

HELIOS FAROS - POKAZATELJI POSLOVANJA 31.12.2009. IZVJEŠ E UPRAVE

I. Naturalni pokazatelji poslovanja

Društvo Helios Faros d.d. u 2009. godini ostvarilo je ukupno 122.462 no enja, što predstavlja smanjenje od 23,07 % u odnosu na prethodnu godinu.

Glavni uzrok smanjenja broja no enja je recesija u kombinaciji sa zastarjelim produktom koji više «ne prolazi» na tržištu.

Broj no enja po objektima :

HOTEL	2008	2009	indeks 2008/09	plan 2010
Arkada	71.071	61.111	85,99	57.550
Lavanda	39.715	24.952	62,83	28.000
Helios	22.190	16.221	73,10	15.460
Trim	10.671	8.952	83,89	8.690
Bw Jurjevac	8.656	5.996	69,27	5.700
Kamp Jurjevac	6.898	5.294	76,75	5.550
UKUPNO	159.201	122.526	76,96	120.950

Hoteli u okruženju su se pretežno borili drastičnim skidanjem cijene. Benchmarking ukazuje na naše smanjenje konkurentnosti zbog pozicioniranja hotela 2** u gradu Hvaru na razinu hotela Arkada, što nije bio slučaj u 2008. kada se management susjedne hotelske kuće bavio hotelima više kategorije. Hoteli Jelsa d.d. su ostvarili smanjenje od čak 33 % (po neslužbenim informacijama) no enja ove godine u odnosu na 2008., uz znatan pad prihoda. Strategija Društva Helios Faros d.d. za 2009. je bila skraćivanje perioda rada, povećanje neprihvatljivih cijena van sezone i ciljano spuštanje cijena samo partnerima koji plaćaju unaprijed (trenutno ublažavanje problema nabave namirnica i isplata plaćanja). U svim objektima zadržana je ili čak povećana prosječna cijena u odnosu na 2008., što većinom nije bio slučaj u konkurentskih hotelskim kućama. Nadalje, skraćivanje perioda rada rezultiralo je značajnim smanjenjem rashoda van sezone. Nažalost zbog derutnosti objekta Društvo gubi njemačko tržište (pad od 55.5 %) koje nadoknađuje «tržištem u regiji». Broj domaćih gostiju je u značajnom padu (pad od 27 % u odnosu na 2009.). Turoperator su ostali glavni kanal prodaje; veseli porast no enja individualnih gostiju i znatno povećanje prodaje putem interneta. Od agencija valja istaknuti znatan pad broja no enja njemačkih agencija REWE i Thomas Cooka, naših strateških partnera.

U hotelu Arkada je ostvareno 14 % manje no enja nego lani. Društvo se orijentira na grupe u enika u predsezoni i grupe umirovljenika u posezoni. Za daljnje poslovanje najproblemati nije je nerenovirani spava i dio.

Hotel Lavanda sa depandansama (u fiksnom zakupu REWE grupe, Njema ka) bilježi pad od ak 37 % zbog našeg osjetnog podizanja cijena van sezone i lošem bookingu strateškog partnera. Zbog ekskluziviteta REWE grupe za kapacitete Lavande društvo nema mogu nosti nuditi niti popuniti znatan broj kapaciteta (ugovor o dugogodišnjoj potpisan prije 3 godine) Dio kapaciteta (20 soba) je ponu en odabranim agencijama, a u sezoni objekt je prodavan kao depandansa Arkade i Heliosa sa polupansionom u Arkadi.

Statisti ki gledano ostvaren je veliki pad u Heliosu i Jurjevacu van sezone, prvenstveno kao posljedica skra enja perioda rada.

Paviljon Helios III. je uglavnom korišten za smještaj sezonskih radnika, stoga na udi što je u navedenom paviljonu drasti no je smanjen broj no enja (realno gledano objekt više nije prikladan za katalošku prodaju).

Bungalovi Jurjevac bilježe drasti an pad zbog otkazivanja grupa djece u kontinuitetu /Kobylka Poljska) radi ukidanja subvencija agenciji od strane EU-a. što nismo uspjeli nadoknaditi kod drugih agencija.

II. Financijski pokazatelji poslovanja

1. PRIHODI

	2008.	2009.	%
Ukupni prihodi	24.352.402	19.884.892	81,65%

Prihodi su u 2009. u odnosu na 2008. manji za 19,35 %.
Prema vrstama prihoda to izgleda ovako:

	2008.	2009.	%
Prihod od pansiona	21.198.822	17.678.862	83,40%
Prihod od vanpansiona	2.619.301	1.831.132	69,91%
Ostali pr.smještaja	430.056	284.555	66,17%
Ostalo-viškovi,naplata štete,...	104.223	90.344	86,68%
Financijski prihodi	1.453	438	30,14%
Ukupni prihodi	24.352.402	19.884.892	81,65%

1. Prihod od pansiona manji je za 16,60%.

- razlog tome je drasti no smanjenje broja no enja agencija ITS i NUR-a, izostanak u cijelosti grupa agencije TR-touristik i op enito manjeg broja no enja kod svih agencija.
- Kra eg perioda rada svih hotela

- Ali i povećanja pansionskih cijena, većeg broja individualnih dolazaka i većeg udjela prodaje putem interneta, budući da je pad broja noćenja veći od pada prihoda.

2. Smanjenje prihoda od vanpansiona rezultat je u prvom redu velikog pada prihoda u hotelu Arkada i to za 30,35%. Razlog leži u platežnim sposobnostima naših gostiju, ali i u kraćem periodu rada hotela.

- Vanpansionski prihod restorana Vala (ex Gradski restoran) manji je samo za 2,19%, unatoč za cca mjesec dana kraćem periodu rada
- U 2009. izostali su prihodi samoposluge Trim, koja ove godine nije radila.
- Ostali vanpansionski prihodi na razini su 2008. godine.

2. RASHODI

	2008.	2009.	%
Ukupni rashodi	39.064.701	33.911.824	86,81%
Troškovi materijala	8.448.839	5.989.248	70,89%
Troškovi prodane robe	222.645		0,00%
Troškovi usluga	2.756.713	2.479.099	89,93%
Troškovi plaća	13.266.230	11.847.601	89,31%
Ostali troškovi	1.479.087	1.039.204	70,26%
Ukupno:	26.173.514	21.355.152	81,59%
Amortizacija	3.600.384	3.598.651	99,95%
Financijski rashodi	9.290.803	8.829.807	95,04%
Izvanredni rashodi		128.214	0,00%
Gubitak	-14.712.299	-14.026.932	95,34%

- Materijalni troškovi-skladište manji su za 29,11%. Daljnje smanjenje nije bilo moguće zbog velikog dijela fiksnih troškova ali i zbog znatnog povećanja cijena gotovo svih ulaznih sirovina.
- Troškovi usluga u 2009. smanjeni su za 20,07% zbog manjeg investicijskog održavanja, ali i svih troškova koje se mogli izbjeći.
- Troškovi samih plaća manji su za 10,69% u odnosu na 2008., Znatnije smanjenje nije bilo moguće zbog velikog broja fiksnih radnih mjesta.
- Financijski rashodi manji su za 14,96%. Razlog tome izostanak kratkoročnih kredita za pripremu sezone.

Iz svega navedenog jasno je da za bolji rezultat više nije moguće znatnije smanjenje troškova, jer bi to u konačnici bili kontra produktivno, već treba poraditi na povećanju prihoda.

Za povećanje prihoda nužno je obnoviti objekte, ali i u prvom redu umrežiti prodaju, raunovodstvo i recepcije, nabaviti adekvatan program i obučiti djelatnike, po potrebi ulagati u marketing, izraditi bolju web stranicu...

ali u situaciji kada imamo blokadu računana iznos od 11.136.381,19 kuna, bez dugoročnog strateškog partnera i u današnje vrijeme, velikih problema u pronalaženju kupca za naše izdvojene objekte jedinu slamku spasa vidimo u dogovoru sa Poreznom upravom (skidanje blokade) i u upravo predstavljenom „Planu C“ za društva u teškoćama kao što je i naše.

Stari Grad, travanj, 2010..

UPRAVA