ANALIZA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA AD PLASTIK D.D.

Ćerluka, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:172846

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

ANALIZA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA AD PLASTIK D.D.

Mentorica:
Prof. dr. sc. Grubišić Dragana

Studentica:
Ćerluka Petra

Split, srpanj 2020. godine

SADRŽAJ:

1. UVOD 1

1.1. Definiranje problema istraživanja 1

1.2. Cilj rada 1

1.3. Metode rada 1

1.4. Struktura rada 2

2. ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJ TE POKAZATELJA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA 3

2.1. Financijski izvještaji 3

2.1.1. Bilanca 5

2.1.2. Račun dobiti i gubitka 8

2.1.3. Izvješća o novčanom toku 9

2.1.4. Izvješće o promjeni kapitala 9

2.1.5. Bilješke uz financijska izvješća 9

2.2. Analiza pokazatelja uspješnosti poslovanja 10

2.2.1. Pokazatelji likvidnosti 10

2.2.2. Pokazatelji menadžmenta imovine (aktivnosti) 11

2.2.3. Pokazatelji menadžmenta duga (zaduženosti) 13

2.2.4. Pokazatelji profitabilnosti 14

3. AD PLASTIK GRUPA – opći podaci te analiza poslovanja 16

3.1. Povijest AD Plastika 16

3.2. Djelatnost AD Plastika 17

3.3. Vlasnička i organizacijska struktura AD Plastika 18

3.4. Financijski podatci AD Plastika 19

4. ZAKLJUČAK 24

LITERATURA 25

POPIS TABLICA 26

POPIS SLIKA 26

SAŽETAK 27

SUMMARY 27

1. UVOD

Sva poduzeća, prema Zakonu o računovodstvu, dužna su svake godine sastavljati financijske izvještaje te ih iznijeti javnosti kako bi se drugi korisnici mogli njima služiti za donošenje sadašnjih i budućih ekonomskih odluka. Izvješća moraju biti pravilno sastavljena kako bi pružili korektne i istinite informacije o stanju poduzeća, njegovom poslovanju, financijskom položaju te uspješnosti. Kako bi se iz tih izvješća saznale ostale pojedinosti o poduzeću, vrše se određene analize tih financijskih izvješća. S obzirom da je najpoznatija i najčešća analiza pomoću pokazatelja, u ovom se radu detaljnije objašnjava upravo analiza pomoću pokazatelja te se na praktičnom primjeru AD Plastik d.d. iznose rezultati te analize. Za to se koriste 4 skupine pokazatelja uspješnosti: pokazatelji likvidnosti, pokazatelji aktivnosti, pokazatelji zaduženosti te pokazatelji rentabilnosti. Također, za ovu analizu koriste se dva financijska izvješća poduzeća AD Plastik, a to su bilanca te račun dobiti i gubitka.

1.1. Definiranje problema istraživanja

Problem istraživanja odnosi se na analizu uspješnosti poslovanja, odnosno analiziranje financijskih izvještaja pomoću različitih pokazatelje uspješnosti. Temeljem izračunatih vrijednosti pokazatelja interpretirat će se njihovi rezultati kroz pet godina na primjeru poduzeća AD Plastik d.d.

1.2. Cilj rada

Cilj rada je izračunati pokazatelje kroz razdoblje od 5 godina, odnosno za 2015., 2016., 2017., 2018. te 2019. godinu, te objasniti kako se kretala uspješnost poslovanja poduzeća AD Plastik.

1.3. Metode rada

Glavne metode rada koje će se koristiti u ovom završnom radu su: metoda analize, metoda sinteze, komparativna metoda, metoda kompilacije te metoda deskripcije. **Metoda analize** predstavlja postupak raščlanjivanja neke cjeline na svoje dijelove ili elemente te će se u radu

provoditi analiza godišnjih izvještaja kroz pet godina. **Metoda sinteze** je postupak spajanje dijelova ili elemenata u cjelinu. **Komparativna metoda** je metoda kojom će se usporediti rezultati dobivene analize financijskih izvještaja kroz određena razdoblja. **Metoda kompilacije** podrazumijeva postupak preuzimanja tuđih zapažanja, stavova i zaključaka. **Metoda deskripcije** postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja. Uz ove metode još će se koristiti i matematičko-statističke metode kojima će se izračunati pokazatelji uspješnosti poslovanja.

1.4. Struktura rada

Rad se sastoji od 4 dijela. U prvom, uvodnom dijelu, definira se problem istraživanja, ciljevi rada, objašnjavaju metode rada te se prikazuje struktura rada. U drugom dijelu se teorijski definiraju i analiziraju financijska izvješća te pokazatelji uspješnosti koji će se koristiti kroz rad. U trećem dijelu se navode osnovne informacije o dioničkom društvu AD Plastik, odnosno njegova djelatnost, misija, vizija, ciljevi, organizacijska struktura te financijski podatci. Nakon toga, iznose se izračuni te interpretacije pokazatelja uspješnosti na praktičnom primjeru AD Plastik d.d. Četvrti dio se odnosi na zaključak koji obuhvaća osvrt na cjelokupan rad. Osim toga, na samome kraju se nalazi popis korištene literature te popis tablica i slika.

2. ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJ TE POKAZATELJA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA

2.1. Financijski izvještaji

„Financijsko računovodstvo je računovodstveni sustav koji osigurava kvantitativne informacije koje su potrebne prilikom sastavljanja financijskih izvještaja za eksterne korisnike. Financijsko računovodstvo je formalizirano računovodstvo obvezno po zakonu te je formalizirano do stupnja na kojem informacije koje daje za različite subjekte mogu biti međusobno usporedive. To uređenje temelji se na Zakonu o računovodstvu, računovodstvenim standardima, drugim zakonskim propisima, pravilima struke itd. Poduzetnik je dužan sastavljati i prezentirati godišnje financijske izvještaje primjenom Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja (HSFI) ili Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja (MSFI) sukladno odredbama Zakona o računovodstvu. HSFI i MSFI su računovodstvena načela i pravila koja primjenjuje računovodstvena struka, a koriste se pri sastavljanju i prezentiranju financijskih izvještaja.“ (Perkušić, 2016.). Tako se Zakonom o računovodstvu (2015.) uređuje: „računovodstvo poduzetnika, razvrstavanje poduzetnika i grupa poduzetnika, knjigovodstvene isprave i poslovne knjige, popis imovine i obveza, primjena standarda financijskog izvještavanja i tijelo za donošenje standarda financijskog izvještavanja, godišnji financijski izvještaji i konsolidacija godišnjih financijskih izvještaja, izvještaj o plaćanjima javnom sektoru, revizija godišnjih financijskih izvještaja i godišnjeg izvješća, sadržaj godišnjeg izvješća, javna objava godišnjih financijskih izvještaja i godišnjeg izvješća, Registar godišnjih financijskih izvještaja te obavljanje nadzora“.

U Odluci o objavljivanju Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja (NN 136/09, MSFI 1) navodi se da su financijski izvještaji strukturirani prikaz financijskog položaja i uspješnosti subjekta te da imaju za cilj istinito i fer prezentirati informacije o financijskom položaju, financijskoj uspješnosti i novčanim tokovima poslovnog subjekta koje će koristiti velik broj korisnika za donošenje ekonomskih odluka. Dvije osnovne grupe korisnika tih informacija su: interni (unutarnji) i eksterni (vanjski) korisnici. „Interni korisnici jesu razne razine menadžmenta koji za obavljanje svakodnevnih aktivnosti trebaju relevantne i pouzdane informacije. U interne korisnike spadaju i zaposlenici/sindikati koji su zainteresirani za informacije o stabilnosti i profitabilnosti svojih poslodavaca. Oni su također

zainteresirani za informacije koje im omogućuju procijeniti sposobnost poduzeća da osigura plaće, mirovinska prava i mogućnost zapošljavanja.
Eksterni korisnici nalaze se izvan poduzeća, u njegovoj okolini, stoga imaju drugačije informacijske zahtjeve. Da bi informacije za potrebe eksternog izvještavanja bile pouzdane i međusobno usporedive, propisuju se pravila, tj. norme po kojima se izvještaji moraju sastavljati. Najznačajniji eksterni korisnici su: ulagači (investitori), zajmodavci, dobavljači i ostali vjerovnici, kupci, država i njezine agencije te javnost.“ (Perkušić, 2016.)

Prema Vukoji, iz djela „Primjena analize financijskih izvješća pomoću ključnih financijskih pokazatelja kao temelj donošenja poslovnih odluka“, „analiza financijskih izvješća koju interno vrši vlasnik (dioničar) ili vlasnici društva ima dva cilja: analizirati stanje imovine, kapitala i obveza društva.“ On također govori kako „za analizu stanja imovine, kapitala i obveza društva, podloga je bilanca na određeni dan, dok je za analizu prihoda i rashoda te poslovnog rezultata podloga račun prihoda i rashoda za određeno period.“ Analiza financijskih izvješća također omogućava odgovor na pitanje kako je poduzeće poslovalo u prethodnom razdoblju i kako može poboljšati rezultat u narednom razdoblju te je preduvjet racionalnog upravljanja poslovanjem i razvojem društva.

Temeljna financijska izvješća u Hrvatskoj su:

1. Bilanca (Izvještaj o financijskom položaju),
2. Račun dobiti i gubitka (Izvještaj o dobiti),
3. Izvješća o novčanom toku,
4. Izvješća o promjenama kapitala i
5. Bilješke uz financijska izvješća.

Svi ovi izvještaj su prema Žager et al. (2017.) „međusobno povezani i upućeni jedni na druge.“ Osim toga, oni također govore i kako su „neki statističkog karaktera (npr. bilanca) jer prikazuju financijsku situaciju u određenoj točki vremena, a drugi pokazuju promjene ekonomskih kategorija u određenom razdoblju te stoga imaju dinamički karakter (npr. račun dobiti i gubitka).“ U nastavku će se svaki izvještaj pobliže opisati i pojasniti.

2.1.1. Bilanca

Vidučić et al. (2018.) definiraju bilancu, odnosno izvještaj o financijskom položaju, kao „sustavni pregled imovine, kapitala i obveza gospodarskog subjekta na određeni datum, najčešće na datum završetka fiskalne godine.“ Prema njima, podatci iz bilance su temeljeni na povijesnim troškovima, a ne na tržišnim vrijednostima, te daju opću procjenu vrijednosti tvrtke.

Pojedini autori navode kako je za analizu financijskog položaja potrebno razumjeti osnovne elemente bilance, problematiku njihova priznavanja i mjerenja. Osim toga, posebno je važna struktura imovine te obveza i kapitala, te njihova međusobna povezanost i uvjetovanost. Navode kako se bilanca prikazuje imovinu koja se računovodstvenim rječnikom još naziva i aktiva, a izvori te imovine se nazivaju pasiva. (Žager et al., 2017.) Imovina poduzeća mora biti jednaka njezinim izvorima, tj. aktiva mora biti jednaka pasivi te iz toga proizlazi temeljna računovodstvena jednakost: AKTIVA = PASIVA, odnosno IMOVINA = KAPITAL + OBVEZE. Iz te jednakosti vrijednost vlastitog kapitala može se izračunati na sljedeći način: VLASTITI KAPITAL = IMOVINA – OBVEZE. (Perkušić, 2016.)

U aktivi bilance prikazuje se **imovina** koja predstavlja resurse kojima se poduzeće služi kako bi ostvarila svoje djelatnosti te oni mogu biti različiti, na primjer: novac, ljudi, građevinski objekti, oprema, zalihe itd. U bilanci se ne navode svi resursi već oni koji zadovoljavaju uvjete sukladno računovodstvenim propisima Žager et al. (2017.). „Sukladno potrebama za detaljnijim informacijama, imovina se uobičajeno sistematizira i u izvještaju prikazuje određenim kriterijima. Tako se prema pojavnom obliku sistematizira na:

- Materijalnu imovinu
- Nematerijalnu imovinu.

Materijalna imovina predstavlja sve one oblike koji imaju fizički, materijalni oblik (zgrade, postrojenja, oprema, zalihe, itd.), dok **nematerijalni oblici imovine** nisu okom vidljivi, ali doprinose ostvarivanju zadatka, a pri tome zadovoljavaju i prethodno navedene uvjete za priznavanje imovine“ (Žager et al., 2017.). Oni nadalje sistematiziraju imovinu i prema funkciji koju obavljaju u poslovnom procesu te ju dijele na :

- Kratkotrajna imovina (tekuća ili obrtna imovina)
- Dugotrajna imovina (stalna ili fiksna imovina).

„Kratkotrajnu imovinu čini onaj dio ukupne imovine za koji se očekuje da će se pretvoriti u novčani oblik u vremenu kraćem od jedne godine, dok je dugotrajna imovina ona imovina koja u tom obliku ostaje duže vezana i očekuje se da će se pretvoriti u novac u roku dužem od godine dana“ (Žager et al., 2017.).

Prema tome, gledajući bilancu, možemo reći da se **kratkotrajna imovina** sastoji od zaliha, potraživanja, kratkotrajne financijske imovine te gotovine. Vidučić et al. (2018.) navode da je „iznos raspoložive gotovine prikazan u bilanci kao gotovinski saldo, a uključuje sredstva raspoloživa na depozitima po viđenju, deviznim računima, sredstva iz blagajne, te gotovinske supstitute – likvidne vrijednosnice s rokom dospijeća do 3 mjeseca“. Nadalje, ukratko će se opisati pojedini elementi kratkotrajne imovine, koje definiraju Žager et al. (2017.), kako bi se pobliže objasnila i shvatila bilanca. Tako, novac definiraju kao tekuću ili kratkotrajnu imovinu u koju ulazi novac na žiroračunu i na deviznom računu, gotovina iz blagajne, sredstva za određene namjene te sva ostala sredstva na novčanim računima u banci. Financijska imovina pak predstavlja plasman novca te se on najčešće ostvaruje kupnjom vrijednosnih papira te davanjem zajmova drugim poduzećima. U potraživanja spadaju sva potraživanja za koja se očekuje da će biti naplaćena u kraćem roku, obično do jedne godine, te su to: potraživanja od kupaca, potraživanja od zaposlenih, potraživanja od države itd. Zalihe predstavljaju materijalni oblik kratkotrajne imovine te u njih najčešće spadaju: zalihe sirovina i materijala, zalihe proizvodnje, nedovršenih proizvoda, zalihe gotovih proizvoda i zalihe trgovačke robe.

Nakon kratkotrajne imovine, **dugotrajnu ili stalnu imovina** možemo podijeliti na: materijalnu imovinu, nematerijalnu imovinu, financijsku imovinu i dugotrajna potraživanja. U dugotrajnu materijalnu imovinu spada ona imovina koja ima materijalni, tj. fizički oblik te ona najčešće obuhvaća: zgrade, opremu, postrojenja, transportna sredstva i slično. U nematerijalnu imovinu pak spada imovina koja nema materijalni, dodirljiv oblik, te ona najčešće obuhvaća specifična ulaganja, kao npr. izdatci za razvoj, patenti, licencije, goodwill i slično. Financijska imovina nastaje ulaganjem slobodnih novčanih sredstava na rok duži od jedne godine te se ona najčešće prilikom ulaganja novca u vrijednosne papire te posuđivanjem novca odnosno davanjem kredita drugim poduzećima. Dugotrajna potraživanja uglavnom se odnose na potraživanja čiji je rok dospijeća duži od godine dana. (Žager et al., 2017.)

Osim aktive, predstavit će se i definirati elementi pasive bilance. Vidučić et al. (2018.) iznose kako su u pasivi „prikazana potraživanja prema imovini tvrtke i to: obveze, tj. novac koji se duguje vjerovnicima, te vlasnički kapital (equity), dionička glavnica, ili neto vrijednosti tvrtke (razlika ukupne imovine i obveza poduzeća). Prema Žager et al. (2017.), izvori imovine imaju dvije klasifikacije, a to su prema vlasništvu te prema roku dospijeća. Izvore imovine prema vlasništvu dijelimo na:

- Vlastite izvore (kapital ili glavnica)
- Tuđe izvore (obveze)

Izvore imovine prema roku dospijeća dijelimo na:

- Kratkoročne izvori (kratkoročne obveze)
- Dugoročne izvore (dugoročne obveze)
- Trajne izvore (kapital ili glavnica)

Iznoseći navedene sistematizacije, ističu kako je „sistematizacija prema kriteriju vlasništva važna radi utvrđivanja stupnja zaduženosti poduzeća, dok je podjela prema ročnosti ključna kod određivanja likvidnosti poduzeća“.

Hrvatski standardi financijskog izvještavanja (2015.) definiraju **obvezu** kao „sadašnju obvezu poduzetnika, proizašlu iz prošlih transakcija i prošlih događaja za čije se podmirenje očekuje da će doći do odljeva resursa iz poduzetnika koji utjelovljuju ekonomske koristi“ te da je obveza „dužnost ili odgovornost da se postupi ili nešto izvrši na određeni način“. Obveze mogu biti kratkoročne i dugoročne, pa tako Žager et al. (2017.) definiraju **kratkoročne obveze** kao „obveze koje je potrebno podmiriti u kraćem roku, tj. u roku do godine dana“, a **dugoročne obveze** kao „obveze koje dospijevaju na naplatu u roku duljem od jedne godine“.

Za drugi element pasive, **kapital**, Hrvatski standardi financijskog izvještavanja (2015.) ističu da je to „vlastiti izvor financiranja imovine poduzetnika i predstavlja ostatak imovine nakon podmirivanja obveza“. Kapital se u bilanci raščlanjuje na: upisani kapital, kapitalne rezerve, rezerve, revalorizacijske rezerve, rezerve fer vrijednosti, zadržana dobit ili preneseni gubitak i dobit ili gubitak tekuće godine. Detaljnije pojašnjavajući, Vidučić et al. (2018.) vlastiti kapital definiraju kao trajni kapital, odnosno kapital koji su osigurali vlasnici, uvećan za zadržane dobitke od osnivanja poduzeća te tvrde kako iznos zadržanih zarada u pasivi ne

pokazuje konkretno imovinu već potraživanje prema imovini, tj. koliko je tvrtka zadržala i uložila prošlih zarada umjesto da ih je podijelila u obliku dividendi.

2.1.2. Račun dobiti i gubitka

„Račun dobiti i gubitka, kao računovodstveni iskaz dobitka ili gubitka u obračunskom razdoblju, uz poslovne prihode i poslovne rashode, utvrđuje prihode od financiranja i rashode financiranja, te također izvanredne prihode i izvanredne rashode“ (Grubišić, 2013.). Žager et al. (2017.) ističu kako je račun dobiti i gubitka važan zbog ocjene uspješnosti poslovanja, odnosno sposobnosti ostvarenja određenih ciljeva i to najčešće profitabilnosti poslovanja, te da prikazuje aktivnost poduzeća u određenom razdoblju.

Kako je već spomenuto, glavni elementi računa dobiti i gubitka su: prihodi, rashodi te dobit ili gubitak, te se tako prihodi dijele na: poslovne prihode, prihode od financiranja i izvanredne prihode, a rashodi se dijele na: poslovne rashode, financijske rashode i izvanredne rashode. Žager et al. (2017.) definiraju prihode kao „povećanje ekonomske koristi tijekom obračunskog razdoblja u obliku priljeva ili povećanja sredstava ili smanjenja obveza, što ima kao posljedicu povećanje glavnice, ali ne ono u svezi s uplatama vlasnika.“ Oni također objašnjavaju poslovne i financijske prihode te za poslovne kažu da su oni ostvaruju iz poslovnih aktivnosti te ovise o vrsti djelatnosti kojom se bavi, pa to mogu biti: prihodi od prodaje proizvoda, trgovačke robe i prihodi od obavljanja usluga. Za financijske prihode govore da se javljaju kao posljedica ulaganja u financijsku imovinu te da su rezultat viška raspoloživih novčanih sredstava. „**Rashodi** predstavljaju smanjenje ekonomske koristi kroz obračunsko razdoblje u obliku odljeva ili iscrpljenja sredstava, što ima kao posljedicu smanjenje glavnice, ali ne one u svezi s raspodjelom glavnice“ (Žager et al., 2017.). Oni za poslovne rashode ističu da nastaju kao posljedica obavljanja glavne djelatnosti te ih čine troškovi sadržani u prodanim proizvodima te ostali troškovi poslovanja, a za financijske rashode ističu da nastaju kao posljedica iz korištenja tuđih izvora te su to najčešće kamate, negativne tečajne razlike i slično.

2.1.3. Izvješća o novčanom toku

Prema Hrvatskim standardima financijskog izvještavanja (2015.), izvještaj o novčanom toku „iskazuje novčane tokove, tj. priljev i odljev novca i novčanih ekvivalenata u određenom obračunskom razdoblju“. Također, ističu kako informacije o novčanom toku daje korisnicima „osnovicu za ocjenjivanje sposobnosti poduzetnika da stvara novac i novčane ekvivalente kao i potrebu poduzetnika da koristi te novčane tokove“. Gledajući izvješće o novčanom toku, može se vidjeti kako sadrži novčane tokove od poslovnih, investicijskih i financijskih aktivnosti. Vidučić et al. (2018.) objašnjavaju kako su „**poslovne aktivnosti** vezane su za tekuće poslovanje tvrtke i račune bilance koji se odnose na kratkotrajnu imovinu i kratkoročne obveze, te amortizaciju“ te da je svrha ostvarenje neto dobitka. Uz to, ističu kako se novčani tokovi od poslovnih aktivnosti mogu prikazati dvjema metodama: direktnom metodom, odnosno „prikazom glavnih grupa bruto novčanih primitaka i izdataka“ te indirektnom metodom, odnosno temeljem računa dobiti i gubitka i bilance. Za **investicijske aktivnosti** govore da su „rezultat investiranja i dezinvestiranja u realnu imovinu, te dugoročnog investiranja i dezinvestiranja u financijsku imovinu“, a za **financijske aktivnosti** da su „rezultat prikupljanja novca za tekuće poslovanje i investiranje tvrtke, te servisiranja pritom preuzetih obveza“.

2.1.4. Izvješće o promjeni kapitala

Prema Žager et al. (2017.) izvještaj o promjenama kapitala je jedan od temeljnih financijskih izvještaja te prikazuje primjene kapitala između dva obračunska razdoblja. Nadalje, ističu kako se trebaju detaljnije prikazati promjene koje su se dogodile na bilo kojoj poziciji kapitala, s obzirom da se kapital sastoji od uloženog i zarađenog kapitala. Kao zaključak donose da je najpoželjnija promjena na kapitalu vezana uz stvaranje zarade.

2.1.5. Bilješke uz financijska izvješća

Prema Vidučić et al. (2018.) bilješke uz financijska izvješća omogućavaju dopunu i realizaciju podataka iz računa dobiti i gubitka, bilance te izvješća o novčanom toku radi jednostavnije prezentacije ključnih informacija iz tih izvješća. Oni predstavljaju kako se bilješke svode na dvije osnovne grupe: bilješke koje objašnjavaju računovodstvene politike

koje su korištene pri izradi pojedinih izvješća te ostale podatke koji su važni za sagledavanje tih izvješća, odnosno oni uključuju podatke o dugoročnim zajmovima, planove emisije dionica i dr. O njihovoj točnosti, razumljivosti i potpunosti odlučuje direktor, odnosno predsjednik upravnog odbora.

2.2. Analiza pokazatelja uspješnosti poslovanja

Analize financijskih izvještaja mogu se izvoditi na 3 načina, a to su: analizom putem pokazatelja, komparativnom analizom te analizom trenda (Vidučić et al. (2018.). S obzirom da je tema ovog rada analiza uspješnosti poslovanja, detaljnije će se pojasniti samo analiza pomoću pokazatelja, odnosno same pokazatelje uspješnosti.

S obzirom da je analiza putem pokazatelja jedna od najčešće korištenih analiza financijskih izvješća, ona tako predstavlja prvu fazu financijske analize te, povezivanjem stavki iz izvješća, ona prikazuje vezu između računa u financijskim izvješćima te omogućuju vrednovanje financijskog stanja i poslovanja poduzeća. Ovu je analizu moguće izvršiti preko pokazatelja koji se klasificiraju ovisno o tome koji segment financijskog stanja/performanse poslovanja poduzeća analiziraju, pa tako imamo najčešću sljedeću klasifikaciju pokazatelja:

- Pokazatelji likvidnosti
- Pokazatelji menadžmenta imovine (efikasnosti, aktivnosti),
- Pokazatelji menadžmenta duga (zaduženosti),
- Pokazatelji profitabilnosti (rentabilnosti) (Vidučić et al., 2018.)

2.2.1. Pokazatelji likvidnosti

„Pokazatelji likvidnosti se koriste za procjenu sposobnosti tvrtke da udovolji kratkoročnim obveza kratkotrajnom imovinom (gotovinom ili imovinom koja se može na kratak rok pretvoriti u gotovinu). Za analizu ove sposobnosti najčešće se koriste dva pokazatelja likvidnosti: pokazatelj tekuće likvidnosti i pokazatelj ubrzane likvidnosti“ (Vidučić et al., 2018).

1. „**Pokazatelj tekuće likvidnosti** (tekući odnos, tekući pokazatelj) – računa se dijeljenjem kratkotrajne imovine (koja obuhvaća gotovinu, utržive vrijednosnice, potraživanja i zalihe) s kratkoročnim obvezama“ (Vidučić et al., 2018.).

$$\text{Pokazatelj tekuće likvidnosti} = \frac{Kratkotrajna\ imovina}{kratkoročne\ obveze} \quad (1)$$

2. „**Pokazatelj ubrzane likvidnosti** – koristi se za procjenu može poduzeće udovoljiti svojim kratkoročnim obvezama upotrebom svoje najlikvidnije imovine. Ovaj pokazatelj računa se dijeljenjem kratkotrajne imovine umanjene za zalihe s kratkoročnim obvezama“ (Vidučić et al., 2018.).

$$\text{Pokazatelj ubrzane likvidnosti} = \frac{Tekuća\ imovina - zalihe}{Kratkoročne\ obveze} \quad (2)$$

2.2.2. Pokazatelji menadžmenta imovine (aktivnosti)

„Pokazatelji menadžmenta imovine koriste se za ocjenu efikasnosti kojom se upravlja imovinom tvrtke za generiranje date razine prodaje, tj. ocjenu njene poslovne efikasnosti. Ako tvrtka koristi previše kratkotrajne i dugotrajne imovine, mogla je ostvariti veću profitabilnost da je sredstva vezana uz imovinu upotrijebila na drugi način. Neefikasna upotreba nameće, naime, dodatne financijske troškove, vodi nižoj profitabilnosti kapitala i može izazvati preuzimanje tvrtke s ciljem restrukturiranja prodaje. Ako je pak razina imovine preniska, povećanjem ulaganja u imovinu moguće je povećati kvalitetu proizvoda ili efikasnost procesa proizvodnje. Temeljni pokazatelji menadžmenta imovine su: pokazatelj obrta potraživanja, pokazatelj obrta zaliha, pokazatelj obrta dugotrajne imovine, pokazatelj obrta ukupne imovine“ (Vidučić et al., 2018.).

1. „**Pokazatelj obrta potraživanja** – pokazuje koliko novčanih jedinica prodaje se može ostvariti s jednom kunom uloženom u potraživanja“ (Vidučić et al., 2018.).

$$\text{Pokazatelj obrta potraživanja} = \frac{Ukupni\ prihod}{Potraživanja} \quad (3)$$

2. „**Pokazatelj obrta zaliha** – pokazuje efikasnost menadžmenta zaliha. On pokazuje koliko puta godišnje tvrtka okrene (obrne) prosječne zalihe. Niski pokazatelj implicira da tvrtka ima visoke oportunitetne troškove, tj. neproduktivno koristi sredstva te obično ukazuje i na nekvalitetne (zastarjele, pokvarene) zalihe. Previsoki pokazatelj upućuje, pak, da tvrtka vjerojatno često iscrpljuje zalihe i tako gubi kupce. Pokazatelj obrta zaliha računa se dijeljenjem prodaje ili troškova prodane robe s prosječnom razinom zaliha u toku godine“ (Vidučić et al., 2018.).

   Pokazatelj obrta zaliha=$\frac{Ukupni\ prihod}{Zalihe}$ (4)

3. „**Pokazatelj obrta dugotrajne imovine**–mjeri efikasnost tvrtke u korištenju opreme i postrojenja, povezujući prodaju i dugotrajnu imovinu tvrtke. Kako se ovaj pokazatelj računa dijeljenjem prodaje i dugotrajne imovine, u pravilu postrojenja i opreme, viši pokazatelj, je naravno, poželjniji. Niski pokazatelj upućuje na moguće probleme u vezi marketinga, ili upućuje da tvrtkama novija postrojenja i opremu i/ili neuposlenih kapaciteta ili investira radi udovoljavanja potreba procijenjene povećane prodaje“ (Vidučić et al., 2018.).

   Pokazatelj obrta dugotrajne imovine =$\frac{Ukupni\ prihodi}{Dugotrajna\ imovina}$ (5)

4. „**Pokazatelj obrta ukupne imovine** – pokazuje relativnu efikasnost tvrtke u korištenju imovine u stvaranju rezultata. Ovaj pokazatelj odražava upravljanje potraživanjima (kroz prosječno vrijeme naplate), zalihama (kroz pokazatelj obrtaja), dugotrajnom imovinom (kroz pokazatelj obrta dugotrajne imovine). Računa se dijeljenjem prodaje s iznosom ukupne imovine, a pokazatelj se izražava kao „puta“ ili x“ (Vidučić et al., 2018.).

   Pokazatelj obrta ukupne imovine =$\frac{Ukupni\ prihod}{Ukupna\ imovina}$ (6)

2.2.3. Pokazatelji menadžmenta duga (zaduženosti)

„Pod dugom se podrazumijeva izvori financiranja koji se moraju otplatiti, i na kratak rok (do godinu dana) ili na dugi rok. Pokazatelji zaduženosti koriste se za procjenu financijskog rizika tvrtke. U analizi menadžmenta duga važne su dvije vrste pokazatelja zaduženosti (financijske poluge):

- pokazatelji na temelju stavljanja u omjer stavki bilance radi utvrđivanja razmjera u kojem se imovina financirala posuđenim sredstvima.
- Pokazatelji na temelju računa dobitka i gubitka radi utvrđivanja koliko su puta fiksne naknade pokrivene dobitkom.

Najčešći pokazatelji menadžmenta duga su: pokazatelj ukupnog duga prema ukupnoj imovini te pokazatelj pokrića kamata“ (Vidučić et al., 2018.).

1. „**Pokazatelj ukupnog duga prema ukupnoj imovini (zaduženosti)** – pokazuje koliki udio sredstava su osigurali vjerovnici (kreditori). Pokazatelj zaduženosti računa se dijeljenjem ukupnih obveza (dugoročnog duga i kratkoročnih obveza) s ukupnom imovinom. Viši pokazatelj znači da je tvrtka rizičnija, da mora plaćati veće troškove kamata“ (Vidučić et al., 2018.).

$$\text{Pokazatelj zaduženosti} = \frac{Ukupni\ dug}{Ukupna\ imovina} * 100 \quad (7)$$

2. „**Pokazatelj pokrića kamata** – pokazuje razmjer u kojem poslovni dobitak može pasti, a da se ne dovede u pitanje plaćanje kamata. On se računa dijeljenjem dobitka iz poslovanja (EBIT – dobitak prije poreza uvećan za troškove kamata) i troškova kamata. Naime, kod ovog pokazatelja kao sredstva koja se mogu upotrijebiti za podmirenje godišnjeg troška kamata uzima se dobitak prije poreza i kamata (EBIT), jer su kamate neoporezivi trošak (tj. na njihovo plaćanje ne utječe porez), odnosno ukupan EBIT je raspoloživ za plaćanje kamata. Što je pokazatelj viši, to je veća sigurnost vjerovnika“ (Vidučić et al., 2018.).

$$\text{Pokazatelj pokrića kamata} = \frac{EBIT}{trošak\ kamata} \quad (8)$$

2.2.4. Pokazatelji profitabilnosti

„Pokazatelji profitabilnosti izražavaju snagu zarade tvrtke, odnosno pokazuju ukupni efekt likvidnosti, upravljanja imovinom i dugom na mogućnost ostvarenja profita. Profitabilnost se može mjeriti u odnosu na obujam prodaje (bruto i neto profitna marža) i u odnosu na ulaganja (profitabilnost imovine i profitabilnost vlastitog kapitala), a izražava se u postotku. Niska profitabilnost ukazuje na propast tvrtke u budućnosti. Najčešće korišteni pokazatelji profitabilnosti su: bruto profitna marža, neto profitna marža, temeljna snaga zarade, povrat na ukupnu imovinu/investicije (ROA7ROI), povrat na vlastiti kapital/dioničku glavnicu (ROE)“ (Vidučić et al., 2018.).

1. „**Bruto profitna marža** – računa se dijeljenjem prihoda od prodaje umanjenih za trošak prodane robe s prihodima od prodaje. Stoga ovaj pokazatelj odražava kako politiku cijena koju tvrtka provodi, tako i efikasnost proizvodnje, odnosno kontrolu troškova. Nizak pokazatelj može značiti da se tvrtka opredijelila za povećanje profitabilnosti povećanjem obujma (pa će imati i visok obrt imovine i zaliha)“ (Vidučić et al., 2018.).

$$\text{Bruto profitna marža} = \frac{prodaja - troškovi\ za\ prodano}{prodaja} \quad (9)$$

2. „**Neto profitna marža** – pokazuje kako menadžment kontrolira troškove, rashode i prihode, pa se koristi kao pokazatelj efikasnosti menadžmenta. Računa se dijeljenjem neto dobitka, umanjenog za eventualne dividende na prioritetne dionice, s prihodima od prodaje. Neto profitna marža mjeri kolika se stopa neto dobitka ostvaruje za dioničare na jednu kunu prodaje. Niska neto profitna marža rezultat je: relativno niskih cijena (kao odraz konkurentne pozicije tvrtke u industriji i/ili relativno visokih troškova u odnosu na ostvarenu prodaju“. (Vidučić et al., 2018.)

$$\text{Neto profitne marže} = \frac{neto\ dobitak - dividende\ prioritetnih\ dioničara}{prodaja} * 100 \quad (10)$$

3. „**Temeljna snaga zarade tvrtke** – dobar je pokazatelj za usporednu analizu u slučaju kada postoje razlike u stupnju financijske poluge (Brigham, Gapenski, 1991.). Računa se dijeljenjem EBIT-a s ukupnom imovinom tvrtke“ (Vidučić et al., 2018.).

Temeljna snaga zarade = $\frac{EBIT}{ukupna\ imovina}$*100 (11)

4. „**Povrat na ukupnu imovinu (ROA)** – pokazuje sposobnost tvrtke da korištenjem raspoložive imovine ostvari dobit, odnosno predstavlja također mjeru snage zarade tvrtke. Računa se dijeljenjem neto dobitka umanjenog za dividende prioritetnih dioničara s ukupnom imovinom, tj. pokazuje koliko je lipa tvrtka zaradila za svaku kunu imovine. Usporedbom ove stope s kamatnom stopom može se zaključiti isplati li se tvrtki zaduživati, jer je razlika između ROA i kamatne stope financijska korist od zaduživanja koja pripada dioničarima“ (Vidučić et al., 2018.).

Povrat na ukupnu imovinu = $\frac{neto\ dobitak - dividende\ prioritnetnih\ dioničara}{ukupna\ imovina}$*100

(12)

5. „**Povrat na vlastiti kapital (dioničku glavnicu)** – pokazuje snagu zarade u odnosu na ulaganja dioničara (izražena prema knjigovodstvenoj vrijednosti), a računa se dijeljenjem neto dobitka umanjenog za dividende prioritetnih dioničara s vlastitim kapitalom – običnom dioničkom glavnicom. Kako je osnovni cilj poslovanja tvrtke povećanje vrijednosti za dioničare, ovaj pokazatelj je najbolja pojedinačna mjera uspješnosti tvrtke u ispunjenju tog cilja“ (Vidučić et al., 2018.).

Povrat na vlastiti kapital = $\frac{neto\ dobitak\ nakon\ prioritetnih\ dioničara}{trajni\ kapital}$*100 (13)

3. AD PLASTIK GRUPA – opći podaci te analiza poslovanja

3.1. Povijest AD Plastika

1952. godine osnovana je Jugoplastika, kompanija koja je preteča AD Plastika, te je svojim djelovanjem bila predvodnik gospodarskog napretka. 1992. godine današnji AD Plastik se izdvojio iz sastava Jugoplastike pod imenom Autodijelovi, a 1994. godine kompanija službeno mijenja ime u AD Plastik te pod tim imenom posluje i danas. U nastavku će se prvo u tablici 1. prikazati pregled svih promjena vezanih uz AD Plastik tijekom povijesti, a nakon toga će se na slici 1. prikazati službeni logo tvrtke AD Plastik.

Tablica 1: Pregled promjena u AD Plastiku kroz povijest

1995. godine	Ostvareno partnerstvo s tvornicom Revoz u Sloveniji omogućilo je suradnju s Renaultom, jednim od najvećih europskih proizvođača automobila. Osim toga, AD Plastik otvara tvornice u: Zagrebu, Hrvatska te Vintaiju, Rusija.
2002. godine	AD Plastik otvara proizvodni pogon Euro APS u Ruminjskoj te je tvrtka osnovana kao JointVenture s portugalskim SimoldesPlasticosom.
2007. godine	Faurecia kupuje udio SimoldesPlasticosa
2009. godine	Osnovana je druga JointVenture tvrtka pod imenom FADP s Faurecijom u gradu Luga, Rusija.
2012. godine	Osnovane su nove tvrtke i proizvodni pogoni u Mladenovcu, Srbija te u Kalugi, Rusija.
2014. godine	Započinje s radom najsuvremenije opremljena, automatizirana i robotizirana lakirnica na zagrebačkom Jankomiru.
2016. godine	Izlazak iz JointVenture tvrtke FADP u Lugi, Rusija.
2017. godine	Nova robotizirana linija bojenja interijera u Zagrebu, Hrvatska.
2018. godine	Otvara se novi proizvodni pogon u Tiszaujvarosu, Mađarska.

Izvor: Izradio autor prema podatcima sa službene stranice: https://www.adplastik.hr/o-nama/ad-plastik-grupa.

Slika 1: Logo poduzeća AD Plastik

Izvor:https://privredni.hr/ad-plastik-noviposlovi

3.2. Djelatnost AD Plastika

„AD Plastik d.d. je vodeća kompanija za razvoj i proizvodnju komponenti za interijere i eksterijere automobila u Hrvatskoj i jedna od vodećih u Istočnoj Europi. Imaju više od trideset i pet godina iskustva u svijetu automobilske industrije, a strast i znanje njihovih zaposlenika ugrađeni su u razvoj i realizaciju svakog proizvoda koji izrađuju za najpoznatije svjetske proizvođače automobila. Svoju korporativnu kulturu temelje na održivosti, poticanju suradnje i prepoznavanju izvrsnosti, unaprjeđujući standarde kvalitete svojih proizvoda, usluga i načina rada. Multinacionalna su kompanija s osam proizvodnih lokacija u pet zemalja, a njihove operativne aktivnosti sežu na pet kontinenata, u više od dvadeset zemalja. Surađuju sa svojim kupcima od rane faze razvoja do finalnog proizvoda. Koriste suvremene alate i tehnike te primjenjuju specifična stručna znanja, vještine i iskustvo. Usmjerenost na potrebe kupca, visoka kvaliteta, konkurentnost proizvoda i usluga njihove su temeljne vrijednosti.Sa svojim kupcima nastavljaju suradnju od rane faze razvoja do serijske proizvodnje, anticipirajući njihove potrebe, očekivanja tržišta i trendove industrije u kojoj posluju. Koristeći suvremene alate i tehnike, specifična znanja, vještine i iskustvo te ključne tehnologije, ostvaruju zahtjeve svojih kupaca i postavljene korporacijske ciljeve“ (službena stranica AD Plastika).

„**Cilj** AD Plastik Grupe je pružanje visoke kvalitete usluga i proizvoda svojim kupcima uz optimizaciju troškova. Taj cilj moguće je ispuniti samo uz dobavljače koji udovoljavaju njihova očekivanja. Dobavljače smatraju partnerima i održavaju dugogodišnju suradnju ukoliko neprekidno zadovoljavaju standarde kvalitete temeljene na međunarodno priznatim normama, poput IATF 16949, ISO 14001, ISO 9001, te specifičnim zahtjevima u automobilskoj industriji“ (službena stranica AD Plastika).

„**Vizija** AD Plastika je biti tržišni lider u razvoju i proizvodnji automobilskih komponenti na području Istočne Europe i širenje poslovanja na nova tržišta“ (službena stranica AD Plastika).

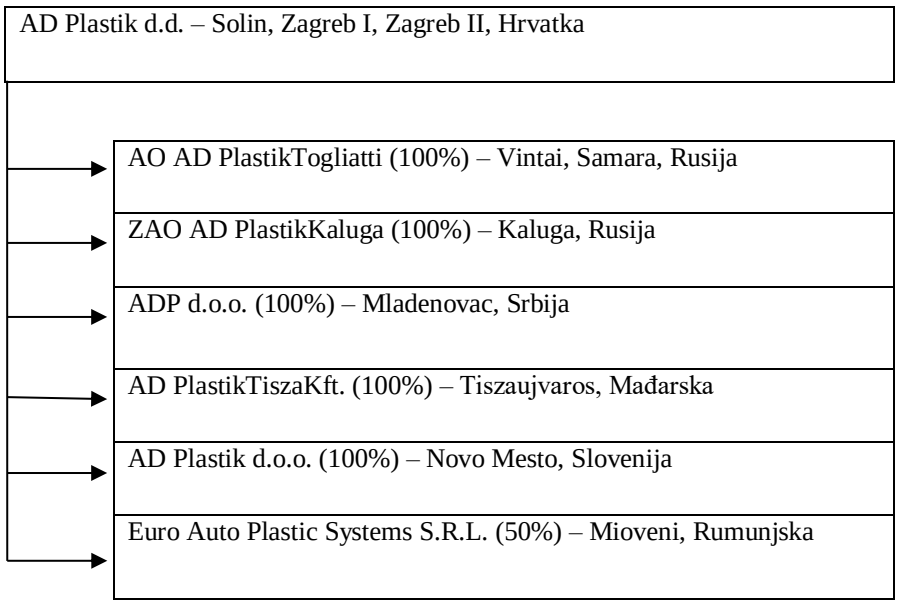
„**Misija** AD Plastika je da inovativnim rješenjima i stalnim unaprjeđenjem razvoja i kvalitete proizvoda doprinose uspjehu svojih kupaca. Ostvaruju svoje ciljeve kao etičan, odgovoran i poželjan poslodavac. Posluju u harmoniji s okruženjem na zadovoljstvo svih svojih dionika, a dioničari ih prepoznaju kao pouzdanu kompaniju u koju je poželjno dugoročno ulagati“ (službena stranica AD Plastika).

3.3. Vlasnička i organizacijska struktura AD Plastika

„U skladu s misijom i vizijom, AD Plastikstalno teži razvoju, napretku i unaprjeđenju poslovanja na zadovoljstvo svih svojih dionika. Uprava kompanije društveno odgovorno poslovanje i visoke standarde korporativnog upravljanja smatra jedinim ispravnim načinom vođenja poslovanja te se na tome temelje poslovne aktivnosti. U cilju dugoročnog rasta i razvoja kompanije, ostvarenje uspješnih financijskih rezultata, visoka transparentnost poslovanja, učinkovitost, ulaganje u razvoj kompetencija, konkurentnost, kvaliteta i pouzdanost, u središtu su pozornosti. Promiču pošteno poslovanje, sigurne uvjete rada, obrazovanje zaposlenika, ravnopravnost i jednakost plaća te poštivanje ljudskih prava. Svoje poslovne partnere biraju prema vrijednostima kompanije i od njih zahtijevaju poštivanje Kodeksa poslovnog ponašanja i politika AD Plastik Grupe.

Struktura korporativnog upravljanja AD Plastik Grupe temelji se na dualističkom sustavu koji se sastoji od Uprave i Nadzornog odbora. Uprava i Nadzorni odbor zajedno s Glavnom skupštinom i Revizijskim odborom čine četiri ključne funkcije kompanije. Nadzorni odbor nadzire vođenje poslova, uključujući pregled i ispitivanje poslovnih knjiga i dokumentacije društva, o čemu izvještava Glavnu skupštinu“ (službena stranica AD Plastika).

Korporacijska matrica poduzeća AD Plastik sastoji se od pet tvrtki kćeri koje su u 100%-tnom vlasništvu, te jednom koja ima 50% vlasničkog udjela. U nastavku će se, na slici 2, prikazati shematski prikaz korporacijske matrice poduzeća AD Plastik.



Slika 2: Korporacijska matrica poduzeća AD Plastik

Izvor: Izradio autor prema podatcima sa službene stranice:https://www.adplastik.hr/o-nama/ad-plastik-grupa

3.4. Financijski podatci AD Plastika

U nastavku će se iznijeti skraćene verzije bilance te računa dobiti i gubitka za poduzeće AD Plastik (tablica 2 i tablica 3) te će se nakon toga izračunati pokazatelji: likvidnosti, aktivnosti, zaduženosti i rentabilnosti, za razdoblje od 2015. do 2019. godine.

Tablica 2: Skraćena bilancapoduzeća AD Plastik

u tisućama kuna

	2015. godina	2016. godina	2017. godina	2018. godina	2019. godina
DUGOTRAJNA IMOVINA	1.022.629	884.910	850.423	911.298	978.057
KRATKOTRAJNA IMOVINA	213.791	290.892	346.702	370.424	380.361
Zalihe	50.539	54.644	75.785	140.476	96.990
Potraživanja	142.269	184.054	266.770	213.744	262.109
UKUPNA IMOVINA	1.273.342	1.224.436	1.225.054	1.331.640	1.426.678
KAPITAL I REZERVE	644.972	665.718	695.661	733.153	772.037
DUGOROČNE OBVEZE	265.494	174.412	202.445	206.328	184.184
KRATKOROČNE OBVEZE	338.675	359.630	304.698	369.975	449.667
UKUPNI DUG (UKUPNE OBVEZE)	604.169	534.042	507.143	576.303	633.851

Izvor: Izradio autor prema podacima sa stranice Zagrebačke burze

Tablica 3: Skraćeni račun dobiti i gubitka poduzeća AD Plastik

u tisućama kuna

	2015. godina	2016. godina	2017. godina	2018. godina	2019. godina
Prihod od prodaje	753.704	701.423	817.682	927.965	1.085.118
Troškovi za prodano	56.203	62.704	133.641	143.103	206.527
Troškovi kamata	32.041	68.312	43.523	8.893	9.073
UKUPNI PRIHOD	836.088	790.573	894.395	1.023.442	1.157.200
UKUPNI RASHOD	803.835	751.679	838.797	934.891	1.066.750
Dobit prije oporezivanja (EBIT)	32.252	38.894	55.599	88.551	90.450
NETO DOBITAK	32.551	38.347	53.399	88.961	90.146

Izvor: izradio autor prema podacima sa stranice Zagrebačke burze

Temeljem podataka u skraćenoj bilanci i računu dobiti i gubitka, prvo će se izračunati pokazatelji likvidnosti, i to pokazatelji tekuće i ubrzane likvidnosti. Oni se računaju prema prethodno navedenim formulama 1 i 2:

a) Pokazatelj tekuće likvidnosti = $\frac{Kratkotrajna\ imovina}{kratkoročne\ obveze}$

b) Pokazatelj ubrzane likvidnosti = $\frac{Tekuća\ imovina - zalihe}{Kratkoročne\ obveze}$

Rezultati navedenih pokazatelja su u tablici 4.

Tablica 4: Pokazatelji likvidnosti

POKAZATELJI LIKVIDNOSTI	2015. godina	2016. godina	2017. godina	2018. godina	2019. godina
Tekuća likvidnost	0,63	0,81	1,14	1,00	0,85
Ubrzana likvidnost	0,48	0,66	0,89	0,62	0,63

Izvor: izradio autor prema podacima sa stranice Zagrebačke burze

Pokazatelj tekuće likvidnosti pokazuje u kojoj mjeri kratkotrajna imovina pokriva kratkoročne obveze. Poželjna vrijednost iznosi minimalno 2 kako bi poduzeće bilo sposobno u roku podmiriti svoje kratkoročne obveze. Iz izračunatih pokazatelja vidimo da vrijednost pokazatelja tekuće likvidnosti raste do 2017. godine, a nakon toga opet pada. Poduzeće je relativno sigurno da može svojom kratkotrajnom imovinom podmiriti kratkoročne obveze.

Pokazatelj ubrzane likvidnosti pokazuje da li je poduzeće sposobno podmiriti hitne potrebe za novcem. Idealna vrijednost iznosi minimalno 1 kako bi poduzeće moglo osigurati određene količine novca u kratkom roku. Iz izračunatih pokazatelja vidimo da je poduzeće svake godine približno broju 1, što znači da je poprilično sposobno u kratkom roku osigurati određenu količinu novca.

Nadalje, pomoću podataka iz tablica skraćene bilance i računa dobiti i gubitka računaju se i pokazatelji aktivnosti, odnosno pokazatelj obrta potraživanja, pokazatelj obrta zaliha, pokazatelj obrta dugotrajne imovine te pokazatelj obrta ukupne imovine, te će se računati prema sljedećim formulama:

a) Pokazatelj obrta potraživanja = $\frac{Ukupni\ prihod}{Potraživanja}$

b) Pokazatelj obrta zaliha = $\frac{Ukupni\ prihod}{Zalihe}$

c) Pokazatelj obrta dugotrajne imovine = $\frac{Ukupni\ prihodi}{Dugotrajna\ imovina}$

d) Pokazatelj obrta ukupne imovine = $\frac{Ukupni\ prihod}{Ukupna\ imovina}$

Rezultati izračunatih pokazatelja aktivnosti su prikazani u tablici 5.

Tablica 5: Pokazatelji aktivnosti

POKAZATELJI AKTIVNOSTI	2015. godina	2016. godina	2017. godina	2018. godina	2019. godina
Pokazatelj obrta potraživanja	5,88	4,30	3,35	4,79	4,41
Pokazatelj obrta zaliha	16,54	14,47	11,80	7,29	11,93
Pokazatelj obrta dugotrajne im.	0,82	0,89	1,05	1,12	1,18
Pokazatelj obrta ukupne im.	0,66	0,65	0,73	0,77	0,81

Izvor: Izradio autor prema podacima sa stranice Zagrebačke burze

Pokazatelj obrta potraživanja „pokazuje koliko se novčanih jedinica prodaje može ostvariti jednom kunom uloženom u potraživanja“ (Vidučić et al., 2018.). Prema tome, vidimo da se u 2015. godini ostvarilo najviše novca ulaganjem u potraživanja, odnosno za svaku kunu potraživanja je ostvareno 5,88 kuna prihoda od prodaje.

Pokazatelj obrta zaliha „pokazuje koliko puta godišnje tvrtka obrne prosječne zalihe“ (Vidučić et al 2018.). Prema izračunatim podacima iz tablice vidimo da je nakon 2015. godine vrijednost ovog pokazatelja znatno se smanjivala, a nakon 2018. godine opet vidimo rast. Tako je prošle, 2019. godine, svaki element zaliha prodan i obnovljen 11,93 puta.

Pokazatelj obrta dugotrajne imovine pokazuje koliko 1 kuna dugotrajne imovine stvara prihoda te konkretno promatrani primjer pokazuje trend rasta od 2015. do 2019. godine. Pokazatelj obrta dugotrajne imovine za 2019. godinu pokazuje da 1 kuna dugotrajne imovine stvara 1,18 kuna prihoda.

Pokazatelj obrta ukupne imovine pokazuje kako poduzeće koristi svoju imovinu odnosno koliko kuna ukupne imovine stvara prihoda (Vidučić et al., 2018.). Iz tablice vidimo male promjene vrijednosti, a najveća ostvarena vrijednost je u 2019. godini gdje vidimo da na 1 kunu ukupne imovine tvrtka ostvaruje 0,81 kuna prihoda.

Koristeći se prethodno navedenim podatcima, izračunati će se pokazatelji zaduženosti, i to pokazatelj zaduženosti te pokazatelj pokrića kamata prema sljedećim formulama:

a) Pokazatelj zaduženosti = $\frac{Ukupni\ dug}{Ukupnai\ movina}$*100

b) Pokazatelj pokrića kamata = $\frac{EBIT}{trošak\ kamata}$

Rezultati pokazatelja zaduženosti prikazani su u tablici 6.

Tablica 6: Pokazatelji zaduženosti

POKAZATELJI ZADUŽENOSTI	2015. godina	2016. godina	2017. godina	2018. godina	2019. godina
Pokazatelj zaduženosti	47,45%	43,62%	41,40%	43,28%	44,43%
Pokazatelj pokrića kamata	1,01	0,57	1,28	9,96	9,97

Izvor: izradio autor prema podacima sa stranice Zagrebačke burze

Pokazatelj zaduženosti pokazuje koliko se poduzeće financira iz tuđih, a koliko iz vlastitih izvora. Gornja granica pokazatelja zaduženosti bi trebala biti 50% te samim time veći pokazatelj govori da je poduzeće rizičnije. Iz tablice vidimo da je poduzeće AD Plastik tijekom promatranih godina nije niti jednom prešlo granicu od 50%. Tako, na primjer, možemo reći da je pokazatelj zaduženosti 2015. godine iznosio 47,45% što znači da se poduzeće 47,45% financiralo iz tuđih izvora, a 52,55% iz vlastitih izvora.

Pokazatelj pokrića kamata pokazuje koliko puta poduzeće može podmiriti troškove kamata sa operativnom dobiti, odnosno koliko je puta operativna dobit veća od troška kamata. Vrijednost ovog pokazatelja iznosi minimalno 1. U tablici vidimo pad u 2016. godine, a 2018. godine možemo uočiti nagli rast vrijednosti ovog pokazatelj. Možemo reći kako je u 2019. godini operativna dobit poduzeća AD Plastik 9,97 puta veća od troškova kamata.

Posljednje pokazatelje, pokazatelje profitabilnosti također računamo koristeći se podatcima iz skraćene bilance te računa dobiti i gubitka te ih računamo prema sljedećim formulama:

a) Bruto profitna marža = $\frac{prodaja - troškovi\ za\ prodano}{prodaja}$

b) Neto profitne marže = $\frac{neto\ dobitak - dividende\ prioritetnih\ dioničara}{prodaja}$*100

c) Temeljna snaga zarade = $\frac{EBIT}{ukupna\ imovina}$*100

d) Povrat na ukupnu imovinu = $\frac{neto\ dobitak - dividende\ prioritnetnih\ dioničara}{ukupna\ imovina}$*100

e) Povrat na vlastiti kapital = $\frac{neto\ dobitak\ nakon\ prioritetnih\ dioničara}{trajni\ kapital}$*100

Rezultati pokazatelja profitabilnosti prikazani su u tablici 7.

Tablica 7: Pokazatelji profitabilnosti

POKAZATELJI PROFITABILNOSTI	2015. godina	2016. godina	2017. godina	2018. godina	2019. godina
Bruto profitna marža	0,93	0,91	0,84	0,85	0,81
Neto profitna marža	4,32%	5.47%	6,53%	9,59%	8,31%
Temeljna snaga zarade	2,53%	3,18%	4,54%	6,65%	6,34%
Povrat na ukupnu imovinu	2,56%	3,13%	4,36%	6,68%	6,32%
Povrat na vlastiti kapital	5,05%	5,76%	7,68%	12,13%	11,68%

Izvor: izradio autor prema podacima sa stranice Zagrebačke burze

Bruto profita marža za 2015. godinu pokazuje da poduzeću nakon pokrića proizvodnih troškova ostaje 0,93 prihoda za pokriće troškova uprave i prodaje, troškova financiranja te za ostvarenje dobiti. Iz tablice se može vidjeti kako je ovaj pokazatelj najveći za 2015. godinu, a najmanji za zadnju promatranu, odnosno 2019. godinu.

Neto profitna marža poduzeća AD Plastik nam pokazuje koliko posto neto dobitka ostvari na jednu kunu ostvarene prodaje (Vidučić et al., 2018.). Iz tablice vidimo trend rasta sve do 2019. godine, gdje vidimo blagi pad vrijednosti. Za 2019. godinu možemo reći da je AP Plastik ostvario 8,31% neto dobitka na jednu kunu ostvarene prodaje.

Temeljna snaga zarade se dobije odnosom EBIT-a te ukupne imovine tvrtke (Vidučić et al., 2018.). Iz promatrane tablice može se vidjeti rast vrijednosti ovog pokazatelja sve do 2019. godine, gdje vidimo blagi pad. Najveći pokazatelj temeljne snage zarade je u 2018. godini te iznosi 6,65%.

Povrat na ukupnu imovinu (ROA) pokazuje koliko je poduzeće ostvarilo neto dobiti ovisno na imovinu. Iz tablice se vidi trend rasta ovog pokazatelj u zadnjih pet godina. Uzme li se 2017. godina za primjer, može se reći kako je AD Plastikna svaku kunu korištene imovine ostvario 4,36 neto dobitka. (Vidučić et al., 2018.)

Povrat na vlastiti kapital (ROE) „pokazuje snagu zarade u odnosu na ulaganja dioničara“ (Vidučić et al., 2018.). Poduzeće AD Plastik je ostvarilo najmanje povrata na vlastiti kapital u 2015. godini, a najviše u 2018. godini. Uzme li se 2019. godina za primjer, možemo reći kako je u 2019. godini iz 100 kuna vlastitog kapitala proizašlo 11,68 kuna neto dobitka.

4. ZAKLJUČAK

Sva poduzeća angažiraju vrhunske stručnjake kako bi im vodili i sastavljali financijska izvješća, s obzirom da su to obvezna po zakonu. Tako se sastavljaju sljedeća temeljna financijska izvješća: bilanca, račun dobiti i gubitka, izvješća o novčanom toku, izvješća o promjenama kapitala te bilješke uz financijska izvješća. Ova izvješća se trebaju sastavljati kako bi svojim unutarnjim i vanjskim korisnicima pružili valjane i pravovremene informacije o stanju poduzeća.

U ovom radu se analizira uspješnost poslovanja dioničkog društva AD Plastik pomoću dva financijska izvješća, a to su bilanca te račun dobiti i gubitka. Analiza se vrši pomoću ključnih pokazatelja uspješnosti za razdoblje od 5 godina, odnosno od 2015. do 2019. godine. Pokazatelji koji se koriste su: pokazatelji likvidnosti, pokazatelji aktivnosti, pokazatelji zaduženosti te pokazatelji profitabilnosti.

Analiza pokazatelja likvidnosti pokazuje kako dioničko društvo AD Plastika ima zadovoljavajuće vrijednosti te je relativno sigurno da može svojom kratkotrajnom imovinom pokriti svoje kratkoročne obveze u razdoblju od 2015. do 2019. Godine. Također, tvrtka je u tom razdoblju relativno sposobna u kratkom roku osigurati određene količine novca.

Analiza pokazatelja aktivnosti ističe koliko poduzeće efikasno koristi svoju imovinu te se za AD Plastik može reći kako relativno efikasno koristi svoje resurse, odnosno imovinu. Pokazatelj obrta ukupne imovine pokazuje niske vrijednosti što znači da ostvaruje niže prihode od uložene imovine, no vidi se rast ukupnih prihoda od 2016. do 2019. godine, pa tako i blagi rast ovog pokazatelja.

Pokazatelji zaduženosti pokazuju izrazito zadovoljavajuće rezultate, odnosno kako se dioničko društvo velikim dijelom samofinancira te uspješno podmiruje troškove kamata svojom operativnom dobiti.

Posljednji te najvažniji, pokazatelji profitabilnosti, ukazuju na to da poduzeće ima relativno zadovoljavajuće vrijednosti te da svi pokazatelji, osim pokazatelja bruto profitne marže, ostvaruju blagi rast u periodu od 2015. godine do 2019. godine.

LITERATURA

1. AD Plastik d.d. (2020) : raspoloživo na https://www.adplastik.hr/[01.07.2020.]
2. Grubišić, D. (2013): Poslovna ekonomija (treće izdanje), Ekonomski fakultet Split, Split
3. Odluka o obavljanju Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja (2015): Narodne novine d.d. Zagreb, NN 86/2015
4. Odluka o obavljanju Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja (2009): Narodne novine d.d. Zagreb, NN 136/09
5. Perkušić, D. (2016): Osnove računovodstva, skripta, Sveučilište u Splitu, Split, raspoloživo na: https://www.oss.unist.hr/sites/default/files/file_attach/Osnove%20ra%C4%8Dunovodstva%20RIF%20-%20Dijana%20Perku%C5%A1i%C4%87.pdf [22.08.2020.]
6. Vidučić,Lj., Pepur, S., Šimić Šarić, M. (2018): Financijski menadžment X. neizmijenjeno izdanje, RRiF, Zagreb
7. Vukoja, B.: Primjena analize financijskih izvješća pomoću ključnih financijskih pokazatelja kao temelj donošenja poslovnih odluka, raspoloživo na: http://www.revident.ba/public/files/primjena-analize-financijskih-izvjestaja-pomocu-kljucnih-financijskih-pokazatelja.pdf [01.07.2020.]
8. Zagrebačka burza (2020): raspoloživo na: https://zse.hr/default.aspx?id=10006&dionica=259 [08.07.2020.]
9. Zakon o računovodstvu (2015): Narodne novine d.d. Zagreb, NN 78/2015
10. Žager, K., Žager, L., Mamić Sačer, I., Sever Mališ, S., Ježovita, A. (2017): Analiza financijskih izvještaja: načela-postupci-slučajevi. III. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb

POPIS TABLICA

Tablica 1: Pregled promjena u AD Plastiku kroz povijest

Tablica 2: Skraćena bilanca poduzeća AD Plastik

Tablica 3: Skraćeni račun dobiti i gubitka poduzeća AD Plastik

Tablica 4: Pokazatelji likvidnosti

Tablica 5: Pokazatelji aktivnosti

Tablica 6: Pokazatelji zaduženosti

Tablica 7: Pokazatelji profitabilnosti

POPIS SLIKA

Slika 1: Logo poduzeća AD Plastik

Slika 2: Korporacijska matrica poduzeća AD Plastik

SAŽETAK

AD Plastik d.d. je vodeća kompanija za razvoj i proizvodnju komponenti za interijere i eksterijere automobila u Hrvatskoj i jedna od vodećih u Istočnoj Europi te je cilj ovoga rada analizirati financijska izvješća odnosno analizirati uspješnost poslovanja ovog poduzeća. U radu se koriste financijska izvješća poduzeća AD Plastik te se analiziraju pomoću pokazatelja uspješnosti odnosno: pokazatelja likvidnosti, pokazatelja aktivnosti, pokazatelja zaduženosti te pokazatelja profitabilnosti. U radu su izneseni rezultati i interpretacije pojedinih pokazatelja te je donesen zaključak ukupnog poslovanja poduzeća, a to je da poduzeće AD Plastik uspješno posluje.

Ključne riječi: analiza uspješnosti poslovanja, financijska izvješća, pokazatelji uspješnosti

SUMMARY

AD Plastik d.d. is a leading company for the development and production of components for car interiors and exteriors in Croatia and one of the leading in Eastern Europe, and the aim of this paper is to analyze the financial statements and analyze the business performance of this company. The paper uses the financial reporst of the company AD Plastik and it is analyzed using performance indicators: liquidity indicators, activity indicators, indebtedness indicator and profitability indicators. The paper presents the results and interpretations of individual indicators and the conclusion of the overall business of the company, which is that the company AD Plastik operates successfully.

Key words: business performance analysis, financial reports, performance indicators