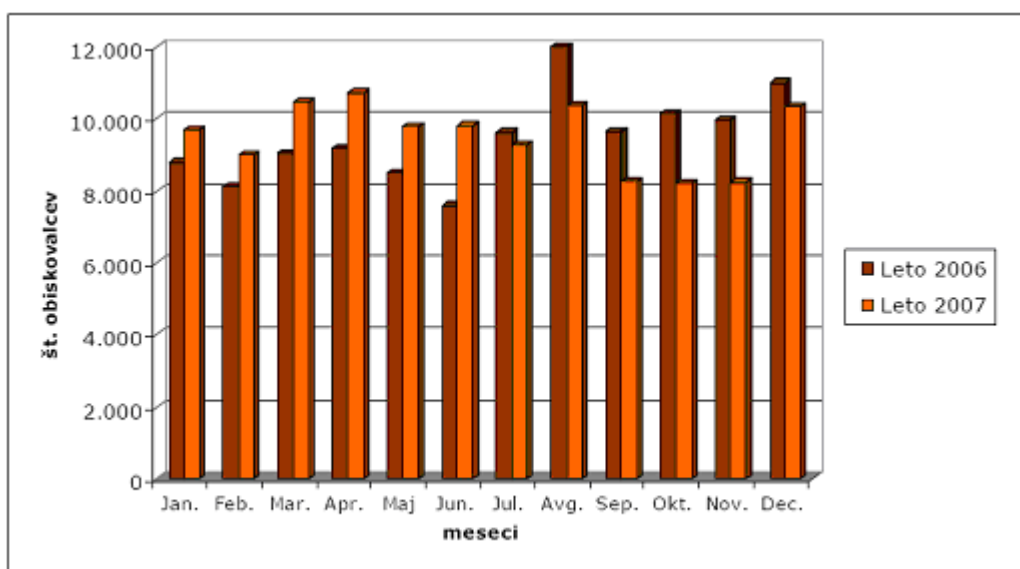
### **7.2.2.6 Igralni salon Aurora**

Po dveh letih in pol rasti in relativno uspešnega poslovanja se je družba CASINO KOBARID d.d. v drugi polovici leta 2007 srečala z bistveno spremenjenimi pogoji poslovanja. Kljub razširitvi obsega ponudbe z namestitvijo dodatnih igralnih avtomatov, skrbjo za kvalitetno izvajanje storitev in dodatnimi promocijskimi akcijami družba v letu 2007 ni realizirala zastavljenih ciljev. V drugi polovici leta 2007 je tako prišlo do zmanjšanja obiska gostov in posledično tudi do zmanjšanja realizacije. Ne glede na dejstvo, da je družba vključena v koncept ponudbe igralništva in zabave Skupine HIT je zaradi nove konkurence v Goriških Brdih in tudi pričetka izvajanja zakona o preprečevanju



uporabe tobačnih izdelkov v drugi polovici leta dosegla slabše rezultate od predvidenih. V tem času je beležila predvsem upad števila obiskov gostov iz dela območja Vidma, ki je bližje igralnemu salonu Venko v Neblem. Igralniško zabavišni center Aurora spada v Hitovo ponudbo igralništva in zabave. Je del že uveljavljene blagovne znamke Hit Stars. Kot del take Hitove ponudbe na področju zabave in igralništva, je usmerjen na domači trg (gornje Posočje) in na področje bližnje Furlanije – Julijske krajine (okolica Čedad, Vidma in Tracenta). Prav s slednjega področja je večina njegovih gostov. Igralnico je v letu 2005 obiskalo 86.228 gostov, leta 2007 pa 114.200 obiskovalcev, kar je bilo za 8,0 odstotkov pod načrtom družbe. Zanimiva je primerjava števila obiskovalcev po mesecih med letoma 2006 in 2007, ki jo prikazuje spodnja slika.

*Slika 5: Število obiskovalcev po mesecih leta 2006 in 2007*



*Vir: Letno poročilo [podjetje Casino Kobarid], 2009, str.12.*

V njem je jasno razviden vpliv odprtja novega konkurenčnega igralnega salona Venko v Neblem julija leta 2007. Število obiskovalcev po mesecih je v prvi polovici leta 2007 presegalo mesečne obiske predhodnega leta, po odprtju igralnega salona pa se je število obiskovalcev bistveno zmanjšalo in padlo pod raven iz leta 2006. Posledično je v letu 2007 bruto realizacija od iger na srečo znašala 8,5 mio EUR, t.j. 0,7 mio EUR manj v primerjavi z letom 2006, kar je bilo bistveno manj od načrtovanega.

*Tabela 14: Bruto realizacija (v 000 eur) po letih*

2005	2006	2007	2008
6.770	9.234	8.539	6.882

*Vir: Letno poročilo [podjetje Casino Kobarid], 2009.*

## 8 TRŽENJE

### 8.1 Splošne opredelitve

Philip Kotler v svoji knjigi s področja managementa trženja opredeljuje trženje kot “naloga ustvarjanja, promocije in posredovanja produktov porabnikom in podjetjem” (Kotler, 2004, str.5). Pri tem dodaja: “Tržniki so večji spodbujanja povpraševanja po produktih podjetja, toda to je preveč omejen pogled na naloge, ki jih opravljajo tržniki. Tako kot so strokovnjaki za proizvodnjo in logistiko odgovorni za ravnanje z oskrbo, so tržniki odgovorni za ravnanje s povpraševanjem. Trženjski managerji poskušajo vplivati na raven, čas in sestavo povpraševanja, da dosežejo ciljne organizacije.” Slednjo definicijo velja dopolniti z besedami slovenskega strokovnjaka s področja trženja Gabrijela Devetaka: “S pravočasnim proučevanjem ponudbe in povpraševanja oblikujemo marketinške aktivnosti za zadovoljevanje vsakdanjih potreb. S tem ko zadovoljimo plačilno sposobno povpraševanje, dosežemo s prodajo produktov ustrezen dobiček za nadaljni razvoj, ob tem pa velja skrbeti tudi za zadovoljstvo zaposlenih.” (Devetak, 2007, str.16).

Osnovna vsebina marketinga je v tem, da ima ponudnik aktiven odnos do potrošnika pri zadovoljevanju njegovih vsakdanjih potreb, saj je konkurenčnost podjetja in njeno povečevanje odvisno tudi od dobro urejenega in organiziranega marketinga. Trženje kot tako ima tudi svoje zakonitosti, pravila delovanja ali bolje rečeno značilnosti. Moramo ga dobro razumeti, opravljati analize trženjskih priložnosti, razvijati strategije, oblikovati nenehno nove ponudbe, ki bodo vabljuje za trg. Zelo pomembno je tudi ugotavljanje potreb in zadovoljstva potencialnih odjemalcev ter prilagajanja novim zahtevam trga. Na področju igralništva velja poudariti metodo neposrednega trženja, ki je pridobila na pomembnosti predvsem v zadnjem desetletju s pojavom novih multimedijskih orodij. Igralnice ter igralni saloni jo uporabljajo predvsem za razvijanje dolgoročnih odnosov s kupci.

Na kratko bi lahko storitve igralnic in v nekaterih primerih tudi igralnih salonov opredelili kot povezavo različnih elementov ponudbe v kompleksno igralniško-zabaviščno storitev. Vsi elementi dodatnih storitev v igralnici so podpora igralniški ponudbi, zato jih ne smemo načrtovati neodvisno, saj le s popolnoma usklajenim pristopom lahko dosežemo pričakovane sinergijske rezultate. V središče trženjskih aktivnosti igralniško-zabaviščne ponudbe se nedvomno postavlja samega gosta z upoštevanjem njegovih želja, interesov in potreb. Zaradi tega ponudniki na trgu zbirajo informacije o strankah, ki jih shranjujejo v podatkovno bazo, na osnovi katere podjetja gradijo trženjske aktivnosti in iščejo morebitne priložnosti. Izgradnja podatkovne baze zahteva precej stroškov in časa, vendar se ob ustrezni uporabi investicija obrestuje.

## 8.2 Trženje Hit d.d.

Družba Hit d.d. iz leta v leto skoraj v celoti izvede letne plane marketinških aktivnosti s katerimi podpira izvajanje svoje poslovne strategije.

Iz letnega poročila 2008 je razvidno, da so bile na področju prodaje in pospeševanja prodaje aktivnosti usmerjene predvsem na:

- Pospeševanje obiska in izboljšanje razmerja v prid dnevom med tednom z delitvijo promocijskih vabil ter pospeševanje večdnevnega obiska organiziranih igralniških skupin.
- Povečevanje obiska iz oddaljenih območij.
- Trženje namenjeno novemu segmentu gostov - azijski gostje. Za trženje, ki je namenjeno tej skupini gostov je družba začela s promocijo posebej prilagojene ponudbe z oglaševanjem v njihovih medijih in s sodelovanjem z novimi agenti.
- V samih igralniško-zabaviščnih centrih je družba intenzivirala neposredno delo z gosti preko gostiteljev, redistribuirala podeljevanje ugodnosti ter intenzivirala njihovo izdajanje v obliki ponudbe hrane tudi slabšim igralcem.

Istega leta je bila v maju in juniju izvedena tudi večja kampanja s ciljem utrjevanja blagovnih znamk Perla in Park ter poudarjanjem prednosti destinacijske ponudbe Hita na Goriškem. Po zgledu ameriških igralniških gigantov podjetje vlaga veliko sredstev in energije v razvoj in širitev vseh oblik neposrednega trženja. Pričeli so z razvijanjem predvsem hitrejših in alternativnejših metod, kot sta elektronsko in mobilno trženje. Glavna naloga podjetja je uvesti čim bolj personalizirano neposredno trženje na vseh nivojih, ki bo zagotavljalo pomembno konkurenčno prednost. Omenjene trženjske metode omogočajo popolno sledenje sleherne poslane ponudbe in merjenje njene učinkovitosti.

Družba Hit d.d. je denimo v prvem polletju 2007 porabila 13 milijonov evrov za reklame, reprezentanco in propagando, kar je bilo nominalno 41 odstotkov več kot v istem obdobju 2006 (Rankov, Vukovič & Alič, 2007). Ti stroški so bili takrat nekoliko višji, ker so vključevali dodatne promocijske aktivnosti na ključnih trgih, ki so bile povezane s trženjem novih hotelskih zmogljivosti v novem delu Perle, dodatno promocijo prenovljenega Parka ter nekaterimi novimi investicijami v hotelske in gostinske objekte. Glede na zbrane podatke lahko predpostavim, da se letni stroški reklame, reprezentance in propagande družbe Hit d.d. gibljejo okrog 20-ih milijonov evrov.

V okviru trženja velja omeniti še oddelek za trženjske raziskave in analize, ki poleg že ustaljenih analiz izvaja še aktivnosti, povezane s pripravo potrebnih trženjskih informacij in raznih raziskav, tudi za namen trženja nove ciljne skupine gostov.

Zaradi vedno večje razvejanosti ponudbe in pojava novih konkurenčnih igralnih salonov na trgu so ob praznovanju 20-letnice obstoja, decembra 2004, prenovili korporativno identiteto. Skupina HIT se je preoblekla v nove barve, predstavljena je bila tudi nova korporacijska znamka Hit Universe of Fun, leta 2005 pa so bile predstavljene tri krovne tržne znamke: Hit Stars, v okviru katere je igralniško zabavišna dejavnost, Hit Holidays, ki združuje hotelske, gostinske in druge turistične dejavnosti, ter Hit Stardust, ki predstavlja igralniško ponudbo na svetovnem spletu.

Začetne promocijske aktivnosti družbe so temeljile predvsem na prepoznavnosti lokacije, t.j. Nove Gorice, kot mesta, ki porabniku nudi celostno igralniško ponudbo. Nič čudnega, da je bila pred petnajstimi leti marsikateremu tujemu gostu prva asociacija mesta Nove Gorice prav podjetje Hit d.d. z igralnicama Park in Perla, vložki za to pa so bili seveda vrtoglavi. Območje Nove Gorice, ki je bilo že v osnovi privlačno zaradi odlične geografske lege, je z občutno pomočjo podjetja Hit d.d. še dodatno pridobilo na tržnem potencialu. Pojav konkurenčnih igralnih salonov ob dokaj radodarni politiki podeljevanja državnih koncesij je bil takorekoč neizbežen, njihovi začetni marketinški stroški pa v primerjavi s podjetjem Hit d.d. zanemarljivi.

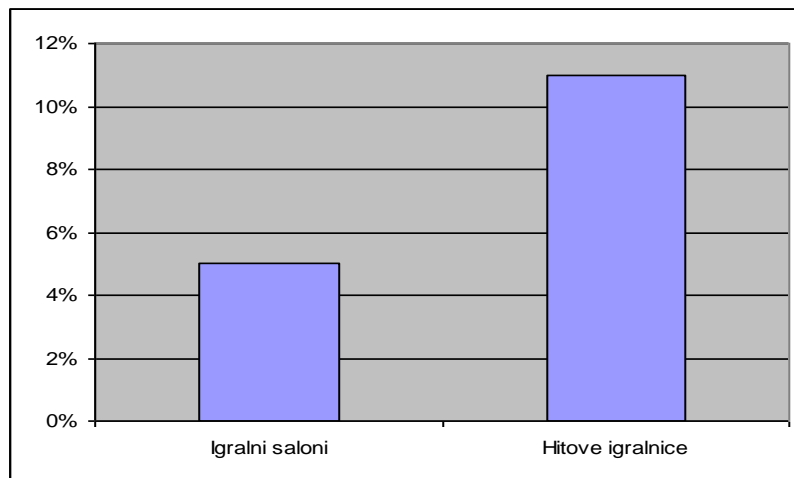
### 8.3 Trženje igralnih salonov

Igralni saloni se praviloma držijo načela, da morajo biti sredstva namenjena trženju in promociji čimbolj gospodarno porabljena, z namenom, da se z minimalnimi vložki doseže kar najboljši možen efekt. Prekomerno varčevanje in rezanje stroškov namenjenih za promocijske aktivnosti bi lahko povzročilo stagnacijo, padec prometa in s tem ogrozilo poslovanje družb. Trženjske strategije so zato usmerjene v pridobivanje novih igralniških gostov, hkrati pa podjetja dodatno razvijajo kulinarično, hotelsko in športno ponudbo. Po večini so njihove marketinške akcije lokalne, usmerjene v goste, ki območje Nove Gorice po tovrstni igralniško-zabavišni ponudbi že zelo dobro poznajo.

*Tabela 15: Stroški sejmov, reklame in reprezentance nekaterih igralnih salonov leta 2008 (v EUR)*

Princess	743.333
Castra	146.820
Jolly	123.936
Venko	223.593

Slika 6: stroškov sejmov, reklame in reprezentance v bruto realizaciji leta 2008



Primerjava grobih izračunov deležev stroškov sejmov, reklame in reprezentance v bruto realizaciji med igralnimi saloni skupaj ter hitovimi igralnicami kaže na to, da so vložki Hita na tem področju višji tako nominalno kot tudi relativno glede na velikost bruto realizacije.

Ugotovimo lahko, da so skupni obravnavani stroški igralnih salonov Princess, Jolly in Venko v višini 1.090.862 eur pripomogli k dosegu 23.962.000 eur bruto realizacije. Na drugi strani so Hitove igralnice v istem obdobju imele približno dvajsetkrat višje stroške sejmov, reklame in reprezentance ter dosegle 178.300.000 eur bruto realizacije. V prvem primeru je za sejme, reklame in reprezentanco porabljen 1 euro pripomogel k 22 eustom bruto realizacije, v primeru Hitovih igralnic pa je porabljen 1 euro doprinesel le k 9 eustom bruto realizacije. Poleg splošne učinkovitosti trženjske politike podjetij, velja razloge za to iskati tudi v prerazporeditvi in prelivanju promocijskih učinkov Hitovih igralnic na sosednje igralne salone.

Marketinške akcije igralnega salona Venko (Letno poročilo [podjetje Trine], 2009):

- ureditev cestne signalizacije
- oblikovanje oglasnega materiala (katalogi, oglasne table, zgibanke, transparenti, plakati, avtomobilske dišave, koledarji, itd.)
- organizacija glasbenih večerov, sponzoriranje raznih prireditev
- oglaševanje na stadionih, lokalnih radijih in televizijah, reklama na 9-ih avtobusih za obdobje 6 mesecev
- nastopi na raznih igralniških sejmih in predstavitve v trgovskih centrih
- organizacija brezplačnih avtobusnih prevozov

Pri igralnem salonu Paquito naj tržnega komuniciranja ne bi prilagajali vsaki storitvi posebej. Igralniško-zabaviščni kompleks naj bi tržili s pomočjo podpornega materiala, kot so razne brošure, reklamni letaki, ki vsebujejo vse pomembne informacije (lokacija, ponudba storitev, razni dogodki). Internetna stran naj bi imela funkcijo predstavitve celotnega igralnega salona z vsemi storitvami. Podrobno je opisan dostop do igralnega salona s priloženim zemljevidom. Prek lokalnih radijskih postaj, plakatov ter oglasov v časopisih naj bi informirali potencialne stranke o igralnem salonu. Oglaševanje poteka preko radijskih postaj, časopisnih reklam, plakatih ob regionalnih cestah. Vse te oblike oglaševanja naj bi nastopale tudi v tujini, predvsem v obmejnih krajih (Zavrtnik, 2008, str. 27).

Po pregledu letnih poročil družb, ki imajo v lasti igralne salone na Goriškem, ugotavljam, da se marketinške akcije med seboj prav veliko ne razlikujejo. Vse so v veliki meri usmerjene zelo lokalno. Njihov cilj je pritegnitev gosta, ki Goriško regijo kot igralniško destinacijo že pozna in se šele znotraj raznovrstne ponudbe območja odloča kateri igralni salon oziroma igralnico bo obiskal. V primerjavi s podjetjem Hit d.d., katerega trženjske strategije zajemajo območja celotne Italije (vključno z jugom države), Rusije, Izraela in Kitajske, segajo trženjski vplivi goriških igralnih salonov na tuje trge le v italijansko Furlanijo Julijsko krajino v oddaljenosti do 150 kilometrov od državne meje.

## **SKLEP**

V diplomski nalogi sem obravnaval razvoj slovenskega igralniškega trga v Sloveniji, ki je dolga leta rasel. Do sedaj dosegljive študije so povečevanje konkurence z dodajanjem novih koncesij za igralne salone v neposredni bližini obstoječih državnih igralnic prikazovale kot gospodarsko koristno in jo utemeljevale s pozitivnim učinkom grozdenja. To pomeni, da naj bi vsaka nova igralnica oziroma igralni salon na že obstoječem trgu le tega povečala in vsi konkurenti naj bi s tem pridobivali.

Po moji oceni in interpretaciji zbranih podatkov je bilo podeljevanje dodatnih koncesij od leta 2006 dalje za ta trg škodljivo. Vstop novih igralcev na trg ni bil sposoben širiti le-tega, slovensko igralništvo je najverjetneje postala zrela dejavnost brez možnosti za rast. Zaradi tega je prihajalo znotraj panoge le do prerazdeljevanja prihodkov in slabše poslovne uspešnosti tako starih igralnic, kot novih koncesionarjev, ki so nastajali v obliki igralnih salonov. Zaostrovanje pogojev poslovanja so najbolj občutile prav starejše igralnice, saj so se novi igralni saloni najpogosteje odpirali prav na dostopnih poteh, ki vodijo stranke iz primarnih trgov do igralnic. V igralništvu pa je prav mikrolokacija ena izmed ključnih konkurenčnih prednosti.

V diplomski nalogi sem ugotovil, da je igralniški trg v Sloveniji že nekaj let zasičen, širitev trga pa je možna le s privabljanjem novih gostov iz bolj oddaljenih krajev (več kot 3 ure vožnje z avtomobilom). Privabljanje gostov iz bolj oddaljenih krajev pa je povezano z bistveno višjimi stroški kot s privabljanjem gostov iz bližnjega lokalnega trga (do 30 minut vožnje z avtomobilom), kar je ciljni trg večine manjših igralnih salonov na Goriškem. S tega vidika so igralnice v tem trenutku davčno preobremenjene. Menim, da bi država morala v prihodnje znižati davčne stopnje in s tem omogočiti nadaljni razvoj igralništva, odpiranje novih trgov ter doseganje večje konkurenčnosti na mednarodnem trgu. Z novim potencialnimi investicijami podjetja Hit d.d. v nov igralniški resort in posledično z rastjo celotne igralniške ponudbe na Goriškem, bi prišlo do zmanjšanja prelivanja trženjskih učinkov na lokalne igralne salone. Učinek pijavke, za katerega je značilno, da vstopajoči igralni salon povzroči zmanjšanje bruto realizacije obstoječe igralnice, bi potemtakem lahko nadomestil učinek grozdenja, kjer povečevanje ponudbe naredi igralniško destinacijo še privlačnejšo in s tem se povečujejo bruto realizacije vseh nastopajočih na trgu. Kljub nižji davčni stopnji, a po drugi strani povečani ponudbi, pa bi državni in občinski davčni prihodki ostali dovolj visoki.

## LITERATURA IN VIRI

1. *Igre v številkah*. Najdeno 12. decembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.anit-it.it/GiocoinCifre.aspx>
2. Čibej, K., (2006). *Tržno komuniciranje in odnosi z javnostmi v podjetju Casino Ljubljana*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
3. Devetak, G., (2007). *Marketing management*. Koper: Fakulteta za management Koper.
4. Jaklič, M., Zagoršek, H., Pahor, M., & Knežević Cvelbar, L. (2006). *Analiza upravičenosti spremembe obdavčitve posebnih iger na srečo v Sloveniji*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta. Najdeno 23. april 2010 na spletnem naslovu [http://www.mf.gov.si/slov/zakon/NovelaZIS\\_studija.pdf](http://www.mf.gov.si/slov/zakon/NovelaZIS_studija.pdf)
5. Kotler, P. (2004). *Management trženja*. Ljubljana: GV Založba.
6. *Letno poročilo 2007, 2008, 2009 [podjetje HIT]*. Najdeno 14. oktobra 2010 na spletnem naslovu <http://www.hituniverseoffun.com/index.php?id=508>
7. *Letno poročilo 2009 [podjetje Viva]*. Najdeno 27. oktobra 2010 na spletnem naslovu [http://www.ajpes.si/Letna\\_porocila](http://www.ajpes.si/Letna_porocila)
8. *Letno poročilo 2009 [podjetje Mako]*. Najdeno 27. oktobra 2010 na spletnem naslovu [http://www.ajpes.si/Letna\\_porocila](http://www.ajpes.si/Letna_porocila)
9. *Letno poročilo 2009 [podjetje Trine]*. Najdeno 27. oktobra 2010 na spletnem naslovu [http://www.ajpes.si/Letna\\_porocila](http://www.ajpes.si/Letna_porocila)
10. *Letno poročilo 2009 [podjetje Inclub]*. Najdeno 27. oktobra 2010 na spletnem naslovu [http://www.ajpes.si/Letna\\_porocila](http://www.ajpes.si/Letna_porocila)
11. *Letno poročilo 2009 [podjetje Eximo]*. Najdeno 27. oktobra 2010 na spletnem naslovu [http://www.ajpes.si/Letna\\_porocila](http://www.ajpes.si/Letna_porocila)
12. *Letno poročilo 2009 [podjetje Casino Kobarid]*. Najdeno 27. oktobra 2010 na spletnem naslovu [http://www.ajpes.si/Letna\\_porocila](http://www.ajpes.si/Letna_porocila)
13. Luin, D. (2004). *Družbeno ekonomski vidiki igralništva in igralniški turizem*. Nova Gorica: Turistica – Visoka šola za turizem.
14. Mestna občina Nova Gorica (2010). Interni podatki – oddelek za turizem.
15. Mihelič, D. (1993). *Hazard*. Koper: Annales.
16. Ministrstvo za Finance (2010). *Osnutek strategije razvoja iger na srečo v Sloveniji*. Ljubljana: Ministrstvo za Finance.
17. Rankov, S., Vukovič, V., & Alič, J., (2007) Hit v pol leta za reklamo in reprezentanco toliko, kot Ivan Zidar vrednoti SCT. *Poslovni dnevnik*. Najdeno 14. junija 2010 na spletni strani [http://www.dnevnik.si/tiskane\\_izdaje/dnevnik/267207/](http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/267207/)
18. Sirše, J., Vidjen, T., Kalin, J. & Luin, D. (2006). *Celovit izračun ekonomskih učinkov igralništva v Sloveniji*. Ljubljana: Mednarodni inštitut za turizem.
19. Tajnikar, M., (2010). Igre na srečo: paradižnik ali droge? *Finance*. Najdeno 13. januarja 2011 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/297531/Igre-na-sre%EB8-paradi%BE8nik-ali-droga>
20. *The History of Gambling*. Najdeno 4. aprila 2010 na spletni strani <http://www.gypsyware.com/gamblinghistory.html>
21. Zagoršek, H. & Jaklič, M. (2006). *Dopolnitev študije, Analiza upravičenosti spremembe obdavčitve posebnih iger na srečo v Sloveniji*, Ljubljana: Ekonomska Fakulteta.



22. 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.
23. Zavrtanik, L. (2008). *Poslovni načrt igralnega salona*. Koper: Fakulteta za management Koper.
24. *Zakon o igrah na srečo*. Najdeno 12. januar 2010 na spletni strani [http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r09/predpis\\_ZAKO409.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r09/predpis_ZAKO409.html)