

# **STC STARI VRH d.o.o.**

**Poročilo za leto 2012 ter sezono 2012/13**

**Zapreval: 25. april 2013**

## Kazalo

<b>1. Poslovno poročilo podjetja STC Stari vrh d.o.o.</b>	<b>3</b>
1.1. Kratka predstavitev smučišča Stari vrh	3
1.2. Predstavitev družbe STC Stari vrh d.o.o. (stanje na dan 31.12.2012)	3
1.3. Organiziranost in predstavitev odgovornih oseb	4
1.4. Finančno poslovanje 2012	5
<b>2. Poslovno poročilo – poseben del</b>	<b>6</b>
2.1. Poročilo o doseženih ciljih in rezultatih STC Stari vrh d.o.o.	6
2.1.1. Zakonske in druge pravne podlage, ki pojasnjujejo delovno področje	6
2.1.2. Cilji iz zastavljenega večletnega programa dela in ocena uspeha pri doseganju ciljev	7
2.1.3. Ocena gospodarnosti in učinkovitosti poslovanja	7
2.1.4. Ocena delovanja sistema notranjega finančnega nadzora	8
2.1.5. Ocena učinkov poslovanja na druga področja, predvsem na gospodarstvo, socialo, varstvo okolja, regionalni razvoj in urejanje prostora	8
2.1.6. Druga pojasnila, ki vsebujejo analizo kadrovanja in kadrovske politiko ter poročilo o investicijskih vlaganjih	9
<b>3. Računovodsko poročilo</b>	<b>10</b>
3.1. Uvod	10
3.2. Pojasnilo k postavkam bilance stanja	10
3.2.1. Sredstva ter obveznosti do virov sredstev	10
3.3. Struktura prihodkov in odhodkov	13
3.4. Nekateri pomembnejši kazalci zaključnega računa 2011	13
<b>4. Poročilo o smučarski sezoni 2012/13</b>	<b>14</b>
4.1. Uvodno izhodišče	14
4.2. Aktivnosti pred začetkom sezone 2012/13	14
4.3. Trženje smučišča	15
4.4. Statistika obiska na smučišču	15
4.5. Statistika obiska na spletni strani <a href="http://starivrh.si">.starivrh.si</a>	16
4.6. Analiza prodaje smučarskih vozovnic	17
<b>Zaključek</b>	<b>20</b>

## 1. Poslovno poročilo podjetja STC Stari vrh d.o.o.

### 1.1. Kratka predstavitev smučišča Stari vrh

Smučišče Stari vrh s svojimi 12 km smučarskih prog, 3 km dolgim sankališčem za nočno sankanje ter velikim odprtim drsališčem, trenutno predstavlja največji zunanji športni objekt na območju Upravne enote Škofja Loka. S povprečnim obiskom med 50.000 in 60.000 smučarji na leto (v štirih mesecih) pa tudi **destinacijo z največjim skupnim obiskom med vsemi turističnimi, športnimi, kulturnimi objekti in ustanovami na Škofjeloškem**. Smučišče Stari vrh s svojim zaledjem Škofjo Loko, Poljansko in Selško dolino, tako nedvomno **predstavlja enega ključnih stebrov za razvoj športa na tem območju**. Zaradi dobre ureditve velikega števila smučarskih prog, relativne bližine in ugodne cenovne politike, v primerjavi z drugimi podobnimi smučišči, pa omogoča številnim domačinom kot tudi ostalim športnim gostom zelo kakovostno rekreacijo ter pestro preživljanje prostega časa. Številnim športnim društvom v Škofji Loki in okolici predstavlja tudi izhodišče za svojo delovanje, oziroma pri specifičnih, sploh zagotavlja možnosti za redno in kvalitetno vadbo, ki je bila in ostaja predpogoj za uvrščanje domačih športnikov – smučarjev, v vrhove evropskega in svetovnega smučarskega športa. Med številnimi prireditvami, ki jih podpira, je potrebno omeniti tradicionalni Pokal Loka za najmlajše smučarje, s katerim se Škofja Loka uvršča med tri večja slovenska mesta, ki gostijo večjo mednarodno smučarsko tekmovalno prireditev (ob Mariboru in Kranjski Gori).

Dolžina vseh prog je 12 km, od tega 2 km težjih, 6 km srednjih in 4 km lahkih prog. Površina smučišča je 55 ha. Smučišče ponuja poleg dnevno/nočnega smučanja tudi izposajo in testiranje opreme, mini trgovino smučarske opreme, smuko v celem snegu, tekmovalni poligon, rekreativna tekmovalna, igrišča na snegu, pogojno varstvo otrok, šolo alpskega smučanja in snowboarda. Na smučišče je vsako sezono glede na potrebe organiziran prevoz s kombiji ali avtobusi iz Škofje Loke oz. ostalih krajev (Novo mesto, Ljubljana)

V bližini smučišča se nahaja večje število turističnih kmetij in planinska koča – z gostinsko ponudbo in prenočišči.

Zmogljivost smučišča je do 4.100 smučarjev/uro.

Število smučarjev se v zadnjih desetletjih tudi spričo neprestanih vlaganj v infrastrukturo neprestano povečuje. V sezoni 2009/10 je bilo cca. 55.000 smučarjev, od tega približno 30% na nočni smuki. Obisk smučišča se časovno deli na dva vrhunca – decembra (1. december – 25. december) ter februarja med šolskimi počitnicami. Največje število smučarjev prihaja iz Gorenjske, Notranjske in Primorske. Med počitnicami jih je veliko tudi iz Hrvaške.

### 1.2. Predstavitev družbe STC Stari vrh d.o.o. (stanje na dan 31.12.2012):

#### Osnovni podatki:

Firma	Smučarsko turistični center STC Stari vrh d.o.o.
Skrajšana firma	STC Stari vrh d.o.o.
Sedež	Zapreval 3
Pošta	4223 Poljane nad Škofjo Loko
Vrsta organizacije	Družba z omejeno odgovornostjo
Telefon	041 679 642; 059 250 516
Elektronska pošta	pavlelogar@gmail.com
Spletni naslov družbe	<a href="http://www.starivrh.si">http://www.starivrh.si</a>
Predsednik nadzornega sveta	Janez Dekleva

Glavna dejavnost SKD	R93.292 - Dejavnost smučarskih centrov
Transakcijski računi	BAN SI56 0312 8100 1044 936 (SKB d.d.) odprt IBAN SI56 3300 0000 1544 425 (HYPO BANK d.d.) odprt
Matična številka	5921929000
Davčna številka	14214202
Datum ustanovitve	27.12.1995
Registrski organ	Okrožno sodišče Kranj
Št. reg. vložka	10567400
Osnovni kapital	1.501.560 EUR

#### Obstoječa lastniška struktura (stanje na dan 31.12.2012):

Lastnik	Delež
Občina Gorenja vas – Poljane	47,03%
Občina Škofja Loka	35,08%
Matevž Demšar	6,61%
Stanislav Pintar	1,75%
Pavel Dolenc	1,27%
Emil Peternel	1,18%
Jožef Tušek	1,16%
Smučarski klub Alpetour	1,12%
Franc Dolenc	1,10%
Janez Kržišnik	0,93%
Janez Mesec	0,59%
Stanislav Krajnik	0,59%
Gregor Štefe	0,47%
Simon Ozebek	0,47%
Logar d.o.o.	0,33%
Loka Inženiring d.o.o.	0,33%
<b>Skupaj</b>	<b>100,00%</b>

### 1.3. Organiziranost in predstavitev odgovornih oseb

Družba STC Stari vrh d.o.o. je organizirana kot družba z omejeno odgovornostjo.

Od jeseni 2010 družbo vodi Pavle Logar.

Poslovanje družbe nadzira Nadzorni svet družbe, ki ga sestavljajo predstavniki največjih lastnikov, občine Gorenja vas-Poljane in Škofja Loka, ter predstavniki malih družbenikov. Do konca leta 2012 je bilo skupno število družbenikov sedemnajst. V začetku leta pa se, kot rezultat pogajanj za ohranitev družbe, v družbo vstopilo 13 novih družbenikov. Smučišče pa je pogodbeno podprlo tudi 23 novih sponzorjev.

Najvišji organ družbe je Skupščina družbenikov.

## 1.4. Finančno poslovanje

**Tabela 1: Prikaz gibanja čistih prihodkov od prodaje in čistega dobička / izgube obračunskega obdobja za družbo STC Stari vrh d.o.o. v razdobju od leta 2007 do leta 2012** (v EUR)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Čisti prihodki od prodaje	270.306	438.157	581.445	870.308	585.851	521.891
Čisti dobiček / izguba	-452.895	-338.456	-226.529	-26.686	-197.604	-183.446

Vir: Izrazi poslovnega izida podjetja

Iz zgornje tabele je razvidno, da je družba STC Stari vrh d.o.o. v razdobju od leta 2007, ki smo ga kot prvega vzeli v analizo, pa do leta 2012 poslovalo z izgubo. Prihodki so se sicer povečevali od leta 2007 do leta 2010, ko je bila izguba najmanjša (26.686 EUR), v letu 2011 pa so se ponovno zmanjšali, povečala pa se je tudi izguba (197.604 EUR). Tudi rezultati v letu 2012 so le nekoliko boljši kot leta 2011 (manjša izguba), pri čemer je osrednji razlog za slabo stanje poslovnega leta 2012 dejstvo, da se v predsezoni 2012/13 ni izvajalo predprodaje ter relativno pozen začetek sezone.

Spodbudnejšo sliko pa je mogoče razbrati iz finančnega poslovanja v zadnji sezoni 2012/13, ki je bila z 92 obratovalnimi dnevi najdaljša v minulih petih letih.

**Tabela 2: Prikaz gibanja prihodkov v sezonah 2011/12 ter 2012/13.** (v EUR)

Prihodki	sezona 2011/12	nov-dec.12	jan.-mar.13	sezona 12/13
Prodaja smuč.kart - izdani računi	202.495,01	43.307,67	54.200,20	97.507,87
Prodaja smuč.kart - blagajna	376.750,24	52.897,70	411.615,21	464.512,91
Prodaja storitev - reklamiranje	15.930,00	2.493,33	19.263,81	21.757,14
Prihodki od storitev - organ. tekmovanj	0,00	0,00	20.233,37	20.233,37
Prihodki odpadno železo	1.900,00	0,00	0,00	0,00
Prihodki od sponzorjev	0,00	4.000,00	23.333,33	27.333,33
Prihodki od dotacij, subvencij	0,00	89.082,00	90.000,00	179.082,00
Prihodki od obresti	15,42	2,52	238,88	241,40
Prejete odškodnine, drugo	675,20	0,00	1.025,36	1.025,36
Druge neobičajne postavke	0,00	365,40	0,00	365,40
Prihodki od priznanih reklam.	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Prihodki skupaj</b>	<b>606.148,96</b>	<b>192.148,62</b>	<b>619.910,16</b>	<b>812.058,78</b>

Vir: Računovodski pregled poslovanja v sezoni 2012/13.

**Tabela 3: Prikaz gibanja stroškov v sezonah 2011/12 ter 2012/13.** (v EUR)

Stroški	sezona 2011/12	nov-dec.12	jan.-mar.13	sezona 12/13
<b>Stroški skupaj</b>	<b>622.337,12</b>	<b>230.701,53</b>	<b>338.583,72</b>	<b>569.285,25</b>
<b>RAZLIKA MED PRIHODKI IN STROŠKI</b>	<b>-16.188,16</b>	<b>-38.552,91</b>	<b>281.326,44</b>	<b>242.773,53</b>

Vir: Računovodski pregled poslovanja v sezoni 2012/13.

Iz navedenih tabel je razvidno, da minula sezoni beleži presežek prihodkov nad odhodki v višini 242.773,53 EUR.

Razloga za omenjeni presežek sta dva – večji prihodki od dotacij in subvencij ter zmanjšanje stroškov kot posledica izvajanja različnih varčevalnih ukrepov.

## 2. Poslovno poročilo – poseben del

### 2.1. Poročilo o doseženih ciljih in rezultatih STC Stari vrh d.o.o.

#### 2.1.1. Zakonske in druge pravne podlage, ki pojasnjujejo delovno področje

Smučišče Stari vrh je vse do nastanka države Slovenije delovalo v okviru in pod patronatom različnih organizacij iz Škofje Loke, od turističnega podjetja Transturist, TTKS (Temeljna telesno kulturna skupnost) Škofja Loka in drugih do dogovora z lastniki zemljišč na področju Starega vrha, ko se ustanovi podjetje STC Stari vrh d.o.o.

Pravna podlaga za delovanje smučišča pa od leta 2005 predstavlja **Koncesijska pogodba št. 2411-05-800005 za graditev sedežnice Stari vrh na Starem vrhu**<sup>1</sup> med Republiko Slovenijo, ki jo po pooblastilu Vlade RS zastopa takratni minister za promet mag. Janez Božič, kot koncedent ter STC Stari vrh d.o.o., ki ga zastopa takratni direktor Matevž Demšar, kot koncesionar. V omenjeni koncesijski pogodbi z rokom trajanja 40 let pogodbeni strani (Republika Slovenija in STC Stari vrh d.o.o.) urejata medsebojna razmerja v zvezi z graditvijo in obratovanjem sedežnice Stari vrh na Starem vrhu, ter pravice in obveznosti koncesionarja v zvezi z ureditvijo smučišč in drugih površin in objektov potrebnih za normalno uporabo žičniške naprave, ki je predmet pogodbe.

Po tej pogodbi se je koncedent zavezal, da v času trajanja koncesijskega razmerja po tej pogodbi ne bo podelil koncesije za graditev in obratovanje enake žičniške naprave na istem mestu drugi osebi, razen v primeru prenosa koncesije skladno s koncesijskim aktom in to pogodbo.

Koncesionar pa se je zavezal, da bo pri izvajanju koncesije ravnal v skladu z načelom pravil tehnike in najboljše večnamenske rabe prostora, zlasti tako, da bo uporabljal take arhitektonske, gradbene in tehnične rešitve, uporabljive brez nesorazmernih stroškov, ki najmanj obremenjujejo okolje in ki ne bodo poslabšale kvalitete življenja. Pri oceni tehnologij pa bo upošteval vse vrste obremenjevanja okolja in vse vplive določenih rešitev na okolje.

Koncesionar se je s pogodbo zavezal tudi, da bo v roku, v katerem je moral začeti obratovati z žičniško napravo, s povečevanjem števila prog, njihovo razširitvijo in na druge načine, uredil smučišče tako, da se bo zmogljivost smučišča najmanj uskladila z zmogljivostjo žičniške naprave (2.400 smučarjev/h).

STC Stari vrh d.o.o. mora poleg določil iz omenjene koncesijske pogodbe med Republiko Slovenijo in smučiščem, upoštevati tudi številne druge zakone in predpise iz področja urejenosti in varnosti na smučiščih. Omenjeni zakoni in predpisi tako predpisujejo številne ukrepe za povečevanje varnosti, ki gredo predvsem v smeri neprestanega vzdrževanja in nadzora nad varnim delovanjem žičniških naprav.

Med temi zakoni je najpomembnejši: **Zakon o varnosti na smučiščih** iz leta 2005 ter dopolnjen leta 2006 in 2008 vključno s podrejenimi predpisi:

- pravilnik o zapisniku in ogledu kraja nesreče na smučišču (Ur.l. RS, št. 90/2008)
- pravilnik o programu in načinu opravljanja preizkusa usposobljenosti nadzornikov smučišč in o primernem teoretičnem ter praktičnem znanju smučanja (Ur.l. RS, št. 109/2008)
- pravilnik o tehničnih zahtevah za obratovanje smučišč (Ur.l. RS, št. 116/2008)
- pravilnik o znakih in označbah na smučišču (Ur.l. RS, št. 116/2008)
- pravilnik o programu primerne teoretičnega in praktičnega znanja smučanja za inšpektorje (Ur.l. RS, št. 14/2009)
- pravilnik o potrdilu o odvzemu smučarske vozovnice (Ur.l. RS, št. 32/2009)

<sup>1</sup> Koncesijska pogodba št. 2411-05-800005 za graditev sedežnice Stari vrh na Starem vrhu, iz dne 23.3.2006.

- pravilnik o obrazcu vloge za podelitev pooblastila, obrazcu službene izkaznice ter oznakah nadzornika smučišča (Ur.l. RS, št. 72/2010)

### 2.1.2. Cilji iz zastavljenega večletnega programa dela in ocena uspeha pri doseganju ciljev

Cilje opredelimo na čas potreben za doseg cilja na kratkoročne in dolgoročne cilje.

**Kratkoročni cilje** pa nadalje delimo na finančne in akcijske. Finančni cilji so povečati finančne prilive in ustvarjati ustrezen dobiček, ki bo omogočal redno odplačevanje finančnih obveznosti ter posledično nove investicije v posodobitev ponudbe tako v zimskih kot poletnih mesecih. Akcijski načrt, kako povečati prodajo, pa so bili predstavljeni v novembru 2010<sup>2</sup> in so bili usmerjeni na vprašanja, kako povečati tekočo prodajo kart z različnimi ugodnostmi, popusti in paketno ponudbo ciljnim skupinam in perspektivnim trgom, ki so se že v preteklosti izkazali za pomembne za obisk smučišča. Aktivnosti v tej smeri so bile potem izvajanje zadnja tri leta, s poudarkom na letu 2011 oz. sezoni 2011/12. Sezona 2012/13 z rekordnim obiskom 62.000 obiskovalcev predstavlja potrditev pravilnosti navedene izhodiščne usmeritve.

**Dolgoročni cilji** smučišča vezani na investicijo v novo sedežnico in predstavljeni v sprejetem dokumentu ob začetku nove investicije<sup>3</sup> pa so:

- povečati konkurenčnost smučišča
- izboljšati kvaliteto ponudbe smučišča in zadovoljiti zahteve smučarjev v večji meri
- povečati število smučarjev
- povečati prihodke za najmanj 30%
- prispevati k celostnem razvoju turizma na območju Starega vrha
- spodbuditi posameznike k naložbam v razvoj turizma na kmetiji
- spodbuditi posameznike k naložbam v dodatno gostinsko ponudbo.

Tem ciljem se je v kontekstu tržnega komuniciranja pred sezono 2010 dodalo še oblikovanje prepoznavne podobe smučišča Stari vrh kot prijaznega in sodobnega smučišča z razvejano ponudbo in infrastrukturo, ki se trudi optimalno zadovoljiti različne tipe smučarjev, s poudarkom na mladini in družinah.

### 2.1.3. Ocena gospodarnosti in učinkovitosti poslovanja

Koncesionar smučišča Stari vrh d.o.o. STC Stari vrh je s ciljem povečati gospodarnost poslovanja z investicijo v novo sedežnico večje kapacitete leta 2006 (prejšnja je imela skoraj 3 krat manjšo kapaciteto od sedanje (do 900 smučarjev/h)) investiral tudi v izboljšanje razmer na spodnjem, vremenskim razmeram bolj izpostavljenem delu smučišča, povečal število snežnih topov in opreme za umetno zasneževanje ter povečal osvetljenost na smučišču za nočno smuko. Z vsemi temi aktivnostmi se je zmanjšalo odvisnost od morebitnih neugodnih vremenskih razmer, ki v tej gospodarski panogi bistveno vplivajo na poslovanje. Kljub temu zmanjšanju izpostavljenosti do vremena, pa sta prvi dve vremensko izredno neugodni in zeleni zimi po izgradnji nove sedežnice, bistveno posegli v učinkovitost poslovanja podjetja. Neobratovanje sedežnice v njeni prvi sezoni ter slabše v drugi sezoni od predvidenega, sta ob nezmanjšanih finančnih obveznostih do lizingodajalca ter posledično izredno velikih stroških amortizacije, izredno močno posegli v gospodarnost in učinkovitost poslovanja. Vse sezone po omenjenih dveh tako beležijo povečevanje obiska, prometa in prihodkov na smučišču. Zlasti zadnje štiri sezone, tako zaradi konstantno večjega obiska, ponudbe novih programov, zmanjšanju tekočih stroškov, kot

<sup>2</sup> Dokument: Osnutek strategije oglaševanja in komunikacijskega načrta smučišča Stari vrh za zimsko sezono 2010/2011, datum: 10. november 2010

<sup>3</sup> Načrt posodobitve smučišča Stari vrh, zamenjava obstoječe sedežnice z novo sedežnico, ureditev smučišča v spodnjem delu, datum: 3. april 2006.

rešitvi problema finančnih obveznosti in lastništva, predstavljata relativno trden temelj za nadaljevanje teh trendov tudi v prihodnjih sezonah.

V sezoni 2012/13 je smučišče pristopilo že k izvedbi varčevalnih ukrepov. Eden od teh ukrepov je bil spremenjen oz. krajši delovni čas ob določenih dnevih, ki so se v preteklosti izkazali kot dnevi z manjšim obiskom. Ocenjeni prihranek na tem segmentu je bil cca. 8.000 EUR.

Zaradi večjega števila obratovalnih dni z naravno snežno podlago se je porabilo manj električne energije v višini 20.000 EUR.

#### **2.1.4. Ocena delovanja sistema notranjega finančnega nadzora**

Finančni nadzor nad delovanjem koncesionarja STC Stari vrh d.o.o. opravlja nadzorni odbor družbe, kot tudi predstavniki največjih lastnikov, obeh občin.

#### **2.1.5. Ocena učinkov poslovanja na druga področja, predvsem na gospodarstvo, socialo, varstvo okolja, regionalni razvoj in urejanje prostora**

Pomemben vidik smučarskega centra je tudi njegov turistični oziroma komercialni vidik, saj s svojim delovanjem v zimskem času ustvarja preko 50 delovnih mest (cca. 30 na smučišču, ostalo v okoliških gostinskih in drugih obratih). Nadpovprečen je zlasti njegov multiplikativen učinek, saj po oceni Roka Šimenca iz Razvojne agencije Sora na smučišče v zimskem času odpade cca. 75% nočitev na tem območju. Posredno to pomeni preko 250.000 EUR dodatnih prihodkov<sup>4</sup> oziroma tudi več, če predpostavimo oceno pristojnega ministrstva, da je v Sloveniji multiplikacijski faktor 1 : 7,<sup>5</sup> potem govorimo o zneskih, ki presegajo milijon EUR dodatnih prihodkov iz turizma letno na območju Škofje Loke.

Poleg športnega in turističnega vidika je nujno izpostaviti tudi kulturni in demografski vidik ohranjanja poselitve tega dela Loškega hribovja, ki ga s svojim delovanjem omogoča prav omenjeno smučišče. Začetki obratovanja smučišča v začetku sedemdesetih let namreč sovpadajo z začetki trajnostnega razvoja tega področja, katerega pomemben segment predstavlja prav pojav in razvoj kmečkega turizma. Kot navaja Krišelj se je kmečki turizem na loškem območju začel razvijati prav z izgradnjo žižnic, kot začetek se šteje leto 1972,<sup>6</sup> in smučišče Stari vrh je tako pripomogel k razvoju dopolnilnih dejavnosti na kmetijah, ki so na Škofjeloškem območju nujne, saj povprečna velikost kmetije, ki meri le 5 ha, ne omogoča preživetja na podeželju.<sup>7</sup>

Kot zadnje – pomemben vidik kontinuiranega obratovanja smučišča je tudi koncesija za opravljanje žičničarske dejavnosti, ki je bila podeljena podjetju STC Stari vrh d.o.o. iz strani pristojnega ministrstva in ki vključuje obratovanje žičniških naprav na omenjeni lokaciji ter vključuje zakonsko določene pogoje za obratovanje oz. prenehanje obratovanja naprave po 32. čl. ZŽNPO, katerega namen je predvsem zaščititi širše gospodarsko okolje ter gospodarske subjekte neposredno ali posredno vezane na obratovanje žičniške naprave.

Smučišče Stari vrh s svojim delovanjem trenutno izpolnjuje najmanj tri ključne cilje:

- **zagotavlja razmere za razvoj športne rekreacije v zimskem času** za občanke in občane na območju Škofje Loke, Poljanske in Selške doline (telovadnica na prostem);

- kot največji in najbolj raznolik smučarski center v regiji **zagotavlja pogoje za razvoj profesionalnega športa** za različne kategorije profesionalnega smučanja (tekmovalni poligon);

<sup>4</sup> Rok Šimenc: STC Stari vrh – Mnenje o vplivu na razvoj turizma, oktober 2010

<sup>5</sup> Gorazd Bedrač: zapisnik Direktorata za promet, Zbornice gorskih centrov in Združenja slovenskih žičničarjev, 10.5.2012

<sup>6</sup> Loški razgledi 25/1978, str. 57-67 Milan Krišelj: Kmečki turizem na področju občine Škofja Loka.

<sup>7</sup> Rok Šimenc: STC Stari vrh – Mnenje o vplivu na razvoj turizma, oktober 2010



- omogoča **razvijanje druge turistične ponudbe** na območju Škofje Loke v zimskih in posredno tudi v poletnih mesecih ter s tem številne multiplikacijske učinke, vključno z delovnimi mesti ter kontinuirano poselitvijo tega območja.

#### **2.1.6. Druga pojasnila, ki vsebujejo analizo kadrovanja in kadrovske politiko ter poročilo o investicijskih vlaganjih**

Družba STC Stari vrh d.o.o. redno zaposluje do 6 ljudi ter občasno, v času sezone, do 30 ljudi, pri čemer je potrebno poudariti, da imajo pri zaposlitvah prednost domačini. S tem se ohranja tudi nek dodaten vir prihodkov za lokalno prebivalstvo, ter se posredno zagotavlja poseljenost tega področja.

Investicijska vlaganja v žičniške naprave so stalnica v poslovanju saj mora smučišče zagotavljati vsem varnostnim standardom in zakonodaji na tem področju. Zlasti so se standardi zaostriili v prejšnji sezoni.

Omenjene investicije so tako nuja in zakonska ter pogodbeno obveznost in imajo prioriteto pred vsemi ostalimi vlaganji – saj ima nespoštovanje varnostnih zahtev tako kratkoročno kot dolgoročno zelo negativne posledice.

### 3. Računovodsko poročilo

#### 3.1. Uvod

V nadaljevanju so predloženi podatki iz bilance stanja na dan 31.12.2012. V bilanci so podatki za poslovno leto 2012, ki vključuje drugo polovico relativno uspešne zimske sezone 2011/12, ter prvo polovico zimske sezone 2012/13. Značilnost prvega dela minule sezone je bila negotovost glede obratovanja zato se ni izvajalo predprodaje smučarskih vozovnic ter ostalih promocijskih aktivnosti, kar je posledično pomenilo izpad določenega dela dohodkov vezanih na prvih del sezone. Drugi del sezone, torej čas od januarja do marca 2013, ki je bil poslovno zelo uspešen, v bilanci stanja za preteklo leto ni zajet in bo zajet v bilanci za poslovno leto 2013.

#### 3.2. Pojasnilo k postavkam bilance stanja

##### 3.2.1. Sredstva ter obveznosti do virov sredstev

Družba STC Stari vrh d.o.o. zadnja leta z uspešnim tekočim poslovanjem neprestano zmanjšuje obveznosti do virov sredstev. Z dogovorom o sanaciji preteklih finančnih obveznosti ter vstopom novih družbenikov, ki bodo letno prispevali znatna sredstva za saniranje obveznosti ter ohranjanje dejavnosti družbe, ter uspešno minulo sezono, bo družba v letošnjem letu poravnala večino poslovnih obveznosti.

Tabela 4: Podatki iz bilance stanja na dan 31.12.2012

v EUR (brez centov)				
Konto	Postavka	Oznaka za AOP	Znesek	
			Tekočega leta	Prejšnjega leta
1	2	3	4	5
	<b>SREDSTVA (002+032+053)</b>	001	4.466.105	5.296.755
	<b>A. DOLGOROČNA SREDSTVA (003+010+018+019+027+031)</b>	002	4.334.428	5.113.108
	<b>I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne časovne razmejitev (004+009)</b>	003	0	0
	1. Neopredmetena sredstva (005 do 008)	004	0	0
del 00	a) Dolgoročne premoženjske pravice	005	0	0
del 00	b) Dobro ime	006	0	0
del 00	c) Dolgoročno odloženi stroški razvijanja	007	0	0
del 00, del 08, del 13	č) Druga neopredmetena sredstva	008	0	0
del 00	2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitev	009	0	0
	<b>II. Opredmetena osnovna sredstva (011 do 017)</b>	010	4.334.428	5.113.108
del 02, del 03	1. Zemljišča	011	0	0
del 02, del 03	2. Zgradbe	012	309.450	316.654
del 04, del 05	3. Proizvajalne naprave in stroji	013	129.106	169.807
del 04, del 05	4. Druge naprave in oprema, drobni inventar in druga opredmetena osnovna sredstva	014	3.895.872	4.626.647
del 04, del 05	5. Biološka sredstva	015	0	0
del 02, del 04	6. Opredmetena osnovna sredstva v gradnji in izdelavi	016	0	0
del 08, del 13	7. Predujmi za pridobitev opredmetenih osnovnih sredstev	017	0	0
01	<b>III. Naložbene nepremičnine</b>	018	0	0

	<b>IV. Dolgoročne finančne naložbe (020+024)</b>	019	0	0
	1. Dolgoročne finančne naložbe, razen posojil (021 do 023)	020	0	0
del 06	a) Delnice in deleži v družbah v skupini	021	0	0
del 06	b) Druge delnice in deleži	022	0	0
del 06	c) Druge dolgoročne finančne naložbe	023	0	0
	2. Dolgoročna posojila (025+026)	024	0	0
del 07	a) Dolgoročna posojila družbam v skupini	025	0	0
del 07	b) Druga dolgoročna posojila	026	0	0
	<b>V. Dolgoročne poslovne terjatve (028 do 030)</b>	027	0	0
del 08	1. Dolgoročne poslovne terjatve do družb v skupini	028	0	0
del 08	2. Dolgoročne poslovne terjatve do kupcev	029	0	0
del 08	3. Dolgoročne poslovne terjatve do drugih	030	0	0
09	<b>VI. Odložene terjatve za davek</b>	031	0	0
	<b>B. KRATKOROČNA SREDSTVA (033+034+040+048+052)</b>	032	131.677	183.647
67	<b>I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo</b>	033	0	0
	<b>II. Zaloge (035 do 039)</b>	034	1.002	9.940
30, 31, 32	1. Material	035	0	0
60	2. Nedokončana proizvodnja	036	0	0
63	3. Proizvodi	037	0	0
65, 66	4. Trgovsko blago	038	0	0
del 13	5. Predujmi za zaloge	039	1.002	9.940
	<b>III. Kratkoročne finančne naložbe (041+045)</b>	040	43.101	100
	1. Kratkoročne finančne naložbe, razen posojil (042 do 044)	041	43.101	100
del 17	a) Delnice in deleži v družbah v skupini	042	0	0
del 17	b) Druge delnice in deleži	043	0	0
del 17	c) Druge kratkoročne finančne naložbe	044	43.101	100
	2. Kratkoročna posojila (046+047)	045	0	0
del 07, del 18	a) Kratkoročna posojila družbam v skupini	046	0	0
del 07, del 18	b) Druga kratkoročna posojila	047	0	0
	<b>IV. Kratkoročne poslovne terjatve (049 do 051)</b>	048	54.296	119.242
del 08, del 12, del 13, del 15, del 18	1. Kratkoročne poslovne terjatve do družb v skupini	049	0	0
del 08, del 12, del 13, del 15, del 18	2. Kratkoročne poslovne terjatve do kupcev	050	43.200	101.337
del 08, del 13, 14, del 15, 16, del 18	3. Kratkoročne poslovne terjatve do drugih	051	11.096	17.905
10, 11	<b>V. Denarna sredstva</b>	052	33.278	54.365
19	<b>C. KRATKOROČNE AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE</b>	053	0	0
del 99	<b>Zabilančna sredstva</b>	054	0	0
	<b>OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV (056+072+075+085+095)</b>	055	4.466.105	5.296.755
	<b>A. KAPITAL (057+060+061+067+068-069+070-071)</b>	056	90.622	274.068
	<b>I. Vpoklicani kapital (058-059)</b>	057	1.498.430	1.498.430
del 90	1. Osnovni kapital	058	1.501.560	1.501.560

del 90	2. Nepoklicani kapital (kot odbitna postavka)	059	3.130	3.130
91	<b>II. Kapitalske rezerve</b>	060	201	201
	<b>III. Rezerve iz dobička (062+063-064+065+066)</b>	061	2.245	2.245
del 92	1. Zakonske rezerve	062	2.245	2.245
del 92	2. Rezerve za lastne delnice in lastne poslovne deleže	063	0	0
del 92	3. Lastne delnice in lastni poslovni deleži (kot odbitna postavka)	064	0	0
del 92	4. Statutarne rezerve	065	0	0
del 92	5. Druge rezerve iz dobička	066	0	0
95	<b>IV. Presežek iz prevrednotenja</b>	067	0	0
del 93	<b>V. Preneseni čisti dobiček</b>	068	0	0
del 93	<b>VI. Prenesena čista izguba</b>	069	1.226.808	1.029.204
del 93	<b>VII. Čisti dobiček poslovnega leta</b>	070	0	0
del 93	<b>VIII. Čista izguba poslovnega leta</b>	071	183.446	197.604
	<b>B. REZERVACIJE IN DOLGOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE (073+074)</b>	072	0	0
del 96	1. Rezervacije	073	0	0
del 96	2. Dolgoročne pasivne časovne razmejitve	074	0	0
	<b>C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI (076+080+084)</b>	075	3.837.192	4.401.617
	<b>I. Dolgoročne finančne obveznosti (077 do 079)</b>	076	3.837.192	4.401.617
del 97	1. Dolgoročne finančne obveznosti do družb v skupini	077	0	0
del 97	2. Dolgoročne finančne obveznosti do bank	078	0	0
del 97	3. Druge dolgoročne finančne obveznosti	079	3.837.192	4.401.617
	<b>II. Dolgoročne poslovne obveznosti (081 do 083)</b>	080	0	0
del 98	1. Dolgoročne poslovne obveznosti do družb v skupini	081	0	0
del 98	2. Dolgoročne poslovne obveznosti do dobaviteljev	082	0	0
del 98	3. Druge dolgoročne poslovne obveznosti	083	0	0
del 98	<b>III. Odložene obveznosti za davek</b>	084	0	0
	<b>Č. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI (086+087+091)</b>	085	538.291	621.070
21	<b>I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev</b>	086	0	0
	<b>II. Kratkoročne finančne obveznosti (088 do 090)</b>	087	201.613	248.892
del 27, del 97	1. Kratkoročne finančne obveznosti do družb v skupini	088	0	0
del 27, del 97	2. Kratkoročne finančne obveznosti do bank	089	0	25.000
del 27, del 97	3. Druge kratkoročne finančne obveznosti	090	201.613	223.892
	<b>III. Kratkoročne poslovne obveznosti (092 do 094)</b>	091	336.678	372.178
del 22, del 23, del 28, del 98	1. Kratkoročne poslovne obveznosti do družb v skupini	092	0	0
del 22, del 23, del 28, del 98	2. Kratkoročne poslovne obveznosti do dobaviteljev	093	298.403	355.201
24, del 23, 25, 26, del 28, del 98	3. Druge kratkoročne poslovne obveznosti	094	38.275	16.977
29	<b>D. KRATKOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE</b>	095	0	0
del 99	<b>Zabilančne obveznosti</b>	096	0	0

Vir: Podatki iz bilance stanja, Ajpes, za obdobje 1.1.2012 – 31.12.2012

### 3.3. Struktura prihodkov in odhodkov

Tabela 5: Podatki iz obračuna dohodkov pravnih oseb na dan 31.12.2012

(v EUR)

Zap.št.	Postavka	Znesek
<b>1.</b>	<b>Prihodki, ugotovljeni po računovodskih predpisih, od tega</b>	<b>624.680,66</b>
4.	Davčno priznani prihodki (1 – 2 + 3)	624.680,66
5.	Dohodki, ugotovljeni po računovodskih predpisih	2.395,20
6.	Popravek odhodkov na raven davčno priznanih odhodkov	2.395,20
6.18	Nepriznani odhodki za obresti od nepravočasno plačanih davkov ali drugih dajatev	327,20
6.24	Nepriznani odhodki v višini 50% stroškov reprezentance	2.068,00
<b>8.</b>	<b>Davčno priznani odhodki (5 – 6 + 7)</b>	<b>805.731,48</b>
10.	Razlika med davčno priznanimi odhodki in prihodki (8-4)	181.050,82
<b>14.</b>	<b>Davčna izguba (9+11+12) ali (11+12-10), če &lt;0</b>	<b>181.050,82</b>

Vir: Obračun davka od dohodkov pravnih oseb, za obdobje 1.1.2012 – 31.12.2012

### 3.4. Nekateri pomembnejši kazalci zaključnega računa 2012

Najpomembnejši kazalec zaključnega računa je relativno velika davčna izguba, ki je nastala zaradi izpada prilivov iz naslova predprodaje smučarskih kart. V sezonah 2010/11 in 2011/12 je predprodaja, ki se je začela že v septembru oziroma novembru, predstavljala veliko prihodek smučičša.

Z uspešno zaključeno sezono 2012/13 ter nujnem pravočasnem zagonu prodajnih, promocijskih in trženjskih aktivnosti za sezono 2013/14 bi se pozitivni učinki pokazali že v izkazu poslovnega izvida oz. strukturi prihodkov in odhodkov za leto 2013.

## 4. Poročilo o smučarski sezoni 2012/13

### 4.1. Uvodno izhodišče

Smučišče Stari vrh je predpreteklo sezono 2011/12 zaključilo relativno uspešno, v veliki meri z uresničeni zastavljenimi cilji – zato naj bi bila sezona 2012/13 predvsem le logično nadaljevanje trendov začetih z izgradnjo nove sedežnice leta 2006, ter prenovo programa ponudbe začetim v sezoni 2010/11.

### 4.2. Aktivnosti pred začetkom sezone 2012/13

V tej smeri se je v mesecih marcu in aprilu 2012 začelo z izvajanjem projekta, z delovnim naslovom: »*Opredelitev razvojnih prioritiet Smučišča Stari vrh za obdobje 2012-2020 s poudarkom na odkupu šestsedežnice Stari vrh.*« V sodelovanju z podjetjem Berg.Inc Dario Berginc s.p. se je opravilo prve intervjuje s ključnimi deležniki ter pripravilo zasnove delavnic s predvidenimi ciljnim javnostmi. Aktivnosti v tej smeri so se zaradi zaostritve pogojev glede rešitve problematike odplačevanja obveznosti iz naslov lizinga v mesecu juniju ustavile, preusmerile pa so se na pridobivanje informacij o možnih rešitvah odkupa šestsedežnice s pomočjo drugih potencialnih partnerjev: SID – slovenske izvozne in razvojne banke, d.d., SKB banke d.d. in drugih. V okviru iskanja soglasja o nadaljnjih korakih reševanja navedene problematike je bilo 2. julija 2012 v prostorih občine Gorenja vas-Poljane tudi izpeljan sestanek vseh ključnih deležnikov in drugih povabljenih.

V času od julija do novembra 2012 se je v okviru iskanja rešitve navedene problematike na ravni predstavnikov obeh občin izpeljalo večje število sestankov s predstavniki podjetja Hypo Leasing d.o.o. ter starimi in novimi družbeniki, s katerimi je v začetku decembra prišlo do ustreznega dogovora o reprogramu finančnih obveznosti. S tem je bilo tako omogočen začetek priprav na prihajajočo sezono. V slabih treh tednih se je naprave na smučišču potem usposobilo za obratovanje in smučišče je začelo z obratovanjem na predbožični vikend, **21. 12. 2012.**

### 4.3. Trženje smučišča

Za razliko od sezone 2011/12 se v predprodajnem obdobju, zaradi vsesplošne negotovosti glede nadaljevanja obstoja smučišča ter blokiranih računov podjetja STC Stari vrh d.o.o., **smučišče neposredno ni tržilo.** Poskusilo pa si je pridobiti pozitivno pozornost medijev in javnosti v procesu reševanja problematike smučišča, s čimer se je smučišče dejansko »brezplačno« posredno oglaševalo skozi celotno jesensko obdobje. Veliko zanimanje glede usode smučišča se je empirično pokazalo tudi na nadpovprečno visokem obisku na spletni strani [www.starivrh.si](http://www.starivrh.si). V času od 1. novembra do začetka delovanja smučišča 21. decembra je spletna stran beležila 20.000 obiskov.

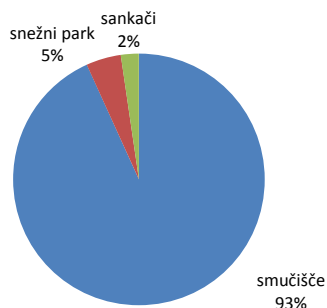
V obdobju po začetku obratovanja smučišča pa se je smučišče tržilo v omejenem obsegu preko že utečenih kanalov. Izpeljano je bilo več oglaševalskih akcij, zlasti preko partnerskih radijskih postaj ter več dogodkov na smučišču (različna tekmovanja, 2. Srečkov pokal v nočnem smučanju ter 3. pustni smučarski karneval). Oglaševanje v minuli sezoni je bilo tako zaradi zamud s plačili oglaševanja še za oglaševanje v sezoni 2011/12, kot tudi izrazito pozitivnega odnosa medijev do smučišča Stari vrh, izpeljano z razumevanjem s strani medijev in večinoma z izredno velikimi popusti. Za vzajemno oglaševanje se je v kratkem času, ki je bil na razpolago za pripravo, med drugim uspelo dogovoriti z Avtohišo Vrtač, ki je na smučišču tržilo blagovno znamko SEAT, Hypo Banko d.d., ki je pripravila in tržila paket ugodnosti ter Radiem Sora, ki je postal uradni medijski partner za sezono 2012/13.

Osrednje orodje vseh tržnih aktivnosti je bila prenovljena spletna stran. Smučišče pa je veliko napora vložilo tudi v neposredno trženje preko poslovnih in drugih partnerjev s katerimi se je izvedlo večje število smučarskih tekmovanj.

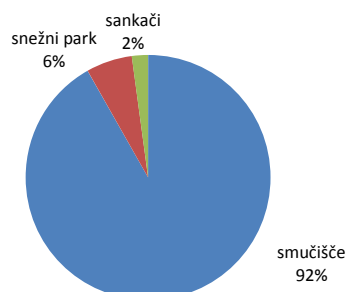
#### 4.4. Statistika obiska na smučišču<sup>8</sup>

Smučišče je v sezoni 2012/13 obiskalo **61.800 obiskovalcev**, od tega je bilo **57.600 smučarjev**, **2.763 najmlajših obiskovalcev** snežnega parka ter **1.433 sankočev**, kar predstavlja **7% porast** glede na sezono 2011/12. Smučišče je letos obratovalo **92 dni**, od tega 10 dni v decembru, 31 v januarju, 27 v februarju in rekordnih 24 v marcu.

**Graf 1. Struktura obiska 2012/13**



**Graf 2. Struktura obiska 2011/12**



Kot je razvidno iz grafov 1 in 2, uporaba osrednjih žičniških naprav (sedežnice in vlečnic) še vedno predstavlja daleč največji delež (93%), medtem ko snežni park s tekočim trakom ter sankočska proga skupaj predstavljata manjši delež (skupaj 7% v sezoni 2012/13 (4196 obiskovalcev) oziroma 8% v sezoni 2011/12 (4728 obiskovalcev)). V minuli sezoni je zaznan padec obiska na snežnem parku. Najverjetnejši razlogi za manjši obisk so:

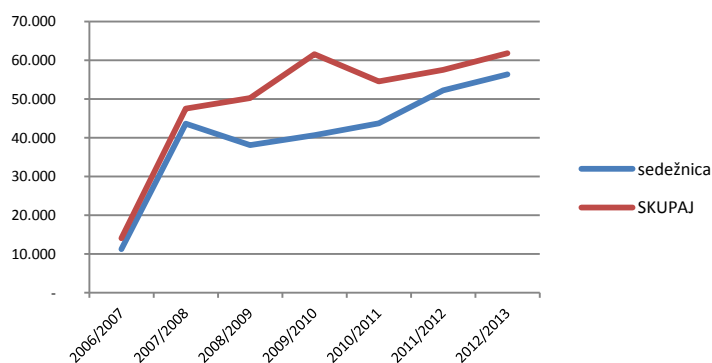
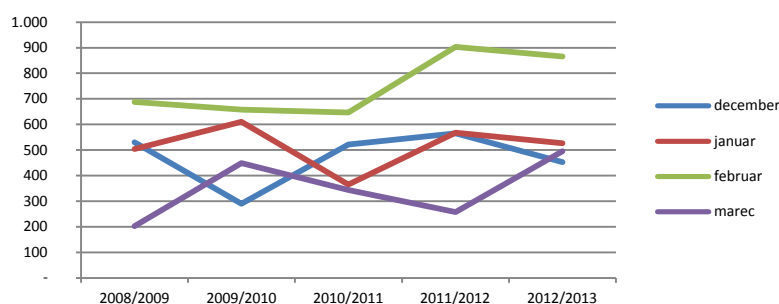
- neugodne vremenske razmere preko cele zime, zlasti ob koncih tedna, ko beležimo rekordno malo sončnih dni in razmeroma nizke temperature v februarju in marcu;
- manjše število šolarjev (neobveščanje osnovnih in srednjih šol v poletnih mesecih zaradi nejasnosti glede nadaljnega obratovanja);
- neobratovanje drsališča, ki je predstavljalo optimalno popestritev zimsko-športnih aktivnosti za vključitev otrok, ki ne znajo smučati.

Navkljub nekoliko manjšemu obisku v snežnem parku pa je generalno na mestu ugotovitev, da je smučišče Stari vrh v minuli sezoni obiskalo več obiskovalcev kot v minulih letih tako da smučišče z letošnjim uspešnim obiskom nadaljuje trend povečevanja števila obiskovalcev, začetim vse od sezone 2007/08.

**Tabela 1. Obisk na smučišču Stari vrh 2006/07 – 2012/13**

	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
1) Sedežnica	11.236	43.637	38.105	40.609	43.689	52.175	56.363
2) smučišče	14.045	47.500	50.246	61.540	52.000	52.800	57.609
3) snežni park	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	1.080	3.500	2.763
4) sankoč	-	-	-	-	1.463	1.228	1.433
<b>SKUPAJ</b>	<b>14.045</b>	<b>47.500</b>	<b>50.246</b>	<b>61.540</b>	<b>54.543</b>	<b>57.528</b>	<b>61.805</b>

<sup>8</sup> Vsi podatki v poročilu so, razen če ni navedeno drugače, povzeti po naslednjem viru: Skidata, datum: 02.04.2013 in poročilih posameznih izvajalcev. Za izhodišče analiz se je upoštevalo podatke, ki jih dnevno in po različnih kategorijah podatkov avtomatsko beleži sistem Skidata vgrajen ob zagonu nove sedežnice (sprva je beležil samo podatke prevoza na sedežnici) in nadgrajen v sezoni 2011/12 (ko beleži podatke na vseh napravah na smučišču). Zaradi omenjenih nadgrajen sistemov je zato potrebno določene podatke korigirati. Kljub tem določenim manjšim pomanjkljivostim in odstopanjem pa ti podatki predstavljajo najboljši vir za analizo oziroma posledično najboljši približek dejanskemu stanju.

**Graf 3. Trendi obiska na smučišču Stari vrh 2006/07 – 2012/13****Graf 4. Trendi povprečnega dnevnega obiska na smučišču Stari vrh 2006/07 – 2012/13**

Sočasno z naraščanjem števila obiskovalcev narašča tudi povprečni dnevni obisk na osrednjem delu smučišču. Skupni povprečni obisk z upoštevanjem obiskovalcev na snežnem parku ter sankališču v letošnji sezoni je bil tako 671 obiskovalcev/dnevno oziroma 613, upoštevajoč statistika obiska samo na osrednjem delu smučišču. Gledano po mesecih, pa se največji obisk beleži v mesecu februarju.

**Tabela 2. Povprečni skupni dnevni obisk na osrednjem delu smučišču Stari vrh 2006/07 – 2012/13**

SEZONA	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
december	477	289	480	463	452
januar	504	610	365	568	526
februar	688	658	647	903	865
marec	202	449	344	257	495
<b>SKUPAJ</b>	<b>508</b>	<b>549</b>	<b>485</b>	<b>629</b>	<b>613</b>
Obrat. dni	75	74	90	85	92

Zanimiva je tudi **primerjava obiska med delavniki ter dela prostimi dnevi** (vikendi, praznični dnevi, počitnice). Zadnja leta je, ob sicer stalnem povečevanju obiska, opazen **trend padanja obiska med delavniki** – in nasprotno **povečevanje obiska ob dela prostih dnevih**. Če je bilo v sezoni 2009/10 to razmerje še 50% : 50% je v pravkar minuli sezoni to razmerje **63% : 37% v korist obiskovalcev med dela prostimi dnevi**. Povprečni obisk ob prostih dnevih je cca. 662 obiskovalcev proti povprečno 368 ob delavnikih (večinoma na nočni smuki). Posledično je tako največji obisk v mesecu z največ dela prostimi dnevi, torej v počitniškem februarju (povprečno 13 prostih dni) s povprečnim obiskom 920 obiskovalcev dnevno, pri čemer je največji povprečni obisk v mesecu februarju ob prostih dnevih zabeležen v sezoni 2011/12 in sicer 1269 obiskovalcev dnevno. V pravkar končani sezoni 2012/13, je v **18 dela prostih dnevih** (vikendi, prazniki, počitnice), zabeležen povprečni februarski obisk med dela prostimi dnevi 990 smučarjev. Na drugem mestu sledi presenetljivo mesec marec s povprečno 847 obiskovalci ter januar s 706 in zadnji december s 497 obiskovalci.



**Tabela 3. Obisk na osrednjem delu smučišča Stari vrh 2006/07 – 2012/13, po delovnih / prostih dnevih**

SKUPAJ	2008/2009		2009/2010		2010/2011		2011/2012		2012/2013	
vikendi/prazniki	14.322	38%	17.636	43%	14.817	34%	19.880	38%	22.387	40%
počitnice	7.268	19%	2.577	6%	10.683	24%	11.741	23%	13.031	23%
delovniki	16.515	43%	20.396	50%	18.189	42%	20.554	39%	20.645	37%
<b>SKUPAJ</b>	<b>38.105</b>		<b>40.609</b>		<b>43.689</b>		<b>52.175</b>		<b>56.063</b>	

Navedenemu trendu bo tako v prihodnje še nadalje potrebno posvetiti  **dodatno pozornost zlasti iz vidika optimizacije stroškov obratovanja med delavniki** s slabšim obiskom oziroma z **ustrezno cenovno politiko ter marketinškimi aktivnostmi** med delavniki pridobiti ustrezno število smučarjev (šole, seniorji).

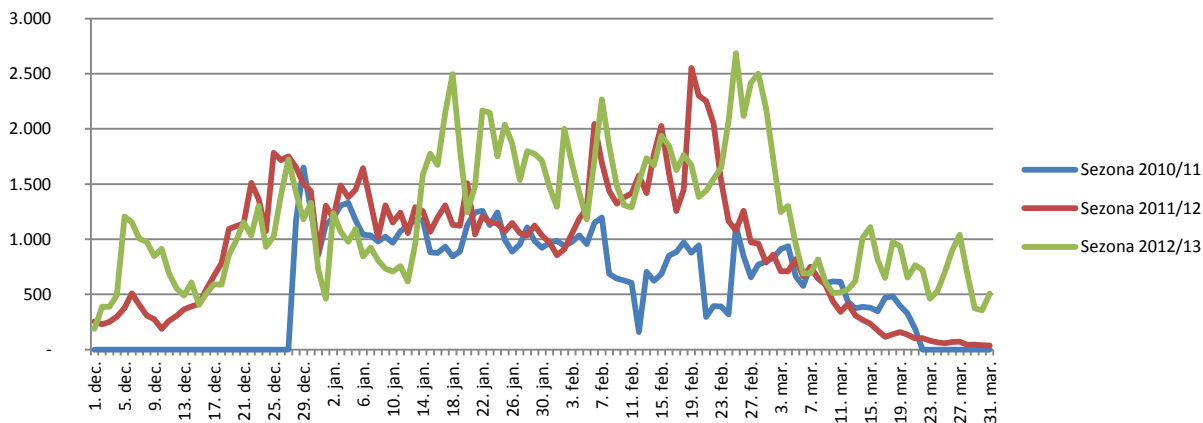
Prvi ukrepi v tej smeri so bili opravljeni že v minuli sezoni, saj je tako smučišče ob določenih dnevih poskusno že **obratovalo s krajšim odpiralnim časom**, namesto po običajnem razporedu od 9h do 16h, od **9h do 13h** (9 delovnih dni) oziroma **od 8h do 12h** (15 delovnih dni). Prav tako se je **omejilo obratovanje nočne smuke ob določenih nedeljah**, ki so se v preteklosti izkazale za slabo obiskane (skupno sedem nedelj).

#### 4.4. Statistika obiska na spletni strani [www.starivrh.si](http://www.starivrh.si)

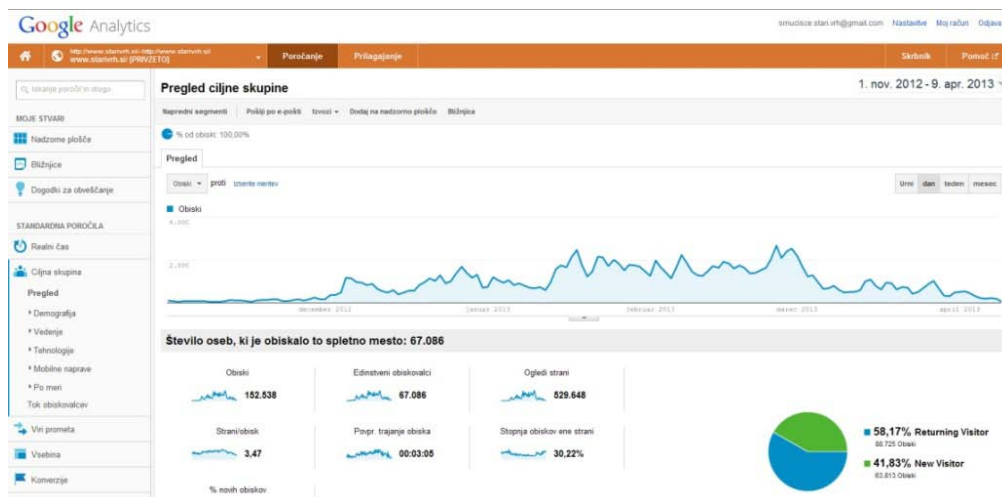
Ena od prioritet pred začetkom nove sezone je bila **dodelava spletne strani**, katere izgled se je prilagodilo ostalemu oglaševalskemu materialu ter odločitev, da v tej sezoni osrednje komunikacijsko orodje postane prav spletna stran, ob podpori **aktivnosti na družabnem omrežju** Facebook.

Obisk na spletni strani tako z orodjem Google Analytics merimo od sezone 2010/11 in predstavlja pomemben vir o obiskih in navadah naših smučarjev.

##### 5. Obisk na spletni strani [www.starivrh.si](http://www.starivrh.si) (vir: Google Analytics, 10.4.2013)



V minuli sezoni od začetka priprav na sezono, od 1. decembra 2012, do zaključka sezone, 31. marca 2013, spletna stran beleži **145.401 obiskov**, od tega **65.000 edinstvenih obiskovalcev**. Povprečno število ogledanih strani je bilo 3,52 strani, ob povprečnem trajanju obiska 3:10 minute in pregledanih 513.113 straneh. V letošnjem letu je bil dosežen absolutno največji dnevni obisk v **ponedeljek, 25. februarja, 2.687 obiskov** (na smučišču je bilo naslednji dan samo na spodnji postaji registriranih 2322 smučarjev; kar predstavlja cca. 86% odziv). Obisk spletne strani je v letošnji sezoni za **28% večji** od obiska v minuli sezoni (114.017 obiskov) v primerljivem obdobju.

**Slika 1. Obisk na spletni strani www.starivrh.si v sezoni 2012/13 (vir: Google Analytics, 10.4.2013)**

Po poreklu obiska so obiskovalci na spletno stran prihajali **pretežno iz Slovenije (94%), Hrvaške (2%)** ter ostalih držav. Opazen je **manjši obisk zlasti iz Hrvaške** (lani 5%). Razlog je v dejstvu, da se letos na Hrvaškem ni oglaševalo niti v predsezoni niti v sezoni, niti se ni obiskalo nobenega od pomembnejših smučarskih sejmov.

#### 4.6. Analiza prodaje smučarskih vozovnic

Nakupne navade se spreminjajo tudi pri nakupu smučarskih vozovnic. Spremembe gredo, ob sicer absolutnem povečanju prodaje, v smeri **zmanjševanju deleža prodaje dražjih vozovnic ter povečevanju prodaje cenejših**, poldnevnic in urnih vozovnic - zlasti **izbirno časovnih urnih vozovnic**. Porast prodaje slednjih je opazen prav v minuli sezoni (iz 1% na 11% (2012/13) celotne prodaje) in to predvsem na račun običajnih urnih vozovnic (padec deleža iz 8% na 2%).

V letošnji sezoni je opazen tudi **padec deleža prodaje dnevnih vozovnic iz 18% na 13%** oziroma v številu prodanih **iz 9498 na 7374 vozovnic**, kar predstavlja relativno velik padec, vendar je bila prodaja še vedno bistveno večja od prodaje v predpretekli sezoni 2010/11 (6077 vozovnic). Razlog za padec je najverjetneje (1) v **varčevanju** kot evidentni posledici kriznih razmer oziroma (2) je lanska zelo uspešna prodaja dnevnih vozovnic (+56% glede na sezono 2010/11) posledica **načrtnega spodbujanja nakupa dnevnih kart z različnimi marketinškimi prijemi** (»kartica prijatelj Starega vrha«, kombinirana ponudba, ponudba Diners in drugo).

**Tabela 4. Delež prodaje posameznih tipov smučarskih vozovnic po sezonah.**

	2008/09		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
ESSV	2076	5%	3346	8%	3474	8%	4326	8%	3792	7%
DNEVNA	7600	20%	6469	16%	6077	14%	9498	18%	7374	13%
NOČNA	10270	27%	11907	29%	10549	24%	11478	22%	13426	24%
DOPOLDANSKA	6115	16%	6051	15%	8429	19%	8939	17%	10872	19%
POPOLDANSKA	2021	5%	2502	6%	2369	5%	2168	4%	2211	4%
VEČDNEVNE KARTE	2357	6%	2209	5%	2529	6%	3689	7%	3224	6%
URNE KARTE	2624	7%	3304	8%	3968	9%	3935	8%	1066	2%
SEZONSKÉ KARTE	4964	13%	4564	11%	5795	13%	7214	14%	7146	13%
DRUGO - ENOSMERNE VOZOVNICE	185	0%	242	1%	267	1%	591	1%	925	2%
DRUGO - IZBIRNO ČASOVNE VOZOVNICE	0	0%	0	0%	0	0%	484	1%	6346	11%
	38.212	100%	40.594	100%	43.457	100%	52.322	100%	56.382	100%

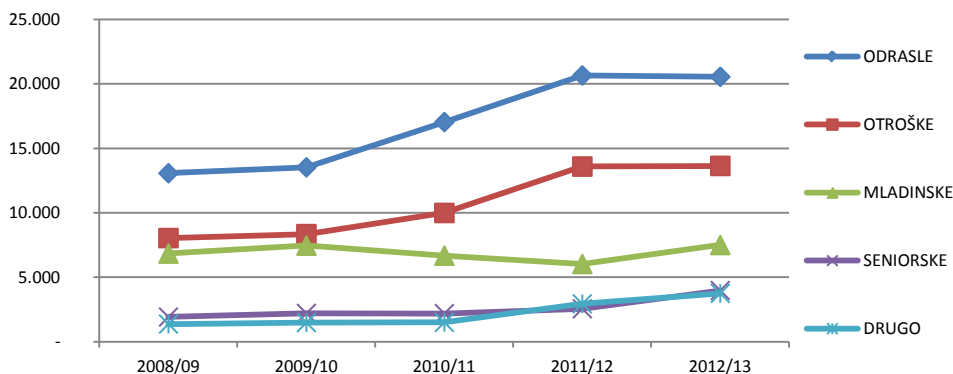
Positivno presenečenje letošnje sezone je **+16% porast prodaje vozovnic za nočno smuko**, tako da trenutno predstavlja **največji delež prodaje med posameznimi tipi smučarskih vozovnic (24%)**.

**Tabela 5. Razmerje med prodajo vozovnic za nočno in dnevno smuko po sezonah.**

	2008/09		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
NOČNA	10.270	27%	11.907	29%	10.549	24%	11.478	22%	13.426	24%
DNEVNE (dnevne+dopoldanske+popoldanske+urne)	18.360	48%	18.326	45%	20.843	48%	24.540	47%	21.523	38%
DRUGO (kombinirane, sezonske, večdnevne)	9.582	25%	10.361	26%	12.065	28%	16.304	31%	21.433	38%
<b>SKUPAJ vozovnic</b>	<b>38.212</b>	<b>100%</b>	<b>40.594</b>	<b>100%</b>	<b>43.457</b>	<b>100%</b>	<b>52.322</b>	<b>100%</b>	<b>56.382</b>	<b>100%</b>

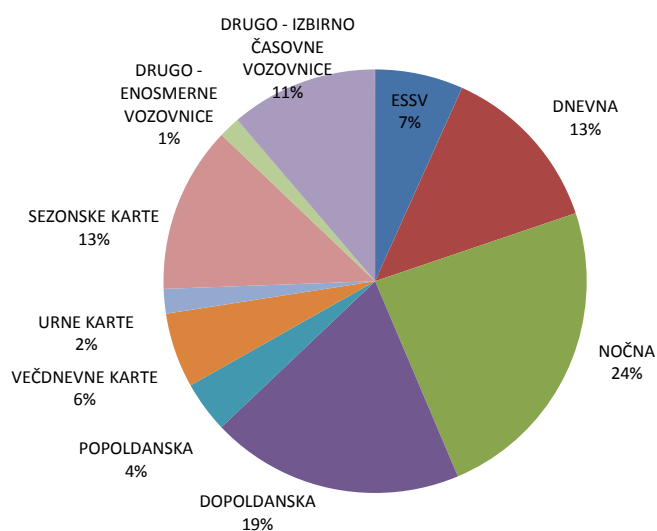
Za celostno sliko prodaje smučarskih vozovnic je potrebno segmentirati vozovnice tudi po starostnih skupinah.

#### 6. Prodaja vozovnic po starostnih skupinah

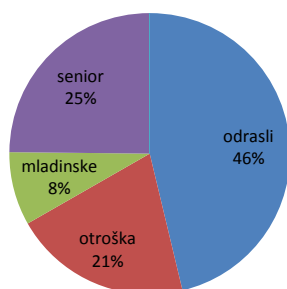


Kot je razvidno iz grafa 6 **prodaja vozovnic za odrasle predstavlja najpomembnejši segment prodaje**, tako v absolutnem številu prodanih kart kot po deležu. Temu segmentu tesno sledi prodaja vozovnic za otroke iz česar je mogoče izpeljati sklep, da gre pri prodaji tako enih kot drugih za določeno vzročno povezavo (družine).

Naslednja značilnost razvidna iz grafa 6 je **upad prodaje mladinskih vozovnic od sezone 2009/10 naprej**. Količinsko prodaja ostaja sicer primerljiva, spremembe pa so bolj opazne pri deležu prodanih kart, saj je delež prodanih mladinskih kart iz sezone 2009/10, ko je predstavljal 23%, padel za -8%, na 15% od celotne prodaje. Ta podatek morda razkriva problem, da smučišče tega segmenta populacije **ne nagovarja na tej populaciji lasten in prepoznaven način**.

**Graf 7. Deleži prodaje v sezoni 2012/13**

Opazna novost v letošnji sezoni so zlasti **izbirno časovne vozovnice**, ki so poleg odraslih pritegnile v največji meri **seniorje**, ki tako ostajajo pomemben segment obiskovalcev Starega vrha.

**8. Segmentacija izbirno časovnih vozovnic**

Ob bok tej kratki analizi trendov prodaje smučarskih vozovnic je potrebno izpostaviti dejstvo, da je v minulih letih smučišče Stari vrh, za razliko od večine ostalih slovenskih smučišč, ki so beležila tudi **do 25% padec obiska**, ustvarilo **konstanten trend rasti obiska v višini cca. 7% letno**.

**Zaključek**

Zaključek nadpovprečno uspešne in dolge smučarske sezone 2012/13 ob pozitivnem dogovoru o sanaciji zapadlih obveznosti za nakup sedežnice predstavlja relativno trdne temelje za nadaljnji razvoj smučišča Stari vrh. Razvoj, ki bi v dolgoročni perspektivi doprinesel k oblikovanju finančno stabilne ter prepoznavne turistične destinacije s celovito zimsko in poletno ponudbo. V tem poročilu predstavljeni kazalci obiska in prodaje vsekakor krepijo omenjeno izhodišče, da je smučišče vse od uspešno zaključene izgradnje nove sedežnice na pravi poti in da bo v doglednem času lahko prepoznano kot eden ključnih stebrov turistične ponudbe na območju Škofje Loke, Poljanske in Selške doline.

Pri izdelavi poročila so sodelovali:

Matija Demšar, izvoz podatkov iz sistema SkiData, na dan 02.04.2013

Maruša Slanič, izdelava Bilance stanja ter Obračuna davka od dohodkov pravnih oseb

Mag. Dario Berginc, izdelava Strategije poslovanja in finančna prognoza poslovanja družbe STC Stari vrh d.o.o.

Mag. Matjaž Mazzini, analiza podatkov za sezono 2012/13 ter priprava poročila

Pavle Logar, direktor