



Študentská vedecká aktivita

Analýza rentability Hotela Patria Štrbské Pleso

Lenka Veselovská

Sekcia: manažérske systémy

Konzultant: doc. Ing. Jana Piteková, PhD.

Poprad
2011

Obsah

Úvod.....	2
1. Charakteristika Hotela Patria.....	2
2. Analýza tržieb.....	4
3. Analýza výsledku hospodárenie.....	5
4. Analýza rentability.....	6
5. Návrhy a odporúčania na optimalizáciu majetkovej a finančnej situácie hotela Patria.....	8
Záver.....	13
Zoznam bibliografických odkazov.....	14

Úvod

Jedným z významných nástrojov finančného manažmentu každého podniku je aj finančno-ekonomická analýza. Jej najdôležitejšou súčasťou je analýza rentability, ktorej sa v tejto práci venujeme. Rentabilita vyjadruje schopnosť podniku využívať dostupné vlastné i cudzie zdroje na zabezpečenie tvorby zisku. Podľa Lesákovej (2007, s.52) „ukazovatele rentability vyjadrujú celkový výsledok podnikateľského úsilia“. Analýza rentability preto predstavuje dôležitý pohľad na finančnú situáciu podniku.

Hlavným cieľom práce je vypracovanie analýzy rentability a návrhu optimalizácie majetkovej a finančnej situácie v oblasti rentability. Vybraným analyzovaným podnikom je Hotel Patria nachádzajúci sa na Štrbskom Plese. Za sledované obdobie sme si zvolili roky 2005 – 2010, t.j. obdobie šiestich po sebe nasledujúcich rokov. Na základe uvedeného tak môžeme podrobne skúmať vývoj finančnej situáciu Hotela Patria. Vzhľadom na zmenu meny na Slovensku v roku 2009, údaje z účtovných závierok za roky 2005 – 2008 prepočítame podľa priemerných ročných kurzov štatistiky spracovaných a zverejnených Národnou bankou Slovenska.

1. Charakteristika Hotela Patria

Objektom skúmania práce, v ktorom sme vykonali analýzu rentability je Hotel Patria. Tento hotel je podnikom cestovného ruchu s viac ako tridsať ročnou tradíciou pôsobenia v odbore. Od svojho otvorenia v roku 1972 poskytuje ubytovacie, stravovacie a doplnkové služby na vysokej úrovni. Vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky číslo 277/2008 Z.z. zaraďuje Hotel Patria do kategórie hotel, trieda štyri hviezdičky.

S výstavbou hotela sa začalo už v roku 1968. Investormi boli spoločnosť Interhotel Tatry a generálne riaditeľstvo ČEDOK. Od roku 1996 je hotel vlastníctvom spoločnosti TATRA HOTEL SLOVAKIA a.s. Ide o akciovú spoločnosť, ktorej akcie však nie sú voľne dostupné na trhu.

Hotel Patria je dominantnou stavbou Štrbského Plesa (1355 m n. m.). Svoj názov získal hotel podľa neďalekého štítu Patria (vlast'), vysokého 2203 m n. m. Je situovaný pri brehu vysokohorského plesa v závere Mlynickej doliny, citlivo zasadený do tatranskej prírody. (hotelpatria.sk, 16.12.2010)

Hotel sa charakterom svojej činnosti podľa SK NACE zaraďuje do kategórie číslo 55.11.0 Hotelové a podobné ubytovanie. Výškou svojej bilančnej sumy a svojich tržieb, ako aj priemerným počtom zamestnancov (116,7) patrí Hotel Patria medzi stredne veľké podniky.

Lôžková kapacita Hotela Patria je v súčasnosti 320 lôžok v 162 izbách a 18 apartmánach, čo je pri celoročnej prevádzke 117 854 lôžkodní. Tabuľka 1 znázorňuje ako bola táto kapacita využitá v jednotlivých rokoch sledovaného obdobia.

Tabuľka 1: Využitie lôžkovej a ubytovacej kapacity Hotela Patria

Rok	Počet prenocovaní	Využitie ubytovacej kapacity
2005	70543	59,86%
2006	76617	65,01%
2007	77295	65,59%
2008	80310	68,14%
2009	62201	52,78%
2010	63102	57%

Zdroj: Spracované podľa interných materiálov Hotela Patria

Kapacita stravovacích zariadení Hotela Patria je 220 osôb. Hotel poskytuje stravovanie na vysokej úrovni v priestoroch Koliby Patria a v Slnecnej reštaurácii. Na spríjemnenie pobytu slúži aj kaviareň, ktorá sa nachádza v hotelovej hale. Súčasťou hotela je aj Vatra Club - nový bar s bowlingovou dráhou.

V Hoteli Patria je možné usporiadať kongresy, semináre, sympóziá v kongresovej hale (kapacita 300 miest) ako aj rodinné oslavy a iné spoločenské akcie v loveckom salóniku. Pôsobí tu aj cestovná kancelária JMG, ktorá hosťom ponúka cestovné služby, ski servis a lyžiarsku školu. (hotelpatria.sk, 16.12.2010)

Hotel ďalej ponúka viacero možností športového vyžitia a relaxu. Na tieto účely slúžia hotelový bazén, sauna, whirlpool, masáže, fitness, ricochet, stolný tenis, požičovňa bicyklov, lyží a biliard. Návštevníci hotela privítajú relax aj v novom vodnom a saunovom svete, ktorý ponúka soľný kúpeľ, eukalyptový parný kúpeľ, bylinková inhaláciu, sanárium, tepidárium, tropický dážď, škótske streky, masážny bazén, privalovú sprchu, vodnú cestu a ľadovú jaskyňu.

Hotel Patria sa prevažne orientuje na organizovaný a skupinový cestovný ruch, a to hlavne na zahraničných turistov pričom až 81 % hostí prišlo do hotela cez cestovné kancelárie (rok 2007). 44 % hostí boli domáci a 56 % hostí bolo zo zahraničia, z toho väčšinou z okolitých krajín, Ruska, Nemecka a je nanajvýš zaujímavé, že väčšiu časť týchto hostí tvorili turisti z Južnej Kórey. Zo štatistického porovnania vyplýva, že tento podiel sa ešte zvyšoval v prospech zahraničných hostí, keď len v máji roku 2009 bolo 69 % turistov zo zahraničia a 31 % zo Slovenska.

2. Analýza tržieb

Pre Hotel Patria ako podnik služieb cestovného ruchu zohrávajú mimoriadny význam tržby, a to hlavne tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb. Jednotlivé druhy tržieb a ich vývoj je znázornený v tabuľke 2.

Tabuľka 2: Vývoj tržieb

Tržby	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Tržby z predaja tovaru	905009	1116651	1419407	1690103	0	0
Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb	1508020	1591763	1784257	2127672	3219324	3654485
Tržby spolu	2413028	2708414	3203665	3817775	3219324	3654485
		I ₂₀₀₅₋₂₀₀₆	I ₂₀₀₆₋₂₀₀₇	I ₂₀₀₇₋₂₀₀₈	I ₂₀₀₈₋₂₀₀₉	I ₂₀₀₉₋₂₀₁₀
Tržby z predaja tovaru		1,2339	1,2711	1,1907	0,0000	-
Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb		1,0555	1,1209	1,1925	1,5131	1,1352
Tržby spolu		1,1224	1,1829	1,1917	0,8432	1,1352

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z tejto tabuľky vyplýva, že všetky druhy tržieb Hotela Patria za sledované obdobie rástli. Výnimkou je rok 2009, kedy tržby z predaja tovaru vykázali nulovú hodnotu. Za ostatné roky tieto tržby rástli v priemere o 23 % ročne, čo je pre hotel veľmi pozitívne.

O niečo nižší priemerný ročný prírastok sme evidovali u tržieb z predaja vlastných výrobkov a služieb. Na druhej strane tento druh tržieb zaznamenal rastúcu tendenciu ročných prírastkov, keďže v roku 2006 vzrástli tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb o 5,55 % oproti roku 2005 a v roku 2009 bol tento nárast dokonca o 51,31 %. V roku 2010 vzrástli celkové tržby o 435 161 €.

Napriek tomu, že v roku 2009 sme zaznamenali pokles celkových tržieb o 15,68 %, môžeme zhodnotiť príjmy Hotela Patria z tržieb ako nadmieru uspokojivé, pričom je dôležité zdôrazniť hlavne rastúci trend hodnôt tržieb z predaja vlastných výrobkov a služieb, ktoré sú pre hotel najdôležitejšie.

Na doplnenie analýzy tržieb Hotela Patria uvádzame aj vývoj štruktúry tržieb hotela v sledovanom období, ktorý je znázornený v tabuľke 3.

Tabuľka 3: Štruktúra tržieb

VÝKAZ ZISKOV A STRÁT k 31.12.	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Tržby z predaja tovaru	37,51%	41,23%	44,31%	44,27%	0,00%	0,00%
Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb	62,49%	58,77%	55,69%	55,73%	100,00%	100,00%
Tržby spolu	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z údajov uvedených v tabuľke 3 vyplýva, že tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb tvorili za celé sledované obdobie väčšiu časť celkových tržieb. V roku 2005 mali tržby z predaja tovaru 37,51 %-ný podiel na súhrnných tržbách Hotela Patria. V roku 2009 boli tieto tržby nulové, čo znamená, že celkové tržby boli tvorené iba tržbami z predaja vlastných výrobkov a služieb.

Pre podnik cestovného ruchu akým je aj Hotel Patria by bolo primeranejšie, keby tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb mali vyšší podiel na celkových tržbách hotela ako tržby z predaja tovaru, čo aj Hotel Patria dodržiaval.

3. Analýza výsledku hospodárenia

Analýza vývoja výsledku hospodárenia je dôležitou súčasťou analýzy finančnej situácie Hotela Patria, keďže zisk je najvýznamnejším zdrojom rozvoja podniku. Tabuľka 4 znázorňuje dosiahnutý výsledok hospodárenia po zdanení Hotela Patria za jednotlivé roky sledovaného obdobia.

Tabuľka 4: Výsledok hospodárenia po zdanení

v €	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Výsledok hospodárenia	-80196	-184842	413931	340545	205399	371438

Zdroj: Vlastné spracovanie

Z tabuľky vyplýva, že v rokoch 2005 a 2006 hotel vykazoval stratu, ktorá bola hlavne v roku 2006 značne vysoká. Naopak už v ďalšom roku sa Hotelu Patria podarilo tento nepriaznivý trend zastaviť, keď hotel vykázal zisk 413 931 €, čo bolo najviac za celé nami sledované obdobie. Od tohto roku hotel dosahoval zisk, ale jeho hodnota sa v druhej polovici sledovaného obdobia postupne znižovala. V roku 2009 poklesla výška zisku hotela až o 39,69 % oproti roku 2008. Obrat nastal v rok 2010, kedy už zisk zaznamenal nárast o 80,84%.

Celkovo môžeme konštatovať, že výsledok hospodárenia Hotela Patria značne kolísal – od straty v rokoch 2005 a 2006, cez najvyššiu hodnotu zisku v roku 2007 až po zisk 371438 € v roku 2010. Pozitívne ďalej hodnotíme, že Hotel Patria dosahoval od roku 2007 zisk, aj napriek mnohým negatívnym činiteľom. Na druhej strane negatívny je klesajúci trend hodnôt zisku zaznamenaný najmä od roku 2008. Keďže, ako sme už spomínali, tržby podniku rástli, tento pokles bol spôsobený hlavne zvyšovaním nákladov hotela.

4. Analýza rentability

Prostredníctvom úrovni vybraných pomerových finančných ukazovateľov rentability, ktoré hotel dosahoval v jednotlivých rokoch sledovaného obdobia, v nasledujúcej kapitole hodnotíme finančnú situáciu Hotela Patria. Ďalej sledujeme aj ako sa rentabilita Hotela Patria vyvíjala. Následne vybrané ukazovatele porovnávame s ich ekvivalentmi v odvetví.

Analýza rentability je z mnohých dôvodov najdôležitejšou časťou finančno-ekonomickej analýzy podniku. Rentabilita predstavuje syntézu oblastí likvidity, aktivity a zadlženosti podniku, a to vzhľadom k tomu, že ukazovatele rentability poskytujú komplexný pohľad na financie podniku. Prehľad vývoja ukazovateľov rentability Hotela Patria za jednotlivé roky sledovaného obdobia je zaznamenaný v tabuľke 5.

Tabuľka 5: Ukazovatele rentability

Ukazovateľ	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ROE (RVK)	-9,53%	-26,92%	35,34%	21,22%	10,97%	16,55%
ROA (RCK)	-1,10%	-3,96%	9,83%	8,07%	4,51%	7,44%
RT	-3,32%	-11,98%	12,92%	8,92%	6,38%	10,16%

Zdroj: Vlastné spracovanie

Prvým ukazovateľom rentability, ktorý sme v Hoteli Patria sledovali, je rentabilita vlastného kapitálu. Tento ukazovateľ hodnotí, ako hotel zhodnocuje svoj vlastný kapitál. Rentabilita vlastného kapitálu hovorí o tom, že k 31.12.2010 pripadalo na 1 € vlastného imania 17 centov čistého zisku.

V analyzovanom podniku sme sledovali aj rentabilitu celkového kapitálu, podľa ktorej k 31.12.2010 pripadalo na 1 € celkového kapitálu 7 centov čistého zisku.

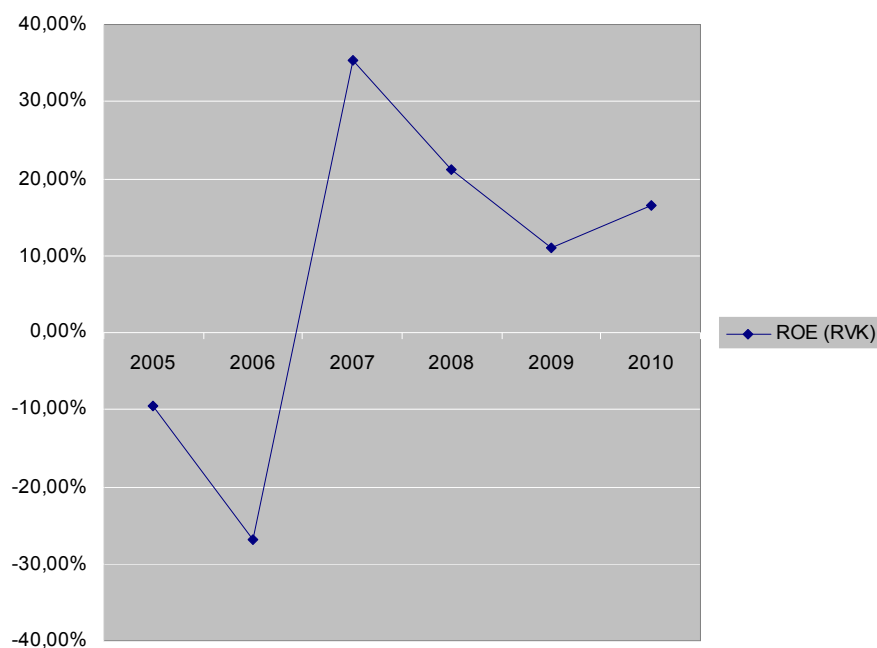
Z tabuľky 5 ďalej vyplýva, že v rokoch 2005 a 2006 boli hodnoty oboch ukazovateľov záporné. Uvedené bolo to spôsobené skutočnosťou, že v daných rokoch Hotel Patria vykázal záporný výsledok hospodárenia, t.j. stratu. Na druhej strane v roku 2007 mali ukazovatele rentability vlastného kapitálu a rentability celkového kapitálu najvyššie hodnoty za celé sledované obdobie, keďže k 31.12.2007 pripadalo na 1 € vlastného kapitálu 35 centov čistého zisku a na 1 € celkového kapitálu 10 centov čistého zisku. Na druhej strane v hodnotách oboch ukazovateľov od roku 2008 sme zaznamenali klesajúcu tendenciu. Môžeme preto konštatovať, že Hotel Patria každoročne menej zhodnocoval svoj kapitál. Pozitívne môžeme hodnotiť skutočnosť, že rentabilita vlastného kapitálu bola vo všetkých rokoch sledovaného obdobia vyššia ako rentabilita celkového kapitálu. Nepriaznivo pôsobí aj fakt, že táto rentabilita ani raz za roky 2005 – 2010 neprekročila odporúčanú hodnotu 15 %.

V analýze rentability Hotela Patria sme venovali pozornosť aj ukazovateľu rentability tržieb, ktorý charakterizuje vzťah výsledku hospodárenia hotela a dosiahnutej masy tržieb

v danom roku. Keďže v prvých dvoch rokoch sledovaného obdobia hotel vykazoval stratu, rentabilita tržieb mala zápornú hodnotu. K 31.12.2007 však už pripadalo na 1 € tržieb 13 centov čistého zisku. Od roku 2008 bola aj pri tomto ukazovateli rentability zaznamenaná klesajúca tendencia hodnôt. Napriek tomu k 31.12.2010 pripadalo v podniku na 1 € tržieb 10 centov čistého zisku. Ukazovateľ rentability tržieb dosahoval tak ako ostatné ukazovatele rentability Hotela Patria nízke hodnoty.

V rokoch 2005 a 2006 vytvoril Hotel Patria záporný výsledok hospodárenia, t.j. stratu. Z toho dôvodu boli hodnoty všetkých ukazovateľov rentability v týchto rokoch záporné. Z pohľadu všetkých sledovaných ukazovateľov bol Hotel Patria najrentabilnejší v roku 2007, kedy dosahovali hodnoty ukazovateľov rentability svoje maximá. Od tohto roku schopnosť podniku využívať zdroje na zabezpečenie tvorby zisku postupne klesala. Tento vývoj rentability Hotela Patria demonštruje aj graf 1, v ktorom sú znázornené hodnoty ukazovateľa rentability vlastného kapitálu.

Graf 1: Vývoj ukazovateľa rentability vlastného kapitálu



Zdroj: Vlastné spracovanie

Analýzou hodnôt pomerových ukazovateľov rentability Hotela Patria za sledované obdobie sme získali cenné informácie o finančnej situácii hotela. Napriek tomu na to, aby bola táto analýza komplexná, je nutné zohľadniť aj prostredie a externú situáciu. Kým hodnoty niektorých ukazovateľov sa môžu oproti odporúčaným zdať kritické, pri dôkladnej komparácii týchto hodnôt s priemernými hodnotami porovnateľných podnikov v odvetví,

môžeme prísť k iným záverom. Porovnaním podnikových ukazovateľov s priemernými hodnotami v odvetví sa informácie získané analýzou rentability objektivizujú.

Reprezentatívnu vzorku skúmaných ukazovateľov porovnáme s hodnotami za odvetvie podľa SK NACE: I – Ubytovacie a stravovacie služby v roku 2008. Na toto porovnanie nám poslúžila aj publikácia „Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v SR za rok 2008“. Podniky zodpovedajúcej kategórie SK NACE boli ďalej rozdelené do skupín podľa troch znakov. Na základe toho sme údaje z Hotela Patria porovnávali s podnikmi, ktorých právna forma je akciová spoločnosť, ktorých majetok v roku 2008 presahoval hodnotu 150 tis. Sk (4793,71 €) a nakoniec s podnikmi, ktoré sídlia v Prešovskom kraji.

Tabuľka 6: Stredné hodnoty finančných ukazovateľov v odvetví za rok 2008

Ukazovateľ	Hotel Patria	Podniky na Slovensku		
		a.s.	majetok nad 150 tis. Sk	Prešovský kraj
ROE (RVK)	21,22%	-1,69%	-0,27%	-0,80%
ROA (RCK)	8,07%	-0,69%	0,21%	-0,26%
RT	8,92%	-4,96%	-4,96%	-1,65%

Zdroj: Stredné hodnoty finančných ukazovateľov, 2009

Ako pozitívny jav môžeme označiť skutočnosť, že z hľadiska porovnania podnikových ukazovateľov s priemernými hodnotami v odvetví sa rentabilita Hotela Patria javí úspešne. Kým v porovnateľných podnikoch na Slovensku boli priemerné miery rentability záporné, ukazovatele rentability Hotela Patria nadobúdali v porovnávanom roku kladené hodnoty. Bolo to spôsobené hlavne tým, že väčšina podnikov v tomto období dosahovala stratu a Hotel Patria bol schopný vytvoriť zisk. Oproti ostatným podnikom považujeme teda za silnú stránku Hotela Patria jeho schopnosť využívať zdroje hotela tak, aby bola zabezpečená tvorba zisku, t.j. rentabilita hotela.

5. Návrhy a odporúčania na optimalizáciu majetkovej a finančnej situácie hotela Patria

Hotel Patria má dlhú históriu poskytovania kvalitných služieb, počas ktorej si vytvoril imidž na slovenskom i zahraničnom trhu cestovného ruchu. Aj z toho dôvodu sa mu každoročne darí dosahovať relatívne vysoké percento využitia svojich kapacít v porovnaní s konkurenciou.

Ďalej sme odhalili aj viaceré ohrozenia ovplyvňujúce činnosť Hotela Patria. Významným činiteľom, ktorý musí brať každý podnik do úvahy, je konkurencia. Aj z tohto

dôvodu boli hodnoty viacerých ukazovateľov hlboko pod ich odporúčanými úrovňami. Vo Vysokých Tatrách a hlavne na Štrbskom Plese sa nachádzajú mnohé možnosti ubytovania. Ide hlavne o hoteli FIS, CROCUS, Borovica, SOREA a Kempinski. Hotel Patria im konkuruje prevažne svojim vysokým štandardom poskytovaných služieb a širokou ponukou produktov. Hotel ponúka okrem základným ubytovacích a stravovacích služieb aj služby wellness, kongresové služby a viaceré možnosti športového využitia.

Podnikanie na Slovensku i vo svete výrazne ovplyvnila celosvetová hospodárska a ekonomická kríza. V čase jej prepuknutia dosahoval Hotel Patria výborné výsledky a prevládala pozitívna tendencia vývoja takmer všetkých finančných ukazovateľov. Kríza bola príčinou znížených výkonov hotela. Aj napriek tomu sa Hotelu Patria podarilo udržať si svoje postavenie na trhu a zabezpečiť tvorbu zisku, ktorý bol však výrazne nižší ako v predošlých rokoch. Kríza ovplyvnila aj dodávateľov a zákazníkov analyzovaného hotela a ohrozila stabilitu ich činnosti. V roku 2010, kedy sa svet začína spamätávať z dôsledkov krízy, sa Hotelu Patria podarilo zvýšiť objem svojich výkonov.

Slovenské podnikateľské prostredie prináša mnohé ťažkosti a prekážky pre všetky podnikateľské subjekty. V poslednom období prebieha zdražovanie úverov, rast DPH a podnikateľov zaťažujú aj vysoké odvody. Všetky tieto skutočnosti nepriaznivo vplyvajú na činnosť Hotela Patria. Nie je však v kompetencii vedenia hotela priamo ovplyvniť tento faktor ohrozenia, a preto sa musí hotel danej situácii prispôbiť. Je dôležité sledovať vývoj ekonomickej situácie na Slovensku, a tým byť čo najlepšie pripravený na prípadné zmeny.

Základom pri riešení problémov vo financiách a predchádzaní ich vzniku je dostatok informácií. Kvalitná informačná báza je nevyhnutná v každom podniku. Na základe našich zistení by mal Hotel Patria preto zaviesť do praxe podnikový informačný systém, ktorým by bola zabezpečená ešte väčšia transparentnosť a zjednodušil by sa tak prístup k informáciám. Finančný manažment by bol len jednou zo súčastí tohto systému, keďže by zastrešoval všetky procesy prebiehajúce v podniku. V súčasnosti Hotel Patria takýto celopodnikový systém zavedený nemá. Na zjednodušenie práce zamestnancov využíva systém HORES a účtovnícky systém.

Za jednu z priorít ďalej považujeme obstaranie softvéru na finančno-ekonomickú analýzu, vďaka ktorému by bolo možné sledovať hodnoty finančných ukazovateľov v čo najkratšom časovom horizonte. Tým by vedenie hotela mohlo operatívne reagovať na vznikajúce problémy a odstrániť ich príčiny už v zárodku, čím by sa dalo predísť všetkým uvedeným problémom, ktoré by mohli v konečnom dôsledku vážnejšie narušiť finančnú stabilitu hotela.

Ďalšou z možností ako zefektívniť podnikové procesy a zabezpečiť kvalitu v hoteli je zavedenie systému kvality, nakoľko Hotel Patria v súčasnosti ešte nemá zavedený žiaden ucelený systém kvality. Riadi sa len štandardami kvality charakterizovanými vo Vyhláske Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z., ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia. Táto vyhláška však obsahuje len súhrn minimálnych požiadaviek na vybavenosť príslušnej kategórie a triedy ubytovacieho zariadenia. Lenže v podniku cestovného ruchu akým je aj Hotel Patria považujeme za dôležité venovať pozornosť aj ostatným stránkam kvality. Z toho dôvodu hotelu navrhujeme zaviesť systém kvality podľa ISO noriem radu 9000, a tým zabezpečiť riadenie kvality v celom podniku. Zavedením tohto systému kvality hotel získa viacero výhod. Bude zabezpečená transparentnosť a efektívnosť podnikových procesov a taktiež možnosť predchádzať vzniku kritických udalostí. Jednou z veľkých výhod zavedenia systému kvality podľa ISO noriem je možnosť získania certifikátu kvality, ktorý je medzinárodne uznávaný, čím si Hotel Patria zabezpečí dôveryhodnosť u domácich i zahraničných obchodných partnerov a tým môže tiež získať významnú konkurenčnú výhodu. Aj keď je zavedenie tohto systému kvality pomerne náročné z hľadiska nákladovosti a požiadaviek samotného systému, jeho budúce prínosy však tieto náklady prevyšujú. Po zavedení systému kvality podľa ISO noriem by mal ďalej Hotel Patria zamerať pozornosť na rozvíjanie kvality v podniku. Neskôr môže táto snaha vyvrcholiť do zavedenia komplexného manažérstva kvality – TQM v Hoteli Patria.

Analýzou rentability Hotela Patria sme zistili nevyhnutnosť jej zvýšenia. Najzákladnejším spôsobom zvýšenia rentability je zvýšenie zisku. Existujú dve možnosti ako to doceliť, a to buď znížením nákladov alebo zvýšením tržieb.

Znižovanie nákladov podniku je zložitý proces z hľadiska hľadania možností zefektívňovania procesu poskytovania služieb. Tento proces začína pri nákladoch na vstupy, a to hlavne energie a nakupované služby. Dôležitá je aj redukcia nákladov na opravy a údržbu.

Zníženie cien nakupovaných tovarov a služieb by nebolo jednoduché. Hotel Patria by mal dôkladne preskúmať existujúce dodávateľské podniky, dať si vypracovať viaceré ponuky a následne si z konkurenčných podnikov vybrať ten, ktorý by hotelu ponúkal najvýhodnejšie podmienky.

Ceny energií na Slovensku neustále rastú a nie je v kompetencii vedenia Hotela Patria ich znížiť. Je však možné dosiahnuť pokles miery spotrebovanej elektrickej energie, plynu i vody, a to zavedením nových, úspornejších technológií. Aj napriek vysokým vstupným nákladom by zavedenie týchto technológií prinieslo výrazné zníženie prevádzkových

nákladov hotela v blízkej budúcnosti. Jedným z mála opatrení na úsporu energií realizovaných v Hoteli Patria je komplexné zateplenie a implementácia systému centrálne regulovaného ústredného vykurovania a odberu zemného plynu tak, aby podmienky v hoteli zodpovedali príslušným parametrom teplotnickej normy. Takto sa podniku podarilo mierne znížiť náklady za plyn v hoteli.

Obmedziť náklady na opravy a údržbu je tiež možné dôkladným výberom správnych strojov a prístrojov. Je preto dôležité, aby vedenie hotela sledovalo vývoj technológií v oblasti cestovného ruchu a dôkladne prehodnocovalo výhodnosť prípadnej implementácie týchto novinek v Hoteli Patria.

Jedným zo súčasných svetových trendov je využívanie obnoviteľných zdrojov energie. Výhodou je, že zavedením takýchto technológií by sa náklady na energie v budúcnosti značne znížili a navyše hotelu by to tiež pomohlo v pozitívnej propagácii. Na druhej strane zavedenie týchto technológií by bolo veľmi nákladné. Z dôvodu potreby väčšieho objemu finančných prostriedkov na už prebiehajúcu realizáciu investičného zámeru, v súčasnosti zavedenie zložitejších technológií využívania obnoviteľných zdrojov neodporúčame. Napriek tomu by sa Hotel Patria nemal prestať zaujímať aj o takýto druh inovácií, pretože vedecko-technický vývoj napreduje a stále sa objavujú nové technológie na vyššej úrovni.

Hotelu Patria však určite odporúčame snažiť sa aplikovať aspoň najjednoduchšie kroky v oblasti šetrenia energií. Napríklad na redukciiu spotreby vody a pracích prostriedkov hotelu odporúčame stimulovať hostí, aby nepožadovali výmenu uterákov každý deň, ale aspoň raz za dva dni. Aj takéto, na pohľad maličkosti ukážu zákazníkom a verejnosti, že hotel myslí na životné prostredie a zároveň pomôžu hotelu aspoň čiastočne znížiť náklady.

Znížiť celkové náklady hotela by bolo možné aj redukciiu osobných nákladov podniku. Pri nižšom počte zamestnancov následne však hrozí, že by sa to mohlo negatívne odraziť na kvalite poskytovaných služieb, a tým aj na celkovej spokojnosti a lojalite zákazníkov. Proti tomuto kroku svedčí aj skutočnosť, že za celé sledované obdobie Hotel Patria vykazoval vysoké hodnoty produktivity práce zamestnancov. Napriek tomu hotelu v súčasnosti neodporúčame prijímať ďalších nových zamestnancov, čo by ešte viac odčerpalo finančné prostriedky hotela.

Druhým zo spôsobov akým čo najviac maximalizovať zisk podniku je zvýšenie tržieb, čo je možné využitím viacerých nástrojov. Jednou z priorít Hotela Patria by malo byť neustále zlepšovanie využitia kapacít. V Tatranskom regióne cestovného ruchu je priemerné percento využitia kapacít ubytovacích zariadení veľmi nízke. Napriek tomu sa Hotelu Patria podarilo dosahovať nadpriemerné využitie svojich kapacít. Aj z toho dôvodu je jeho ďalšie zvyšovanie

podmienené tvorbou a prezentáciou nových produktov. Hotel Patria by mal prehodnotiť rentabilitu jednotlivých produktov a zamerať sa tak na rozvíjanie tých najziskovejších a transformáciu tých menej ziskových tak, aby lepšie spĺňali požiadavky zákazníkov. Z dôvodu sezónnosti by bolo vhodné orientovať sa aj na zdokonaľovanie produktov ponúkaných v mesiacoch s nižším percentom využitia kapacít, a tak zvýšiť objem ich predaja. Je tiež veľmi dôležité, aby hotel svoje produkty neustále inovoval a prispôboval potrebám a želaniam svojich zákazníkov.

Hotel Patria by sa ďalej mal snažiť ustavične zlepšovať svoje marketingové aktivity a komunikáciu so zákazníkom. Dôležitá je prezentácia hotela na domácom i zahraničnom trhu. Z marketingových nástrojov Hotel Patria využíva hlavne svoju web stránku, účasť na medzinárodných výstavách a veľtrhoch i prezentáciu v katalógoch partnerských cestovných kancelárií. Vedeniu hotela v danej súvislosti odporúčame využívať aj ostatné nástroje propagácie, a to len za predpokladu, že by sa po dôkladnom preskúmaní ukázali ako rentabilné.

Jednou z možností ako v Hoteli Patria doceliť orientáciu na zákazníka je zavedenie manažmentu riadenia vzťahov so zákazníkmi – CRM. Prostredníctvom tohto systému by hotel vybudoval databázu svojich zákazníkov a následne by vytvoril vernostné a motivačné programy pre ich jednotlivé segmenty.

Ďalším zo spôsobov ako dosiahnuť nárast tržieb hotela je upravenie cenovej stratégie podniku, a to hlavne zvýšením cien ponúkaných produktov a služieb. Týmto spôsobom by mohlo dôjsť k nárastu tržieb z predaja vlastných výrobkov a služieb. Napriek tomu toto opatrenie v súčasnom období neodporúčame. Momentálna situácia na trhu by mohla spôsobiť, že toto zvýšenie cien by sa mohlo negatívne odraziť na využití kapacít, čím by v konečnom dôsledku mohlo prísť k poklesu celkových tržieb. Hotel Patria by však mal v rámci svojej cenovej stratégie aj naďalej využívať zľavy a rabaty, ktoré by pozitívne prispievali k budovaniu vzťahov so zákazníkmi.

Záver

V práci sme aplikovali dostupné teoretické poznatky z oblasti finančno-ekonomickej analýzy na zhodnotenie rentability Hotela Patria v rokoch 2005 – 2010. Zistili sme, že analyzovaný podnik dosahoval napriek viacerým nepriaznivým vplyvom nadpriemerné úrovne hodnôt ukazovateľov rentability v komparácii s odvetvovým priemerom. Bolo to čiastočne vďaka tomu, že sa hotelu podarilo vo väčšine sledovaných rokov dosiahnuť zisk. Napriek tomu boli hodnoty ukazovateľov značne nízke. Z týchto zistení sme prišli k záveru, že Hotel Patria by sa mal v budúcnosti snažiť zvyšovať svoju rentabilitu.

Hotelu Patria sme z toho dôvodu navrhli viaceré odporúčania ako zlepšiť súčasnú finančnú situáciu podniku. Uplatnenie aspoň niektorých z nich by mohlo hotelu pomôcť v zabezpečení lepšej budúcej finančnej stability a zlepšení jednotlivých aspektov finančného zdravia podniku. Hotel Patria by tak bol aj naďalej konkurencieschopným hotelom s medzinárodným významom.

Zoznam bibliografických odkazov

1. Interné materiály Hotela Patria.
2. LESÁKOVÁ, Ľ. 2007. *Finančno-ekonomická analýza podniku*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2007. 207 s. ISBN 978-80-8083-379-4.
3. *Priemerné mesačné, štvrťročné a kumulatívne štvrťročné kurzy SKK voči vybraným menám v roku 2005* [online]. [cit. 2010-08-16]. Dostupné na internete: <<http://www.nbs.sk>>
4. *Priemerné mesačné, štvrťročné a kumulatívne štvrťročné kurzy SKK voči vybraným menám v roku 2006* [online]. [cit. 2010-08-16]. Dostupné na internete: <<http://www.nbs.sk>>
5. *Priemerné mesačné, štvrťročné a kumulatívne štvrťročné kurzy SKK voči vybraným menám v roku 2007* [online]. [cit. 2010-08-16]. Dostupné na internete: <<http://www.nbs.sk>>
6. *Priemerné mesačné, štvrťročné a kumulatívne štvrťročné kurzy SKK voči vybraným menám v roku 2008* [online]. [cit. 2010-08-16]. Dostupné na internete: <<http://www.nbs.sk>>
7. *Ubytovanie* [online]. [cit. 2010-12-16]. Dostupné na internete: <<http://www.hotelpatria.sk>>
8. *Vyhláška Ministerstva hospodárstva Slovenskej republiky č. 277/2008 Z. z., ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky na ubytovacie zariadenia pri ich zaradovaní do kategórií a tried* [online]. [cit. 2010-12-16]. Dostupné na internete: <<http://www.zbierka.sk>>
9. *Wellness a kongresový hotel Patria* [online]. [cit. 2010-12-16]. Dostupné na internete: <<http://www.hotelpatria.sk>>