

Pregled poslovanja hotela u Gradu Makarska u razdoblju od 2008. do 2016. godine

Zujić, Katarina

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:964347>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-03**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET



ZAVRŠNI RAD

**Pregled poslovanja hotela u Gradu Makarska u razdoblju od
2008. do 2016. godine**

Mentorica:

doc. dr. sc. Slađana Pavlinović Mršić

Studentica:

Katarina Zujić, 4150244

Split, rujan 2018

SADRŽAJ

1. UVOD	3
2. HOTELIJERSTVO U UGOSTITELJSTVU	4
2.1. Hoteli Makarska d.d.	5
2.2. Hoteli Tučepi d.d.	7
2.3. Romana d.o.o.	8
2.4. Park Hotel d.o.o.	9
2.5. Hotel Punta Osejave d.o.o.	10
2.6. Hotel Romana d.o.o.	11
3. HORIZONTALNA I VERTIKALNA ANALIZA POSLOVNIH POKAZATELJA	12
3.1. Ukupna imovina	13
3.2. Dobit ili gubitak prije oporezivanja	15
3.3. Čista dobit ili gubitak	18
3.4. Vlastiti kapital	19
4. ANALIZA ODNOSA BILANČNIH POZICIJA I ANALIZA POZICIJA U RAČUNU DOBITI I GUBITKA	20
4.1. Tekuća likvidnost	21
4.2. Profitna marža	22
4.3. Povrat na kapital	24
4.4. Koeficijent solventnosti	26
5. ZAKLJUČAK	29
SAŽETAK	30
SUMMARY	30
LITERATURA	31

1. UVOD

Svrha i cilj ovog završnog rada je na temelju financijskih pokazatelja usporediti poslovanje hotela na području Grada Makarske. Makarska je jedno od važnijih turističkih središta u Dalmaciji, pa time obiluje turističkim smještajem, no u ovom radu fokus je na hotelskom smještaju.

Usporedba će se vršiti između 19 hotela koji su registrirani kao takvi na području Makarske, neovisno o veličini i kapacitetu smještaja. Pregled poslovanja tih hotela temelji se na vremenskom periodu od 8 godina, točnije od 2008. do 2016. godine.

Financijski pokazatelji koji će biti obrađeni su: Ukupna imovina, Vlastiti kapital, Dobit/Gubitak prije poreza, Čista dobit/gubitak, Tekuća likvidnost, Profitna marža, Povrat na kapital (ROE), Koeficijent solventnosti te Čisti novčani tok. Na temelju tih rezultata odredit će se oni najprofitabilniji hoteli kao i oni koji posluju s gubitkom i moraju poduzeti mjere egzistencije na tržištu, a tako i njihove promjene kroz 8 godina.

Hoteli koji će biti detaljnije obrađivani u ovom radu su: Hoteli Tučepi d.d., Hoteli Makarska d.d., Hotel Park d.o.o., Romana d.o.o., Hotel Punta Osejave d.o.o., Petnjik d.o.o., Bobita d.o.o., Punta Zlatarac Tučepi d.o.o. te Hotel Romana d.o.o.

Ostali hoteli koji će biti manje detaljno obrađeni zbog nedostatka, odnosno netransparentnosti, podataka ili zbog nastalog stečaja i prestanka poslovanja su: Probitas d.o.o., TOMISLAV LOZO, j.d.o.o., PRO PRIMO, d.o.o., Ugostiteljsko-Uslužni Obrt "Moča", Svijet Odmora, LUBUSIA d.o.o., RAJSKA PTICA d.o.o., Hotel Lumen d.o.o., Romana Apartmans d.o.o. te SCHAJIK d.o.o.

2. HOTELIJERSTVO U UGOSTITELJSTVU

Hotelijerstvo je gospodarska grana čija je gospodarska aktivnost pružanje usluga smještaja i ostalih hotelijerskih usluga. Organizacija i način pružanja usluga ovisi o: objektu, kategoriji, kapacitetu i profilu klijentele.

Ciljevi hotelijerstva su prvestveno utvrditi znanja i vještine pružanja hotelskih usluga, zatim odrediti poziciju i očekivanja gosta te na kraju ispuniti očekivanja gosta.

Odlike izvrsnosti određenog hotela temelje se na posvećenosti profesiji, otklanjanju grešaka i potencijalnih grešaka (zero defect) kako bi se usavršilo poslovanje hotela te konstantna težnja kvaliteti kao prioritetu.

Hotelijerstvo danas postaje vodeća industrija svijeta, ali i najzastupljeniji smještajni oblik ponude. Na temelju analize hotelijerstva Hrvatske i svijeta, može se zaključiti da se u hotelima godišnje ostvaruje najveći broj noćenja u odnosu na ostale oblike smještaja.¹

Grad Makarska je turističko središte koje se nalazi na Makarskoj Rivijeri, poznatom odredištu brojnih turista koji posjećuju Hrvatsku. Makarska Rivijera je smještena u podnožju planine Biokovo, zbog čega je široka najviše 3 kilometra a prostire se na 53 kilometra jadranske obale.²

Kao takvo turističko središte logično je da se ovo područje bavi uglavnom ugostiteljskim djelatnostima, a tako i hotelijerstvom. Na području Grada Makarske je registrirano 19 hotela neovisno o veličini i kapacitetu.

Opširnije o spomenutim hotelima će se spomenuti u nastavku rada te će biti obrađena uspješnost poslovanja navedenih hotela.

¹ <http://www.poslovni.hr/>

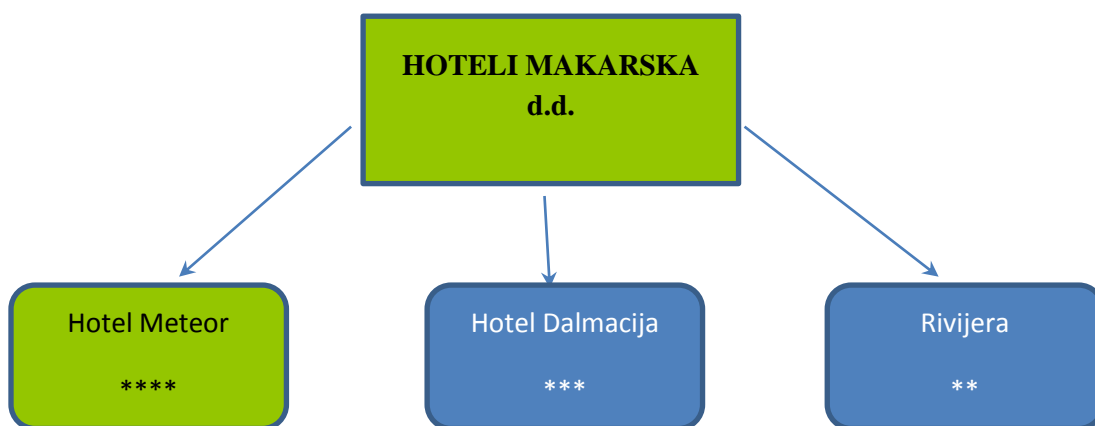
² https://bs.wikipedia.org/wiki/Makarska_rivijera

2.1. Hoteli Makarska d.d.

Hoteli Makarska su utemeljeni 25. prosinca 1952. pod nazivom Kotarsko ugostiteljsko poduzeće „Biokovo“. Te je godine poduzeće imalo 5 hotela s ukupno 290 smještajnih kapaciteta. Broj hotela se s godinama smanjio na 3, ali se zato povećao broj smještajnih kapaciteta.³

Slika 1. Prikaz poslovanja poduzeća Hoteli Makarska d.d.

Izvor: Vlastita izrada



Hotel Meteor **** je prvo ime makarskog turizma, raspolaže sa 277 soba, wellness centrom, otvorenim i zatvorenim bazenom, kongresnim dvoranama, restoranom te barovima. Sportski sadržaji i aktivnosti u organizaciji hotela čine odmor gostiju koji borave u ovom hotelu ispunjenim i zabavnim.

Hotel Dalmacija *** ima kapacitet od 190 udobnih soba s pogledom na more, wellness centar sa teretanom, otvoreni bazen i bogat animacijski programom. Hotel Dalmacija opravdava svoje ime i pruža izvorno iskustvo dalmatinskog odmora.

³ <https://www.hoteli-makarska.hr/hr/>

Rivijera ** je hotelsko naselje koje u svom kompleksu posjeduje i teniski centar. Sa 258 soba smještenih u masliniku i zaklonjenih od pogleda ostalih posjetitelja osigurava privatnost i miran odmor. Također, Rivijera je izvrstan izbor za ekskurzije te grupne ture turista.

Slika 2. Logo Hotela Makarska

Izvor: <https://www.hoteli-makarska.hr/hr/>



Logo Hotela Makarska

Dok se prije u turizmu davao preveliki značaj moru i suncu, turisti danas traže "nešto više" što su čelnici Hotela Makarska predvidjeli te im to i pružili. Hoteli Meteor, Dalmacija te Rivijera Resort se nalaze uz plažu i osim dobre lokacije i pogleda nude gostima širok izbor dodatnih sadržaja. Nude izvorne dalmatinske specijalitete i brinu o tradicionalnosti Dalmacije. Uz sami smještaj i hranu posjeduju još i kongresne dvorane, tenis centar, bazene, animacijske i glazbene programe na dnevnoj bazi. Organiziraju izlete u Park prirode Biokovo te je gostima omogućeno da obavljaju sportske aktivnosti tokom odmora.

Opći ciljevi ovog Društva su ostvarivanje i povećanje dobiti, povećanje rentabilnosti poslovanja, poboljšanje likvidnosti i solventnosti, postizanje nižih troškova poslovanja kako bi Društvo postalo konkurentnije, sposobnije i fleksibilnije u odnosu na tržišne izazove i poremećaje, kontinuirano postizanje više razine kvalitete usluga koje pruža Društvo, vodeći pri tome računa i o inovativnosti i kreativnosti vlastitih zaposlenika, usmjeravanje na određene tržišne segmente osmišljavanjem različitoga asortimana usluga u odnosu na konkurenciju.⁴

⁴ <https://www.hoteli-makarska.hr/hr/vizija-misija-opci-ciljevi>

2.2. Hoteli Tučepi d.d.

Tučepi su se počeli razvijati šezdesetih godina 20. stoljeća, kada je počela gradnja kuća u zaseoku Kraj na obali, od kada su Tučepi postupno napredovali i izrasli u moderno turističko odredište, danas mjesto s oko 1800 stanovnika.

Hoteli Tučepi d.d. u posluju u sklopu BlueSun hotela i u vlasništvu imaju 5 hotela, a to su TUI BLUE Jadran ***** , Bluesun Hotel Alga *****, Bluesun Neptun ***, Bluesun hotel Afrodita ***** i Bluesun Hotel Kaštelet *****. ⁵

Hoteli Tučepi svojim rezultatom poslovanja nadmašuju poslovanje Hotela Makarska što će biti detaljno objašnjeno u sljedećim poglavljima kao usporedba ova dva velika Društva.

Može se primjetiti da već po broju hotela u vlasništvu Hoteli Tučepi drže veći dio tržišta, imaju kvalitetniju ponudu, a time i potrošnja klijentele utječe na povećanje prihoda.

Slika 3. Hotel Jadran prije renoviranja

Izvor: <http://pogledaj.to/arhitektura/degradiran-prvi-poratni-hotel-u-tucepima/>



Slika 4. TUI BLUE Jadran nakon renoviranja

Izvor: <https://www.bluesunhotels.com/tui-blue-jadran.aspx>



⁵ <https://www.bluesunhotels.com/hoteli.aspx>

2.3. Romana d.o.o.

Adresa: Obala Kralja Tomislava 14, Makarska 21300

Romana d.o.o. je poduzeće koje je registrirano na razne djelatnosti kojima se bavi pa tako i hotelijerstvom, odnosno iznajmljivanjem vlastitih nekretnina. Neke od registriranih djelatnosti su⁶:

- Pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka i pružanje usluga smještaja
- Iznajmljivanje plovni prijevornih sredstava
- Posredovanje u kupnji i prodaji nekretnina

Može se zaključiti da je ovo poduzeće poprilično svestrano, ali sve djelatnosti obavlja pod kategorizacijom "Hoteli i ostali smještaj" te time zaslužuje da poslovanje bude obrađeno zbog uspješnih rezultata poslovanja.

Slika 5. Logo Romana d.o.o.

Izvor: <https://www.facebook.com/romana.slasticarna>



⁶ <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/romana/Detaljno/86520>

2.4. Park Hotel d.o.o.

Adresa: Petra Krešimira IV 23, PP 36 , Makarska 21300

Hotel Park **** Makarska nalazi se u neposrednoj blizini plaže, a nudi vanjski bazen, terasu za sunčanje i à-la-carte restoran s ponudom jela međunarodne kuhinje. Hotelski spa i wellness centar sadrži hidromasažnu kadu, saunu i teretanu, kao i unutarnji bazen. Gostima je na raspolaganju i besplatan WiFi. Do moderno namještenih soba može se stići dizalom sa staklenim stijenama iz kojeg se pruža panoramski pogled na more. Sve su sobe klimatizirane te sadrže TV ravnog ekrana sa satelitskim programima, mini bar i kupaonicu s kadom i kozmetičkim priborom. Hotelska terasa nudi pogled na more, a proteže se do hotelskog bara gdje gosti mogu uživati u svježe iscijeđenim sokovima, raznim koktelima i domaćim slasticama. Gosti mogu kupiti poklone i suvenire u trgovini za poklone koja se nalazi u okviru objekta.⁷

Slika 6. Izgled Hotela Park

Izvor: <http://www.turbo-start.net/hotel-park-makarska/>



⁷ <http://www.trazimsmjestaj.com/hotel-park-makarska-garancija-najnize-cijene/l.9174>

2.5. Hotel Punta Osejave d.o.o.

Adresa: Šetaliste Dr. Fra Jure Radića BB, Makarska 21300

Hotel Osejava **** smješten je na gradskoj šetnici uz samo more. Položaj je svakako zavidan, tek pedesetak metara od plaže pod borovima i tek nekoliko stotina metara od prekrasnog glavnog gradskog trga s crkvom. Hotel je to tradicije i uspomena. Na istim temeljima, još daleke 1929., otvoren je istoimeni prethodnik, koji je godinama slovio za najugledniji makarski hotel. Među mnoštvom gostiju koji su mu se godinama vraćali, mnoga su poznata imena, poput pjesnika Tina Ujevića ili nobelovca Alberta Moravie, ali i češkog državnika Jana Masaryka i mnogih drugih. Na tu slavnu tradiciju oslanja se i današnja "Osejava".⁸

Da je Osejava kulturni hotel govori podatak da je hotel počeo s izgradnjom 1923. godine, a Makarski turizam bilježi svoj početak 1914. godine. Jasno je da je Osejava bila među prvim hotelima u nastajanju Makarskog turizma.

Slika 7. Prvotni izgled Hotela Osejave

Izvor: <https://www.goglas.com/search?q=+grcka-razglednica-putovala>



⁸ <http://www.osejava.com/>

2.6. Hotel Romana d.o.o.

Adresa: Ul. Ivana Gorana Kovačića 16, Makarska 21300

Hotel Romana je novi hotel koji je započeo s poslovanjem 2014. godine prema podacima FINA-e.

Hotel Romana***** luksuzno je odmaralište sa svim popratnim sadržajima. Romana Beach Resort posjeduje kako i sobe tako i prostrane apartmane sa pogledom na more. Od sadržaja se može pronaći vanjski i unutarnji bazen, teretana, wellness, restorani u sklopu hotela, beach bar na samoj plaži, trgovine odjeće u prizemlju i a frizerski salon. Hotel Romana pauzira svoje poslovanje u zimskom periodu, a tada se bavi organizacijom vjenčanja u svojim luksuznim prostorijama.

U grafovima koji slijede u narednim poglavljima može se primjetiti da Hotel Romana d.o.o. ostvaruje jako malo dobiti, novčanog toka te su ostali parametri jako niski, objašnjenje je jer je u ovaj hotel investirano i zahtijevni su uvjeti održavanja i napredovanja, prema tome - nije još počeo ostvarivati maksimalni profit.

Slika 8. Izgled Hotela Romana Beach Resort-a

Izvor: <http://romana.hr/hotel-gallery/>



3. HORIZONTALNA I VERTIKALNA ANALIZA POSLOVNIH POKAZATELJA

U ovom poglavlju će se detaljno, kroz grafove i financijske pokazatelje, analizirati uspješnost poslovanja svih hotela na području Makarske, a na neke će pažnja biti posebno usmjerena zbog odskakanja vrijednosti parametara.

Pokazatelji uspješnosti poslovanja su mnogobrojni i predstavljaju složenu problematiku, a u svrhu analize najčešće se koriste podaci iz financijskih izvještaja.

Najčešće analize su:

- analiza odnosa bilančnih pozicija i pozicija u računu dobiti i gubitka (Ratio Analysis)
- horizontalna analiza financijskih izvještaja
- vertikalna analiza financijskih izvještaja⁹

U ovom radu pažnja će biti usmjerena na analizu odnosa bilančnih pozicija i analizu pozicija u računu dobiti i gubitka. U tu analizu spadaju sljedeći obrađeni parametri:

- Analiza profitabilnosti – Profitna marža i Povrat na investirano (ROE)
- Analiza likvidnosti
- Analiza solventnosti

U horizontalnu i vertikalnu analizu spadaju sljedeći obrađeni parametri:

- Ukupna imovina
- Dobit/Gubitak prije poreza
- Čista dobit/gubitak
- Čisti novčani tok
- Vlastiti kapital

⁹ <https://pjr.hr/pokazatelji-uspjesnosti-poslovanja-poduzeca/>

3.1. Ukupna imovina

Imovina je ukupna vrijednost resursa, odnosno izvora potencijalne imovine, kojima poduzetnik raspolaže i njima se koristi kako bi ostvario gospodarsku aktivnost.¹⁰

Prema funkciji i roku trajanja, imovina se dijeli na:

Dugotrajna imovina (stalna): nematerijalna imovina, materijalna imovina, financijska imovina, potraživanja

Kratkotrajna imovina (tekuća): zalihe, potraživanja, financijska imovina, novac na računu i blagajni

Slika 9. Ukupna imovina hotela u periodu 2016.-2018

Sve vrijednosti izražene su u HRK	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
HOTELI TUČEPI, d.d.	377.985.000	370.730.000	355.985.310	347.484.480	345.953.080	433.121.320	450.208.470	466.440.540	469.209.820
HOTELI MAKARSKA d.d.	276.837.000	264.455.000	256.418.330	251.532.580	250.383.960	254.455.110	259.133.690	263.042.970	271.102.770
ROMANA d.o.o.	33.840.000	34.478.000	33.217.970	37.330.140	40.324.280	47.446.190	48.212.730	90.052.670	179.463.820
PARK HOTEL d.o.o.	107.404.000	103.437.000	99.065.100	95.596.130	95.411.680	96.406.160	98.328.710	100.376.750	110.602.560
HOTEL PUNTA OSEJAVE d.o.o.	33.875.000	51.748.000	52.773.340	51.467.130	48.380.890	44.981.470	42.584.470	43.244.060	39.769.930
PETNJIK d.o.o.	19.022.000	18.684.000	18.190.450	16.218.480	20.170.240	23.942.970	24.685.850	21.175.660	39.280.990
PROBITAS d.o.o.	3.461.000	3.459.000	3.459.020	3.459.020	3.459.020	3.542.230	3.448.670	3.257.090	3.260.930
TOMISLAV LOZO, j.d.o.o.	/	/	/	/	/	4.250	146.750	363.270	468.760
PRO PRIMO, d.o.o.	/	/	/	/	541.790	4.053.490	4.602.150	4.703.310	4.252.760
Ugostiteljsko-Uslužni Obrt "Moča", VL. Jadranka	7.363.000	6.971.000	6.618.450	6.602.780	1.112.850	/	/	/	/
Svijet Odmora	/	/	/	/	/	/	/	527.160	2.383.710
BOBITA d.o.o.	76.435.000	59.890.000	55.429.140	48.818.250	38.086.020	43.144.600	42.808.920	12.006.030	12.010.520
LUBUSIA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	1.802.820	2.080.320
RAJSKA PTICA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	2.044.510	2.059.450
Hotel Lumen d.o.o.	/	/	/	/	15.480	10.670	4.780	/	/
HOTEL ROMANA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	19.700	20.880	18.696.970
PUNTA ZLATARAC TUČEPI d.o.o.	/	/	28.226.400	28.230.250	28.315.440	87.258.780	91.162.630	92.649.270	131.824.690
ROMANA APARTMANS d.o.o.	/	/	/	/	/	/	19.900	21.090	22.240
SCHAJIJK d.o.o.	477.000	491.000	420.320	413.470	415.110	412.840	415.070	412.230	411.170

Izvor: Vlastita izrada prema podacima baze Amadeus

Ovaj pokazatelj daje predodžbu o samoj veličini ovih poduzeća odnosno hotela, te početak ili kraj njihova postojanja.

¹⁰ Belak, V.: Profesionalno računovodstvo, Faber&Zgombić Plus, Zagreb, 2006.

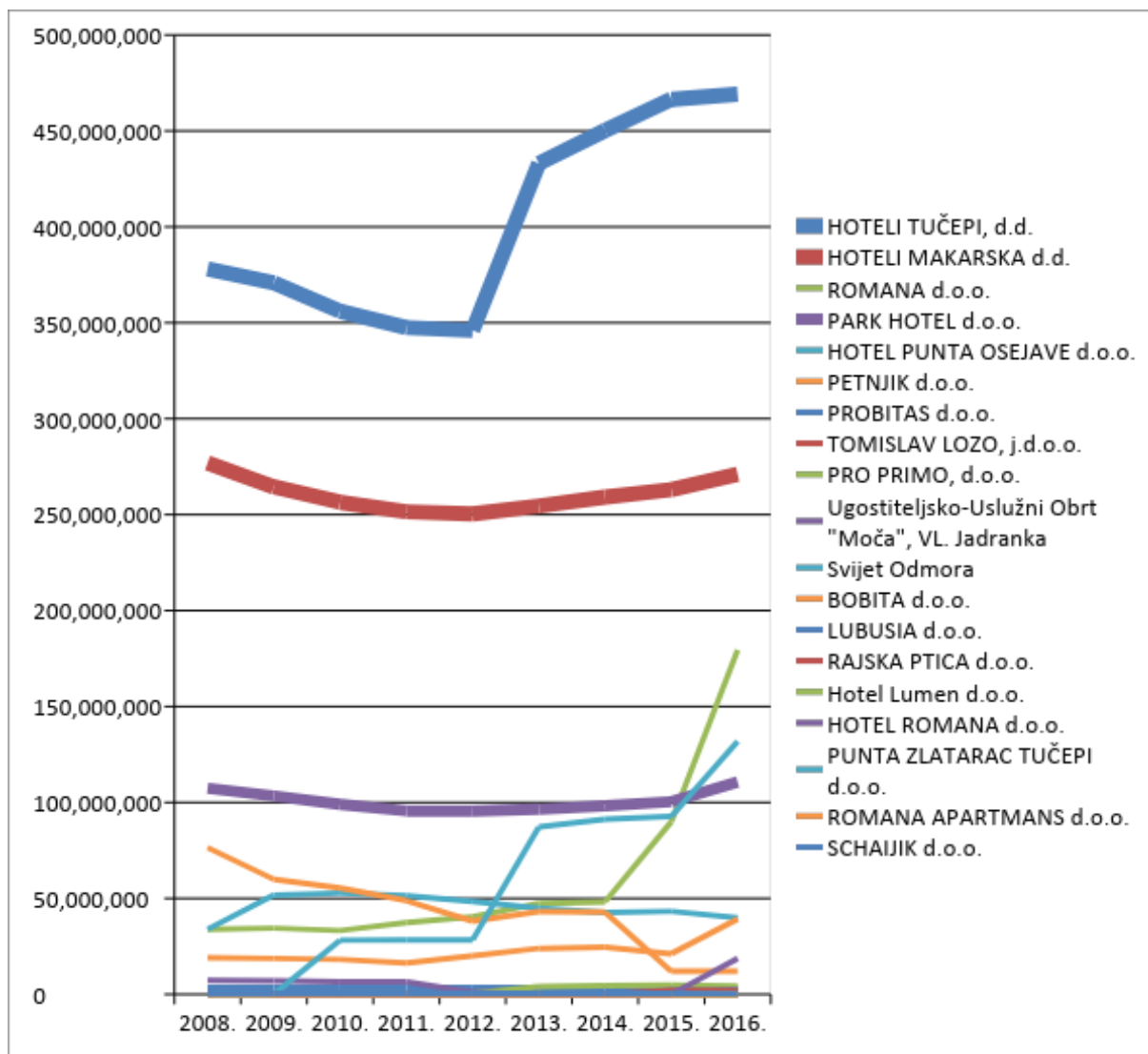
Sve vrijednosti su izražene u HRK i parametar "Ukupna imovina" obuhvaća 8 godina poslovanja svih hotela od 2016. do 2018.

Slika 9. prikazuje da u istu kategoriju (hotelski smještaj) spadaju poduzeća čija ukupna imovina 2016. godine iznosi i po 469 mil. kn (Hoteli Tučepi d.d.) te visokih 271 mil.kn (Hoteli Makarska d.d.) i manji hoteli čija je ukupna imovina manja od pola milijuna kuna, kao naprimjer SCHAJIK d.o.o (411 170,00 kn). Naime, ovaj pokazatelj ne pokazuje da ostala poduzeća s manjom imovinom posluju loše nego da su manji, što nije nužno presudno za uspješnost poslovanja.

Neki od ovih hotela su kasnije otvorili (Tomislav Lozo j.d.o.o., Pro Primo d.o.o., Svijet Odmora, Lubusia d.o.o., Rajska ptica d.o.o., Hotel Romana d.o.o., Romana Apartments d.o.o.), a neki su otišli u stečaj ili prekinuli poslovanje (Moča obrt, Hotel Lumen d.o.o.).

Iz slike 9. Zaključuje se da najveću imovinu imaju Hoteli Tučepi d.d. i Hoteli Makarska d.d., što je već spomenuto u prethodnom poglavlju. Ova dva rivala će kroz rad biti detaljnije obrađeni, pa tako u sljedećem grafu vidimo koje rivalstvo vlada između ova dva društva.

Graf 1. Grafički prikaz pokazatelja "Ukupna imovina"



Izvor: Vlastita izrada prema podacima baze Amadeus

U grafu 1. možemo primjetiti da Hoteli Tučepi d.d. nakon drastičnog pada u 2012. godini doživljavaju stalni rast, što ukazuje na to da su se dogodile značajne promjene u poslovanju.

Što se tiče Hotela Makarska d.d. drže konstantu, iako je i njihova "najlošija" godina također 2012. Iza Hotela Tučepi i Makarska slijede privatni hotelijeri redom kao na priloženom grafu.

3.2. Dobit ili gubitak prije oporezivanja

Poduzeća su dužna na kraju godine sastavljati račun dobiti ili gubitka kako bi zaključili poslovnu godinu i prepoznali greške u poslovanju ukoliko račun bude negativan.

Stavka koja predstavlja razliku između prihoda i rashoda i slijedi odmah nakon te stavke je "Dobit ili gubitak prije oporezivanja" i prikazuje koliko je poduzeće ostvarilo dobiti prije davanja državi, odnosno poreza.

Obrtnik je obveznik poreza na dobit:

- ako je u prethodnom poreznom razdoblju ostvario ukupni primitak veći od 3.000.000,00 kuna, ili ako ispunjava dva od sljedeća tri uvjeta:
- u prethodnom poreznom razdoblju je ostvario dohodak veći od 400.000,00 kuna
- ima dugotrajnu imovinu u vrijednosti veću od 2.000.000,00 kuna
- u prethodnom poreznom razdoblju je prosječno zapošljavao više od 15 radnika

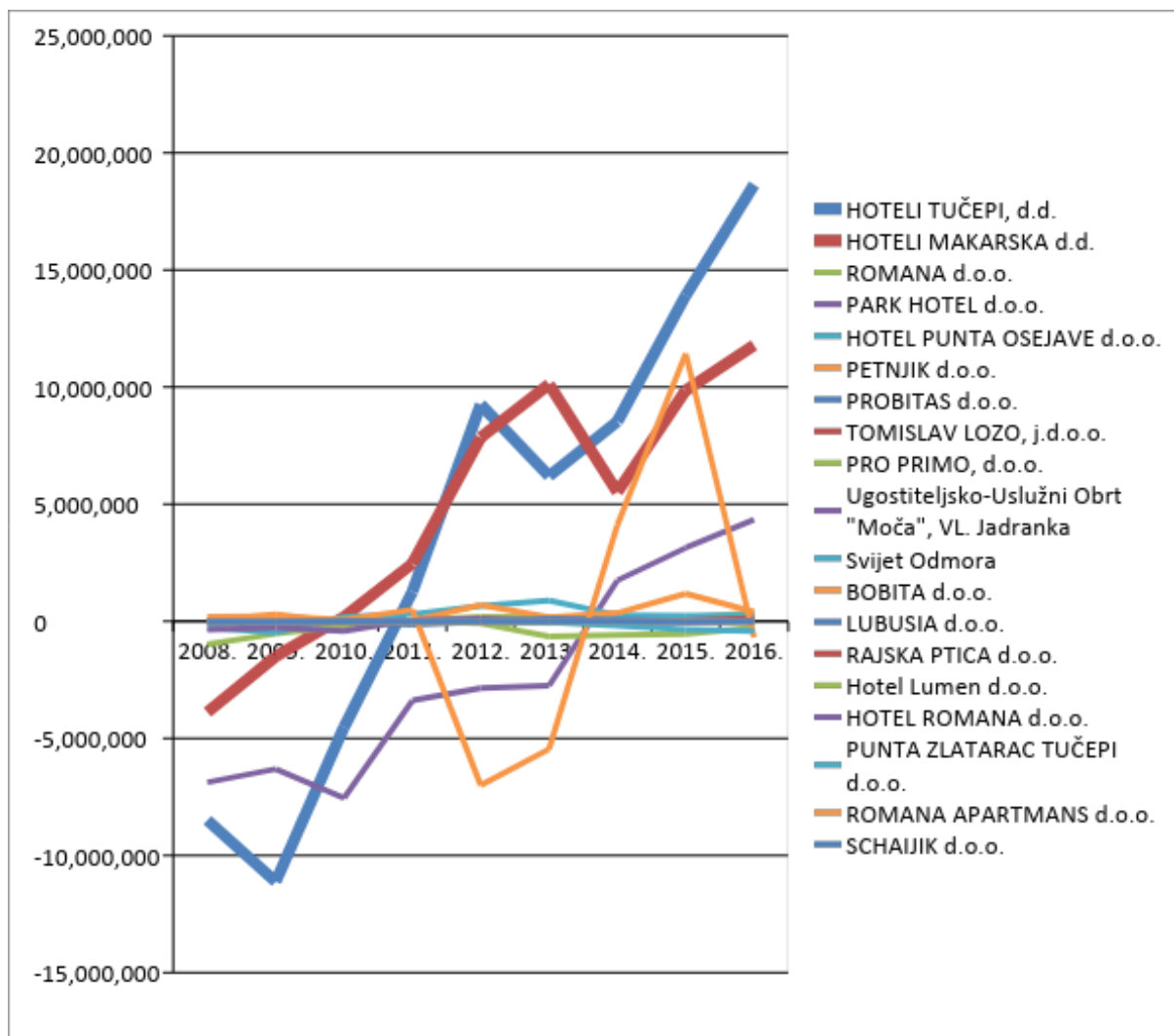
Obrtnik može biti obveznik poreza na dobit i ako do kraja tekuće godine podnese pisani zahtjev nadležnoj ispostavi Porezne uprave prema svom prebivalištu ili uobičajenom boravištu da u idućoj kalendarskoj godini želi plaćati porez na dobit umjesto poreza na dohodak. U slučaju supoduzetnišva ili drugog oblika zajedničkog dohotka pisani zahtjev podnose i potpisuju svi supoduzetnici. Rješenje kojim se usvaja zahtjev obvezuje poreznog obveznika sljedećih 5 godina. U opravdanim slučajevima Porezna uprava može odobriti i kraći rok prelaska s plaćanja poreza na dohodak na porez na dobit i obratno.

Porezna osnovica poreza na dobit je dobit što se utvrđuje kao razlika između prihoda i rashoda prije obračuna poreza na dobit uvećana i umanjena prema odredbama Zakona o porezu na dobit.

Porez na dobit obračunava se i plaća po stopi od 12% ili 18%.¹¹

Graf 2. Dobit/Gubitak prije oporezivanja

¹¹ <https://www.porezna-uprava.hr/obrtnici/Stranice/Porez-na-dobit.aspx>



Izvor: Vlastita izrada prema podacima baze Amadeus

Graf 2. prikazuje stavku Dobit/Gubitak prije oporezivanja i daje uvid u to kakva je bila čista razlika između rashoda i prihoda.

Manji hoteli u ovom pokazatelju drže konstantu i nikako ne odskaču kao naprimjer SCHAJIK d.o.o., Hotel Punta Osejave d.o.o., Petnjik d.o.o., Romana d.o.o. i Pro Primo d.o.o.

Hoteli koji bilježe drastične padove pa nakon toga rast su Hoteli Tučepi koji u svojoj 2009. godini bilježe gubitak od čak 11 122 000 kuna, te nakon te godine progresivno ostvarju rast i doživljavaju najvišu točku u 2012. godini kada im je, nadovezujući se na graf 1., ukupna imovina bila najniža. To ukazuje da su Hoteli Tučepi krenuli u prodaju ukupne imovine te tako ostvarili rast prihoda, a time i dobiti prije oporezivanja.

Hoteli Makarska d.d. nakon neuspješne 2008. godine i gubitka od 3 883 000 kuna, počinju postepeno ostvarivati dobit te najveću dobit prije poreza ostvaruju 2016. sa 11 788 930 kuna.

Bobita d.o.o. također odskače od prosječnih hotela u 2012. godini, a prije toga su ostvarivali konstantan poslovni rezultat i dobit do 500 000 kuna. U 2012. ostvaruju značajan gubitak prije oporezivanja koji iznosi 7 002 680 kuna i poduzimaju drastične promjene u svom poslovanju, jer nakon toga ostvaruju rast prihoda.

Zaključno objašnjenje grafa 2.:

Veliki poduzeća u svom poslovanju imaju uspone i padove, pa tako i ova. Bitno je primjetiti da svi ti hoteli u 2016. ostvaruju dobit ili pozitivnu nulu te da su poradili na svojim prihodima i rashodima na razne načine. Neki od njih su prodali svoju imovinu kako bi povećali prihode (Hoteli Tučepi d.d.), a neki su zadržali većinu ukupne imovine i napravili promjene u poslovanju radi ostvarenja prihoda (Hoteli Makarska d.d.).

3.3. Čista dobit ili gubitak

Dobit ili gubitak nakon oporezivanja (Čista dobit ili gubitak) prikazuje zaključni rezultat računa dobiti ili gubitka. To je stavka nakon što se odbio porez na dobit i podmirila davanja državi. U ovom pokazatelju jednostavno se može procijeniti je li poslovanje hotela bilo uspješno ili nije. Ukoliko je ostvaren gubitak, poduzeće bi trebalo promjeniti način poslovanja i promjeniti ga iz negativnog u pozitivno, jer na koncu, obavljaju gospodarsku djelatnost samo radi ostvarivanja dobiti.

Slika 10. Čista dobit ili gubitak hotela na području Makarske u razdoblju od 2008.-2016.

Sve vrijednosti izražene su u HRK	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
HOTELI TUČEPI, d.d.	-5.837.000	-9.182.000	-1.975.150	3.390.680	9.213.380	4.896.310	6.883.020	10.994.070	14.764.920
HOTELI MAKARSKA d.d.	-5.845.000	-1.500.000	188.510	2.461.320	7.852.950	8.039.570	4.365.720	7.817.920	9.373.140
ROMANA d.o.o.	-979.000	-532.000	-213.670	15.390	197.270	162.940	89.000	158.180	270.800
PARK HOTEL d.o.o.	-177.000	-6.310.000	-7.554.450	-3.386.060	-2.849.340	-2.749.970	1.743.670	3.134.720	4.341.710
HOTEL PUNTA OSEJAVE d.o.o.	-279.000	-490.000	191.680	308.200	653.920	706.560	212.200	194.510	201.640
PETNJIK d.o.o.	30.000	301.000	-50.200	25.990	698.140	130.490	339.650	1.157.190	308.230
PROBITAS d.o.o.	-4.000	-15.000	-1.950	-139.300	-23.010	102.230	62.890	2.650	29.830
TOMISLAV LOZO, j.d.o.o.	/	/	/	/	/	0	14.470	12.760	107.770
PRO PRIMO, d.o.o.	/	/	/	/	-90.630	-650.520	-576.920	-520.070	-276.050
Ugostiteljsko-Uslužni Obrt "Moča", VL. Jadranka	-349.000	-272.000	-422.630	52.680	108.990	/	/	/	/
Svijet Odmora	/	/	/	/	/	/	/	17.960	18.680
BOBITA d.o.o.	67.000	67.000	68.750	380.920	-7.002.680	-5.463.210	4.112.530	-5.316.470	-690.130
LUBUSIA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	140	850
RAJSKA PTICA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	0	19.130
Hotel Lumen d.o.o.	/	/	/	/	-26.190	0	3.340	/	/
HOTEL ROMANA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	0	-760	380
PUNTA ZLATARAC TUČEPI d.o.o.	/	/	-10	-6.210	-6.280	-32.090	-178.320	-347.770	-410.450
ROMANA APARTMANS d.o.o.	/	/	/	/	/	/	0	-140	-200
SCHAJIJK d.o.o.	-13.000	-12.000	-4.160	-4.950	-5.410	-6.530	-5.660	-9.610	-3.140

Izvor: Vlastita izrada prema podacima baze Amadeus

Na ovoj slici se vidi koji Hoteli ostvaruju čistu dobit ili gubitak nakon umanjenja za porez. Brojke su promjenjene za iznos poreza, ali situacija je i dalje ostala ista, odnosno, oni koji su ostvarili dobit – u plusu su i nakon podmirenja poreza. Slika 10. prikazuje jednostavniji način praćenja uspješnosti poslovanja hotela jer je riječ o financijskim pokazateljima pa ih je lakše iskazati kroz brojke.

Uspješno posluju sljedeći: Hoteli Tučepi d.d., Hoteli Makarska d.d., Romana d.o.o., Park Hotel d.o.o., Hotel Punta Osejave d.o.o., Petnjik d.o.o., Probitas d.o.o nakon 5 godina gubitka posluje s dobiti, Probitas d.o.o. te Tomislav Lozo j.d.o.o.

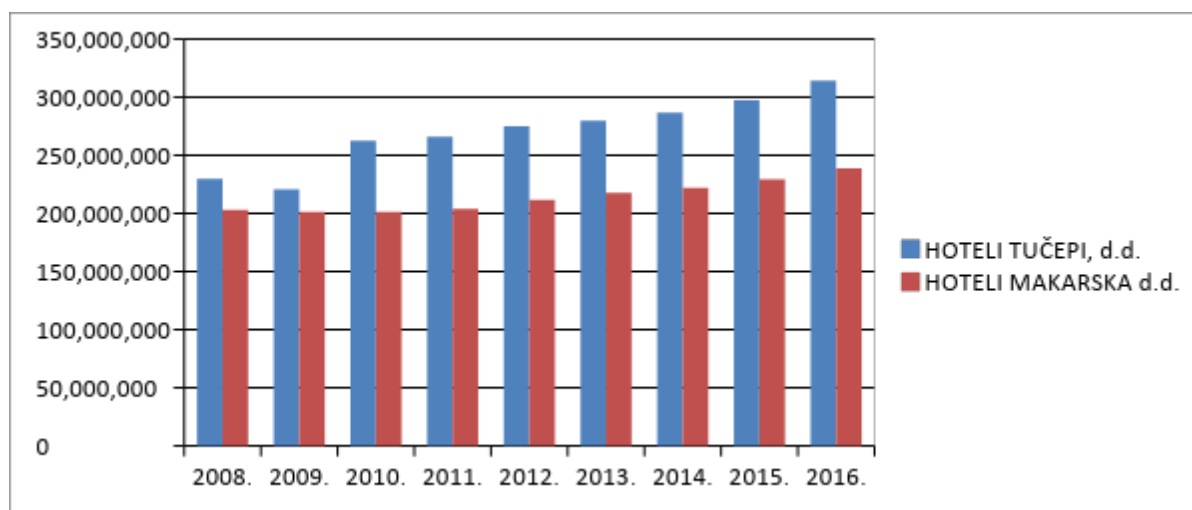
3.4. Vlastiti kapital

Vlastiti kapital čini: temeljni kapital ili osnovni kapital, zakonske (obvezne) i slobodne rezerve kao i prijenos dobiti društva kapitala (društava kapitala), a u širem smislu i u bilanci, tajne (skrivenne) rezerve. Za kreditne institute vrijedi jedan širi termin vlastitog kapitala, koji npr. obuhvaća još i povlaštene (prioritetne) dionice. Vlastiti kapital kreditnih instituta je središnja točka u propisivanju bankovno nadzornih normi kojim se nadzire bankovno

poslovanje. Posebice je bitna veličina vlastitog kapitala za propise koji utvrđuju granice rizika i time automatski određuju mogućnosti poslovanja kreditnih instituta.¹²

U ovom poglavlju pažnja će biti usmjerena na društva Hoteli Tučepi d.d. i Hoteli Makarska d.d. zbog zanimljivosti rivalstva ova dva giganta.

Graf 3. Usporedba vrijednosti parametra VLASTITI KAPITAL Hotela Makarska d.d. i Tučepi d.d.



Izvor: Vlastita izrada prema podacima baze Amadeus

Ovaj graf jasno prikazuje da Hoteli Tučepi d.d. imaju veći vlastiti kapital kroz svih 8 godina koje su obrađivane od Hotela Makarska d.d. Veliki skok i razlika primjeti se u posljednjoj godini ovog vremenskog razdoblja, odnosno 2016. godini kada je započela renovacija Hotela Jadran, sada TUI BLUE Jadran, koji je jedan od najluksuznijih hotela na Makarskoj Rivijeri. To objašnjava zašto Hoteli Tučepi imaju uvjerljivo bolje rezultate ovog parametra.

4. ANALIZA ODNOSA BILANČNIH POZICIJA I ANALIZA POZICIJA U RAČUNU DOBITI I GUBITKA

U ovom poglavlju pažnja će biti usmjerena na analize uspješnosti poslovanja koje spadaju u analizu odnosa bilančnih pozicija i analizu pozicija u računu dobiti i gubitka koje su već bile spomenute.

U ovu analizu spadaju: Analiza likvidnosti, Analiza solventnosti i Analiza profitabilnosti koja obuhvaća profitnu maržu i povrat na investirano.

Analiza će biti prikazana kroz grafove i brojčane izračune uz dodatna objašnjenja.

¹² <http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/V/Vlastiti-kapital>

4.1. Tekuća likvidnost

Koeficijent tekuće likvidnosti pokazuje omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza. Taj koeficijent trebao bi biti **2 ili više**, a to znači da poduzeće ima dvostruko više gotovine, potraživanja i zaliha nego što su kratkoročne obveze koje dolaze na naplatu.

Jednostavnije rečeno pokazuje da je poduzeće likvidno ukoliko je kratkotrajna imovina veća od kratkoročnih obveza i da može podmiriti svoje kratkoročne obveze iz kratkotrajne imovine.

Slika 11. Tekuća likvidnost hotela na području Makarske u razdoblju od 2008.-2016.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
HOTELI TUČEPI, d.d.	0,17	0,13	0,21	0,21	0,39	0,15	0,24	0,71	1,04
HOTELI MAKARSKA d.d.	0,97	0,77	0,69	0,99	4,19	4,75	7,73	3,37	7,97
ROMANA d.o.o.	0,05	0,06	0,01	0,00	0,15	0,13	0,14	0,10	0,22
PARK HOTEL d.o.o.	0,20	0,08	0,12	0,15	0,30	0,35	4,07	2,83	1,31
HOTEL PUNTA OSEJAVE d.o.o.	0,43	0,28	0,42	0,47	0,26	0,42	0,79	1,81	1,82
PETNJIK d.o.o.	31,17	27,77	2,47	6,76	14,79	1,26	4,11	4,46	1,28
PROBITAS d.o.o.	0,00	/	/	/	/	0,00	0,00	0,00	0,07
TOMISLAV LOZO, j.d.o.o.	/	/	/	/	/	0,15	0,55	0,85	1,21
PRO PRIMO, d.o.o.	/	/	/	/	0,15	0,25	0,24	0,27	0,25
Ugostiteljsko-Uslužni Obrt "Moča", VL. Jadranka	0,34	0,25	0,16	0,13	0,14	/	/	/	/
Svijet Odmora	/	/	/	/	/	/	/	4,15	0,23
BOBITA d.o.o.	0,81	0,44	0,28	0,41	0,20	0,11	0,67	4,77	1,32
LUBUSIA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	0,39	0,50
RAJSKA PTICA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	1,83	1,90
Hotel Lumen d.o.o.	/	/	/	/	0,19	0,14	0,24	/	/
HOTEL ROMANA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	17,13	6,76	0,58
PUNTA ZLATARAC TUČEPI d.o.o.	/	/	/	0,38	0,19	0,01	0,00	0,01	0,05
ROMANA APARTMANS d.o.o.	/	/	/	/	/	/	19,90	9,05	6,04
SCHAJIJK d.o.o.	4,57	6,58	0,64	0,11	0,28	0,06	0,25	0,38	0,29

Izvor: Vlastita izrada prema podacima baze Amadeus

Kako bi koeficijent tekuće likvidnosti trebao iznositi 2 ili više, iz slike 11 je lakše vidljivo koji hoteli ostvaruju taj koeficijent i time osiguravaju likvidnost. Svjetlo zelena boja ukazuje na to da su određeni hoteli to i ostvarili kroz određene godine.

Hoteli Tučepi d.d. prema izvješćima od FINA-e u ovih 8 godina nikako nisu ostvarili tekuću likvidnost, odnosno njihov koeficijent nije bio jednak ili veći od 2. To je vrlo čudno i zabrinjavajuće s obzirom na veličinu ovog društva.

Dok Hoteli Tučepi d.d. vode Hotele Makarska d.d. po nekim drugim parametrima u horizontalnoj i vertikalnoj analizi uspješnosti poslovanja, Hoteli Makarska d.d. barem ostvaruju tekuću likvidnost i time konkuriraju bolje jer je likvidnost jedan od boljih pokazatelja uspješnosti poslovanja.

Hoteli Makarska d.d. ostvaruju tekuću likvidnost u godinama od 2012.-2016. i to sa zavidnom vrijednošću koeficijenta – 4.19, 4.75, 7.73, 3.37, 7.97.

Također, Hotel Punta Osejave d.o.o u nijednom periodu ne ostvaruje tekuću likvidnost unatoč dobrom računu dobiti i gubitka, što bi značilo da svoju imovinu usmjeravaju na dugotrajnu imovinu i da kratkoročne obveze vjerojatno podmiruju iz svoje dugotrajne imovine što je loše.

Od ostalih manjih hotela važno je istaknuti i pohvaliti novi Romana apartments d.o.o. koji u 3 godine od početka poslovanja ostvaruju tekuću likvidnost sa koeficijentom većim od 2 i to sa 19,90 u prvoj godini poslovanja (2014.)

Ostatak hotela u nekim godinama nemaju prijavljene podatke o tekućoj likvidnosti pa time ne upadaju u kategoriju analiziranja jer dobiveni podaci nisu jasni pokazatelji zbog nedostatka informacija.

4.2. Profitna marža

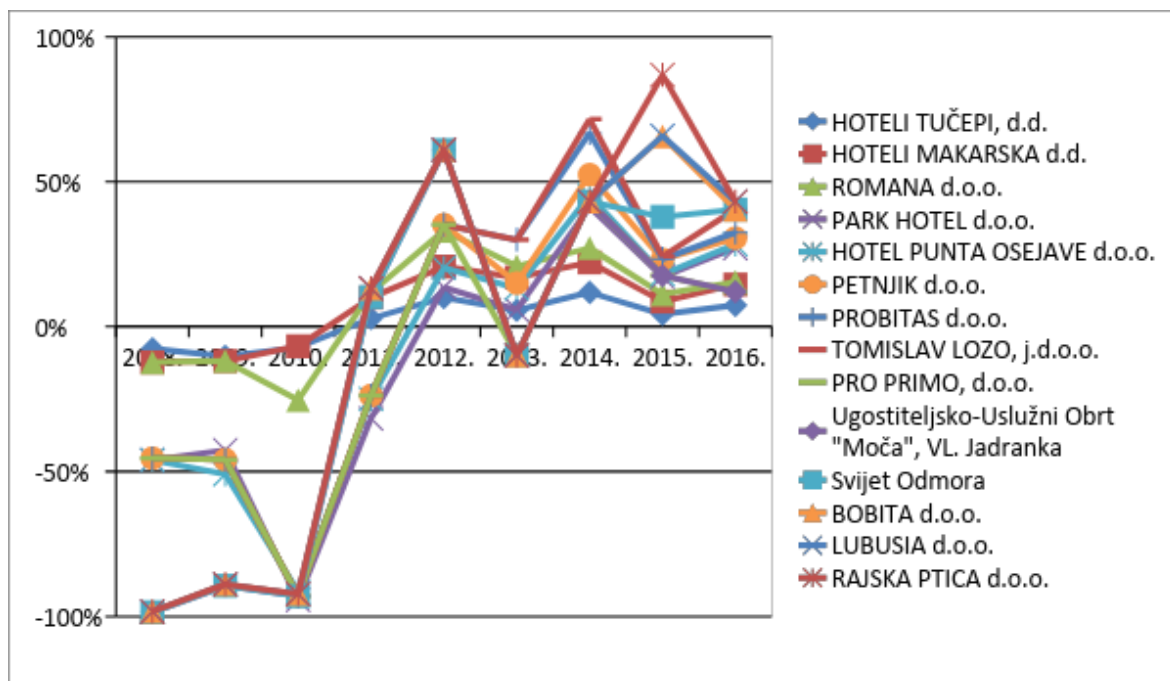
Profitna marža je jedna od najraširenijih mjera profitabilnosti u praksi. Najčešće se računa kao odnos dobitka (profita) i prihoda od prodaje. Profitna marža nam na jednostavan način pokazuje postotak ostvarenog dobitka iz određenog poslovnog pothvata. Pri izračunavanju profitne marže možemo koristiti različite veličine dobiti te iz tih razloga poznajemo i različite kategorije profitne marže, a to su npr.

- Bruto profitna marža – računa se na bruto dobit
- Operativna profitna marža – računa se na operativnu dobit
- Profitna marža prije oporezivanja – računa se na dobitak prije poreza
- Neto profitna marža – računa se na neto dobit
- Marža neto preostalog profita – računa se na neto preostali profit¹³

U ovoj analizi korištena je neto profitna marža zbog toga što prikazuje koliki je neto profit ostvaren od ukupno realiziranog posla na tržištu, koji preostaje za slobodno raspolaganje.

Graf 4. Profitna marža hotela na području Makarske u razdoblju od 2008.-2016.

¹³ <http://profitiraj.hr/kako-mjeriti-profitabilnost-poslovanja-%E2%80%93-profitna-marza-i-dodana-vrijednost/>



Izvor: Vlastita izrada prema podacima baze Amadeus

Profitna marža izražena je u postocima te je iz tog razloga korišten ovaj tip grafa.

Iz priloženog se vidi da skoro svi hoteli ostvaruju pozitivnu profitnu maržu u kasnijim godinama, što ukazuje na uspješno poslovanje ovih hotela.

Najveće oscilacije rade hoteli Rajska ptica d.o.o., Pro Primo d.o.o., Svijet Odmora i Hotel Punta Osejave d.o.o. koji u 2012. imaju negativnu profitnu maržu i do sto posto. Na primjeru hotela Rajska ptica d.o.o. može se primjetiti da cijelo vrijeme do 2012. godine imaju negativnu profitnu maržu i onda u određenim godinama prijavljuju vrijednosti ovog parametra i bilježe znatan rast.

Da bi se bolje shvatio ovaj pokazatelj, slijede brojčane vrijednosti ovog parametra:

Slika 12. Profitna marža hotela na području Makarske u razdoblju od 2008.-2016. godine

Izvor: Vlastita izrada

Sve vrijednosti izražene su u postocima (%)	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
HOTELI TUČEPI, d.d.	-11,18	-16,91	-6,26	1,59	10,72	7,25	9,17	13,77	16,64
HOTELI MAKARSKA d.d.	-6,81	-2,71	0,34	4,03	11,58	14,90	8,09	14,05	16,17
ROMANA d.o.o.	/	/	-16,25	0,99	13,34	5,09	3,87	8,00	2,01
PARK HOTEL d.o.o.	-49,20	-50,75	-60,13	-24,40	-21,06	-19,67	11,03	19,44	26,45
HOTEL PUNTA OSEJAVE d.o.o.	/	-13,79	2,38	3,77	7,23	9,70	3,06	2,82	2,88
PETNJIK d.o.o.	0,89	8,32	-1,28	0,66	16,09	2,35	5,58	16,35	4,87
PROBITAS d.o.o.	/	/	/	/	/	19,52	11,19	0,67	4,41
TOMISLAV LOZO, j.d.o.o.	/	/	/	/	/	/	3,75	2,80	18,00
PRO PRIMO, d.o.o.	/	/	/	/	/	-52,13	-22,14	-21,16	-64,27
Ugostiteljsko-Uslužni Obrt "Moča", VL. Jadranka	-77,61	-71,88	/	19,09	27,69	/	/	/	/
Svijet Odmora	/	/	/	/	/	/	/	65,00	64,08
BOBITA d.o.o.	0,37	0,88	0,68	1,70	/	/	/	89,19	/
LUBUSIA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	0,64	6,29
RAJSKA PTICA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	67,67	/

Ova slika prikazuje da najveću profitnu maržu ostvaruju sljedeći: Hotel Park d.o.o. 2016. godine i to 26,45%, zatim Hoteli Tučepi d.d. 2016. godine sa 16,64% te Hoteli Makarska d.d. sa 16,17% u 2016. godini.

Pro Primo d.o.o. bilježi konstantno negativnu profitnu maržu, a u 2016. godini bilježi čak -64,27% što je drastično loša vrijednost za ovaj pokazatelj profitabilnosti.

4.3. Povrat na kapital

Povrat na kapital ili ROE (Return on equity) otkriva koliki profit društvo generira koristeći kapital koji su vlasnici investirali u njega. Izračunava se kao dobitak nakon oporezivanja podijeljen sa iznosom vlasničkog kapitala.¹⁴

Prinos na kapital je koristan pokazatelj za usporedbu profitabilnosti društava u odnosu na slična društva u istoj industriji, pa je iz tog razloga korišten u ovoj analizi.

Formula po kojoj se izračunava:

$$ROE = \frac{\text{Dobitak nakon oporezivanja}}{\text{Vlasnički kapital}} * 100$$

Ovaj pokazatelj iskazan je postotkom te ga nije jednostavno prikazati grafom i najbolji izbor je brojčane vrijednosti.

Slika 13. Povrat na kapital hotela na području Makarske u razdoblju od 2008.-2016. Izvor: Vlastita izrada

¹⁴ Grubišić, D., Poslovna ekonomija, Ekonomski fakultet Split, 2004.

Sve vrijednosti izražene su u postocima (%)	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
HOTELI TUČEPI, d.d.	-3,70	-5,04	-1,72	0,48	3,37	2,22	2,98	4,68	5,94
HOTELI MAKARSKA d.d.	-1,92	-0,75	0,09	1,21	3,71	4,65	2,49	4,30	4,94
ROMANA d.o.o.	/	/	/	/	0,67	0,55	0,30	0,53	1,18
PARK HOTEL d.o.o.	-24,10	-28,38	-51,47	-29,99	-33,75	-48,32	11,75	17,44	19,46
HOTEL PUNTA OSEJAVE d.o.o.	-2,72	-5,01	1,91	2,98	5,95	7,67	2,32	2,09	2,13
PETNIJK d.o.o.	0,47	4,46	-0,51	0,26	6,63	1,68	3,25	6,85	1,59
PROBITAS d.o.o.	-23,53	-750,00	-443,18	/	/	/	/	83,56	104,34
TOMISLAV LOZO, j.d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	496,32	124,05
PRO PRIMO, d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Ugostiteljsko-Uslužni Obrt "Moča", VL. Jadranka	-5,94	-4,82	-8,13	1,00	/	/	/	/	/
Svijet Odmora	/	/	/	/	/	/	/	4,31	4,32
BOBITA d.o.o.	5,52	6,07	1,98	12,74	/	/	/	/	/
LUBUSIA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	0,01	0,06
RAJSKA PTICA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	17,38	24,67
Hotel Lumen d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	/	/
HOTEL ROMANA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	-7,82	-4,33	2,09
PUNTA ZLATARAC TUČEPI d.o.o.	/	/	0,00	-0,02	-0,02	-0,05	-0,24	-0,47	-0,55
ROMANA APARTMANS d.o.o.	/	/	/	/	/	/	-5,82	-0,75	-1,02

Za ovaj pokazatelj je važno znati, što je koeficijent veći, to je poduzeće rentabilnije.

Prema tome, iz ove slike vidimo da najviši koeficijent ima hotel Tomislav Lozo j.d.o.o. koji svoje poslovanje kreće dosta kasnije od ostalih poduzeća. Koeficijent ovog hotela u 2015. iznosi 496,32 što znači da je poduzeće odlično poslovalo u toj godini, a izvrsnost poslovanja se nastavlja i dogodine kada ovaj pokazatelj iznosi 124,05 postotnih jedinica.

Ugostiteljsko-uslužni obrt Moča u ovom pokazatelju odaje razlog prestanka svog poslovanja, naime podaci prikazuju da je vrijednost povrata na kapital kod ovog hotela 3 godine negativan (-5,94 u 2008., -4,82 u 2009., -8.13 u 2010.), a potom slijedi jedna godina s minimalnim povratom na kapital i nakon toga prestanak poslovanja.

Hoteli Tučepi d.d. ne ostvaruju baš tako zavidnu poziciju s ovim pokazateljem, vrijednosti su manje od 6% tijekom svih 8 promatranih godina. Unatoč zavidnim rezultatima u prethodnim pokazateljima, ovdje nema pohvale, ali ovi rezultati se mogu pripisati tome što su Hoteli Tučepi d.d. u većinskom vlasništvu i djelom se financiraju sa dioničarske strane.

Isti slučaj se događa i s Hoteli Makarska d.d. i može se reći da za ova dva društva ovaj pokazatelj nije zabrinjavajući kao kod malih privatnih hotela.

Zanimljiv je i slučaj Park hotela d.o.o. gdje 6 godina za redom ostvaruju negativnu stopu povrata na kapital i onda u 2014. godini ostvaruju poboljšanje ovog pokazatelja.

Romana apartments d.o.o., predzadnji na tablici, naravno u tri godine poslovanja ne mogu ni očekivati izvrsne rezultate ovog pokazatelja pod pretpostavkom da je bila potrebna veća količina vlastitog kapitala za pokretanje poslovanja.

Povrat na kapital je bitan pokazatelj za poduzeće, pogotovo u prvim godinama poslovanja da se može procjeniti je li poduzeće uspješno posluje ili ne. Bilo bi dobro da poduzeće nakon 5 godina od pokretanja poslovanja ostvaruje pozitivnu stopu povrata na kapital, odnosno da nakon svih podmirenja nastalih iz nabavljanja kapitala krene poslovati s čistim dobitkom. Ovo se posebno odnosi na manja poduzeća koji uglavnom nemaju izvore sufinanciranja.

4.4. Koeficijent solventnosti

Solventnost je sposobnost plaćanja, odnosno sposobnost fizičkih ili pravnih lica da podmire dospjele obaveze plaćanja u roku dospijea. Pokazuje sposobnost izmirenja ukupnih obaveza privrednog društva i ne treba je miješati sa terminom likvidnost, koji predstavlja sposobnost podmirivanja kratkoročnih dospjelih obaveza. Solventnost je važna za sposobnost u poslovanju, ali kompanija također treba imati likvidnost da bi opstala. Poduzeće koje je nesolventno mora otići pod stečaj. Poduzeće kojem nedostaje likvidnost može biti primorana da ode pod stečaj, čak i ako je solventna.¹⁵

Solventnost je platežna sposobnost poduzeća, a utvrđuje se koeficjentom solventnosti (I).

$$I = \frac{\text{Zbirna vrijednost imovine} \text{ u roku dospijea}}{\text{Zbirna vrijednost obaveza} \text{ u roku dospijea}}$$

Također kao i kod likvidnosti, ovaj pokazatelj iskazan je u postotku i važno je da bude što veći.

Kako je solventnost platežna sposobnost poduzeća, može se reći da će ovaj pokazatelj odrediti koji hoteli od navedenih posluju uspješno, a koji ne. Razlog tome je što ostali pokazatelji mogu zavarati. Npr. poduzeće se može zadužiti na više mjesta i ostvariti veću dobit od ostalih hotela, ali moguće je da ima nepodmirene novčane obaveze koje mora platiti, što ukazuje da je nesolventno i da ne posluje uspješno. Ovaj pokazatelj donijet će konačnu odluku o uspješnosti poslovanja hotela kroz 8 godina.

Na sljedećoj slici može se primjetiti na prvi pogled tko posluje uspješno.

¹⁵ <https://bs.wikipedia.org/wiki/Solventnost>

Slika 14. Koeficijenti solventnosti hotela na području Makarske u razdoblju od 2008.-2016.

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
HOTELI TUČEPI, d.d.	60,78	59,49	73,66	76,44	79,44	64,54	63,62	63,76	66,92
HOTELI MAKARSKA d.d.	73,25	76,01	78,46	80,97	84,47	85,50	85,64	87,18	88,05
ROMANA d.o.o.	0,00	0,00	-6,29	-5,55	73,15	62,51	61,70	33,21	16,82
PARK HOTEL d.o.o.	26,57	21,49	14,82	11,81	8,85	5,90	15,09	17,91	20,18
HOTEL PUNTA OSEJAVE d.o.o.	30,29	18,88	19,01	20,07	22,71	25,62	26,91	27,01	29,88
PETNJIK d.o.o.	33,89	36,11	54,24	61,35	51,91	43,96	44,01	81,47	63,81
PROBITAS d.o.o.	0,49	0,06	0,01	-4,01	-4,68	-1,68	0,09	0,18	1,10
TOMISLAV LOZO, j.d.o.o.	/	/	/	/	/	/	-6,65	0,82	23,63
PRO PRIMO, d.o.o.	/	/	/	/	-13,04	-17,79	-28,21	-38,66	-49,24
Ugostiteljsko-Uslužni Obrt "Moča", VL. Jadranka	80,00	80,61	78,51	79,49	-6,70	/	/	/	/
Svijet Odmora	/	/	/	/	/	/	/	98,92	22,66
BOBITA d.o.o.	4,44	5,78	6,36	8,01	-17,33	-27,87	-18,48	/	/
LUBUSIA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	97,44	84,49
RAJSKA PTICA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	/	2,86	3,76
Hotel Lumen d.o.o.	/	/	/	/	-39,99	/	/	/	/
HOTEL ROMANA d.o.o.	/	/	/	/	/	/	94,16	85,20	0,10
PUNTA ZLATARAC TUČEPI d.o.o.	/	/	100,00	99,96	99,64	86,08	82,20	80,51	57,16
ROMANA APARTMANS d.o.o.	/	/	/	/	/	/	94,98	88,95	83,45
SCHAIJK d.o.o.	0,00	0,00	-16,85	-18,33	-19,56	-21,25	-22,50	-24,98	-25,81

Izvor: Vlastita izrada prema podacima baze Amadeus

Po ovom pokazatelju kroz razdoblje od 8 godina i najstrožoj ocjeni uspješnosti, uspješno posluju sljedeći:

Hoteli Makarska d.d. kao jedan od najboljih, Hoteli Tučepi d.d., Park Hotel d.o.o., Hotel Punta Osjeve d.o.o., Petnjik d.o.o., Svijet Odmora, Lubusia d.o.o., Hotel Romana d.o.o., Punta Zlatarac Tučepi d.o.o. i Romana apartments d.o.o. Svi ovi hoteli kroz sve godine poslovanja (prijavljene informacije o solventnosti na stranicama FINA-e) imaju pozitivan koeficijent solventnosti i time se može reći da je njihovo poslovanje uspješno.

Ostali hoteli koji nisu spomenuti u barem jednom periodu imaju negativan koeficijent solventnosti i time ne ostvaruju kriterij uspješnosti poslovanja kroz ovih 8 godina, što ne znači da nužno moraju otići u stečaj.

Romana d.o.o. tek u 2012. kreće uspješno poslovati prema ovom pokazatelju i to je pohvalno za ovo poduzeće jer nakon toga kreću za zavidnim rezultatima, no nisu svrstani među prve navedene.

Također, kao perspektivno poduzeće se čini i Tomislav Lozo j.d.o.o. zbog toga što posluje tek od 2014. i u prethodnim pokazateljima poslovanja su ostvarili relativno dobre rezultate te ga se iz tog razloga ne može svrstati u loše ocijenjene hotele.

Hoteli za koje bi najbolja opcija bila stečaj i kraj poslovanja po ovom pokazatelju su definitivno Pro Primo d.o.o. (konstantno negativan koeficijent), UO Moča koji je u međuvremenu proglasio stečaj te danas u 2018. godini ne posluje, te SCHAIJK d.o.o. kao najgori, čiji koeficijent solventnosti u ovom razdoblju od 8 godina nije nijednom bio pozitivan što je definitivno zabrinjavajuće.

5. ZAKLJUČAK

Pokazatelji obrađivanih hotela su varirali tijekom ovih 8 godina u obrađenim pokazateljima, ali može se zaključiti koji hoteli su uspješno poslovali, a koji ne.

Jedni od najutjecajnih hotela koji drže većinu tržišta ove gospodarske grane su Hoteli Tučepi d.d. i Hoteli Makarska d.d. kako je spominjano tijekom cijelog rada. Ova dva društva su najutjecajnija i po njima se može određivati uspješnost turističke sezone. Za ova dva društva se definitivno može reći da je njihovo poslovanje kroz svih osam godina bilo pozitivno i da u tom smjeru posluju i danas bez ikakvih poteškoća.

Ostali hoteli koje drže manji privatnici su tijekom ovih osam godina pokazali da mogu konkurirati na tržištu i uspješno izbjegavati potencijalne poteškoće. U ovu kategoriju spadaju Park Hotel d.o.o., Hotel Punta Osejave d.o.o., Romana d.o.o. i Petnjik d.o.o. Pohvalno za ove hotele je što prate gospodarske trendove u turizmu i svojim gostima pridaju veću pažnju, čak i više od Hotela Tučepi i Makarska d.d. Taj podatak će se sigurno odraziti na njihovo poslovanje u budućem vremenu i odvesti ih u još pozitivnijem smjeru.

Što se tiče negativne ocjene uspješnosti prema ovoj analizi dobila su poduzeća, odnosno hoteli, koji su tijekom godina zatvorili svoja vrata, poslovali loše ili nisu prijavljivali svoje podatke o poslovanju na stranicama FINA-e pa je nemoguće odrediti njihov položaj – u tu kategoriju spadaju sljedeći: SCHAJIK d.o.o. (loše poslovanje), Pro Primo d.o.o. (stečaj), UO Moča (stečaj), Svijet Odmora (nedostatak informacija), Lubusia d.o.o. (nedostatak informacija). Navedeni hoteli sa nedostatkom informacija ne posluju nužno loše, ali je teško odrediti njihov položaj na tržištu.

Pozitivnu ocjenu uspješnosti poslovanja dobili su hoteli koji su prirodno bogatstvo koje im pruža ovaj grad i sami položaj grada Makarske iskoristili na najbolji mogući način. Sunce, more i ostale ljepote koje nudi Dalmacija, vlasnici hotela nadopunjavaju raznim aktivnostima koje će zainteresirati turiste da posjete ovu turističku destinaciju. Turizam je jedna od glavnih djelatnosti kojim se bave građani Makarske i samo rijetki neće ostvariti dobro poslovanje zbog toga što tijekom sezone u Makarskoj boravi zaista previše turista. Loše poslovanje može

se pripisati lošem vođenju, lošim baratanjem menadžerskim vještinama, loše napravljenom biznis planu i slično.

Ovaj grad obećava i pruža mnogo, a na poduzetnicima je hoće li to iskoristiti na pravi način.

SAŽETAK

Ocjena uspješnosti poslovanja hotela na području Grada Makarske odvijala se uzimajući u obzir više pokazatelja, a to su: Ukupna imovina, Dobit ili gubitak prije oporezivanja, Čista dobit ili gubitak, Vlastiti kapital, Tekuća likvidnost, Profitna marža, Povrat na kapital (ROE) te Koeficijent solventnosti.

Promatrano razdoblje ove analize je 8 godina, odnosno od 2008. do 2016. godine. Kroz taj dobre pokazatelje su ostvarivali veliki hoteli poput Hotela Tučepi d.d. i Hotela Makarska d.d. Ostali hoteli su varirali tijekom godina kroz sve pokazatelje i zauzeli su dobro mjesto na tržištu naposljetku.

Uzevši u obzir sve pokazatelje, može se reći da hotelska poduzeća ostvaruju dobre rezultate, ali i dalje ima mjesta napredku i poboljšanju kako bi poslovanje teklo u potpuno pozitivnom smjeru.

SUMMARY

The performance evaluation of the hotel business in the area of Makarska taking into account several indicators, namely: Total assets, Profit or loss before tax, Pure profit or loss for period, Shareholders funds, Current ratio, Profit margin, Return on equity (ROE) and Solvency ratio.

The observed period of this analysis is 8 years, from 2008 to 2016. Through this period hotels like Hotel Tučepi d.d. and Hotel Makarska d.d. was in good position all the time. Other hotels have varied over the years through all the indicators and took a good spot on the market eventually.

Taking all the indicators into account, it can be said that hotel companies are doing well, but there is still space for progress and improvement in order for business to proceed in a completely positive direction.

LITERATURA

1. [Anonymus], Menadžersko računovodstvo-skripta za vježbe, Split, 2013.
2. Ivanović S., Ekonomika ugostiteljstva, Sveučilište u Rijeci, Opatija, 2012.
3. Grubišić, D., Poslovna ekonomija, Ekonomski fakultet Split, 2004.
4. Belak, V.: Profesionalno računovodstvo, Faber&Zgombić Plus, Zagreb, 2006.
5. <http://www.poslovni.hr/>
6. https://bs.wikipedia.org/wiki/Makarska_rivijera
7. <https://www.hoteli-makarska.hr/hr/> , <https://www.hoteli-makarska.hr/hr/vizija-misija-opci-ciljevi>
8. <https://www.bluesunhotels.com/hoteli.aspx>
9. <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/romana/Detaljno/86520>
10. <http://www.trazismjestaj.com/hotel-park-makarska-garancija-najnize-cijene/1.9174>
11. <http://www.osejava.com/>
12. <https://www.porezna-uprava.hr/obrtnici/Stranice/Porez-na-dobit.aspx>
13. <http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/V/Vlastiti-kapital>
14. <http://profitiraj.hr/kako-mjeriti-profitabilnost-poslovanja-%E2%80%93-profitna-marza-i-dodana-vrijednost/>
15. <https://bs.wikipedia.org/wiki/Solventnost>
16. <https://www.fina.hr/> preuzete sve brojčane informacije o poslovanju.