



SLOVENSKA ZDRAVILIŠČA

**POROČILO O POSLOVANJU  
SKUPNOSTI SLOVENSКИH NARAVNIH ZDRAVILIŠČ  
V LETU 2011**

**CELJE, APRIL 2012**

SKUPNOST SLOVENSКИH NARAVNIH ZDRAVILIŠČ, g.i.z.  
Teharska cesta 40, 3000 Celje  
Tel.: 03 544 21 11, Faks: 03 544 28 19  
E-mail: [ssnz@ssnz.si](mailto:ssnz@ssnz.si)  
Internet: [www.slovenia-terme.si](http://www.slovenia-terme.si)

## 1 UVOD

Slovenska naravna zdravilišča so v letu 2011 zabeležila nadpovprečno dober rezultat, upoštevaje statistično merjenje prihodov domačih in predvsem tujih gostov in njihovih prenočitev. Napovedi v letu 2010 niti niso bile tako optimistične, še posebej za domači trg, saj so se nestabilne politične razmere močno odražale na gospodarskem področju. Mnoge zgrešene investicije v preteklih letih so tako povzročale pretrese in propade podjetij predvsem v gradbenem sektorju, zaskrbljujoča pa je celotna veriga izvajalcev in dobaviteljev, ki so tako postali ekonomsko ogroženi. Čeprav neposredne povezave iz tega sektorja za turizem niso ključne, pa so močno zaznamovale splošno družbeno klimo in s tem tudi nakupne navade potencialnih strank – turistov tudi v slovenskih naravnih zdraviliščih. Kljub tem neugodnim socio-političnim aspektom, se je domači trg izkazal s povečanjem prihodov gostov za 1,8 % in prenočitev za 1,2 %. Priča smo tako nihanju prihodov domačih gostov, ki je v letu 2009 še zdržal močan vpliv recesijskega leta 2008, ki smo ga izdatneje občutili v letu 2010 in ki bo najverjetneje ponovno pokazal svoj vpliv v letu 2012. Tuji trgi so naša pričakovanja glede krepitve občutno preseгли, saj smo zabeležili za 7,1 % več tujih gostov in celo za 8,2 % njihovih prenočitev. K tem rezultatom so v največji meri prispevali gostje iz Nemčije, Rusije, Nizozemske in Češke, ki so dosegli rasti od 13 % – 41 %. Absolutno najvišjo rast med vodilnimi 15 državami beležimo sicer pri gostih iz Ukrajine, ki so dosegli indeks 159, vendar je njihovo število še vedno zelo skromno (2.261 zabeleženih prihodov) in omejeno zgolj na nekaj zdravilišč, v primerjavi z gosti iz Italije. Slednji so dosegli že zavirljivih 91.832 prihodov in z indeksom 103 potrdili prvo mesto pri prihodih, prvič pa prevzeli primat Avstrijcem pri ustvarjenih prenočitvah. Prav gostje iz Italije in Avstrije predstavljajo več kot polovico vseh tujih gostov v slovenskih naravnih zdraviliščih, saj smo jih zabeležili že 170.000, ustvarili pa so preko 603.700 prenočitev. Vsekakor pa moramo ponovno omeniti tudi goste iz Ruske federacije, ki že nekaj zadnjih let beležijo dvomestno rast (+22 % pri prihodih in +16 % pri prenočitvah) in so se trdno umestili na 3. mesto pri prenočitvah, ki pa jih je vseeno za polovico manj kot ustvarjenih italijanskih in avstrijskih nočitev.

V skladu s sklepi Odbora za promocijo in potrjenem Poslovnem načrtu dela SSNZ za leto 2011 je bilo glavno področje delovanja usmerjeno v izvajanje aktivnosti iz razpisa Ministrstva za gospodarstvo, ki je vključevalo 5 glavnih sklopov, in sicer:

- dokončanje novega spletnega portala z dodanimi šestimi jezikovnimi različicami
- izvedba velike nagradne igre in spletnega oglaševanja
- dnevi slovenskih term v Beogradu pod skupnim nazivom: »Zdravje iz Slovenije«
- dnevi slovenskih term v Avstriji
- redno mesečno obveščanje o novostih v obliki e-časopisa

Za te aktivnosti smo iz razpisa Ministrstva za gospodarstvo prejeli znesek sofinanciranja v višini 107.534,01 €, delež lastnih sredstev pa je bil 71.689,34 €.

Tudi na področju partnerskega dogovarjanja je Skupnost nadaljevala s svojo aktivno vlogo, na pogajanjih zagovarjala interese svojih članov in posredovala predloge za spremembo Aneksov k Splošnemu dogovoru za pogodbeno leto 2011.

## 2 POROČILO O IZVEDBI PROGRAMA DELA ZDRUŽENJA ZA LETO 2011

### 2.1 Poročilo o opravljenih aktivnostih na področju PARTNERSKEGA DOGOVARJANJA

Pri izvajanju aktivnosti na področju javnega zdravstva oziroma partnerskega dogovarjanja si je SSNZ zadala v letu 2011 naslednje cilje:

- prizadevanje za ohranitev vloge in položaja zdravilišč v javnem zdravstvenem sistemu;
- prizadevanje za ohranitev doseženih pogojev poslovanja zdravilišč v okviru javne zdravstvene mreže in izenačevanje v primerjavi z drugimi partnerji dogovora ter prizadevanje za zagotavljanje enakih pogojev pri sklepanju pogodb med posameznimi člani Skupnosti in ZZZS;
- prizadevanje za ohranitev obsega realizacije zdraviliškega zdravljenja pri članih Skupnosti (nemedicinsko oskrbni dnevi, točke stacionarnega zdraviliškega zdravljenja, točke ambulantnega zdraviliškega zdravljenja) na nivoju realizacije leta 2010.

#### 2.1.1 Partnersko dogovarjanje – Splošni dogovor za leto 2011

SSNZ je sodelovala pri pripravi čistopisa SD za leto 2011. Na podlagi čistopisa Splošnega dogovora za pogodbeno leto 2011, ki ga je Vlada RS sprejela dne 9. 12. 2010, je bil sprejet Splošni dogovor za pogodbeno leto 2011 (dolga varianta), pripravljen tako, da so bile v čistopis Splošnega dogovora za pogodbeno leto 2010 vključene določbe Aneksa št. 1 in 2 k Dogovoru 2010 in določbe čistopisa Dogovora 2011, ki ga je sprejela Vlada RS.

SSNZ je na predlog članov pripravila tudi predloga za spremembo Aneksa št. 1 k SD za leto 2011 o povečanju obsega ambulantne fizioterapije in ga vložila za obravnavo 4. 4. 2011. Predlog je bil zavržen.

V okviru partnerskega dogovarjanja so potekala pogajanja in usklajevanja za Aneks št. 2 k SD za leto 2011, za katerega člani SSNZ niso pripravili nobenega predloga. Za Aneks št. 3 pa smo prejeli pobudo Term Lendava za razširitev indikacije standard tip 9 – obolenja dihal in standard tip 7 – kožne bolezni. V ta namen je bila sklicana korespondenčna seja, kjer so člani z večino glasov podprli predlog. Predlog je bil sprejet.

#### 2.1.2 Partnersko dogovarjanje – Splošni dogovor za leto 2012

V tem času so potekala tudi pogajanja za sprejem Splošnega dogovora za leto 2012, za katerega je SSNZ podala le naslednji predlog: *V Prilogi ZDRAV II/d-3 naj se besedilo TERME ZREČE zamenja z besedilom UNIOR d.d.* Predlog je bil sprejet.

#### 2.1.3 Način financiranja aktivnosti na področju javnega zdravstva

Potrebna finančna sredstva za izvajanje načrtovanih aktivnosti združenja na področju javnega zdravstva so opredeljena v finančnem načrtu združenja in jih zdravilišča zagotavljajo v obliki članarine.

#### 2.1.4 Dosežene spremembe v SD za leto 2011

SSNZ je na pobudo Term Lendava vložila predlog za spremembo v Aneksu št. 3 k SD za razširitev indikacije standard tip 9 – obolenja dihal in standard tip 7 – kožne bolezni, ki je bil soglasno sprejet.

## **2.2 Poročilo o opravljenih PROMOCIJSKIH aktivnostih – SEJEMSKI NASTOPI**

Na področju izvajanja promocijskih aktivnosti se je nadaljevalo s skupnimi sejemskimi nastopi po izbranih kriterijih in z enotno sejemsko stojnico SSNZ. Na področju borznih nastopov v okviru STO je Skupnost pokrivala stroške zakupa skupne mize.

### **2.2.1 Skupni zakup mize za poslovne razgovore na borzah v organizaciji STO**

Skupnost je za zainteresirana zdravilišča izvajala zakup s skupno mizo (oziroma dve mizi) za poslovne razgovore na borzah v organizaciji STO. Pravico do uporabe mize za poslovne razgovore so imela vsa zdravilišča, zato so se stroški najema mize razdelili v enakih deležih na 15 zdravilišč (v obliki mesečnega prispevka za skupno promocijo).

- BIT Milano – 2 mizi
- ITB Berlin – 2 mizi
- MITT Moskva – 2 mizi
- TTG Rimini – 2 mizi
- WTM London – 1 miza

### **2.2.2 Sodelovanje na sejmi v organizaciji STO**

- ITB Berlin (9.–12. 3.)
- CMT Stuttgart (14.–22. 2.)
- IFT Beograd (24.–27. 2.)
- sejem KITF v Kazahstanu (20.–22. 4.)

### **2.2.3 Razpis MG – za dodatna sredstva za izvedbo promocijsko prodajnih aktivnosti za leti 2010 in 2011 – poročilo o opravljenih aktivnostih v letu 2011**

#### **Dokončanje nove spletne strani SSNZ**

SSNZ je v letu 2010 pristopila k pričetku prenove spletnega portala in uspešno izvedla projekt v slovenski jezikovni različici. Skladno z najavo v opisu aktivnosti, izvedenih za razpis MG, smo v letu 2011 pripravili naslednje jezikovne različice: hrvaško, srbsko, nemško, italijansko, angleško in rusko.

Po poskusnem obdobju delovanja spletnega portala v vseh jezikovnih različicah je bilo potrebno izvesti nekaj korektur, dokončno pa je portal pričel z delovanjem maja 2011. S tem je bil projekt uspešno zaključen.

#### **E-časopis**

SSNZ je v okviru načrtovanih aktivnosti pristopila k izdelavi e-časopisa. Dogovorili smo se s specializirano agencijo Toleranca d.o.o., ki ima ustrezna znanja in orodja za doseg najbolj optimalnih rezultatov. Vse člane SSNZ smo najprej obvestili o načinu zbiranja prispevkov oziroma informacij in pristopili k izvedbi prve številke e-časopisa, ki smo ga posredovali na obstoječo bazo elektronskih naslovov SSNZ. Ker je bila naša baza relativno majhna, smo se odločili, da pridobimo naslove z vzporedno potekajočo nagradno igro in s spletnim oglaševanjem. Na ta način se je od prvotne baze 500 elektronskih naslovov e-časopis v zadnji številki distribuiral na 6487 slovenskih in 8533 tujih naslovov. Kljub temu, da je bil v razpisu opredeljen ključni trg samo Slovenija, smo se odločili za prevod e-časopisa v angleški jezik, saj smo z nagradno igro pridobili številne tuje elektronske naslove. E-časopis smo objavili tudi na našem portalu in ustvarili za to poseben zavihek »Novice«, kjer je shranjenih vseh šest izdaj.

#### **Dnevi slovenskih term v Srbiji**

SSNZ se je dogovorila za izvedbo dnevov slovenskih term v Srbiji na podlagi ponudbe podjetja Media Kontakt iz Zagreba, ki ima s tovrstnimi predstavitvami na hrvaškem in v Srbiji največ izkušenj in tudi uspešno sodeluje s slovenskim turističnim gospodarstvom. Najprej smo pristopili k izbiri lokacije, po

potrditvi le-te pa k sami pripravi in izvedbi projekta. Predstavitve smo izvedli 20. in 21. maja 2011 pred nakupovalnim središčem Ušće v Beogradu. Za dvodnevno predstavitev smo uporabili stojnice za vsakega člana SSNZ, izvedli smo nagradno igro z zbiranjem kuponov in kontaktov, celotno predstavitev pa dopolnili z glasbenim nastopom Zorana Predina s samostojnim večernim koncertom 20. 5 in z več nastopi skupine Tangles 21. 5.

Dnevi slovenskih term v Srbiji so bili tudi izdatno medijsko podprti z najavami dogodka, predstavitev pa je posnelo najmanj 5 TV ekip, katerim je direktor SSNZ dal izčrpne intervjuje. Snemalne ekipe so bile prisotne tudi na večernem dogodku – koncertu Zorana Predina.

### **Velika nagradna igra in spletno oglaševanje**

SSNZ je za izvedbo velike nagradne igre in spletnega oglaševanja pripravila pozivni razpis in nanj v skladu s sklepom Skupščine SSNZ povabila 4 agencije (Sonce.net, AV Studio, Kraft&Werk in Studio Mi). Komisija, imenovana s strani Skupščine SSNZ, je kot najboljšega ponudnika izbrala AV Studio. SSNZ je postopek vodila po načelih razpisa za javna naročila, čeprav k temu ni zavezana. V postopku izbire izvajalca smo prejeli pritožbo enega izmed povabljenih ponudnikov, zaradi katerega sam postopek izvedbe ni stekel v načrtovanih časovnih okvirih.

Kljub vsemu smo izvedli vse načrtovane aktivnosti oglaševanja in izvedli tudi interaktivno nagradno igro, pri kateri so igralci morali poiskati skrite značilnosti na slikah posameznih članov SSNZ. V roku od 1. 8. do 10. 10. smo tako preko nagradne igre predstavili vseh 15 slovenskih naravnih zdravilišč. Po opravljeni analizi se je obisk posebne spletne strani, ki smo jo pripravili za nagradno igro, kakor tudi obisk novih spletnih strani SSNZ izrazilo povečal. Nagradna igra je generirala 21.288 igralcev. Ker je nekaj igralcev večkrat odigralo nagradno igro, smo tako prišli do 13.532 novih kontaktov iz Slovenije in tujine, ki smo jih dodali v obstoječo bazo za pošiljanje e-časopisa.

Zaradi boljših pričakovanih rezultatov smo veliko nagradno igro in spletno oglaševanje z zakupom ključnih besed in oglasov na spletnih iskalnikih in drugih izbranih medijih v obliki bannerjev združili kot najučinkovitejše sredstvo za doseg povečanja obiska spletnega portala, predvsem pa igralce seznanili z novimi vsebinami in zanimivostmi ponudbe slovenskih naravnih zdravilišč.

### **Dnevi slovenskih term v Avstriji**

SSNZ je pripravila poziv za izvedbo promocije v trgovskih centrih v Gradcu, Beljaku in Celovcu. Za najbolj kompetentnega ponudnika je bila izbrana avstrijska agencija KOOP LIVE MARKETING z Dunaja, ki je pripravila celoten koncept predstavitve in komunikacije z mediji. SSNZ je kontakt z avstrijsko agencijo prejela preko STOja. Za izvedbo dnevov slovenskih term v Avstriji smo iskali ponudnike tudi v Sloveniji, vendar nihče ni bil sposoben prevzeti tovrstne predstavitve z zagotovitvijo terminov, dovoljenj, logistike in ustrezne medijske pokritosti in prisotnosti. Zaradi velike koncentracije spomladanskih dogodkov v nakupovalnih središčih nam ni uspelo zagotoviti ustreznih terminov, zato smo predstavitev izvedli v septembru (15., 16. in 17.). Kot PR podpora dogodku so bili objavljeni tudi številni članki v koroških in štajerskih lokalnih medijih.

#### **2.2.4 Organizacija sejmskih nastopov s strani Skupnosti**

V okviru teh aktivnosti je Skupnost nadaljevala z novim konceptom sejmskih nastopov, ki predvideva samostojne sejmske nastope na izbranih trgih Slovenije, Avstrije in Italije. Princip izvedbe sejmskega nastopa je opredeljen z izraženim interesom najmanj 6 članov (6 plačljivih pultov). Postavljalec stojnice, podjetje K.R.E.S. iz Ljubljane, je sejmski prostor opremil še z enotnimi napisi z logotipi sodelujočih razstavljalcev, stebnim frizom z napisom Slovenska naravna zdravilišča, osvetljava, tepihom, skladiščnim prostorom in vso potrebno logistiko. Stroške najema in opreme stojnice so krila le tista zdravilišča, ki so sodelovala na sejmu, tako da so se vsi stroški najema in opreme prostora v enakih deležih razdelila med sodelujoča zdravilišča. Pod enakimi pogoji se je zagotovilo tudi mesto za informatorstvo STO, kateremu se zaračuna za sodelovanje 2.700.- € in se s tem celotni stroški sejmskega nastopa ustrezno znižajo.

V okviru Skupnosti so bili v letu 2011 izvedeni naslednji sejmski nastopi:

- Ferien Vital Gradec - organizacija in izvedba nastopa 7 članov SSNZ in STO

- Intersana Augsburg - organizacija in izvedba nastopa 6 članov SSNZ in STO
  - Die Familie Celovec - organizacija in izvedba nastopa 7 članov SSNZ in STO
- Nastop na sejmu SANA v Bologni je bil po uspešnih pogajanjih s STO v celoti v organizaciji STO-ja.

### 2.2.5 Odnosi z javnostmi

Skupnost je pripravljala redne informacije o turističnem prometu v zdraviliščih na osnovi statističnih podatkov o obisku zdravilišč - realizirano v posameznem mesecu (predvsem za domače javnosti, glede na potrebe pa tudi za tuje trge).

Zelo intenzivno je skozi vse leto potekalo javljanje v programe nacionalnega radia in televizije in številnih lokalnih radijskih postaj, sodelovanje v studiih s posnetimi oddajami in posredovanje odgovorov na vprašanja pisanih medijev, predvsem takoj po praznikih (velika noč, 1. maj, poletne počitnice, krompirjeve počitnice, božič in novo leto).

- izvedba tiskovne konference 13. januarja 2011 – predstavitev rezultatov za leto 2010
- redno komuniciranje z mediji – več intervjujev vezanih predvsem na problematiko počitnic in pred velikonočnimi in prvomajskimi prazniki
- priprava materialov za intervju za Žurnal 24
- priprava materialov za prilogo revije Lipov list
- priprava materialov za novinarsko mapo za sejem RDA v Kölnu
- priprava materialov za prispevek o slovenskih naravnih zdraviliščih za revijo Bio Magazin iz Avstrije
- snemanje oddaje za ORF – daljši prispevek o slovenskih naravnih zdraviliščih
- izjava za TV Celje
- več intervjujev v Beogradu – predstavitev SNZ pred Shopping centrom Ušće
- sporočilo za javnost za prvo polletje v SNZ
- sporočilo za javnost za julij in prvih sedem mesecev
- sporočilo za javnost september – Svetovni dan turizma
- intervju za časopis Dnevnik – priloga Oddih
- intervju za časnik Finance – priloga
- intervju za TV SLO – tema počitnice
- udeležba na Tiskovni konferenci v Beogradu – WS slovenskega gospodarstva
- udeležba na TK na Dunaju – priprava na sejmski nastop januarja 2012 Ferien Dunaj – SLO dežela partnerica.

### 2.2.6 Način financiranja promocijskih aktivnosti

Stroški skupnega zakupa miz za poslovne razgovore na borzah ter stroški vzdrževanja interneta so se financirali v obliki rednega mesečnega prispevka zdravilišč za skupno promocijo, ki so ga zdravilišča plačevala v prvem polletju leta 2011 v višini 400 € mesečno na posamezno zdravilišče.

Za pokritje stroškov skupnih sejmskih nastopov zdravilišč v tujini so sredstva združevala čez Skupnost samo sodelujoča zdravilišča (oziroma STO). V tem strošku so bili vsi materialni stroški najema in opreme stojnice.

V obliki promocijskega prispevka so se pokrili tudi stroški sprotne ažuriranja spletnih strani, koordinacije priprave prospektov in aktivnosti s področja odnosov z javnostmi, koordinacija izvedbe t.i. partnerskih aktivnosti.

## 2.3 Druge akcije pospeševanja prodaje in ostale aktivnosti

- udeležba v »Komisiji za evalvacijo učinkov enotnih zimskih počitnic« pri Ministrstvu za šolstvo (skupno 3 seje) – izpostavitve problematike 17. 1. v Državnem zboru na Odboru za gospodarstvo,

- 23. 6. koordinacija in izvedba ter aktivna udeležba na tiskovni konferenci o vprašanjih in vlogi slovenskih turističnih subjektov ob uvedbi enotnih enotedenskih zimskih počitnic,
- sodelovanje pri snovanju oglaševalske kampanje pod okriljem STO v Italiji v metrojih v Milanu in na avtobusih Padova-Bologna,
- sodelovanje v projektu AAA – zalivske države – vključitev v projekt, aktivno sodelovanje in izvedba predstavitve ministru za zdravje iz Kuvajta in ministru za obrambo iz Kuvajta,
- priprava materialov in izvedba sestanka z ministrom za zdravje – 15. 3.,
- problematika vizumov za Rusko federacijo in zalivske države – usklajevanje na MZZ, sektor za gospodarsko diplomacijo – 24. 3.,
- povezovanje z RDO Dežela celjska – 23. 3.,
- priprava skupnega nastopa v okviru akcije MG – za predstavitev v Beogradu 20. in 21. 5.,
- usklajevanje in aktivna vloga pri nastajanju programa STO,
- sodelovanje na sejah Strokovnega sveta STO - 2. 3., 6. 6. in 15. 9.,
- predstavitev SNZ šolski skupini iz Italije,
- sodelovanje na zasedanju SLO–NEM zbornice – dogovor za sodelovanje z nemškimi zavarovalnicami - 21. 6.,
- 21. 9. organizacija posveta »Wellness ali velnes« v sodelovanju z VŠGT iz Maribora,
- sodelovanje pri pripravi nove strategije slovenskega turizma 12. 9. – intervju,
- priprava in izvedba predstavitvenega nastopa SSNZ na »Tednih luči v Essnu – Essener Lichtwochen« 27. 10. - 7. 11.,
- udeležba na »Strokovnem srečanju Saškega združenja zdravilišč - Fachtagung Sächsischer Heilbäder« - predstavitev SLO turizma na primeru dobre prakse – predstavitev SNZ – 4. 11.,
- predstavitev SNZ delegaciji Moskovske pokrajine v okviru njihovega obiska na MG – 10. 11.

## 2.4 Ostale aktivnosti

### Revizija benchmark analize slovenskih naravnih zdravilišč in zdravilišč v Avstriji, Nemčiji, Italiji in na Češkem v aktualnih razmerah

Namen posveta je bil pregled zaključkov in usmeritev razvojnega dokumenta (Benchmark analiza slovenskih naravnih zdravilišč in zdravilišč v Avstriji, Nemčiji, Italiji in na Češkem), ki je bil izdelan v letih 2008-2009, analiza stanja v trženju in poslovanju zdravilišč in oblikovanje novih izhodišč v aktualnih, spremenjenih tržno-poslovnih razmerah z ciljem oblikovanja izhodišč strateško razvojnega dokumenta SSNZ in umeščanja zdraviliško turističnega produkta v nastajajoči strategiji razvoja in trženja slovenskega turizma.

Na posvetu so bile oblikovane sledeče ugotovitve in priporočila za nadaljnji razvoj in delovanje v SNZ :

- potrebna je jasnejša strateška opredelitev slovenskih naravnih zdravilišč z določitvijo in specializacijo proizvodov in ponudbe na ravni Slovenije na Medicinsko, Wellness in Spa ter Aquafun ponudbo in znotraj tega jasno umestitev in specializacijo posameznih zdravilišč;
- v večji meri je v prihodnje potrebno izkoristiti Skandinavski trg (Finska, Švedska, Norveška) za storitve preventivnega zdravljenja (poznavanje bolezni, daljša povprečna doba bivanja);
- potrebno je slediti aktualnemu trendu medicinskega turizma in ga uveljaviti v slovenskih zdraviliščih (povečati potencial naravnih zdravilnih faktorjev in strokovnjakov/zdravnikov tako pri tržnem pozicioniranju, trženju kot tudi izvajanju ponudbe);
- inicirati ponovno vzpostavitev in aktivno delovanje inštituta za balneologijo in zdraviliško medicino kot smo ga imeli nekoč (Inštitut za balneologijo), ki bi bilo zelo dobro, da bi deloval mednarodno s centrom za določene aktivnosti v Sloveniji in bo na podlagi dokazov tradicije, naravnih in zdravilnih faktorjev prispelav k ugledu in zaupanju v slovenska zdravilišča in zdravstvene storitve; graditi je potrebno na kvaliteti zdravstvene storitve in zdravega okolja, ki jo

zagotovo imamo, na izgradnji pozitivne podobe in tržne pozicije in zastaviti zdravstveni turizem kot prioriteto v okviru delovanja naravnih zdravilišč Slovenije;

- certificiranje oz. klasifikacija in standardi imajo vse večji pomen pri zaupanju v zdravstveno destinacijo in produkte/storitve, zato bo potrebna ali vključitev v že obstoječe organizacije, ki imajo znak kakovosti (npr. nemški TÜV) ali vzpostavitev lastnega pečata kakovosti;
- stroko (zdravnike in ostale strokovnjake v zdraviliščih) bo potrebno izobraziti in usposobiti tudi za namen trženja in pospeševanja prodaje v samih zdraviliščih;
- potrebna bo večja stopnja globalnega komuniciranja blagovne znamke Slovenije preko slovenske turistične organizacije in drugih uradnih nacionalnih organizacij za doseganje večje prepoznavnosti, kar bo prispevalo k povečanju ugleda in izboljšanju tržne pozicije vseh turističnih ponudnikov in Slovenije kot turistične destinacije in bo posledično pripelvalo k večjemu deležu individualnih oz. delno individualnih gostov in s tem k višji povprečni doseženi ceni za storitve zdravilišč;
- vztrajati je potrebno na nemškem trgu, saj je ta trg kot nekakšen "trend setter" (kamor gredo nemški turisti, tam jim sledijo tudi ruski in drugi vzhodno evropski gostje);
- z določanjem in specializacijo ponudbe posameznih zdravilišč ter jasnim pozicioniranjem na ravni SSNZ in Slovenije kot celote bo potrebno poiskati in pritegniti nove segmente gostov tako na obstoječih kot novih trgih;
- jasno bo potrebno strukturirati proizvode (medicinski turizem, "wellness", "spa", "Aquafun") in jih oblikovati na način, da bodo dosegali čim višjo dodano vrednost, saj so še zmeraj prevelike rezerve na strani prihodkov v slovenskih zdraviliščih;
- za aktivnejši nadaljnji razvoj in uspešno internacionalizacijo trženja bo v slovenska naravna zdravilišča moral vstopiti tudi mednarodni kapital in mednarodne upravljalvske in trženjske strukture.

### 3 DELOVANJE ORGANOV ZDRUŽENJA

#### 3.1 Delovanje Skupščine Združenja

**Skupščina združenja** kot najvišji organ se je v letu 2011 sestala na 3 rednih sejah, sklicane pa so bile tudi 4 korespondenčne seje.

Na **60. redni seji Skupščine združenja (11. 2. 2011 v Rogaški Slatini)** je bila potrjena Realizacija za leto 2010 in Finančni načrt za leto 2011; potrjen je bil predlog dogovora SSNZ-STO o organizaciji borze SPA-CE ob predpostavki, da STO sofinancira borzo v znesku 20.000 EUR; sprejet je bil predlog programa borze SPA-CE s popravkom, da imajo člani SSNZ za do 30 % nižjo kotizacijo kot ostali razstavljalci; sprejet je bil sklep o zaščiti znamke borze SPA-CE; skupščina je potrdila predlog in finančni načrt konference ENSPA 2012 in zadolžila direktorja, da v 1 mesecu pripravi operativni načrt aktivnosti z zadolžitvami; direktor je bil zadolžen, da pri vseh članih SSNZ preveri, ali so oddali vloge za dovoljenje za opravljanje zdraviliške dejavnosti in o tem obvesti ministra; direktor se zadolži, da v zvezi z razpisom in pravilom »de minimis« obvesti MG, da za Terme Čatež in Thermano Laško ne bomo izvajali promocije.

Na **61. redni seji Skupščine združenja (18. 5. 2011 na Mokricah)** je bil razveljavljen sklep glede izvajanja promocije za Terme Čatež in Thermano Laško; potrjeno je bilo Poročilo o poslovanju SSNZ za leto 2010 in direktorju je bilo naloženo, da se v takšni obliki objavi na spletni strani SSNZ; direktor SSNZ je bil zadolžen, da takoj pripravi razpis za spletno oglaševanje v okviru razpisa MG na osnovi že obstoječe dokumentacije in ga objavi na portalu SSNZ – rok za oddajo ponudb je 14 dni; imenovana je bila komisija za izbor najboljšega ponudnika spletnega oglaševanja v sestavi: Ivanka Ajlec, Marko Lenček, Jože Duh; Skupščina zadolži direktorja, da redno na vsaka dva meseca pošilja poročilo o delu in finančnem poslovanju vsem članom Skupščine ter poročilo o marketinških aktivnostih in opravljenih aktivnostih na trgu vsem direktorjem in vodjem marketingov v zdraviliščih; Skupščina zadolži direktorja, da čim prej



opravi razgovore z Zdraviliščem Rogaška d.d. glede ureditve statusa in uskladitve z Ustanovno listino – rok: do zadnje seje Skupščine v letu 2011; za kritje stroškov ponatisa skupnega kataloga zdravilišč je direktor zadolžen, da najprej preveri razpoložljivost sredstev znotraj sprejetega finančnega načrta SSNZ za leto 2011 in o tem obvesti vse člane.

Na **62. redni seji Skupščine združenja (16. 12. 2011 v Laškem)** je Skupščina potrdila poročilo o izvedenih aktivnostih iz razpisa MG skupaj s poročilom o borzi SPA-CE; direktorja se zadolži, da pripravi vprašalnik/anketo ustrezne vsebine za prodajne službe zdravilišč, da povzamejo oceno prodajnih učinkov dosedanjih izvedenih borz SPA-CE; Skupščina potrdi plačilo poročila iz naslova razpisa MG v višini 1.821,85 EUR neto na člana; potrjena je mesečna članarina v isti višini kot prejšnje leto (733,- EUR neto); direktorja se zadolži, da do sredine januarja 2012 pripravi predlog marketinških in PR aktivnosti, ki se najprej uskladi z Odborom za promocijo, ter ostalih aktivnosti delovanja SSNZ; ustrezen načrt delovanja SSNZ za leto 2012 se potrdi na naslednji seji skupščine v roku 1 meseca; Skupščina se odloči, da se ne izvede prenova programa za spremljanje statistike obiska v SNZ.

**V letu 2011 so bile sklicane 3 korespondenčne seje Skupščine združenja.**

Na **40. korespondenčni seji (4. 4. 2011)** je Skupščina potrdila predlog za Aneks št. 1 k SD za leto 2011, da se obseg točk za ambulantno fizioterapijo poveča vsaj za 10 %.

Na **41. korespondenčni seji (22. 7. 2011)** je bil obravnavan in sprejet predlog, da se Termam Lendava v prilogi ZDR ZD/3 k Splošnemu dogovoru pod B dodata še standard tip 7 in standard tip 9.

Na **42. korespondenčni seji (3. 11. 2011)** je bila obravnavana problematika izdaje mnenja k podelitvi koncesije za MC Medicor in izglasovana sklepa, da se mnenje k podelitvi koncesije za MC Medicor ne izda ter da se Ministrstvo za zdravje seznaniti z nepravilnostmi pri podeljevanju koncesij.

**Operativnih sestankov direktorjev v letu 2010 ni bilo.**

### **3.2 Delovanje Odbora za promocijo**

**Odbor združenja za promocijo, v okviru katerega je potekalo celotno dogovarjanje aktivnosti na področju promocije in pospeševanja prodaje, se je v letu 2010 sestal dvakrat.**

20. 6. 2011 je bil v Moravskih Toplicah skupni sestanek vodij marketingov SNZ in predstavnikov STO. Tema sestanka je bila priprava programa dela STO za leto 2012 in aktivno vključevanje SSNZ v skupne aktivnosti na trgih Avstrije, Italije in Nemčije.

SSNZ je 19. 10. izvedel operativni sestanek Odbora SSNZ za promocijo, kjer smo člane seznanili s končanimi aktivnostmi v okviru razpisa MG. Istočasno so bile predstavljene smernice sodelovanja s STO za leto 2012, kot tudi predlagane glavne aktivnosti SSNZ za leto 2012, ki morajo izhajati iz detajlne analize aktivnosti iz razpisa MG, da se ne bi ponavljale napake.

### **3.3 Delovanje Odbora za zdravstvena vprašanja**

SSNZ je 24. 8. 2011 sklicala sejo Odbora za zdravstvena vprašanja, katere namen [je bil oblikovanje stališča SSNZ do zdravstvene reforme](#), ki jo je pripravilo Ministrstvo za zdravstvo in odprlo možnosti v javni razpravi. Na seji je bila predlagana strokovna ekipa, ki pripravi [kriterije za status napotitve na zdraviliško zdravljenje](#), ki ni nadaljevanje bolnišničnega zdravljenja. Istočasno je bil podan tudi predlog, da se na prihodnji seji, ki jo skličeata predsedujoča Odbora za zdravstvena vprašanja, dr. Branka Horvat, in direktor SSNZ, izbere novega, aktivnejšega predsednika Odbora in s strokovno ekipo določijo kriteriji.

SSNZ je pripravila predlog za sklic sestanka in ga posredovala predsedujoči dr. Horvatovi.

Naslednja seja Odbora je bila 18. 10. 2011. Na seji je bila izvoljena nova predsednica, dr. Tanja Rauter Pungartnik; predlagan je bil tudi osnutek strokovno utemeljnih kriterijev za status napotitve na zdraviliško zdravljenje, ki ni nadaljevalno bolnišnično zdravljenje.

#### **Druge aktivnosti povezane z zdraviliško-zdravstvenimi vprašanji:**

Na pobudo g. Zvoneta Novine je bil za 14. 11. 2011 sklican tudi sestanek predstavnikov za verifikacijsko komisijo MZ, na katerem je bil oblikovan sklep, da se pripravijo izhodišča za sestanek z RSK za fizikalno in rehabilitacijsko medicino.

SSNZ se je udeležila sestanka na MZ dne 9. 11. 2011. Dogovorjeno je bilo, da se izvede ureditev pridobitve koncesij za vse člane SSNZ še pred izbiro novega ministra. Potopek se izvede tako, da SSNZ vloži predlog za pridobitev koncesij enotno za vse člane, kljub temu, da so posamezni člani svoje vloge na MZ že oddali. Na ponovno zahtevo MZ smo pozvali člane k soglasju za izdajo posamičnih vlog za podelitev koncesij. Postopek s strani Ministrstva še ni zaključen.

### **3.4 Delovanje Odbora za naravne zdravilne faktorje**

**Odbor SSNZ za naravne zdravilne faktorje** se v letu 2011 sicer ni sestal na nobeni seji, je pa bil v maju 2011 v Uradnem listu RS objavljen nov Pravilnik o minimalnih higienskih in drugih zahtevah za kopalne vode, pri nastanku katerega je bil Odbor dejaven v letu 2010.

## **4 ZDRAVILIŠKO ZDRAVLJENJE**

Zdraviliška zdravstvena in ostala zdravstvena dejavnost, ki jo izvajajo člani Združenja v okviru javne zdravstvene mreže, so bile tudi v letu 2011 ena osrednjih aktivnosti delovanja Združenja.

Člani Združenja so v letu 2011 realizirali 301.202 nemedicinskih oskrbnih dni, kar predstavlja 8 %-no povečanje realizacije glede na leto 2010 (ko je bilo realiziranih 277.606 dni) oziroma 13 %-no povečanje glede na načrtovani obseg.

Zdravilišča so v celoti realizirala in presegla načrtovano število točk stacionarnega zdraviliškega zdravljenja (indeks 126), prav tako je bilo doseženo načrtovano število točk ambulantnega zdraviliškega zdravljenja (indeks 103).

Realizacija točk ambulantne fizioterapije je ostala na nivoju leta 2010 (indeks 100) in za 1 % presegla načrtovani obseg.

Celoten pregled realizacije programa zdravstvene dejavnosti za člane Skupnosti v letu 2011 je razviden iz tabele *Realizacija pogodbe z ZZS za leto 2011* v prilogi.

## 5 PREGLED REZULTATOV V LETU 2011 NA NIVOJU VSEH 15 ZDRAVILIŠČ (ZDRAVILIŠKI TURIZEM)

**Slovenska naravna zdravilišča (SNZ) so leto 2011 zaključila z vzpodbudnimi rezultati, saj je bilo zabeleženih več tako domačih kot tudi tujih gostov.**

Po zbranih podatkih Skupnosti slovenskih naravnih zdravilišč (SSNZ) za leto 2011 je bilo v 15 slovenskih naravnih zdraviliščih zabeleženih za 4 % več prihodov vseh gostov (680.910) in za 4 % več prenočitev (2.865.130). Razmerje med domačimi in tujimi gosti se je ob večjem obisku in ustvarjenih prenočitvah tujih gostov še bolj približalo polovici, čeprav domači gostje še vedno »vodijo« s 56 : 44 pri prihodih gostov in s 57 : 43 pri ustvarjenih prenočitvah.

Največ tujih gostov je k nam prišlo iz Italije, teh je bilo 91.830 (indeks 103), sledijo gostje iz Avstrije (78.210, indeks 103), na tretjem mestu so prijetno presenetili gostje iz Hrvaške, ki so po nekaj sušnih letih ponovno dosegli rast prihodov za 4 %, še bolj pa so nas razveselili gostje iz Nemčije, ki po večletni stagnaciji lepo okrevajo. Še v letu 2010 smo beležili za 2 % manj njihovih prihodov, v letu 2011 pa so dosegli zavidljivo rast prihodov za 13 % in s tem prehiteli goste iz Srbije, ki so po prihodih na petem mestu, sledijo pa gostje iz Rusije, ki jih je bilo spet mnogo več in so zabeležili 22 % rast (14.460 gostov).

Pri zabeleženih prenočitvah v letu 2011 prvič vodijo gostje iz Italije, ki so tako prehiteli goste iz Avstrije za 1.500 prenočitev in ustvarili 302.670 prenočitev, kar je za 1 % več kot v preteklem letu. Sledijo jim gostje iz Avstrije z ustvarjenimi 301.100 prenočitvami, kar je enako kot leto poprej. Na tretjem mestu so se še bolj utrdili gostje iz Rusije, ki v zadnjih treh letih beležijo dvomestno rast, ta je v letu 2011 znašala 16 %, zabeležili pa smo 148.700 njihovih prenočitev. Nemški gostje so tudi pri prenočitvah dosegli 13 % rast in dosegli rezultat 95.450 prenočitev. Med prijetnimi presenečenji v lanskem letu so še ustvarjene nočitve nizozemskih gostov (indeks 140!), čeških gostov (indeks 145) in belgijskih gostov z indeksom 120. Absolutni zmagovalci pa so gostje iz Ukrajine, ki so zabeležili za 59 % več prihodov in za 52 % več prenočitev, vendar so številke še vedno dokaj skromne in so po prihodih na 13. mestu (2260 gostov), a je tudi pri njih (kot pri gostih iz Rusije) dolžina bivanja daleč nad povprečjem in znaša 7,5 dneva; tako so ustvarili 16.860 prenočitev in zasedli 9. mesto.

Razloge za dobro obiskanost in dosežene prenočitve moramo iskati predvsem v zelo prilagodljivih programih in cenovni politiki, naravnani na zahtevne potrebe domačih in tujih gostov in nenehno ustvarjanje zanimivih programov. Slovenska naravna zdravilišča tako še naprej ostajajo steber razvoja slovenskega turizma, saj ob 25 % razpoložljivih kapacitet ustvarijo 33 % vseh slovenskih prenočitev, največja dodana vrednost pa je prav v ponudbi najrazličnejših programov za vse starostne skupine in potrebe.

Stalna prilagodljivost prodajnih služb na nove trende, predvsem z izrazito kratkoročnimi povpraševanji in rezervacijami, novi trženjski prijemi in kreativnost v pripravi programov, pa so poleg bogate tradicije na področju zdraviliškega zdravljenja in najširše ponudbe za preventivo, skrb za zdravje in bogastvom programov za razvijanje glavni aduti slovenskih naravnih zdravilišč.

### **KAKO LETO 2011 OCENJUJEJO DIREKTORJI POSAMEZNIH SLOVENSkih NARAVNIH ZDRAVILIŠČ IN OBETI ZA NAPREJ**

Zbrani odgovori:

- Uprava Term Čatež d.d.
- Jože Duh, direktor Term Dobrna d.d.
- Jože Berus, generalni direktor Term Krka d.o.o.
- Roman Matek, direktor Thermane Laško d.d.
- Za Terme Lendava, Terme 3000, Terme Ptuj in Zdravilišče Radenci: Barbara Stopinšek, služba za odnose z javnostmi družbe Sava Turizem d.d.
- Stanislav Pšeničnik, direktor Hotela Sava Rogaška d.o.o., in Zvone Novina, direktor Zdravilišča Rogaška – Zdravstvo d.o.o.
- Lidija Fijavž Špeh, direktorica Naravnega zdravilišča Terme Topolšica d.d.

- Damjan Pintar, izvršilni direktor Unior d.d. – program Turizem

## **TERME ČATEŽ**

Poslovno leto 2011 je bilo izjemno dinamično. Doživeli smo še intenzivnejši in agresivnejši konkurenčni boj med ponudniki turističnih storitev tako na domačem kot tudi na tujih trgih. Zabeležili pa smo tudi padec povpraševanj in prometa s strani posrednikov - predvsem velikih turističnih agencij.

Kratkoročnost rezervacij in odločitve o počitnicah v zadnjem hipu so bile še izrazitejše. Vsem tem spremembam smo se poskušali prilagajati tudi z bistveno večjim številom kratkoročnih ponudb v zadnjem hipu, ki smo jih prilagajali posameznim ciljnim skupinam, tudi » od danes na jutri«.

Tudi v letu 2012 pričakujemo nadaljevanje trendov iz preteklega leta. Promocijske in prodajne aktivnosti Term Čatež bodo še bolj ciljno usmerjene na vse trge, skrbno bomo pretehtali učinke preteklih aktivnosti in se še bolj tankočutno odločali glede udeležb na sejmih in borzah v tujini in glede vseh ostalih promocijskih aktivnosti. Pospešili bomo intenzivnost promocijskih vlaganj v digitalne medije, sicer pa bomo sledili medijski razpršenosti promocije in oglaševanja iz preteklega leta.

Novost za vse goste in uporabnike spleta bo popolnoma prenovljena in uporabnikom bolj prijazna spletna stran Term Čatež. Načrtujemo tudi manjše novosti na Termalni rivieri.

V skladu s planom si bomo prizadevali uresničiti zastavljene cilje. Eden izmed njih je povečanje obsega poslovanja, za kar menimo, da obstaja dobra podlaga tako v pestrosti in kvaliteti produktov, v naši fleksibilnosti pri prilagajanju ponudbe spreminjajočemu se povpraševanju in v razpršenosti tujih trgov, kar se se je tudi v preteklem letu pokazalo kot pravilne poslovne odločitve.

## **TERME DOBRNA**

S poslovanjem v letu 2011 smo v Termah Dobrna glede na gospodarske razmere zadovoljni. Pomembno je, da smo povečali celotne prihodke v primerjavi s preteklim obdobjem in kljub manjšemu povpraševanju na domačem trgu povečali skupni fizični obseg vseh nočitev za 2,4 %. Povprečna letna zasedenost hotelskih kapacitet je bila 66 %. Za kar 30 % smo povečali število nočitev na tujem trgu, največji porast smo dosegli na nemškem, italijanskem in hrvaškem trgu. Porast nočitev je bil dosežen predvsem zaradi intenzivnega trženja z novimi prodajnimi prijemi, vsebinsko in cenovno prilagoditvijo programov in z uvedbo nekaterih novih ter dopoljenih programov. Povečali smo tudi obseg prodaje zdraviliških storitev in nekaterih velneških storitev.

Terme Dobrna smo okrepili in utrdili položaj vodilnega zdravilišča na področju indikacije ginekoloških obolenj. Pričeli smo s programom CROB (celostna rehabilitacija onkoloških bolnikov) in uvedli nove programe medico wellness. Povečali smo obseg prodaje v gostinskem delu tudi z različnimi dogodki, zlasti s programom porok v Dobrni, z uspelimi tematskimi večeri in z družabnimi srečanji. Stabilno finančno poslovanje smo dosegli ob povečanju celotnega prihodka predvsem z racionalizacijo delovnih procesov in z doslednim obvladovanjem stroškov, kjer smo se srečevali predvsem z dvigom stroškov energije. Vlagali smo predvsem v izboljšanje standardov objektov, kvaliteto storitev in posodobitev opreme. Najpomembnejši projekt je bil energetski projekt, s katerim smo bistveno povečali pridobivanje energije iz obnovljivih virov in s tem bomo zmanjšali stroške energije. Oddali smo vlogo za pridobitev evropskega znaka EKO marjetica, kar je v skladu s trajnostnim razvojem Term Dobrna. Pridobili smo osnovni certifikat »Družini prijazno podjetje« in s tem izboljšali pogoje za še večje zadovoljstvo zaposlenih ter pripadnost podjetju. Veliko sredstev smo namenili za področje izobraževanja zaposlenih - 0,31 % od CP. Odlično smo izvedli sedaj že prepoznavno Glasbeno poletje Dobrna s priznanimi domačimi in tujimi glasbeniki v čudoviti dvorani Zdraviliškega doma. Dobro poteka tudi sodelovanje z lokalnim okoljem.

Leto 2012 bo najmanj tako zahtevno kot preteklo leto. Načrtujemo nadaljnje povečevanje celotnega prihodka in povečanje obsega nočitev. Predvsem načrtujemo nadaljnje povečanje nočitev na tujih tržiščih in ohranjanje obsega nočitev na domačem trgu ter povečanje obsega zdravstvenih in velneških storitev. Na investicijskem področju predvidevamo manjša vlaganja v nadaljnje posodobitve objektov, energetiko in razvoj zdravstvene dejavnosti. Nadalje bomo vlagali v izobraževanje zaposlenih, predvsem v znanje tujih jezikov in strokovna ter funkcionalna usposabljanja.

V letu 2012 bomo izdelali strategijo nadaljnega razvoja Term Dobrna - najstarejšega slovenskega zdravilišča.

## **TERME KRKA**

### **O letu 2011**

Leto 2011, zaznamovano z neobetavnimi gospodarskimi razmerami, smo v Termah Krka zaključili uspešno. Ustvarjene prihodke smo glede na leto 2010 povečali za 13 odstotkov.

Največjo, 48-odstotno rast smo dosegli v obmorskem centru Talaso Strunjan, ki je bil v začetku leta 2010 zaradi obnove zaprt štiri mesece, v letu 2011 pa je posloval zelo uspešno in dosegel rekordno število nočitev. Število nočitev je naraslo tudi v Termah Dolenjske Toplice (za 4 %) in v Termah Šmarješke Toplice (za 2 %). Doseženi rezultati so predvsem posledica povečanja števila nočitev tujih gostov, ki prihajajo k nam zaradi pestre in kakovostne ponudbe tako zdravstvenih kot sprostitvenih programov. Med tujimi gosti so največjo rast dosegle nočitve nemških gostov (za 30 %), na splošno pa je med tujimi gosti prišlo v Terme Krka največ Italijanov (več kot tretjina).

### **O obetih za 2012 in nadaljnjih usmeritvah**

V Termah Krka bomo v letošnjem letu trdo delali predvsem na področju kakovosti in trženja storitev. Gostom želimo ponuditi učinkovite produkte, ki bodo zadovoljili njihove potrebe in uresničili njihova pričakovanja. V letu 2012 bo največji izziv predvsem prodaja na tujih trgih. Ker ocenjujemo, da na domačem trgu trenutno ne moremo pričakovati večje rasti, bomo energijo in načrtovane aktivnosti usmerjali v povečanje števila nočitev tujih gostov.

Zdraviliška dejavnost Term Krka - z dopolnjujočimi sprostitvenimi programi, programi za krepitev in ohranjanje zdravja, pestro športno in kulinarčno ponudbo - je primerna za vse generacije in v vseh letnih časih. Z širitvijo ponudbe in nadgradnjo kakovosti storitev skušamo slediti dogajanju na sicer razburkanem tržišču, spreminjajočim razmeram pa se prilagajamo tudi z organizacijskimi spremembami. Z njimi želimo doseči predvsem večjo prodajno usmerjenost ter standardizacijo in izboljšanje naših storitev.

## **THERMANA LAŠKO**

Leto 2011 je za Thermano prvo, ko je po zaključku obsežnih investicij poslovala s polnimi pljuči in ni bilo poplave. Poslovanje je bilo v celoti pozitivno, skrbeli smo za kakovost naših storitev, se trudili, da bi presegl pričaokovanja naših gostov, nočitve smo povečali za 12 % in se tako uvrstili med vodilna slovenska naravna zdravilišča. V ponudbo smo uspešno vključili programe kongresnega in MICE turizma, postajamo eno najpomembnejših kongresnih in poslovnih središč v Sloveniji.

V letu 2012 nadaljujemo po začrtani poti, širimo trge, skrbimo za kakovost, ponudbo in storitve prilagajamo vse bolj zahtevnim gostom in uvajamo novosti. Prenovili bomo prostore za wellness storitve v Zdravilišču, uvajamo halal standarde, organizirali bomo center ayurvedske medicine. Ob rasti globalnega turizma in pričakovani liberalizaciji slovenskega poslovnega okolja v Thermani v letu 2012 pričakujemo nadaljnjo rast vseh programov in dober poslovni rezultat.

## **SKUPINA SAVA HOTELS & RESORTS**

V družbi Sava Turizem smo z izkupičkom lanske sezone v naših termah in zdravilišču (Terme 3000, Zdravilišče Radenci, Terme Ptuj, Terme Lendava in Terme Banovci), ki delujejo pod krovno blagovno znamko Sava Hotels & Resorts, zadovoljni kljub oteženim gospodarskim razmeram. V vseh prenočitvenih zmogljivostih smo ustvarili skupno blizu 782.000 nočitev, kar je dobrih devet odstotkov več kot v letu poprej. Največjo, v povprečju več kot 13-odstotno rast smo zabeležili v segmentu hotelskih prenočitev. Neugodne gospodarske razmere so se odražale predvsem na domačem trgu, kjer smo bolj izpostavljeni cenovnim pritiskom, kljub temu smo na domačem trgu dosegli 9-odstotno rast nočitev v primerjavi z letom 2010. V povprečju so za 9,5 odstotkov rasli tudi tuji trgi, kjer smo dosegali višje povprečne iztržene cene. Na tujih trgih smo krepili aktivnosti enotnega nastopa pod krovno blagovno znamko Sava Hotels & Resorts ob sistematičnem širjenju partnerske mreže agencij z uporabo lastnega kataloga ponudbe. Naši ključni ciljni trgi Vzhodne Evrope in nekdanje skupne države dajejo dobro osnovo za nadaljnjo rast v prihodnjih letih.

Tudi v lanskem letu so zaposleni na najvišjih strokovnih tekmovanjih in srečanjih vnovič potrdili najvišjo kakovost gostinsko-turističnih storitev, ki jih nudimo. Slednje pa potrjujejo predvsem stalni gosti, ki se vračajo. Za njihovo zvestobo jih tudi nagrajujemo v okviru celovitega programa zvestobe Ambassador, ki konec leta 2011 šteje že 12.000 aktivnih članov. Gre največji lojalnostni program v turistični dejavnosti v

Sloveniji in pomembno orodje za ciljno nagovarjanje obstoječih gostov naših destinacij in oblikovanje ponudbe v skladu z njihovimi željami in potrebami.

Družbe dejavnosti Turizem so lani kot prve v Sloveniji postale članice ene najbolj reprezentativnih organizacij zdravstvenih in termalnih ponudnikov na svetu »World Federation of Hydrotherapy and Climatotherapy« (FEMTEC). Ta je v okviru letne generalne skupščine in mednarodnega znanstvenega kongresa oktobra lani podelila Zdravilišču Radenci posebno priznanje za »Najboljše zdravilišče 2011« ter skupini Sava Hotels & Resorts za razvoj termalnega turizma v Sloveniji. Zdravilišče Radenci in ruska Mednarodna univerza rehabilitacijske medicine pa sta podpisala pismo o nameri o sodelovanju.

Celovito turistično ponudbo termalnih središč in zdravilišča smo tudi v lanskem letu bogatili s številnimi spremljevalnimi aktivnostmi in dogodki, ki jih ustvarjamo v sodelovanju z lokalnimi okolji, v katerih delujemo. Med večjimi projekti so: odmevne rimske igre v Termah Ptuj, Festival prekmurske gibanice in prekmurske šunke v Termah 3000, Bogračfest v Lendavi, Obležitev svetovnega dneva srca v Zdravilišču Radenci in tradicionalna Božična vas Banovci.

### **TERME 3000**

V Termah 3000 smo v lanskem letu ustvarili skupno dobrih 361.000 nočitev v hotelih, apartmajih in kampu, kar je dobrih 12 odstotkov več kot v letu 2010. Na domačem trgu smo na podlagi intenzivnih prodajnih aktivnostih zabeležili 22-odstotno rast nočitev, nočitve iz tujih trgov so rasle 3,5-odstotno. Rast tujih nočitev smo zabeležili s trgov Nemčije, Češke in Srbije, gosti iz sosednje Avstrije so ustvarili podobno število nočitev kot v letu poprej, medtem ko smo upad nočitev zabeležili na italijanskem trgu.

Terme 3000 so sodelovale na številnih predstavitev v tujini, med drugim so zastopale skupino Sava Hotels & Resorts na prireditvi Okusi Slovenije v Celovcu, ki sta jo ob 20-letnici samostojne Slovenije organizirala Generalni konzulat RS v Celovcu in predstavništvo Slovenske turistične organizacije v Avstriji.

V letošnjem letu bomo ponudbo doživljajskega bazenskega kompleksa Terme 3000 razširili s kopališko ponudbo za najmlajše obiskovalce, posebno pozornost bomo namenjali stalnemu dvigu kakovosti storitev in ustvarjanju raznovrstnih doživetij ob bogati animaciji.

### **ZDRAVILIŠČE RADENCI**

V Zdravilišču Radenci, kjer **letos obeležujemo 130 let bogate zdraviliške tradicije**, smo lani ustvarili blizu 124.000 nočitev, kar je za 6,5 odstotkov več kot v letu poprej, pri čemer smo realizacijo na domačem in avstrijskem trgu obdržali na nivoju iz leta poprej. Na tujih trgih beležimo v povprečju 15-odstotno rast ustvarjenih nočitev, najvišjo rast smo dosegli na ruskem trgu, ki se za slovenskim, avstrijskim in nemškim trgom uvršča na četrto mesto po realizaciji števila nočitev. Na podlagi intenzivnih prodajnih aktivnostih na tujih trgih smo uspeli povečati obisk gostov iz nemškega in češkega trga, medtem ko upad nočitev v primerjavi z letom poprej beležimo na sosednjih trgih Italije in Hrvaške.

V Termah Banovci smo v lanskem letu ustvarili blizu 88.000 vseh nočitev, kar je za tri odstotke več v primerjavi z letom poprej. Beležimo predvsem rast tujih nočitev s sosednjih trgov, medtem ko nočitve domačih gostov ostajajo na ravni iz leta 2010.

### **TERME PTUJ**

V Termah Ptuj smo v vseh namestitvenih zmogljivostih ustvarili več kot 103.000 nočitev, kar je dobrih 10 odstotkov več kot v letu poprej. Zabeležili smo že okoli 60 odstotkov tujih gostov in pričakujemo, da se bo ta delež letos z intenzivnejšim trženjem še nekoliko povečal. V kampu prevladujejo gostje iz Poljske, Češke in Slovaške ter dežel Beneluksa. Tudi v Grand Hotelu Primus se povečuje obisk gostov iz Italije in Srbije, rast beležimo tudi na trgih Avstrije in Nemčije.

Tudi lani smo dopolnjevali našo ponudbo in jo tako skušali še bolj približati gostom. Tako smo ponudbo Termalnega Parka razširili z novim največjim slovenskim toboganom toboganom Tajfun, ki predstavlja novost v tovrstni ponudbi v evropskem merilu. V notranjem delu kopališča smo postavili tri savne v vinskih sodih. Gre za inovativen turistični produkt, ki je med gosti in obiskovalci zelo dobro sprejet. V pomladnih mesecih 2012 bomo postavili tudi bivalne enote v vinskih sodih in uredili vinski trg v avtokampu. V letu 2012 bo veliko pozornosti posvečeno odmevnim spremljevalnim prireditvam, predvsem V. rimskim igram, ki bodo od 16. do 19. avgusta in na katerih bo sodelovalo več kot 1.500 kostumiranih udeležencev.

**Evropska prestolnica kulture - Maribor 2012** je pomemben projekt ne samo za našo regijo, tudi v vseslovenskem merilu. V sodelovanju s partnerskim mestom Ptuj sooblikujemo programski del projekta: Terme Ptuj so članica Konzorcija Kurent, ki je organizator 52.

Kurentovanja na Ptuj, ki je eden izmed prvih večjih dogodkov Evropske Prestolnice kulture

Maribor 2012, projekt rimskih iger bo v mesecu avgustu osrednja poletna prireditev.

## **TERME LENDAVAL**

V Termah Lendava smo lani ustvarili blizu 106.000 nočitev, kar je za dobrih šest odstotkov več kot v letu poprej. Sedemodstotno rast nočitev smo zabeležili na domačem trgu in več kot petodstotno rast na sosednjih tujih trgih. V neposredni bližini termalnih bazenov smo v začetku junija uredili Bosonogo pot. Gre za posebno akupresurno pot, kjer se gostje lahko bosí sprehajajo po različnih naravnih površinah. Ta nenavadna masaža stopal deluje na vse akupresurne točke na stopalih na naraven način in tako nadvse ugodno vpliva na celoten organizem.

Projekt »Lendava – svetovna prestolnica bograča 2012« je nastal na pobudo predsednika Republike Slovenije dr. Danila Türka, ko je pred štirimi leti obiskal študentsko prireditev Bogračfest. Svetovno prestolnico bograča so razglasili avgusta lani v okviru tradicionalnega Bogračfesta, ki je sestavni del programa promoviranja kulinarike kot dela turistične ponudbe v tem delu Slovenije.

In prav v Termah Lendava se kuha najboljši bograč, kar potrjuje tudi zmagovalec lanskega bogračfesta, ki prihaja iz vrst odlične kuharske ekipe Term Lendava.

## **Leto 2012**

Z združitvijo Term 3000, Zdravilišča Radenci, Term Ptuj, Term Lendava, Term Banovci in Sava Hotelov Bled v enotno družbo Sava Turizem d.d. smo postali največje slovensko turistično podjetje. Združeno družbo Sava Turizem d.d. s 13-odstotnim tržnim deležem vodi tričlanska uprava, ki jo sestavljajo predsednik uprave Andrej Prebil in člana uprave Renata Balažic in Borut Simonič. V okviru združene družbe še naprej delujejo destinacije, Terme 3000 - Moravske Toplice, Terme Ptuj, Zdravilišče Radenci, Terme Banovci, Terme Lendava in Sava Hoteli Bled ki jih vodijo izvršni direktorji destinacij. Z notranjim preoblikovanjem in poenotenjem smo pridobili večje možnosti za nadaljnjo rast in za vlaganja v razvoj ter specializacijo ponudbe. Združeni pod krovno blagovno znamko Sava Hotels & Resorts bo preboj na tuje trge še intenzivnejši, kar je tudi eden izmed ključnih ciljev v letošnjem letu.

Družba Sava Turizem v letu 2012 načrtuje dobrih 66 milijonov evrov prihodkov od prodaje. To bomo ustvarili s pospešenim razvojem in učinkovitejšim trženjem kongresnega, golfskega in zdravstvenega turizma ob že uveljavljeni ponudbi počitniškega turizma v hotelih, apartmajih in kampih.

Investicije v letu 2012 bodo predvsem usmerjene v nadgradnjo kakovosti storitev in učinkovitejše ravnanje z energijo in viri. Na kadrovskem področju pa bo družba Sava Turizem razvila lastno Akademijo, s katero bo zaposlenim ponujena možnost strokovnega izobraževanja in napredovanja. Prav tako bo družba v letu 2012 poenotila sistem nagrajevanja in motiviranja zaposlenih na vseh svojih destinacijah. Z združitvijo bomo še bolj okrepili prepoznavnost celotne dejavnosti Turizem pod skupno blagovno znamko Sava Hotels & Resorts, hkrati pa ohranili tudi vse prepoznavne destinacijske blagovne znamke, ki pričajo o bogati tradiciji turizma na destinacijah, kjer delujemo.

## **ZDRAVILIŠČE ROGAŠKA**

### **ROGAŠKA HOTELI & LOTUS TERME**

Leto 2011 je bilo za Grand Hotel Sava poslovno uspešno. Dosegli smo 13 %-no rast nočitev in sorazmerno povečali tudi prihodke od prodaje. Zasedenost se je povečala na račun prenove v letu 2010, ko smo prenovili sobe, recepcijo, lobby in kavarno v Grand Hotelu Sava\*\*\*\*superior.

Glede na napovedano krizo je prvi cilj za prihodnje leto zadržati poslovni rezultat, dosežen v letu 2011, tako po obsegu nočitev kot po finančnih prilivih. Izziv bo tudi obvladovanje stroškov.

Največja investicijska dela so se zaključila v letu 2010 s skoraj celovito prenovo hotela. Kadrovske okrepitve so bile na F&B delu, kjer se je oblikovala skupina za zahtevnejše goste, kar že kaže dobre rezultate. Novosti bodo večinoma programske glede na indikacije Zdravilišča Rogaška. Organizacijsko večjih sprememb znotraj hiše ne bo, so pa tendence k povezovanju Rogaške Slatine na tujih tržiščih.

Napovedi v svetu za letošnje leto so pesimistične. Sami imamo postavljene cilje in pričakovanja, da se ohrani obseg nočitev po tržiščih in doseže finančni rezultat vsaj na nivoju lanskega leta.

### **MEDICAL CENTER ROGAŠKA**

Preteklo leto ocenjujemo kot težavno. Rogaška Slatina je glede na svojo strukturo gostov, kjer ustvarimo 17 % tujih nočitev v okviru 15ih članic slovenskih naravnih zdravilišč, močno vpeta v tuje trge. Pri tem se srečujemo z globalno konkurenco in vedno znova ugotavljamo, da nismo edini in ne prvi in niti ne zelo

posebni. Vedno bolj jasno postaja, da smo lahko zares dobri le tam, kjer se nam drugi ne morejo približati. Namreč, če imajo to možnost, so v glavnem boljši kot mi.

Zdravilišča se bodo v letu 2012 soočala z iskanjem lastne identitete, pod katero želijo biti prepoznavna in vredna dobljene priložnosti kot izbira za gosta.

Vsako leto smo postavljeni pred nove izziv in eno najpogostejših vprašanj naših stalnih gostov je:« In kaj je pri vas letos novega?»

Pošteno lahko povemo, da nas je v zadnjih letih strah odgovorov, saj preprosto zmanjkuje realnih možnosti za novitete. Ugotavljamo, da zaradi majhnosti, razdrobljenosti in nepovezanosti, ne vlagamo dovolj v promocijo ključnih programov in jih včasih tudi neupravičeno opuščamo – vsi od nas zahtevajo kratkoročne rezultate.

Na organizacijskem področju je naš izziv vzpostavitev kritične mase, ki lahko nastane z različnimi organizacijskimi povezavami in je kot takšna sposobna promovirati skupne programe nas in naših povezanih partnerjev. Menimo, da so nekatere današnje organizacijske oblike zastarele in preživete in ne dajejo želenih rezultatov, merljivih na trgu. Vemo, da je prihodnost v sodobnih oblikah partnerskega povezovanja.

Glede napovedi za prihodnja leta smo v Rogaški vedno odgovarjali z optimizmom. Žal je tega pri nas vedno manj. Sami se namreč bojimo, da ne bomo več sposobni uresničevati pričakovanj lastnikov, zaposlenih in poslovnih partnerjev, ter ostalega okolja. Čutiti je, da vsi vedno bolj živimo v svojih malih svetovih. Pomanjkanje dialoga in posledično medsebojnega razumevanja je v tej državi vedno manj. Tudi turizem je pomemben del te države.

### **TERME TOPOLŠICA**

Preteklo leto je bilo pozitivno vsaj kar se nanaša na rast obsega nočitev. Je pa potrebno vsaj za nas v Topolšici povedati, da rast ni bila prisotna na področju zdraviliškega zdravljenja in obnovitvene rehabilitacije. Tukaj smo trčili na zmanjšanje.

V letu 2012 bo potrebno, a tudi težko obdržati doseženi obseg poslovanja. Vsaj domači trg je zaznamovan s padanjem kupne moči in ni ga lahko nadomestiti z gosti iz tujine.

Večjih investicij ne planiramo. Na vrsti bodo predvsem vzdrževalna dela in pa vlaganje v kadre v smislu povečevanja same kvalitete storitev.

2012 ne bo leto rekordnih obsegov, vsaj na domačem trgu ne. V določeni boljši poziciji so tuji trgi, če bomo gostom znali našo ponudbo in njene prednosti predstaviti in tudi zagotoviti varnost bivanja. Glede zdravstvenih poslov pa obeti niso posebej dobri. Pričakujemo, da se vsaj ne bo zmanjševal obseg napotitev.

### **TERME ZREČE**

V Unior d.d. Program Turizem smo preteklo leto izkoristili predvsem za izgradnjo novega Hotela Atrij\*\*\*\* superior. Hkrati smo v celoti prenovili obstoječo kuhinjo in restavracijo.

S Hotelom Atrij, ki je zaživel konec leta, so Terme Zreče pridobile sodobno opremljene sobe in wellness suite, ki jih je navdihnila zgodba o jabolku, s 100 ležišči, 31 dvoposteljnih sobami, 3 wellness suite s tušem, kadjo in savno ter 5 dvoetažnih wellness apartmajev s kadjo in savno; IDILO, Wellness & Spa za prijetno razvajanje in sproščujoč pogled na lepoto vseh letnih časov v štirih svetovih: Natura – Idila bogastva narave, Sawaddee – Idila Orienta, Romantika – Idila razvajanj v dvoje ter Spa & Beauty – Idila lepote; novo restavracijo s 173 sedeži, dnevno sobo in vinoteko za kulinarčna doživetja ob izbranih kulinarčnih mojstrovinah, ki združujejo sodobne trende v zdravem načinu prehranjevanja, s skrbnim ohranjanjem tradicionalnih prvin pod blagovno znamko Okusi Rogle ter sodoben konferenčni center z veliko konferenčno dvorano (120 – 150 sedežev) in petimi seminarskimi prostori (40 sedežev).

Z novimi prostori, namenjenimi wellness programom, so pridobljene dodatne površine, ki jih bomo namenili programom zdravstvene rehabilitacije, pri čemer smo že v lanskem letu intenzivno začeli z izvajanjem medicinskih programov za zahtevnejše goste iz tujine v sodelovanju s Kliničnima centroma v Ljubljani in Mariboru ter drugimi slovenskimi bolnišnicami. V prihodnje nameravamo tovrstne potenciale še bolje izkoristiti.

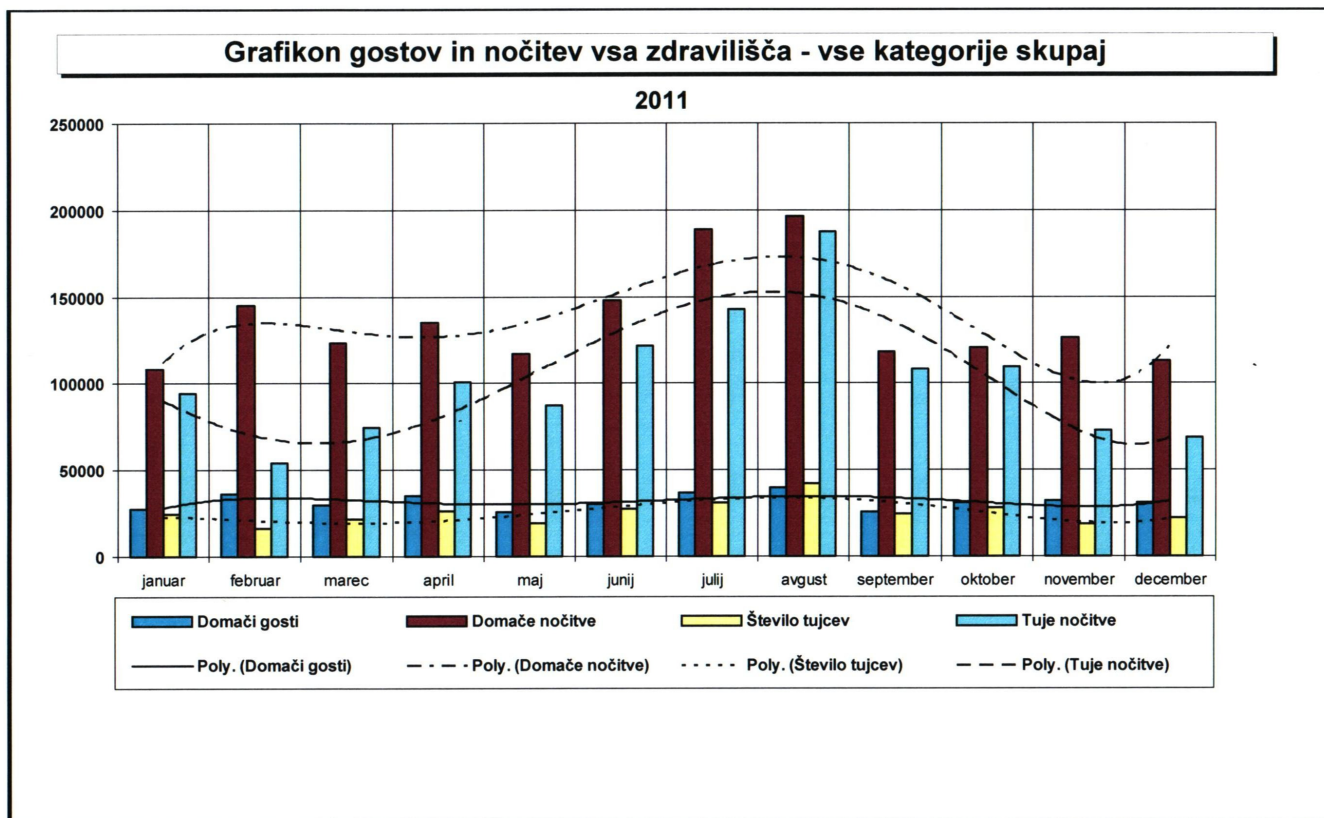
Za rehabilitacijo lokomotorne sistema uporabljamo novo napravo za diagnosticiranje, treniranje in rehabilitacijo mišic – Biodex, ki omogoča natančno merjenje mišične moči za spremljanje rehabilitacije ali



oceno posledic poškodbe. Kot sestavni del Biodexa uporabljamo tudi Biodex Balance System, ki omogoča testiranje in trening ravnotežja.

### Top 16 tujih držav v obdobju januar - december 2011

Zap. št.	Država	Število prihodov	Indeks	Delež v skupnem številu	Delež v številu tujcev	Število prenočitev	Indeks	Delež v skupnem številu	Delež v številu tujcev
1.	Italija	91.832	103	13,5	30,5	302.671	101	10,6	24,8
2.	Avstrija	78.215	103	11,5	26,0	301.077	100	10,5	24,6
3.	Hrvaška	23.166	104	3,4	7,7	76.699	110	2,7	6,3
4.	Nemčija	19.900	113	2,9	6,6	95.448	113	3,3	7,8
5.	Srbija, Črna Gora	17.249	96	2,5	5,7	56.087	98	2,0	4,6
6.	Rusija	14.458	122	2,1	4,8	148.682	116	5,2	12,2
7.	Nizozemska	9.123	126	1,3	3,0	54.096	140	1,9	4,4
8.	Češka	6.042	141	0,9	2,0	16.964	145	0,6	1,4
9.	Madžarska	4.196	97	0,6	1,4	11.932	97	0,4	1,0
10.	Poljska	3.033	113	0,4	1,0	11.409	107	0,4	0,9
11.	Belgija	2.475	111	0,4	0,8	14.142	120	0,5	1,2
12.	Francija	2.325	80	0,3	0,8	7.127	75	0,2	0,6
13.	Ukrajina	2.261	159	0,3	0,8	16.861	152	0,6	1,4
14.	Izrael	2.208	110	0,3	0,7	13.947	117	0,5	1,1
15.	Danska	1.990	117	0,3	0,7	10.944	128	0,4	0,9
16.	Velika Britanija	1.899	114	0,3	0,6	6.942	123	0,2	0,6
	Vsi tuji gostje	300.984	107,1	44,2 %		1.222.855	108,2	42,7 %	
	Domači gostje	379.926	101,8	55,8 %		1.642.273	101,2	57,3 %	
	<b>SKUPAJ</b>	<b>680.910</b>	<b>104,1</b>			<b>2.865.128</b>	<b>104,1</b>		



## INDEKSI PO NASTANITVENIH KATEGORIJAH

DECEMBER 2010 / DECEMBER 2011												
	GOSTJE						NOČITVE					
	Domači		Tuji		Skupaj	Indeks	Domače		Tuje		Skupaj	Indeks
Hoteli	20.094	100,7	18.995	111,9	39.089	105,9	78.753	98,9	60.457	113,3	139.210	104,7
Apartmaji	4.716	111,9	682	185,3	5.398	117,8	15.474	105,2	1.910	155,7	17.384	109,0
Kampi	5.843	107,0	2.309	95,8	8.152	103,5	19.050	101,6	6.360	94,3	25.410	99,7
<b>Skupaj</b>	<b>30.653</b>	<b>103,4</b>	<b>21.986</b>	<b>111,3</b>	<b>52.639</b>	<b>106,6</b>	<b>113.277</b>	<b>100,2</b>	<b>68.727</b>	<b>112,0</b>	<b>182.004</b>	<b>104,3</b>

JANUAR-DECEMBER 2010 / JANUAR-DECEMBER 2011												
	GOSTJE						NOČITVE					
	Domači		Tuji		Skupaj	Indeks	Domače		Tuje		Skupaj	Indeks
Hoteli	242.443	104,8	233.542	107,5	475.985	106,1	1.095.512	103,6	964.006	106,5	2.059.518	105,0
Apartmaji	50.738	99,3	7.390	116,7	58.128	101,2	207.086	96,1	31.800	121,9	238.886	98,9
Kampi	86.745	95,6	60.052	104,7	146.797	99,2	339.675	97,1	227.049	114,1	566.724	103,2
<b>Skupaj</b>	<b>379.926</b>	<b>101,8</b>	<b>300.984</b>	<b>107,1</b>	<b>680.910</b>	<b>104,1</b>	<b>1.642.273</b>	<b>101,2</b>	<b>1.222.855</b>	<b>108,2</b>	<b>2.865.128</b>	<b>104,1</b>

## 6 FINANČNO POSLOVANJE SSNZ V LETU 2011

Poslovanje Skupnosti v letu 2011 je kar precej odstopalo od načrtovanega Finančnega načrta za leto 2011, in to predvsem zaradi različne strukture prihodkov in odhodkov, vezane na izvedbo aktivnosti iz razpisa MG. Skupni prihodki družbe so tako znašali 428.830 EUR in so iz zgoraj navedenih razlogov nižji za 9 %. Realizacija v letu 2010 je bila zgolj 260.606, saj je večina aktivnosti iz razpisa MG potekala v letu 2011. Skupnost je po davčnih obveznostih poslovno leto zaključila s 17,00 EUR dobička.

### STRUKTURA PRIHODKOV

V finančnem načrtu za leto 2011 je bilo predvideno, da bo s članarino zbranih 114.348 EUR - realizacija pa je bila 113.776 EUR, oziroma za en odstotek nižja. Članarina - promocija, načrtovana v višini 36.000 EUR, je bila realizirana točno v načrtovanem znesku. Veliko odstopanje je pri načrtovanih stroških za sejemske nastope, ki so se bistveno zmanjšali, glavni razlog pa ni v bistveno manjšem številu sejmskih nastopov, temveč v dogovoru s STO, da organizira in prevzame vse stroške z najdražjim sejmom Sana v Bologni, izvedenem v septembru 2011. Nekoliko višja je postavka prispevka članov za sofinanciranje razpisa MG, kjer je realizacija za 9 % višja. Največja razlika je v načrtovanem prihodku v višini 150.000 iz predvidenega razpisa MG, dejanska izvedba pa je bila finančno nekoliko okrnjena, čeprav v vsebinskem smislu v celoti izpeljana (realizacija 107.092 EUR).

**Tabela:** Struktura prihodkov v letu 2011 s primerjavo 2010

Opis	Leto 2010	Leto 2011
Članarina - zdravilišča	114.348	113.776
Skupna promocija – zdravilišča	65.095	36.000
Sejmi	66.178	29.271
<b>Skupaj</b>	<b>245.621</b>	<b>179.047</b>

### ODHODKI

Odhodki poslovanja SSNZ so v letu 2011 znašali 428.813 EUR. Ob upoštevanju vseh ostalih finančnih odhodkov in izrednih prihodkov je znašal čisti dobiček iz poslovanja 17 EUR.

## **STRUKTURA ODHODKOV**

### **Osebni prejemki**

Realizacija stroškov dela je bila za 1 % nižja od načrtovane. Stroški dela so tako znašali 90.264 EUR. V letu 2010 so stroški dela znašali 89.287 EUR, kar je za 1,1 % manj kot v letu 2011. Povišanje stroškov dela v letu 2011 je bilo realizirano in dogovorno prilagojeno s povišanjem življenjskih stroškov.

### **Drugi pomembnejši odhodki**

Med večjimi odstopanji od načrtovanih odhodkov sta postavki amortizacija (+7 %) in še posebej finančni odhodki – obresti. SSNZ je v skladu s sklepi skupščine za izvajanje razpisnih aktivnosti najela kredit v višini 150.000 EUR. Finančni odhodki - obresti so se tako povečali z indeksom 541! SSNZ je v letu 2011 opravila zgolj ponatis splošnega kataloga, vendar v takšnem obsegu, da bi zadostoval tudi za potrebe prihodnjega leta. Tako je bilo porabljenih 50 % od načrtovanih zalog prospektov, zato je v finančni realizaciji zajeto samo 50 % vseh stroškov, 50 % je bilo razmejenih v leto 2012. Razmejitev je bila predvidena tudi za del stroškov izdelave spletnih strani, in sicer 60 % za leto 2011 in 40 % za leto 2012.

V Celju, april 2012

Urška Cvahte  
Računovodkinja

Iztok Altbauer  
direktor