STATISTIČKA ANALIZA POSLOVANJA HOTELA VELARIS d.o.o.

Petrinović, Maja

Undergraduate thesis / Završni rad

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:124:658566

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET SPLIT

ZAVRŠNI RAD

STATISTIČKA ANALIZA POSLOVANJA HOTELA VELARIS d.o.o.

Mentor:

prof.dr.sc. Snježana Pivac

Student:

Maja Petrinović

Matični broj: 1120298

Split, kolovoz 2016.

1. UVOD 3
1.1. Definicija problema istraživanja 3
1.2. Cilj istraživanja 3
1.3. Metode rada 3
1.4. Struktura (sadržaj) rada 3
2. POSLOVANJE HOTELA VELARIS D.O.O. 4
2.1. Kratki prikaz stanja financijskih izvještaja hotela Velaris d.o.o. 2015. godine 11
3. ANALIZA POSLOVANJA HOTELA VELARIS D.O.O. 13
3.1. Teorijski aspekti turizma i ugostiteljstva 14
3.2. Stanje turizma i ugostiteljstva u Republici Hrvatskoj 15
3.3. Statistička analiza poslovanja hotela Velaris d.o.o. 19
3.3.1. Teorijske odrednice statističke analize poslovanja gospodarskog subjekta 20
3.4. Statistička analiza ključnih računovodstvenih financijskih izvještaja hotela Velaris d.o.o. 20
3.4.1. Horizontalna analiza bilance hotela Velaris d.o.o. 20
3.4.2. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka hotela Velaris d.o.o. 24
3.4.3.Vertikalna analiza bilance Hotela Velaris d.o.o……...24
3.4.4.Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka……25
3.5. Analiza hotela po broju noćenja gostiju hotela Velaris d.o.o. 29
3.6. Analiza gostiju hotela Velaris d.o.o. prema porijeklu gostiju 30
3.7. Analiza gostiju hotela Velaris d.o.o. po spolu 31
3.8. Analiza gostiju hotela Velaris d.o.o. po starosti……..32
4. ZAKLJUČAK I PREPORUKE U SVEZI DALJNJEG POSLOVANJA 34
LITERATURA 35
POPIS SLIKA I TABLICA 36
SAŽETAK/SUMMARY……...38

1. UVOD

1.1. Definicija problema istraživanja

U RH gdje je turizam jedan od glavnih strateških grana važno je utvrditi i analizirati poslovanje hotelskih poduzeća. Predmet istraživanja u ovom završnom radu je poslovanje hotela Velaris d.o.o.

1.2. Cilj istraživanja

Cilj ovog završnog rada je analizirati uspješnost poslovanja hotela Velaris d.o.o. te na temelju analize donijeti zaključke i preporuke za daljnje poslovanje.

1.3. Metode rada

U radu će se koristiti metode analize stručne i znanstvene literature, te će se na sekundarnim podacima primijeniti odgovarajuće statističke metode.

1.4. Struktura (sadržaj) rada

U uvodu ovog završnog rada se izlaže metodologija ovog završnog rada. Nakon toga slijedi izlaganje poslovanja hotela Velaris d.o.o., te analiza poslovanja hotela. U trećem dijelu ovog rada se provodi statistička analiza poslovanja poslovanja hotela Velaris d.o.o., te se na kraju rada daje zaključak sa najvažnijim informacijama i preporukama u svezi rada ovog hotela.

2. POSLOVANJE HOTELA VELARIS D.O.O.

Hotel Velaris d.o.o. – za turizam i ugostiteljstvo, se nalazi u slikovitoj uvali Vela Luka, u zapadnom dijelu Supetra na otoku Braču u Hrvatskoj, što predstavlja idealno mjesto za istinsko opuštanje i zabavu. (Slika 1.)

Na slici 1 prikazan je Hotel Velaris d.o.o.

Slika 1. Hotel Velaris d.o.o.

Izvor: Velaris d.o.o., www.velaris.hr/o-nama.html (13.08.2016.)

Hotel Velaris d.o.o. je u sudskom registru upisan kao društvo s ograničenom odgovornošću za turizam i ugostiteljstvo u gradu Supetru (Grad Supetar), Put Vele Luke 10.[1]

Temeljni kapital ovog hotelskog poduzeća je 21.637.600,00 kn, a predmet poslovanja

- Promidžba
- Pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka i pružanje smještaja

[1] Dostupno na: www.velaris.hr (13.08.2016.)

- Kupnja i prodaja robe
- Obavljanje trgovačkog posredovanja na domaćem i inozemnom tržištu
- Pružanje usluga u nautičkom, seljačkom, zdravstvenom, kongresnom, …i drugim oblicima turizma
- Međunarodno otpremništvo
- Računovodstvene i knjigovodstvene usluge, porezno savjetovanje
- Organiziranje kulturno zabavnih priredbi i sportskih aktivnosti
- Iznajmljivanje plažnih rekvizita
- Privatna zaštita
- Javni prijevoz putnika i tereta u unutarnjem i međunarodnom cestovnom prometu
- Prerada i konzerviranje voća i povrća
- Proizvodnja ulja
- Proizvodnja i promet grožđa za vino
- Mjenjački poslovi.[2]

Navedeno pokazuje koliko je Velaris d.o.o. uspio u težnji za primjenom većih obujma poslovanja. Velaris d.o.o. osim pružanja kvalitetne usluge smještaja gostima nudi i proizvodnju ekološki uzgojene hrane!

Hotel Velaris trenutno ima 15 stalno zaposlenih osoba, a posluje u djelatnosti turizma, ugostiteljstva i hotela.[3] Velaris Resort je smješten u Supetru, na otoku Braču, što ga čini još privlačnijim stranim turistima ali i domaćim turistima koji najčešće za vrijeme ljetne sezone traže odmor upravo na ovom otoku.

Kako je Velaris d.o.o. od centra Supetra udaljen samo 1.000 metara, on predstavlja idealu priliku gostima da upravo ovom hotelu pruže 'priliku' da iskaže svoje vještine zadovoljavanja očekivanja, želja i potreba različitih gostiju.

Pristup hotelu je moguć zrakoplovom, automobilom, autobusom, vlakom i naravno trajektom. Kako je za pristup otoku potrebna kupnja karte za trajekt od strane gostiju, hotel ponekad gostima daje akcije povoljnijih cijena trajekta, u suradnji s drugim poduzećima.

---

[2] https://sudreg.pravosudje.hr/registar/f?p=150:28:0::NO:28:P28_SBT_MBS:080377334 (19.08.2016.)
[3] Dostupno na: www.velaris.hr (13.08.2016.)

Ovu situaciju hotel uvelike koristi i prikazuje kao prednost, a ne nedostatak. Naime, u promociji hotela Velaris d.o.o. koristi se isticanje pozitivnog iskustva putovanja trajektom, što gostima pruža posebnu priliku da iako možebitno nisu imali u vidu putovanje morem, to ipak iskuse.

Prilikom provedbe anketa koje je hotel Velaris d.o.o. do sada provodio sa svrhom ispitivanja mišljenja gostiju te razine njihova zadovoljstva pruženom uslugom, i dakako, cjelokupnim iskustvom boravka na Braču (Supetar), rezultati analiza podataka prikupljenih na temelju mnogih provedenih anketnih upitnika su pokazali kako gosti okolnost toga što je na Brač, odnosno do hotela Velaris moguće doći isključivo trajektom – smatraju itekako pozitivnim iskustvom.

Na slici 2 prikazan je logo hotela Velaris d.o.o.

Slika 2. Velaris d.o.o.

Izvor:Velaris d.o.o., www.velaris.hr

Velaris Resort ima prekrasne vrtove koji su, kako stoji na njihovim web stranicama ispunjeni mirisom borovine, ružmarina i lavande, zvukom mora i prekrasnim šljunčanim i pješčanim plažama.[4]

Već je iz priloženog moguće primijetiti pristup hotela Velaris po pitanju tendencije na iskorištavanju prilika iz svoje poslovne i društvene okoline, koju Velaris ističe pred (potencijalnim) gostima i na taj način nastoji stvoriti ideju o pozitivnim iskustvima u hotelu.

Velaris je odabir za mladence na medenom mjesecu, obitelji s djecom, grupe i parove koji su u potrazi za zabavom i opuštanjem tijekom svog boravka u Hrvatskoj.[5]

Velaris nudi mnoge vrste smještaja (o kojima se više govori u kasnijem tekstu).

[4] http://www.velaris.hr/o-nama.html

[5] http://www.velaris.hr/o-nama.html

Još jedna od stavki po kojima je ovaj hotel karakterističan te upravo zbog toga dodatno i cijenjen, je ta što se hrana koju hotel nudi svojim gostima ne kupuje! Naime Velaris Resort d.o.o. hranu kao što je primjerice voće i lubenica ne kupuje, nego ih uzgaja u svojim poljima.

Menadžment hotela Velaris d.o.o. je prilikom osmišljavanja strategije poslovanja i nastupa na tržištu svojom stručnošću uspio postići visoku razinu privlačnosti od strane gostiju.

Upravo je ovaj primjer uzgoja voća i povrća najbolji primjer koji prikazuje način poslovanja hotela Velaris. Gosti i svi zainteresirani za suradnju s ovim hotelom (suradnju u bilo kojem kontekstu, tj. sa bilo kojom svrhom) upravo ovakav pristup vide kao ogromnu prednost hotela. Izravan pristup gostima, te iznimno visoko poštovanje kvalitete usluge ovaj hotel uzdiže nad svim hotelima koji posluju na ovom otoku, ali i šire.

Hotel između ostaloga proizvodi vlastite domaće džemove, peče vlastiti kruh, peciva i kolače te proizvodi vlastito maslinovo ulje.

Velaris je vlasnik maslinika s više od 4.500 stabala maslina. Svake godine izrađuje vlastito hladno prešano ekstra djevičansko maslinovo ulje koje je dobitnik zlatne medalje, a koje Chef koristi za pripremu izvrsnih jela.[6]

Ne samo da Velaris svoje džemove i maslinovo ulje poslužuje u hotelskom restoranu, već ih i prodaje gostima hotela u u suvenirnici ili na recepciji hotela.

Tako je moguće kupiti ekstra djevičansko maslinovo ulje i domaće voćne džemove spravljene prema receptu glavnog Chefa kuhinje (džem od smokava, šljiva, mandarina i grejpa), te sušenu lavandu ubranu u Velaris vrtovima.[7]

Uz veliku ponudu hotela, pogotovo u današnje vrijeme intenzivnog razvoja turizma i ugostiteljstva u ovim područjima (Hrvatska i Mediteran), upravo ovakva filozofija u svezi poslovanja čini veliku prednost prilikom izbora hotela u kojem će gost odsjesti.

---

[6] http://www.velaris.hr/eko-uzgoj-povrca.html
[7] Dostupno na: www.velaris.hr (13.08.2016.)

Velaris Resort d.o.o. osim pružanja usluga smještaja gostima nudi i sljedeće usluge[8]:

- ✓ Središnji restoran s terasom
- ✓ Restoran i bar na plaži
- ✓ Bar u predvorju hotela
- ✓ Otvoreni bazen
- ✓ Mali dio bazena pogodan za djecu
- ✓ Besplatne ležaljke za sunčanje
- ✓ Suncobrane i ručnike na bazenu (s depozitom)
- ✓ Ležaljke za sunčanje na plaži (s nadoplatom)
- ✓ Terasu za koktele
- ✓ Sobu za konferencije i malu sobu za sastanke
- ✓ Internet kutak
- ✓ Besplatni bežični Internet
- ✓ Usluge pranja rublja
- ✓ Wellness centar s raznim tretmanima (masaža, pedikura, manikura)
- ✓ Teretana
- ✓ Sauna
- ✓ Jacuzzi.

Hotel Velaris d.o.o. poslovanje vodi u tri poslovna objekta:

1. **Hotel Amor 4***
2. **Vila Vela Luka 4***
3. **Paviljoni 3***

Hotel Amor[9]

Hotel Amor je moderan hotel s imenom Amor, a osnovan je na temeljima prethodno postojećeg hotela Lučica. Amor je kreativna kombinacija stakla, drva i kamena.

[8] Dostupno na: www.velaris.hr (13.08.2016.)
[9] Dostupno na: www.velaris.hr (13.08.2016.)

Ovaj hotel ima dva apartmana koja su na dva kata (dvokatni apartmani) te 48 dvokrevetnih soba. Sobe su izgrađene 2007. godine, veličine 26-29 m2, sa balkonom odnosno terasom, klima uređajima, mini barom, telefonom, pa čak i sefom te obaveznim Internet pristupom.

Osim toga, ovaj hotel ima apartmane od cca 45m2 koji se nalaze na strani mora, što gostima pruža posebno iskustvo boravka u ovom hotelu.

Na slici 3. prikazana je soba u Hotelu Amor.

Slika 3. Hotel Amor 4*

Izvor:Velaris d.o.o., http://www.velaris.hr/hotel-amor.html

Vila Vela Luka

Zgrada Vile dio je Velaris Resorta, a nalazi se u uvali Vela Luka, samo 20 m od mora i plaže. Zgrada datira s početka 20. stoljeća, a sada je potpuno obnovljena i nosi naziv Vila Vela Luka.[10]

Jedinstvena po arhitekturi i mjestu na kojem je sagrađena, Vila plijeni ljepotom interijera. Kroz njezine velike prozore krajolik "ulazi" unutra, donoseći zelenu jutarnju tišinu, popodnevno blistanje plaže i zavodljivi sjaj zalaska sunca. [11]

[10] http://www.velaris.hr/vila-vela-luka.html

[11] http://www.velaris.hr/vila-vela-luka.html

Ova zgrada ima tri apartmana i 36 dvokrevetnih soba sa četiri zvjezdice, te 8 potpuno novih vrtnih soba idealnih za obitelji.[12]

Sobe ove zgrade su renovirane 2011. godine, a njihov sadržaj je isti sadržaju soba i apartmana u prethodno opisanom hotelu, tj. zgradi.

Paviljoni Vlačica i Vrilo[13]

Paviljoni nude udobne standardne sobe koje se nalaze svega 50 metara od plaže. U ljetnim večerima uz otvoreni prozor može se uživati u umirujućem šumu mora i mirisu borova. Vlačica i Vrilo imaju 60 soba okrenutih prema moru i 15 soba s pogledom na vrt.

Sobe su renovirane 2006. godine, sa veličinom 22,5m2 te sobama od 17m2 sa francuskim krevetom.

Općenito govoreći, hotel Velaris d.o.o. gostima nudi sljedeće aktivnosti[14]:

- Dentalni turizam
- Izlete
- Sportove i ronjenje
- Šaroliku gastronomiju
- Grill Garden Restaurant
- EKO uzgoj povrća
- Spa i wellness
- Različite skupove i događanja.

Iako 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

[12] Dostupno na: www.velaris.hr (13.08.2016.)
[13] Dostupno na: www.velaris.hr (13.08.2016.)
[14] Dostupno na: www.velaris.hr (13.08.2016.)

konkurentni na međunarodnom tržištu.[15] Velaris d.o.o. ovdje čini značajne pomake u kvaliteti poslovanja na ovom – Hrvatskom – području, ali i šire.

2.1. Kratki prikaz stanja financijskih izvještaja hotela Velaris d.o.o. 2015. godine

Hotel Velaris d.o.o. je u 2015. godini ostvario dobitak u iznosu od 358.748.50 kn. Od toga je odlučeno sav ostvareni dobitak u 2015. godini rasporediti u zadržanu dobit.

Poduzeće je iz ranijih godina imalo preneseni gubitak u iznosu 867.169,68 kn, što poduzeće pokriva gore navedenom zadržanom dobiti u cijelosti.

Velaris d.o.o. je u 2015. godini ostvarilo 15.953.437 kn poslovnih prihoda, te 15.492.531 kn poslovnih rashoda, što čini pozitivnu razliku od 460.906 kn dobiti.

Poduzeće je također imalo 150.444 kn financijskih prihoda za istu godinu (2015) te 160.633 kn financijskih rashoda. Za razliku od prethodnog slučaja, ovdje je poduzeće u negativnom rezultatu – u iznosu 10.189 kn.

Poduzeće nema izvanrednih prihoda odnosno rashoda niti udjela u dobiti odnosno gubitku od pridruženih poduzetnika.

Nadalje, u 2015. godini poduzeće ima 16.103.881 kn ukupnih prihoda, te 15.653.164 kn ukupnih rashoda. Dobit odnosno gubitak razdoblja stoga iznosi 358.748 kn.

[15] http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf

U tablici 1 prikazan je račun dobiti i gubitka za poduzetnike hotela Velaris d.o.o.

Tablica 1. Račun dobiti i gubitka za poduzetnike hotela Velaris d.o.o.

Račun dobiti i gubitka za poduzetnike
Za razdoblje: 01.01.2015. - 31.12.2015.

Naziv pozicije	Rbr. bilješke	Prethodna godina	Tekuća godina
I. POSLOVNI PRIHODI		15.184.319	15.953.437
II. POSLOVNI RASHODI		14.793.938	15.492.531
III. FINANCIJSKI PRIHODI		28.111	150.444
IV. FINANCIJSKI RASHODI		32.958	160.633
V. UDIO U DOBITI OD PRIDRUŽENIH PODUZETNIKA		-	-
VI. UDIO U GUBITKU OD PRIDRUŽENIH PODUZETNIKA		-	-
VII. IZVANREDNI - OSTALI PRIHODI		-	-
VIII.IZVANREDNI - OSTALI RASHODI		-	-
IX. UKUPNI PRIHODI		15.212.430	16.103.881
X. UKUPNI RASHODI		14.826.896	15.653.164
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA		385.534	450.717
XII. POREZ NA DOBIT		84.497	91.969
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA		301.037	358.748
Izvještaj o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti (za obveznike primjene MSFI-a)			
I. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA		-	-
II. OSTALA SVEOBUHVATNA DOBIT/GUBITAK PRIJE POREZA		-	-
III. POREZ NA OSTALU SVEOBUHVATNU DOBIT RAZDOBLJA		-	-
IV. NETO OSTALA SVEOBUHVATNA DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA		-	-

Izvor: FINA, rgfi.fina.hr (19.08.2016.)

3. ANALIZA POSLOVANJA HOTELA VELARIS D.O.O.

Kako bi neko poduzeće moglo upravljati tokom svog poslovanja ono mora kontinuirano provoditi analizu svog trenutnog i prošlog poslovanja. Na temelju takvih informacija poduzeća dolaze do informacija na temelju kojih se mogu donositi odluke o budućem planiranju poslovanja te uvođenju eventualnih promjena u to poslovanje.

Bez provedbe analize poduzeće, neovisno o vrsti djelatnosti koju obavlja, ne može sustavno pratiti promjene koje se događaju u poslovanju. Ukoliko je to i moguće, matematički izražene promjene uvijek daju uvelike vjerodostojnije i točnije procjene stanja od pukog promatranja te pretpostavljanja toka poslovanja.

Stoga poduzeća provode dublje i preciznije procjene poslovanja, praćenja toka kretanja aktivnosti te efektivnosti ukupnog poslovanja.

Osim što se prilikom takvih analiza provodi analiza financijskih izvještaja, i to primjerice horizontalna i vertikalna analiza te analiza financijskih pokazatelja poduzeća, provodi se i statistička analiza koja usporedbom dva ili više vremenska razdoblja u poslovanju gospodarskog subjekta daje široku paletu informacija.

Na temelju dobivenih informacija poduzeće može iste staviti u odnos i zatim doći do zaključka o tome što je u prošlosti uzrokovalo takve statističke rezultate kao odgovore na dane okolnosti, te ubuduće promijeniti odnosno prilagoditi svoje poslovanje na način da što je moguće bolje iskoristi prilike i mogućnosti u svojoj okolini.

Već je prethodno spomenuto da hotel Velaris d.o.o. veliku pažnju posvećuje upravo iskorištavanju prilika u svojoj okolini. Iako u prvu ruku možebitno izgleda da statistička analiza poslovanja ovog hotela nema mnogo doticaja sa eko proizvodnjom hotela niti sa načinom promocije hotela, ipak nije tako.

Podaci koje će statistika dati u ovom radu će pokazati zašto i na koji način je dosadašnja promocija točno određenih specifičnosti u okolini ovog hotelskog poduzeća te dosadašnja posebno planirana strategija pristupa tržištu dovela do trenutnih rezultata u određenim vremenskim periodima poslovanja.

S promjenom načina poslovanja, promjenom marketinške strategije, promjenom cijene, odnosno sa promjenom obavljanja procesa prodajnog razgovora osoblja sa gostima, mijenjaju se i statistički pokazatelji.

Statistika predstavlja interpretaciju pojedinih odluka menadžmenta, što je s obje strane vrlo dinamična kategorija promatranja poslovanja nekog poduzeća. Odnosno, predstavlja rezultate implementiranog plana poslovanja u promatranom vremenskom periodu.

3.1. Teorijski aspekti turizma i ugostiteljstva

Ugostiteljstvo je gospodarska djelatnost koja se bavi pripremom i pružanjem usluga smještaja, hrane i pića. Ugostiteljske usluge se pružaju u za to posebno opremljenim i uređenim objektima - koje nazivamo ugostiteljski objekti.[16]

Ugostiteljstvo se osim uslugama smještaja, prehrane i pića bavi i poslovnim aktivnosti u svezi rekreacije, športa, zabave, kulture i drugim. U okviru ugostiteljskih objekata mogu biti različiti sadržaji namijenjeni rekreaciji i bavljenju športom, kao što su bazeni, teniska i druga igrališta, staze za trčanje i slično, a mogu biti organizirane i različite manifestacije zabavnog karaktera, prigodni programi, koncerti ozbiljne glazbe, izložbe slika i slično.[17]

Funkcije ugostiteljstva (koje je uvijek povezano sa hotelijerstvom) se mogu promatrati sa dva aspekta:

1. gospodarski aspekt, te

2. negospodarski aspekt.

---

[16] http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf

[17] http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf

S gospodarskog, ugostiteljstvo se promatra kao pružanje usluga u specifičnim objektima koji su namijenjeni upravo za obavljanje ugostiteljske djelatnosti kojom se taj gospodarski subjekt bavi.

Pored toga, ono ima i kulturološko-sociološku funkciju jer se u ugostiteljskim objektima ostvaruje komunikacija među ljudima iz različitih područja i različitih kultura.

Postanak i način razvitka ugostiteljstva tijekom povijesti odredili su uvjeti gospodarskog i šire društvenog razvitka. Snažan utjecaj na razvitak ugostiteljstva imali su jačanje razmjene dobara, trgovine, prometa i turizma.[18]

3.2. Stanje turizma i ugostiteljstva u Republici Hrvatskoj

O odnosu turizma i ugostiteljstva u Republici Hrvatskoj je uvelike moguće saznati promatranjem stanja na tržištu rada tokom turističke (ljetne) sezone na obali RH.

Ponuda poslova u kategoriji 'turizam i ugostiteljstvo' se u RH povećava sa svakim približavanjem ljetne sezone, što je možda i najbolji pokazatelj kako upravo u vrijeme sezone najveći broj potrebne radne snage odlazi upravo u ovaj sektor tj. djelatnost.

Obzirom na to da je u Republici Hrvatskoj turizam najrazvijeniji baš na obali zemlje, tu se i razvija najveći broj hotelskih komplekasa, gdje hoteli više nego u ostatku Hrvatske imaju priliku rasti i razvijati se zajedno sa razvojem turizma u RH.

No iako turizam, pa samim time i ugostiteljstvo, ima najveću popunjenost kapaciteta baš u ljetnoj sezoni, potražnja za radnom snagom u ovoj djelatnosti ne prestaje ni tokom ostatka godine.

Doduše, većina je investicija usmjerena na obnovu postojećih hotela, a relativno se malo gradi novih hotela. Razlozi za takvo stanje su ekonomske prirode, jer za hotelijerstvo kažemo 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

[18] http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf

duži nego kod ulaganja u druge djelatnosti. I to je, dakle, razlog zašto se relativno malo u Hrvatskoj ulaže u razvoj novih, tzv. greenfield hotelskih investicija'.[19]

Portal Mojposao.hr konstantno nudi pregled poslova u ovoj kategoriji, što između ostalog daje i informaciju o razvijenosti ove djelatnosti u Republici Hrvatskoj.

U sljedećoj tablici se daje pregled indeksa zaposlenih prema djelatnostima (u RH). (Tablica 2.)

No ovdje valja skrenuti pozornost na sljedeće: pod kategorijom 'Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane', što spada pod kategoriju turizma i ugostiteljstva, uspoređuje se broj zaposlenih u 2015. i 2016. godini.

Na temelju prikaza na grafikonu 1, moguće je primijetiti kako zaposlenost raste tokom ljetnih mjeseci u ovoj kategoriji, koja je ključna za tematiku ovog završnog rada.

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.[20]

---

[19] http://www.womeninadria.com/hotelijerstvo-u-hrvatskoj-potencijal-za-zenske-karijere/

[20] http://www.womeninadria.com/hotelijerstvo-u-hrvatskoj-potencijal-za-zenske-karijere/

U tablici 2 prikazani su indeksi kretanja broja zaposlenih po dijelatnostima u RH (2016.)

Tablica 2. Indeks kretanja broja zaposlenih po dijelatnostima u RH (2016.)

		Broj zaposlenih u veljači 2016.[2] *Number of persons in paid employment, February 2016*[2]		Indeksi *Indices*					
				II. 2016. / I. 2016.		II. 2016. / II. 2015.		I.–II. 2016 / I.–I. 2015.	
		ukupno *Total*	žene *Women*	ukupno *Total*	žene *Women*	ukupno *Total*	žene *Women*	ukupno *Total*	žene *Women*
	Ukupno	1 134 681	544 737	99,0	99,0	98,6	99,1	98,4	99,0
A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	20 785	5 489	97,2	97,8	97,9	99,4	97,8	99,3
B	Rudarstvo i vađenje	4 848	677	100,5	102,9	94,6	94,4	92,7	92,5
C	Prerađivačka industrija	204 857	73 036	99,7	99,3	98,0	97,1	97,8	97,0
D	Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija	13 735	2 915	98,5	97,4	97,1	95,8	97,6	97,0
E	Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnost sanacije okoliša	23 830	4 805	99,5	99,4	101,7	102,6	101,3	102,5
F	Građevinarstvo	68 257	7 875	98,2	99,2	95,9	95,2	95,7	95,1
G	Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikla	182 395	100 956	99,3	99,2	97,9	97,9	97,5	97,5
H	Prijevoz i skladištenje	59 746	14 434	99,5	98,8	97,4	97,9	97,2	98,2
I	Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	48 759	26 237	94,0	93,2	100,2	100,4	99,8	100,4
J	Informacije i komunikacije	32 754	11 982	99,4	99,4	96,9	96,2	96,9	96,2
K	Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	39 251	27 169	98,6	98,6	95,4	96,1	95,7	96,4
L	Poslovanje nekretninama	8 056	3 783	98,1	97,3	100,8	97,6	94,9	91,6

Izvor: Državni zavod za statistiku, http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/09-02-01_02_2016.htm

Grafikon 1 prikazuje zaposlene u pravnim osobama od veljače 2015. do veljače 2016.

Grafikon 1. Zaposleni u pravnim osobama od veljače 2015. do veljače 2016.

Izvor: Državni zavod za statistiku, http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/09-02-01_02_2016.ht

Hrvatsko hotelijerstvo još uvijek karakterizira nedostatna razina kvalitete usluga, nepovoljna struktura smještajnih jedinica, niska iskorištenost kapaciteta te velikim dijelom sezonski karakter poslovanja. [21]

Danas je u uvjetima globalizacijskih procesa došlo do znatnog zaokreta u marketinškoj strategiji subjekata hotelske ponude. U prvi se plan sve više postavlja ispravan i korektan odnos prema kupcu koji za dani novac traži potpunu turističku uslugu.[22]

Globalizacijski procesi sve više zahvaćaju sve segmente turističkog tržišta, među kojima se na specifičan način ističe hotelijerstvo. Taj je proces uvjetovao pokretanje postupka integracije hotela na svim razinama. Veoma važnu ulogu za formiranje povoljnih uvjeta u kojima će se odvijati poslovanje u hotelijerstvu, imaju multinacionalne hotelske korporacije.[23]

[21] Dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/09-02-01_02_2016.ht (19.08.2016.)

[22] Biberić, S., (2012), Hrvatsko hotelijerstvo i globalni turizam, 2012.

[23] Biberić, S., (2012), Hrvatsko hotelijerstvo i globalni turizam, 2012.

Hotelijerstvo u RH je karakteristično po nedostatnoj razini kvalitete usluga, nepovoljnoj strukturi i niskoj iskorištenosti 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. [24]

3.3. Statistička analiza poslovanja hotela Velaris d.o.o.

Kako bi se analiza poslovanja ovog hotela obuhvatila ne samo sa aspekta analize profila dosadašnjih gostiju hotela, nego kako bi se dao i prikaz odnosa kretanja stanja financijskih izvještaja hotelskog poduzeća i samih karakteristika gostiju, daje i se i statistička analiza računovodstvenih financijskih izvještaja (horizontalna analiza).

Kao što je već opisivano, statistički podaci se najbolje interpretiraju kada se nalaze u odnosu sa drugim podacima i pokazateljima.

Pošto svaki statistički podatak predstavlja tek presliku realnog stanja nekog elementa koji se pregledava i istražuje, potrebno je rezultate analize gostiju zaokružiti sa rezultatima kretanja promjena u financijskim izvještaja (po godinama).

[24] http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf

3.3.1. Teorijske odrednice statističke analize poslovanja gospodarskog subjekta

Dakle, „statistička analiza podataka omogućava poduzetnicima dobivanje nužnih informacija, koje će omogućiti kvalitetno prepoznavanje i definiranje problema te donošenje odgovarajućih poslovnih odluka za njihovo rješavanje.“[25]

Kao i u ovom radu, za analizu trendova u primjerice poslovanju nekog gospodarskog subjekta, koristi se deskriptivna statistika. Ona podrazumijeva sakupljanje, analizu, interpretaciju i prezentaciju podataka te izradu predviđanja koja se temelje na tim istim podacima.

Pri provođenju statističke analize uopće vrlo je važno da se nakon same obrade i prikaza podataka obrati pozornost na fazu interpretacije. Lako je moguće doći do primjerice pogreške lažne korelacije, tj. krive interpretacije dobivenih rezultata.

Sa svrhom analize poslovanja hotela Velaris Resort d.o.o. u ovom radu se koristi deskriptivna statistika. Provodi se statistička analiza bilance i računa dobiti i gubitka, te analiza broja dolazaka i noćenja gostiju, analiza gostiju po spolu te analiza po dobi.

3.4. Statistička analiza ključnih računovodstvenih financijskih izvještaja hotela Velaris d.o.o.

3.4.1. Horizontalna analiza bilance hotela Velaris d.o.o.

Na osnovu horizontalne analize dolazi se do informacija o tendencijama i dinamici kretanja pojedinih pozicija u financijskim izvještajima. Promjene se mogu izraziti u apsolutnim i relativnim iskazima, na način da se promatraju promjene pozicija financijskih izvještaja iz godine u godinu ili se koristi usporedba sa baznom godinom.[26]

---

[25] www.nastava.foi.hr

[26] Dečman, N., Financijski izvještaji kao podloga za ocjenu sigurnosti uspješnosti poslovanja malih i srednjih poduzeća u RH, Ekonomski pregled, 2012.

Usporedbom izvještaja prethodnih razdoblja menadžment bi morao moći uočiti trendove te sukladno tome i pravodobno reagirati.[27]

Dugotrajna materijalna imovina se kod hotela Velaris u danom razdoblju odnosi na ulaganje u elaborate, tehničku dokumentaciju i programe, a iskazana je po trošku nabave (kao najmanjoj cijeni) umanjeno za amortizaciju. Hotel Velaris d.o.o. je uložio u nematerijalnu imovinu iznos od 73.260,00 kn, a amortizacija nematerijalne imovine u 2015. godini iznosi 150.714.00 kn.

Dugotrajna materijalna imovina je također iskazana po trošku nabave, od čega vrijedi sljedeći odnos 2014. i 2015. godine: od ukupne neto vrijednosti dugotrajne materijalne imovine iznosa 48.394.894, čak 35.559.183 kn odlazi na građevinske objekte (što čini 73%) te 11.577.860 kn za zemljišta (23%).

Zanimljivo, prethodne (2014.) godine iznos vrijednosti zemljišta je bio isti, no obzirom da je ukupna neto vrijednost te godine iznosila 52.612.462 kn, 2014. godine na zemljišta podrazumijevaju 22% ukupnog iznosa. Građevinski objekti čine 71%, točnije, 37.421.679 kn.

U tablici 3 prikazana je dugotrajna materijalna imovina Hotela Velaris d.o.o. u godini 2014. i 2015.

Tablica 3. Dugotrajna materijalna imovina Hotela Velaris d.o.o. u godini 2014. i 2015.

Opis	31.12.2014. Iznos kn	31.12.2015. Iznos kn
- zemljište	11.577.860	11.577.860
- građevinski objekti	37.421.679	35.559.183
- postrojenja, oprema, namještaj	2.415.689	1.013.257
- transportna sredstva	131.393	103.914
- biološka imovina	5.787	4.699
- ostala imovina	30.029	30.029
- materijalna imovina u pripremi	1.030.025	105.952
Ukupno neto vrijednost	52.612.462	48.394.894

Izvor: FINA, rgfi.hr (18.07.2016.)

[27] Isto.

Poduzeće u 2014. godini ulaže 98.760 kn u nematerijalnu imovinu, a u sljedećoj godini 25.500 kn manje. Sa druge strane, u građevinske objekte 2015. godine Velaris d.o.o. ulaže čak više od 420%! (Tablica 4.)

Te godine je menadžment poduzeća značajno stavio fokus na izgradnju objekata, ulaganja te renoviranje smještajnih objekata. Zanimljivo, u 2015. godini Velaris d.o.o. nije imao nikakva ulaganja u transportna sredstva, dok je u 2014. godini to bilo 137.393 kn. Dakle poduzeće je 2015. godine bilo zadovoljno materijalnom imovinom u svom vlasništvu (po pitanju transportnih sredstava) te je najviše ulagao u građevinske objekte.

Tablica 4. prikazuje kategorije dugotrajne imovine hotela Velaris d.o.o.

Tablica 4. Nabavljeno i aktivirano tijekom 2014/2015. godine

Opis	2014. Iznos kn	2015. Iznos kn
-nematerijalna imovina	98.760	73.260
-građevinski objekti	54.813	2.322.334
-postrojenja, oprema, namještaj	159.700	324.652
-transportna sredstva	137.393	-
-sredstva u pripremi 31.12.	1.030.025	105.952
Ukupno	1.480.691	2.826.198

Izvor:FINA, rgfi.hr

U tablici 5 prikazana je bilanca hotela Velaris d.o.o. na dan 31.12.2015

Tablica 5.. Bilanca hotela Velaris d.o.o. na dan 31.12.2015

Naziv pozicije	Rbr. bilješke	Prethodna godina	Tekuća godina
AKTIVA			
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL		-	-
B) DUGOTRAJNA IMOVINA		53.808.388	49.513.366
I. NEMATERIJALNA IMOVINA		1.195.926	1.118.472
II. MATERIJALNA IMOVINA		52.612.462	48.394.894
III. DUGOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA		-	-
IV. POTRAŽIVANJA		-	-
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA		-	-
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA		4.137.725	6.584.556
I. ZALIHE		566.610	623.759
II. POTRAŽIVANJA		715.342	812.538
III. KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA		652.586	-
IV. NOVAC U BANCI I BLAGAJNI		2.203.187	5.148.259
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI		-	-
E) UKUPNO AKTIVA		57.946.113	56.097.922
F) IZVANBILANČNI ZAPISI		-	-
PASIVA			
A) KAPITAL I REZERVE		21.750.816	22.109.564
I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL		21.637.600	21.637.600
II. KAPITALNE REZERVE		-	-
III. REZERVE IZ DOBITI		-	-
IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE		-	-
V ZADRŽANA DOBIT ILI PRENESENI GUBITAK		-187.821	113.216
VI DOBIT ILI GUBITAK POSLOVNE GODINE		301.037	358.748
VII MANJINSKI INTERES		-	-
B) REZERVIRANJA		-	-
C) DUGOROČNE OBVEZE		34.546.588	31.772.673
D) KRATKOROČNE OBVEZE		1.648.709	2.215.685
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA		-	-
F) UKUPNO – PASIVA		57.946.113	56.097.922
G) IZVANBILANČNI ZAPISI		-	-

Izvor: FINA, rgfi.hr (15.08.2016.)

3.4.2. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka hotela Velaris d.o.o.

U usporedbi sa 2014. godinom, poslovni prihodi su u 2015. godini veći za 769.118 kn, odnosno za 5,06%.

Prihod od pansiona, hrane i pića u 2015. godini iznose 14.589.847,00 kn, a u 2014. godini 14.126.372 kn, odnosno u 2015. godini su prihodi od navedene kategorije pansiona, hrane i pića veća za 3.28% (točnije, 463.475 kn).

Prihodi od prodaje trgovačke robe u 2015. godini iznosi 187.546 kn.[28] Prihod od najma poslovnih prostora, plažnog objekta, wellness centra, frizerskog salona iznosi 353.139 kn,[29] a ostali prihodi se odnose na prihode od vlastite proizvodnje povrća u iznosu 353.332 kn.[30]

U usporedbi 2014. i 2015. godine, poslovni rashodi su u 2015. godini veći za 4,72% (698.593,00 kn). No isto tako, iako je u 2015. godini Velaris imao porast prihoda isto tako ima i porast rashoda u 2015. godini, kao što je već spomenuto prilikom analize ulaganja u građevinske objekte.

[28] www.rgfi.hr
[29] www.rgfi.hr
[30] www.rgfi.hr

U tablici 6 prikazani su rashodi Hotela Velaris d.o.o. u 2014/2015 godini

Tablica 6. Rashodi hotela Velaris d.o.o. u 2014/2015 godini

Opis	2014. Iznos kn	2015. Iznos kn
-troškovi hrane i pića	1.782.266	1.913.748
-materijal za proizvodnju povrća	29.389	76.733
-materijal za čišćenje i održavanje	555.471	435.857
-otpis sitnog inventara i auto guma	163.877	209.545
-troškovi električne energije i gorivo	646.875	675.226
1. Ukupno troškovi sirovina i materijala	3.177.878	3.311.109
2. Troškovi prodane robe	130.365	128.446
-troškovi prijevoza i telefona	176.282	217.853
-troškovi tekućeg održavanja	200.004	250.756
-trošak smještaja gostiju	-	66.283
-zakupnina, reklama i promidžba,glazba	105.986	111.978
-zdrastvene, poslovne usluge i provizije	570.934	612.446
-komunalne usluge	485.043	488.394
-reprezentacija	11.723	9.039
-student servis,zaštita na radu, ostale usluge	217.679	212.196
3. Ostali vanjski troškovi	1.767.651	1.968.945
Ukupno materijalni troškovi (1+2+3)	5.075.894	5.408.500

Izvor: FINA, rgfi.hr

3.4.3. Vertikalna analiza bilance Hotela Velaris d.o.o.

Vertikalna analiza pokazuje postotni udjel svake stavke financijskog izvješća u odnosu na odgovarajući zbroj. Vertikalna analiza se može primijeniti usporedno za više godina, što omogućuje usporedbe kroz vrijeme.[31]

To je usporedba pojedine pozicije iz financijskih izvještaja s povezanim pozicijama u istom izvještaju (uobičajeno se bazna pozicija izjednačava sa 100, a druga se izražava kao njen postotak). Vertikalna analiza daje uvid u strukturu izvještaja.[32]

[31] 1 Pervan, I. (2011): Menadžersko računovodstvo, , EFST, Split

[32] Dečman, N., Financijski izvještaji kao podloga za ocjenu sigurnosti uspješnosti poslovanja malih i srednjih poduzeća u RH, Ekonomski pregled, 2012.

U tablici 7 prikazana je vertikalna analiza aktive skraćene bilance za razdoblje 2014.-2015.

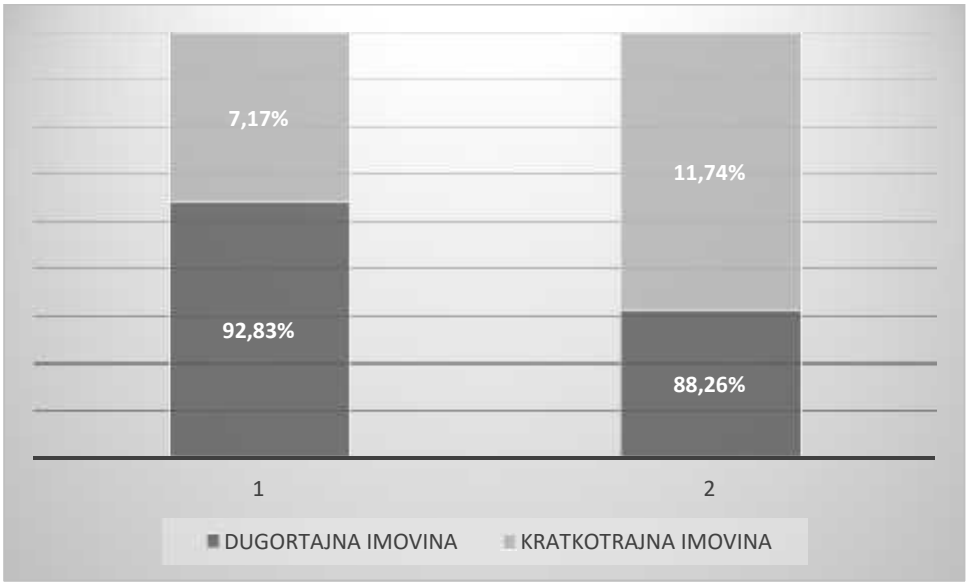
Tablica 7: Vertikalna analiza aktive skraćene bilance za razdoblje 2014.-2015.

	2014	2015
DUGORTAJNA IMOVINA	**92,83%**	**88,26%**
NEMATERIJALNA IMOVINA	2,22%	2,00%
MATRIJALNA IMOVINA	90,61%	86,26%
KRATKOTRAJNA IMOVINA	**7,17%**	**11,74%**
ZALIHE	0,01%	1,11%
POTRAŽIVANJA	1,23%	1,45%
KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	1,13%	0,00%
NOVAC U BANCI I BLAGAJNI	3,80%	9,18%
UKUPNA AKTIVA	**100,00%**	**100,00%**

Izvor: Izrada autora prema podacima s www.fina /javna_objava

U grafikonu 2 prikazan je udio dugotrajne i kratkotrajne imovine u ukupnoj aktivi za razdoblje od 2014.-2015. godine

Grafikon 2. Udio dugotrajne i kratkotrajne imovine u ukupnoj aktivi za razdoblje od 2014.-2015. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima s www.fina /javna_objava

Iz tablice 7 i grafikona 2 vidljivo je da kroz promatrani period udio dugotrajne imovine u ukupnoj aktivi prelazi 50%. Dugotrajna imovina se smanjila za 4,57% u odnosu na prethodnu godinu. Najznačajnije stavke dugotrajne imovine su zemljišta i građevine koje posjeduje

poduzeće, dok najveći udio kratkotrajne imovine otpada na novac u banci i blagajni. Kod stavke novac u banci i blagajni dolazi do najvećih promjena, 2014. godine je iznosila 2.203.187 kn, a u 2015. godini 5.148.259, što je povećanje od 133,7% u odnosu na prethodnu godinu.

U tablici 8 prikazana je vertikalna analiza pasive bilance za razdoblje od 2014.-2015. godine

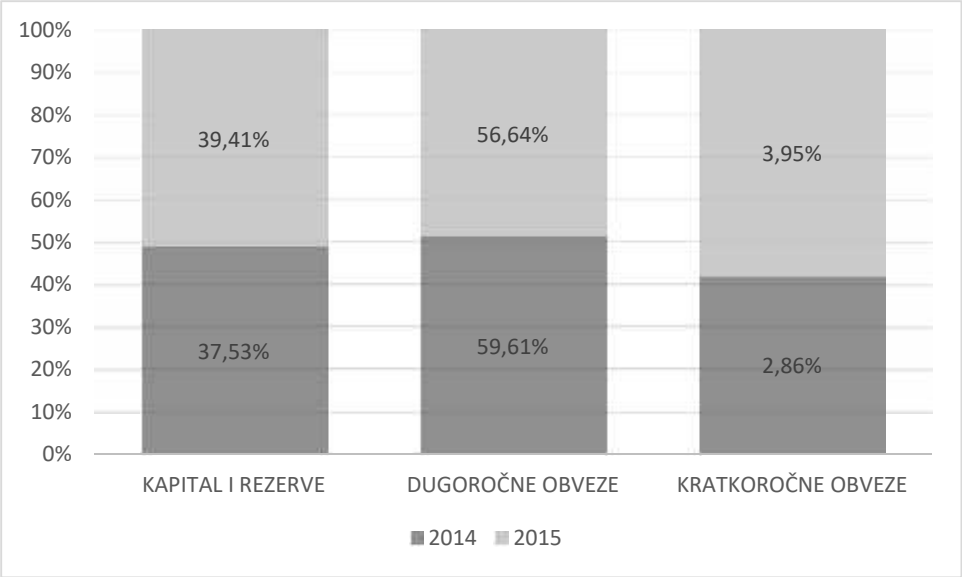
Tablica 8. Vertikalna analiza pasive bilance za razdoblje od 2014.-2015. godine

	2014	2015
KAPITAL I REZERVE	**37,53%**	**39,41%**
TEMELJNI KAPITAL	37,01%	38,57%
ZADRŽANA DOBIT ILI PRENESENI GUBITAK	-0,86%	0,20%
DOBIT ILI GUBITAK POSLOVNE GODINE	1,38%	0,64%
DUGOROČNE OBVEZE	**59,61%**	**56,64%**
KRATKOROČNE OBVEZE	**2,86%**	**3,95%**
UKUPNA PASIVA	100,00%	100,00%

Izvor: Izrada autora prema podacima s www.fina /javna_objava

Na grafikonu 3 prikazana je struktura pasive za razdoblje od 2014.-2015. godine

Grafikon 3: Grafički prikaz strukture pasive za razdoblje od 2014.-2015. godine



Izvor: Izrada autora prema podacima s www.fina /javna_objava

Iz tablice 8 i grafikona 3 može se zaključit da najveći udio u pasivi čine dugoročne obveze, te možemo zaključiti da se poduzeće financira iz tuđih izvora. Kapital i rezerve i kratkoročne

obveze su se povećale za u odnosu na prethodnu godinu, dok su se dugoročne obveze smanjile za 2,97% u odnosu na prethodnu godinu.

3.4.4. Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka

U tablici 9 prikazana je vertikalna analiza skraćenog računa dobiti i gubitka

Tablica 9: Vertikalna analiza skraćenog računa dobiti i gubitka

	2014	2015
POSLOVNI PRIHODI	100,00%	100,00%
POSLOVNI RASHODI	97,42%	97,06%
DOBIT IZ POSLOVANJA	3,08%	3,39%
DOBIT PRIJE OPOREZIVANJA	2,53%	2,82%
POREZ NA DOBIT	0,50%	0,52%

Izvor: Izrada autora prema podacima s www.fina /javna_objava

Tablica 9 prikazuje pojedine stavke skraćenog računa dobiti i gubitka u ukupnim prihodima iz poslovanja. U svim promatranim godinama najznačajnije stavke su upravo rashodi iz poslovanja kojima udjel iznosi 97,42% u 2014. godini dok se u 2015. godini smanjio na 97,06%, što je 0,36% manje nego prethodne godine. Dobit iz poslovanja je vrlo mala i iznosi svega 3,08% za 2014. i 3,39% u 2015. godini, odnosno dobit iz poslovanja se povećala za 0,31% u odnosu na prethodnu godinu.

3.5. Analiza hotela po broju noćenja gostiju hotela Velaris d.o.o.

U tablici 10 je prikazan broj noćenja u Hotelu Velaris d.o.o.

Tablica 10. Broj ostvarenih noćenja u objektima hotela Velaris d.o.o.

Opis	Broj noćenja u 2011.	Broj noćenja u 2012.	Broj noćenja u 2013.	Broj noćenja u 2014.	Broj noćenja u 2015.
Ukupno	44.941	43.778	50.054	47.371	47.762

Izvor: FINA, rgfi.hr

Iz priloženog se zaključuje da je Velaris d.o.o. 2012. i 2014. godine ostvario pad ostvarenih broja noćenja u objektima hotela:

- 2012. godine je poduzeće ostvarilo pad od 2,59% u broju noćenja:
- 2013. godine poduzeće ima 12.54% porasta broja noćenja;
- 2014. godine poduzeće ostvaruje pad od 5,36%;
- 2015. godine poduzeće ostvaruje izuzetno nizak porast broja noćenja, odnosno 0,819% porasta broja noćenja.

Zbog relevantnijeg (u kontekstu vremenske blizine podataka) prikaza podataka uzima se 2015. godina za gore izložen broj noćenja gostiju prema mjesecima. Najveći broj gostiju je zabilježen u lipnju, srpnju, kolovozu te rujnu 2015. godine. Od toga su srpanj i kolovoz vodeći mjeseci po broju noćenja.

Velaris d.o.o. u 2015. godini ostvaruje ukupno 47762 broja gostiju. Od toga najveći broj ima u mjesecu kolovozu (12039), što daje 26,2%. Prate ga mjesec lipanj (7157) i srpanj sa 11548 broja noćenja, što čini 24,18% ukupnog broja gostiju.

3.6. Analiza gostiju hotela Velaris d.o.o. prema porijeklu gostiju

Od gore navedenih brojeva noćenja u objektima hotela Velaris d.o.o., struktura prema državljanstvu gostiju, odnosno domaći/inozemni gosti tj. turisti je sljedeća:

U tablici 11 su prikazana noćenja prema porijeklu gostiju Hotela Velaris d.o.o.

Tablica 11. Noćenja prema porijeklu gostiju Hotela Velaris d.o.o.

Opis	Broj noćenja u 2011.	Broj noćenja u 2012.	Broj noćenja u 2013.	Broj noćenja u 2014.	Broj noćenja u 2015.
- domaći-RH	5.783	4.335	7.181	6.931	6.854
- inozemni	39.158	39.443	42.873	40.440	40.908
Ukupno	44.941	43.778	50.054	47.371	47.762

Izvor: FINA, rgfi.hr

U tablici 12 prikazana je struktura turističke potražnje prema emitivnim zemljama siječanj-ožujak 2015. godine u RH

Tablica 12. Struktura turističke potražnje prema emitivnim zemljama siječanj-ožujak 2015. godine u RH

	Noćenja (u 000)/ *Tourist nights (in 000)*	Udio u ukupnim noćenjima (u %)/ *Share in total tourist nights (in %)*	Stopa promjene (I. - III. 2015./ I. - III. 2014.)/ Rate of change (I-III 2015/ I-III 2014)	Prosječna duljina boravka/ *Average length of stay*
Austrija/ *Austria*	117	8,3	62,1	2,9
Njemačka/ *Germany*	114	8,1	20,5	3,5
Slovenija/ *Slovenia*	95	6,7	20,3	2,4
Italija/ *Italy*	79	5,6	4,3	2,0
Bosna i Hercegovina/ *Bosnia and Herzegovina*	53	3,8	8,6	2,8
Republika Koreja/ *Republic of Korea*	53	3,7	66,4	1,1
SAD/ *USA*	35	2,5	50,6	3,0
Ujedinjeno Kraljevstvo/ *United Kingdom*	26	1,9	30,7	3,0
Srbija/ *Serbia*	23	1,7	10,7	2,2
Japan/ *Japan*	19	1,4	66,8	1,3
Prvih 10/ *Top 10 countries*	615	43,7	28,6	2,3
Ostali strani/ *Other foreign countries*	238	16,9	18,6	2,4
Ukupno strani/ *Total foreign countries*	853	60,6	25,6	2,3
Domaći/ *Domestic*	556	39,4	9,4	2,4
Sveukupno/ *Total*	1.409	100,0	18,7	2,4

Izvor:Institut za turizam, Zagreb, http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/institut/Hrvatski-turizam-u-brojkama-2015-Broj-01.pdf

3.7. Analiza gostiju hotela Velaris d.o.o. po spolu

U tablici 13 su prikazani dani dolazaka i boravka gostiju hotela Velaris d.o.o. u 2015. godini

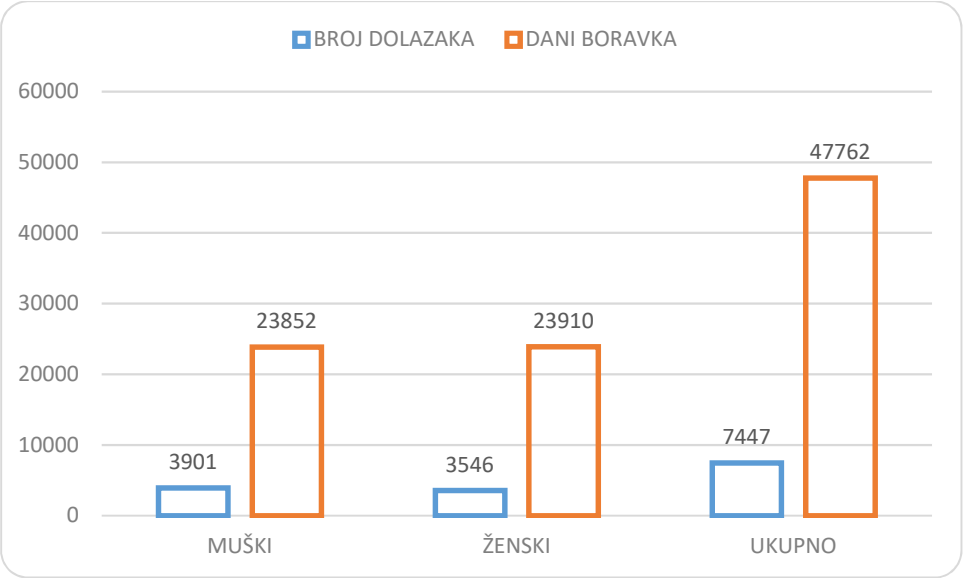
Tablica 13. Dani dolazaka i boravka gostiju hotela Velaris d.o.o. u 2015. godini

SPOL	BROJ DOLAZAKA	DANI BORAVKA
MUŠKI	3901	23852
ŽENSKI	3546	23910
UKUPNO	7447	47762

Izvor: Izradio autor prema službenim podacima Hotela Velaris d.o.o.

Na grafikonu 4 su prikazani dani dolazaka i boravka gostiju hotela Velaris d.o.o. u 2015. godini

Grafikon 4. Dani dolazaka i boravka gostiju hotela Velaris d.o.o. u 2015. godini



Izvor:Izradio autor prema službenim podacima Hotela Velaris d.o.o.

3.8. Analiza gostiju hotela Velaris d.o.o. po starosti

U tablici 14. prikazan je broj dolazaka gostiju hotela Velaris d.o.o. po starosti.

Tablica 14. Broj dolazaka gostiju hotela Velaris d.o.o. po starosti 2015. godine

STAROST NA DAN DOLASKA	BROJ DOLAZAKA	BROJ BORAVAKA
0-20	1088	7964
21-40	2073	12813
41-60	2584	16976
61-94	1355	7768
UKUPNO	7100	45521

Izvor: Izradio autor prema službenim podacima Hotela Velaris d.o.o.

U tablici 15. prikazan je najveći broj dolazaka odabranih gostiju hotela Velars d.o.o. po starosti u 2015. godini.

Tablica 15. Najveći broj dolazaka odabranih gostiju hotela Velaris d.o.o. po starosti u 2015. godini.

Starost gosta na dan dolaska	Broj dolazaka	Broj boravaka
36	136	872
37	157	**1014**
38	132	774
39	145	842
40	134	838
41	129	789
42	148	845
43	143	924
44	115	707
45	148	924
46	151	952
47	143	908
48	167	1013
49	158	941
50	148	925
51	172	**1125**
52	150	981
53	173	**1045**

Izvor: Službeni podaci Hotela Velaris d.o.o.

U tablici 15 zanimljiv je podatak da je najviše posjeta po godinama starosti ostvareno od osoba u 37. godini starosti (1014 boravaka) do 53. godine starosti (1045 boravaka). Među njima čak 1125 broja boravaka odlazi na osobe u 51. godini starosti, što je 2,471%.[33]

Zanimljivo je da je broj dolazaka i broj ostvarenih boravaka raspoređen za sve dobne skupine.

[33] Izvor: Službeni podaci Velaris d.o.o.

4. ZAKLJUČAK I PREPORUKE U SVEZI DALJNJEG POSLOVANJA

Stupanj iskorištenosti hrvatskih smještajnih kapaciteta je nedovoljan. Glavnina se kapaciteta nalazi u primorskim mjestima tj. na obali i otocima, a pretežno posluju isključivo za vrijeme ljetne sezone. To je jedan od razloga tako niskog stupnja njihove iskorištenosti. Ostale razloge možemo tražiti u sklopu projektiranja takvih objekata za potrebe masovnog turizma te u neprepoznatljivosti Hrvatske kao destinacije, odnosno neatraktivnosti naše ponude da privuče turiste izvan glavne sezone.

Kao što je u radu već spomenuto, većina je investicija usmjerena na obnovu postojećih hotela, a relativno se malo gradi novih hotela. Razlozi za takvo stanje su ekonomske prirode, jer za hotelijerstvo kažemo 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.

Kao što je prikazano u provedenoj analizi, najveći broj noćenja se ostvaruje u sezonskim periodima poslovanja. Navedeno hotelima, pa tako i Velarisu stvara velike probleme u poslovanju. No, upravo zbog tog problema se preporuča ulaganje u kontinuirano održavanje kvalitete pružanja usluge. Pri ovakvoj situaciji i okolnostima u poslovnom okruženju hotela Velaris d.o.o. bi trebao staviti fokus na osmišljavanje strategije produljenja turističke sezone kako bi prilike i mogućnosti koje ima maksimalno iskoristio.

Na taj način hotel neovisno o tome o kojem se dijelu godine radi, ipak može ostvariti prednost nad konkurentnim poduzećima i na taj način preuzeti vodstvo na tržištu. Velaris d.o.o. ima određene specifičnosti po kojim se ističe nad ostalim konkurentskim hotelima na Braču. Hotel stavlja veliki naglasak na konstantno zadovoljenje i istraživanje zadovoljstva gostiju hotela, te samostalno proizvodi ekološki uzgojene proizvode koje nudi i prodaje gostima. To su prednosti koje Velaris d.o.o. ima nad ostalim konkurentima, i to bi zasigurno trebao nastavljati isticati prilikom strategije produljenja turističke sezone.

LITERATURA

Knjiga:

1. Biberić, S., (2012), Hrvatsko hotelijerstvo i globalni turizam, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
2. Dečman, N., Financijski izvještaji kao podloga za ocjenu sigurnosti uspješnosti poslovanja malih i srednjih poduzeća u RH, Ekonomski pregled, 2012.

Izvor s interneta:

3. Sveučilište u Zadru, http://djelatnici.unizd.hr/~gianni/skripta.pdf (08.09.2016.)
4. Sveučilište u Zagrebu, www.nastava.foi.hr (23.08.2016.)
5. Ministarstvo pravosuđa, https://sudreg.pravosudje.hr/registar/f?p=150:28:0::NO:28:P28_SBT_MBS:080377334 (13.08.2016.)
6. Hotel Velaris d.o.o., http://www.velaris.hr/o-nama.html (13.08.2016.)
7. Hotel Velaris d.o.o., http://www.velaris.hr/eko-uzgoj-povrca.html (13.08.2016.)
8. Woman in Adria, http://www.womeninadria.com/hotelijerstvo-u-hrvatskoj-potencijal-za-zenske-karijere/ (30.07.2016.)

Službeni podaci:

9. Velaris d.o.o., Broj boravaka po starosti gosta za razdoblje 01.01.2012 - 31.12.2015
10. Velaris d.o.o., Broj boravaka po spolu gosta za razdoblje 01.01.2012 - 31.12.2015
11. Velaris d.o.o., Broj boravaka po državama za razdoblje 01.01.2012 - 31.12.2015
12. Velaris d.o.o., Prikaz popunjenosti za razdoblje: 01.01.12-31.12.15

POPIS SLIKA I TABLICA

Slika 1. Hotel Velaris d.o.o…….....4

Slika 2. Velaris d.o.o. 6

Slika 3. Hotel Amor 4* 10

Tablica 1. Račun dobiti i gubitka za poduzetnike hotela Velaris d.o.o. 12

Tablica 2. Indeks kretanja broja zaposlenih po djelatnostima u RH (2016.) 17

Grafikon 1. Zaposleni u pravnim osobama od veljače 2015. do veljače 2016..... 18

Tablica 3. Dugotrajna materijalna imovina u godini 2014. i 2015. 21

Tablica 4. Nabavljeno i aktivirano tijekom 2014/2015. godine 22

Tablica 5. Bilanca hotela Velaris d.o.o. na dan 31.12.2015. 23

Tablica 6. Rashodi hotela Velaris d.o.o. u 2014/2015 godini 25

Tablica 7. Vertikalna analiza aktive skraćene bilance za razdoblje 2014.-2015……...26

Grafikon 2. Udio dugotrajne i kratkotrajne imovine u ukupnoj aktivi za razdoblje od 2014.-2015.godine……..…….…26

Tablica 8. Vertikalna analiza pasive bilance za razdoblje od 2014.-2015. godine……...27

Grafikon 3 Grafički prikaz strukture pasive za razdoblje od 2014.-2015. godine……27

Tablica 9. Vertikalna analiza skraćenog računa dobiti i gubitka……..28

Tablica 10. Broj ostvarenih noćenja u objektima hotela Velaris d.o.o…….29

Tablica 11. Noćenja prema porijeklu gostiju Hotela Velaris d.o.o. 30

Tablica 12. Struktura turističke potražnje prema emitivnim zemljama siječanj-ožujak 2015. godine u RH 31

Tablica 13. Dani dolazaka i boravka gostiju hotela u 2015. godini 31

Grafikon 4. Dani dolazaka i boravka gostiju hotela Velaris d.o.o. u 2015. godini.....32

Tablica 14. Broj dolazaka gostiju hotela Velaris d.o.o. po starosti 32

Tablica 15. Najveći broj dolazaka odabranih gostiju hotela Velaris d.o.o. po starosti u 2015. godini.....33

SAŽETAK

Cilj ovog istaživanja bio je analizirati uspješnost poslovanja Hotela Velaris d.o.o. u razdoblju od 2012. do 2015. godine te analzirati razvijenost Republike Hrvatske kao turističke zemlje. U analizi dolazimo do zaključka da je stupanj iskorištenosti smještajnih kapaciteta nedovoljan. Većina smeštajnih kapaciteta se nalazi u primorskim mjestima, odnosno na obali i na otocima, a većina poslovanja se odvija u ljetnim mjesecima. Većina je investicija usmjerena na obnovu postojećih hotela, a relativno se malo gradi novih hotela. Razlozi za takvo stanje su ekonomske prirode jer su investicije u izgradnju hotela po jedinici kapaciteta vrlo visoke, a da su profitne stope niže nego u prosjeku ostalih djelatnosti. U provedenoj analizi, najveći broj noćenja se ostvaruje u sezonskim periodima poslovanja. Navedeno hotelima, pa tako i Velarisu stvara velike probleme u poslovanju. Provedena je horizontalna i vertikalna analiza i analiza putem financijskih pokazatelja. Hoteli Velaris d.o.o. bilježe konstatntan porast u broju noćenja, ali taj posrast još nije dosegao istu razinu iz 2013.godine. Zbog toga se preporuča ulaganje u kontinuirano održavanje kvalitete pružanja usluge. Velaris d.o.o. ima određene specifičnosti po kojim se ističe nad ostalim konkurentskim hotelima na Braču i te bi specifičnosti trebao isticati pred drugima konkurentima.

Ključne riječi: financijski izvještaji, vertikalna i horizontalna analiza, statistička analiza, turizam, hoteljerstvo

SUMMARY

The aim of the research was to analyze the performance of a Hotel Velaris Ltd in the period from 2012. to 2015. and whose backward linkage development of the Croatian as a tourist country. In the analysis we conclude that the degree of utilization of accommodation capacity is insufficient. Most accommodation facilities are located in coastal areas or on the coast and on the islands, and most business is done in the summertime. Most of the investment is focused on the reconstruction of existing hotels, but there are relatively rare projects in building new hotels. The reasons for this situation are economic because investments in construction of hotels per unit of capacity is very high, and that the rate of profit lower than the average of other activities. In the analysis, the largest number of overnight stays is realized in the seasonal timing of operations. The above mentioned hotels, including Hotel Velaris Ltd creates big problems in business. We conducted a horizontal and vertical analysis and analysis by financial indicators. Hotel Velaris Ltd recorded a constant increase in the number of nights, but that of increase has not yet reached the same level of 2013. Therefore, it is recommended to invest in continuously

maintaining the quality of service. Hotel Velaris Ltd has certain specific features which stands out over other competing hotels on the island of Brac and that featzres should distinguished fom other competitors.

Keywords: financial statements, vertical and horizontal analysis, statistical analysis, hospitality