

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE

**ANALIZA POSLOVANJA HOTELSKIH PODJETIJ:
PRIMERJAVA MED TREMI TURISTIČNIMI REGIJAMI**

GREGOR OBLAK

IZJAVA

Študent/ka _____ izjavljam, da sem avtor/ica te zaključne strokovne naloge, ki sem jo napisal/a pod mentorstvom _____, in da dovolim njeno objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____ Podpis: _____

KAZALO

UVOD.....	1
1 ZNAČILNOSTI GOSTINSKE DEJAVNOSTI.....	2
2 ZNAČILNOSTI POSAMEZNIH TURISTIČNIH REGIJ	5
2.1 Gorenjska.....	5
2.2 Ljubljana.....	6
2.3 Primorska – obala	7
3 HOTELSKA PODJETJA	8
3.1 Hotelsko podjetja v alpskem delu Gorenjske	8
3.1.1 HIT Alpinea d.d.....	9
3.1.2 Sava hoteli Bled d.d.....	9
3.1.3 Kristal – Bohinj d.o.o.	10
3.1.4 Hotel Kotnik d.o.o.	10
3.1.5 Hotel Krim d.o.o.....	10
3.1.6 Kompas hoteli Bled d.d.	11
3.2 Hotelska podjetja iz Ljubljane.....	11
3.2.1 Grand hotel Union d. d.	11
3.2.2 Hotel Lev d.d.	12
3.2.3 Kranjc hoteli d.o.o.	12
3.3 Hotelsko podjetja iz obalne Primorske.....	12
3.3.1 Adria, d. o. o.	12
3.3.2 Hoteli Bernardin d. d.	13
3.3.3 Istrabenz turizem d.d.	14
3.3.4 Terme Krka – Strunjan d.o.o.	14
3.3.5 Hotel Marina d.o.o.....	15
4 ZNAČILNI KAZALNIKI IN KAZALCI V DEJAVNOSTI HOTELIRSTVA.....	15
4.1 Kratkoročni kazalnik plačilne sposobnosti.....	17
4.2 Kazalniki dolgoročne plačilne sposobnosti.....	17
4.3 Kazalniki dobičkonosnosti	18
4.4 Kazalniki obračanja	19
4.5 Drugi kazalniki poslovanja.....	20
5 ANALIZA KAZALNIKOV IN KAZALCEV	21
5.1 Analiza kratkoročnih kazalnikov plačilne sposobnosti	22
5.2 Analiza kazalnikov dolgoročne plačilne sposobnosti.....	22
5.3 Analiza kazalnikov dobičkonosnosti.....	23
5.4 Analiza kazalnikov obračanja.....	24
5.5 Analiza drugih kazalnikov.....	26
SKLEP.....	27
LITERATURA IN VIRI.....	29

KAZALO SLIK

Slika 1:	<i>Periodični indeks nočitev za Gorenjske hotele po mesecih (januar 200 –avgust 2009)</i>	6
Slika 2:	<i>Prikaz periodičnih koeficientov nočitev v hotelih po mesecih za izbrane kraje (januar 2004–avgust 2009)</i>	6
Slika 3:	<i>Periodični koeficient nočitev za Ljubljanske hotele po mesecih (januar 200 –avgust 2009)</i>	7
Slika 4:	<i>Periodični koeficient nočitev za hotele na obali po mesecih (januar 2004-avgust 2009).....</i>	8

KAZALO TABEL

Tabela 1:	<i>Povprečni kazalniki kratkoročne plačilne sposobnosti za posamezno regijo za leto 2008</i>	22
Tabela 2:	<i>Povprečni kazalniki dolgoročne plačilne sposobnosti za posamezne regije za leto 2008.....</i>	23
Tabela 3:	<i>Povprečni kazalniki dobičkonosnosti za posamezne regije za leto 2008.....</i>	24
Tabela 4:	<i>Povprečni kazalniki obračanja za posamezne regije za leto 2008.....</i>	25
Tabela 5:	<i>Povprečni drugi kazalniki za posamezno regijo za leto 2008</i>	26

UVOD

Na področju gostinskih podjetij se večina posla opravlja v hotelskih podjetjih. Gostinska podjetja oz. hotelska podjetja so kot ponudniki gostinskih storitev podvržena množici vplivov, ki močno posegajo v uspešnost poslovanja. Še več, na uspešnost vpliva tudi regija, kjer so ti objekti locirani. Število zaposlenih je prilagojeno maksimalni zasedenosti hotelskih sob. Zaradi tega pričakujem, da podjetja iz regij, kjer je zasedenost enakomernejša čez celo leto poslujejo uspešneje od ostalih. Struktura gostov je naslednja razlika, ki potencialno lahko vpliva na oblikovanje cen in posledično na uspešnost. Pomemben dejavnik uspešnosti je stopnja zasedenosti hotelskih sob, predvsem zaradi visokega deleža stalnih stroškov. Velik vpliv na hotelska podjetja ima močna sezonska komponenta.

Naloga je razdeljena na pet poglavij. V prvem poglavju so predstavljene značilnosti gostinske dejavnosti, nato so opisani in podani statistični podatki za posamezne turistične regije. Sledi kratek opis hotelskih podjetij, ki so izbrana v nalogi, in nato razlaga in opis značilnih kazalnikov za dejavnost hotelirstva. Glavni del pa je namenjen analizi povprečnih kazalnikov med tremi regijami.

Namen zaključne strokovne naloge je ugotoviti, ali obstajajo razlike med uspešnostjo hotelskih podjetij v treh regijah, ki predstavljajo tri različne tipe turizma: gorski, mestni in obalni.

Cilj diplomske naloge je zbrati javno dostopne podatke in na tej podlagi primerjati uspešnost hotelskih podjetij v treh statističnih regijah.

1 ZNAČILNOSTI GOSTINSKE DEJAVNOSTI

Pod pojmom turizem razumemo ponavadi potovanje zaradi oddiha, razvedrila, poslovnih srečanj, rekreacije itd. Definicija po Statističnem uradu republike Slovenije (v nadaljevanju SURS) pa pravi: »Turizem je splet dejavnosti oseb, ki potujejo in bivajo v kraju zunaj svojega običajnega okolja zaradi preživljanja prostega časa, sprostitve, poslov ali iz drugih razlogov, in sicer najmanj en dan (z najmanj eno prenočitvijo), vendar ne več kot eno leto brez prekinitve.« Sam turistični sektor pa je sestavljen še iz drugih dejavnosti, tako so ta sektor razdelili na dva dela. Prvi del predstavljajo turistične agencije, drugi del pa se nanaša na gostinska podjetja. Po standardni klasifikaciji dejavnosti (v nadaljevanju SKD) uvrščamo gostinstvo v področje I (do leta 2008 je bilo to področje H). Sem spadajo enote, ki nudijo prenočitvene zmogljivosti strankam in/ali pripravo obrokov, prigrizkov in pijač. Nadalje se to področje deli na oddelke. V diplomski nalogi bom obravnaval oddelek gostinske nastanitvene dejavnosti (oddelek I.55) oz. podrazred dejavnosti hotelov in podobnih nastanitvenih obratov (I.55.100), kamor spadajo hoteli, penzioni, gostišča, prenočišča, hotelska naselja ... Sama hotelska podjetja pa se ne ukvarjajo samo s prenočitvenimi dejavnostmi, vendar opravljajo še vrsto drugih dejavnosti, ki zadovoljujejo potrebe strank, v njihovem primeru gostov.

Hotelska podjetja se ukvarjajo z osnovnimi, stranskimi in pomožnimi dejavnostmi. Pod osnovnimi dejavnostmi razumemo: priprava in strežba hrane, strežba pijače in oddajanje sob. S stranskimi dejavnostmi mislimo na storitve, ki jih gost plača posebej in niso vključene v ceno sobe. Sem spadajo storitve, kot so: obiski igralnic, športnih objektov, bazenov ... Značilnost pomožnih storitev je, da se jih gostu ne zaračunava neposredno (pralnica, vzdrževanje ...) (Mihalič, 2002, str. 204).

Mihalič (2002, str. 195) navaja osnovne značilnosti, ki vplivajo na uspešnost poslovanja hotelskih podjetij:

- fiksna zmogljivost
- neobstočnost in kratkotrajnost storitev
- neenakomerno povpraševanje
- širok izbor storitev
- nemudnost storitev
- delovna intenzivnost
- lokacija
- relativna majhnost podjetij
- združeni proizvodnja in potrošnja
- kapitalska intenzivnost
- velik delež stalnih stroškov v celotnih stroških

Fiksna zmogljivost

Na kratek rok je zmogljivost gostinskih podjetij fiksna, saj je le-ta določena s številom hotelskih sob oziroma sedeži v restavraciji. V visoki sezoni je povpraševanje po zmogljivostih večje, kot je ponudba. Na dolgi rok lahko podjetje dogradi dodatne sobe, vendar pa to prinese dodatne fiksne stroške, ki so predvsem vidni izven sezone. Pravimo tudi, da hotel ne more imeti sob na zalogi (Mihalič, 2002, str. 195–196).

Neobstočnost in kratkotrajnost storitev

Na primer v proizvodnji lahko podjetje naredi izdelek in če ga ne proda tisti trenutek, lahko to stori naslednji dan, ali kako drugače skladišči dokončane proizvode. Hotelsko podjetje pa ne more imeti sob na zalogi oziroma jih ne more skladiščiti. Soba, ki ni bila prodana, je za vedno izgubljen prihodek. Pri pripravi hrane, ki je tudi ena od osnovnih dejavnosti gostinskih podjetij, je malenkostno bolje, saj del zalog hrane, ki ni pokvarljiv, lahko proda kasneje, a gre samo za manjši del prihodkov. Zaradi te značilnosti hotelska podjetja ne morejo koristiti ekonomije obsega (Novel, 2008, str. A141).

Neenakomerno povpraševanje

V dejavnosti hotelirstva je zelo značilna sezonska komponenta, tako so hoteli ob obali najbolj zasedeni v poletnih mesecih, nasprotno pa hoteli v mestih beležijo bolj enakomerno porazdeljeno zasedenost čez celo leto. Neenakomerno povpraševanje pa se nanaša tudi na krajše obdobje, tako so predvsem hoteli v mestu bolj zasedeni med tednom, hoteli v turističnih krajih pa so bolj zasedeni ob koncih tedna. Vse to vpliva na stopnjo zasedenosti in na ceno storitev. Zaradi sezonskega variiranja povpraševanja oz. prilagajanje kapacitet najvišjemu povpraševanju privede do zelo slabe izrabe sredstev in posledično do relativno slabe uspešnosti turistične panoge (Planina & Mihalič, 2002, str. 137–138).

Širok izbor storitev

Hotelska podjetja se ne specializirajo za nudenje ene same storitve, prav nasprotno, nudijo veliko različnih storitev, saj s tem zadovoljujejo širši krog gostov. V hotelirstvu tako ne moremo govoriti o ekonomiji obsega, ki ga lahko zasledujejo proizvodnja podjetja (Mihalič, 2002, str. 198).

Nemudnost storitev

Potrošniki v dejavnosti gostinstva pričakujejo takojšnjo izvedbo storitve, saj za pripravo in postrežbo niso pripravljeni počakati več kot par minut (Mihalič, 2002, str. 198).

Delovna intenzivnost

Naslednja posebnost so relativno visoki stroški dela. S številom zvezdic pa ti stroški bliskovito narastejo. Zato ni čudno, da so poizkušali človeško delo nadomestiti s stroji in roboti. V verigi hotelov Formula 1, ki je del skupine Accor, so nadomestili večji del človeškega dela s stroji (čiščenje, recepcija). Tudi sicer vse več hotelov s klasično strežbo

nadomešča s samopostrežno, da zmanjšajo število zaposlenih in posledično zmanjša stroške dela. Zaradi variiranja povpraševanja ne morejo v hotelih zaposliti optimalno število zaposlencev, saj jih je v polni sezoni premalo izven sezone pa preveč.

Lokacija

Za uspešno poslovanje je pomembna tudi lokacija objekta, to pa je povezano z visokimi stroški pridobivanja zemljišča. Cene zemljišč v turističnih krajih so nekajkrat višje kot sicer. Tudi v mestih so elitne lokacije dražje, pa naj si bo to v centru ali pa ob vpadnicah mesta (Novel, 2008, str. A141). Mnoga podjetja svoje pomožne dejavnosti (pralnica, čistilnica, prodajna služba ...) raje preselijo izven samega hotela in tako pridobijo prostor za osnovno dejavnost. Znana je trditev Conrada N. Hiltona, da je potrebno tržiti vsako ped hotelskega prostora, ko je iz hotela preselil pralnico, na njenem mestu pa odprl restavracijo (Ivankovič, 2000, str. 15).

Relativna majhnost podjetij

Leta 2008 je bilo po podatkih SURS-a v Sloveniji registriranih 870 podjetij, ki so se ukvarjala z gostinsko nastanitveno dejavnostjo. Kar 740 teh podjetij je imelo zaposlenih manj kot devet oseb in le deset podjetij je bilo velikih oziroma je zaposlovalo več kot 250 zaposlencev.

Združeni proizvodnja in potrošnja

V hotelirstvu gre za pogosto istočasno proizvodnjo in potrošnjo. V večini primerov se jedi in pijače ne pripravlja v naprej, temveč se jo pripravi tik preden gre za dejansko potrošnjo. Ko gost naroči obrok, se le tega šele začne proizvajati, in ko je gotov, le-tega takoj postrežejo oziroma potrošijo (Mihalič, 2002, str. 200).

Kapitalska intenzivnost

Še preden začne hotel obratovati, je potreben ogromen znesek začetnega kapitala za osnovna sredstva (zemljišče, objekt, oprema ...), kajti za uspešno poslovanje hotela je predpogoj dobra lokacija. To pa še zvišuje potrebna sredstva za začetni zagon. Novel (2008, str. A141) navaja podatek, da se struktura stalnih sredstev v skupnih sredstvih giba med 55 % in 90 %.

Velik delež stalnih stroškov v celotnih stroških

Celotne stroške razdelimo na spremenljive oziroma variabilne ter na stalne oziroma fiksne stroške. Spremenljivi stroški se spreminjajo z obsegom proizvodnje, stalni pa se ne spreminjajo z velikostjo proizvodnje, se pa njihov delež na enoto proizvoda zmanjšuje, ko se večja proizvodnja (Hočevar, 2004, str. 85).

Ena izmed glavnih specifik hotelirstva je visok delež stalnih stroškov v celotnih stroških. Že sama infrastruktura v turizmu je prilagojena maksimalni izkoriščenosti, ki pa je dejansko izkoriščena samo krajše obdobje v letu. Prav to, da zmogljivosti niso polno zasedene,

prinese velik del stalnih stroškov. To velja na primer za stroške ogrevanja, ki so podobni tistim, ko je hotel polno zaseden, torej ni drugače, če je v hotelu malo ali veliko gostov. Tudi stroški dela (osnovna plača) so fiksni oziroma stalni stroški in so enaki ne glede na obseg poslovanja.

2 ZNAČILNOSTI POSAMEZNIH TURISTIČNIH REGIJ

SURS deli turistične kraje na glavno mesto Slovenije – Ljubljano, zdraviliške kraje, obmorske kraje, gorske kraje, druge turistične kraje in druge kraje. Čeprav gorskih turističnih krajev ne moremo enačiti z Gorenjsko regijo, bom večkrat kot približek upošteval prav te podatke. SURS šteje za gorski kraj, kraj, ki leži nad 500 metri ali pa leži v teritorialnem območju gorskega sveta. V diplomski nalogi uvrščam med Gorenjsko regijo hotelska podjetja iz Bleda, Bohinja in Kranjske Gore z okolico.

2.1 Gorenjska

Na Gorenjskem so turistično pomembni kraji predvsem Bled in Bohinj ter Kranjska Gora z okolico, kjer je bilo leta 2004 27 hotelov, in sicer dvanajst na Bledu, šest v Bohinju in devet v Kranjski Gori. So turistična območja, ki svojim gostom ponujajo predvsem oddih v naravi in ostale rekreacijsko-turistične storitve. Pohodnikom, kolesarjem, igralcem golfa, željnim aktivnega oddiha ponujajo aktivne počitnice. Ponujajo raznovrstni wellness program, igralci iger na srečo imajo v sklopu hotelov ali v njihovi bližnji okolici nekaj casinojev. Izven sezone, ki sta povečini dve, pa zapolnijo proste kapacitete s kongresnim in igralniškim turizmom.

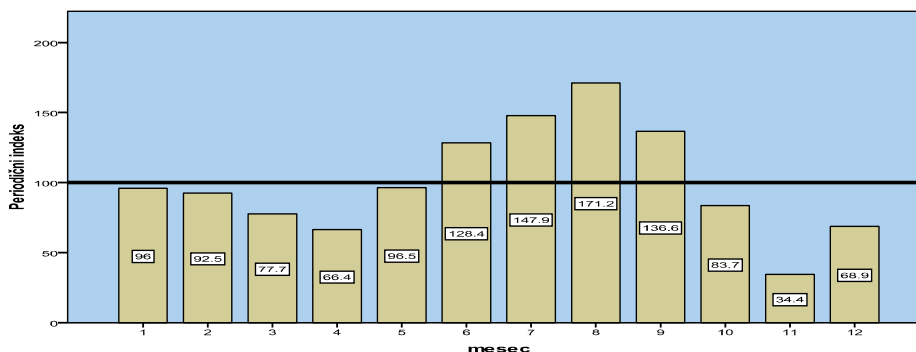
Po podatkih SURS-a za leto 2008 je na Gorenjskem 2033 hotelskih sob oziroma 4369 ležišč. Večina jih je ocenjena s štiri zvezdicami (61 %) ali tremi (35 %), le manjši del jih ima pet (4 %). V omenjenih krajih prednjačijo tuji gostje, ki ustvarijo 86,5 % vseh nočitev. Največ nočitev ustvarijo državljani Združenega kraljestva (17,6 %), sledijo domači gostje (13,5 %), nato prebivalci Italije (11,1 %), Nemčije (9,2 %) in Hrvaške (6,9 %). Med samimi kraji na Gorenjskem je opaziti, da je delež tujih turistov na Bledu precej višji kot v Bohinju ali Kranjski Gori z Gozd Martuljkom.

V obdobju od leta 2004 pa do leta 2008 gorenjski kraji beležijo negativno rast števila nočitev in sicer povprečno za 0,4 % na leto. Število prihodov turistov na leto pa se je v enakem obdobju povečevalo povprečno za 2 % na leto, predvsem na račun tujih turistov. Preučevani kraji na Gorenjskem beležijo 44,3 % zasedenost ležišč v letu 2008.

Za gorenjsko turistično regijo kot celota velja, da ima dva viška sezone, kar je razvidno iz slike 1. Zimska sezona traja v januarju in februarju, poletna pa se začne junija in traja do septembra. Periodični indeksi, ki so izračunani za obdobje od januarja 2004 do avgusta

2009 kažejo, da je nadpovprečno število nočitev samo v poletnih mesecih. Zimska meseca januar in februar pa se približata povprečju.

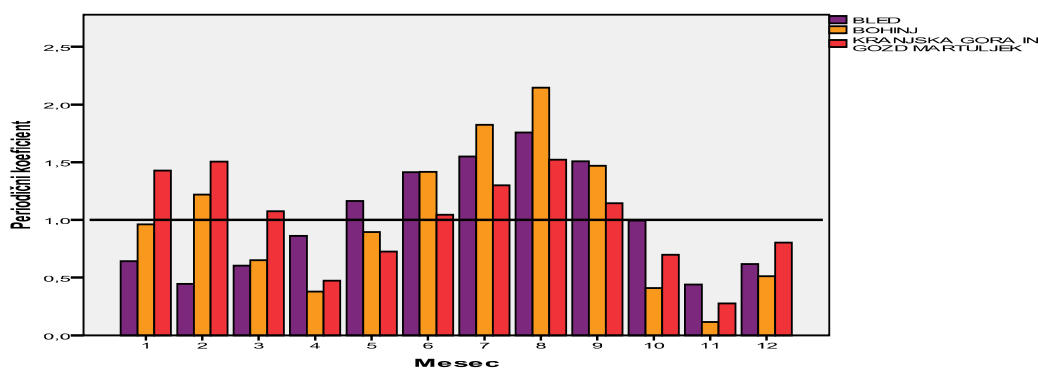
Slika 1: Periodični indeks nočitev za Gorenjske hotele po mesecih (januar 04–avgust 2009)



Vir: Statistični letopis za leto 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 in 2009.

Iz slike 2 je lepo razvidno, da so znotraj Gorenjske regije precejšnja nihanja števila nočitev po posameznih mesecih. V Bohinju in v Kranjski Gori (z Gozd Martuljkom) je močno opazna poleg letne tudi zimska sezona. Tako je v zimskih mesecih v Kranjski Gori nadpovprečno število nočitev opravljeno januarja do marca, v Bohinju pa le februarja, januarja pa se temu zelo močno približa. Za Bled pa je značilna močna poletna sezona oziroma, da je to turistično območje z eno samo sezono.

Slika 2: Prikaz periodičnih koeficientov nočitev v hotelih po mesecih za izbrane kraje (januar 2004–avgust 2009)



Vir: Statistični letopis za leto 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 in 2009.

2.2 Ljubljana

S turizmom se ukvarjajo tudi v mestih, vendar gre za zelo specifično obliko turizma. Struktura gostov je povsem drugačna kot na Gorenjskem oziroma na obali, tu so najštevilčnejši poslovni obiskovalci, obiskovalci sejmov in političnih srečanj, kongresov in konferenc. Po podatkih spletne strani je individualni turistov le 20 %.

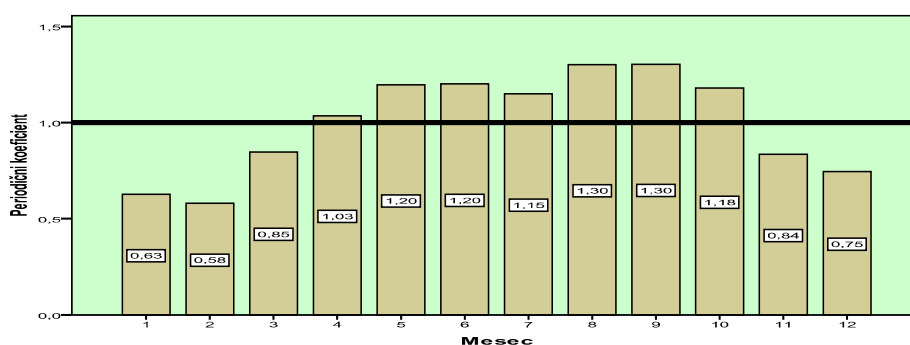
Glavno mesto Ljubljana v letu 2008 razpolaga s 3390 ležišči v 1832 hotelskih sobah. Slaba polovica sob (47 %) je v kategoriji štirih zvezdic, s tremi zvezdicami je ocenjenih 27 % sob, dve zvezdici ima 15 % sob, najvišje kategorije pa je 9 % hotelskih sob v Ljubljani.

Mestni hoteli so povečini zasedeni s tujimi gosti, kar velja tudi za Ljubljano, saj domači gostje ustvarijo manj kot pet odstotkov vseh nočitev. Največ prenočitev ustvarijo Italijani (9,0 %), državljani Združenega kraljestva (7,4 %), Nemci (7,3 %). Štiri petine nočitev tako ustvarijo državljani dvajsetih držav, kar govori v prid precejšnji razpršenosti ključnih trgov.

Stopnja zasedenosti hotelskih ležišč je bila leta 2008 46,3 %. Število prihodov se je v obdobju od 2004 do 2008 povečevalo v povprečju za 11,6 % na leto. Tudi število nočitev se je v omenjenem obdobju povečalo za približno enak odstotek (11,5 %).

Za Ljubljano velja podobno kot za ostala mesta, da imajo celoletno sezono oziroma, da ni občutnega nihanja nočitev po mesecih. Periodični indeks, ki kaže nihanje števila nočitev po mesecih na sliki 3, kaže da sta le prva dva meseca v letu nekoliko bolj oddaljena od povprečja. Ostali meseci v letu se zelo približajo povprečju ali ga presegajo.

Slika 3: Periodični koeficient nočitev za Ljubljanske hotele po mesecih (januar 2004–avgust 2009)



Vir: Statistični letopis za leto 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 in 2009.

2.3 Primorska – obala

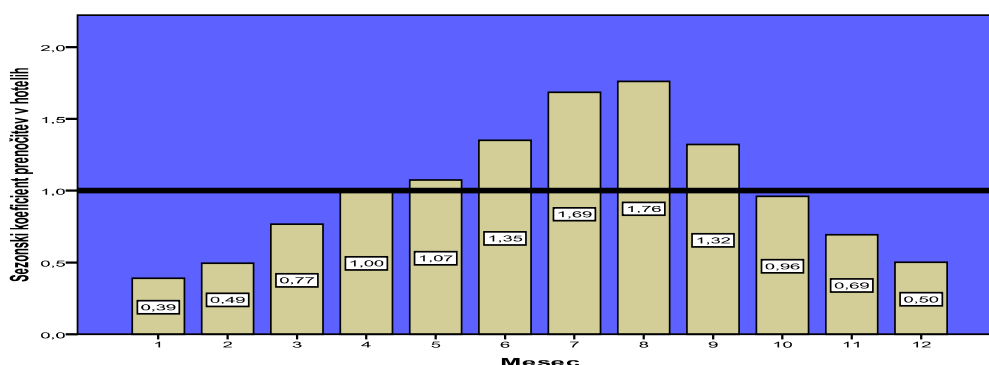
Tri obalne občine Koper, Izola in Piran ustvarijo 27,3 % vseh nočitev v Sloveniji in so zelo pomemben del turistične ponudbe v Sloveniji. Najpomembnejša turistična kraja na obali sta Piran in Portorož (19,6 % nočitev v Sloveniji). Turisti prihajajo predvsem zaradi oddiha v poletnih mesecih, rekreacije, bogate ponudbe wellnesa in spa centrov. V predsezoni in posezoni pa predstavlja znaten del prihodka tudi kongresni turizem.

Obalni hoteli razpolagajo s 3572 hotelskimi sobami oziroma 8189 ležišči (leta 2008), njihovo število se v obdobju 2003–2008 povečuje povprečno za dober odstotek na leto in to predvsem v višjih kategorijah. Približno enako so zastopane hotelske sobe treh in štirih

zvezdic (39 % oz. 43 %), hotelskih sob najvišje kategorije je okoli 15 %, sledijo tiste z dvema zvezdicama. Domači gostje predstavljajo 39 % delež vseh nočitev v hotelih, kar je zelo veliko glede na Ljubljano ali gorenjske turistične kraje. V Piranu, Portorožu in Strunjanu je delež tujih turistov od 74 % do 80 %, sledita Ankaran (66 %) in Izola (62 %). V Kopru pa sta delež domačih in tujih turistov približno enaka. Največ gostov je iz domovine, sledijo Italijani (17,7 %), Avstrijci (11,5 %), Nemci (8,2 %) in Rusi (3,6 %). Ključni trgi za obalne hotele so prej naštet in mogoče še Belgija, saj kar štiri petine hotelskih nočitev ustvarijo prebivalci osmih držav – trgov. posledki med odstavki!

Za obalne turistične kraje je značilna eno-sezonska komponenta, kar velja tudi za slovensko Primorje. Na sliki 4 je razvidno, da so nadpovprečno zasedeni hoteli od aprila do septembra, ko gre povprečno število nočitev pod povprečje vrh pa dosežejo julija in avgusta. Vsi kraji na obali imajo značilno eno sezono, vendar, pa je variiranje različno, manjše odstopanje od povprečja velja za Strunjan, saj velja za termalno-zdraviliški turistični kraj, kamor gostje zahajajo čez celo leto. Stopnja zasedenosti hotelskih sob je bila leta 2008 48,0 % in se je od leta 2004 do 2008 povečevala v povprečju za 1,9 % na leto.

Slika 4: Periodični koeficient nočitev za hotele na obali po mesecih (januar 2004–avgust 2009)



Vir: Statistični letopis za leto 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 in 2009.

3 HOTELSKA PODJETJA

V tem poglavju na kratko predstavljam podjetja, ki sem jih vključil v analizo.

3.1 Hotelsko podjetja v alpskem delu Gorenjske

V vzorec gorenjskih hotelskih podjetij sem vključil: HIT Alpinea in Hotel Kotnik iz Kranjske Gore, Sava hoteli Bled, Hotel Krim in Kompas hoteli Bled iz Bleda in Kristal iz Bohinja. V vzorec sem vključiti dve največji hotelski podjetji iz Bleda in Kranjske Gore, ostale pa sem izbral naključno glede na dostopnost podatkov.

3.1.1 HIT Alpinea d.d.

Podjetje je poslovalo do leta 2005 pod imenom HTP Gorenjka Kranjska Gora d.d., ko je prišlo do pripojitve družbe Kompas Hoteli d.d. Leto poprej je podjetje Petrol sodelovalo s stvarnim vložkom (hotel Špik v Gozd Martuljku) v dokapitalizaciji in tako postal tretji največji lastnik podjetja za družbama HIT d.d. (62 %) in Gorenjsko banko d.d. (22 %).

Sedež podjetja in objekti, razen hotela Špik, so locirani v Kranjski Gori. V letu 2008 so poslovali s petimi hoteli, enim apartmajskim kompleksom in avtokampom. Hoteli Larix (240 ležišč, 118 sob), Kompas (308 ležišč, 149 sob in 5 hotelskih apartmajev) in Prisank (220 ležišč, 110 sob) so ocenjeni s štirimi zvezdicami, hotel Špik (120 ležišč, 60 sob), Alpina (210 ležišč, 105 sob) ter apartmaji Vitranc (85 ležišč, 34 apartmajev) pa s tremi zvezdicami. Ker je bil hotel Špik zaradi obnove zaprt, je podjetje razpolagalo s 1063 ležišči. Poleg nastanitvenih objektov podjetje razpolaga tudi s sedmimi gostinskimi objekti in bazenskim kompleksom ter savnami. Velja omeniti, da podjetje del virov vlaga v osnovna sredstva drugih podjetij (RTC Žičnice d.d., objekt Bernik), ki so pomembna za celostni razvoj destinacije Kranjska Gora.

Število nočitev je bilo v letu 2008 za pet odstotkov manjše, prihodkov na nočitev pa za pet odstotkov več kot leto prej. Ta razlika izhaja iz dejstva, da vse več prihodka ustvarijo z individualnimi in kongresnimi gosti, pri katerih se iztrži več kot pri alotmajskih gostih. Tujih turistov je bilo 70 %, največ iz Britanije, Italije, Hrvaške in Nemčije. Število nočitev pada tudi zaradi prenove nekaterih hotelov ali slabših sezon zaradi vremena (zelena zima).

Število zaposlenih se zadnja tri leta povprečno zmanjšuje za slabih devet odstotkov na leto, tako konec leta 2008 zaposlujejo še 306 delavcev. Četrtnina zaposlenih je imela izobrazbo prve stopnje, tretjina četrte stopnje, tretjina pete stopnje, osmo stopnjo izobrazbe pa je imelo samo osem oseb.

3.1.2 Sava hoteli Bled d.d.

Sava, d. d., je imela leta 2003 večinski delež v družbah Golf, kamp Bled in Grand hotelu Toplice, ko je kot najboljši ponudnik odkupila večinske deleže v družbah G&P Hoteli Bled. Leta 2007 je zaradi racionalizacije in učinkovitosti prišlo do združitve družb pod eno streho. Maja 2008 se družba preoblikuje iz družbe z omejeno odgovornostjo v delniško družbo Sava Hoteli Bled, d. d. Večinski lastnik (Sava, družba za upravljanje in financiranje, d. d.) pa ima v lasti 96,7 % družbe.

Sava hoteli Bled imajo na Bledu 67 % delež nočitev, ki ga realizirajo v šestih hotelih: GH Toplice s petimi zvezdicami (87 sob), po štiri zvezdice imajo Hotel Golf (150 sob) in Hotel Park (217 sob), po tri zvezdice imajo Hotel Trst (32 sob), Hotel Jadran (45 sob) in Apartmaji Golf, ki so v fazi prenove v družinski hotel ter dveh penzionih na golf igrišču.

Poleg nastanitvenih objektov pa gostom ponujajo tudi kamp, wellness center, konferenčne dvorane, gostinsko ponudbo in golf igrišče s 27 igralnimi polji.

Navkljub predsedovanja Slovenije Evropski skupnosti, ki je ugodno vplivalo na rezultate predvsem v prvi polovici leta, je bilo leta 2008 za 3 % manj nočitev v njihovih hotelih kot v predhodnem letu. Zasedenost sob čez celo leto je bilo tako 55 % oziroma višje za 11 %. Največji delež turistov prihaja iz Britanije (18 %), Nemčije (10 %), Italije (10 %), Nizozemske (10 %, večino v kampu), ZDA (9 %) in šele na šestem mestu so domači gostje s pet odstotnim deležem, večinoma v novem družinskem hotelu Savica.

Število zaposlenih se zmanjšuje zaradi več dejavnikov: upokožitev, primopredaje Vile Bled novemu najemniku, prekinitev pogodb zaradi objektivnih ali subjektivnih razlogov. Konec leta 2008 je podjetje zaposlovalo 407 ljudi oziroma za pet odstotkov manj kot začetek leta. Glede na izobrazbo je največ takih s četrto stopnjo izobrazbe (38 %), s peto stopnjo (22%), več kot srednjo šolo ima dvanajst odstotkov. Tako kot druga podjetja v panogi se tudi oni soočajo s pomanjkanjem kadra, katerega rešujejo z uvozom tuje delovne sile.

3.1.3 Kristal – Bohinj d.o.o.

Družinski hotel v Bohinju, ki leži nedaleč od Bohinjskega jezera, sprejme v trideset hotelskih sob šestdeset gostov. V sklopu hotela deluje tudi a'la'cart restavracija. Povprečno število zaposlenih na podlagi delovnih ur se povečuje iz štirih zaposlenih v letu 2004 na 7,54 zaposlenega v letu 2008. Čisti prihodki od prodaje so v letu 2008 narasli za 11 odstotkov, od leta 2004 pa so se več kot podvojili.

3.1.4 Hotel Kotnik d.o.o.

Hotel Kotnik je družinski hotel v strogem centru Kranjske Gore s tridesetletno tradicijo. Hotel je ocenjen s štirimi zvezdicami in ima petnajst sob. V istem objektu se nahaja tudi restavracija in picerija, ki pa nista del podjetja Hotel Kotnik, d. o. o. Podjetje zaposluje, na podlagi delovnih ur, tri osebe. Čisti prihodki od prodaje rastejo povprečno za tri odstotke na leto (2005–2008).

3.1.5 Hotel Krim d.o.o.

Hotel s tremi zvezdicami ponuja gostom poleg nastanitev tudi restavracijo, wellness in savne. Razpolagajo s 111 sobami in štirimi apartmaji. Povprečno število zaposlenih na podlagi delovnih ur je bilo 38 v letu 2008. Prihodki od prodaje rastejo povprečno za tri odstotke na leto (2005–2008).

3.1.6 Kompas hoteli Bled d.d.

Hotel, kategorije štirih zvezdic, razpolaga s 95 sobami oziroma 158 ležišči. Hotel svojim gostom poleg nastanitev nudi hotelsko restavracijo, kavarno, savne, solarije in dvorane za organizacijo seminarjev, kongresov ... Lastniško ga obvladuje družba Hotel Slon d.d., s katerim sta povezana v verigo hotelov Best Western. Podjetje zaposluje na podlagi delovnih ur v povprečju 45 zaposlencev. Število nočitev je leta 2008 padlo za sedem odstotkov, čisti prihodki od prodaje pa so narasli za prav toliko.

3.2 Hotelska podjetja iz Ljubljane

V izbor sem vključil tri največja hotelska podjetja v glavnem mestu, in sicer GH Union, Hotel Lev in Kranjc Hoteli. Ker družba Hotel Slon d.d. vodi podjetje hotel Lovec na Bledu kot poslovno enoto matične družbe le te nisem vključil v analizo.

3.2.1 Grand hotel Union d. d.

Hotel z več kot stoletno tradicijo je registriran kot delniška družba. Lastniško obvladuje še en ljubljanski hotel, Hotel Lev d. d., s slabimi 80 %. Večja lastnika družbe sta dva: AC Kapital d.o.o., (74,5% delež) in Kapitalska družba d.d. (18,5 %). Podjetje opravlja dejavnost v strogem mestnem jedru v treh hotelih s štirimi zvezdicami: Grand hotel Union Executive (172 sob, 6 apartmajev, 16 garsonjer), Grand hotel Union Business (127 sob, 6 apartmajev) in Grand hotel Union Central (74 sob), z njimi obvladujejo 22,4 % tržni delež hotelskih sob v Ljubljani. Poleg nastanitvenih objektov razpolagajo z več saloni, lokali in dvoranami.

Leta 2008 se je delež nočitev zmanjšal za 12 % na 112442 nočitev, zasedenost je tako padla iz 65 %, v letu 2007 na 58 % v hotelih Union Business in Executive oziroma iz 68 % na 62 % v Central hotelu. Delež domačih gostov je 1,8 odstoten, kar je značilno za celotno mesto. Prebivalci dvanajstih držav so ustvarili slabe dve tretjini nočitev, od teh največ prebivalci ZDA (10 %), Britanci (8,5 %), Nemci (8,2 %) in Italijani (7 %).

Število zaposlenih se je v letu dni povečalo za sedem oseb oz. za 3 %, na 211. Število zaposlenih se zadnja tri leta povečuje za tri odstotke na leto. Devetindvajset odstotkov zaposlenih ima izobrazbo pete stopnje, četrtnina jih ima četrto stopnjo izobrazbe, brez oz. izobrazbo prve stopnje ima skoraj četrtnina zaposlenih. Sedmo stopnjo izobrazbe ima kar desetina zaposlenih.

3.2.2 Hotel Lev d.d.

Hotel Lev je edini hotel v glavnem mestu Slovenije, ki se ponaša s petimi zvezdicami. Nahaja se v samem centru in poslovnem središču Ljubljane, le nekaj minut hoje od večjih turističnih znamenitosti in starega mestnega jedra (www.hotel-lev.si). Lastništvo je v večinski lasti Grand hotela Union, d.d. (74,5 %), s katerim tvorita Skupino Grand hotela Union, d. d.

Hotel razpolaga s 173 sobami (kar predstavlja 9,7 % tržni delež hotelskih sob v Ljubljani) v devetih nadstropjih, kongresno-konferenčnimi dvoranami in gostinsko ponudbo v Aperitiv baru in restavracijo Pri Levu. Število nočitev se je v letu 2008 zmanjšalo za 17 %, število prodanih sob za 11,6 %, prihodki od prodanih sob pa so se povečali za slabo petino. Razlika je nastala predvsem v prvi polovici leta 2008, zaradi predsedovanja Slovenije Evropski uniji. Hotelske sobe so bile zasedene v 54 %. Med gosti so prevladovali Nemci, Britanci, Italijani, Američani in Francozi. Domačih gostov je bilo le 475, kar je približno odstotek vseh nočitev.

Hotel je imel zaposlenih 64 delavcev, pet več kot začetek leta 2008. Od teh jih ima 40 % četrto stopnjo izobrazbe, 27 % peto stopnjo, po 12,5 % prvo in šesto stopnjo ter 5 % sedmo stopnjo izobrazbe.

3.2.3 Kranjc hoteli d.o.o.

Podjetje upravlja City Hotel, ki se nahaja v centru Ljubljane. Hotel z dvesto sobami in štiristo ležišči je ocenjen s tremi zvezdicami in ponuja poleg nastanitve tudi restavracijo in konferenčne dvorane. Povprečno število zaposlencev na podlagi delovnih ur se povprečno povečuje na leto za 8 % (2004–2008) in v letu 2008 znaša 50 zaposlencev. Čisti prihodki od prodaje rastejo v povprečju za slabih 17 % na leto (2004–2008).

3.3 Hotelsko podjetja iz obalne Primorske

V analizo so vključena največja in najpomembnejša hotelska podjetja iz obalne Primorske. V izbor so prišla podjetja Adria iz Ankarana, Hoteli Bernardin iz Pirana, Istrabenz turizem, ki ima večino hotelov v Portorožu, Hotel Marina iz Izole in Terme Krka iz Strunjana.

3.3.1 Adria, d. o. o.

Adria, turistično podjetje d.o.o., se poleg nastanitvene dejavnosti ukvarja tudi z dejavnostmi, kot so kamp, restavracija, okrepčevalnice in ostalo. Družba je v 94 % lasti D.S.U., družba za svetovanje in upravljanje, d.o.o. Osrednji objekt je Hotel Convent s

tremi zvezdicami (45 ležišč, 23 sob), ki se nahaja v obnovljenem objektu nekdanjega samostana. Poleg hotela so v turističnem naselju še Depandansa Cedra (65 ležišč, 32 sob), depandansa Bor (65 ležišč, 28 sob), obe ocenjeni s tremi zvezdicami, bungalovi Cipresa (90 ležišč, 18 bungalovov) in kamp. Podjetje opravlja še en penzijski objekt na Gorenjskem z enajstimi sobami.

Po podatkih pridobljenih iz letnega poročila, vidimo, da so v hotelu z depandansami leta 2008 realizirali 45.308 nočitev, kar je za 13 % več kot leto poprej. Tudi sicer se število nočitev zadnja leta povečuje in to povprečno za slabih deset odstotkov na leto (od leta 2005 do 2008). Od leta 2005, ko je bilo približno polovica domačih in tujih nočitev, se je število nočitev domačih v povprečju povečevalo za slabih dvanajst odstotkov, tujih pa za dobrih sedem odstotkov na leto (2005–2008). Tretjino prihodkov ustvarijo s hotelskimi storitvami, desetino pa s hrano, pijačo, nočitvami v kampu ter pavšali v kampu.

Število zaposlenih se je povečalo za štiri, na 55 oseb. Večina jih ima izobrazbo četrte ali pete stopnje.

3.3.2 Hoteli Bernardin d. d.

V letu 2008 so družbe Hoteli Piran d.d., Metropol Group d.d. in HTP Simonov Zaliv d.d., podpisale pogodbo o pripojitvi k Bernardin d. d. V začetku leta 2009 je bila registrirana pripojitev teh družb k družbi Hoteli Bernardin pod novim imenom Bernardin Group. S tem je nastala največja ponudnica turističnih storitev na obali s 1713 sobami. Družba je razdeljena na štiri poslovne enote, in sicer:

1. **PE St. Bernardin resort** (757 sob, 1364 ležišč) s hoteli Grand hotel Bernardin s petimi zvezdicami, Hotel Histron s štirimi zvezdicami, Hotel Vile Park s tremi zvezdicami, ki obsega pet vil, kongresni center, wellness&spa, igralni salon in bazene v Laguni Bernardin.
2. **PE Metropol resort** (456 sob, 901 ležišč) s hoteli GH Metropol s petimi zvezdicami, Hotel Roža s štirimi zvezdicami, Hotel Lucija (odprt od junija 2008¹) in Hotel Barbara s po tremi zvezdicami, kongresni center, wellness in kampom Lucija.
3. **PE San Simon resort** (225 sob, 440 ležišč) z dvema hoteloma s po štirimi zvezdicami Mirta in Haliaetum in pet depandans v kategoriji treh zvezdic ter wellness in rekreacijsko-športne zmogljivosti.

¹ www.primgros.com

4. **PE Salinera resort & Hotel Piran** (275 sob, 671 ležišč) z dvema hoteloma s po štirimi zvezdicami Hotel Piran in Hotel Salinera, vilo Maria, wellness, bioenergetski park in kongresno dvorano.

Povprečno število zaposlenih je bilo v letu 2008 658,5 delavcev in 148 takih, ki so zaposleni preko študentskih in čistilnih servisov. Po izobrazbeni strukturi jih je bilo dobra polovica takšnih s četrto in peto stopnjo izobrazbe (vsakih po 26 %), s končano osnovno šolo ali manj 27 %, z več kot šesto stopnjo izobrazbe pa 13 % zaposlenih.

3.3.3 Istrabenz turizem d.d.

Ko je prišlo leta 2006 do pripojitve družbe Hoteli Palace d.d., k družbi Hoteli Morje d.d., se je družba preimenovala v sedanje ime. Od leta 2007 je edini lastnik družbe podjetje Istrabenz d.d., ki je v lastniško strukturo vstopil že leta 2001, tedaj še v družbo Hoteli Morje d.d., in izvedel dokapitalizacijo družbe in odkupe lastniških deležev v odvisnih družbah. Istrabenz Turizem d.d., tako opravlja dve dejavnosti: dejavnost hotelirstva v šestih hotelih, in sicer v Grand hotelu Portorož (185 sob in 13 apartmajev), Riviera (183 sob), Slovenija (160 sob), Apollo (88 sob), Neptun (89 sob) in Mirna (81 sob) ter z upravljanjem odvisnih družb, kot so Istrabenz hoteli Portorož (hotel Kempinski Palace 183 sob), Grand hotel Adritic (303 sobe v Opatiji), Turizem Kras (Postojnski in Predjamski sistem), Marina Koper in Thai Si (33 sob v Italiji).

Leta 2008 je družba ustvarila za dva odstotka manj nočitev kot leto poprej, in sicer 348.442 nočitev. Se je pa povprečna cena nočitve povečala za štiri odstotke, na 54 evrov. Šestdeset odstotkov prihodkov družba ustvari z namestitveno dejavnostjo oziroma za odstotek več kot leto poprej, petnajst odstotkov v wellness in termalnih objektih, desetino iz naslova prihodkov a'la'carte in banketov ter drugo. Največ gostov prihaja iz sosednje Italije (32 %), sledijo domači gostje (17,4 %) in turisti iz Avstrije (15 %), Nemčije (8,5 %), Rusije (8 %) in drugi.

Povprečno število zaposlenih ostaja zadnja tri leta približno enako, med 523 in 534 delavci. Največ je takih s peto stopnjo izobrazbe (31 %), sledijo tisti s prvo stopnjo (25 %) in nato s četrto stopnjo izobrazbe (22 %). Opaziti je tudi, da se večja delež takih z nižjo stopnjo izobrazbe, zmanjšuje pa tistih s tretjo, četrto in peto stopnjo izobrazbe.

3.3.4 Terme Krka – Strunjan d.o.o.

Poleg glavne osnovne dejavnosti se podjetje ukvarja tudi z zdravstveno dejavnostjo ter gostinstvom. S to posebnostjo pa je drugačna od drugih do sedaj opisanih podjetij. Podjetje

je od leta 2008 v 100 % lasti podjetja Terme Krka d.o.o., iz Novega Mesta in od začetka leta 2009 pripojena k njej.

Družba je imela 231 ležišč standarda štirih zvezdic in 149 ležišč standarda treh zvezdic, v hotelu Svoboda (119 sob) in hotelu Laguna (20 sob in 8 apartmajev) ter v petih vilah (58 sob). Število nočitev se zadnja štiri leta povečuje za dobra dva odstotka na leto, največ na račun domačih, britanskih, ruskih in skandinavskih gostov. Tujih gostov je približno ena četrtnina, še do leta 2007 okoli tretjine, največ iz Italije, Rusije, Avstrije in Nemčije.

Podjetje ustvari 42 % prihodkov s hotelsko dejavnostjo, 26 % z gostinsko, 24 % z zdravstveno dejavnostjo.

Od 158 zaposlenih delavcev je kar tri četrtine žensk. Zaposlenih z manj kot s četrto stopnjo izobrazbe je 12,6 %, s četrto 27 %, s peto 39 %, 21 % ima višjo, visoko, univerzitetno ali magistrsko izobrazbo.

3.3.5 Hotel Marina d.o.o.

Hotel, ocenjen s tremi zvezdicami, leži v osrčju ribiškega mesteca Izole. Kompleks ponuja 100 ležišč v 52 sobah, wellness center in restavracijo Hotela Marina. Leta 2007 je bilo zaposlenih devetnajst zaposlencev, in sicer na podlagi delovnih ur, leta 2008 pa slabih triindvajset.

4 ZNAČILNI KAZALNIKI IN KAZALCI V DEJAVNOSTI HOTELIRSTVA

»Analiza poslovanja je proces spoznavanja poslovanja konkretnega podjetja (združbe), ki služi za odločanje o izboljšanju ekonomske uspešnosti poslovanja te združbe (podjetja) z vidika uporabnika analize.« (Pučko, 2004, str. 14).

Z analizo računovodskih podatkov, ki jih čez celo poslovno leto zbira knjigovodstvo in jih prikaže v treh temeljnih računovodskih izkazih, želimo analizirati poslovanje podjetja in jih primerjati bodisi v **času** (podatke in kazalnike primerjamo glede na predhodna časovna obdobja), **prostoru** (primerjava podatkov in kazalnikov s podjetji v isti panogi) ali glede na **planirano** (analiza odmikov doseženega od planiranega). Informacije, ki jih dobimo z analizo, so pomembne predvsem za zunanje uporabnike, ki so kakorkoli povezani s samim podjetjem, delničarji, upniki, posojilodajalci, državnimi institucijami in drugo (Tekavčič, 2008). Ocenjevanje in primerjanje podjetij s kazalniki je zelo praktično. Veliko število podatkov spremeni v nekaj kazalnikov in omogoča primerjanja podjetij različnih velikosti.

Notranji uporabniki, kot je poslovodstvo, pa razpolagajo še z drugimi podatki, ki jim pomagajo pri planiranju, organiziranju ter kontroliranju, saj so tudi pogosteje na razpolago (dnevno, tedensko, mesečno, sezonsko).

Prva metoda ocenjevanja računovodskih izkazov je **horizontalna** oziroma **vodoravna analiza računovodskih izkazov**, s katero ugotovljamo spremembe določenih postavk v času, ki jo ponavadi izrazimo relativno (spremembo oz. razliko delimo s predhodnim stanjem in pomnožimo s sto) ali z indeksom (podatka iz dveh obdobj delimo in pomnožimo s sto). Rezultat, ki nam ga da analiza, nam kaže smer, velikost in relativno pomembnost sprememb (Hočevar & Igličar & Zaman, 2004, str. 382–384).

Naslednja metoda ocenjevanja je **vertikalna** oziroma **navpična analiza**, kjer posamezne podatke pretvorimo v relativne deleže in jih tako lahko primerjamo s sorodnimi podjetji različnih velikosti. Ta metoda zahteva podatke za eno samo časovno obdobje, vendar pa relativne rezultate primerjamo med več časovnimi obdobji, ki nam kažejo spremembo deleža posamezne postavke v izkazu (Jagels & Coltman, 2004, str. 98–124).

Tretja metoda pa je **analiza s kazalniki**, kjer podatke ene kategorije delimo s podatkom druge kategorije. Sami kazalniki ne bi imeli smisla, če jih ne bi primerjali z nekim standardom. Standard je lahko neposredni konkurent, povprečje panoge, najboljši iz panoge. Zelo dobra tehnika je primerjava podatkov s predhodnim obdobjem. Hočevar (2004, str. 388) razčlenjuje izračunane kazalnike na indekse, koeficiente in stopnje udeležbe.

Slovenski računovodski standardi (v nadaljevanju SRS) delijo kazalnike na kazalnike stanja financiranja (vlaganja), kazalnike stanja investiranja (naložbena), kazalnike vodoravnega finančnega ustroja, kazalnike obračanja, kazalnike gospodarnosti, kazalnike dobičkonosnosti, kazalnike dohodkovnosti in kazalnike denarne tokovnosti. V diplomski nalogi pa bom sledil delitvi kazalnikov, kot jih delita Jagels in Coltman, ker so kazalniki tako razvrščeni v skupine glede na informacijo, ki nam jo kazalnik ponuja. Jagels in Coltman (2004, str. 135–176) delita kazalnike na:

- Kratkoročni kazalniki plačilne sposobnosti
- Kazalniki dobičkonosnosti
- Kazalniki dolgoročne plačilne sposobnosti
- Kazalniki obračanja
- Drugi kazalniki

4.1 Kratkoročni kazalnik plačilne sposobnosti

Kratkoročni kazalnik plačilne sposobnosti ali pogosteje kazalniki likvidnosti kažejo zmožnost podjetja, da poravnajo kratkoročne obveznosti. Po SRS se kazalniki delijo glede na izhodišče v temeljnih izkazih in glede na finančno in gospodarsko presojanje spadajo kratkoročni kazalniki plačilne sposobnosti med kazalnike vodoravnega finančnega ustroja. Pri teh kazalnikih primerjamo posamezno postavko z aktivne strani s posamezno postavko na pasivni strani bilance stanja. Turk, Kavčič, Kokotec, Koželj in Odar (2004, str. 663-664) opozarjajo, da ta kazalec ne govori, ali je podjetje v tem trenutku sposobna plačati kratkoročne obveznosti, vendar kaže le razmerje med kratkoročnimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi.

Kratkoročni koeficient izračunamo tako, da kratkoročna sredstva delimo s kratkoročnimi obveznostmi in nam pove, ali lahko podjetje kratkoročna sredstva financira s kratkoročnimi viri. V hotelski dejavnosti je primerna vrednost kazalnika med 2 in 1. Upniki si želijo višjo vrednost kazalnika, ker to za njih pomeni manjše tveganje, da ne bi dobili povrnjeno posojilo. Pri višjih vrednostih kazalca podjetje lažje pridobi nove kratkoročne kredite in nižjo obrestno mero. Na drugi strani pa so delničarji zainteresirani za nižje vrednosti kazalca, kajti denar vezan v obratni kapital, je denar, ki je uporabljen neučinkovito. Zato se poslovodstvo trudi imeti kazalnik okoli 1,5 ali manj, da zadosti pričakovanja obojih (Jagels & Coltman, 2004, str. 138–141).

Pospešeni koeficient je podoben kazalnik prejšnjemu, vendar je števec zmanjšan za vrednost zalog. Kazalec je boljši od prejšnjega, ker ima v števcu kategorije, ki so takoj zamenljive za denar ali pa to so. Priporočena vrednost se šteje tista, ki je okoli 1, vendar v praksi podjetja poslujejo pod to vrednostjo (Mihalič, 2002, str. 295).

Jagels in Coltman (2004, str. 135–176) navajata še druge kazalnike, kot so: terjatve do plačil s kreditno kartico kot odstotek prihodkov plačil s kreditno kartico, koeficient obračanja terjatev do kreditnih kartic, dnevi vezave terjatev do kreditnih kartic, koeficient obračanja terjatev do kupcev (slednji kazalnik bo obravnavan med kazalniki obračanja).

4.2 Kazalniki dolgoročne plačilne sposobnosti

Kazalniki dolgoročne plačilne sposobnosti merijo sposobnost odplačevanja dolgoročnih dolgov. Tudi te kazalniki uvrščamo po SRS 29 med temeljne kazalnike vodoravnega ustroja. Prav tako kot kratkoročni kazalniki plačilne sposobnosti so zelo pomembni za lastnike delnic in posojilodajalce na podoben način kot pri prej obravnavanih.

Koeficient **dolgoročne plačilne sposobnosti** izračunamo tako, da delimo vsa sredstva z vsemi dolgovi. Kazalec nam pove koliko denarnih enot sredstev ima podjetje na eno

denarno enoto kredita. Z drugimi besedami, če je kazalec večji od 1, to pomeni, da ob morebitnem bankrotu podjetja, posojilodajalci dobijo poplačane vse kredite, saj je več sredstev kot je dolgov. Tako so posojilodajalci zainteresirani za visoko vrednost kazalca, saj to pomeni, da je podjetje manj zadolženo, s tem pa je povezana tudi cena in dostopnost do posojil. Kazalnik je izračunan na podlagi knjigovodski vrednosti. Če podjetje razpolaga z zgradbami in zemljišči, je vrednost kazalnika lahko tudi manjša, saj cena nepremičnim v času raste in ni relevantna tisti iz bilance stanja. Kazalnik dolgovi/sredstva oziroma **delež dolgov v financiranju** je obratni kazalec dolgoročne plačilne sposobnosti in nam pove koliko sredstev je financiranih s kreditom oziroma posojilom. Če števec zamenjamo s kapitalom, dobimo kazalec, ki kaže **delež kapitala v financiranju**. Kazalnik **dolgovi/kapital** ali **finančni vzvod** nam pove koliko denarnih enot so investirali posojilodajalci za eno enoto, ki so jo investirali lastniki.

S **koeficientom kapitalske pokritosti osnovnih sredstev** prikazujemo kako so financirana osnovna sredstva. Če je kazalnik večji od ena pomeni, da lastniki ne financirajo samo osnovnih sredstev. Če je kazalnik manjši od ena pomeni, da je del osnovnih sredstev financiranih tudi iz drugih virov in s tem nastajajo dolgovi. **Dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev** izračunamo kot koeficient med vsoto kapitala, dolgoročnih pasivnih časovnih razmejitvah oz. rezervacijah ter dolgoročnem dolgom in dolgoročnimi sredstvi v imenovalcu. Če je kazalnik večji od ena pomeni, da je del kratkoročnih sredstev financiranih z dolgoročnimi viri. Obratno, če je kazalnik manjši od ena pomeni, da je del dolgoročnih sredstev financiranih s kratkoročnimi viri (Turk et al. 2004, str. 662, 663).

Dobičkovni mnogokratnik obresti izračunan tako, da delimo dobiček iz poslovanja s stroški obresti. Vsi deležniki so zainteresirani, da je kazalnik čim večji. Posojilodajalci s tem dobijo signal, da bo podjetje sposobno plačati kredit. Za lastnike je to prav tako zaželen podatek, zlasti če ima podjetje visok delež dolga. Če je kazalnik previsok lahko pomeni, da finančni vzvod ni optimalen (Jagels & Coltman, 2004, str. 154).

4.3 Kazalniki dobičkonosnosti

»Uspešnost poslovanja na splošno opredelimo kot razmerje med ciljem gospodarjenja in sredstvi, uporabljenimi za doseganje cilja« (Mihalič, 2002, str. 301).

Za delničarje je med najpomembnejšimi kazalniki **dobičkonosnost kapitala** (angl. "return on equity - ROE"), ki je izračunan kot količnik med dobičkom in povprečnim lastniškim kapitalom. Kot dobiček lahko uporabimo dobiček pred davkom, dobiček iz poslovanja (angl. "earnings before interest and taxes – EBIT") ali čisti dobiček. Najpogosteje se uporabi čisti dobiček, ker so dividende lahko izplačane šele po že plačanem davku. Kakšna naj bi bila vrednost kazalnika je težko reči, definitivno je treba rezultate primerjati

z najboljšim v dejavnosti. V sistemu povezanih kazalnikov je njegova vrednost odvisna od treh kazalnikov in sicer profitne marže, obračanja sredstev in od strukture financiranja.

Dobičkonosnost sredstev (angl. "return on assets – ROA"), izračunan kot količnik med dobičkom in povprečnimi sredstvi, prikazuje kako uspešno je management upravljal s sredstvi družbe oziroma koliko dobička zasluži podjetje z obstoječimi sredstvi. Obstajajo različne oblike tega kazalnika, glede na to kaj gre v števec (čisti dobiček ali dobiček z obrestmi ali EBIT) in kaj v imenovalac (vsa sredstva ali sredstva, ki so financirana s kapitalom...). Kazalnik pa lahko izračunamo tudi kot zmnožek kazalca obračanje sredstev in profitne marže (Slapničar, 2008, str. 6).

Profitna marža ali čista dobičkonosnost prihodkov pove koliko dobička doseže podjetje na enoto prihodka. Kazalnik je smiselno primerjati edino le znotraj panoge, a so še tu velike razlike. V hotelski panogi je vrednost kazalnika močno odvisna od števila zvezdic oz. kategorije hotela. Delež dobička v hotelski panogi je med 5 in 20% prihodka (Mihalič, 2002, str. 301).

Jagels in Coltman (2004, str. 158-159) navajata še druge kazalnike kot so: dobiček na delnico (EPS), P/E kazalnik (cena delnice/EPS) in bruto dobičkonosnost sredstev (EBIT/sredstva).

4.4 Kazalniki obračanja

Ti kazalniki nam kažejo, kako je poslovodstvo sposobno učinkovito poslovati s sredstvi. Kazalniki nam pove koliko traja obrat sredstev v določenem časovnem obdobju. Hitrost obrata vpliva na vezana sredstva in hitrejši ko ta je, manj denarnih sredstev potrebuje podjetje in s tem manj dragega financiranja. Velja opozoriti, da v imenovalcu upoštevamo povprečne vrednosti, ker primerjamo dinamične kategorije iz izkaza uspeha s statičnimi kategorijami iz bilanc stanja.

Kazalnik **obračanja osnovnih sredstev** po Jagelsu in Coltmanu (2004, str. 162-163) ocenjuje kako učinkovito podjetje uporablja osnovna sredstva pri ustvarjanju prihodkov. Izračunan kazalniki, kot koeficient med prihodki od prodaje in povprečnimi osnovnimi sredstvi, naj bi imel vrednost od 0,5 do 2, v restavracijah pa naj bi se gibal od 4 do 5. Kazalnik z enakim imenom pa lahko izračunamo tudi kot koeficient med amortizacijo v letu dni in povprečnimi osnovnimi sredstvi. Dobljeni rezultat je precej nižji od ena oziroma, če vzamemo recipročno vrednost, rezultat lahko razlagamo kot število let, da se sredstva obrnejo (Turk et al., 2004, str. 666).

Za kazalnik **obračanje obratnega kapitala**², ki je izračunan kot prihodki deljeno z povprečnimi obratnim kapitalom so normalne vrednosti v hotelski industriji od 12 za restavracije do 50 in večkrat na leto za hotele. Pogosto veliko povečanje plačevanja s kreditnimi karticami glede na terjatve ima za posledico povečanje čistega obratnega kapitala. Management naj bi vrednost imel na neki ustrezni ravni, ker če ima previsok kazalnik (premalo čistega obratnega kapitala), lahko to privede do težav z gotovino, ko začnejo prihodki upadati. Obratno, če je kazalnik nizek (veliko oz. preveč čistega obratnega kapitala) pomeni, da poslovodstvo neučinkovito rabi sredstva (Jagels & Coltman, 2004, str. 161).

Kazalnik **obračanje zalog** je izračunan kot količnik med stroški materiala in povprečnimi zalogami. Če nimamo podatkov o stroških materiala kazalnik izračunamo tako da delimo prihodke od poslovanja s povprečnim stanjem zalog. Pogosto izračunamo povprečno dobo vezave zalog v dnevih kot 365 deljeno z koeficientom obračanja zalog. V panogi hotelirstva se pogosto računa kazalnik posebej za zalogo hrane in za zalogo pijače. Vrednosti pa so zelo odvisne od same lokacije objekta. Dnevi vezave zaloge hrane v dnevih naj bi bila med tednom in dvema, za zaloge pijač pa med tednom in mesecem dni.

Podobeno kot prejšnji se izračuna tudi koeficient **obračanja terjatev**, ki kaže kako uspešno je podjetje na področju odnosov z dolžniki (Mihalič, 2002, str. 298-299). V števcu kazalnika je prihodek od prodaje, v imenovalcu pa povprečno stanje terjatev. Pravilneje bi bilo v števcu podatek o prodaji na kredit, vendar ga največkrat nimamo. Vrednost kazalnika v panogi hotelirstva je zelo različna, na to vplivajo predvsem terjatve do kreditnih kartic ter strukture gostov (običajno hitreje plačajo individualni gostje kot turistična agencija).

4.5 Drugi kazalniki poslovanja

Jagels in Coltman (2004, str. 162–169) delita ostale kazalnike poslovanja še na, kazalnike prenočitvenega dela in na kazalnike jedi in pijač. Mihalič (2002, str. 303–312) pa poleg teh dveh kategorij pozna še kazalnike prodajnega miksa. Kazalniki prodajnega miksa kažejo deleže posameznih prihodkov glede na oddelek ali glede na celotne prihodke (na primer: prihodek jedi v prihodku jedi in pijač; prihodek jedi v celotnih prihodkih ...).

S kazalniki prenočitvenega oddelka ugotavljamo uspešnost poslovodstva tako glede prihodkov, stroškov, donosnosti, zasedenosti in ostalega. Na kazalec **povprečne cene sobe** močno vpliva struktura gostov in sezonska komponenta. Izračunava se ga za različna časovna obdobja, katera je potrebno primerjati med seboj. **REVPAR** (angl. Revenue per available room – prihodki na razpoložljivo sobo) in kazalnik povprečne cene sobe sta v

²Obratni kapital je razlika med kratkoročnimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi.

svetu osnovna kazalnika za ocenjevanje uspešnosti poslovanja nastanitvenega oddelka. Ker podatka o razpoložljivih sobah ponavadi nimamo, bom izračunal **prihodek na sobo/ležišče**. V tem kontekstu bi bilo zanimivo tudi vedeti, kakšni so stroški nastanitvenega dela na sobo/ležišče, a teh podatkov v letnih poročilih ni zaslediti. Kazalnik **števila nočitev na zaposlenega** bom izračunal kot količnik med številom nočitev in povprečnim številom zaposlenih na podlagi delovnih ur. Obstajajo še številni drugi kazalniki, ki jih na tem mestu ne bi obravnaval, in sicer iz preprostega razloga, ker podatkov za izračun ni mogoče pridobiti iz izkazov ali letnih poročil slovenskih podjetij.

Kazalniki oddelka jedi in pijač, kot jih imenuje Mihaličeva (2004, str. 309–312), so povprečni prihodek na gosta od jedi/pijač, koeficient obračanja sedežev, delež stroškov jedi/pijač, koeficient stroškov dela in drugi.

Manjka še nekaj kazalnikov, za katere sem mnenja, da bi jih bilo potrebno vključiti. Sem spadajo predvsem kazalniki ekonomičnosti in produktivnosti ter dva koeficienta stroškov v prihodkih od prodaje. Produktivnost nam kaže, koliko enot poslovnega učinka smo dobili za enoto porabljenega dela (Pučko, 2004, str. 154). **Kazalnik produktivnosti**, ki je izračunan kot količnik med celotnimi prihodki in povprečnim številom zaposlenih, je samo približek, kajti na števec kazalnika vplivajo tudi drugi dejavniki in ne samo delo. Naslednji kazalnik je **koeficient celotne gospodarnosti – ekonomičnosti**, kjer delimo prihodke z odhodki in nam kaže učinkovitost poslovanja podjetja oziroma intenziteto odmika prihodkov od odhodkov. Pogosto se izračunava posebej koeficient **gospodarnosti poslovanja**, kjer delimo poslovne prihodke s poslovnimi odhodki in s tem izločimo vpliv finančnih prihodkov in odhodkov. Z medsebojno primerjavo kazalnika pa lahko opazimo, kako vpliva financiranje na gospodarnost podjetja (Hočevar, 2004, str. 402). Zadnja dva kazalnika, ki jih bom predstavil, sta še: koeficient stroškov blaga, materiala in storitev v prihodkih od prodaje in stopnja delovne stroškovnosti poslovnih prihodkov. **Koeficient stroškov blaga, materiala in storitev v prihodkih od prodaje** nam pove, koliko centov stroškov blaga, materiala in storitev ima podjetje povprečno za evro prihodka. Stroški dela v turizmu predstavljajo zelo velik del, kar velja za večino storitvenih panog. Podobno kot prejšnji koeficient, tudi **koeficient stroškov dela v prihodkih od prodaje** kaže, koliko centov gre za stroške dela na evro prihodkov od prodaje. Gre za zelo pomemben podatek za dejavnost turizma, ker gre za delovno intenzivno panogo.

5 ANALIZA KAZALNIKOV IN KAZALCEV

V nadaljevanju bom primerjal nekaj prej opisanih kazalnikov med samimi podjetji in med regijami za leto 2008. Med regijami bom preizkušal domnevo o enakosti aritmetičnih sredin za neodvisne vzorce za posamezne kazalnike oziroma analizo variance. Velja omeniti, da predpostavljamo, da so kazalniki normalno porazdeljeni, čeprav so številni učbeniki to trditev ovrgli.

5.1 Analiza kratkoročnih kazalnikov plačilne sposobnosti

Kot trdita Jagels in Coltman (2004, str. 138–141) naj bi poslovodstvo podjetja strmelo k temu, da je **kratkoročni koeficient** med 2 in 1. Med štirinajstimi preučevanimi podjetji pa sta tako vrednost imeli le dve podjetji, in sicer Sava hoteli Bled in Terme Krka – Strunjan, tako leta 2007 kot tudi leta 2008. Vrednosti koeficienta so bile od 0,18 pa skoraj do 3. Povprečni kratkoročni koeficient je znašal 0,83 med vsemi preučevanimi podjetji. Najnižji povprečni koeficient med regijami je bil na obali (0,63), nato na Gorenjskem (0,91), v Ljubljani pa je povprečni koeficient znašal 1,01, vendar pa so vrednosti tudi med njimi najbolj variirale. Za vrednost kratkoročnega koeficienta ne morem trditi, da so razlike med regijami.

Vrednosti **pospešenega koeficienta** po trditvah Mihaličeve (2002, str. 295) naj bi bile okoli 1, čemur sta se zopet približala prej omenjena podjetja v letu 2007, leta 2008 pa samo še podjetje Sava hoteli Bled. Povprečna vrednost koeficienta med vsemi podjetji je 0,80. Enako ugotavljam tudi v primeru pospešenega koeficienta, da razlike med regijami niso značilne.

Tabela 1: *Povprečni kazalniki kratkoročne plačilne sposobnosti za posamezno regijo za leto 2008*

<i>leto 2008</i>	<i>Kratkoročni koeficient</i>	<i>Pospešeni koeficient</i>
GORENJSKA	0,91	0,87
LJUBLJANA	1,01	0,99
PRIMORSKA - OBALA	0,63	0,60

Vir: Bilanca stanja preučevanih podjetij na dan 31. 12. 2008.

5.2 Analiza kazalnikov dolgoročne plačilne sposobnosti

Povprečni **koeficient dolgoročne plačilne sposobnosti** po regijah je približno enake velikosti in znaša v gorenjskih hotelih 4,45, v ljubljanskih 4,05 in v hotelih na obali 4,66. Povprečni koeficient med vsemi preučevanimi podjetji je znašal 4,44, posamezne vrednosti kazalnika pa so bile od 1,06 (Hotel Kristal Bohinj) do 13,1 (Terme Krka – Strunjan). Večina podjetij ni preveč dolgoročno zadolženih, saj se praviloma investicije v hotelirstvu povrnejo kasneje kot v drugih dejavnostih. Sicer pa ni opaziti posebnih razlik glede zadolževanja med regijami.

Deset od štirinajstih podjetij ima večji delež kapitala kot dolga, kar je razvidno iz kazalnika **finančni vzvod**. Dva ljubljanska in po eno gorenjsko in obalno podjetje pa imajo kazalnik večji od ena. Še posebej izstopa podjetje Kristal iz Bohinja, ki ima kazalnik 22,4 (leta 2007 celo 77,8), predvsem zaradi štirikratnega povečanja dolgoročnih obveznosti v letu 2006. Povprečna vrednost kazalnika med vsemi podjetji je bila 2,41 (Gorenjska 4,01; Ljubljana 1,72; obala 0,91), če pa ne upoštevamo prej omenjenega hotela, pa 0,92 (Gorenjska brez

Hotela Kristal 0,34). To dokazuje tudi podatek, da je mediana za finančni vzvod 0,54, kar nam pove, da ima polovica podjetij manjšo ali kvečjemu to vrednost. Tudi pri tem kazalniku ne ugotavljam statističnih razlik med regijami.

Razlike v primeru povprečnih kazalnikov **kapitalske pokritosti osnovnih sredstev** in **dolgoročne pokritosti dolgoročnih sredstev** niso značilne oz. razlike med regijami so dokaj majhne. Povprečna vrednost prvega kazalnika na Gorenjskem je 0,75, v Ljubljani 0,76 in na obali 0,73. Lastniki štirih hotelskih podjetij (Hotel Kotnik, GH Union, Adria in Terme Krka – Strunjan) financirajo več kot samo osnova sredstva. Povprečne vrednosti drugega kazalnika je na Gorenjskem 0,95, v Ljubljani 0,94 in na obali 0,81. Hotel Kotnik, GH Union in Sava hoteli Bled dolgoročno financirajo poleg dolgoročnih sredstev tudi kratkoročne.

Tabela 2: Povprečni kazalniki dolgoročne plačilne sposobnosti za posamezne regije za leto 2008

leto 2008	Koeficient dolgoročne plačilne sposobnosti	Finančni vzvod	Kapitalska pokritost osnovnih sredstev	dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev
GORENJSKA	4,45	4,01	0,75	0,95
LJUBLJANA	4,05	1,72	0,67	0,94
PRIMORSKA - OBALA	4,66	0,91	0,73	0,81

Vir: Bilanca stanja preučevanih podjetij na dan 31. 12. 2008.

5.3 Analiza kazalnikov dobičkonosnosti

Z izgubo so leta 2008 poslovala kar tri gorenjska podjetja (Hit Alpinea, Hoteli Kompas Bled in Hotel Krim), leta 2007 pa dve gorenjski podjetji (Hotel Krim in Hotel Kristal) in eno ljubljansko podjetje (Hoteli Kranjc). Zaradi tega so naslednji trije kazalniki negativni v letu 2008 in dva v letu 2007.

Dobičkonosnost kapitala ali **ROE** je bila na Gorenjskem med -5,3 % (Hotel Krim) in 1,6 % (Sava hotelih Bled), če ne upoštevamo podatka za hotel Kristal, ki je financiran predvsem z dolgom in je kazalnik kar 104 %. Leta 2007 pa je bil kazalnik med -2 % (Hotel Krim) in 4,7 % (Sava hoteli Bled), če zopet ne upoštevamo prej omenjene družbe. V Ljubljani je bil kazalnik med hoteli zelo podoben, od 7,13 % do 8,98 %, leto preje pa med -7,02 % (Kranjc hoteli) in 9,57 %. Hoteli na obali pa so poslovali pozitivno obe leti, kazalnik ROE pa je bil med 0,24 % in 5,75 % leta 2008 oz. med 0,92 % in 5,61 % leta 2007. Potrebno je opozoriti, da je kazalnik za hotel Bernardin za leto 2007 izračunan iz podatkov, ki še ni vključeval kasneje pripojenih podjetij. In druga zanimivost, Terme Krka – Strunjan ima kazalnik nekajkrat višji kot njegovi konkurenti, verjetno zaradi svoje zdraviliške dejavnosti. Med tremi pari regij je preizkušnja domneve o razliki med

aritmetičnima sredinama za kazalnik ROE (izključil sem podatek za Hotel Kristal, ker je podjetje pretežno financiran z dolgom, kar pa ne velja za ostala podjetja) pokazala, da so razlike med regijami statistično značilne. Tako je povprečni kazalnik na Gorenjskem manjši kot v Ljubljani (razlika značilna pri $\alpha=0,0005$) in na obali (razlika značilna pri $\alpha=0,014$) oziroma v Ljubljani višji kot na obali (razlika značilna pri $\alpha=0,002$). Tudi primerjava razlik med več (v tem primeru treh) aritmetičnih sredin za ROE, ko primerjamo varianco med skupinami in varianco znotraj skupine, je pokazala statistično značilne razlike med aritmetičnimi sredinami (razlika značilna pri zanemarljivi stopnji značilnosti $\alpha=0,000$), kar pa ne velja za leto 2007.

Kazalnik dobičkonosnost sredstev ali ROA, na katerega imata vpliv obračanje sredstev in profitna marža, je bil od -4,28 % do 7,32 % v letu 2008 oziroma od -2,66 % do 7,40 % v letu 2007. Enako ugotavljam, kot v primeru ROE, da je na Gorenjskem povprečni kazalnik nižji kot v Ljubljani (razlika značilna pri $\alpha=0,0235$) in še to samo leta 2008, za ostale pare primerjav to ne morem trditi.

Kot trdi Mihaličeva (2002, str. 301), naj bi bila **profitna marža** med 5 in 20 %, a je to dosegla le polovica preučevanih podjetij, leta 2007 pa le šest. Povprečna profitna marža v gorenjskih hotelih je bila negativna (-2,76 %) zaradi treh podjetij, ki so poslovala z negativnim poslovnim rezultatom. Podjetje z najnižjo profitno maržo izmed ljubljanskih podjetij je imelo višjo maržo kot najboljše podjetje iz gorenjske, povprečna marža pa je znašala 10,66 %. Tudi v primerjavi z obalnimi hoteli, ki so imeli povprečno maržo 4,81 %, ni bilo dosti boljše. Povprečna profitna marža preučevanih podjetij je na Gorenjskem nižja od tistih iz Ljubljane ali obale (razlika značilna pri $\alpha=0,014$ oziroma pri $\alpha=0,03$) za leto 2008. Leta 2007 je statistično značilna le še nižja povprečna marža gorenjskih hotelov v primerjavi z obalnimi podjetji (razlika značilna pri $\alpha=0,016$). Povprečna marža je med preučevanima obdobjema padla iz 4,10 % na 2,82 %.

Tabela 3: Povprečni kazalniki dobičkonosnosti za posamezne regije za leto 2008

<i>leto 2008</i>	<i>ROE (brez Hotela Kristal)</i>	<i>ROA</i>	<i>Profitna marža</i>
GORENJSKA	-1,7%	-0,6%	-2,8%
LJUBLJANA	8,2%	4,0%	10,7%
PRIMORSKA - OBALA	2,4%	1,8%	4,8%

Vir: Bilanca stanja in izkaz poslovnega izida preučevanih podjetij v letu 2008.

5.4 Analiza kazalnikov obračanja

Med kazalniki obračanja bom kot prvo primerjal oba **koeficienta obračanja osnovnih sredstev**. Prvi kazalnik ima v števcu amortizacijo, drugi pa čiste prihodke. Recipročna

vrednost prvega koeficienta kaže, koliko let ima v povprečju podjetje vezana dolgoročna sredstva. Povprečni obrat med vsemi preučevanimi podjetji je 18 let, sicer pa je dvanajst podjetij, katerih obrat je med 14 in 23 leti. Izstopa le hotel Kotnik, ki ima obrat le 4 leta. Najhitrejši obrat osnovnih sredstev v povprečju imajo na obali (0,050), nato v Ljubljani (0,063) in nato na Gorenjskem (0,084). Drugi kazalnik obračanja osnovnih sredstev, ki ga opisuje Jagels in Coltman (2004, str. 162–163), naj bi se gibal med 0,5 in 5, vendar pa to vrednost dosegajo le štiri podjetja, tako leta 2008 kot 2007. Povprečna vrednost koeficienta je 0,61 (zaradi Hotela Kotnik, ki ima koeficient 3,10), polovica podjetij pa ima ta koeficient manjši od 0,31. Priporočeno povprečno vrednost koeficienta dosegajo le hoteli na Gorenjskem, če upoštevam prej omenjeni hotel. Za vsa podjetja, razen Hotela Kotnik, velja, da imajo premalo donosna osnovna sredstva. Razlike med regijami v obeh primerih izračunanega kazalnika pa niso statistično značilne.

Pri **obračanju obratnega kapitala** ugotavljam, da le dve podjetji (Sava hoteli Bled in Terme Krka – Strunjan) dosegata koeficient, ki ga priporočata, že prej omenjena avtorja, med 12 in 50. Večina ostalih podjetij ima negativni koeficient, ker ima manj kratkoročnih sredstev kot kratkoročnih obveznosti. Vrednosti kazalnika med podjetji zelo variirajo, celo bolj kot med regijami. Pravilneje bi bilo primerjati kazalnik v času in ne med podjetji, in sicer zaradi faktorjev, ki močno vplivajo na obratni kapital.

Povprečna **vezava zalog v dnevih** je bila v Ljubljani 15 dni, na obali 23 dni in na Gorenjskem 34 dni. Kazalnik je izračunan za vse zaloge, zato naj bi bile primerne vrednosti manjše od meseca dni, ki ga je dosegla večina podjetij. Hotelska podjetja v Ljubljani imajo v povprečju manj dni vezane zaloge kot na Gorenjskem, kar pomeni, da regija vpliva na vrednost kazalnika (razlika značilna pri $\alpha=0,029$).

Dnevi vezave terjatev so bili na Gorenjskem 32 dni, na obali in v Ljubljani pa 24 dni. Znotraj slednjih dveh regijah ni bilo velike razlike (od 22 do 28 dni oz. od 22 do 27 dni), kar pa ne velja za gorenjske hotele, ki so imeli terjatve vezane od 6 dni pa do 53 dni. Razlike med regijami pa niso statistično značilne.

Tabela 4: Povprečni kazalniki obračanja za posamezne regije za leto 2008

leto 2008	Koef. obračanja osnovnih sredstev (prihodki)	Koef. obračanja osnovnih sredstev (amortizacija)	Obračanje obratnega kapitala	Dnevi vezave zalog	Dnevi vezave terjatev
GORENJSKA	0,084	0,861	2,733	34	33
LJUBLJANA	0,063	0,450	-0,135	15	24
PRIMORSKA - OBALA	0,050	0,430	-4,256	23	24

Vir: Bilanca stanja in izkaz poslovnega izida preučevanih podjetij v letu 2008.

5.5 Analiza drugih kazalnikov

Načelo produktivnosti strmi k čim večjim poslovnim učinkom za enoto dela (Tekavčič, 2008, str. 4). Povprečna **produktivnost** med vsemi preučevanimi podjetji je znašala slabih 70.000 €, na Gorenjskem 49.360 €, v Ljubljani 102.22 € in na obali 74.631 €. Povprečna produktivnost na Gorenjskem je manjša od povprečne v Ljubljani ali na obali (razlika značilna pri $\alpha=0,0007$ oz. $\alpha=0,023$). Povprečna stopnja **ekonomičnosti** je bila 1,04 (na Gorenjskem 0,97; v Ljubljani 1,15; na obali 1,06). Med regijami zopet izstopa Gorenjska, ker je imela polovica preučevanih podjetij večje odhodke kot prihodke, kar pa ne velja za Ljubljano ali obalo. Podobno je s povprečnim kazalnikom **ekonomičnost iz poslovanja**, kjer je povprečni kazalnik na Gorenjskem (1,03) statistično nižji kot v Ljubljani (1,25) (razlika značilna pri $\alpha=0,01$). Povprečni kazalnik za vseh štirinajst podjetij je 1,08.

Koeficient stroškov blaga, materiala in storitev v prihodkih od prodaje nam pove, koliko centov stroškov blaga, materiala in storitev ima povprečno za evro prihodka. Povprečni koeficient med izbranimi podjetji je 0,47, kolikor približno znaša tudi za gorenjske hotele. Na obali je ta koeficient kar 0,54, predvsem zaradi podjetja Adria, kjer ta koeficient znaša 0,88 (za leta 2004–2007 je vrednost kazalca med 0,41 in 0,50 in je podobna ostalim) in to predvsem zaradi povečanja stroškov kar za 153 %). V izbranih treh hotelih v Ljubljani je koeficient med 0,31 in 0,37, povprečni pa znaša 0,35. Na podlagi podatkov lahko trdim, da je povprečni koeficient na Gorenjskem višji kot v ljubljanskih hotelih (razlika značilna pri $\alpha=0,01$) oziroma so stroški blaga, materiala in storitev glede na prihodke od prodaje višji med tema dvema regijama, kar pa ne velja za druga dva para primerjav.

Povprečni **koeficient stroškov dela v prihodkih od prodaje** je bili med vsemi podjetji 0,34 (na Gorenjskem 0,37, v Ljubljani 0,29 in na obali 0,32), razlike pa niso tako velike med regijami, da bi lahko trdil, da regija vpliva na stroške dela. Za večino storitvenih panog je kazalnik zelo pomemben, saj kot vidimo, gre kar tretjina prihodkov za stroške dela, kar tudi velja za hotelirstvo.

Tabela 5: Povprečni drugi kazalniki za posamezno regijo za leto 2008

leto 2008	Koef. stroškov blaga, materiala in storitev v prihodkih	Koef. stroškov dela v prihodkih	Produktivnost	Ekonomičnost	Ekonomičnost iz poslovanja
GORENJSKA	0,47	0,37	49361	0,97	1,03
LJUBLJANA	0,35	0,29	102522	1,15	1,25
PRIMORSKA - OBALA	0,54	0,32	74632	1,06	1,03

Vir: Bilanca stanja in izkaz poslovnega izida preučevanih podjetij v letu 2008.

Naslednji podatki oz. kazalniki bi morali dati največ informacij, s katerimi bi lahko ugotavljali spremembe med posameznimi podjetji oziroma regijami. Ker gre za specifično dejavnost, bi na tem mestu opozoril, kar ugotavlja tudi Ivankovičeva (2008, str. 73), da je

že na ravni države neurejeno zbiranje podatkov. Še več, potrebno bi bilo sprejeti poseben računovodski standard, kakršen v svetu obstaja že skoraj stoletje, ki bi bil prilagojen turističnim podjetjem. Evidence po USALI³ predpisujejo zbiranje podatkov po posameznih kategorijah. Tako je ločeno zbiranje podatkov glede prihodkov nastanitvenih objektov, restavracije, wellness-a ... in prav tako stroškov po teh kategorijah. S tem pa bi prišli vsi deležniki do tistih pravih informacij o poslovanju podjetja.

Podatkov, kot so število sob, ležišč ali pa prihodkov in stroškov posameznih oddelkov, ni bilo mogoče dobiti za vsa podjetja in še tista, ki so bila dostopna, niso pridobljena na isti način. Tako da verodostojnost podatkov in pa možnost primerjave med podjetji in regijami ni mogoča. Zaradi vseh teh pomanjkljivosti sem izračunal samo nekaj kazalnikov na ravni vseh proučevanih podjetij. Povprečni **čisti prihodki od prodaje na sobo** so znašali 28.786 € leta 2008 in 24.693 € leta 2007; povprečni **čisti prihodki na nočitev** so padli iz 94 na 82 € (podatki niso deflacionirani). Med šestimi podjetji, za katere so bili podatki na razpolago, je bila **stopnja zasedenosti ležišč 55,9 %**. **Število nočitev na zaposlenega** na podlagi delovnih ur pa je bilo med 577 in 1295, povprečno pa 829.

SKLEP

Z analizo statističnih podatkov za dejavnost hotelirstva in z računovodsko analizo oz. natančneje z analizo kazalnikov sem skušal ugotoviti uspešnost poslovanja slovenskih hotelskih podjetij v treh različnih regijah, ki predstavljajo tri različne tipe turizma za leto 2008 in delno za leto 2007.

Z analizo statističnih podatkov sem ugotovil določene razlike med regijami. Delež hotelskih sob s tremi ali štirimi zvezdicami je na Gorenjskem najvišji (96 %), sledijo obalni hoteli (82 %) in Ljubljanski (74 %). Naslednja velika razlika izhaja v strukturi gostov, ki obiskujejo te hotele. V ljubljanskih hotelih domači gostje ustvarijo zelo majhen delež nočitev (4,3 %), nasprotno so na obali domači gostje najštevilčnejši (38,8 %), na Gorenjskem pa so domači gostje na drugem mestu (13,5 %). Stopnja rasti števila nočitev v obdobju od leta 2004 do 2008 je najvišja v Ljubljani (11,5 %), sledijo obalni hoteli (1,9 %), na Gorenjskem pa beležijo negativno stopnjo rasti (-0,4 %). Stopnja zasedenosti ležišč je bila najvišja na obali (48 %), sledi Ljubljana (46 %) in Gorenjska (44 %). Pomembna razlika med tremi turističnimi regijami je dolžina in število sezon. Saj so kapacitete in delovna sila prilagojena maksimalni zasedenosti in zato močno vpliva na uspešnost poslovanja. Z izračunom periodičnih koeficientov sem ugotovil, da je zasedenost hotelskih ležišč preko celega leta najbolj konstantna v Ljubljani, na obali imajo zelo močno poletno sezono, na Gorenjskem, predvsem v Kranjski Gori, pa imajo poleg močne letne

³ USALI – uniform system of accounts for the lodging industry – enotni sistem računovodskega poročanja v hotelirstvu.

tudi močno zimsko sezono. Vse te ugotovitve in tudi druge, ki niso obravnavane v nalogi, vplivajo na uspešnost poslovanja hotelskih podjetij v treh preučevanih turističnih regijah.

Rezultati primerjav povprečnih kazalnikov niso takšni, da bi lahko v celoti trdili, da na uspešnost poslovanja vpliva regija. V nekaj primerjavah sem ugotovil statistično različno vrednost povprečnega kazalnika. Z analizo variance sem preizkušal domnevo o enakosti povprečnih kazalcev iz treh regij. Povprečna vrednost kazalnika je bila različna med regijami v treh oziroma štirih primerih: profitna marža, produktivnost, ekonomičnost in v primeru kazalnika dobičkonosnost kapitala, ko sem izločil podatke o Hotelu Kristal, ker je pretežno financiran z dolgom.

Več statističnih razlik sem ugotovil s t-testom, ko sem primerjal povprečne kazalnike med dvema regijama. V primerjavi povprečnih kazalcev med Gorenjsko in Ljubljansko regijo sem ugotovil, da je povprečno višja dobičkonosnost sredstev, profitna marža, produktivnost, ekonomičnost in ROE (brez Hotela Kristal) ter nižja povprečna kazalnika dnevi vezave zalog in koeficient stroškov blaga, materiala in storitev v prihodkih v ljubljanskih hotelih kot v gorenjskih. Štirje povprečni kazalniki so višji na obali kot na Gorenjskem, in sicer: profitna marža, produktivnost, ekonomičnost in ROE (brez Hotela Kristal). Povprečna kazalnika ROE in ekonomičnost iz poslovanja pa sta višja v Ljubljani kot na obali.

Primerjava ključnih kazalnikov za dejavnost hotelov ni bila mogoča, ker večina podjetij objavlja v letnih poročilih podatke le za tiste kategorije, ki jih predpisuje zakon. Za najpomembnejše kazalnike pa so potrebni podatki, ki so ločeno zbrani po oddelkih in kategorijah in ne le za celotno podjetje. Drugi problem predstavlja premajhno število podjetij, ki objavlja letna poročila.

LITERATURA IN VIRI

1. *Finančni podatki [bilance stanja, izkazi poslovnega izida, letna poročila]*. Najdeno 26. oktober 2009 na spletnem naslovu <http://www.gvin.com/>.
2. Hočevnar, M., Igljučar, S. & Zaman, M. (2004). *Osnove računovodstva*. (2. dopolnjena izd., 6. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
3. Ivankovič, G. (2000). *Spremljanje uspešnosti poslovanja v hotelirstvu*. (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
4. Ivankovič, G. (2008). Razvitost poslovnega računovodstva in uspešnost v slovenskih hotelih. *Academica Turistica - revija za teorijo in prakso turizma*. Najdeno 5. januarja 2009 na spletnem naslovu <http://www.turistica.si/downloads/revija/AcademicaTuristica-Nr1-AprilMay2008.pdf>
5. Jagels, G.M. & Coltman M.M. (2004). *Hospitality management accounting*. (8th ed.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
6. Mihalič, T. (2002). *Poslovanje in ekonomika turističnih podjetij*. (3. natis) Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
7. Novel, I., (2008). Specifike hotelirstva kot faktor za uvajanje metode ciljnih stroškov v hotelirsko dejavnost. *Organizacija*, 41 (2), A124–A148.
8. Planina, J. & Mihalič, T. (2002). *Ekonomika turizma*. (1. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
9. Pučko, D. (2004). *Analiza poslovanja* (4. natis). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
10. Slapničar, S. Gradivo za predmet Finančna analiza, leto 2008. *Analiza računovodskih izkazov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
11. Slovenski računovodski standardi. (2005). *Uradni list RS* št. 118/2005.
12. Spletna stran hotela Lev. Najdeno 2. februarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.hotel-lev.si/hotel.php?PHPSESSID=5480052e72e6d3e1181d64a88ef988fb>
13. Statistični urad Republike Slovenije. Najdeno 29. januarja 2010 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/letopis/2008/SLO/25-08.pdf>
14. Turistična agencija Primgros. Najdeno 3. februarja na spletnem naslovu <http://www.primgros.com/catalog.php?id=266>
15. Tekavčič, M. (2008). *Analiza poslovanja – gradivo za predmet*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
16. Turk, I., Kavčič, S., Kokotec, N.M., Koželj, S. & Odar, M. (2004). *Finančno računovodstvo*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.

KAZALO PRILOG:

Priloga 1: <i>Kazalniki za preučevana podjetja za leto 2008</i>	2
--	---

Priloga 1: Kazalniki za preučevana podjetja za leto 2008

leto 2008	Gorenjska						Ljubljana			Primorska - obala				
	HIT ALPINEA	KOTNIK	KOMPAS	KRIM	SAVA	KRISTAL	UNION	LEV	CITY	BERNARDIN	ADRIA	MARINA	ISTRABENZ	KRKA
stroški blaga,mat.storitev v prihodkih	0,53	0,45	0,45	0,46	0,43	0,50	0,32	0,37	0,35	0,47	0,88	0,51	0,42	0,41
stroški dela v prihodkih od prodaje	0,37	0,42	0,38	0,49	0,39	0,18	0,38	0,23	0,26	0,32	0,25	0,35	0,32	0,36
kratkoročni koeficient	0,33	2,96	0,18	0,29	1,43	0,28	2,22	0,51	0,30	0,38	0,48	0,33	0,20	1,77
pospešeni koeficient	0,29	2,96	0,16	0,26	1,33	0,20	2,18	0,50	0,29	0,35	0,46	0,29	0,18	1,71
koeficient dolgoročne plačilne sposobnosti	2,86	9,64	2,93	4,82	5,38	1,06	8,98	1,30	1,88	2,48	3,85	1,37	2,50	13,10
finančni vzvod	0,55	0,12	0,52	0,26	0,24	22,38	0,13	3,75	1,29	0,72	0,35	2,71	0,68	0,09
ROE	-0,034	0,005	-0,021	-0,053	0,016	1,042	0,085	0,090	0,071	0,002	0,025	0,016	0,022	0,057
ROA	-0,023	0,005	-0,014	-0,043	0,013	0,028	0,073	0,018	0,028	0,001	0,021	0,004	0,014	0,049
profitna marža	-0,084	0,003	-0,049	-0,121	0,024	0,061	0,175	0,066	0,079	0,005	0,055	0,012	0,064	0,104
obračanja osnovnih sredstev (AM)	0,04	0,26	0,04	0,05	0,06	0,06	0,05	0,07	0,07	0,05	0,06	0,03	0,06	0,05
obračanje osnovnih sredstev (PRIH)	0,31	3,10	0,32	0,37	0,59	0,48	0,59	0,39	0,37	0,31	0,48	0,37	0,44	0,55
obračanje obratnega kapitala	-2,72	3,30	-2,06	-2,77	24,28	-3,63	4,16	-1,77	-2,79	-3,76	-26,13	-1,70	-1,19	11,50
dnevi vezave zalog	43		39	16	27	45	24	14	6	15	5	30	48	16
dnevi vezave terjatev	50	39	53	28	19	6	28	22	22	22	22	27	22	26
čisti prihodki od prodaje na sobo	26.575	6.769	22.020	12.986	43.198	17.229	48.073	37.197	26.338	24.495		26.686	36.803	45.856
čisti prihodki od prodaje na nočitev	59		87		75		140	145	74	60	97		84	81
koeficient zasedenosti ležišč	0,60		0,42					0,42	0,48	0,59				0,84
št.nočitev na zaposlenega	807		530		756		585	769	1.424	1.060	845		720	791
produktivnost	48.216	32.298	46.893	39.345	57.329	72.083	84.820	114.870	107.877	67.944	113.570	61.734	65.082	64.829
ekonomičnost	0,91	1,00	0,95	0,89	1,03	1,06	1,27	1,07	1,11	1,01	1,05	1,01	1,08	1,15
ekonomičnost iz poslovanja	0,94	1,02	1,00	0,91	1,04	1,25	1,26	1,25	1,23	1,03	0,77	1,04	1,18	1,15
koeficient pokritosti osnovnih sredstev	0,71	1,31	0,72	0,83	0,88	0,04	1,27	0,30	0,44	0,62	1,05	0,30	0,38	1,32
dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev	0,88	1,31	0,77	0,87	1,04	0,85	1,13	0,83	0,87	0,94	0,93	0,79	0,69	0,72

Vir: Bilanca stanja in izkaz poslovnega izida preučevanih podjetij v letu 2008.