KOMPARATIVNA ANALIZA PODUZEĆA IZ HOTELSKOG SEKTORA U HRVATSKOJ

Grabić, Hrvoje

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2016

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:559801

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

KOMPARATIVNA ANALIZA PODUZEĆA IZ HOTELSKOG SEKTORA U HRVATSKOJ

Mentor:
prof. dr. sc. Ivica Pervan

Student:
Hrvoje Grabić

Split, kolovoz, 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD 1

1.1. Predmet i cilj rada 1

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja 2

1.3. Sadržaj i struktura rada 2

2. ANALIZA POMOĆU FINANCIJSKIH POKAZATELJA 3

2.1. Pokazatelji likvidnosti 6

2.2. Pokazatelji zaduženosti 7

2.3. Pokazatelji aktivnosti 9

2.4. Pokazatelji ekonomičnosti 10

2.5. Pokazatelji profitabilnosti 11

2.6. Pokazatelji investiranja 12

3. HOTELSKA INDUSTRIJA U HRVATSKOJ 14

4. ANALIZA POSLOVANJA HOTELSKIH KUĆA U HRVATSKOJ 21

4.1. Kratki opis promatranih hotelskih kuća u Hrvatskoj 21

4.1.1. Valamar Riviera d.d. 21

4.1.2. Maistra d.d. 23

4.1.3. Plava laguna d.d. 23

4.1.4. Istraturist Umag d.d. 24

4.1.5. Jadranski luksuzni hoteli d.d. 25

4.1.6. Arenaturist d.d. 25

4.1.7. Solaris d.d. 26

4.1.8. Liburnia riviera hoteli d.d. 26

4.1.9. HUP-ZAGREB d.d. 28

4.1.10. Valalta d.o.o. 29

4.1.11. Jadranka hoteli d.o.o. 29

4.1.12. Turisthotel d.d. 30

4.1.13. Laguna Novigrad d.d. 31

4.2. Analiza poslovanja hotelskih kuća u Hrvatskoj 32

4.2.1. Operativni prihodi 32

4.2.2. Neto dohodak 35

4.2.3. Ukupna imovina 36

4.2.4. Broj zaposlenih 37
4.2.5. ROE – rentabilnost vlastitog kapitala 37
4.2.6. Profitna marža 38
4.2.7. EBITDA pokazatelj 39
4.2.8. Pokazatelj likvidnosti 41
4.2.9. Poslovni prihodi po zaposlenom 42
4.2.10. Profit po zaposlenom 43
4.2.11. Odnos troškova za zaposlenike i poslovnog prihoda 44
5. ZAKLJUČAK 46
LITERATURA 48
POPIS GRAFIKONA, SLIKA I TABLICA 50
POPIS GRAFIKONA 50
POPIS SLIKA 51
POPIS TABLICA 51

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Financijski izvještaji društva predstavljaju sažete informacije o imovini, obvezama i kapitalu društva u bilanci te prihodima i rashodima u računu dobiti i gubitka. Ako se ne analiziraju, ovi podaci mogu dovesti do donošenja pogrešnih zaključaka o financijskom položaju društva.

Analiza financijskih izvještaja stvara informacijsku podlogu za potrebe donošenja ulagačkih, upravljačkih i svih drugih odluka. Usmjerena je tako na vrijednosne ili novčane podatke i informacije, odnosno na kvantitativne financijske informacije. Potrebno je istaknuti značajnost računovodstvenih podataka za poslovno odlučivanje unutar poduzeća iskazanih kroz financijske izvještaje kao jedini dostupni izvor podataka financijske prirode za potrebe eksternih analitičara. Neizostavan instrument funkcioniranja tržišta kapitala su informacije kojima se one koji trguju vrijednosnim papirima informira o financijskim i poslovnim pokazateljima poduzeća čijim dionicama se trguje. Na taj način se potiče ulaganje i aktivno trgovanje na tržištu kapitala što utječe i na likvidnost tržišta. Pored individualnih i institucionalnih ulagača, ova izvješća su od izuzetne koristi brokerima, financijskim analitičarima, bankarskim stručnjacima i drugim zainteresiranima, s obzirom da su izvješća javna. Poduzeća čije su dionice na tržištu, izrađuju ova izvješća tromjesečno i podnose državnim tijelu nadležnom za vrijednosne papire.

Hotelijerstvo je, na prvi pogled, djelatnost kao i svaka druga, vezana za hotel i ono što se događa u hotelu (smještaj, odmor i sl.). Međutim, sa stajališta značaja i uloge ove djelatnosti i njenog multiplikativnog utjecaja na druge djelatnosti gospodarstva, hotelijerstvo je djelatnost sa mnogim specifičnostima.

Cilj rada je analizirati položaj hotelske industrije u Hrvatskoj kroz konkretne primjere i financijskih pokazatelja hotelskih poduzeća u Hrvatskoj.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za izradu ovog diplomskog rada na temu „Komparativna analiza poduzeća iz hotelskog sektora u Hrvatskoj“ koristit će se podaci iz sekundarnih izvora, a to će biti knjige koje se odnose na temu rada, stručni časopisi i razne publikacije objavljene na internetu.

Prilikom izrade rada koristit će se znanstvene metode indukcije i dedukcije, metoda deskripcije i kompilacije. Temeljem analize pojedinačnih činjenica, induktivnom metodom, doći će se do zaključka o općem sudu, odnosno deduktivnom metodom, će se iz općih sudova izvesti opći i pojedinačni zaključci. Metoda deskripcije će se koristiti u radu za opisivanje činjenica, procesa i predmeta bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja. Prilikom preuzimanja tuđih opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja koristit će se metoda kompilacije.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Diplomski rad se sastoji od pet poglavlja.

Prvo, uvodno poglavlje, donosi predmet i cilj rada te izvore podataka i metode prikupljanja.

Drugo poglavlje predstavlja financijske pokazatelje: pokazatelje likvidnosti, pokazatelje zaduženosti, pokazatelje aktivnosti, pokazatelje ekonomičnosti, pokazatelje profitabilnosti i pokazatelje investiranja.

Hotelskom industrijom u Hrvatskoj bavi se treće poglavlje.

U četvrtom poglavlju kratko su predstavljena vodeća hotelska poduzeća u Hrvatskoj te je napravljena komparativna analiza poslovanja navedenih hotelskih poduzeća kroz analizu operativnih prihoda, neto dohotka, ukupne imovine, broja zaposlenosti, rentabilnosti vlastitog kapitala, profitne marže, EBITDA pokazatelja, pokazatelja likvidnosti, poslovnih prihoda po zaposlenom, profita po zaposlenom i odnosa troškova za zaposlenike i poslovnog prihoda.

Peto, zaključno poglavlje, sažima temu diplomskog rada.

2. ANALIZA POMOĆU FINANCIJSKIH POKAZATELJA

Financijski izvještaji društva predstavljaju sažete informacije o imovini, obvezama i kapitalu društva u bilanci te prihodima i rashodima u računu dobiti i gubitka.[1] Ako se ne analiziraju, ovi podaci mogu dovesti do donošenja pogrešnih zaključaka o financijskom položaju društva.

Analiza financijskih izvještaja stvara informacijsku podlogu za potrebe donošenja ulagačkih, upravljačkih i svih drugih odluka. Usmjerena je tako na vrijednosne ili novčane podatke i informacije, odnosno na kvantitativne financijske informacije. Potrebno je istaknuti značajnost računovodstvenih podataka za poslovno odlučivanje unutar poduzeća iskazanih kroz financijske izvještaje kao jedini dostupni izvor podataka financijske prirode za potrebe eksternih analitičara. Neizostavan instrument funkcioniranja tržišta kapitala su informacije kojima se one koji trguju vrijednosnim papirima informira o financijskim i poslovnim pokazateljima poduzeća čijim dionicama se trguje. Na taj način se potiče ulaganje i aktivno trgovanje na tržištu kapitala što utječe i na likvidnost tržišta. Pored individualnih i institucionalnih ulagača, ova izvješća su od izuzetne koristi brokerima, financijskim analitičarima, bankarskim stručnjacima i drugim zainteresiranima, s obzirom da su izvješća javna. Poduzeća čije su dionice na tržištu, izrađuju ova izvješća tromjesečno i podnose državnim tijelu nadležnom za vrijednosne papire (u Republici Hrvatskoj je to Komisija za vrijednosne papire).

Temeljna financijska izvješća prema Zakonu o računovodstvu[2] u Republici Hrvatskoj su:

- bilanca - sustavni pregled imovine, kapitala i obveza gospodarskog subjekta na određeni datum, najčešće na datum završetka fiskalne godine. Dakle, daje prikaz financijske pozicije tvrtke na određeni datum. Prikazuje samo opću vrijednost tvrtke iz razloga što koristi podatke temeljene na povijesnim troškovima, a ne na tržišnim vrijednostima,
- račun dobiti i gubitka - prikaz prihoda, rashoda i financijskog rezultata u određenom vremenskom razdoblju Pokazuje profitabilnost poslovanja tvrtke tijekom određenog vremenskog razdoblja,

[1]Shim, J. K., Siegel, J.G., (2007.): Upravljačke financije, Zagreb: Zgombić& Partneri, str. 103.
[2]Ibid

- izvještaj o novčanom toku - daje informaciju o izvorima i upotrebi gotovine tijekom izvještajnog razdoblja, ali predstavlja i bazu za planiranje budućih gotovinskih tijekova i potreba za financiranjem novčani tijekovi se klasificiraju prema aktivnostima i to na :
    - poslovne aktivnosti koje su vezane za tekuće poslovanje tvrtke i račune bilance koji se odnose nas kratkotrajnu imovinu i kratkoročne obaveze te amortizaciju. Cilj ovih aktivnosti je ostvarenje neto dobitka,
    - financijske aktivnosti rezultat su prikupljanja novca za tekuće poslovanje i investiranje tvrtke, te servisiranja pritom preuzetih obveza,
    - investicijske aktivnosti su rezultat investiranja i deinvestiranja u realnu imovinu, te dugoročnog investiranja i deinvestiranja u financijsku imovinu.

  Novčani tokovi iz poslovnih aktivnosti mogu se prikazati direktnom i indirektnom metodom. Direktnom metodom se prikazuju glavne grupe bruto novčanih primitaka i izdataka dok se indirektnom metodom novčani tijekovi prikazuju na temelju bilance i računa dobiti i gubitka.
- izvještaj o promjenama kapitala - sadrži podatke o kapitalu i pričuvama te isplaćenim dividendama koje se preuzimaju iz knjigovodstvenih stanja na posljednji dan obračunskog razdoblja. Uz to daju se promjene računovodstvenih politika i ispravke temeljnih pogrešaka, a svrha izvješća je dati prikaz promjene neto vrijednosti tvrtke, tj. bogatstva dioničara pri čemu se u bilješci navodi uzrok pada/rasta glavnice,
- biješke uz financijske izvještaje - objašnjavaju računovodstvene politike koje su primijenjene u izradi izvješća te ostale podatke koji su važni za razumijevanje izvješća. detaljnu dopunu i razradu podataka iz bilance računa dobiti i gubitka i izvješća o novčanom tijeku. Bilješke trebaju pratiti razradu podataka u pojedinim izvješćima radi smislene prezentacije ključnih informacija.

Pokazatelj je racionalni ili odnosni broj, što podrazumijeva da se jedna ekonomska veličina stavlja u odnos (dijeli) s drugom ekonomskom veličinom. S obzirom na vremensku dimenziju, u osnovi se mogu podijeliti na dvije skupine: jedna skupina financijskih pokazatelja obuhvaća razmatranje poslovanja poduzeća unutar određenog vremenskog razmaka (najčešće je to godina dana) i temelji se na podacima iz izvještaja o dobiti (računa dobiti i gubitka), a druga skupina financijskih pokazatelja odnosi se na točno određeni trenutak koji se podudara s trenutkom sastavljanja bilance i govori o financijskom položaju

poduzeća u tom trenutku. Pokazatelje obično promatramo kao nositelje informacija koje su potrebne za upravljanje poslovanjem i razvojem poduzeća. Dakle, pokazatelji se formiraju i računaju upravo radi stvaranja informacijske podloge za donošenje određenih poslovnih odluka.[3]

Zavisno od toga koje se odluke žele donositi, naglašava se važnost pojedinih tipova (vrsta) pokazatelja, a razlikuje se nekoliko skupina financijskih pokazatelja:[4]

- pokazatelji likvidnosti (engl. *liquidityratios*) – mjere sposobnost poduzeća da podmiri svoje dospjele kratkoročne obveze. U skupini pokazatelja likvidnosti, najznačajniji su pokazatelji: koeficijent trenutne likvidnosti, koeficijent ubrzane likvidnosti, koeficijent tekuće likvidnosti i koeficijent financijske stabilnosti,
- pokazatelji zaduženosti (engl. *leverageratios*) – mjere koliko se poduzeće financira iz tuđih izvora sredstava, a najznačajniji pokazatelji zaduženosti su: koeficijent zaduženosti, koeficijent vlastitog financiranja, koeficijent financiranja, pokriće troškova kamata, faktor zaduženosti,
- pokazatelji aktivnosti (engl. *activityratios*) – mjere kako efikasno poduzeće upotrebljava svoje resurse. U mjerenju aktivnosti poduzeća uobičajeno se koriste slijedeći pokazatelji: koeficijent obrta ukupne imovine, koeficijent obrta kratkotrajne imovine, koeficijent obrta potraživanja i trajanje naplate u danima,
- pokazatelji ekonomičnosti – mjere odnos prihoda i rashoda, tj. pokazuju koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda. Pri razmatranju ekonomičnosti najčešće se koriste slijedeći pokazatelji: ekonomičnost ukupnog poslovanja, ekonomičnost poslovanja (prodaje), ekonomičnost financiranja i ekonomičnost izvanrednih aktivnosti,
- pokazatelji profitabilnosti (engl. *profitabilityratios*) – mjere povrat uloženog kapitala, što se smatra najvišom upravljačkom djelotvornošću. Za mjerenje stope povrata (profitabilnosti) uobičajeno se koriste slijedeći pokazatelji: neto marža profita, bruto marža profita, neto rentabilnost imovine, bruto rentabilnost imovine i rentabilnost vlastitog kapitala (glavnice),
- pokazatelji investiranja (engl. *investmentratios*) – mjere uspješnost ulaganja u obične dionice. Pri tome se najčešće koriste slijedeći pokazatelji: dobit (zarada) po dionici (EPS), dividenda po dionici (DPS), odnos isplate dividendi (DPR), ukupna rentabilnost dionice i dividendna rentabilnost dionice.

[3]Žager K., et al., (2008.): Analiza financijskih izvještaja, 2. prošireno izdanje, Zagreb: Masmedia, str. 243.
[4]Ibid, str. 243-245.

2.1. Pokazatelji likvidnosti

Pokazatelji likvidnosti mjere sposobnost poduzeća u smislu mogućnosti podmirenja dospjelih kratkoročnih obveza iz brzo raspoloživih novčanih izvora. Likvidnost je zapravo sposobnost poduzeća da svojim prihodima podmiruje svoje obveze u određenom vremenskom razdoblju.[5]

Najviše korišteni pokazatelji likvidnosti su:

- koeficijent trenutne likvidnosti,
- koeficijent ubrzane likvidnosti,
- koeficijent tekuće likvidnosti,
- koeficijent financijske stabilnosti.

Koeficijent trenutne likvidnosti određuje stupanj likvidnosti novca i novčanih ekvivalenata utvrđivanjem udjela novca u ukupnoj kratkotrajnoj imovini. Veći omjer, tj. veći udio novca i novčanih ekvivalenata znači i veću likvidnost odnosno manja je vjerojatnost od gubitaka vrijednosti u slučaju likvidacije i da je kratko vrijeme čekanja da se ta sredstva pretvore u uporabljiv novac, a izračunava se na slijedeći način:[6]

$$\text{koeficijent trenutne likvidnosti} = \frac{novac}{kratkoročne\ obveze}$$

Koeficijent ubrzane likvidnosti (brzi omjer, "acid test", stupanj unovčivosti) se koristi za procjenu da li poduzeće može udovoljiti svojim kratkoročnim obvezama upotrebom svoje najlikvidnije imovine. U ovom pokazatelju su izuzete zalihe kako bi se otklonio njihov utjecaj na sagledavanje likvidnosti jer predstavljaju najnelikvidniji dio kratkotrajne imovine. Obično se ističe kako koeficijent ubrzane likvidnosti ne bi smio biti manji od jedan, a izračunava se na slijedeći način:[7]

$$\text{koeficijent ubrzane likvidnosti} = \frac{novac+potraživanja}{kratkoročne\ obveze}$$

[5]Grubišić, D. (2004.): Poslovna ekonomija, Split: Ekonomski fakultet, str. 130.
[6]Žager K., et al., (2008.): Analiza financijskih izvještaja, 2. prošireno izdanje, Zagreb: Masmedia, str. 243-254.
[7]Ibid

Koeficijent tekuće likvidnosti (tekući omjer, stupanj pokrića) se koristi za mjerenje kratkoročne likvidnosti i omogućava korisniku da ocijeni primjerenost radnog kapitala i rizik od insolventnosti. Ovaj pokazatelj predstavlja odnos između kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza što znači da mjeri veličinu likvidnih sredstava koja moraju pokriti kratkoročne obveze. Ovaj koeficijent ne bi smio biti manji od dva, a izračunava se na slijedeći način:[8]

$$\text{koeficijent tekuće likvidnosti} = \frac{kratkotrajna\ imovina}{kratkoročne\ obveze}$$

Koeficijent financijske stabilnosti bi trebao biti manji od jedan, jer se iz dijela dugoročnih izvora treba financirati ne samo dugotrajna već i kratkotrajna imovina. Zato je smanjenje ovoga koeficijenta pozitivna tendencija, jer ako dugotrajna imovina angažira likvidnu kratkoročnu imovinu može doći do smanjenja mogućnosti podmirenja tekućih obveza, a izračunava se na slijedeći način:[9]

$$\text{koeficijent financijske stabilnosti} = \frac{dugotrajna\ imovina}{kapital + dugoročne\ rezerve}$$

2.2. Pokazatelji zaduženosti

Pokazatelji zaduženosti mjere koliko se poduzeće financiralo iz tuđih izvora sredstava, a koliko iz vlastitih izvora sredstava, a najznačajniji pokazatelji zaduženosti su:

- koeficijent zaduženosti,
- koeficijent vlastitog financiranja,
- koeficijent financiranja,
- pokriće troškova kamata,
- faktor zaduženosti.

[8]Ibid
[9]Ibid

Koeficijent zaduženosti pokazuje do koje mjere tvrtka koristi zaduživanje kao oblik financiranja, odnosno koji je postotak imovine nabavljen zaduživanjem. Što je veći odnos duga i imovine, veći je financijski rizik, a što je manji, niži je financijski rizik. Ovaj pokazatelj daje podatak o veličini zaduženja po jednoj kuni vlastitog kapitala. U pravilu bi trebao biti 0,5 ili manji, a izračunava se na slijedeći način:[10]

$$\text{koeficijent zaduženosti} = \frac{ukupne\ obveze}{ukupna\ imovina}$$

Koeficijent vlastitog financiranja govori koliko je imovine financirano iz vlastitog kapitala (glavnice), a njegova vrijednost bi trebala biti veća od 0,5 što znači da je veći dio imovine financiran iz vlastitih izvora. Zbroj koeficijenta zaduženosti i koeficijenta vlastitog financiranja bi trebao biti 1 odnosno 100%, ali ponekad to nije slučaj zbog stavki koje se ne mogu svrstati ni pod obveze ni pod kapital, a izračunava se na slijedeći način:

$$\text{koeficijent vlastitog financiranja} = \frac{glavnica}{ukupna\ imovina}$$

Koeficijent financiranja prikazuje odnos između tuđeg kapitala, odnosno obveza i vlastitog kapitala. Poželjno je da pokazatelj bude što niži , a maksimalno 1 odnosno 100%, a izračunava se na slijedeći način:[11]

$$\text{koeficijent financiranja} = \frac{ukupne\ obveze}{glavnica}$$

Pokriće troškova kamata pokazuje koliko su puta kamate pokrivene ostvarenim iznosom dobiti prije poreza i kamata. Što je pokriće veće, zaduženost je manja. Izračunava se na slijedeći način:[12]

$$\text{pokriće troškova kamata} = \frac{dobit\ prije\ poreza\ i\ kamata}{kamate}$$

Faktor zaduženosti pokazuje broj godina koji je potreban za podmirenje postojećih obveza, ako poslovanje nastavi s jednakim poslovnim rezultatima.[13] Kao granična mjera najčešće se

[10]Ibid
[11]Ibid
[12]Ibid

uzima pet godina, te ukoliko poduzetnik u tom razdoblju ne može podmiriti svoje postojeće obveze iz zadržane dobiti i amortizacije, znači da je prekomjerno zadužen. Izračunava se na slijedeći način:

$$\text{faktor zaduženosti} = \frac{ukupne\ obveze}{zadržana\ dobit + amortizacija}$$

2.3. Pokazatelji aktivnosti

Pokazatelji aktivnosti pokazuju razinu angažiranosti imovine, te stupanj njezinog iskorištenja. Nazivaju se i koeficijentima obrtaja, a računaju se iz donose prihoda i prosječnih stanja imovine. Što su koeficijenti obrtaja veći to je veća sigurnost i uspješnost poslovanja, odnosno to dovodi do zaključka da pojedini oblici imovine što je moguće brže cirkuliraju. Najčešće se koeficijent obrta izračunava za ukupnu imovinu, kratkotrajnu imovinu i potraživanja.[14]

Koeficijent obrtaja ukupne imovine prikazuje učinkovitost upotrebe kapitala u ostvarivanju prihoda. Poželjno je da bude što veći, a izračunava se na slijedeći način:

$$\text{koeficijent obrtaja ukupne imovine} = \frac{ukupni\ prihod}{ukupna\ imovina}$$

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine prikazuje učinkovitost upotrebe kratkotrajne imovine u ostvarivanju prihoda. Također je poželjno je da bude što veći, a izračunava se na slijedeći način:

$$\text{koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine} = \frac{ukupni\ prihod}{kratkotrajna\ imovina}$$

Koeficijent obrtaja potraživanja pokazuje koliko puta godišnje se potraživanja naplate, to jest pretvore u novac. Upravo na osnovu tog koeficijenta računa se trajanje naplate potraživanja u

[13]Ibid
[14]Ibid, str. 251.

danima. Što je pokazatelj veći, manje se čeka na naplatu potraživanja, a izračunava se na slijedeći način:

$$\text{koeficijent obrtaja potraživanja} = \frac{prihodi\ od\ prodaje}{potraživanja}$$

Kao što je prethodno rečeno, što je veći koeficijent obrtaja potraživanja to je kraće trajanje naplate potraživanja, odnosno brže se naplaćuje:

$$\text{trajanje naplate potraživanja u danima} = \frac{365}{koeficijent\ obrtaja\ potraživanja}$$

2.4. Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji ekonomičnosti mjere odnos prihoda i rashoda. Računaju se na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka, a pokazuju koliko se prihoda ostvari po jednoj jedinici rashoda. Poželjno je da koeficijent bude što veći.[15]

Najčešće se koriste slijedeći pokazatelji ekonomičnosti:

- ekonomičnost ukupnog poslovanja,
- ekonomičnost poslovanja (prodaje),
- ekonomičnost financiranja,
- ekonomičnost izvanrednih aktivnosti.

Podrazumijeva se da je bolje da koeficijent ekonomičnosti bude što je moguće veći broj, ali barem veći od 1, što bi značilo da su prihodi poduzeća veći od njegovih rashoda. Izračunavaju se na slijedeći način:

$$\text{ekonomičnost ukupnog poslovanja} = \frac{ukupni\ prihodi}{ukupni\ rashodi}$$

$$\text{ekonomičnost poslovanja (prodaje)} = \frac{prihodi\ od\ prodaje}{rashodi\ od\ prodaje}$$

[15]Ibid, str. 252.

$$\text{ekonomičnost financiranja} = \frac{financijski\ prihodi}{financijski\ rashodi}$$

$$\text{ekonomičnost izvanrednih aktivnosti} = \frac{izvanredni\ prihodi}{izvanredni\ rashodi}$$

2.5. Pokazatelji profitabilnosti

Pokazatelji profitabilnosti su odnosi koji povezuju profit s prihodima iz prodaje i investicijama, a ukupno promatrani pokazuju ukupnu učinkovitost poslovanja poduzeća. Oni mjere sposobnost poduzeća da ostvari određenu razinu dobiti u odnosu prema prihodima, imovini ili kapitalu. U tom kontekstu uobičajeno se razmatraju pokazatelji neto i bruto marže, profita, rentabilnost ukupne imovine (ROA) i rentabilnost vlastitog kapitala (ROE). Najčešće se ovi pokazatelji izražavaju u postotcima, a niska profitabilnost upućuje na propast tvrtke u budućnosti.[16]

Neto profitna marža mjeri neto dobit uvećanu za kamate u odnosu na ukupne prihode. Ovaj pokazatelj govori koliko novčanih jedinica poduzeću ostaje od prodaje nakon što se izuzmu svi troškovi, osim kamata. Što je pokazatelj veći, to je bolje, a izračunava se na slijedeći način:

$$\text{neto profitna marža} = \frac{neto\ dobit + kamate}{ukupni\ prihod}$$

Bruto profitna marža odražava odnos cijene, obujma roba i troškova. Razlika u izračunu bruto profitne marže (*Gross profit margin*) i neto profitne marže je u obuhvatu poreza u brojniku pokazatelja. Također, tražena vrijednost pokazatelja je bolja što je veća, a izračunava se na slijedeći način:

$$\text{bruto profitna marža} = \frac{dobit\ prije\ poreza + kamate}{ukupni\ prihod}$$

[16]Vidučić, Lj. (2008.): Financijski menadžment, Split: Sveučilište u Splitu, str. 391.

Rentabilnost imovine pokazuje koliko se neto dobiti na svaku novčanu jedinicu aktive, odnosno ukazuje na sposobnost tvrtke da korištenjem raspoložive imovine ostvaruje dobit. Izračunava se na slijedeći način:

$$\text{neto rentabilnost imovine} = \frac{neto\ dobit + kamate}{ukupna\ imovina}$$

$$\text{bruto rentabilnost imovine} = \frac{dobit\ prije\ poreza + kamate}{ukupna\ imovina}$$

2.6. Pokazatelji investiranja

Pomoću pokazatelja investiranja mjeri se uspješnost ulaganja u (obične) dionice poduzeća. Osim podataka iz financijskih izvještaja, za izračunavanje ovih pokazatelja potrebni su i podaci o dionicama, posebice o broju dionica i njihovoj tržišnoj vrijednosti. Najznačajniji pokazatelji su :

- dobit po dionici (EPS),
- dividenda po dionici (DPS),
- odnos isplate dividendi (DPR),
- odnos cijene i dobiti po dionici (P/E),
- ukupna rentabilnost dionice i
- dividendna rentabilnost dionice.

Dobit (zarada) po dionici (engl. *earningspershare*, EPS) je pokazatelj koji se dobije dijeljenjem neto dobitka poduzeća s brojem običnih (glavnih) dionica. Ovo je jedan od osnovnih pokazatelja uspjeha dioničkog poduzeća koji se koristi pri procjeni vrijednosti običnih dionica, a izračunava se na slijedeći način:

$$\text{EPS} = \frac{neto\ dobit}{broj\ dionica}$$

Dividenda po dionici (eng. *dividend pershare*) se izračunava na način da se dio neto dobiti, dobiti za dividende (manjiski interesi), podijele se brojem dionica društva. Što je omjer veći to je investicija u tu dionicu bolja, a izračunava se na slijedeći način:

$$\text{DPS} = \frac{dio\ neto\ dobiti\ za\ dividende}{broj\ dionica}.$$

3. HOTELSKA INDUSTRIJA U HRVATSKOJ

Kada se pomisli na turizam, turističku sezonu i turiste, obično se u glavi stvori slika hotela i ljudi koji uživaju na plažama. Iako je logično turizam povezivati s hotelima, oni u Hrvatskoj predstavljaju tek 13% smještajnih kapaciteta te je jasno kako je Hrvatskoj potrebno više hotela, posebno visoke kategorije, kojima bi se mogli privući bogati gosti.

Pojam hotel potječe od latinske riječi *hospes* koja znači gost, odnosno francuske riječi *hote* koja znači gostoprimac (domaćin).
Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji (engl. *World TradeOrganisation*), hotel je smještajni objekt u kojem se usluge smještaja pružaju u određenom broju soba (u broju većem od definiranog minimuma), koji pruža određene usluge uključujući posluživanje u sobama (engl. *room service*), dnevno čišćenje i pospremanje soba i prostorija za osobnu higijenu gostiju, koji je kategoriziran prema opremi i uslugama koje nudi, te koji je upravljan od strane jedinstvenog managementa (što vrijedi za veće poslovne sustave, odnosno lance hotela).
Hotelijerstvo je djelatnost koja gostima pruža usluge smještaja, prehrane i točenja pića, rekreacije i druge raznovrsne usluge. Hotelijerstvo za vrijeme privremena boravka u hotelskim objektima turistima u izabranoj destinaciji omogućava odmor i relaksaciju, poslovnim ljudima ostvarivanje poslovnih kontakata, sudionicima kongresa, seminara i različitih drugih stručnih, znanstvenih i političkih skupova stvara uvjete za konstruktivan rad, izletnicima omogućava upoznavanje s prirodnim atrakcijama i kulturno-povijesnim spomenicima, a domicilnom stanovništvu usluge hrane i pića, te različite zabavne sadržaje.[17]

Hotelijerstvo je djelatnost koja za rezultat, vremenski relativno kratkih proizvodnih procesa ima raznovrsnost usluga i proizvoda kojima zadovoljava želje i potrebe potrošača. Usprkos tome što dio poslovnih aktivnosti ima karakter materijalne proizvodnje (ponuda hrane i pića), upravo uslužni karakter bitno određuje ovu djelatnost:[18]

- u hotelskim objektima potrošačima se pružaju usluge smještaja, hrane i pića i izvanpansionske usluge,
- koje je potrebno permanentno prilagođavati njihovim zahtjevima,

[17]Bunja, Đ. (2006.): Turističko ugostiteljstvo, Zadar: Sveučilište u Zadru, str. 9.
[18]Ibid, str. 10.

- nužnost neposrednog kontakta s gostom jer usluge nije moguće pružati kada nema gostiju,
- stalna pripravnost zaposlenika na pružanje usluga,
- u hotelijerstvu je radno vrijeme elastično,
- teško je planirati i usklađivati potrebe za zaposlenicima s razinom zaposlenosti i kapaciteta,
- nejednak intenzitet poslovanja dana i tijekom godine određuje posebne uvjete rada – sezonski rad s dugim stajanjem, hodanjem ili radom pri visokim temperaturama,
- nefleksibilnost troškova i angažirane imovine,
- u proizvodnom procesu se koriste relativno skupi materijali izrade (za prigotovljavanje jela i pića).

Hotelijerstvo je ekonomski najznačajniji dio turističke djelatnosti jer zapošljava daleko više djelatnika i stvara više prihoda ili dobiti po jedinici kapaciteta od drugih vrsta turističkog smještaja.

Hrvatsko hotelijerstvo karakterizira nedostatna razina kvalitete usluga, nepovoljna struktura i niska iskorištenost kapaciteta. Hotelski objekti u Hrvatskoj uglavnom odgovaraju potrebama masovnog turizma, a nedostatna razina kvalitete usluga posljedica je nepostojanja standarda u projektiranju, gradnji i opremanju objekata. Zbog toga kapaciteti hrvatskog hotelijerstva postaju sve više nekonkurentni na međunarodnom tržištu. Kvaliteta hotelskih usluga ovisi i o održavanju samih objekata, o stupnju komfora i, osobito, o motivaciji i stručnosti zaposlenika. Naime, gost može oprostiti nižu razinu opremljenosti hotela, ali ne može oprostiti neurednost objekta i negostoljubivost zaposlenika.
Hrvatsko hotelijerstvo obilježava nedostatna razina kvalitete usluga, nepovoljna struktura i niska iskorištenost kapaciteta. Smještajni objekti u Hrvatskoj uglavnom odgovaraju masovnom turizmu, a nedostatna razina kvalitete usluga rezultat je nepostojanja standarda u projektiranju, izgradnji i opremanju objekata. Kao takvi, kapaciteti hrvatskog hotelijerstva nisu dostatno konkurentni na međunarodnom tržištu.[19]

Međutim, iako se hotelijerstvo u Hrvatskoj u posljednje vrijeme razvija i stalno unapređuje, većina investicija je usmjerena na obnovu postojećih hotela, a relativno se malo gradi novih

[19]Ibid, str. 10-11.

hotela. Razlozi za takvo stanje su ekonomske prirode, jer se za hotelijerstvo kaže da je kapitalno intenzivna, ali i nisko akumulativna djelatnost. To znači da su investicije u izgradnju hotela po jedinici kapaciteta vrlo visoke, a da su profitne stope niže nego u prosjeku ostalih djelatnosti. prevedeno na investicijski rječnik, to znači da su povrati na ulaganje u hotelijerstvu duži nego kod ulaganja u druge djelatnosti. I to je, dakle, jedan od razloga zašto se relativno malo u Hrvatskoj ulaže u razvoj novih, tzv. *greenfield* hotelskih investicija.[20]

Jedna od otežavajućih okolnosti za hotelijere u Hrvatskoj je izuzetno izražena tzv. sezonalnost, odnosno sezonsko poslovanje te se trebaju uložiti dodatni napori za produženje sezone, odnosno ostvarenje cjelogodišnje sezone.
Osim navedenog, u Hrvatskoj je još prisutan problem obrazovanja kadrova potrebnog u hotelima te se obrazovni sustav treba unaprijediti i usavršiti kako bi se mogle dobiti potrebna, suvremena znanja i vještine za kvalitetno obavljanje hotelskog posla, na zadovoljstvo gosta.

U Republici Hrvatskoj trenutno posluje 672 hotela, a u tablici 1. je prikazano koliko hotela koje kategorije (2*, 3*, 4* i 5*) ima u pojedinoj županiji.

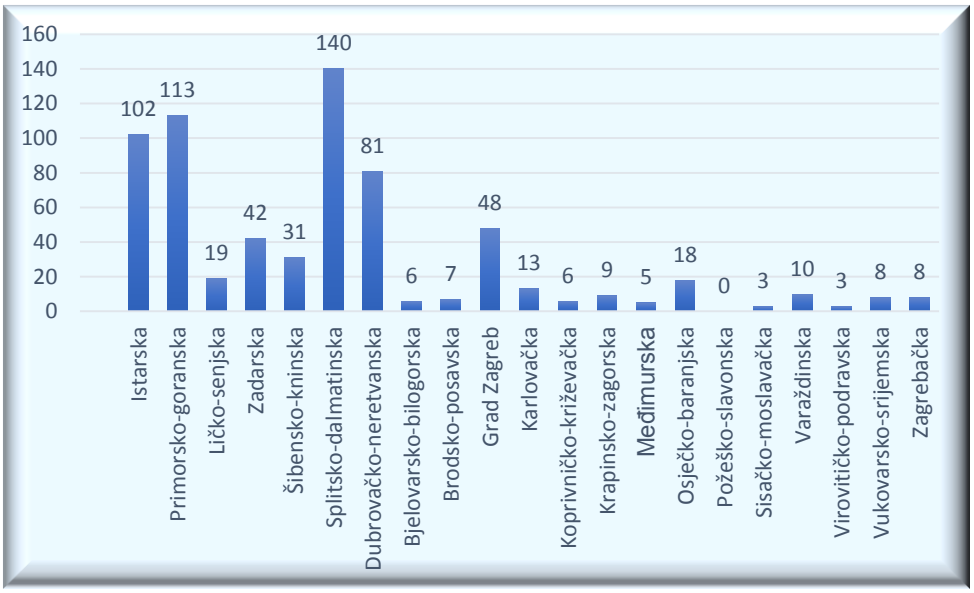
[20]Čizmić, M. (2014.): Hotelijerstvo u Hrvatskoj i potencijal za ženske karijere, raspoloživo na: http://www.womeninadria.com/hotelijerstvo-u-hrvatskoj-potencijal-za-zenske-karijere/

Tablica 1.: Broj hotela u pojedinim županijama u Republici Hrvatskoj (stanje 01.07.2016.)

ŽUPANIJA	HOTELI				
	2*	3*	4*	5*	UKUPNO
Istarska	10	47	40	5	102
Primorsko-goranska	13	47	43	10	113
Ličko-senjska	5	6	8	0	19
Zadarska	1	21	19	1	42
Šibensko-kninska	3	14	14	0	31
Splitsko-dalmatinska	19	59	58	4	140
Dubrovačko-neretvanska	8	38	20	15	81
Bjelovarsko-bilogorska	1	5	0	0	6
Brodsko-posavska	0	4	3	0	7
Grad Zagreb	4	27	16	1	48
Karlovačka	1	9	3	0	13
Koprivničko-križevačka	2	3	1	0	6
Krapinsko-zagorska	0	7	2	0	9
Međimurska	1	3	1	0	5
Osječko-baranjska	3	9	6	0	18
Požeško-slavonska	0	0	0	0	0
Sisačko-moslavačka	2	1	0	0	3
Varaždinska	1	6	3	0	10
Virovitičko-podravska	0	2	1	0	3
Vukovarsko-srijemska	1	5	2	0	8
Zagrebačka	1	4	3	0	8
UKUPNO	**76**	**317**	**243**	**36**	**672**

Izvor: izradio autor prema podacima Ministarstva turizma , raspoloživo na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=371

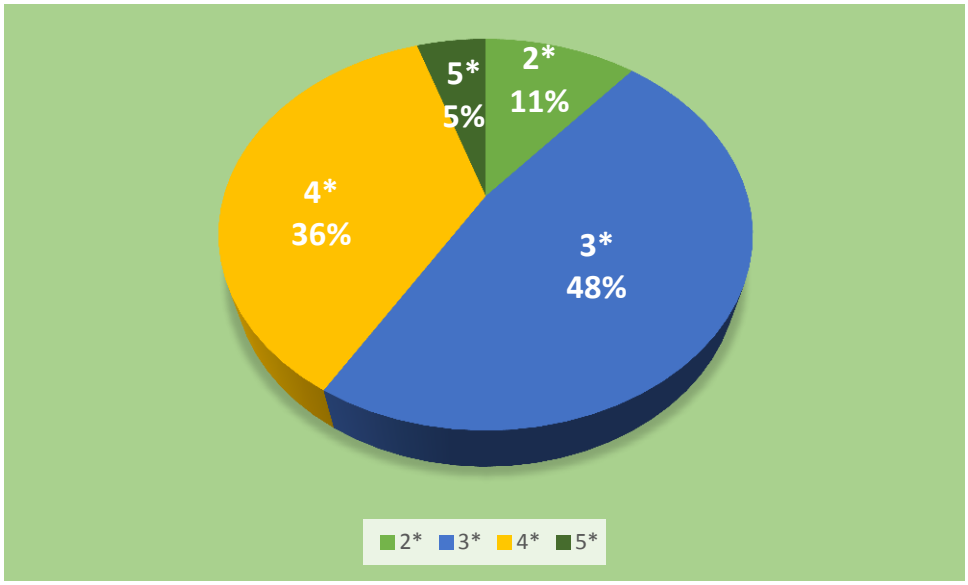
Najveći broj hotela je smješten u tzv. jadranskim županijama, pa tako predvodi Splitsko-dalmatinska županija sa 140 hotela, slijedi ju Primorsko-goranska sa 113 hotela, Istarska sa 102 hotela, Dubrovačko-neretvanska sa 81 hotelom, Zadarska sa 42 i Šibensko-kninska sa 31 hotelom. Iako ne pripada jadranskim županijama, Grad Zagreb zauzima visoko mjesto sa 48 hotela.



Grafikon 1.: Ukupan broj hotela po županijama u Republici Hrvatskoj na dan 01.07.2016. godine

Izvor: izradio autor prema podacima Ministarstva turizma, raspoloživo na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=371

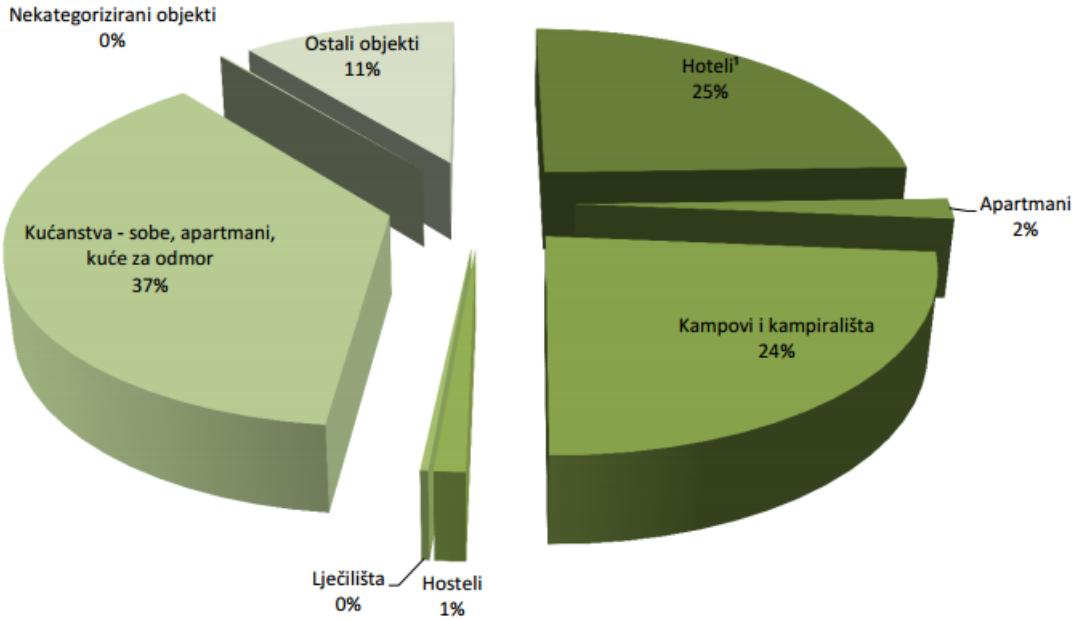
Gotovo polovina hotela u Republici Hrvatskoj su hoteli u kategoriji 3*, a trećina hotela su hoteli u kategoriji 4*. Samo 5% hotela u Republici Hrvatskoj su hoteli u kategoriji 5*, a što je prikazano grafikonom 2.



Grafikon 2.: Struktura hotelskog smještaja u Republici Hrvatskoj

Izvor: izradio autor prema podacima Ministarstva turizma, raspoloživo na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=371

U 2015. godini u Republici Hrvatskoj turisti su najviše noćenja ostvarili u privatnom smještaju, odnosno 37%. Slijede hoteli sa 25% te prostori za kampiranje u kojima je ostvareno 24% ukupnih noćenja. Dakle, četvrtina noćenja turista u Republici Hrvatskoj se ostvari u hotelskom smještaju kao što je i prikazano na grafikonu 3.



Grafikon 3.: Udjel noćenja po vrstama objekata za smještaj u Republici Hrvatskoj u 2015. godini

Izvor: Ministarstvo turizma: Statistički podaci, raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/015_160407_XII.pdf

Najveća trgovačka društva u djelatnosti pružanja smještaja te priprema i usluživanja hrane (odnosno u hotelijerstvu) u Republici Hrvatskoj, po visini prihoda su prikazani u tablici 2.

Tablica 2.: Deset najvećih trgovačkih društava u hotelijerstvu u Republici Hrvatskoj prema prihodima u 2014. godini

	Ukupni prihodi (u mil. kuna)	Bruto dobit (u mil. kuna)	Bruto marža (u %)	Koeficijent zaduženosti	Koeficijent tekuće likvidnosti	Produktivnost (u tis. kuna)
Valamar Riviera d.d.	1.099,6	27,3	2,5	0,3	1,1	521,6
Maistra d.d.	808,1	123,9	15,3	0,5	0,0	627,4
Plava Laguna d.d.	491,0	90,9	18,5	0,0	3,3	521,8
Istraturist d.d.	441,9	45,5	10,3	0,4	0,3	513,3
Jadranski luksuzni hoteli d.d.	388,5	47,9	12,3	0,5	3,7	603,3
Arenaturist d.d.	315,5	-7,6	-2,4	0,4	1,3	526,8
Globalna hrana d.o.o.	292,9	28,4	9,7	0,3	1,4	474,7
Liburnia Riviera Hoteli d.d.	277,8	34,8	12,5	0,2	1,6	461,5
Solaris d.d.	277,5	3,7	1,3	0,4	0,4	469,6
Dubrovački vrtovi sunca d.o.o.	249,9	-245,9	-98,4	1,7	2,8	1.028,2

Izvor: Mirošević, H. (2015.): Sektorske_analize turizam, Zagreb: Ekonomski institut Zagreb, raspoloživo na: http://www.eizg.hr/hr-HR/Sektorske-analize-993.aspx

4. ANALIZA POSLOVANJA HOTELSKIH KUĆA U HRVATSKOJ

U prethodnom poglavlju navedeno je deset najvećih trgovačkih društava u hotelijerstvu u Republici Hrvatskoj prema prihodima u 2014. godini.

Kroz operativne prihode, neto dohodak, ukupnu imovinu, EBITDA pokazatelj, pokazatelj likvidnosti i dr. usporedit će se poslovanje trinaest vodećih hotelijerskih kuća u Hrvatskoj u razdoblju 2012-2015. godine, a to su Valamar Riviera d.d., Maistra d.d., Plava Laguna d.d., Istraturist Umag d.d., Jadranski luksuzni hoteli d.d., Arenaturist d.d., Solaris d.d., Liburnia riviera hoteli d.d., HUP-Zagreb d.d., Valalta d.o.o. Rovinj, Jadranka hoteli d.o.o., Turisthotel d.d., Laguna Novigrad d.d.

4.1. Kratki opis promatranih hotelskih kuća u Hrvatskoj

4.1.1. Valamar Riviera d.d.

Valamar Riviera d.d. iz Poreča je najveće turističko društvo i grupa po kapacitetima u Hrvatskoj. U sklopu Valamar Riviere d.d. posluje 30 hotela i ljetovališta te 13 kampova na jadranskoj obali, od Istre i otoka Krka do Dubrovnika, a ukupni kapacitet hotela i ljetovališta i kampova je za više od 48.000 gostiju.

Valamar Riviera d.d. vlasnik je brenda Valamar Hotels&Resorts. Valamar Hotels&Resorts je ujedno prvi hrvatski hotelski brend koji predstavlja kombinaciju međunarodnog standarda kvalitete usluge, mediteranskog gastronomskog užitka i elemenata hrvatskog gostoprimstva. Valamar Riviera d.d. je također vlasnik brenda Camping Adriatic by Valamar koji se odnosi na kampove, čiju iznimnu kvalitetu potvrđuju brojna međunarodna priznanja, certifikati i nagrade.

Misija kompanije Valamar Riviera d.d. je biti turističko-ugostiteljska kompanija koja je prvi izbor putnika, partnera i zaposlenika na hrvatskom dijelu Jadrana.

Vizija Valamar Riviera d.d.: „Nezaboravna sjećanja, svakog dana, za svakog gosta!“

U Valamarovim destinacijama gostima se nude raznovrsni sadržaji, nezaboravne kombinacije prekrasnih plaža, prirode i povijesnih gradova s velikim izborom smještaja, usluga i programa rekreacije, animacije i zabave.[21]

Slika 1.: Valamar lacroma Dubrovnik Hotel

Izvor: Valamar Hotels&Resorts, http://www.valamar.com/hr/hoteli-apartmani-hrvatska

Valamar Riviera d.d. jedan je od vodećih poslodavaca u Republici Hrvatskoj koji kontinuirano brine o zadovoljstvu svojih zaposlenika, njihovoj motivaciji, nagrađivanju i stručnom usavršavanju što pridonosi kontinuiranom unapređenju kvalitete usluge koju pruža, kao i povećanju konkurentnosti turističkih proizvoda. Zbog izuzetne pozornosti koju posvećuje razvoju stručnog i kvalitetnog kadra, Valamar je nagrađen brojnim nagradama i certifikatima.

Sjedište tvrtke je u Poreču. Upravu čine predsjednik uprave i član uprave, a nadzorni odbor se sastoji od predsjednika, dva zamjenika i četiri člana.

[21]Valamar Hotels&Resorts, raspoloživo na: http://www.valamar.com/hr/

U Valamar Rivieri d.d. ima 1.070 stalno zaposlenik. Većina menadžmenta je locirana u Poreču i Dubrovniku.[22]

4.1.2. Maistra d.d.

Maistra d.d. je jedna od vodećih hotelijerskih kompanija u Hrvatskoj i dio je koncerna Adris Grupe.

Maistra d.d., Rovinj, kontrolirana je od strane društva Adria Resorts d.o.o., dok je krajnja matica Adris grupa d.d. Rovinj.

Maistra d.d. Rovinj (Društvo) nastala je spajanjem društava Jadran-turist d.d., Rovinj i Anita d.d. Vrsar, te je registrirana 15. ožujka 2005. godine kod Trgovačkog suda u Rijeci. Od 01.01.2010. godine Maistri je pripojeno društvo Rovinjturist d.d. Rovinj.

Osnovna djelatnost Društva je iznajmljivanje hotelskih soba i kampova te pružanje usluga hrane i pića u turističke svrhe. Sjedište Društva nalazi se u Rovinju, Obala V. nazora 6.

Grupu Maistra čine društva Maistra d.d., Slobodna Katarina d.o.o. i Grand hotel Imperial d.d. Dubrovnik. Podružnice se bave turizmom.[23]

4.1.3. Plava laguna d.d.

Plava laguna d.d. je kompanija iza koje stoji već više od pola stoljeća uspješnog rada i razvoja, temeljenog na ekološkim principima i održivom razvoju, tijekom kojeg je konstantno zauzimala lidersko mjesto u hrvatskom turizmu, a permanentnim oplemenjivanjem svoje ukupne ponude i prilagođavanjem potrebama sve zahtjevnijeg turističkog tržišta.

Osnovna djelatnost Društva je ugostiteljstvo i turizam, a pored osnovnih Društvo je registrirano za obavljanje i drugih djelatnosti.

[22]Ibid

[23]Maistra d.d., raspoloživo na: http://www.maistra.com/hr/

Plava laguna je društvo s ukupnom bilančnom vrijednošću aktive od cca. 1,5 mld kuna i zapošljava prosječno godišnje više od 900 radnika. Godišnje ostvaruje prihode na razini 500 milijuna kuna, te nema dugoročnih obveza. U svojim smještajnim kapacitetima, oplemenjenim i prilagođenim gostu kroz permanentna ulaganja, dnevno može ugostiti preko 20 tisuća gostiju, od čega više od 8 tisuća u hotelima i apartmanima, te preko 12 tisuća u autokampovima, čime na godišnjoj razini ostvaruje preko 2,3 mil noćenja. Raspolaže i sa 360 vezova u dvije marine te nizom ugostiteljskih, sportskih i ostalih sadržaja koji upotpunjuju temeljnu ponudu.[24]

4.1.4. Istraturist Umag d.d.

Istraturist je hrvatska kompanija sa više od 50 godina tradicije u pružanju turističkih usluga u hotelima, apartmanima i kampovima. Prepoznatljivost i uspješnost Istraturista rezultat su višegodišnje usmjerenosti turizmu visoke kvalitete.

Svi objekti Istraturista, locirani su na sjeverozapadnoj obali Istarskog poluotoka uz 40 kilometara dugu umašku rivijeru.

Intenzivna ulaganja osigurala su Istraturistu i gradu Umagu prestižnu poziciju u hrvatskoj turističkoj ponudi.

U cilju implementacije visokih, internacionalnih standarda turističkih usluga Istraturist je od 1998. godine, partner tvrtke MeliáHotels International. MeliáHotels International je osnovana 1956. godine u Palma de Mallorci i jedna je od najvećih hotelskih kompanija u svijetu po broju hotela u odmorišnim destinacijama obzirom da upravlja sa 350 hotela u 30 zemalja.

Cilj je Društva neprestano unaprjeđivati kvalitetu smještaja, razvijati sadržaje za odmor, sport i rekreaciju, odnosno aktivno doprinijeti procesu repozicioniranja Istre i Umaga u turističko odredište visoke kvalitete koje karakterizira snažna ekološka orijentacija.

Strateško opredjeljenje Društva je poštivanje odrednica održivog razvoja u svim segmentima djelovanja, od zaštite prirodnog okruženja, do podržavanja lokalne kulture, načina života i

[24]Plava laguna d.d., raspoloživo na: http://biz.plavalaguna.hr/hr/o-nama

odnosa sa lokalnom zajednicom. U operativnom poslovanju management se zalaže za efikasnost, ekonomičnost i učinkovitost u cilju ostvarenja interesa vlasnika i dioničara.[25]

4.1.5. Jadranski luksuzni hoteli d.d.

Adriatic LuxuryHotels (ALH) prestižna je hrvatska hotelska grupacija koja upravlja luksuznim hotelima i vilama u Dubrovniku. Portfolio uključuje ekskluzivne odmorišne hotele u kombinaciji s vrhunskim uslugama za organizaciju kongresa i poslovnih sastanaka. Smješteni su na prekrasnim lokacijama u gradu Dubrovniku, Cavtatu te na otoku Mljetu.
Društvo Jadranski luksuzni hoteli d.d. osnovano je i registrirano u Republici Hrvatskoj pod nazivom Hotel Dubrovnik Palace d.o.o. U prosincu 2012. godine društvo s ograničenom odgovornošću Hotel Dubrovnik Palace d.o.o. preoblikovano je u dioničko društvo Hotel Dubrovnik Palace d.d. Rješenjem Trgovačkog suda od 31. svibnja 2013. godine, Društvo mijenja naziv u Jadranski luksuzni hoteli d.d.
ALH portfolio uključuje:

- Hotel Excelsior Dubrovnik,
- Hotel Bellevue Dubrovnik,
- Villa Orsula Dubrovnik,
- Villa Agave Dubrovnik,
- Villa Sheherezade Dubrovnik
- Hotel Dubrovnik Palace,
- Hotel Kompas Dubrovnik,
- Grand Villa Argentina Dubrovnik,
- Villa Glavić Dubrovnik,
- Hotel Croatia Cavtat,
- Hotel Odisej Mljet,
- Hotel Supetar Cavtat.[26]

4.1.6. Arenaturist d.d.

[25]Istraturist Umag d.d., raspoloživo na: http://www.istraturist.com/hr/o-nama
[26]Adriatic LuxuryHotels, raspoloživo na: http://www.adriaticluxuryhotels.com/hr/o-nama

Arenaturist je hrvatska kompanija s više od 40 godina iskustva u pružanju turističkih usluga u hotelima, turističkim naseljima i kampovima. Arenaturistovi hoteli i turistička naselja smješteni su na prestižnim lokacijama u Puli i Medulinu, dva prekrasna istarska turistička središta iznimnih prirodnih i kulturno-povijesnih vrijednosti.
Portfelj Arenaturista uključuje 7 hotela, 5 turističkih naselja i 8 kampova ukupnog kapaciteta 20 000 postelja, a nalaze se na krajnjem jugu istarskog poluotoka na potezu od Nacionalnog parka Brijuni na zapadu do pitoresknog medulinskog akvatorija i Rta Kamenjak na jugu.[27]

4.1.7. Solaris d.d.

Društvo je upisano dana 26. listopada 1995. godine u sudski registar Trgovačkog suda u Splitu rješenjem broj Tt-95/130-2 pod matičnim brojem subjekta MBS: 060001583.Na dan 31. prosinca 2002. godine registar područja prenesen je u Trgovački sud u Šibeniku.
Solaris Beach Resort nalazi se na samo 6 km udaljenosti od grada Šibenika u poznatoj hrvatskoj regiji Dalmaciji. Ovaj turistički kompleks prostire preko 4 km duga obale koju krasi 5 tematskih plaža, uključujući višestruko nagrađivanu Bijelu plažu.

4.1.8. Liburnia riviera hoteli d.d.

Liburnia Riviera Hoteli d.d. utemeljena je kroz svoje pravne prednike, koje dalje navodimo,01.sijecnja 1947. godine kao Hotelsko poduzece za Istru, s hotelima Jadran, Park, Atlantik, Residenz, Astoria, Esperia, August, Hermitage, Zawojski, Horvat svi u Opatiji, Park hotel i kupalište Peharovo u Lovranu. Nakon toga današnja Liburnia Riviera Hoteli d.d. stvarala se kroz ustanovljavanje tijekom vremena od 1954. do 1956.g. niza hotelskih poduzeca kao što su: HP Kvarner, HP Slavija, HP Zagreb, HPGrand hotel Central, HP Belvedere, HP Istra, HP Kristal, HP Kristal-Residenz- Astoria, HP Dubrovnik, svi u Opatiji te HP Beograd, HP Udarnik, HP Primorka, svi Lovran i HP Moščenička Draga, Moščenička

[27]Arenaturist d.d., raspoloživo na: http://www.arenaturist.hr/o_nama

Draga. Sva prethodno navedena hotelska poduzeća tijekom 1962. i 1964. g. spojena su zajedno s hotelom Ambasador u Opatiji u jedinstveno hotelsko poduzeće Kvarner. Koncem 1968.g. hotelsko poduzeće Kvarner promijenilo je naziv u hotelsko poduzeće Liburnia, Opatija. Dana 01. lipnja 1974.g. osnovano je poduzeće za turizam, ugostiteljstvo, trgovinu i saobraćaj u Opatiji pod nazivom RO Kvarner Express u ciljem sastavu se nalazilo i hotelsko poduzeće Liburnia. Nakon toga se u ožujku 1978.g. RO Kvarner Express organizira u SOUR Kvarner Exspress u kojem je današnja Liburnia Riviera Hoteli d.d. organizirana kao RO Kvarner Exspress Hotelijerstvon.sol.o. Deset godina kasnije Društvo i dalje djeluje unutar SOUR-a Kvarner Express, ali pod nazivom Liburnia Riviera Hoteli n.sol.o., da bi joj 1989. bilo pripojen OOUR Hotel Kontinental, Opatija iz sastava Brodokomerc-Hotelijerstvo, Rijeka.

Osamostaljenjem Republike Hrvatske Liburnia Riviera Hoteli kao dioničko društvo osnovano je 01.siječnja 1993.g.Današnja Liburnia Riviera Hoteli d.d. je pravni sljednik svih prethodno navedenih hotelskih poduzeća i radnih organizacija.

Kroz prikazani povijesni tijek Liburnia Riviera Hoteli d.d. razvijala se dinamično izgradivši niz

hotela kao što su hotel Ambasador, hotel Admiral, hotel Excelsior i dr. hotele, čime je kao pravni subjekt dominatno utjecala na razvoj cjelokupne destinacije i ujedno ju učinila respektabilnom. Liburnia Riviera Hoteli d.d. od početka svojeg postojanja bila je prisutna na međunarodnom tržištui svojom kvalitetom bitno doprinosila međunarodnoj trgovinskoj razmjeni bivše države a tako i danas Republike Hrvatske na kojem je tržištu dobila niz priznanja za pruženu turističku uslugu.

Isto tako je i svjedočila brojnim socijalnim krizama te unatoč njima opstala kao jedno od najvažnijih hotelskih kuća na Jadranu.

Danas je Liburnia Riviera Hoteli d.d. jedna od najvećih hotelskih tvrtki u Republici Hrvatskoj.

Vodeći poslovanje na temeljima tradicije i povjerenja gosta, sa stručnim i educiranim kadrovima,kvalitetnom hotelskom ponudom i uslugom, zauzima mjesto institucije od potpunog povjerenja svojih gostiju.[28]

[28]Zagrebačka burza: Prospekti, raspoloživo na: http://zse.hr/userdocsimages/prospekti/LRH-prospekt.pdf

4.1.9. HUP-ZAGREB d.d.

HUP-ZAGREB d.d. hotelijerstvo, ugostiteljstvo i turizam danas je jedna od vodećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj.

Godine 1948., kao rezultat rastućih potreba za novim hotelsko-ugostiteljskim kapacitetima u Zagrebu, osnovana je kompanija HUP-ZAGREB d.d. Slijedeći ugostiteljsku tradiciju, kroz dugi niz godina, formira se u vodeću zagrebačku i hrvatsku hotelijersku i ugostiteljsku kuću i sastavni jedio života grada u svim segmentima. Prateći najsuvremenija kretanja u svjetskom turizmu, osim smještajnih kapaciteta HUP-ZAGREB d.d. razvija usvojim hotelima vrhunsku internacionalnu i domaću kuhinju te raznovrsnu konferencijsko-banketnu ponudu.

Prateći globalne i postavljajući lokalne tržišne trendove, naša je kompanija od osnutka do danas značajno proširila svoju ponudu, kontinuirano je unapređujući. Preuređenjem postojećih i izgradnjom novih hotelskih kapaciteta u dvije vodeće hrvatske destinacije, Zagrebu i Dubrovniku, tvrtka HUP-ZAGREB d.d. u svom sastavu raspolaže s preko 2.000 hotelskih soba. U Zagrebu, tvrtka ima šest hotela, s kapacitetom od 1.300 soba i apartmana.

Na dubrovačkoj rivijeri, kroz brand Dubrovnik Riviera Hotels, kompanija je razvila najuzbudljiviju turističku priču hrvatskog juga. U mjestu Mlini kraj Dubrovnika tvrtka raspolaže visokokvalitetnim hotelom Astarea te novo izgrađenim hotelom Mlini te Villama Mlini, s ukupnim kapacitetom od 440soba te bogatom i raznovrsnom ponudom. U mjestu Srebreno otvoren je, sredinom 2015., Sheraton Dubrovnik Riviera Hotel, koji raspolaže s 250 raskošnih soba te raznovrsnom ponudom za odmorišni turizam, kao i najvećom hotelskom kongresnom dvoranom u Hrvatskoj, koja može ugostiti preko 1000 gostiju. Sa svojim objektima na dubrovačkoj rivijeri, HUP-ZAGREB d.d., raspolaže s ukupno 700 soba i apartmana.

Vizija kompanije je pratiti globalne trendove i standarde kvalitetne usluge, oslanjajući se pritom na tradiciju i dugogodišnje iskustvo te kao lider neprekidno ulagati u tržišno pozicioniranje i promoviranje destinacije.

Misija kompanije: „Želimo pružiti uslugu koja nadilazi očekivanja gosta te neprekidno podizati kvalitetu ponude, uz ulaganje u timski rad i edukaciju zaposlenika. Usmjereni smo na širenje spektra usluga i sadržaja, uz stalno praćenje i postavljanje trendova te ispunjavanja i nadmašivanja želja i potreba suvremenog gosta.“[29]

[29]HUP-ZAGREB d.d., raspoloživo na: http://www.hupzagreb.com/assets/2016/HUP%20CP_2016_CRO_web.pdf

4.1.10. Valalta d.o.o.

Kamp Valalta udaljen je oko 7 km od centra Rovinja, a smješten je uz more, na ulazu u slikoviti, 12 km dugi prirodni rezervat Limskog kanala. Kategoriziran je s tri zvjezdice, a namijenjen je isključivo naturistima te može prihvatiti 7 200 gostiju. Kamp ima 5 km dugu obalu, uglavnom s lijepim šljunčanim plažama, a tu je i dio s pješčanom plažom, posebno pogodnom za djecu.

Osim različitih vrsta smještajnih kapaciteta i kvalitetnih usluga koje se očekuju od kampa sa tri zvjezdice, Valalta ima i svoju dobro opremljenu marinu, atraktivan bazen s morskom vodom, vlastitu pivovaru te izlete rezervirane za naturiste.

Dug popis sportskih, rekreacijskih i zabavnih sadržaja obuhvaća teniske terene, terene za odbojku na pijesku, odbojkaške i nogometne turnire, plivačka natjecanja, školu plivanja, najam čamaca i bicikala, boće i mini golf. Kreativne radionice za djecu također su sastavni dio ponude kampa. Uz vlastito pivo, kamp ima i brojne restorane s autohtonim istarskim specijalitetima, kao i bogatim izborom nacionalnih te internacionalnih jela.[30]

4.1.11. Jadranka hoteli d.o.o.

Od njezina osnutka 1947. godine do danas, Jadranka d.d. kontinuirano djeluje, prije svega, kao hotelijerska tvrtka koja je danas među najuspješnijim tvrtkama hrvatskoga hotelijerstva. Kontinuirani razvoj i stalno bilježenje kvantitativnog i kvalitativnog rasta njezina sektora hotelijerstva, ali i odgovaranja na nastale potrebe i prilike, društvo se razvija i u drugim područjima, osobito u trgovini na veliko i malo.

Jadranka hoteli d.o.o. raspolaže s hotelima Aurora, Vespera, Bellevue, Punta, Helios, Alhambra, te vilama, restoranima i brojnim sportskim objektima.

Ukupni smještajni kapacitet tvrtke dostiže 1.585 smještajnih jedinica ili 3.500 kreveta.[31]

---

[30]Croatia Camping Union: Naturistički kamp Valalta, raspoloživo na: http://www.camping.hr/hr/kampovi/valalta
[31]Grupa Jadranka, raspoloživo na: http://www.jadranka.com/

4.1.12. Turisthotel d.d.

Turisthotel d.d., je dioničko društvo, sa sjedištem u Zadru, Obala kneza Branimira 6. Društvo je registrirano kod Trgovačkog suda u Zadru.Osnovna djelatnost Društva je pružanje turističko-ugostiteljskih usluga, usluga pranja rublja, te usluge cateringa u zemlji i inozemstvu.

Svoju djelatnost "Turisthotel" d.d., obavlja u turističkom naselju (HolidayResort) "Zaton", u mjestu Zaton, 15 km sjeverno od Zadra, a sastoji se od apartmanskog naselja i kampa. Raspolaže ukupnim smještajnim kapacitetom za cca 8.000 osoba. Smještajni kapacitet su slijedeći : 597 apartmana, sa 2.323ležaja, 1700 smještajnih jedinica (kamp mjesta, te kamp kućice) za cca 5500 osoba, te 306 vlastite mobilne kućice i 10 šatora u kampu

Praonica rublja u Zadru, kapaciteta pranja 30 tona dnevno, pruža usluge pranja za vlastite potrebe, kao i

za razne druge korisnike (hotele, bolnice, fizičke osobe)

Organizacijska jedinica catering, pored usluga klasičnog cateringa, pruža i usluge kupnje i prodaje robe, te usluge iznajmljivanja osoblja. Gradske turstičko-ugostiteljske objekte čine cafe barovi u gradu Zadru te hostel "Forum". Poslovanje Društva je pretežno sezonskog karaktera. Turističko naselje "Zaton", kao najznačajniji organizacijski dio, posluje u razdoblju od početka svibnja do kraja rujna, dok je veći dio i ostalih objekata Društva, kao što su praonica i gradski objekti, koji imaju cjelogodišnje poslovanje, podložan sezonskom poslovanju (praonica, gradsko ugostiteljstvo, hostel).[32]

[32]Turisthotel d.d. Zadar, raspoloživo na: http://turisthotel.com.hr/files/uploads/godisnji_rev_izv_2015-kom.pdf

4.1.13. Laguna Novigrad d.d.

Novo ime Lagune Novigrad je Aminess.

Novo ime branda nametnulo se kao logičan zaključak iscrpnog istraživanja stavova gostiju, partnera i zaposlenika tvrtke Laguna Novigrad. Veliki broj ispitanika istaknuo je ljubaznost i predanost djelatnika Lagune Novigrad te ugodnu i opuštajući atmosferu u svim objektima kao najprepoznatljivije vrijednosti Lagune Novigrad d.d. Upravo su to elementi koji primarno utječu na izuzetno veliki postotak gostiju koji se već godinama vraća. Osnova riječi AMINESS je AMI - lijepa, topla francuska riječ čije značenje "prijatelj" je sinonim za pristup koji se godinama njeguje. AMINESS nije samo nova kovanica za riječ prijateljstvo, to je riječ koja utjelovljuje doživljaj boravka u objektima, ugodno i prijateljsko okruženje u kojem se gost osjeća opušteno i dobrodošlo, gdje će iskusiti doživljaje i osjećaje koje će htjeti ponoviti.

Od društva koje je davne 1970. poslovalo u sklopu porečkih i umaških turističkih poduzeća, Laguna Novigrad d.d. prerasla je u jednu od vodećih turističkih kompanija u Istri. Sa sjedištem u Novigradu, Laguna Novigrad d.d. već niz godina nosi razvoj turističke ponude grada kao i njegovo gospodarstvo općenito. U svojem vlasništvu ima četiri hotela i dva kampa u dvjema destinacijama – Istri i Dalmaciji. Većinski vlasnik društva je Auctor kapital d.o.o.

Vizija Aminessa: „Usmjeravamo svoju kreativnost na stvaranje čarobnog doživljaja kojem se gost iznova vraća".

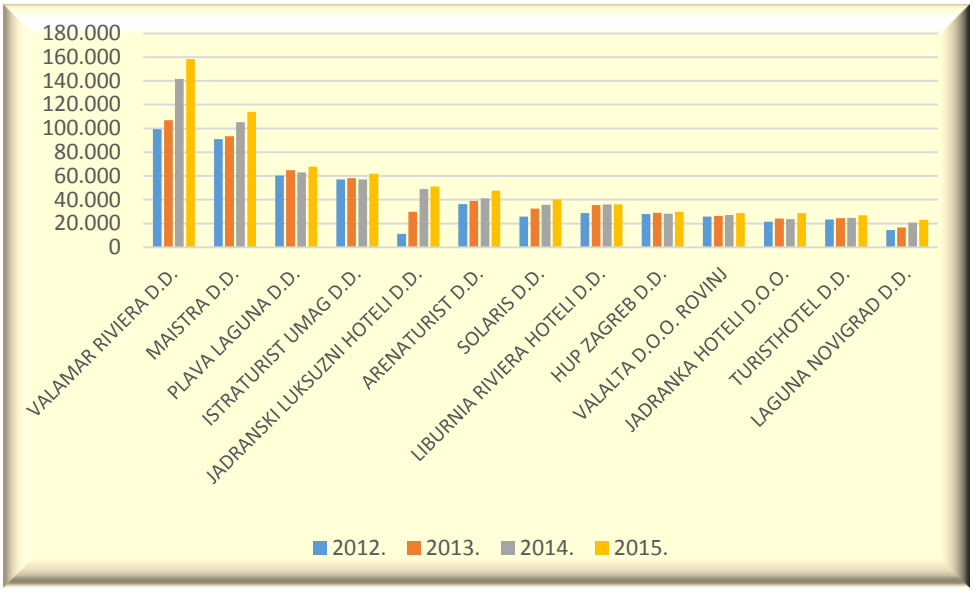
Misija Aminessa: „U stvaranju inspirativnog okruženja i kreiranju nezaboravnog iskustva vode nas entuzijazam i predanost, pri čemu njegujemo načela pripadnosti, društvene odgovornosti i partnerstva."[33]

[33] Aminess, raspoloživo na: http://www.aminess.com/hr/o-aminessu

4.2. Analiza poslovanja hotelskih kuća u Hrvatskoj

Prethodno je predstavljeno nekoliko uspješnih hotelskih kuća, hotelskih kompanija u Hrvatskoj, čije će se poslovanje analizirati dalje u radu u razdoblju 2012. do 2015. godine

4.2.1. Operativni prihodi

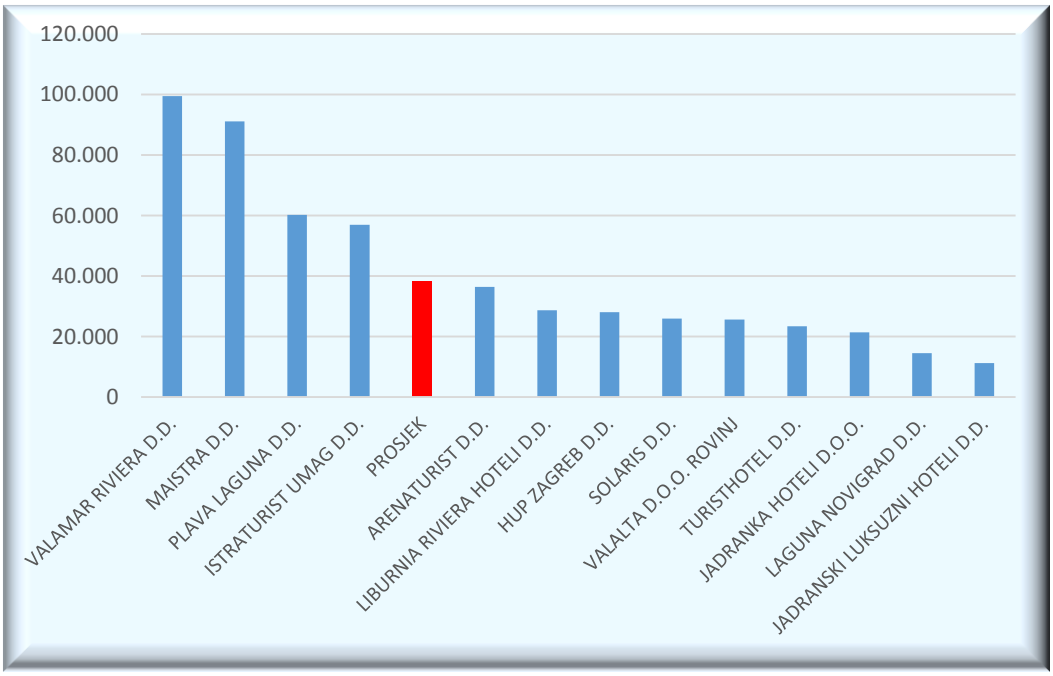


Grafikon 4.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2012-2015. godine (u tis. EUR)

Izvor: izrada autora

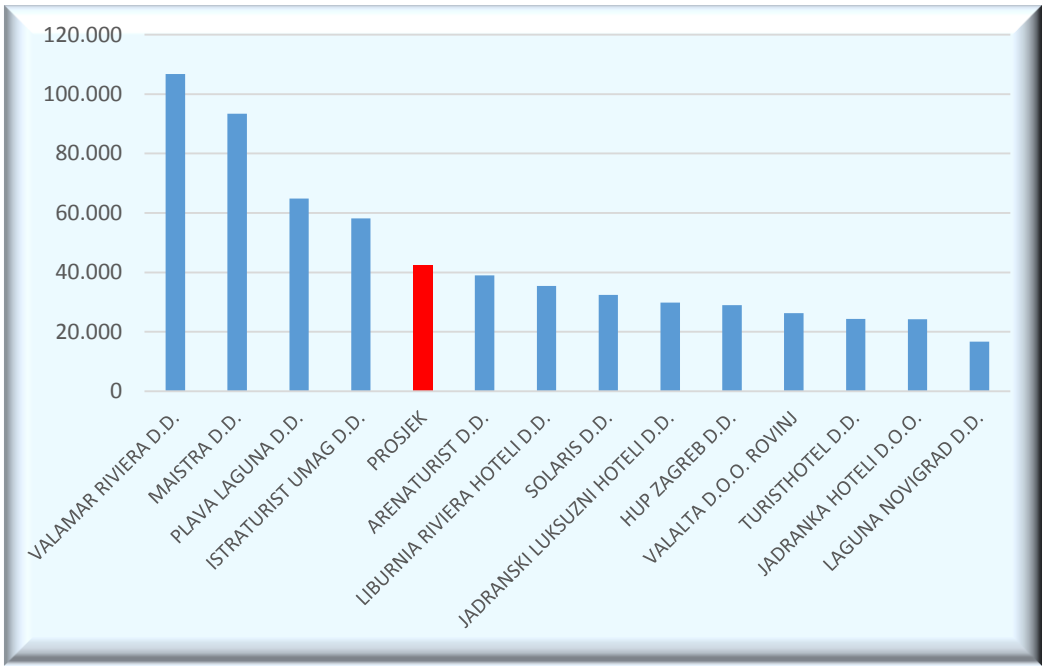
U promatranom razdoblju 2012- do 2015. godine u svim promatranim hotelskim kućama poslovni prihodi su imali tendenciju rasta. Pri tome je uočljivo da Valamar Riviera d.d. ostvaruje najveće poslovne prihode, slijede ju Maistra d.d., Plava Laguna d.d., Istraturist Umag d.d. i drugi.

Ako se poslovni prihodi pojedinih poduzeća u pojedinoj promatranoj godini usporede sa prosjekom, onda se dobiva situacija koja je prikazana slijedećim grafikonima.



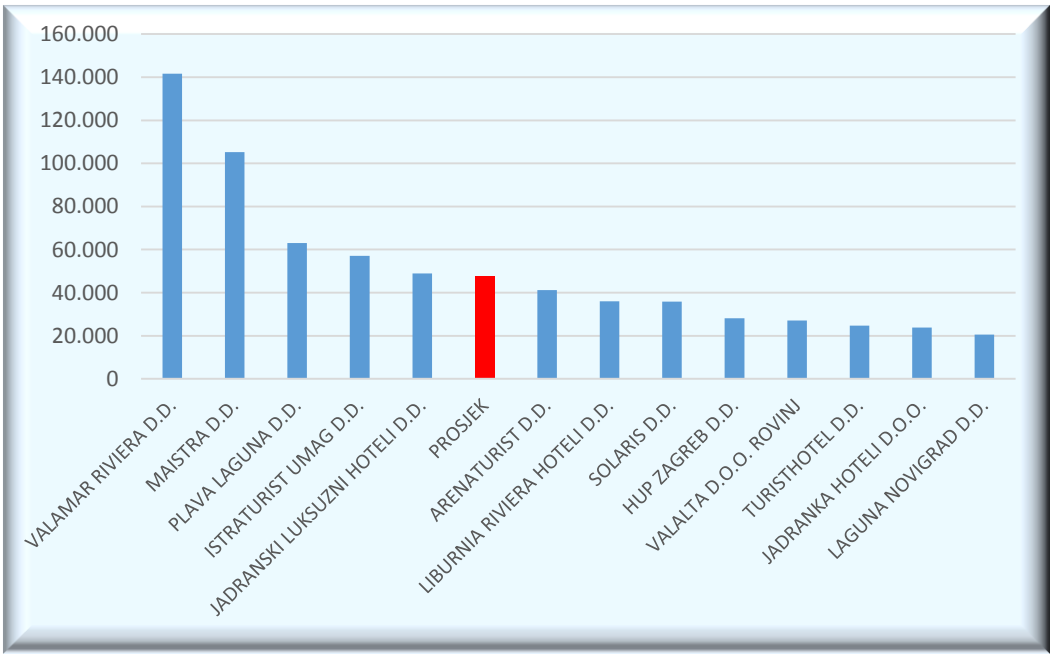
Grafikon 5.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u RH u 2012. godini (u tis. EUR)

Izvor: izrada autora



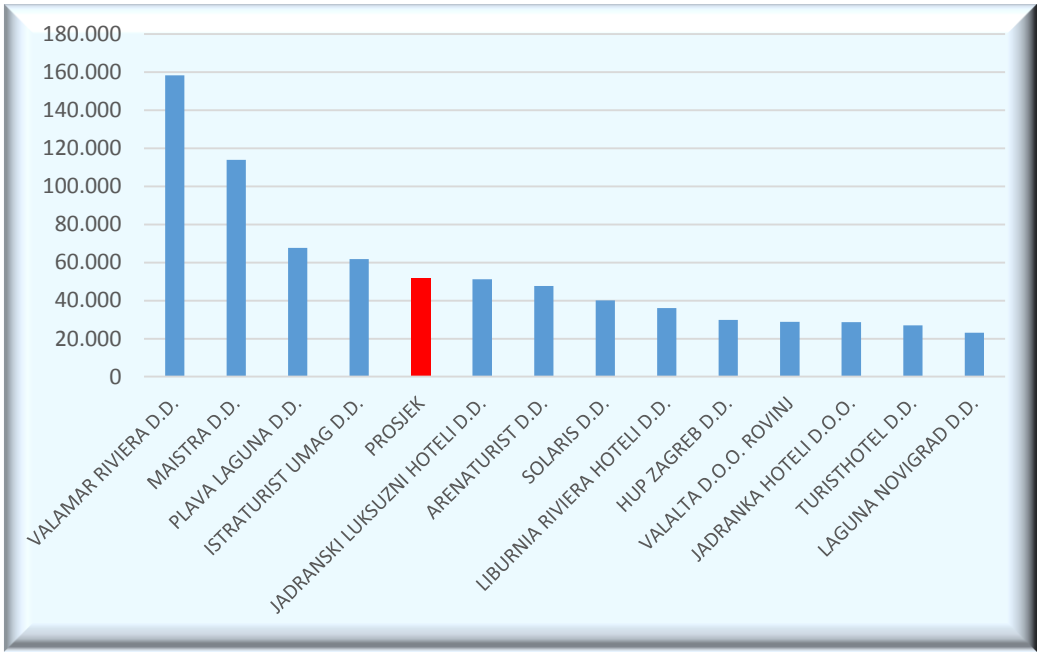
Grafikon 6.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u RH u 2013. godini (u tis. EUR)

Izvor: izrada autora



Grafikon 7.:Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u RH u 2014. godini (u tis. EUR)

Izvor: izrada autora



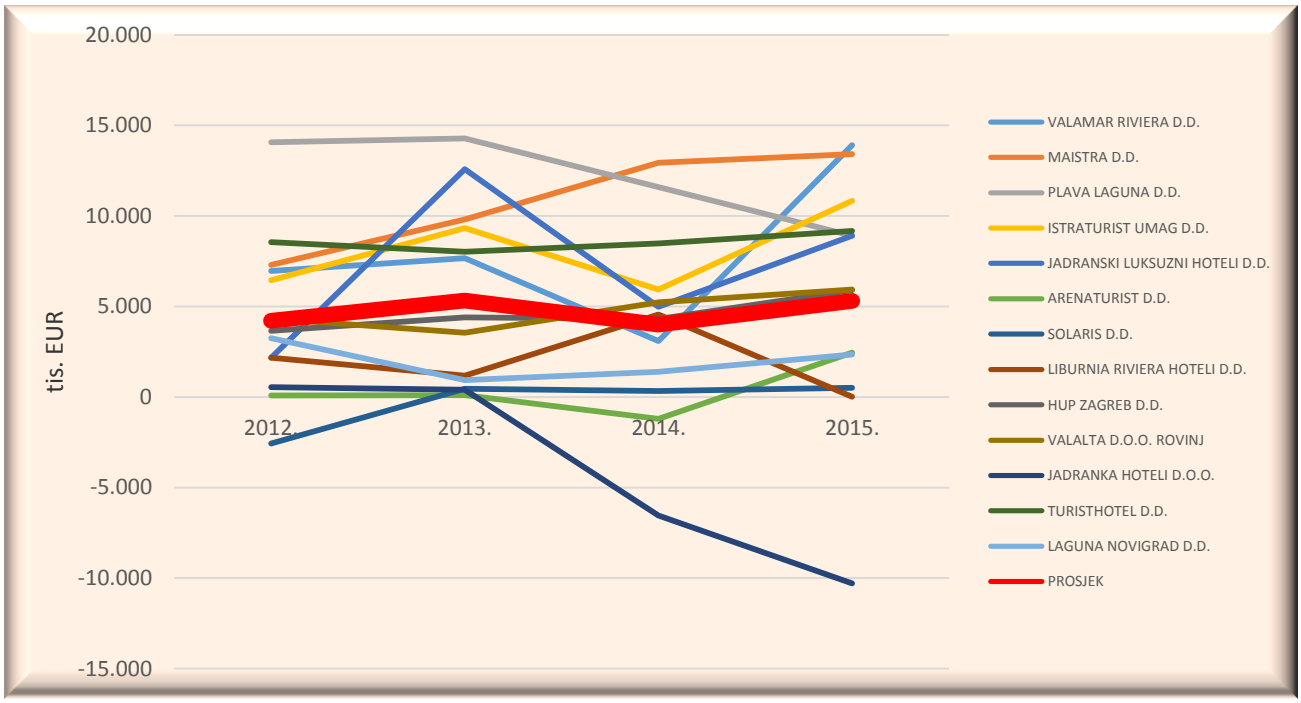
Grafikon 8.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u RH u 2015. godini (u tis. EUR)

Izvor: izrada autora

Iz grafikona 4. je uočljivo i konstatirano je da su poslovni prihodi promatranih poduzeća u razdoblju od 2012-2015. godine rasli. Međutim, ako se usporede poslovni prihodi pojedinog poduzeća u pojedinoj godini sa prosjekom, onda je uočljivo da u svim promatranim godinama četiri hotelska poduzeća ostvaruju poslovne prihode koji su viši od prosjeka, a to su Valamar

Riviera d.d., Maistra d.d., Plava Laguna d.d. i Istraturist Umag d.d. Jedino je 2014. godine poslovni prihod još jednog hotelskog poduzeća, a to su Jadranski luksuzni hoteli d.d. također bio veći od prosjeka.

4.2.2. Neto dobit



Grafikon 9.: Neto dobit promatranih hotelskih poduzeća u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2012-2015. godine (u tis. EUR)

Izvor: izrada autora

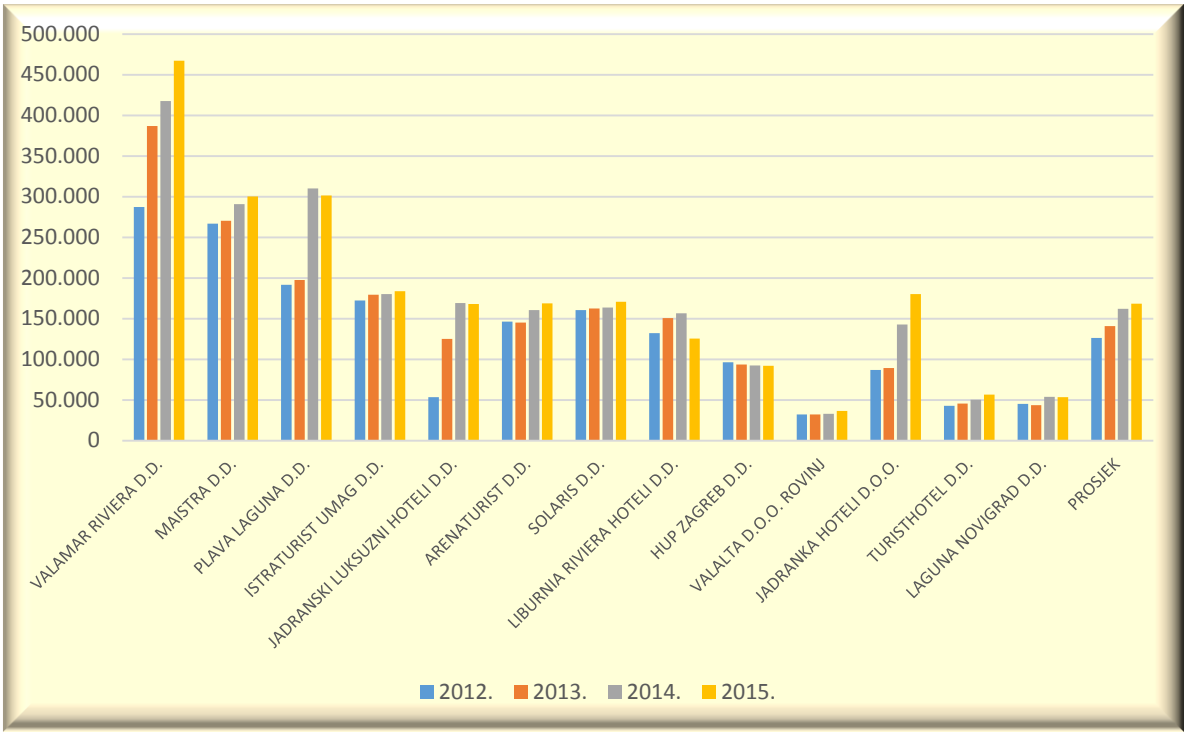
Neto dobit pojedinih promatranih hotelskih poduzeća je u promatranom razdoblju značajno oscilirao.

Plava Laguna d.d., Maistra d.d., Istraturist Umag d.d., Jadranski luksuzni hoteli d.d., Turisthotel d.d. su u cijelom promatranom razdoblju imali neto dobit iznad prosjeka.

Valamar Riviera d.d. je u 2015. godini ostvarila najveći neto dobit među promatranim poduzećima, međutim poduzeće je imalo velike oscilacije te je neto dobit Valamar Riviere d.d. u 2014. godini bio čak nešto niži od prosjeka.

Pri tome, najlošije rezultate u promatranom razdoblju imaju Jadranka hoteli d.o.o. čiji neto dobit ima izrazito negativan trend.

4.2.3. Ukupna imovina

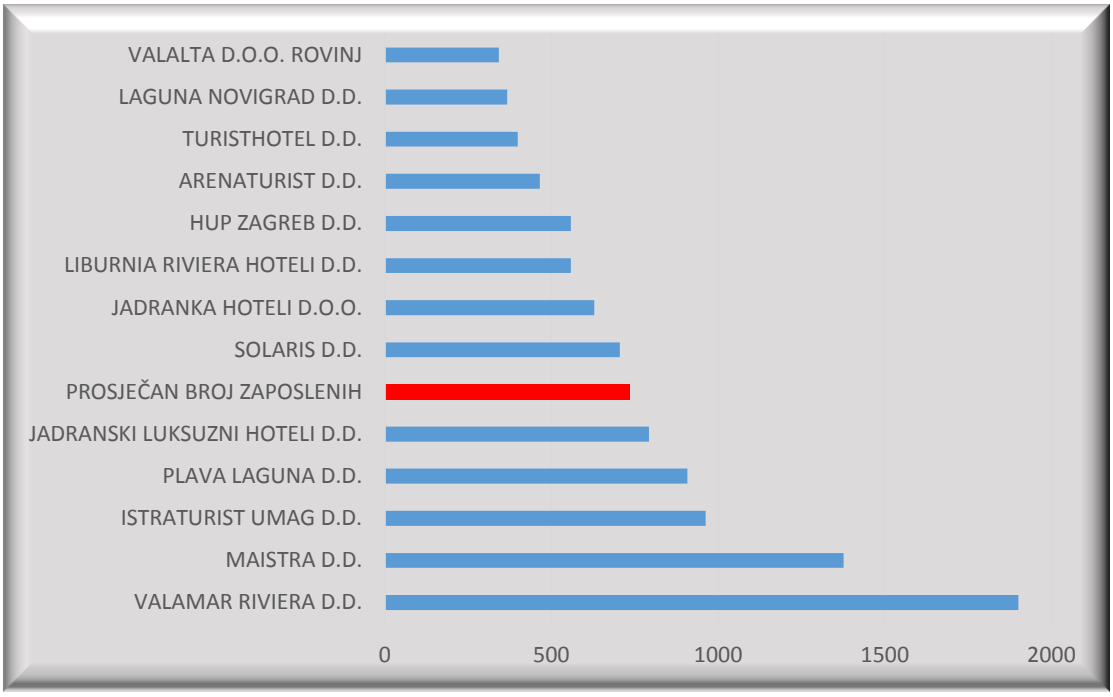


Grafikon 10.: Ukupna imovina promatranih hotelskih poduzeća u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2012-2015. godine (u tis. EUR)

Izvor: izrada autora

Sva promatrana hotelska poduzeća povećala su svoju ukupnu imovinu u razdoblju od 2012. godine do 2015. godine. Pri tome, najvećom ukupnom imovinom raspolaže Valamar Riviera d.d., te ju slijedi Maistra d.d. i Plava Laguna d.d. Navedena poduzeća također imaju veću ukupnu imovinu od prosjeka, a isto tako veću imovinu od prosjeka imaju Istraturist Umag d.d., Solaris d.d. i Jadranka hoteli d.o.o., ali tek 2015. godine.

4.2.4. Broj zaposlenih



Grafikon 11.: Broj zaposlenih (zadnji podaci) u promatranim hotelskim poduzećima

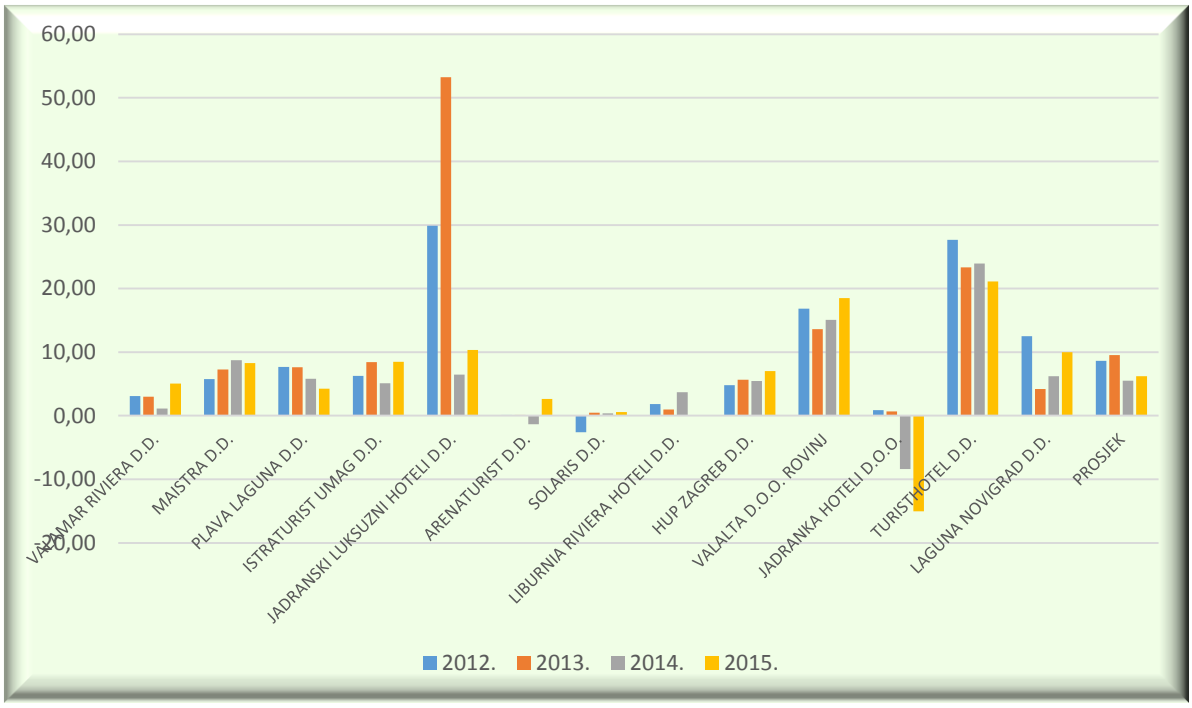
Izvor: izrada autora

Valamar Riviera d.d. ima najveći broj zaposlenih među promatranim hotelskim poduzećima. Slijede ju Maistra d.d., Istraturist Umag d.d., Plava Laguna d.d. i Jadranski luksuzni hoteli d.d. za koje možemo reći da imaju zaposlen iznadprosječan broj zaposlenih među promatranim hotelskim poduzećima.

4.2.5. ROE – rentabilnost vlastitog kapitala

ROE (engl. *return on equity*) je povrat od uloženog vlastitog kapitala, pokazatelj rentabilnosti odnosno profitabilnosti vlastitog kapitala.

Navedeni pokazatelj pokazuje kolika je dobit po kuni uloženog kapitala. ROE je i dobar pokazatelj brzine rasta poduzeća jer se smatra da ukupni prihodi ne mogu rasti po stopi većoj od trenutnog iznosa ROE, osim zaduživanjem kod banaka. Obično se smatra da je ROE od 15% prosjek za dobro poduzeće.



Grafikon 12.: ROE u promatranim hotelskim poduzećima u RH u razdoblju 2012-2015. (u %)

Izvor: izrada autora

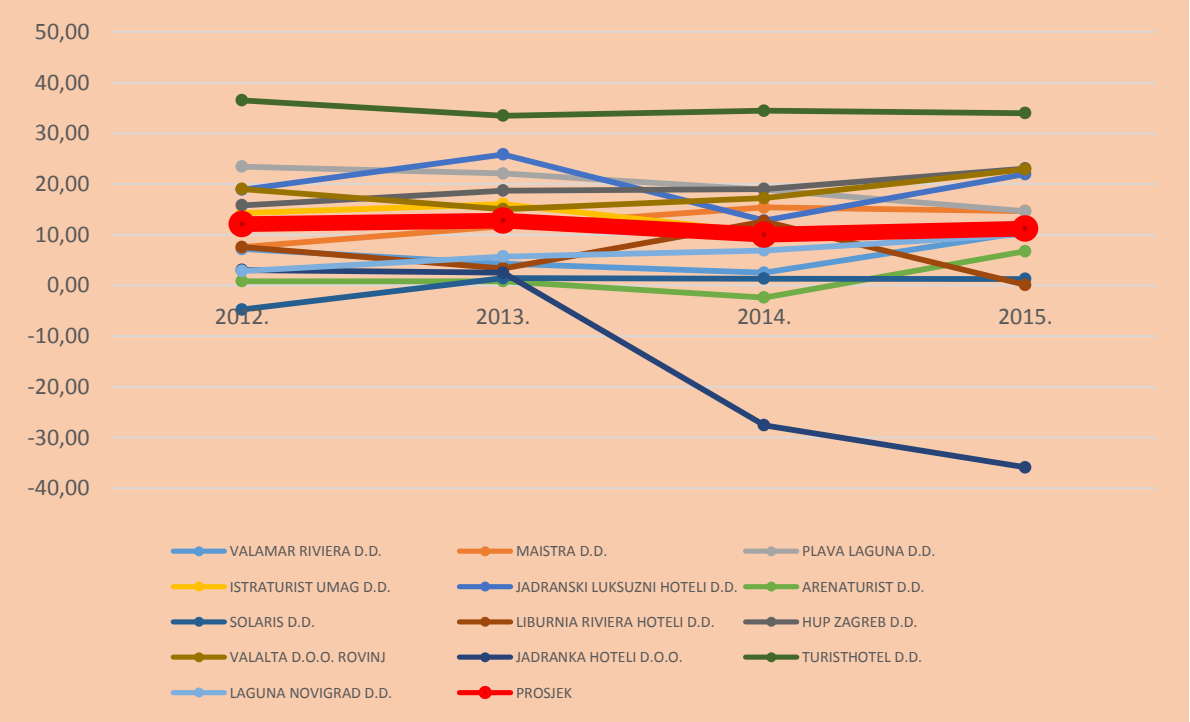
ROE u 2013. godini za Jadranske luksuzne hotele je bio čak preko 50%. Iznad prosjeka promatranih hotelskih kuća nalazi se još Turisthotel d.d., Laguna Novigrad 2012. i 2015. godine te Valalta d.o.o. Rovinj.

4.2.6. Profitna marža

Neto profitna marža mjeri neto dobit uvećanu za kamate u odnosu na ukupne prihode. Ovaj pokazatelj govori koliko novčanih jedinica poduzeću ostaje od prodaje nakon što se izuzmu svi troškovi, osim kamata.

Bruto profitna marža odražava odnos cijene, obujma roba i troškova. Razlika u izračunu bruto profitne marže (Gross profit margin) i neto profitne marže je u obuhvatu poreza u brojniku pokazatelja. Također, tražena vrijednost pokazatelja je bolja što je veća.

Profitna marža promatranih hotelskih poduzeća u RH u razdoblju 2012-2015. godine prikazana je u grafikonu 13.



Grafikon 13.: Profitna marža u promatranim hotelskim poduzećima u RH u razdoblju 2012-2015. (u %)

Izvor: izrada autora

Najveću profitnu maržu, koji se kroz sve četiri promatrane godine kreće oko 34%, ima hotelsko poduzeće Turisthotel d.d.

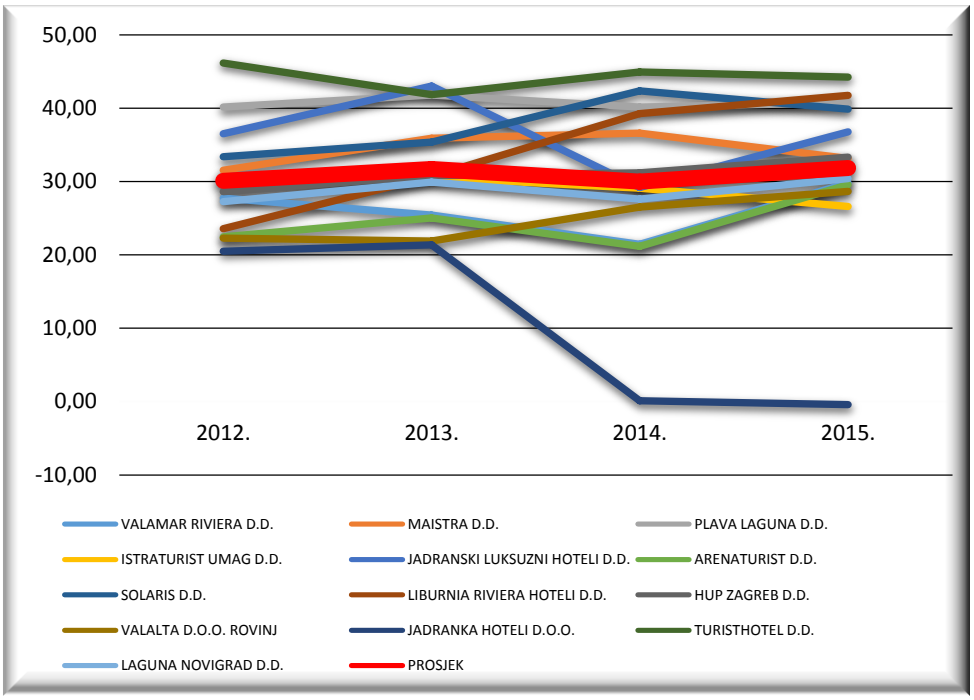
Plava Laguna d.d., Jadranski luksuzni hoteli d.d., HUP-ZAGREB d.d., Valalta d.o.o. Rovinj također imaju vrijednost profitne marže iznad prosjeka promatranih hotelskih poduzeća, a koji se kreće oko 11%. Najlošiji pokazatelj profitne marže ima hotelsko poduzeće Jadranka hoteli d.o.o. čija profitna marža ima negativan trend od 2013. godine, a pokazatelj ima negativni predznak.

4.2.7. EBITDA pokazatelj

EBITDA pokazateljem se utvrđuje koliki postotak dobitka prije kamata, poreza i amortizacije ostaje gospodarskom subjektu po svakoj jedinici (kuni) poslovnih prihoda (EBITDA marža). Veća je vrijednost EBITDA marže povoljnija, jer takvim gospodarskim subjektima ostaje veći

dio prihoda nakon pokrića poslovnih troškova u odnosu na one koji ostvaruju niže vrijednosti ovog pokazatelja.

Kretanje EBITDA pokazatelja u razdoblju 2012. do 2015. godine, kao i prosjek kretanja EBITDA pokazatelja kod promatranih hotelskih poduzeća, prikazano je grafikonom 14.



Grafikon 14.: EBITDA u promatranim hotelskim poduzećima u RH u razdoblju 2012-2015. (u %)

Izvor: izrada autora

Kroz promatrano razdoblje 2012. do 2015. godine, hotelsko poduzeće Turisthotel d.d. ima najbolji EBITDA pokazatelj, koji se u prosjeku kretao oko 44% i bio daleko iznad prosjeka promatrane grupacije. To znači da je Turisthotelu d.d. ostao veći dio prihoda nakon pokrića poslovnih troškova, u odnosu na druga promatrana hotelska poduzeća koja su imala nižu vrijednost ovog pokazatelja.

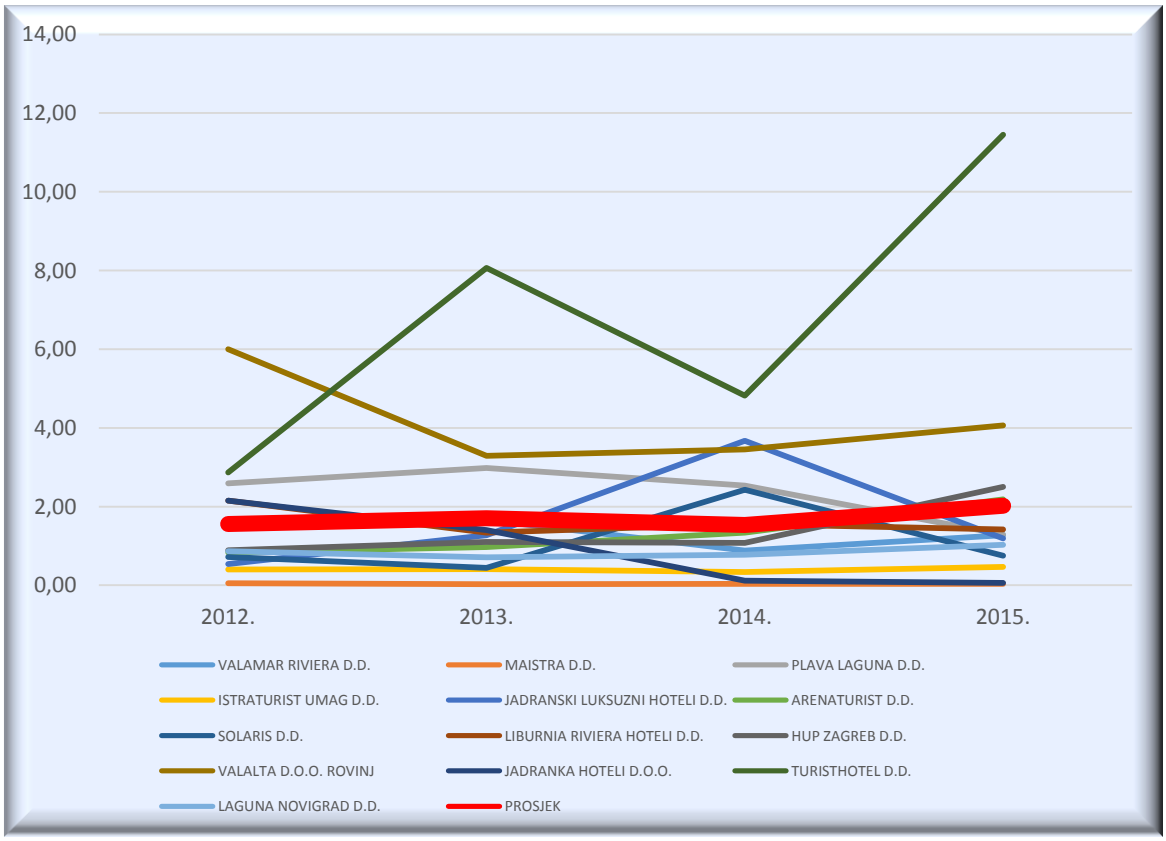
Plava Laguna d.d., Jadranski luksuzni hoteli d.d., Solaris d.d., Maistra d.d. i Liburnia hoteli d.d. su imali nižu vrijednost pokazatelja EBITDA od Turisthotela d.d., međutim vrijednost pokazatelja je u promatranom razdoblju bila iznad prosjeka promatranih poduzeća.

Jadranka hoteli d.d. ima najlošiju vrijednost EBITDA pokazatelja u promatranom razdoblju koja ima negativni trend i u 2015. godini čak negativan predznak pokazatelja.

4.2.8. Pokazatelj likvidnosti

Likvidnost je zapravo sposobnost poduzeća da svojim prihodima podmiruje svoje obveze u određenom vremenskom razdoblju, a pokazatelj likvidnosti nam pokazuje kolika je navedena sposobnost.

U grafikonu 15. je prikazano kretanje koeficijenta likvidnosti u razdoblju 2012-2015. godine za promatrana hotelska poduzeća u RH.



Grafikon 15.: Pokazatelj likvidnosti u razdoblju 2012-2015. za promatrana hotelska poduzeća u RH

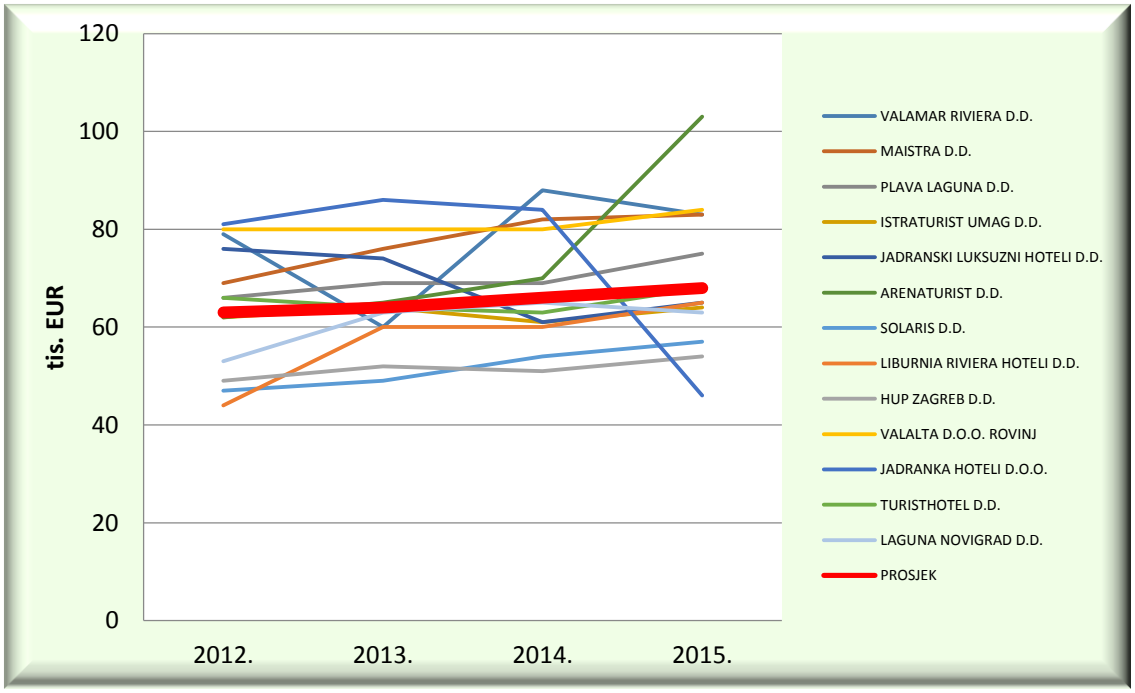
Izvor: izrada autora

Turisthotel d.d. i kod ovog pokazatelja ima najveću vrijednost pokazatelja koja ima trend rasta. Iznadprosječni pokazatelj likvidnosti imaju još Valalta d.o.o. Rovinj, Plava Laguna d.d., te Jadranski luksuzni hoteli d.d. i Solaris d.d., ali samo u 2014. godini.

Ostatak promatranih hotelskih poduzeća imaju manju vrijednost pokazatelja od prosjeka svih promatranih poduzeća, a Jadranka hoteli d.d. i kod ovog pokazatelja ima negativan trend u promatranom razdoblju.

4.2.9. Poslovni prihodi po zaposlenom

U potpoglavlju 4.2.4 uspoređen je broj zaposlenih po pojedinom promatranom hotelskom poduzeću. Tako Valamar Riviera d.d. ima najveći broj zaposlenih među promatranim hotelskim poduzećima, a slijede ju Maistra d.d., Istraturist Umag d.d., Plava Laguna d.d. i Jadranski luksuzni hoteli d.d. za koje se može reći da imaju zaposlen iznadprosječan broj zaposlenih među promatranim hotelskim poduzećima.



Grafikon 16.: Kretanje poslovnih prihoda po zaposlenom u razdoblju 2012-2015. godine u promatranim hotelskim poduzećima (u tis. EUR)

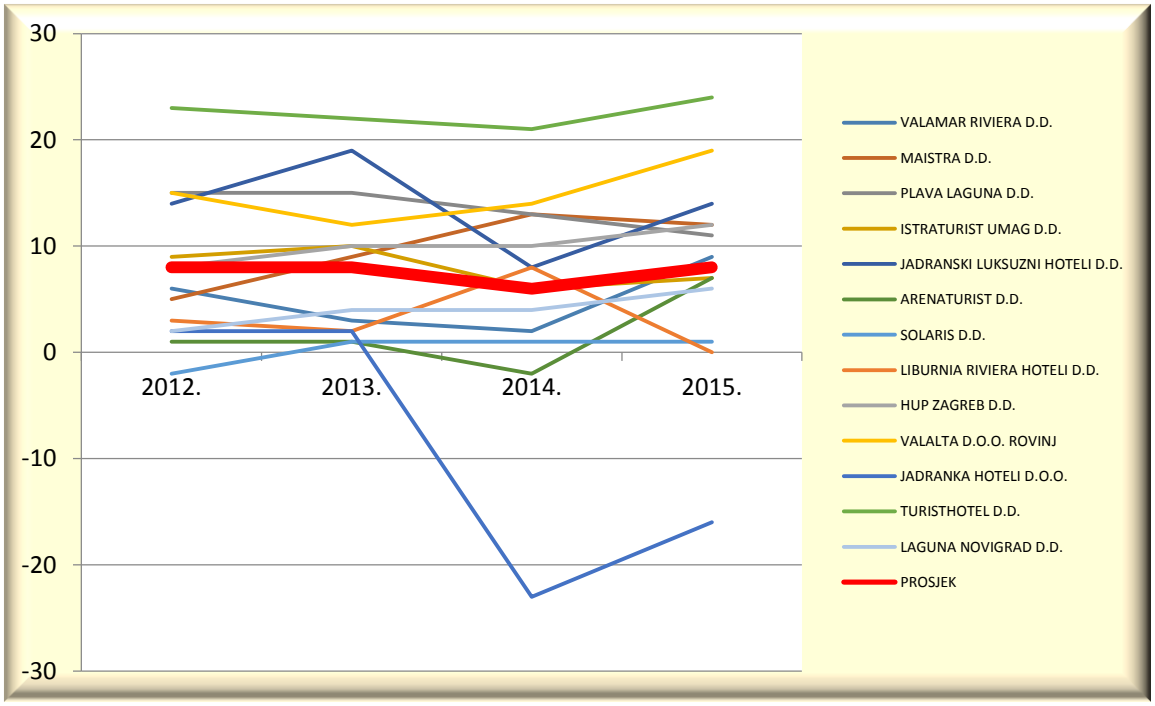
Izvor: izrada autora

Uzlazni trend kretanja prihoda po zaposlenom je najuočljiviji kod Arenaturist d.d., što je posebno uočljivo u razdoblju od 2014. do 2015. godine.

Prihode po zaposlenom, koji su iznad prosjeka promatranih hotelskih poduzeća, imaju još Turisthotel d.d., Maistra d.d., Turisthotel d.d., Valamar Riviera d.d. Jadranski luksuzni hoteli su do 2014. godine imali prihod po zaposlenom koji je bio iznad prosjeka promatranih hotelskih poduzeća, međutim, u od 2014. do 2015. godine je prihod po zaposlenom smanjen i nalazio se ispod prosjeka promatranih hotelskih poduzeća.

Iako su Jadranka hoteli d.d. u razdoblju 2012. do 2014. godine imali najveći prihod po zaposlenom među promatranim hotelskim poduzećima, on je u 2015. godini naglo smanjen, te su Jadranka hoteli d.d. u 2015. godini imali najmanji prihod po zaposlenom među promatranim hotelskim poduzećima.

4.2.10. Profit po zaposlenom



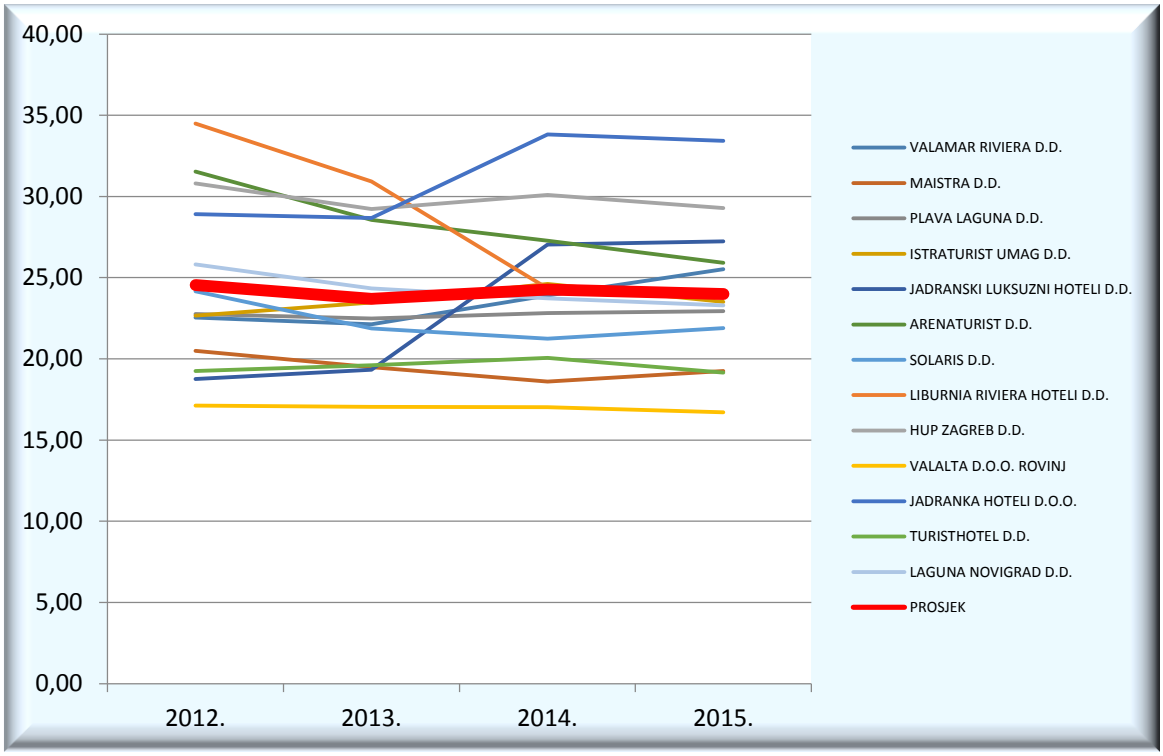
Grafikon 17.: Kretanje profita po zaposlenom u razdoblju 2012-2015. godine u promatranim hotelskim poduzećima (u tis. EUR)

Izvor: izrada autora

Turisthotel d.d. je hotelsko poduzeće koje je u razdoblju 2012. do 2015. godine imalo najveći profit po zaposlenom i u ovoj kategoriji bilo najuspješnije poduzeće među promatranim hotelskim poduzećima.

Profit po zaposlenom koji je iznad prosjeka promatranih hotelskih poduzeća imali su još Plava Laguna d.d., Valalta d.o.o. Rovinj, Maistra d.d., HUP-ZAGREB d.d. i Istraturist Umag d.d. Ostala promatrana poduzeća imala su u promatranom razdoblju profit po zaposlenom niži od prosjeka promatranih hotelskih poduzeća, a Jadranka hoteli d.o.o. i u ovoj kategoriji ima najslabiji rezultat te u razdoblju 2013. do 2015. godine ne ostvaruje profit po zaposlenom već gubitak.

4.2.11. Odnos troškova za zaposlenike i poslovnog prihoda



Grafikon 18.: Odnos troškova za zaposlenike i poslovnog prihoda kod promatranih hotelskih poduzeća u razdoblju 2012-2015. godine (u %)

Izvor: izrada autora

Najmanji udio troškova za zaposlenike u poslovnom prihodu, u razdoblju 2012. do 2015. godine, ima Valalta d.o.o. Rovinj.

Prosječni udio troškova za zaposlenike u poslovnom prihodu kod promatranih hotelskih poduzeća u razdoblju 2012. do 2015. godine se kreće od 23-24%

Ispodprosječan odnos udjela troškova za zaposlenike u poslovnom prihodu, odnosno manje troškove za zaposlenike u promatranom razdoblju ostvaruju Maistra d.d., Arenaturist d.d., Valamar Riviera d.d., Solaris d.d., Turisthotel d.d., Plava Laguna d.d..

Najveći udio troškova za zaposlenike u odnosu na poslovne prihode ima hotelsko poduzeće Jadranka hoteli d.d.

5. ZAKLJUČAK

Cilj ovog završnog rada bio je analizirati položaj hotelske industrije u Hrvatskoj kroz konkretne primjere i financijskih pokazatelja hotelskih poduzeća u Hrvatskoj.

Analiziranjem financijskih izvještaja stvara se informacijska podloga za potrebe donošenja ulagačkih, upravljačkih i svih drugih odluka.
Stavljanjem jedne ekonomske veličine u odnos s drugom ekonomskom veličinom dobiva se financijski pokazatelj. S obzirom na vremensku dimenziju, financijski pokazatelji se mogu podijeliti na dvije skupine. Jedna skupina financijskih pokazatelja obuhvaća razmatranje poslovanja poduzeća unutar određenog vremenskog razmaka i temelji se na podacima iz izvještaja o dobiti, dok se druga skupina financijskih pokazatelja odnosi na točno određeni trenutak koji se podudara s trenutkom sastavljanja bilance i govori o financijskom položaju poduzeća u tom trenutku.
Pokazatelji su nositelji informacija koji su potrebni za upravljanje poslovanjem i razvojem poduzeća. Razlikuju se nekoliko skupina financijskih pokazatelja: pokazatelji likvidnosti, pokazatelji zaduženosti, pokazatelji aktivnosti, pokazatelji ekonomičnosti, pokazatelji profitabilnosti, pokazatelji investiranja.

Položaj hotelske industrije u Hrvatskoj u radu je analiziran kroz financijske pokazatelje trinaest vodećih hotelskih poduzeća u Hrvatskoj, a to su: Valamar Riviera d.d., Maistra d.d., Plava Laguna d.d., Istraturist Umag d.d., Jadranski luksuzni hoteli d.d., Arenaturist d.d., Solaris d.d., Liburnia riviera hoteli d.d., HUP-Zagreb d.d., Valalta d.o.o. Rovinj, Jadranka hoteli d.o.o., Turisthotel d.d., Laguna Novigrad d.d.
Hotelijerstvo je, na prvi pogled, djelatnost kao i svaka druga, vezana za hotel i ono što se događa u hotelu (smještaj, odmor i sl.). Međutim, sa stajališta značaja i uloge ove djelatnosti i njenog multiplikativnog utjecaja na druge djelatnosti gospodarstva, hotelijerstvo je djelatnost sa mnogim specifičnostima. To je jedna od ekonomski najznačajnijih dijelova turističke djelatnosti jer zapošljava daleko više djelatnika i stvara više prihoda ili dobiti po jedinici kapaciteta od drugih vrsta turističkog smještaja.
Iako hrvatsko hotelijerstvo karakterizira nedostatna razina kvalitete usluga, nepovoljna struktura i niska iskorištenost kapaciteta, hrvatsko hotelijerstvo se u posljednjim godinama

razvija i stalno unapređuje, ali su investicije još uvijek usmjerene na obnovu postojećih hotela i relativno se malo gradi novih hotela.
Jedna od otežavajućih okolnosti za hotelijere u Hrvatskoj je izuzetno izražena tzv. sezonalnost, odnosno sezonsko poslovanje te se trebaju uložiti dodatni napori za produženje sezone, odnosno ostvarenje cjelogodišnje sezone.

U trinaest vodećih hotelskih kuća u Hrvatskoj analizirani su financijski pokazatelji u razdoblju 2012. do 2015. godine i to operativni prihodi, neto dohodak, ukupna imovina, broj zaposlenih, ROE – rentabilnost vlastitog kapitala, profitna marža, EBITDA pokazatelj, pokazatelj likvidnosti, poslovni prihodi po zaposlenom, profit po zaposlenom i odnos troškova za zaposlenike i poslovnog prihoda.
Nakon provedene analize, ovisno o analiziranom pokazatelju, izmjenjuju se hotelska poduzeća kao više uspješna i malo manje uspješna, međutim, ono što je zapaženo kod za hotelsko poduzeće Jadranka hoteli d.d. je da za navedeno poduzeće svi pokazatelji imaju negativan trend te bi poduzeće trebalo poduzeti dodatne napore i aktivnosti kako bi preokrenulo sadašnji trend.

LITERATURA

1. Adriatic LuxuryHotels, raspoloživo na: http://www.adriaticluxuryhotels.com/hr/o-nama
2. Aminess, raspoloživo na: http://www.aminess.com/hr/o-aminessu
3. Arenaturist d.d., raspoloživo na: http://www.arenaturist.hr/o_nama
4. Bunja, Đ. (2006.): Turističko ugostiteljstvo, Zadar: Sveučilište u Zadru
5. Croatia Camping Union: Naturistički kamp Valalta, raspoloživo na: http://www.camping.hr/hr/kampovi/valalta
6. Čizmić, M. (2014.): Hotelijerstvo u Hrvatskoj i potencijal za ženske karijere, raspoloživo na: http://www.womeninadria.com/hotelijerstvo-u-hrvatskoj-potencijal-za-zenske-karijere/
7. Grubišić, D. (2004.): Poslovna ekonomija, Split: Ekonomski fakultet
8. Grupa Jadranka, raspoloživo na: http://www.jadranka.com/
9. HUP-ZAGREB d.d., raspoloživo na: http://www.hupzagreb.com/assets/2016/HUP%20CP_2016_CRO_web.pdf
10. Istraturist Umag d.d., raspoloživo na: http://www.istraturist.com/hr/o-nama
11. Maistra d.d., raspoloživo na: http://www.maistra.com/hr/
12. Ministarstvo turizma, raspoloživo na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=371
13. Ministarstvo turizma: Statistički podaci, raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/015_160407_XII.pdf
14. Mirošević, H. (2015.): Sektorske_analize turizam, Zagreb: Ekonomski institut Zagreb, raspoloživo na: http://www.eizg.hr/hr-HR/Sektorske-analize-993.aspx
15. Plava laguna d.d., raspoloživo na: http://biz.plavalaguna.hr/hr/o-nama
16. Shim, J. K., Siegel, J.G., (2007.): Upravljačke financije, Zagreb: Zgombić& Partneri
17. Turisthotel d.d. Zadar, raspoloživo na: http://turisthotel.com.hr/files/uploads/godisnji_rev_izv_2015-kom.pdf
18. Valamar Hotels&Resorts, raspoloživo na: http://www.valamar.com/hr/
19. Vidučić, Lj. (2008.): Financijski menadžment, Split: Sveučilište u Splitu
20. Zagrebačka burza: Prospekti, raspoloživo na: http://zse.hr/userdocsimages/prospekti/LRH-prospekt.pdf

21. Žager K., et al., (2008.): Analiza financijskih izvještaja, 2. prošireno izdanje, Zagreb: Masmedia

POPIS GRAFIKONA, SLIKA I TABLICA

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1.: Ukupan broj hotela po županijama u Republici Hrvatskoj na dan 01.07.2016. godine 18
Grafikon 2.: Struktura hotelskog smještaja u Republici Hrvatskoj 18
Grafikon 3.: Udjel noćenja po vrstama objekata za smještaj u Republici Hrvatskoj u 2015. godini 19
Grafikon 4.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2012-2015. godine (u tis. EUR) 32
Grafikon 5.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u RH u 2012. godini (u tis. EUR) 33
Grafikon 6.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u RH u 2013. godini (u tis. EUR) 33
Grafikon 7.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u RH u 2014. godini (u tis. EUR) 34
Grafikon 8.: Poslovni prihodi hotelskih poduzeća u RH u 2015. godini (u tis. EUR) 34
Grafikon 9.: Neto dohodak promatranih hotelskih poduzeća u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2012-2015. godine (u tis. EUR) 35
Grafikon 10.: Ukupna imovina promatranih hotelskih poduzeća u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2012-2015. godine (u tis. EUR) 36
Grafikon 11.: Broj zaposlenih (zadnji podaci) u promatranim hotelskim poduzećima 37
Grafikon 12.: ROE u promatranim hotelskim poduzećima u RH u razdoblju 2012-2015. (u %) 38
Grafikon 13.: ROE u promatranim hotelskim poduzećima u RH u razdoblju 2012-2015. (u %) 39
Grafikon 14.: EBITDA u promatranim hotelskim poduzećima u RH u razdoblju 2012-2015. (u %) 40
Grafikon 15.: Pokazatelj likvidnosti u razdoblju 2012-2015. za promatrana hotelska poduzeća u RH 41
Grafikon 16.: Kretanje poslovnih prihoda po zaposlenom u razdoblju 2012-2015. godine u promatranim hotelskim poduzećima (u tis. EUR) 42
Grafikon 17.: Kretanje profita po zaposlenom u razdoblju 2012-2015. godine u promatranim hotelskim poduzećima (u tis. EUR) 43

Grafikon 18.: Odnos troškova za zaposlenike i poslovnog prihoda kod promatranih hotelskih poduzeća u razdoblju 2012-2015. godine (u %)..... 44

POPIS SLIKA

Slika 1.: Valamar lacroma Dubrovnik Hotel..... 22

POPIS TABLICA

Tablica 1.: Broj hotela u pojedinim županijama u Republici Hrvatskoj (stanje 01.07.2016.). 17
Tablica 2.: Deset najvećih trgovačkih društava u hotelijerstvu u Republici Hrvatskoj prema prihodima u 2014. godini 20