FINANCIJSKA ANALIZA POSLOVANJA ODABRANIH TRGOVINSKIH PODUZEĆA PUTEM FINANCIJSKIH POKAZATELJA

Bucić, Dino

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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:124:568667

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

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

DIPLOMSKI RAD

FINANCIJSKA ANALIZA POSLOVANJA ODABRANIH TRGOVINSKIH PODUZEĆA PUTEM FINANCIJSKIH POKAZATELJA

Mentor:

Prof. dr. sc. Branka Ramljak

Student:

Dino Bucić, univ. bacc. oec.

Broj indeksa: 2141370

Split, rujan 2016.

SADRŽAJ

1. UVOD 4

1.1. Problem istraživanja 4

1.2. Predmet istraživanja 5

1.3. Istraživačka pitanja 5

1.4. Ciljevi istraživanja 6

1.5. Metode istraživanja 6

1.6. Doprinos istraživanju 7

1.7. Sadržaj diplomskog rada 8

2. TRGOVINA KAO DJELATNOST 9

2.1. Način obavljanja trgovine 10

2.1.1. Trgovina na veliko 11

2.1.2. Trgovina na malo 12

2.2. Uvjeti obavljanja trgovine 15

2.3. Koncentracija trgovine u RH 16

2.4. Značaj trgovine za gospodarstvo RH 18

3. FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI I POKAZATELJI USPJEŠNOSTI 20

3.1. Temeljni financijski izvještaji 20

3.1.1. Bilanca 21

3.1.2. Račun dobiti i gubitka 25

3.1.3. Izvještaj o novčanom toku 27

3.1.4. Izvještaj o promjeni kapitala 29

3.1.5. Bilješke uz financijske izvještaje 30

3.2. Temeljni financijski pokazatelji 30

3.2.1. Pokazatelji likvidnosti 32

3.2.2. Pokazatelji zaduženosti 34

3.2.3. Pokazatelji aktivnosti 35

3.2.4. Pokazatelji ekonomičnosti 37

3.2.5. Pokazatelji profitabilnosti 38

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJA NA TEMELJU ODABRANIH TRGOVINSKIH PODUZEĆA 40

4.1. Odabrana trgovinska poduzeća 40

4.2. Pojedinačna financijska analiza poduzeća 43

4.3. Komparativna analiza na temelju odabranih pokazatelja 68
4.4. Rezultat provedene analize financijskih izvještaja 71
5. ZAKLJUČAK 74
LITERATURA 76
POPIS TABLICA 77
POPIS SLIKA 79
SAŽETAK 81
SUMMARY 81

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Trgovina je jedna od najznačajnih gospodarskih grana u Republici Hrvatskoj. Vrlo važnu ulogu ima u kreiranju zaposlenosti i BDP-u, ali također je važna i za krajnje potrošače. Trgovina mora osluhivati potrebe i želje potrošača i pratiti trendove kako bi se mogla prilagoditi svim vrstama zahtjeva potrošača. Samim time pridodaje se veliki značaj trgovinskim poduzećima. Trgovina kao djelatnost može se podjeliti na trgovinu na veliko i trgovinu na malo.

Trgovinska poduzeća u svome poslovnju moraju se pridržavati određenih Zakona kojima se reguliraju pravila i obveze pri tržišnom natjecanju. Za reguliranje same djelatnosti trgovine značajni su Zakon o trgovini, Zakon o trgovačkim društvima i Zakon o zaštiti potrošača, dok u prezentiranju finanacijskog rezultat važni su Zakon o računovodstvu i Zakon o porezu na dobit. Uz to trgovinska se poduzeća moraju pridržavati brojih propisa i pravila.

Poslovanje trgovinskih poduzeća u suvremenim uvjetima podložno je brojnim rizicima i promjenama. Kako bi se osigurali uvjeti potrebni za razvoj poduzeća i njegov opstanak na tržištu nužno je imati pravovremene i upotrebljive informacije. Većina takvih informacija se javlja u računovodstvu te ih se prezentira u obliku financijskih izvještaja jer oni pružaju informacije o financijskom položaju, uspješnosti i sigurnosti poslovanja poduzeća koje će biti korisne širokom krugu korisnika u donošenju poslovnih odluka.

Da bi se informacije sadržane u financijskim izvještajima mogle efikasno i pravodobno primjeniti nužno je provesti odgovarajuću analizu financijskih izvještaja.

Jedan od načina kako provesti analizu financijskih izvještaja je pomoću financijskih pokazatelja. Da bi financijski pokazatelji bili točni i pouzdani uvijet je pravodobnost i pouzdanost financijskih izvještaja.

Stoga u ovom će se radu pomoću odabranih financijskih pokazatelja analizirati poslovanje odabranih trgovinskih poduzeća te na temelju njihovog izračuna usporediti kretanje najznačajnijih elemenata financijskih izvještaja. Također će se pokazati kakvo je njihovo kretanje u odabranom vremenskom intervalu i ukazati na pozitivan ili negativan trend.

1.2. Predmet istraživanja

Poduzeća koja su predmet ovog istraživanje pretežito se bave trgovinom robe široke potrošnje, što podrazumjeva prehrambene i neprehrambene proizvode. Prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti iz 2007 godine to se odnosi na G 46- Trgovina na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima te G 47- Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima.

Poduzeća koja će se analizirati su:

- KONZUM d.d.,
- PLODINE d.d.,
- LIDL HRVATSKA d.o.o. k.d.,
- TOMMY d.o.o.

Odabrana trgovinska poduzeća spadaju u kategoriju velikih poduzetnika te su dužni objaviti godišnja izvješća, također su podložni godišnjoj reviziji koju obavljaju ovlaštene revizorske kuće. Stoga u analizi financijskih izvještaja koristit će se objavljeni godišnji izvještaji te revizorska izvješća u kojima su nazančena mišljenja o istinitosti i pouzdanosti financijskih izjveštaja.

Analizirati će se poslovanje navedenih poduzeća u razdoblju od 2011. do 2014. godine. Koristiti će se različite analize i procjene kako bi se utvrdila uspješnost poslovanja. Analiza i ocjena uspješnosti poslovanja putem finanacijskih pokazatelja provoditi će se pojedinično za svako poduzeća te potom međusobno uspoređivati na temelju istih pokazatelja.

Naglasak će se staviti na pozicije u bilanci koje se odnose na Kratkotrajnu imovinu i Kratkoročne obveze koje su izravno povezane sa operativnim aktivnostima koje su značajnije za trgovinska poduzeća.

1.3. Istraživačka pitanja

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja možemo postaviti istraživačka pitanja na koja će se tijekom istraživanja pokušati dati odgovori:

- Kolika je značajnost trgovine u gospodarstvu Republike Hrvatske?
- Je li analiza financijskih izvještaja relevantan pokazatelj poslovanja trgovinskih poduzeća?
- Kakav je trend kretanja financijskih pokazatelja odabranih trgovinskih poduzeća?
- Postoje li razlike u kretanju financijskih pokazatelja tržišnog lidera u odnosu na ostala odabrana poduzeća?

1.4. Ciljevi istraživanja

U ovom radu žele se postići sljedeći ciljevi:

- ukazati na značajnu ulogu trgovine u gospodarstvu Republike Hrvatske
- ukazati na važnost financijskih izvještaju u prikazivanju poslovanja trgovinskih poduzeća
- ukazati da je analiza pokazatelja uspješnosti jedno od temeljnih načina analize financijskih izvještaja
- pojedinačnom analizom utvrditi financijsko stanje pojedinog poduzeća u odabranom periodu
- komparativnom analizom usporediti kretanja značajnih financijskih pokazatelja
- na temelju provedenog istraživanja donijeti zaključak o financijskom poslovanju odabranih poduzeća i ukazati na određena odstupanja

1.5. Metode istraživanja

Prilikom izrade diplomskog rada u svrhu analize i procjene predmeta istraživanja koristiti ćemo sljedeće navedene metode :

- Induktivna metoda- na temelju pojedinih ili posebnih činjenica dolazi se do zaključka o općem sudu;

- Deduktivna metoda -na temelju općih postavki dolazi se do konkretnih pojedinačnih zaključaka ili iz pronađenih tvrdnji izvodimo nove tvrdnje ;
- Metoda sinteze- postupak povezivanja izdvojenih elemenata i procesa u jedinstvene cjeline;
- Metoda analize- odnosi se na raščlanjivanje složenih pojmova na njihove jednostavnije sastavne dijelove;
- Metoda dokazivanja - utvrđivanje istinitost pojedinih spoznaja;
- Metoda deskripcije - potupak jednostavnog opisivanja činjenica i procesa te njihovo empirijsko potvrđivanje;
- Metoda kompilacije- – preuzimanje dijelova tuđih opažanja i zaključaka;
- Metoda klasifikacije- podjela općeg pojma na posebne;
- Komparativna metoda - uspoređivanje istih ili srodnih činjenica, utvrđivanja njihovih sličnosti i različitosti.

Kod emprijskog dijela istraživanja koristiti ćemo podatke o financijskim izvještajima koji su dostupni na FINA te stanicama odabranih poduzeća. Obrada podataka će se vršiti putem MS Excela koji pruža mogućnost izrade tablica i grafičkih prikaza.

1.6. Doprinos istraživanju

U ovom radu želi se prikazati na stanje u trgovini u Republici Hrvatskoj. Posebice to se odnosi na maloprodaju koja ima najznačajnjie mjesto u trgovini.

Upravo analizom financijskih izvještaja dobiva se uvid u poslovanje odabranih trgovinskih poduzeća te mogu se vidjeti trendovi u poslovanju te potencijalne mogućnosti za daljni rast poduzeća. Analiza je vrlo bitna za menadžment, zaposlenike, državu i kreditore. Menadžmentu je bitno radi vlastite ocjene samog poslovanja te mogućnosti za daljni razvoj poduzeća. Zaposlenicima radi potencijalne neizvjesnosti vezana za radni odnos te isplatu plaće. Državi radi utvrđivanja poreznih osnovica te za kreditore da li poduzeće ima kreditnu sposobnost vraćanja dugova.

Stoga analizom financijskih izvještaja nastoji se prikazati prethodno poslovanje trgovinskih poduzeća kako bi se pomoglo potencijalnim investitorima i svim zainteresiranim skupinama u donošenju efektivnijih i efikasnijih odluka .

1.7. Sadržaj diplomskog rada

Diplomski rad će biti podjeljen na 2 dijela, teorijski i emprijski. Teorijski dio rada će se odnositi na prva 3 poglavlja, dok empirijski na 4 poglavlja.

Uvodom će se definirati problem, predmet i cilj samog istraživanja te koji je doprinos istraživanja prezentiranog problema. U drugom poglavlju, prvo će se definirati sam pojam trgovine, podjela trgovine, način njezinog obavljanja, te uvjete koje mora zadovoljiti sukladno Zakonu. Nakon toga obradit će se dio koje se odnosi na koncentraciju trgovine, proces koji je značajan u svim zapadnoeuropskim zemljama te koliki je značaj trgovine u samom gospodarstvu Republike Hrvatske.

U trećem poglavlju teorijski će se obraditi temeljni financijski izvještaji i pokazatelji uspješnosti koju su vrlo važni za financijsku analizu odabranih poduzeća. Definiranjem pojmova pruža se mogućnost lakšeg razumijevanja cjelokupne financijske analize.

U četvrtom poglavlju, empirijskim istraživanjem će se prvo provesti finanacijska analiza pojedinačno za svako poduzeće. Nakon toga provest će se komparativna analiza na temelju odabranih pokazatelja uspješnosti te dati zaključak na temelju provedene analize.

2. TRGOVINA KAO DJELATNOST

Trgovina je gospodarska djelatnost kod koje trgovac nabavlja robu s namjerom daljnje prodaje kupcima.[1]

Trgovina kupuje robu, na kojoj obično se ne vrši nikakve promjene, ne radi svoje potrošnje, nego radi daljnje prodaje. Ovakvim načinom poslovanja trgovina obavlja posredničku funkciju. U nekim slučajevima trgovina obavlja manje dorade na robi i poboljšava joj upotrebnu vrijednost.[2] Dakle, trgovinom treba smatrati nabavu i prodaju, bez prerade. Ipak, osim razmjene robe, trgovina obavlja i dio proizvodnog procesa. Proizvodne operacije u trgovini su: utovar, istovar, uskladištenje, čuvanje, razvrstavanje, mjerenje, pakiranje i sl. [3]

Trgovina ima veliku značajnost za proizvođače jer ima omogućava masovnu i kontinuiranu proizvodnju, bržu prodaju i naplatu proizvoda, lakše komuniciranje s tržištem te osluhivanje i prepoznavanje potreba kupaca.

Sa aspekta kupaca, odnosno potrošača, značaj trgovine se manifestira u povećanju ponude, poboljšanju asortimana, povoljnijim cijenama i poboljšanju opskrbe.[4]

Možemo reći da se trgovina danas promatra kao gospodarska djelatnost koja sa različitim aktivnostima povezuje odnosno posreduje između proizvodnje i potrošnje ta na taj način utječe na razvoj gospodarstva određene države.

Vrlo važnu ulogu u razvoju i širenju trgovine imaju trgovinska poduzeća koja su nositelj same djelatnosti. Pojam trgovinskog poduzeća se definira iz općeg pojma poduzeća koje kao radna oragnizacija obavlja privrednu djelatnost kao ekonomsku i poslovnu cjelinu radi stjecanja dobiti prodajom proizvoda i usluga na tržištu. Iz ove definicije možemo definirati trgovinsko poduzeće kao radnu organizaciju koja obavlja trgovinsku djelatnost, kao ekonomsku i poslovnu cjelinu radi stjecanja dobiti prodajom roba i usluga na tržištu.[5]

Također, pored trgovinskih poduzeća, trgovinu mogu obavljati i drugi gospodarski subjekti kao što su proizvodna poduzeća.

[1] Belak, V (2006).: *Profesionalno računovodstvo*, Zgombić&Partneri d.o.o., Zagreb., str. br. 632
[2] Grabovac, N. (2002) : *Upravljanje trgovinskim poduzećima*, Sarajevo, str. 18
[3] Segetlija Z. (1999): *Maloprodaja u Republici Hrvatskoj*, Ekonomski fakultet, Osijek, str.6
[4] Grabovac, N. (2002) : *Upravljanje trgovinskim poduzećima*, Sarajevo, str. 18
[5] Grabovac, N. (2002) : Upravljanje trgovinskim poduzećima, Sarajevo, str. 20

Dva pogleda na trgovinu:

- Trgovina u funkcijskom smislu postoji onda kada jedan tržišni sudionik nabavlja robu od drugih tržišnih sudionika, koju nije sam obradio ili preradio, već je prodaje trećima
- Trgovina u institucijskom smislu se odnosi na nositelje trgovine (trgovinska poduzeća, trgovinski pogon ili radnja) čija je gospodarska aktivnost isključivo ili pretežito trgovina.

Trgovina shvaćena na ovaj način, obično se raščlanjuje na trgovinu na malo, unutrašnju trgovinu na veliko i vanjsku trgovinu.[6]

2.1. Način obavljanja trgovine

U Republici Hrvatskoj način obavljanja trgovine reguliran je novim Zakonom o trgovini. Naime, Zakon o trgovini (Nar. nov., br. 87/08., 96/08.,116/08., 76/09., 114/11., 68/13. i 30/14.), koji je stupio na snagu 2. kolovoza 2008., od iznimne je gospodarske važnosti, stoga niti ne čudi što je kontinuirano podložan promjenama kako bi mogao slijediti trendove u aktualnom gospodarstvu, pridonoseći, između ostalog, i njegovu razvoju te tako što učinkovitije i što kvalitetnije ostvarivati svoju svrhu.[7]

Trgovac je, u smislu ovoga Zakona, pravna ili fizička osoba registrirana za obavljanje kupnje i prodaje robe i/ili pružanja usluga u trgovini. [8]

Zakonom je svim trgovcima omogućeno obavljanje trgovine uz jednake uvjete na tržištu, a zabranjuje se ponašanje koje je suprotno dobrim poslovnim običajima kojima bi se nanosila šteta potrošačima. Trgovcu se može ograničiti pravo nastupanja na tržištu odnosno zabraniti tržišno natjecanje ili dovoditi u nejednak položaj pojedine trgovce i potrošače, osim u slučajevima propisanim zakonom Republike Hrvatske.

Prema zakonu, djelatnost trgovine osim trgovca mogu obavljati: [9]

- nositelj ili član obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva upisan u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava u skladu s posebnim propisima
- pravna ili fizička osoba koja nema obvezu upisa u Upisnik dobavljača sadnog materijala u skladu s posebnim propisima

[6] Segetlija Z. (1999): *Maloprodaja u Republici Hrvatskoj*, Ekonomski fakultet, Osijek, str.7
[7] http://www.rrif.hr/dok/propisi/trgovina/1.PDF [03.07.2016.]
[8] Prema Zakonu o trgovini NN br.68/13
[9] Prema Zakonu o trgovini NN br.30/14

- pravna ili fizička osoba koja posjeduje povlasticu za gospodarski ribolov na moru, na slatkim vodama, uzgoj ribe i drugih morskih organizama
- pravna ili fizička osoba upisana u Upisnik šumoposjednika, kad šumske proizvode prodaje na malo izvan prodavaonice
- pravna ili fizička osoba registrirana za obavljanje proizvodne djelatnosti
- pravne osobe (udruge, zadruge, ustanove i sl.) koje prema posebnim propisima radi ostvarivanje svojih ciljeva, svoje prozivode prodaje na malo izvan prodavaonica

Sukladno Zakonu, trgovina se može obavljati kao:

- Trgovina na veliko
- Trgovina na malo

2.1.1. Trgovina na veliko

Trgovinu na veliko možemo definirati kao privrednu aktivnost koja nabavlja robu od proizvođača, druge trgovine na veliko ili uvoza i prodaje robu trgovini na malo, drugim trgovinskim poduzećima na veliko, proizvođačima i drugim većim korisnicima, s tim da ne prodaje robu krajnjim potrošačima ili da posreduje u obavljanju kupovine i prodaje robe u većem obimu.[10]

Trgovina na veliko obavlja se u prodajnim objektima i na tržnicama na veliko.[11]

Poslovanje veletrgovine možemo podjeliti u tri faze:

- nabavljanje robe
- skladištenje robe
- prodaja robe

Veletrgovina najčešće robu nabavlja od proizvođača, drugih veletrgovina ili iz uvoza. Glavni kupci veletrgovine su trgovine na malo, drugi proizvođači, druge veletrgovine ili drugi veći korisnici.

S gledišta širine asortimana trgovina na veliko se može baviti:[12]

- širokim i raznovrsnim asortimanom

[10] Grabovac, N. (2002) : Upravljanje trgovinskim poduzećima, Sarajevo, str. 116
[11] Brkanić V., i sur.,(2014): Računovodstvo poduzetnika s primjerima knjiženja, RRiF, Zagreb, str.881
[12] Grabovac, N. (2002) : Upravljanje trgovinskim poduzećima, Sarajevo str. 118

- užim asortimanom (dvije ili nekoliko skupina robe), i
- specijalnim asortimanom (jedna vrsta robe s potpunim i dubokim asortimanom)

Vrste trgovačkih poduzeća na veliko:

- Veletrgovački posrednici – samostalno obavljaju veleprodaju u svoje ime i za svoj račun. Posjeduju zalihe širokoga, specijaliziranog ili ograničenog asortimana,
- Agenti i brokeri- specijalizirani su za pojedine proizvode i kupce, ne preuzimaju rizik te nemaju pravo na robu. Brokeri povezuju kupce i prodavatelje te sudjeluju u pregovorima, dok agenti zastupaju kupce i prodavatelje te su u stalnom kontaktu između dviju strana,
- Filijale i predstavništva proizvođača i trgovaca na malo- vrše prodaju, promociju, nadzor zaliha, nabavu itd. umjesto veletrgovaca,
- Raznovrsni veletrgovci- specijalizirani su za pojedine proizvode kao što su poljoprivredne zajednice ili aukcijska poduzeća.

Jedna od osnovnih funkcija trgovine na veliko je kupnja robe od domaćeg ili inozemnog proizvođača te zatim preprodaja trgovini na malo. Pored toga veletrgovina obavlja funkcije: skladištnje, održavanje robe sposobnom za neposrednu isporuku, kvantitativna dopuna asortimana, sortiranje, klasifikacija, kalibriranje, prepakiranje. Također vrlo je važna funkcija osiguravanja kontinuirane i stabilne ponude, gdje se to nastoji ostvariti uz što niže troškove kako nebi došlo do povećanja cijena robe.

Zbog sve veće internacionalizacije i koncetracije, trgovina na veliko kao posrednik između proizvođača i trgovine na malo, se sve više preskače. Razlog tome je što veliki trgovački lanci direktno kupuju robu od proizvođača i proizvođači otvaraju vlastite prodavaonice u kojima direktno prodaju robu, često po nižim cijenama (npr. outlet centri).

2.1.2. Trgovina na malo

Zakon o trgovini definira trgovinu na malo kao kupnju robe radi daljnje prodaje potrošačima za osobnu potrošnju ili uporabu u kućanstvu, kao i profesinalnim korisnicima ako za tu prodaju nije potrebno ispunjavanje dodatnih minimalnih i drugih uvjeta propisanih posebnim propisima.[13]

[13] Brkanić V., i sur.,(2014) Računovodstvo poduzetnika s primjerima knjiženja, RRiF, Zagreb, str. 897

Jedna od osnovnih karakteristika trgovine na malo je da prati želje i potrebe potrošača te utječe na promjene njihovih potrošačkih navika. Također trgovina na malo promiče nove trendove i upoznaje potrošače sa novim proizvodima.

Trgovinu na malo može se promatrati:

- u funkcijsmom smislu
- u institucijskom smislu

U funkcijskom se smislu trgovina na malo shvaća kao gospodarska djelatnost nabave i prodaje trgovačke robe i drugih usluga za konačnog potrošača, bez obzira na to koji subjekt obavlja tu djelatnost. U institucijskom se smislu trgovina na malo odnosi na nositelje čija je gospodarska djelatnost isključivo ili pretežito trgovina na malo, a to su:[14]

- poduzeća trgovine na malo
- "pogon" trgovine na malo
- prodavaonica

Ova vrsta trgovine obavlja se u prodavaonicama te izvan njih, ako su za takav način prodaje ispunjeni uvjeti prema čl. 16. Zakona o trgovini, odnosno uvjeti propisani posebnim propisima.[15]

Klasifikacija maloprodavača prema obliku vlasništva:

- nezavisni maloprodavači
- korporacijski lanci
- ugovoreni sustavi

Pod nezavisnim maloprodavačem se podrazumjeva jedna prodavaonica u osobnom ili obiteljskom vlasništvu. Prednost takvog oblika je fleksiblnost u poslovanju, niži investicijski troškovi te motiviranost. Nedostaci su nedostatak kapitala, ograničen asortiman, nekonkurentne cijene i sl.

Korporacijski lanci se odnose na dvije ili više prodavaonica u zajedničkom vlasništvu i pod zajedničkom upravom i kontrolom. Članice lanca uglavom nude isti asortiman robe te posluju

[14] Segetlija Z.,(1999): Maloprodaja u Republici Hrvatskoj, Ekonomski fakultet, Osijek, str.8
[15] Brkanić V., i sur.,(2014): Računovodstvo poduzetnika s primjerima knjiženja, RRiF, Zagreb, str. 897

u istim prodajnim oblicima. Jedna od bitnih prednosti je mogućnost nabave velikih količina robe uz niže cijene i uštede u promociji jer se troškovi raspoređuju na sve prodavaonice u lancu.

Ugovorni sustavi predstavljaju oblik suradnje između proizvođača (dobavljača) i maloprodavača. Temeljna podjela je na horiznotalne i vertikalne markentiške sustave. Horizontalni se odnose na ugovore između maloprodavača, dok vertikalni između poduzeća na različitim razinama u trgovinskom sustavu.

Kao i kod veletrgovine, poslovanje maloprodajnog poduzeća se obavlja u tri faze: nabavljanje robe, skladištenje robe te prodaja robe. Roba se najčešće nabavlja od trgovine na veliko, direktno od proizvođača i uvoza.

Skladištenje robe može se vršiti na dva načina: [16]

a) putem centralnog skladišta gdje se vrši prikupljanje robe od raznih proizvođača i drugih dobavljača. Robe se sortiraju, grupiraju, pakiraju i dostavljaju u prodavaonice bilo u priručno skladište prodavaonice ili direktno izlažu za prodaju.
b) direktnom dostavom robe od dobavljača u prodavaonicu, s tim da sortiranje robe i njezinu dopremu do prodavaonice vrši dobavljač na osnovu naloga trgovine na malo.

Posljedna faza se odnosi na prodaju robe koja se vrši putem raznih načina prodaje koje koriste maloprodajna poduzeća (npr. osobna prodaja, samoposluga, prodaja putem kataloga, interneta, TV prodaja itd.).

Postoje razni tipovi prodavaonica, s organizacijskog gledišta imamo: klasične prodavaonice, samoposluge, mini markete, markete, supermarkete, hipermarkete, prodavaonice sa samoizborom, diskonte, komsione prodavaonice, free shop, robne kuće, trgovinske centre, kioske, automate itd. Klasifikacija određene prodavaonice ovisi o načinu i metodi prodaje te veličini prodavaonice.

Od pojma trgovine na malo valja razlikovati maloprodaju kao njoj podređen pojma, jer se radi samo o prodaji na malo (a ne i nabavi). Dakle, to je samo onaj dio trgovine na malo koji se odnosi na prodaju na malo, budući da maloprodajno poduzeće može imati nabavu organiziranu istodobno i za trgovinu na veliko (veletrgovinu). Maloprodajnom možemo označiti i prodavanje na malo koje obavljaju i netrgovinski poslovni subjekti (dakle i ono

[16] Grabovac, N. (2002) : Upravljanje trgovinskim poduzećima, Sarajevo str. 127

kada proizvođač u vlastitoj, tzv. industrijskoj prodavaonici, prodaje proizvode koje je proizveo ili kada seljak ili obrtnik prodaje na sajmu svoje proizvode pojedinačnim potrošačima).[17]

2.2. Uvjeti obavljanja trgovine

Uvjeti obavljanja djelatnosti trgovine utvrđeni su Zakonom o trgovini, ali uz to trgovinska poduzeća trebaju poštovati niz drugih Zakona i propisa kao što su:

- Zakon o računovodstvu
- Zakon i Pravilnik o PDV-u
- Zakon i Pravilnik o porezu na dobit
- MRS, posebno MRS 2 i HSFI 10 (Zalihe)
- Odluka o dopuštenom manjku s naslova kala, rasipa, kvara i loma na proizvodima u trgovini(N.N. 129/07)
- Zakon o zaštiti potrošača (N.N. 79/07., 125/07., 79/09. I 89/09.)
- Pravilima o ambalaži i ambalažnom otpadu (N.N. 97/05., 115/05., 81/08. i 156/09.)
- Pravilnik o minimalnim tehničkim i drugim uvjetima koje se odnose na prodajne objekte, opremu i sredstva u prodajnim objektima i uvjetima za prodaju robe izvan prodavanonica (N.N. 66/09)
- Zakon o eletroničkoj trgovini (N.N. 173/03., 67/08. i 36/09.)
- Kolektivni ugovor za djelatnost trgovine
- Zakon i pravilnik o porezu na dohodak

Za obavljanje djelatnosti trgovine moraju biti ispunjeni sljedeći uvjeti:[18]

- minimalni tehnički uvjeti kojima moraju udovoljavati prodajni objekti, oprema i sredstva pomoću kojih se obavlja trgovina te drugi uvjeti propisani posebnim propisom s obzirom na oblik i način obavljanja trgovine,
- opći sanitarni i zdravstveni uvjeti i uvjeti sukladni propisima o hrani kojima moraju udovoljavati prodajni objekti, oprema, sredstva i osobe koje neposredno posluju s robom, koja može utjecati na zdravlje ljudi, sukladno posebnim propisima.

[17] Segetlija Z., (1999) :Maloprodaja u Republici Hrvatskoj, Ekonomski fakultet, Osijek, str.9
[18] Prema Zakon o trgovini NN br.30/14

2.3. Koncentracija trgovine u RH

Koncentracija predstavlja proces povećanja kapitala, radne snage i proizvodnih sredstava radi postizanja veće ekonomičnosti, konkurentnosti i profitabilnosti odnosno označuje grupiranje tržišnih udjela kroz iznadproporcionalan rast jednog poduzeća.

Vrste koncentracije:[19]

a) Horizontalna
b) Vertikalna
c) Lateralna

Horizontalna se odnosi na spajanje ili pripajanje poduzeća na istoj razini marketinškog kanala (npr. Konzum kupuje Mercator), vertikalna na spajanja ili pripajanje poduzeća na različitim razinama marketinškog kanala i lateralna na spajanja ili pripajanje poduzeća iz različitih grana.

Koncentracija u trgovini podrazumjeva smanjenje ukupnog broja trgovinskih poduzeća uz istovremeni porast značaja većih poduzeća u odnosu na mala. U konačnici, dovodi do stvaranja monopola ili uskog oligopolo te je, zbog mogućeg negativnog utjecaja na tržišnu utakmicu, regulirana anititrustovskim propisima.[20]

Pojava monopola i oligopola kod trgovinskih poduzeća dovodi do tržišne neefikasnosti, koje se reflektira na više cijene proizvoda i smanjenje kvalitete proizvoda. Temeljni propis koji regulira ovu problematiku u Republici Hrvatskoj je Zakon o zaštiti tržišnog natjecanja koji uređuje ponašanje poduzeća koja imaju liderski položaj na tržištu, ne zabranjuje monopol ili oligopol već njegovu zloporabu.

Mjerenje razine koncentracije mjeri se tržišnim udjelom najvećih sudionika na tržištu. Najčešće se uzima udio četiri, pet ili deset najvećih poduzeća (npr. CR4- tržišni udio 4 najveća poduzeća).

U trgovini od 2000. godine prevladava rast poduzeća s obzirom na broj zaposlenih i ukupni prihod. Primjećuju se sve veće okrupnjivanje trgovinskih prostora te promjene u veličini poduzeća.

[19] http://web.efzg.hr/dok/TRG//bknezevic/ttp%202013/Koncentracija%20trgovine%20u%20Republici%20Hrvatskoj%20i%20odabranim%20europskim.pdf [07.07.2016.]
[20] http://web.efzg.hr/dok/TRG//mdelic/Mjerenje%20razine%20Koncentracije%20u%20trgovini.pdf [07.07.2016.]

Tablica 1: Ukupni prihod (u mlrd. kn) vodećih trgovinskih poduzeća u razdoblju od 2011-2014.

Godina	***2011***	***2012***	***2013***	***2014***
Konzum	13,36	13,5	13,39	13,45
Plodine	2,98	3,19	3,27	3,42
Lidl	2,43	2,63	3,05	3,33
Kaufland	2,41	2,53	2,76	3,03
Spar	1,91	1,97	2,03	2,21
Tommy	1,31	1,79	1,98	2,07
Billa	1,41	1,49	1,62	1,64
Studenac	1,07	1,12	1,22	1,26
KTC	1,11	1,1	1,1	1,16
Metss	0,35	0,42	0,41	0,42

Izvor: Izradio autor prema podacima *Poslovna Hrvatska*

Tablica 2: Ukupan broj zaposlenih vodećih trgovačkih poduzeća u razdoblju od 2011.-2014.

Godina	***2011***	***2012***	***2013***	***2014***
Konzum	11 725	11 437	11 130	11 886
Plodine	2 702	2 861	3 139	3 025
Lidl	1 300	1 330	1 490	1 501
Kaufland	2 278	2 438	3 024	1 657
Spar	1 658	1 693	2 023	2 642
Tommy	1 339	1 872	2 039	2 217
Billa	1 453	1277	1 471	1 459
Studenac	1 462	1 576	1 855	2 007
KTC	728	728	858	863
Metss	497	654	678	702

Izvor: Izradio autor prema podacima *Poslovna Hrvatska*

Iz gore navedenih tablica možemo zaključiti da trgovinska poduzeća imaju rastući trend ukupnih prihoda i zaposlenih, što znači i porast tržišnog udjela vodećih poduzeća. Istraživanja tržišta mješovitom robom pokazuje da top 10 trgovaca drži oko 72 % tržišta. Rast prodaje vodeći trgovački lanci ostvaruju konkurentnim cijenama i širokim asortimanom proizvoda, ali i atraktivnim lokacijama njihovih prodavaonica.

Koncentracija u Republici Hrvatskoj ima tendenciju rasta, što je posljedica ekspanzije vodećih trgovačkih lanaca, tako i udruživanja i međusobnog preuzimanja poslovnih subjekata. Procesi udruživanja i stvaranja strateških partnerstva imaju za cilj jačanja tržišne snage pojedinog poduzeća, povećavanju njihove konkurentnosti i osnaživanju pregovaračke pozicije prema dobavljaču (npr. strateški savez iz 2008. između Mercatora, Plodina i Bille ili

zajedničko društvo za nabavu NTL grupacija koje okuplja 9 hrvatskih trgovačkih kuća). Jedna od karatkeristika je jačanje manjih trgovačkih lanaca u odnosu na velike, što je dokaz jačanja tržišne utakmice između sudionika. Trgovina na malo je najpodložnija procesu koncentracije poduzeća. Upravo spomenuta koncentracija omogućila je dolazak stranih trgovačkih lanaca u RH što je dovelo do povećanja ponude proizvoda, a samim time i smanjivanje cijena proizvoda te povećanu konkuranciju. To se odrazilo negativno na domaću proizvodnju jer se asortiman velikih trgovačih lanaca uglavnom sastoji od proizvoda iz uvoza.

Događanja na hrvatskom tržištu su samo vremenski pomaknuta slika događanja koja su se dogodila na tržištu razvijenih zemalja. Stoga Hrvatska prati trendove koji se odvijaju u razvijenim zemljama, a karakterizira ih:[21]

- Sporiji rast, više segmentacije;
- Manje nacionalnih, više internacionalnih trgovaca;
- Manje prodavaonica, više prodajne površine;
- Manje zaliha, više usluga kupcima;
- Manje nezavisnih, više filijalnih trgovaca;
- Niži promet po četvornom metru prodajne površine, veće marža.

2.4. Značaj trgovine za gospodarstvo RH

Trgovina u cjelini, a posebno maloprodaja, u Republici Hrvatskoj spada među najvažnije dijelove hrvatskog gospodarstva. Preko trgovine, Republika Hrvatska se ubrzano globalizira što je posebna dimenzija njezine uloge u gospodarskom životu. Nesporna činjenica je da upravo trgovina pokazuje smjer kretanja u gospodarstvu u smislu nužnosti prilagođavanja poslovanja u odnosu na zahtjeve suvremenih svjetskih trendova.[22]

Značaj trgovine u gospodarstvu RH vidiljiv je iz sljedećih pokazatelja:

a) Doprinosa pri kreiranju BDP, udio trgovine u stvaranju BDP-a kreće se oko 10%, dakle nešto više od svake desete kune ostvareno je zahvaljujući doprinosu trgovine. Na razini EU, trgovina ima udio u BDP-u oko 11%.

[21] http://web.efzg.hr/dok/TRG//bknezevic/isut%202013/11info.pdf [08.07.2016.]
[22] http://www.mingo.hr/page/kategorija/trgovina [12.07.2016]

b) Doprinos zapošljavanju, trgovina zapošljava oko 15% ukupnog broja zaposlenih, iz čega vidimo da je trgovina značajan poslodavac za RH. Kretanja broja zaposlenih u trgovini mogu se vremenski podijeliti na dva razdoblja, odnosno na ono prije krize i poslije krize. Na razini Europske unije u razdoblju od 2003. do 2008. godine bilježio se kontinuirani trend rasta broja zaposlenih u trgovini kao i u Hrvatskoj, no intenziviranjem gospodarske krize 2009. godine, počinju se, na razini Europske unije, ali i u Hrvatskoj, bilježiti negativni trendovi koji traju sve do 2013. godine u Europskoj uniji, a u Hrvatskoj do 2014. godine, kada je pad zaustavljen. [23]
c) Udio trgovine u ukupnom broju poduzeća, više od četvrtine poduzetnika registrirano je u djelatnostima trgovine (oko 28%), Na razini EU, u trgovini posluje 5,5 milijuna subjekata, odnosno svaki je četvrti poduzetnik u Uniji registriran u djelatnosti trgovine.

S obzirom na važnost trgovine i dinamičnost tog sektora koji treba biti u funkciji i interesu cjelokupnog gospodarstva Republike Hrvatske, uspostavljen je pravni temelj u okviru kojeg se vodi računa kako o zaposlenicima tako i o potrošačima u smislu njihove opskrbljenosti robama na udaljenim i izoliranim područjima kao i robama koje su vezane uz poštivanje kulturnih i obiteljskih tradicija te potreba turista. Dakle, kod stvaranja pravnog temelja za obavljanje trgovine vodilo se računa o funkcioniranju cjelokupne društvene zajednice.[24]

Stoga iz navedenog možemo dati odgovor na istraživačko pitanje:

1. Koliko ja značajnost trgovine u gospodarstvu Republike Hrvatske?

S obzirom na to da je trgovina jedna od najvažnijih gospodarskih grana u RH, sa značajnim udjelom u BDP-u, kao drugi najveći poslodavac u kreiranju zaposlenosti, može se zaključiti da je trgovina značajna za gospodarstvo RH. Trgovina prati novonastale trendove na tržištu te im se prilagođava. Trgovcima je kroz zakonske okvire omogućeno transparentnije i jednostavnije obavljanje same djelatnosti, sve s ciljem kako bi se povećala konkurentnost, privukle nove investicije te zadovoljili sve veći zahtjevi potrošača. Pojavom koncentracije na maloprodajnom tržištu, trgovinska poduzeća postaju predmetom raznih analiza, posebno financijske analize koja pruža informacije svim zainteresiranim skupinama.

[23] www.hgk.hr [12.07.2016]
[24] http://www.mingo.hr/page/kategorija/trgovina [12.07.2016]

3. FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI I POKAZATELJI USPJEŠNOSTI

3.1. Temeljni financijski izvještaji

Sukladno Zakonu o računovodstvu, svaki poduzetnik čije je sjedište u Republici Hrvatskoj dužan je prikupljati i sastavljati knjigovodstve isprave, voditi poslovne knjige, te sastavljati financijske izvještaje na temelju donesenih propisa, poštujući pri tome standarde financijskog izvještavanja te temeljna načela urednog knjigovodstva. Zakon definira kriterije prema kojima se poduzetnici dijele na mirko, male, srednje i velike poduzetnike, prema kojima će sastavljati financijske izvještaje. Kriteriji su: ukupna aktiva, ukupni prihod i prosječan broj zaposlenih tijekom poslovne godine.

Temeljne računovodstvene pretpostavke kao teorijska osnova za interpretiranje financijskih izvještaja sukladno MRS-u su:

- pretpostavka nastanka poslovnog događaja (poslovni događaj se priznaje u trenutku nastajanja, a bilježe se u računovodstvenoj evidenciji i financijskim izveštajima tog razdoblja),
- pretpostavka kontinuiteta odnosno neograničenog vremena poslovanja, (poduzeće nema namjeru prekinuti svoje poslovanje).

Poduzetnici i pravne i fizičke osobe dužni su sastavljati godišnje financijske izvještaje u obliku, sadržaju i na način propisan Zakonom o računovodstvu. Godišnje financijske izveštaje čine: [25]

- izvještaj o financijskom položaju (bilanca)
- račun dobiti i gubitka
- izvještaj o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti
- izvještaj o novčanim tokovima
- izvještaj o promjenama kapitala
- bilješke uz financijske izvještaje

Financijski izvještaji su finalni proizvod računovodstva, a namijenjeni su unutarnjim i vanjskim korisnicima. Spomenuti financijski izvještaji su finalni proizvod financijskog računovodstva, a namijenjeni su u prvom redu vanjskim korisnicima. Financijsko

[25] http://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu [13.07.2016]

računovodstvo je dakle prvenstveno eksterno orijentirano računovodstvo. Među vanjskim korisnicima financijskih izvještaja nalaze se: sadašnji i potencijalni ulagači, kreditori, vlada, vladine organizacije, kupci, dobavljači i ostali vjerovnici, burza, profesionalne institucije, stručne udruge i tome slično. Upravo zbog toga su financijski izvještaji nositelji računovodstvenih informacija.[26]

Svaki od navedenih financijskih izvještaja predstavlja određenu cjelinu, ali između njih postoji čvrsta povezanost i međuovisnost, te se međusobno nadopunjuju. Tek kad ih zajedno promatramo i analiziramo dobit ćemo kvalitetne i relevantne podatke za donošenje zaključaka.

Cilj financijskog izvještavanja jest informiranje zainteresiranih korisnika o financijskom položaju poduzeća i o uspješnosti poslovanja. Informirati korisnike znači predočiti im sve relevantne i istodobno pouzdane informacije u obliku i sadržaju prepoznatiljivom i razumljivom osoboama kojima su namijenjene.[27]

Pri sastavljanju financijskih izvještaja treba uvažiti raznolikosti i specifičnosti pojedinih poduzeća, što će korisnicima omogućiti donošenje ispravnih odluka. Treba naglasiti da financijske izvještaje treba promatrati kao dijelove jedne cijeline, jer sam za sebe niti jedan financijski izvještaj ne pruža sve informacije koje su potrebne njihovim korisnicima. Jedan od problema postojećeg sustava financijskog izvještavanja je prekasno dobivanje informacija, razlog tome je što se izvještaji sastavljaju i objavljuju periodično, što znači da se u trenutku dobivanja informacije uglavnom više ne može bitno utjecati na postojeće stanje.

3.1.1. Bilanca

Pod financijskim položajem uobičajno se podrazumjeva stanje i međuodnos imovine, obveza i kapitala određenog poduzeća. Prema Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja elementi koji su u izravnom odnosu s mjerenjem financijskog položaja jesu sredstva (imovina), obveze i glavnica (kapital).[28]

Stoga bilancu možemo definirati kao sustavni pregled stanja imovine, obveza i kapitala u određenom vremenskom trenutku odnosno prikazuje imovinu kojom poduzeće raspolaže i obveze prema izvorima u određenom trenutku. Iz podataka koji se prikazuju u bilanci može

[26] Gulin, D., i sur. (2008), Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 47
[27] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L., (2008).: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.52
[28] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.53

se sagledati financijski sastav, likvidnost, solventnost kao i sposobnost poduzetnika da se prilagodi promjenama koje nastaju u njegovom okruženju.[29]

Kako bi mogli uspješno ocjeniti financijski položaj poduzeća nužno je poznavati osnovne bilančne kategorije kao i njihovu problematiku i način priznavanja i mjerenja. Bilanca ima dva dijela, aktivu koja se sastoji od imovine i pasivu koja se sastoji od kapitala i obveza, na temelju kojih se utvrđuje financijski položaj poduzeća. Vrlo je bitna struktura imovine, obveza i kapitala, kao i njihova međuovisnost. Stoga bilanca mora dati odgovore, između ostaloga na sljedeća pitanja: [30]

- Kakva je financijska snaga poduzeća?
- Kakva je likvidnost?
- Kakva je zaduženost poduzeća?
- Kakava je horizontalna financijska struktura, tj. u kojem je omjeru imovina financirana iz vlasitih i tuđih izvora?
- Kakav je položaj promatranog poduzeća u odnosu na prethodno razdbolje, u odnosu prema poduzećima slične djelatnosti itd.

Jedna od osnovnih karakteristika bilance je bilančna ravnoteža, što znači da aktiva mora biti jednaka pasivi. Lijeva strana bilance predstavlja aktivu, dok desna strana bilance pasivu.

AKTIVA=PASIVA

IMOVINA= KAPITAL + OBVEZE

Imovina predstavlja sve ekonomske resurse kojima se poduzeće koristi u ostvarivanju svoje djelatnosti. Da bi se neki resurs, bilo da se radi o opremi, zalihama robe, energiji itd., mogao prikazati u bilanci, treba ispuniti određene uvjete koji su u skladu s računovodstvenim propisima. Uvijete koje treba zadovoljiti su:

- da je resurs u vlasništvu poduzeća,
- da ima mjerljivu vrijednost i
- da od resursa se može očekivati neka buduća ekonomska korist.

[29] Gulin, D., i sur. (2008), Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str.48

[30] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.53

Da je resurs u vlasništvu poduzeća podrazumjeva se da je pod njegovom kontrolom, što znači da imovina koja je posuđena, neće biti prikazan u bilanci našega poduzeća, već kod poduzeća koji tu imovinu iznajmljuje. Također u bilanci se prikazuju samo one stavke kojima je moguće kvantitativno pridružiti pripadajuću vrijednost. Jedan od najčešćih problema se javlja kod nematerijalnih oblika imovine koje su dosta često podložne subjektivnim procjenama. Ukoliko resurs ima sposobnost stvaranja buduće ekonomske korisit odnosno da se sredstvo može prodati ili na bilo koji drugi način upotrijebiti u poslovnom procesu, prikazati će se u bilanci poduzeća. U suprotnome ne smije biti prikazan kao stavka imovine u bilanci.

Prema svom pojavnom obliku imovina se može podjeliti na materijalnu i nematerijalnu imovinu. Svi oblici imovine koji imaju fizički oblik (zgrade, zalihe, oprema itd.) svrstavaju se u materijalnu imovinu. Svi oblici imovine koji nisu opipljivi (patenti, lincence, zaštitini znak, koncesije itd.), a zadovoljavaju prethodno navedene uvjete, svrstavaju se u nematerijalnu imovinu.

Prema ročnosti odnosno vremenu očekivane transformacije u novčani oblik, imovinu možemo podjeliti na:

- Kratkotrajnu imovinu
- Dugotrajnu imovinu

Kratkotraju imovinu čini onaj dio ukupne imovine za koji se očekuje da će se pretvoriti u novčani oblik u vremenu kraćem od jedne godine. Tu spadaju: novac (u banci i u blagajni, potraživanja (od kupaca, zaposlenih, države itd.), financijska imovina (kratkoročni krediti, kupljeni vrijednosni papiri, dani depoziti itd.) i zalihe (sirovina i maerijala, gotovih proizvoda, robe itd.).

Dugotrajnu imovinu čini onaj dio ukupne imovine za koji se očekuje da će se pretvoriti u novčani oblik u vremenu duljem od jedne godine. Tu spadaju: materijalna imovina (zemljišta, zgrade, oprema itd.), nematerijalna imovina (patenti, licence, koncesije, goodwill itd.), financijska imovina (dugoročni krediti, depoziti, vrijednosni papiri itd.) i potraživanja (od kupaca s rokom plaćanja duljim od jedne godine, povezanih društava itd.)

Obveze i kapital spadaju u izvore imovine, svaki izvor imovine ima svoje podrijetlo, put i način pritjecanja u poduzeće. Izvori imovine su ustvari različite pravne i fizičke osobe koje

svoju imovinu ulažu u poduzeća.[31] U prvom redu to se odnosi na vlasnike poduzeća, dobavljače, banke i druge financijske institucije itd. Ovisno o tome da li je imovinu u poduzeće uložio sam vlasnik ili neki drugi subjekt, izvore imovine možemo podjeliti na: vlastite izvore (kapital) i tuđe izvore (obveze).

Prema roku dopijeća razlikujemo: [32]

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

Kratkoročne obveze čine dio ukupnih obveza za čije je podmirenje potreban rok kraći od jedne godine. To su uglavnom obveze prema dobavljačima, primljeni kratkoročni krediti, emitirani kratkoročni vrijednosni papiri. S druge strane, za podmiranje dugoročnih obveza potreban je rok duži od jedne godinu. Najčešće se radi o obvezama za primljene dugoročne kredite ili emitiranim obveznicama.

Razlika između ukupne imovine i ukupnih obveza predstavlja vlasničku glavnici odnosno kapital poduzeća. Dio imovine koji pripada vlasnicima poduzeća nakon podmirenja svih obveza.

KAPITAL= IMOVINA-OBVEZE

Stoga kapital predstavlja vrijednost koju su vlasnici uložili u poduzeće uvećanu za sve one vrijednosti koje su stvorene tijekom samog poslovanja poduzeća te koje su zadržane u poduzeća radi budući poslovnih aktivnosti.

[31] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008) : Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.58
[32] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008) : Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.59

Tablica 3: Shema bilance

AKTIVA	**PASIVA**
A :POTR. ZA UPISANI, A NEUPL. KAPITAL	A: KAPITAL I REZERVE
B: DUGOTRAJAN IMOVINA	B: DUGOROČNA REZERVIRANJA
1) NEMATERIJALNA IMOVINA	C: DUGOROČNE OBVEZE
2) MATERIJALANA IMOVINA	D: KRATKOROČNE OBVEZE
3) FINANCIJSKA IMOVINA	E: ODGO. PLAĆANJE TROŠKOVA
4) POTRAŽIVANJA	
C: KRATKOTRAJAN IMOVINA	
1) ZALIHE	
2) POTRAŽIVANJA	
3) FINANCIJSKA IMOVINA	
4) NOVAC	
D: PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZ.	
E: GUBITKA IZNAD VISINE KAPITALA	

Izvor: izrada autora prema *Zakonu o računovodstvu*

3.1.2. Račun dobiti i gubitka

Račun dobiti i gubitka ili izvještaj o dobiti jedan je od temeljnih financijskih izvještaja opće namjene koji pruža informacije o uspješnosti poduzetnika raznim korisnicima prilikom donošenja poslovnih odluka. Račun dobiti i gubitka sadržava odnosno obuhvaća prihode, rashode, dobit i gubitak ostvaren tijekom određenog obračunskog razdoblja.[33]Sastavlja se na temelju podataka iz računa glavne knjige u kojima se evidentiraju prihodi i rashodi.

Prihodi i rashodi promatraju se kroz njihov utjecaj na povećanje ili smanjenje ekonomske koristi.

[33] Gulin, D., i sur. (2008) : Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str.58

Prihodi nastaju kao posljedica povećanja imovine ili smanjenja obveza i to onog dijela koji će poslije utjecati na promjenu u visini (povećanju) kapitala.[34] Razlozi koji utječu na povećanje imovine ili smanjenje obveza mogu biti iz redovitih poslovnih aktivnosti kao što je realizacija prodaje proizvoda ili usluga. Redovni prihodi ostvaruju se prodajom proizvoda ili usluga, ovisno o prirodi poslovanja poduzeća. Takva vrsta prihoda ima najznačjniji udio u strukturi ukupnih prihoda. Prihod je jednak prodajnoj vrijednosti realiziranih proizvoda ili usluga (bez PDV-a). U ovu skupinu spadaju i financijski prihodi, ukoliko poduzeće ulaže višak novca u vrijednosne papire kao što su dionice ili obveznice ili ako se posudi novac drugome poduzeću, ima pravo na određenu naknadu u obliku kamata ili dividendi. Upravo takve naknade se tretiraju kao financijski prihod. Uz to pozitivne tečajne razlike također spadaju pod financijske prihode. U prihode spadaju i dobitci od društava povezanih sudjelujućim interesima i zajedničkim pothvatima.

S druge strane, rashodi nastaju kao posljedica smanjenja (trošenja) imovine ili povećanja obveza, što za posljedicu ima smanjenje kapitala poduzeća.Redovni rashodi nastaju kao posljedica obavljanja redovne djelatnosti poduzeća. Sama struktura redovnih rashoda ovisi o vrsti djelatnosti koju obavlja poduzeće. U ovu skupinu spadaju i financijski rashodi koji se uglavnom javljaju kao posljedica korištenja tuđih izvora financiranja. To se odnosi na kamate koje poduzeće mora isplatiti kao naknadu raznim kreditorima kao što su banke i druge financijske institucije, druga poduzeća itd. Negativne tečajne razlike također se uključuju u financijske rashode. U rashode spadaju i gubitci od društava povezanih sudjelujućim interesima i zajedničkim pothvatima.

Razlika između prihoda i rashoda utječe na povećanje ili smanjenje kapitala. Ukoliko su prihodi poduzeća veći nego rashodi, tada je ostvaren pozitivan financijski rezultat odnosno dobit tekuće godine. Obratno, ukoliko su prihodi poduzeća manji nego rashodi, tada je ostvaren negativan financijski rezultat odnosno gubitak tekućeg razdoblja.

PRIHODI-RASHODI= FINANCIJSKI REZLTAT

PRIHODI > RASHODI= DOBIT

PRIHODI<RASHODI=GUBITAK

[34] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.70

Na kraju obračunskog razdoblja utvrđuje se financijski rezultat, koji se potom iskazuje u pasivi bilance, kao povećanje ili smanjenje kapitala.

Tablica 4: Shema Računa dobiti i gubitka

RAČUN DOBITI I GUBITKA
A: POSLOVNI PRIHODI
B: POSLOVNI RASHODI
C: FINANCIJSKI PRIHOD
D: FINANCIJSKI RASHOD
E: FINANCIJSKI RASHODI
F: UDIO U DOBITI OD DRUŠTVA POVEZANIH SUDJELUJUĆIM INTERSOM
G: UDIO U DOBITI OD ZAJEDNIČKOG POTHVATA
H: UDIO U GUBITKU OD DRUŠTVA POVEZANIH SUDJELUJUĆIM INTERSOM
I: UDIO U GUBITKU OD ZAJEDNIČKOG POTHVATA
J: UKUPNI PRIHODI
K: UKUPNI RASHODI
L: DOBIT ILI GUBITKA PRIJE OPOREZIVANJA
M: POREZA NA DOBIT
N: DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA

Izvor: Izradio autor prema *Zakonu o računovodstvu*

3.1.3. Izvještaj o novčanom toku

Izvještaj o novčanom toku je financijski izvještaj koji pruža podatke o novčanim priljevima i odljevima, kako bi se osigurale informacije o uspješnosti poduzeća u upravljanju novčanim sredstvima. Poduzeće novac koristi za nabavu imovine i za prodaju svojih proizvoda stoga nije ni čudo da vlasnike poduzeća, pa i ostale korisnike, zanima odakle poduzeću stiže taj novac i na koji se način troši. Upravo radi tih razloga potrebno je sastavljati izvještaj koji govori o izvorima i uporabi novca.

Za razliku od računa dobiti i gubitka, gdje se prihodi i rashodi priznaju sukladno temeljnoj računovodstvenoj pretpostavci nastanka događaja, izvještaj o novčanom toku prikazuje podatke o primitcima i izdacima novca, koji se vode prema načelu blagajne, što znači da se primici bilježe tek nakon što su naplaćeni, odnosno izdaci nakon što su plaćeni.

U cilju razumjevanja izvještaja i načina sastavljanja nužno je definirati osnovne pojmove.

Pod pojmom novca se podrazumjeva novac u blagajni i na računima tvrtke (depoziti po viđenju), dok se novčanim ekvivalentima smatraju sva kratkoročna, visoko likvidna ulaganja koja se mogu brzo zamjeniti u poznate iznose novca, a da pri tome ne nose značajni rizik zbog promjene vrijednosti. Tipični primjeri novčanih ekvivalenata su kratkoročne državne obveznice, komercijalni zapisi i vrijednosni papiri s rokom dospijeća kraćim od 90 dana. Novčani tokovi predstavljaju priljeve i odljeve novca i novčanih ekvivalenata, dok se novčanim tokovima ne smatraju promjene između stavki novca i novčanih ekvivalenata (jer one predstavljaju element politike upravljanja novcem).[35]

Novčane tokove možemo podjeliti na :

1. novčane tokove iz poslovnih aktivnosti, odnose se na glavne aktivnosti poduzeća koje stvaraju prihod,
2. novčane tokove iz investicijskih aktivnosti, sve aktivnosti vezane uz promjene dugotrajne imovine,
3. novčane tokove iz financijskih aktivnosti, sve aktivnosti koje su vezane uz samo financiranje poslovanja, odnosno promjene u strukturi obveza i kapitala.

Izvještaj o novčanom toku, prema MRS-u 7, može se izraditi putem dviju metoda:

- Direktna metoda iskazivanja podrazumjeva objavljivanje glavnih skupina bruto novčanih primitaka i izdataka pri čemu je potrebno iskazati sve novčane primitke i izdatke za poslovne, investicijske i financijske aktivnosti te prikazati rezultat promjene novca u neto iznosu,
- Indirektna metoda iskazivanja podrazumjeva da se neto gotovinski tijek izračunava na način da se dobitak ili gubitak nakon poreza usklađuje za sve transakcije nenovčane prirode te prihode i rashode vezane za financiranje novčanog tijeka.

[35] Aljinović Barač, Ž., (2014): *Računovodstvo novčanih tijekova*, nastavni materijali s predavanja, Ekonomski fakultet Split, ak. godina 2015./2016

Tablica 5: Shema aktivnosti novčanog toka

	Primici	***Izdaci***
POSLOVNE AKTIVNOSTI	-prodaja robe i usluga	-isplate dobavljalima
	-provizije	-isplate zaposlenima
	-primljene kamate	-plaćeni porezi
	-primljene nakn.šteta	-plaćene premije osiguranja
INVESTICIJSKE AKTIVNOSTI	-prodaja dugotraje imovine	-kupnja dugotrajne imovine
	-prodaja dionica	-kupnja dionica
	-povrat danih kredita	-dani krediti
FINANCIJSKE AKTIVNOSTI	-emisija dionica	-otkup vlastitih dionica
	-primljeni krediti	-otplate kredita

Izvor: Izradio autor

3.1.4. Izvještaj o promjeni kapitala

Promjene u kapitalu koje su se dogodile između dva datuma bilance, najčešće između tekuće i prethodne godine, ukazuju na povećanje ili smanjenje kapitala koje se dogodi u toku promatranog razdoblja. Ovaj izvještaj pokazuje promjene koje su nastale u svim dijelovima kapitala.[36]

Bitno je naglasiti da promjene u kapitalu mogu nastati iz više razloga, ali kvaliteta tih promjena nije ista. Značajna je razlika u kvaliteti promjene ukoliko se kapital povećao kao rezultat pozitivnog poslovnog rezultat ili ako je rezultat toga povećanja, revalorizacija kapitala.

Ukupni kapital možemo raščlaniti na:

1. Upisani kapitala
2. Premije na emitirane dionice
3. Revalorizacijska rezerva
4. Rezerve (zakonske, za vlastite dionice, statutarne, ostale)
5. Zadržana dobiti ili preneseni gubitak
6. Dobit ili gubitak tekuće godine

[36] Gulin, D., i sur. (2008): Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str.63

Najznačajnija stavka ukupnog kapitala je zadržana dobit. Iznos zadržane dobiti se povećava ukoliko se ostvari dobit iz poslovanja, a smanjuje se ukoliko se ostvari gubitka iz poslovanja te za iznos isplaćenih dividendi, ovisno o politici poduzeća.

3.1.5. Bilješke uz financijske izvještaje

Pored osnovnih financijskih izvještaja, postoji niz dodatnih izvještaja. Jedan od njih su bilješke uz financijske izvještaje koje za cilj imaju dodatno pojasniti strukturu, vrijednost i obilježja nekih pozicija u tim izvještajima. Bilješke trebaju sadržavati sve one informacije koje se direktno ne vide iz temeljnih izvještaja, a nužne su za njihovo razumjevanje i ocjenu poslovanja. Sastavljanje i prezentiranje dodatnih informacija u formi bilješki pridonosi kvaliteti i upotrebljivnosi računovodstvenih informacija.[37]

3.2. Temeljni financijski pokazatelji

Analiza putem pokazatelja predstavlja postupak utvrđivanja veza između različitih pozicija bilance, računa dobiti i gubitka i izvještaja o novčanom toku. Promatramo ih kao nositelje informacija čiji je zadatak stvoriti informacijsku podlogu potrebnu za donošenje racionalnih odluka, u prvom redu vezano za investiranje. Pokazatelj je racionalni ili odnosni broj, što podrazumijeva da se jedna ekonomska veličina stavlja u odnos (dijeli) s drugom ekonomskom veličinom. Sasvim je jasno da nema smisla dovoditi u vezu bilo koje dvije ekonomske veličine pa se u tom kontekstu može govoriti o preduvjetima ispravnosti pokazatelja.[38] Ukoliko odnosom brojnika i nazivnika nije moguće opisati pojavu, tada takav dobiven broj ne predstavlja pokazatelj.

Standarde za analizu financijskih izvještaja teško je precizno utvrditi. Važno je za interne i eksteren korisnike, a posebno interne, koji donose odluke, da procijenu da li su pokazatelji koji su utvrdii povoljni ili nepovoljni, adekvatni ili neadekvatni, površni ili sveobuhvatni. Najčešće se za uspoređivanje koriste tri standarda:[39]

a) Empirijska mjerila,
b) Ranija uspješnost poduzeća i
c) Granske norme.

Izračunati pokazatelji, neovisno o kojim pokazateljim se radi, sami za sebe ne govore puno. Kako bi mogli donijeti kvalitetan sub o tome jesu li izračunati pokazatelji zadovoljavajući ili

[37] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.89
[38] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.243
[39] Vujević, I. (2003): Financijska analiza, Ekonomski fakultet Split, Split, str.112

ne, potreno ih je usporediti s određenim standardnim veličinama. Najčešće korištene standardne veličine tih pokazatelja jesu:[40]

1. planirani pokazatelj za razdoblje koje se analizira,
2. kretanje veličine određenog pokazatelja tijekom određenog vremena u istom, poduzeću
3. velična tog pokazatelja u sličnom poduzeću koje pripada istoj grupaciji i
4. prosječna vrijednost određenog pokazatelja ostalih poduzeća koja pripadaju istoj grupaciji

Analiza financijskih izvještaja putem pokazatelja vrlo je bitna s aspekta vlasnika poduzeća, oni su zainteresirani za profitabilnost poduzeća, kako za tekuću tako i dugoročnu. Menadžment poduzeća zainteresiran je za sve aspekte financijske analize jer mora osigurati financijsku stabilnost poduzeća. Također mora osigurati i profitabilnost poduzeća kako bi se mogle podmiriti sve obveze i isplatile sve naknade vlasnicima poduzeća, ali i moraju osigurati odgovarajući iznos zadržane dobiti kako bi poduzeće moglo nastaviti s investiranjem i razvojem poslovanja. Zajmodavci se uglavnom brinu o sposobnosti poduzeća da vrati dug odnosno glavnicu i kamate. Zaposlenike i državne institucije zanima sigurnost zaposlenja, sposobnost isplate plaća, naplata poreza, zadovoljenje socijalnih obveza i ostalo.

Financijske pokazatelje vrlo je jednostavno izračunati, no intepretacija i razumijevanje dobivenih infomacija je daleko složenije. Kako bi se moglo što kvalitetnije ocijeniti poslovanje poduzeća potrebno ih je usporediti s pokazateljima iz prethodnih godina, s ciljem utrđivanja trenda kretanja odabranih pojava, ili usporediti ih s prosjekom industrije u kojoj posluje poduzeće.

Financijske pokazatelje možemo razvrstati u nekoliko skupina:

- Pokazatelji likvidnosti
- Pokazatelji zaduženosti
- Pokazatelji aktivnosti
- Pokazatelji ekonomičnosti
- Pokazatelji profitabilnosti
- Pokazatelji investiranja

[40] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.247

Dobro upravljanje podrazumijeva da su u poslovanju zadovoljena dva kriterija:

a) Kriterij sigurnosti
b) Kriterij uspješnosti

U tom kontekstu pokazatelji likvidnosti i zaduženosti mogu se smatrati pokazateljima sigurnosti poslovanja, tj. pokazateljima koji opisuju financijski položaj poduzeća. Pokazatelji ekonomičnosti, profitabilnosti i investiranja, zapravo su pokazatelji uspješnosti (efikasnosti) poslovanja. Suprotno tome, pokazatelji aktivnosti mogu se smatrati i pokazateljima sigurnosti i pokazateljima uspješnosti.[41]

3.2.1. Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost možemo definirati kao sposobnost poduzeća da u kratkom roku podmiri svoje tekuće obveze, dok solventnost možemo definirati kao sposobnost poduzeća da u roku udovolji svojim dugoročnim obvezama. Stoga likvidnost se često naziva i kratkoročna solventnost.

Izračun likvidnost je vrlo važan, pogotovo vlasnicima i novim potencijalnim ulagačima, jer pruža informacije o održivosti poslovanja poduzeća. Ako poduzeće ima dobru likvidnost manji će biti rizik od financijskih problema uzrokovanih manjkom likvidnih sredstava. Likvidna sredstva su sredstva koja se vrlo lako mogu iz materijalnog oblika pretvoriti u novčani oblik i obratno. Vrlo je važno da poduzeće bude likvidno, kako bi moglo na vrijeme podmiriti sve svoje obveze. ako poduzeće ostane bez gotovine, mogu se javiti financijske poteškoće, u prvom redu blokada računa.

Svi pokazatelji likvidnosti se računaju na temelju podataka iz bilance. Način njihovog izračuna možemo prikazati u tablici 6:

Tablica 6: Pokazatelji likvidnosti

Pokazatelji	**Način izračuna**
Koeficijent trenutne likvidnosti	Novac / Kratkoročne obveze
Koeficijent ubrzane likvidnosti	Novac + Potraživanja / Kratkoročne obveze
Koeficijent tekuće likvidnost	Kratkotrajna imovina / Kratkoročne obveze

[41] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.245

Koeficijent financijske stabilnosti	Dugotrajna imovina / Kapital + Dugoročne obveze

Izvor: izradio autor

Koeficijent trenutne likvidnosti pokazuje sposobnost poduzeća za trenutačno podmirenje obveza odnosno pokazuje koliki postotak tekućih obveza može se podmiriti odmah, iz trenutno raspoloživih novčanih sredstava.Ovaj koeficijent ne bi trebao biti manje od 0,10 (10%). Korisnik informacija o likvidnosti treba biti oprezan prilikom korištenja podataka dobivenih ovim pokazateljem. Primjerice, na dan kada je izračunat ovaj pokazatelj stigla je značajna uplata na žiro-račun, to korisnika može dovesti u zabludu, jer će vrijednost pokazatelja biti relativno visoka, što dovodi do zaključka da poduzeće nema problema s likvidnošću, što ne mora biti tako.

Koeficijent ubrzane likvidnosti odnosno sporija unovčenost zaliha u odnosu na ostatak kratkotrajne imovine, sugerira njihovo isključivanje u izračunu pokazatelja likvidnosti, prema tome pokazatelj ukazuje na sposobnost tvrtke da iz brze kratkotrajne imovine podmiri svoje kratkoročne obveze. Izračunava se na način da se kratkotrajna imovina umanjuje za vrijednost zaliha te se stavlja u odnos s kratkoročnim obvezama. Njegova vrijednost treba biti minimalno 1, što znači da zbroj novca i potraživanja ne bi trebao biti manji od kratkoročnih obveza. Idealna vrijednost utvrđena na temelju iskustva iznos 1, odnosno omjer 1:1, što ukazuje da je poduzeća u stanju na vrijeme udovoljiti svim tekućim obvezama. Vrijednost pokazatelja ovisi o grani industrije.

Koeficijent tekuće likvidnosti ukazuje na sposobnost tvrtke da iz kratkotrajne imovine podmiri kratkoročne obveze. On bi trebao biti veći od 2, što znači da kratkotrajna imovina mora biti bar dvostruko veća od kratkoročnih obveza, kako tvrtka ne bi zapala u probleme nelikvidnosti. Idealna vrijednost odnosno kontrolna mjera utvrđena na temelju iskustva iznosi 2.00, odnosno omjer 2:1. Vrijednost pokazatelja između 1.00 i 2.00 ukazuje na upitnu likvidnost tvrtke, dok se kritičnom vrijednošću smatra koeficijent manji od 1.00. Niska vrijednost pokazatelja ukazuje na potrebu povećanja nekog od oblika kratkotrajne imovine ili smanjenje nekog od oblika kratkoročnih obveza.

Koeficijent financijske stabilnosti stavlja u odnos dugotrajnu imovinu i kapital uvećan za dugoročne obveze. Vrijednost ovog pokazatelja mora biti manja od 1, jer poduzeće dio svoje kratkotrajne imovine mora financirati iz kvalitetnih dugoročnih izvora odnosno iz radnog

kapitala. Radni kapital predstavlja razliku između kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza. Što je vrijednost ovog pokazatelja manja, to je likvidnost i financijska stabilnost poduzeća veća.

3.2.2. Pokazatelji zaduženosti

Pokazatelji zaduženosti prikazuju koliko je imovine financirano iz vlastitog kapitala te koliko je imovine financirano iz tuđeg kapitala odnosno obveza. Također pokazuju strukturu kapitala i putove kojima poduzeće financira svoju imovinu te određuju stupanj korištenja financijskih sredstava za koje se poduzeće zadužilo. Poduzeća koja imaju visoki stupanja zaduženosti gube financijsku fleksibilnost i mogu imati problem pri pronalaženju novih investitora, a mogu se suočiti i s rizikom bankrota. Treba naglasiti da zaduženost nije nužno loša, naime, ako je stupanja zaduženosti pod kontrolom te ako se posuđena sredstva koriste na pravi način, zaduženost može rezultirati porastom povrata na investirano.

Pokazatelji zaduženosti računaju se na temelju podataka iz bilance te oni odražavaju statičku zaduženost. Možemo ih prikazati u tablici 7 :

Tablica 7: Pokazatelji zaduženosti

Pokazatelji	**Način izračuna**
Koeficijent zaduženosti	Ukupne obveze / Ukupna imovina
Koeficijent vlastitog financiranja	Kapital / Ukupna imovina
Odnos duga i glavnice	Ukupne obveze / Kapital
Stupanj pokrića I	Kapital / Dugotrajan imovina
Stupanja pokrića II	Kapital + Dugoročne obveze / Dugotrajana imovina

Izvor: Izradio autor

Koeficijent zaduženosti pokazuje do koje mjere poduzeće koristi zaduživanje kao oblik financiranja odnosno koliki je postotak imovine nabavljan zaduživanjem. Što je veći odnos duga i imovine, veći je rizik da poduzeće neće biti u mogućnosti vratiti dug. Idealna vrijednost odnosno kontrolna mjera utvrđena na temelju iskustva iznos 0,5 odnosno 50 %. Prihvatljivi rizik smatra se i kad se 2/3 imovine financira iz tuđih izvora.Visoka vrijednost ovoga pokazatelja ukazuje, da postoji veliki rizik da će podzeće morati platiti visoke troškove kamata.

Koeficijent vlastitog financiranja pokazuje do koje mjere poduzeće koristi vlastite izvore kao oblik financiranja poslovanja. Idealna vrijednost ovog pokazatelja je kao i kod koeficijent zaduženosti 0,5 odnosno 50 %. Također prihvatljiva razina samofinanciranja je 1/3 ukupne imovine. Poželjno je da vrijednost ovog pokazatelja bude što veća.

Odnos duga i glavnice predstavlja odnos dugova ili ukupnih obveza poduzeća i njegova vlastitog kapitala, odnosno vlasničke glavnice poduzeća. Ovaj pokazatelj raste brže s porastom dugova u strukturi kapitala. Povezan je s konzervativnim kriterijem određivanja granice zaduživanja poduzeća, tzv. pravilom 1:1, što znači da je maksimalan iznos obveza koje može koristi neko poduzeća upravo veličina njegove glavnice. Kako bi se bolje istaknuo rizik, kapital se može procjenjivati na temelju tržišne vrijednosti. Problem kod procjene tržišne vrijednosti je realnost procjene. Stoga najčešće se uzima u obzir knjigovodstvena vrijednost kapitala odnosno vlasničke glavnice.

Stupanj pokrića I i II nalaže ročnu usklađenost dijelova aktive i pasive odnosno zahtjeva financiranje dugotrajne imovine iz dugoročnih izvora, bilo vlastitih ili tuđih. Govore o pokriću dugotrajne imovine kapitalom odnosno kapitalom uvećanom za dugoročne obveze. Vrijednost pokazatelja stupnja pokrića I ne bi trebala prelaziti vrijednost 1. Što je vrijednost niža od 1 to je pokazatelj bolji. Kod stupnja pokrića II poželjno da vrijednost pokazatelja bude veća od 1, što znači da je dio dugoročnih izvora iskorišten za financiranje kratkotrajne imovine.

3.2.3. Pokazatelji aktivnosti

Pokazatelji aktivnosti nazivaju se još i koeficijenti obrtaja. Pomoću pokazatelja aktivnosti utvrđuje se koliko se efikasno koriste resursi društva u poslovnom procesu. Istovremeno, navedeni pokazatelji prikazuju kako brzo imovina cirkulira u poslovnom procesu. Najčešće se koeficijenti obrtaja računaju za ukupnu imovinu, kratkotrajnu imovinu i potraživanja.

Pokazatelji aktivnosti računaju se na temelju podataka iz bilance i računa dobiti i gubitka. Možemo ih prikazati u tablici 8 :

Tablica 8: Pokazatelji aktivnosti

Pokazatelji	**Način izračuna**
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	Ukupni prihod / Ukupna imovina
Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine	Ukupni prihod / Kratkotrajna imovina

Koeficijent obrtaja zaliha	Prihod pod prodaje / Stanje zaliha
Dani vezivanja zaliha	365 / Koeficijent obrtaja zaliha
Koeficijent obrtaja potraživanja	Prihod od prodaje / Potraživanja
Trajanje naplate potraživanja u danima	365 / Koeficijent obrtaja potraživanja
Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima	Trošak prodane robe / Obveze prema dobavljačima
Dani vezivanja obveza	365 / Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima

Izvor: Izradio autor

Osim navedenih pokazatelji, koji predstavljaju osnovne pokazatelje aktivnosti, moguće je izračunati niz drugih pokazatelja koeficijenta obrtaja. Primjerice, koeficijent obrtaja ukupnih zaliha ili pojedinih vrsta zaliha. Također, moguće je računati koeficijente obrtaja potraživanja za svakog pojedinog kupca kao i za svakog pojedinog dobavljača. Ako je poznat koeficijent obrtaja, moguće je izračunati prosječne dane vezivanja sredstava. Pritom je važno naglasiti da je s aspekta sigurnosti i s aspekta uspješnosti bolje da je koeficijent obrta što veći broj, tj. da je vrijeme vezivanja ukupne i pojedinih vrsta imovine što kraće.[42]

Koeficijent obrtaja ukupne imovine pokazuje koliko puta se ukupna imovina poduzeća obrne u tijeku jedne godine odnosno koliko poduzeće uspješno koristi imovinu s ciljem stvaranja prihoda. Najčešće korišten pokazatelj koji izražava veličinu imovine potrebne za postizanje određene razine prodaje ili kune iz prodaje koje donosi svaka kuna imovine.

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine pokazuje koliko puta se kratkotrajna imovina poduzeća obrne u tijeku jedne godine odnosno mjeri efikasnost kojom poduzeće rabi kratkotrajnu imovinu za stvaranja prihoda.

Koeficijent obrtaja zaliha pokazuje koliko se puta zalihe obrnu u tijeku jedne godine. Za izračun se može koristiti prosjek zaliha na početku i na kraju razdoblja ili samo zalihe s kraja razdoblja. Umjesto prihoda od prodaje može se koristiti i trošak prodanih proizvoda. Na temelju tog koeficijenta moguće je utvrditi dane vezivanja zaliha koje pokazuju vrijeme potrebno da se kuna utrošena za nabavu pretvori u kunu sadržanu u prihodima od prodaje.

[42] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.252

Koeficijent obrtaja potraživanja stavlja u odnos prihod od prodaje sa stanjem potraživanja. Na temelju tog koeficijenta moguće je utvrditi prosječno trajanje naplate potraživanja te je moguće računati koeficijente obrta potraživanja za svakog pojedinog kupca. Trajanje naplate potraživanja pokazuje vrijeme potrebno da se potraživanja pretvore u novac. Može se računati na kvartalnoj (91) ili godišnjoj osnovi (365).

Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima stavlja u odnos trošak prodane robe sa stanjem obveza prema dobavljačima. Pokazuje koliko puta se prosječno godišnje plaćaju obveze prema dobavljačima. Isto kao i kod koeficijent obrtaja potraživanja može se utvrditi broj dana vezivanja obveza, koji prikazuje vrijeme koje je potrebno da se podmire obveze prema dobavljačima.

3.2.4. Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji ekonomičnosti mjere odnos prihoda i rashoda i pokazuju koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda. Ako je vrijednost pokazatelja manja od 1, to znači da poduzeće ostvaruje gubitak.

Svi pokazatalji ekonomičnosti se izračunavaju na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka. Pokazatelje i način njihovog izračuna možemo prikazati u tablici 9 :

Tablica 9: Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji	**Način izračuna**
Ekonimičnost ukupno poslovanja	Ukupni prihodi / Ukupni rashodi
Ekonomičnost poslovanja	Prihod od prodaje / Rashodi prodaje
Ekonomičnost financiranja	Financijski prihodi / Financijski rashodi
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	Izvanredni prihod / Izvanredni rashodi

Izvor: Izradio autor

Ovisno o veličini koeficijenata, poslovanje poduzeća može biti ekonomično, neekonomično ili na granici ekonomičnosti i to:

- ako su ostvareni prihodi veći od rashoda tada je koeficijent veći od 1 (E >1) = poslovanje ekonomično,
- ako su ostvareni rashodi veći od prihoda tada je koeficijent manji od 1 (E<1) = poslovanje neekonomično,

- ako su ostvareni prihodi jednaki rashodima tada je koeficijent (E =1) = poslovanje na granici ekonomičnosti

3.2.5. Pokazatelji profitabilnosti

Pokazatelji profitabilnosti su odnosi koji povezuju profit s prihodima od prodaje i investicijama, a ukupno promatrani pokazuju ukupnu učinkovitost poslovanja poduzeća. Analiza profitabilnosti predstavlja jednu o najvažnijih financijskih analiza poslovanja poduzeća. Oni mjere sposobnost poduzeća da ostvari određenu razinu dobiti u odnosu prema prihodima, imovini ili kapitalu.

Pokazatelji profitabilnosti izračunavaju se na temelju podatak iz bilance i računa dobiti i gubitka. Možemo se ih prikazati u tablici 10:

Tablica 10: Pokazatelji profitabilnosti

Pokazatelji	**Način izračuna**
Profitna marža	Dobit / Prihod od prodaje
Stopa povrata imovine (ROA)	Neto dobit / Ukupna imovina
Stopa povrata kapitala (ROE)	Neto dobit / Vlastiti kapital

Izvor: Izradio autor

Profitna marža pokazuje koliko dobiti se ostvaruje u ukupnim prihodima odnosno predstavlja povrat na ostvareni prihod. Razlikujemo neto maržu profita od bruto marže profita. Temeljna razlika je u obuhvatu poreza u brojniku pokazatelja. Ako se usporede ova dva pokazatelja, tada usporedba govori o tome koliko relativno u odnosu na ostvareni ukupni prihod iznosi porezno opterećenje.[43] Pri izračunavanju profitne marže možemo koristiti različite veličine tj. pozicije dobiti, stoga postoje različite kategorije profitne marža kao što su bruto profitna marža, operativna profitna marža, profitna marža prije oporezivanja, neto profitna marža i marža neto preostalog profita.

Stopa povrata na imovinu (ROA) predstavlja povrat od uložene imovine i indikator uspješnosti korištenja imovine u stvaranju dobiti. Odnosi se na dobiti koju poduzeće generira iz jedne novčane jedinice imovine. Izračunava se tako da u brojniku koristimo neku od veličina koje odražavaju povrat (neto dobit, bruto dobit ili bruto dobit uvećanu za iznos plaćeni kamata) i podijelimo s vrijednošću ukupne imovine. Što je niža dobit po novčanoj

[43] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L.,(2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.253

jedinici imovine, viši je stupanja intezivnosti imovine, što zahtjeva i više investiranja u poslovanje kako bi se ostvarila dobit. Poželjna vrijednost ovog pokazatelja je oko 6 %. Ako stopu povrata na imovinu usporedimo s kamatnom stopom, može se zaključiti isplati li se tvrtki zaduživati ili ne. Ako je ROA veća od kamatne stopa tada se poduzeću isplati uzeti kredit i obratno.

Stopa povrata na kapital (ROE) predstavlja povrat od uloženog vlastitog kapitala i pokazuje koliko novčanih jedinica dobiti poduzeće ostvaruje na jednu jedinici vlastitog kapitala. Izračunava se tako da u brojniku koristimo neku od veličina koje održavaju povrat (neto dobit, bruto dobit ili bruto dobit uvećanu za iznos plaćenih kamata) i podijelimo s vrijednošću vlastitog kapitala. Obično se smatra da je ROE od 15 % prosjek za dobro poduzeće.

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJA NA TEMELJU ODABRANIH TRGOVINSKIH PODUZEĆA

4.1. Odabrana trgovinska poduzeća

KONZUM d.d.

Konzum[44] je vodeći trgovački lanac u Hrvatskoj sa 700 prodavaonica u kojima svakodnevno kupuje više od 650 000 kupaca. Osim maloprodajnog poslovanja Konzum intezivno razvija i veleprodaju sa 19 Velpro veleprodajnih centara. Konzum svoje poslovanje temelji na razumijevanju potreba svojih kupaca kroz ljubaznu uslugu, ugodnu kupnju, najkvalitetniju ponudu po najpovoljnijim cijenama te uvijek nove i inovativne usluge i ponude. Konzumova misija je pružiti svim kupcima najbolju vrijednost za novac kroz zadovoljstvo kupnje te pomno izabran asortiman kvalitetnih roba s naglaskom na svježe, zdravo i domaće. Pri tom se u ukupnoj ponudi svježeg asortimana posebno ističe ponuda voća i povrća, mlijeka i mesa – domaćeg, kontroliranog porijekla, ribe i morskih plodova, pekarskih proizvoda i gotovih jela. Konzum je uspješno razvio i program trgovačke marke K plus koja uživa najveću popularnost među potrošačima u Hrvatskoj. Ponuda Konzumove trgovačke marke segmentirana je na način da kvalitetno odgovara na želje i potrebe kupaca kroz nekoliko podkategorija – Standard, K plus i Volim najbolje.

Konzum je u suradnji sa partnerima pokrenuo i prvi koalicijski program nagrađivanja vjernosti – Multipluscard, a koji će svim kupcima omogućiti još više usluga, nagradnih bodova, pogodnosti i ušteda na više od 2.000 prodajnih mjesta u Hrvatskoj kao i u inozemstvu. Ovaj koalicijski program po prvi puta u Hrvatskoj svojim korisnicima omogućuje ostvarivanje nagradnih bodova od više partnera samo jednom kupnjom.

Svoj uspjeh Konzum gradi na stalnoj komunikaciji s kupcima, prepoznavanju njihovih želja i potreba te neprestanom prilagođavanju svog poslovanja najnovijim svjetskim trendovima.

Konzum je ponosan i na vodeće mjesto u segementu inovacije, uvođenja novih tehnologija i usluga za sve svoje kupce, budući da u različite segmente svog poslovanja kontinuirano uvodi najmodernije maloprodajne standarde.

[44] https://www.konzum.hr/O-Konzumu/Opce-Informacije [03.08.2016.]

PLODINE d.d.

Tvrtka Plodine d.d.[45] osnovana je 1993. godine u Rijeci gdje je i otvoren prvi prodajni centar koji je bio specifičan zbog širokog asortimana proizvoda, davanja prednosti hrvatskim proizvodima i izuzetno povoljnim cijenama.

Razvoj Plodina nastavljen je u smislu novih otvorenja prvobitnim širenjem na lokalnoj razini. Prava ekspanzija širenja izvan regije započinje 2000. godine otvorenjima unificiranih supermarketa suvremenog izgleda u skladu sa europskim standardima, koji osim bogate asortimanske ponude daju i osjećaj ugodne kupovine.

Kvalitetu i kvantitetu ponude u supermarketima nastoje prilagoditi interesima i potrebama kupaca s naglaskom na svježem mesu i svježem voću i povrću te proizvodima hrvatskih proizvođača. Uvođenjem proizvoda robne marke Plodine potvrdili su uspješno poslovanje i suradnju s domaćim proizvođačima.

Danas, sa 75 supermarketa diljem Hrvatske sa sigurnošću možemo reći da su Plodine jedan od najjačih lanaca supermarketa u regiji, a svoju poziciju nastoji zadržati kontinuiranim ulaganjem, kako otvaranjem novih prodajnih centara tako i u konstantnoj edukaciji zaposlenika i unapređenju prodaje prema najvišim tržišnim zahtjevima.

Još od osnivanja tvrtke Plodine d.d. vizija je uvijek bila jasna – držati korak sa modernim europskim standardima trgovine, a cilj je ostao isti – stvoriti i zadržati sretnog i zadovoljnog kupca.

Ljudski resursi jedan su od najvažnijih čimbenika o kojem ovisi uspjeh i razvoj poduzeća. Plodine nastoje pronaći kvalitetne ljudske potencijale, koji će svojom motiviranošću i predanošću dati znatan doprinos ostvarenju njihovih organizacijskih ciljeva.

LIDL d.o.o.k.d.

Počeci Lidla u Hrvatskoj[46], jednog od vodećih trgovačkih lanaca, sežu još u 2002. godinu kada su prvi zaposlenici pripremali tržište, kupovali zemljišta i gradili trgovine. Vrata prvih 13 trgovina kupcima su otvorena 2006. godine. Od tada Lidl kontinuirano provodi strategiju ulaganja u širenje svoje prodajne mreže pa od početnih 13, Lidl danas u Hrvatskoj ima više od 80 trgovina. Tvrtka Lidl u Hrvatskoj zapošljava oko 1700 zaposlenika. Osnovni je cilj

[45] http://www.plodine.hr/o-nama/ [03.08.2016.]
[46] http://www.lidl.hr/hr/Povijest.htm [03.08.2016.]

trgovačkog lanca Lidl svojim kupcima nuditi proizvode vrhunske kvalitete po najpovoljnijim cijenama.

Trgovački lanac Lidl dio je grupacije Schwarz sa sjedištem u Neckarsulmu. Prva Lidl trgovina otvorena je 1973. godine u gradu Ludwigshafenu, a krajem 80-ih godina postojalo je već preko 600 trgovina samo na području zapadne Njemačke. Jedno veliko novo tržište otvara se 1989. godine padom Berlinskog zida te se Lidl počinje širiti i u istočnu Njemačku. Početkom 90-ih godina otvorene su trgovine i izvan Njemačke, prvo u Francuskoj, a zatim u gotovo cijeloj Europi. Lidl danas broji više od 8 milijuna zadovoljnih kupaca – svakog dana.

Lidl je prvi diskontni lanac u Hrvatskoj s temeljnim konceptom daljnjeg razvoja i održavanja niskih cijena kao i visoke kvalitete proizvoda. Lidl u svom asortimanu nudi ravnopravan odnos domaćih i stranih proizvoda koji svakodnevno prolaze zahtjevne procese kontrole kvalitete i svježine. U redovitoj ponudi Lidla nalazi se oko 1500 proizvoda, a ta redovita ponuda kontinuirano se nadopunjuje tematskim akcijama pa se broj proizvoda znatno povećao. Različiti tematski tjedni osmišljavaju se upravo s ciljem zadovoljavanja želja kupaca. Velika važnost pridaje se pojmu – svježina. Svježina je sastavni i najvažniji element prodajne koncepcije Lidla i jedan od temeljnih principa rada i uspjeha kompanije. Lidl svojim kupcima svakodnevno nudi svježe voće, povrće, kruh i pecivo te mliječne i mesne proizvode. Svježinom, kvalitetom, izborom i posebnim akcijama Lidl nastoji pobuditi emocije kupaca koji prepoznaju i osjećaju vrijednost Lidlova načela – Više za vas!

TOMMY d.o.o.

Trgovački lanac Tommy[47] utemeljen je kao trgovačko društvo 1992. godine, kada je i otpočelo s poslovnim aktivnostima u trgovini na veliko i malo.

Tommy d.o.o. je u 100%- privatnom vlasništvu, sjedište društva je u Splitu. Kompanija je tijekom godina poslovanja bilježila kontinuirani rast i razvoj poslovanja, unatoč često puta složenim i društvenim i tržišnim okolnostima. Kvalitetno strateško i razvojno promišljanje, tržišno prilagodljiva poslovna politika orijentirana kupcima i stalno ulaganje u kvalitetu rezultirale su nastajanjem jednog od najznačajnijih i najstabilnijih poslovnih projekata u Republici Hrvatskoj od samostalnosti do danas.

[47] http://tommy.hr/o-nama/ [03.08.2016.]

Danas je Tommy jedan od vodećih hrvatskih trgovačkih lanaca, najveća kompanija i najveći poslodavac u Dalmaciji i južnoj Hrvatskoj, a po ukupnom prihodu Tommy spada u hrvatski TOP 40, te spada u red 20 najvećih kompanija u privatnom vlasništvu.

Tommy trgovački lanac trenutačno čini 189 prodajnih mjesta, koja su rasprostranjena po cijeloj Hrvatskoj u nekoliko Županija, a s posebnom koncentracijom u četiri dalmatinske Županije. U Splitsko--dalmatinskoj županiji kao domicilnoj, Tommy je i službeno tržišni lider u maloprodaji. Tržišni udjeli Tommyja u hrvatskoj maloprodaji kontinuirano rastu iz godine u godinu.

U Tommyjevim prodavaonicama dnevno kupuje preko 200.000 lojalnih potrošača. Tommy trenutačno zapošljava preko 3.000 radnika. Kompanija je već nekoliko godina vrlo značajan investitor i u Dalmaciji i u ostalim hrvatskim regijama gdje posluje, čime se daje doprinos razvoju gospodarstva i potiče novo zapošljavanje.

Tommy d.o.o. posluje sa svim relevantnim hrvatskim proizvođačima, tako da u strukturi ponude i asortimana dominiraju domaći, hrvatski proizvodi. Istovremeno, poslovanje Tommyja značajno je i internacionalizirano, jer tvrtka poslovno surađuje sa preko 100 internacionalnih dobavljača iz Europe i ostatka svijeta. Trgovački lanac Tommy svoju poslovnu filozofiju temelji na potpunoj prilagodbi potrošačima – kupcima, njihovim potrebama, navikama i željama. Primjenjujući visoke kvalitativne i higijensko-sanitarne standarde, stvara za potrošače prepoznatljivo i ugodno kupovno okruženje, u čistim i urednim prodajnim mjestima, sa susretljivim i uslužnim prodajnim osobljem.

4.2. Pojedinačna financijska analiza poduzeća

Financijska analiza provodit će se na temelju odabranih financijskih pokazatelja. Za potrebe analize putem pokazatelja koristi će se skraćena bilanca i račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine Odabrani financijski pokazatelji su:

1. koeficijent ubrzane likvidnosti
2. koeficijent tekuće likvidnosti
3. koeficijent financijske stabilnosti
4. koeficijent zaduženosti
5. koeficijent obrtaja zaliha (dani vezivanja zaliha)
6. koeficijent obrtaja potraživanja (trajanje naplate potraživanja)
7. koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima (dani vezivanja obveza)

8. stopa povrata imovine (ROA)
9. stopa povrata kapitala (ROE)
10. neto profitna marža

KONZUM d.d.

Bilanca - KONZUM d.d.									
AKTIVA	2011	2012	2013	2014	PASIVA	2011.	2012.	2013.	2014.
DUGOTRAJNA IMOVINA	**4.963.300.422**	**7.894.671.700**	**7.873.077.000**	**9.738.997.200**	**KAPITAL I REZERVE**	**2.554.835.353**	**2.719.888.121**	**2.846.098.300**	**2.770.455.300**
I. NEMATERIJALNA IMOVINA	353.962.470	445.358.817	532.982.500	521.911.600	I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL	227.028.600	227.028.600	227.028.600	227.028.600
II. MATERIJALNA IMOVINA	3.889.325.765	3.582.130.433	3.639.304.900	3.916.801.900	II. KAPITALNE REZERVE	0	0	0	0
III. DUGOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	690.602.564	3.843.838.684	3.664.988.600	5.295.919.500	III. REZERVE IZ DOBITI	16.832.536	16.832.536	16.832.500	16.832.500
IV.POTRAŽIVANJA	29.409.623	23.085.376	35.398.300	4.364.200	IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE	464.455.134	449.480.086	501.582.100	499.288.300
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA	0	258.390	402.800	0	V. ZADRŽANA DOBIT	1.501.290.120	1.821.865.708	1.930.136.800	1.918.503.300
KRATKOTRAJNA IMOVINA	**4.314.809.147**	**2.481.694.323**	**3.607.593.300**	**3.271.065.200**	VI. DOBIT POSLOVNE GODINE	345.228.963	204.681.191	170.518.300	108.802.500
I. ZALIHE	1.720.824.551	1.214.526.295	1.225.330.000	1.720.412.000	**REZERVIRANJA**	**23.845.033**	**23.660.719**	**25.759.100**	**30.850.600**
II. POTRAŽIVANJA	1.028.939.719	972.228.222	881.485.700	856.734.500	**DUGOROČNE OBVEZE**	**103.721.401**	**100.805.562**	**100.689.100**	**107.772.500**
III. KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	1.495.806.512	233.399.505	1.441.096.300	623.659.700	**KRATKOROČNE OBVEZE**	**6.644.749.685**	**7.654.023.272**	**8.629.644.000**	**10.178.303.300**
IV. NOVAC U BANCI I BLAGAJNI	69.238.365	61.540.301	59.681.400	70.259.000	1. Obveze prema dobavljačima	2.293.973.876	2.915.388.015	2.737.527.000	2.642.061.000
PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA	**94.516.750**	**146.468.563**	**144.039.900**	**117.662.000**	**ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA**	**45.474.847**	**24.456.912**	**22.519.700**	**40.342.800**
UKUPNO AKTIVA	**9.372.626.319**	**10.522.834.586**	**11.624.710.200**	**13.127.724.400**	**UKUPNO PASIVA**	**9.372.626.319**	**10.522.834.586**	**11.624.710.000**	**13.127.724.400**

Slika 1: Bilanca za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr

Račun dobiti i gubitka - Konzum d.d.				
Naziv pozicije	2011.	2012.	2013.	2014.
I. POSLOVNI PRIHODI	13.317.159.366	13.420.169.123	13.351.877.100	13.404.993.400
1. Prihod od prodaje	12.178.880.527	12.216.419.376	12.186.449.900	12.206.021.700
2. Ostali poslovni prihodi	1.138.278.839	1.203.749.747	1.165.427.100	1.198.971.600
II. POSLOVNI RASHODI	12.616.231.991	12.844.636.031	12.771.308.400	12.880.364.700
1. Trošak prodane robe	9.775.100.338	9.940.090.852	9.808.070.000	9.902.298.000
III. FINANCIJSKI PRIHODI	42.337.912	81.649.482	39.498.200	49.647.700
IV. FINANCIJSKI RASHODI	296.886.869	387.080.355	398.728.700	405.474.200
V. UKUPNI PRIHODI	13.359.497.278	13.501.818.605	13.391.375.300	13.454.641.100
VI. UKUPNI RASHODI	12.913.118.860	13.231.716.386	13.170.037.100	13.285.838.900
VII. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	446.378.418	270.102.219	221.338.200	168.802.200
VIII. POREZ NA DOBIT	101.149.455	65.421.028	50.819.900	59.999.700
IX. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA	345.228.953	204.681.191	170.518.300	108.802.500

Slika 2: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr

Na temelju gore navedenih financijskih izvještaja, izračunavaju se odabrani financijski pokazatelji.

Tablica 11: Koeficijent ubrzane likvidnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,390	0,165	0,276	0,152

Izvor: Izrada autora

Koeficijent ubrzane likvidnosti ima poželjnu vrijednost 1. U razdoblju od 2011. do 2014. godine koeficijent je značajno ispod 1, što znači da poduzeće nije sposobno podmiriti obveze u kratkom roku odnosno zbroj potraživanja i novca je znatno manji nego tekuće obveze.

Tablica 12: Koeficijent tekuće likvidnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,649	0,324	0,418	0,321

Izvor: Izrada autora

Koeficijent tekuće likvidnosti ima poželjnu vrijednost 2. U promatranom razdoblju koeficijent ima vrijednost manju od 2, što znači da Konzum ima dvostruko više kratkoročnih obveza nego kratkotrajne imovine. Također vrijednost pokazatelja je manji od 1, što upućuje na kritčnu vrijednost pokazatelja te ukazuje da poduzeće može imati velike probleme prilikom plaćanja svojih tekućih obveza u kratkom roku.

Tablica 13: Koeficijent financijske stabilnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent financijske stabilnosti	1,87	2,80	2,67	3,38

Izvor: Izrada autora

Koeficijent financijske stabilnosti bi trebao biti manji od 1. U promatranom razdoblju koeficijent ima vrijednost veću od 1, što ukazuje da se dugotrajna imovina financira iz kratkoročnih obveza. U 2011. koeficijent iznosi 1,87, dok u 2014. iznosi 3,38 što ukazuje da koeficijent ima tendenciju porasta. Dolazi do smanjenja neto radnog kapitala što ukazuje da se financijska stabilnost i likvidnost poduzeća smanjuju.

Tablica 14: Koeficijent zaduženosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent zaduženosti	0,727	0,742	0,755	0,789

Izvor: Izrada autora

Koeficijent zaduženosti pokazuje do koje mjere poduzeće koristi zaduživanje kao oblik financiranja poslovanja. Idealan vrijednost ovog pokazatelja bi trebala biti 0,5. Konzum u promatranom razdoblju ima koeficijent zaduženosti veći od 0,7 što znači i veći rizik ulaganja

u poduzeća. Koeficijent ima trend porast što znači da poduzeće sve više korisiti tuđe izvore financiranja svog poslovanja.

Tablica 15: Koeficijent obrtaja zaliha i dani vezivanja zaliha

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja zaliha	7,077	10,059	9,945	7,095
Dani vezivanja zaliha	52	36	37	51

Izvor: Izrada autora

Koeficijent obrtaja zaliha pokazuje koliko novčanih jedinici prihoda možemo ostvariti jednom kunom uloženih u zalihe. U 2011. 1 kuna zaliha donosi 7,077 kn prihoda, dok u 2012. donosi 10,059 kn prihoda, što i predstavlja najveću vrijednost u promatranom razdoblju. Na temelju ovoga koeficijenta možemo izračunati dane vezivanja zaliha, koji pokazuje da je u 2011. bilo potrebno 52 dana da se kuna utrošena za nabavu pretvori u kunu sadržanu u prihodima od prodaje. U 2012. i 2013. dolazi do smanjivanja broja dana, dok u 2014. opet dolazi do rasta broja dana potrebnih da se kuna utrošena za nabavu pretvori u kunu prihoda.

Tablica 16: Koeficijent obrtaja potraživanja i trajanje naplate potraživanja

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja potraživanja	11,836	12,565	13,825	14,247
Trajanje naplate potraživanja	31	29	26	26

Izvor: Izrada autora

Koeficijent obrtaja potraživanja pokazuje koliko novčanih jedinici prihoda možemo ostvariti jednom kunom uloženih u potraživanje. Ovaj koeficijent ima tendenciju rasta, kao što vidimo u 2011. godini potraživanja su se 11,836 put pretvorila u prihode, dok u 2014. 14,247 puta. Na temelju ovog koeficijent možemo izračunati prosječno trajanje naplate potraživanja. U

2011. bilo je potrebno 31 dan da se potraživanja od kupaca naplate, dok u 2014. bilo je potrebno 26 dana.

Tablica 17: Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima i dani vezivanja obveza

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima	4,261	3,410	3,583	3,748
Dani vezivanja obveza	86	107	102	97

Izvor: Izrada autora

Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima u 2011. pokazuje da se obveze prema dobavljačima prosječno godišnje plaćaju 4,261 puta, dok u 2014. plaćaju se 3,748 puta. Na temelju ovog koeficijenta izračunava se broj dana koji protekne od nabavke robe od dobavljača do trenutka plaćanja robe dobavljaču. U 2011. bilo je potrebno 86 dana, dok u 2014. 97 dana da se podmire obveze prema dobavljaču.

Tablica 18: Stopa povrata na imovinu (ROA)

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
ROA	3,68 %	1,95 %	1,47 %	0,83 %

Izvor: Izrada autora

Stopa povrata na imovinu u 2011. iznosi 3,68% , što znači da je poduzeće na 1 kunu imovine generiralo 0,0368 kuna neto dobiti. Trend pada pokazatelja vidiljiv je u narednim godinama gdje je u 2014. poduzeće je generiralo samo 0,0083 kuna neto dobiti što ukazuje da Konzum treba više investirati kako bi ostvario što veću neto dobiti po jednoj kuni imovine. Kontrolna vrijednost pokazatelj je 6%, no treba uzeti u obzir prosjek industrije.

Tablica 19: Stopa povrata na kapital (ROE)

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
ROE	13,51 %	7,53 %	5,99 %	3,93 %

Izvor: Izrada autora

Stopa povrata na kapital u 2011. iznosi 13,51%, što znači da je poduzeće na 1 kunu vlastitog kapitala generiralo 0,1351 kuna neto dobiti. Isto kao i ROA, pokazatelj povrata na kapitala ima tendenciju pada. U 2014. poduzeće je na 1 kunu vlastitog kapitala generiralo 0,0393 kuna neto dobiti. Isto kao i kod ROA, treba uzeti u obzir prosjek industrije.

Tablica 20: Neto profitna marža

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Neto profitna marža	2,83 %	1,68%	1,40 %	0,89 %

Izvor: Izrada autora

Neto profitna marža u 2011. pokazuje da poduzeću ostaje 0,0283 kuna neto dobiti od jedne kune ostvarenog prihoda koji se može rapodjeliti po slobodnoj volji. Kao i ROA i ROE, pokazatelj ima tendenciju pada. U 2014. poduzeću ostaje samo 0,0089 kuna neto dobiti koji može raspodjeliti po slobodnoj volji.

Niska vrijednost pokazatelja likvidnosti upućuje na to da bi Konzum trebao povećati ulaganje u neki od oblika kratkotrajne imovine ili bi trebao smanjiti neki od oblika kratkoročnih obveza. Također zbog financiranje dijela dugotrajne imovine iz kratkoročnih obveza, financijska stabilnost je vrlo niska. Pokazatelj zaduženosti u promatranom periodu ima vrijednost veću od 0,7 što znači da je Konzum rizičnije poduzeće i da postoji veći financijski rizika da će morati plaćati veće troškove kamata. Pokazatelji aktivnosti govore o uspješnosti poslovanja. Koeficijenti obrtaja zaliha i potraživanja ukazuju da poduzeće uspješno koristi svoju kratkotrajnu imovinu u stvaranju prihoda. Dani vezivanja zalihu u prosjeku iznose 44 dana, dok prosječna naplata potraživanja je 28 dana. Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima ukazuje da Konzum u prosjeku 4 puta godišnje plaća svoje obveze prema dobavljačima.

Pokazatelji profitabilnosti ukazuju na profitabilno poslovanje Konzuma. ROA, ROE i neto profitna marža bilježe pada od 2011. do 2014. godine. Razlog tome je pad neto dobiti u promatranom razdoblju kao i porast ukupne imovine i kapitala poduzeća.

PLODINE d.d.

Bilanca - PLODINE d.d.										k
AKTIVA	2011	2012	2013	2014		**PASIVA**	2011.	2012.	2013.	2014.
DUGOTRAJNA IMOVINA	**2.406.917.656**	**2.505.990.396**	**2.500.475.400**	**2.383.984.900**		**KAPITAL I REZERVE**	**334.659.235**	**366.607.647**	**382.710.000**	**413.398.600**
I. NEMATERIJALNA IMOVINA	7.691.282	15.545.346	18.501.500	12.981.100		I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL	90.000.000	90.000.000	130.000.000	170.000.000
II. MATERIJALNA IMOVINA	2.383.264.233	2.475.141.334	2.468.246.300	2.357.287.800		II. KAPITALNE REZERVE	0	0	0	0
III. DUGOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	15.962.141	15.303.716	13.727.600	1.371.600		III. REZERVE IZ DOBITI	4.574.907	4.574.907	4.574.900	6.500.000
IV.POTRAŽIVANJA	0	0	0	0		IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE	170.453.870	165.532.902	158.666.000	153.741.400
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA	0	0	0	0		V. ZADRŽANA DOBIT	34.596.611	66.598.185	53.074.400	41.422.200
KRATKOTRAJNA IMOVINA	**483.758.523**	**497.125.992**	**455.946.700**	**495.313.600**		VI. DOBIT POSLOVNE GODINE	35.033.847	39.901.653	36.394.700	41.422.200
I. ZALIHE	360.098.314	384.112.429	348.198.400	386.533.000		**REZERVIRANJA**	**0**	**0**	**0**	**0**
II. POTRAŽIVANJA	96.366.393	86.753.952	80.187.700	78.044.600		**DUGOROČNE OBVEZE**	**1.623.657.892**	**1.518.678.812**	**1.433.433.200**	**1.185.916.000**
III. KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	6.281.720	9.975.873	14.320.000	17.290.100		**KRATKOROČNE OBVEZE**	**989.192.400**	**1.181.613.452**	**1.235.277.300**	**1.389.137.200**
IV. NOVAC U BANCI I BLAGAJNI	21.012.096	16.283.738	13.240.700	13.445.900		1. Obveze prema dobavljačima	632.606.197	642.292.633	680.002.005	746.723.091
PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA	**59.425.518**	**66.134.793**	**97.904.400**	**113.133.600**		**ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA**	**2.592.170**	**2.351.270**	**2.906.100**	**3.980.400**
UKUPNO AKTIVA	**2.950.101.697**	**3.069.251.181**	**3.054.326.600**	**2.992.432.100**		**UKUPNO PASIVA**	**2.950.101.697**	**3.069.251.181**	**3.054.326.600**	**2.992.432.100**

Slika 3: Bilanca za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr

Račun dobiti i gubitka - Plodine d.d.				
Naziv pozicije	2011.	2012.	2013.	2014.
I. POSLOVNI PRIHODI	2.982.375.311	3.190.705.547	3.265.818.337	3.414.434.194
1. Prihod od prodaje	2.687.935.301	2.856.192.505	2.907.025.953	3.057.592.091
2. Ostali poslovni prihodi	294.440.510	334.513.042	358.792.384	356.842.103
II. POSLOVNI RASHODI	2.821.599.038	3.024.682.875	3.105.069.003	3.252.853.523
1. Trošak prodane robe	2.234.076.812	2.396.574.405	2.427.377.223	2.557.439.817
III. FINANCIJSKI PRIHODI	1.184.853	1.762.013	1.873.868	1.618.307
IV. FINANCIJSKI RASHODI	114.319.147	124.743.982	123.149.289	118.765.849
V. UKUPNI PRIHODI	2.983.560.664	3.192.467.560	3.267.692.205	2.416.052.501
VI. UKUPNI RASHODI	2.935.918.185	3.149.426.857	3.228.218.292	3.371.619.372
VII. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	47.642.479	43.040.703	39.473.913	44.433.129
VIII. POREZ NA DOBIT	12.608.632	3.119.050	3.079.190	3.010.906
IX. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA	35.033.847	39.901.653	36.394.723	41.422.223

Slika 4: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr

Na temelju priloženih financijskih izvještaja izračunavaju se odabrani pokazatelji.

Tablica 21: Koeficijent ubrzane likvidnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,125	0,096	0,087	0,078

Izvor: Izrada autora

Plodine u razdoblju od 2011. do 2014. godine bilježi pad pokazatelja ubrzane likvidnosti. Vrijednost pokazatelja u svim godinama značajno je ispod idealne vrijednosti 1. To ukazuje na to da poduzeće nije sposobno u kratkom roku podmiriti svoje tekuće obveze.

Tablica 22: Koeficijent tekuće likvidnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,489	0,421	0,369	0,357

Izvor: Izrada autora

Koeficijent tekuće likvidnosti za razdoblje od 2011. do 2014. godine pokazuje da Plodine imaju skoro dvostruko više tekućih obveza nego kratkotrajne imovine. Vrijednost pokazatelja značajno je ispod 1, što znači da poduzeće može imati velike probleme prilikom plaćanja svojih tekućih obveza u kratkom roku.

Tablica 23: Koeficijent financijske stabilnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent financijske stabilnosti	1,229	1,329	1,377	1,491

Izvor: Izrada autora

Koeficijent financijske stabilnosti bi trebao biti manji od 1. U promatranom razdoblju koeficijent ima vrijednost veću od 1, što ukazuje da se dio dugotrajne imovine financira iz kratkoročnih obveza. Pokazatelj ima tendenciju rast. U 2011. iznosi 1,229, dok u 2014. iznosi 1.491. Također dolazi do smanjenja neto radnog kapitala što ukazuje da se financijska stabilnost i likvidnost poduzeća smanjuje.

Tablica 24: Koeficijent zaduženosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent zaduženosti	0,887	0,881	0,875	0,862

Izvor: Izrada autora

Koeficijent zaduženosti u promatranom razdoblju ima vrijednost veću od 0,8 što ukazuje da poduzeće u financiranju svog poslovanja, koristiti više od 80 % tuđih izvora. Također, zbog visoke vrijednosti pokazatelja javlja se rizik od nemogućnosti da će se na vrijeme platiti troškovi kamata.

Tablice 25: Koeficijent obrtaja zaliha i dani vezivanja zaliha

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja zaliha	7,464	7,436	8,349	7,910
Dani vezivanja zaliha	49	49	44	46

Izvor: Izrada autora

U 2011. 1 kuna zaliha donosi 7,464 kn prihoda, dok u 2013. donosi 8,349 kn prihoda, što i predstavlja najveću vrijednost u promatranom razdoblju. Na temelju ovoga koeficijenta možemo izračunati dane vezivanja zaliha, koji pokazuje da je u 2011. bilo potrebno 49 dana da se kuna utrošena za nabavu pretvori u kunu sadržanu u prihodima od prodaje. U 2013. dolazi do smanjivanja broja, dok u 2014. opet dolazi do rasta broja dana potrebnih da se kuna utrošena za nabavu pretvori u kunu prihoda.

Tablica 26: Koeficijent obrtaja potraživanja i trajanje naplate potraživanja

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja potraživanja	27,893	32,923	36,253	39,177
Trajanje naplate potraživanja	13	11	10	9

Izvor: Izrada autora

Koeficijent obrtaja potraživanja u promatranom razdoblju ima tendenciju porasta. Može se vidjeti da u 2011. godini potraživanja su se 27, 893 put pretvorila u prihode, dok u 2014. 39,177 puta. Na temelju ovog koeficijent može se izračunati prosječno trajanje naplate potraživanja. U 2011. bilo je potrebno 13 dana da se potraživanja od kupaca naplate, dok u 2014. bilo je potrebno 9 dana, što i predstavlja najmanji broj dana u promatranom razdoblju.

Tablica 27: Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima i dani vezivanja obveza

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima	3,532	3,731	3,570	3,425
Dani vezivanja obveza	103	98	102	107

Izvor: Izrada autora

Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima u 2011. pokazuje da se obveze prema dobavljačima prosječno godišnje plaćaju 3,532 puta, dok u 2012. plaćaju se 3,731 puta, što i predstavlja najveću vrijednost pokazatelja u promatranom razdoblju Na temelju ovog koeficijenta izračunava se broj dana koji protekne od nabavke robe od dobavljača do trenutka plaćanja robe dobavljaču. U 2011. bilo je potrebno 103 dana, dok u 2012. 98 dana da se podmire obveze prema dobavljaču.

Tablica 28: Stopa povrata na imovinu (ROA)

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
ROA	1,19%	1,3%	1,19%	1,38%

Izvor: Izrada autora

Stopa povrata na imovinu u 2011. iznosi 1,19% , što znači da je poduzeće na 1 kunu imovine generiralo 0,0119 kuna neto dobiti. U 2012. ROA bilježi porast, ali ponovno u 2013. bilježi pad vrijednosti pokazatelja. U 2014. pokazatelj ima najveću vrijednost u promatranom razdoblju, te pokazuje da su Plodine na 1 kunu imovine generirale 0,0138 kn neto dobiti.

Tablica 29: Stopa povrata na kapital (ROE)

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
ROE	10,47%	10,88%	9,51%	10,02%

Izvor: Izrada autora

Stopa povrata na kapital u 2011. iznosi 10,47 %, što znači da poduzeće na 1 kunu vlastitog kapitala je generiralo 0,1351 kuna neto dobiti. Pokazatelj u promatranom periodu kreće se

oko 10 %, gdje u 2014. iznosi 10,02 % , odnosno poduzeće na 1 kunu vlastitog kapitala je generiralo 0,0393 kuna neto dobiti.

Tablica 30: Neto profitna marža

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Neto profitna marža	1,3%	1,4 %	1,25%	1,35%

Izvor: Izrada autora

Neto profitna marža u 2011. pokazuje da poduzeću ostaje 0,013 kuna neto dobiti od jedne kune ostvarenog prihoda koji se može raspodjeliti po slobodnoj volji. Pokazatelj najveću vrijednost ima u 2012. gdje iznos 0,014.

Niska vrijednost pokazatelja likvidnosti upućuje na to da bi Plodine trebale povećati ulaganje u neki od oblika kratkotrajne imovine ili bi trebale smanjiti neki od oblika kratkoročnih obveza. Zbog financiranje dijela dugotrajne imovine iz kratkoročnih obveza, Plodine imaju nisku financijsku stabilnost. Pokazatelj zaduženosti u promatranom razdoblju ima vrijednost veću od 0,8 što znači da postoji već financijski rizik da će Plodine plaćati veće troškove kamata. Pokazatelji aktivnosti govore o uspješnosti poslovanja. Koeficijenti obrtaja zaliha i potraživanja ukazuju da poduzeće uspješno koristi svoju kratkotrajnu imovinu u stvaranju prihoda. Dok koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima ukazuje da Plodine u prosjeku 4 puta godišnje plaća svoje obveze prema dobavljačima, odnosno u prosjeku potrebno je 102 dana da se podmire obveze prema dobavljačima.

Pokazatelji profitabilnosti ukazuju na profitabilno poslovanja Plodina u promatranom razdoblju. ROA, ROE i neto profitna u promatranom razdoblju bilježe blagi porast, osim u 2013. gdje dolazi do blagog pada pokazatelja profitabilnosti.

LIDL d.o.o.k.d.

Bilanca - LIDL d.o.o. k.d.									
AKTIVA	2011	2012	2013	2014		**PASIVA**	2011.	2012.	2013.	2014.
DUGOTRAJNA IMOVINA	**2.767.799.926**	**2.860.163.703**	**2.900.137.700**	**2.894.278.500**		**KAPITAL I REZERVE**	**2.207.963.485**	**2.335.843.607**	**2.397.499.100**	**2.501.255.100**
I. NEMATERIJALNA IMOVINA	2.821.916	2.609.436	1.510.500	599.000		I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL	2.952.324.575	3.103.335.335	3.103.335.300	3.103.355.300
II. MATERIJALNA IMOVINA	2.764.050.890	2.856.628.658	2.873.102.500	2.862.025.300		II. KAPITALNE REZERVE	0	0	0	0
III. DUGOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	0	0	0	0		III. REZERVE IZ DOBITI	0	0	0	0
IV.POTRAŽIVANJA	907.120	925.609	857.900	1.000.000		IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE	0	0	24.666.900	30.654.200
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA	0	0	24.666.900	30.654.200		V. ZADRŽANA DOBIT	-685.893.645	-744.361.090	-767.491.700	-730.503.200
KRATKOTRAJNA IMOVINA	**391.750.876**	**318.450.750**	**637.513.700**	**776.609.400**		VI. DOBIT POSLOVNE GODINE	-58.467.455	-23.130.638	36.988.600	97.768.700
I. ZALIHE	263.311.622	217.824.775	197.025.100	246.688.100		**REZERVIRANJA**	**1.490.018**	**2.424.269**	**3.176.200**	**3.760.700**
II. POTRAŽIVANJA	29.092.239	27.846.813	18.597.800	16.812.200		**DUGOROČNE OBVEZE**	**216.908.452**	**161.717.711**	**443.105.700**	**376.950.400**
III. KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	0	0	0	0		**KRATKOROČNE OBVEZE**	**735.004.531**	**684.610.596**	**696.479.300**	**792.633.600**
IV. NOVAC U BANCI I BLAGAJNI	99.347.015	72.779.162	421.890.800	513.109.100		1. Obveze prema dobavljačima	333.694.540	324.148.377	364.590.000	402.302.000
PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA	**1.835.684**	**5.981.730**	**2.608.900**	**3.711.900**		**ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA**	**0**	**0**	**0**	**0**
UKUPNO AKTIVA	**3.161.366.486**	**3.184.596.183**	**3.540.260.300**	**3.674.599.800**		**UKUPNO - PASIVA**	**3.161.366.486**	**3.184.596.183**	**3.540.260.300**	**3.674.599.800**

Slika 5: Bilanca za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr

Račun dobiti i gubitka - Lidl d.o.o.k.d				
Naziv pozicije	2011.	2012.	2013.	2014.
I. POSLOVNI PRIHODI	2.417.170.244	2.626.990.281	3.035.300.500	3.321.107.900
1. Prihod od prodaje	2.392.084.154	2.600.122.578	3.002.736.000	3.274.568.000
2. Ostali poslovni prihodi	35.086.090	36.867.703	32.564.500	46.539.900
II. POSLOVNI RASHODI	2.466.286.490	2.649.593.301	2.982.112.400	3.208.899.900
1. Trošak prodane robe	1.944.732.707	2.095.591.823	2.328.618.000	2.466.653.000
III. FINANCIJSKI PRIHODI	7.296.695	17.515.719	9.843.800	10.030.400
IV. FINANCIJSKI RASHODI	26.647.894	28.043.337	26.043.400	24.469.700
V. UKUPNI PRIHODI	2.434.466.939	2.654.506.000	3.045.144.300	3.331.138.300
VI. UKUPNI RASHODI	2.492.934.384	2.677.636.638	3.008.155.700	3.233.369.600
VII. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	-58.467.445	-23.130.638	36.988.600	97.768.700
VIII. POREZ NA DOBIT	0	0	0	0
IX. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA	-58.467.445	-23.130.638	36.988.600	97.768.700

Slika 6: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr

Na temelju priloženih financijskih izvještaja izračunavaju se odabrani pokazatelji.

Tablica 31: Koeficijent ubrzane likvidnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,175	0,147	0,632	0,699

Izvor: Izrada autora

U 2011. i 2012. godini vrijednost pokazatelje je vrlo niska, u 2013. i 2014. dolazi do značajnog porasta pokazatelja, ali i dalje je ispod kontrolne vrijednost 1. U promatranom razdoblju, Lidl nije sposoban u vrlo kratkom roku podmiriti svoje tekuće obveze.

Tablica 32: Koeficijent tekuće likvidnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,533	0,465	0,915	0,980

Izvor: Izrada autora

Pokazatelj tekuće likvidnosti je značajno ispod kontrole vrijednosti 2. U 2013. i 2014. godini pokazatelj bilježi značajan porast u odnosu na 2012., ali i dalje imaju kritičnu vrijednost koja nama govori da Lidl može imati ozbiljne probleme prilikom plaćanja svojih tekućih obveza u kratkom roku.

Tablica 33: Koeficijent financijske stabilnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent financijske stabilnosti	1,141	1,141	1,020	1,004

Izvor: Izrada autora

Kontrolna vrijednost pokazatelja je 1. U promatranom periodu vrijednost pokazatelja malo je iznad 1, u 2011. iznosi 1,141, dok u 2014. iznosi 1,004 ,što ukazuje da se mali dio dugotrajne imovine financira iz kratkoročnih obveza. Također dolazi do porast neto radnog kapitala što sugerira da Lidl nastoji osigurati financijsku stabilnost.

Tablica 34: Koeficijent zaduženosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent zaduženosti	0,302	0,267	0,323	0,319

Izvor: Izrada autora

Lild u promatranom razdoblju održava koeficijent zaduženosti na razini 30 %, što znači da 30 % svog poslovanja financira iz tuđih izvora, dok ostalih 70 % poslovanja financira iz vlastitih izvora, što ukazuje na niži financijski rizik Lidla.

Tablica 35: Koeficijent obrtaja zaliha i dani vezivanja zaliha

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja zaliha	9,085	11,937	15,240	13,274
Dani vezivanja zaliha	40	31	24	27

Izvor: Izrada autora

U 2011. 1 kuna zaliha donosi 9, 085 kn prihoda, dok u 2013. donosi 15,240 kn prihoda, što i predstavlja najveću vrijednost u promatranom razdoblju. Na temelju ovoga koeficijenta možemo izračunati dane vezivanja zaliha, koji pokazuje da je u 2011. bilo potrebno 40 dana da se kuna utrošena za nabavu pretvori u kunu sadržanu u prihodima od prodaje. U 2013. i 2014. broj dana je ispod 30, što je reflektirano većim obrtajem zaliha.

Tablica 36: Koeficijent obrtaja potraživanja i trajanje naplate potraživanja

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja potraživanja	82,224	93,372	161,457	194,773
Trajanje naplate potraživanja	4	4	2	2

Izvor: Izrada autora

U promatranom razdoblju pokazatelj ima visoku tendenciju porasta. Može se vidjeti da u 2011. godini potraživanja su se 82, 224 put pretvorila u prihode, dok u 2014. čak 194,773 puta. Na temelju ovog koeficijent može se izračunati prosječno trajanje naplate potraživanja. U 2011. bilo je potrebno 4 dana da se potraživanja od kupaca naplate, dok u 2013. i 2014. samo 2 dana, što i predstavlja najmanji broj dana u promatranom razdoblju.

Tablica 37: Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima i dani vezivanja obveza

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima	5,828	6,465	6,387	6,131
Dani vezivanja obveza	63	56	57	60

Izvor: Izrada autora

Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima u 2011. pokazuje da se obveze prema dobavljačima prosječno godišnje plaćaju 5,828 puta, dok u 2014. plaćaju se 6,131 puta. Na temelju ovog koeficijenta izračunava se broj dana koji protekne od nabavke robe od dobavljača do trenutka plaćanja robe dobavljaču. U 2011. bilo je potrebno 63 dana, dok u 2014. 60 dana da se podmire obveze prema dobavljaču.

Tablica 38: Stopa povrata na imovinu (ROA)

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
ROA	-1,85 %	-0,73 %	1,04 %	2,66 %

Izvor: Izrada autora

U 2011. i 2012. godini stopa povrata na imovinu je negativna iz razlog što je Lidl u tom razdoblju ostvarivao gubitak. U 2013. i 2014. stopa povrata na imovinu je pozitivna jer je u tom razdoblju Lidl ostvario dobitak. U 2014. dolazi do dvostrukog povećanja pokazatelja iz razloga što se neto dobit utrostručila u 2014. u odnosu na 2013.

Tablica 39: Stopa povrata na kapital (ROE)

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
ROE	-2,65 %	-0,99 %	1,54 %	3,91 %

Izvor: Izrada autora

U 2011. I 2012. ROE je negativna iz razlog što je Lidl u tom razdoblju ostvario gubitak, dok u 2013. I 2014. ROE je pozitivna jer u tom razdoblju Lidle je ostvario dobitak. U 2014. ROE bilježi najveću vrijednost, iznosi 3,91 % . Može se vidjeti da pokazatelj ima tendenciju porasta.

Tablica 40: Neto profitna marža

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Neto profitna marža	-1,24%	-0,9%	1,2%	3 %

Izvor: Izrada autora

Neto profitna marža u 2011. i 2012. ima negativnu vrijednost zbog ostvarenog gubitka. Dok u 2013. pokazuje da poduzeću ostaje 0,012 kuna neto dobiti od jedne kune ostvarenog prihoda koji se može raspodjeliti po slobodnoj volji. Trend porast pokazatelj se nastavlja i u 2014. u kojoj pokazatelj ima najveću vrijednost u promatranom razdoblju.

Niska vrijednost pokazatelja likvidnosti upućuje na to da bi Lidl trebao povećati ulaganje u neki od oblika kratkotrajne imovine ili bi trebao smanjiti neki od oblika kratkoročnih obveza. Lidl samo mali dio svoje dugotrajne imovine financira iz kratkoročnih obveza, što ukazuje da nastoji osigurati financijsku stabilnost. Pokazatelj zaduženosti u promatranom razdoblju ima prosječnu vrijednost 30 % što znači da poduzeće ima niži financijski rizik, i da se većinom financira vlastitim sredstvima. Pokazatelji aktivnosti govore o uspješnosti poslovanja. Koeficijenti obrtaja zaliha i potraživanja ukazuju da poduzeće uspješno koristi svoju kratkotrajnu imovinu u stvaranju prihoda. Trajanje naplate potraživanje u prosjeku iznosi 3 dana, što sugerira da Lidl ima efikasnu politiku naplate potraživanja. Dok s druge strane prosječno vrijeme plaćanja dobavljača iznosi 59 dana.

Pokazatelji profitabilnosti za prve dvije godine promatranog razdoblja upućuju na neprofitabilno poslovanje, radi ostvarenog gubitka. U preostale dvije godine bilježi se pozitivan rast pokazatelja profitabilnosti odnosno Lidl posluje profitabilno.

TOMMY d.o.o.

Bilanca - TOMMY d.o.o.										k
AKTIVA	2011	2012	2013	2014		PASIVA	2011.	2012.	2013.	2014.
DUGOTRAJNA IMOVINA	**254.649.526**	**576.962.630**	**545.340.900**	**627.541.600**		**KAPITAL I REZERVE**	**33.230.682**	**50.430.542**	**89.559.300**	**153.088.900**
I. NEMATERIJALNA IMOVINA	120.352.823	9.571.162	120.284.000	120.054.400		I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL	26.000	26.000	51.000.000	89.500.000
II. MATERIJALNA IMOVINA	237.158.860	44.192.734	412.739.900	472.273.400		II. KAPITALNE REZERVE	0	0	0	0
III. DUGOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	5.299.185	10.111.262	10.011.200	32.908.000		III. REZERVE IZ DOBITI	0	0	0	0
IV.POTRAŽIVANJA	0	0	0	0		IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE	1.129	1.129	1.100	1.100
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA	2.619.319	2.305.811	2.305.800	2.305.800		V. ZADRŽANA DOBIT	15.489.326	25.236.067	29.400	58.200
KRATKOTRAJNA IMOVINA	**197.948.933**	**193.094.484**	**215.919.200**	**218.043.900**		VI. DOBIT POSLOVNE GODINE	17.714.227	25.167.346	38.528.800	63.529.500
I. ZALIHE	105.950.846	142.025.235	162.102.300	162.079.700		**REZERVIRANJA**	**1.181.331**	**1.181.331**	**112.500**	**0**
II. POTRAŽIVANJA	41.571.705	40.629.898	44.499.500	44.177.000		**DUGOROČNE OBVEZE**	**95.095.424**	**137.917.929**	**167.429.100**	**194.173.200**
III. KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA	40.809.027	103.091	477.100	459.700		**KRATKOROČNE OBVEZE**	**345.788.601**	**599.837.884**	**527.815.000**	**518.680.600**
IV. NOVAC U BANCI I BLAGAJNI	9.617.355	10.336.260	8.840.400	11.327.500		1. Obveze prema dobavljačima	261.095.943	376.289.213	306.587.320	313.583.034
PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA	**23.741.093**	**20.311.400**	**24.721.600**	**22.332.100**		**ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA**	**1.043.514**	**1.000.828**	**1.065.800**	**1.974.900**
UKUPNO AKTIVA	**476.339.552**	**790.368.514**	**785.987.800**	**867.917.600**		**UKUPNO PASIVA**	**476.339.552**	**790.368.514**	**785.987.800**	**867.917.600**

Slika 7: Bilanca za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr

Račun dobiti i gubitka - Tommy d.o.o.				
Naziv pozicije	2011.	2012.	2013.	2014.
I. POSLOVNI PRIHODI	1.779.848.515	1.307.529.833	1.976.282.200	2.065.616.000
1. Prihod od prodaje	1.228.061.769	1.669.317.917	1.856.318.200	2.045.379.000
2. Ostali poslovni prihodi	79.468.064	110.530.598	119.964.000	20.237.000
II. POSLOVNI RASHODI	1.278.479.483	1.748.396.728	1.922.126.100	2.985.867.100
1. Trošak prodane robe	1.012.089.892	1.370.398.537	1.505.996.683	1.562.055.077
III. FINANCIJSKI PRIHODI	6.414.621	5.651.851	1.167.800	991.600
IV. FINANCIJSKI RASHODI	13.413.463	11.936.292	15.533.300	15.677.700
V. UKUPNI PRIHODI	1.313.944.454	1.785.500.366	1.977.450.000	2.066.607.600
VI. UKUPNI RASHODI	1.291.892.946	176.033.020	1.937.659.400	2.001.544.800
VII. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	22.051.508	25.167.346	39.790.600	65.062.800
VIII. POREZ NA DOBIT	4.337.281	0	1.261.800	1.533.300
IX. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA	17.714.227	25.167.346	38.528.800	63.529.500

Slika 8: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr

Na temelju priloženih financijskih izvještaja izračunavaju se odabrani pokazatelji.

Tablica 41: Koeficijent ubrzane likvidnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,148	0,085	0,101	0,107

Izvor: Izrada autora

Tommy u promatranom razdoblju ima vrlo nisku vrijednost pokazatelja ubrzane likvidnosti. Vrijednost pokazatelja u svim godinama je značajno ispod idealne vrijednosti 1. To ukazuje na to da poduzeće nije sposobno u kratkom roku podmiriti svoje tekuće obveze.

Tablica 42: Koeficijent tekuće likvidnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,572	0,322	0,409	0,420

Izvor: Izrada autora

Koeficijent tekuće likvidnosti u promatranom razdoblju pokazuju da poduzeće ima skoro dvostruko više tekućih obveza nego kratkotrajne imovine. Vrijednost pokazatelja je značajno ispod 1, što nam govori da bi poduzeće može imati velike probleme prilikom plaćanja svojih tekućih obveza u kratkom roku.

Tablica 43: Koeficijent financijske stabilnosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent financijske stabilnosti	1,966	3,044	2,121	1,807

Izvor: Izrada autora

U promatranom razdoblju koeficijent ima vrijednost veću od 1, što ukazuje da se dugotrajna imovina financira iz kratkoročnih obveza. U 2012. pokazatelj iznos 3,044, što predstavlja najveću vrijednost u promatranom razdoblju. U 2013. i 2014. pokazatelj ima tendenciju pada, ali i dalje financijska stabilnost je niska.

Tablica 44: Koeficijent zaduženosti

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent zaduženosti	0,930	0,936	0,886	0,824

Izvor: Izrada autora

Koeficijent zaduženosti u promatranom razdoblju ima vrijednost veću od 0,8 što ukazuje na to da poduzeće u financiranju svog poslovanja, koristiti više od 80 % tuđih izvora, čime se povećava financijski rizik poduzeća. Također, zbog visoke vrijednosti pokazatelja javlja se rizik od nemogućnosti da će se na vrijeme platiti troškovi kamata.

Tablice 45: Koeficijent obrtaja zaliha i dani vezivanja zaliha

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja zaliha	11,591	11,754	11,452	12,620
Dani vezivanja zaliha	31	31	32	29

Izvor: Izrada autora

U 2011. 1 kuna zaliha donosi 11,591 kn prihoda, dok u 2014. donosi 12,620 kn prihoda, što predstavlja najveću vrijednost u promatranom razdoblju. Na temelju ovoga koeficijenta možemo izračunati dane vezivanja zaliha, koji pokazuje da je u 2011. bilo potrebno 31 dana da se kuna utrošena za nabavu pretvori u kunu sadržanu u prihodima od prodaje. Dok u 2014. 29 dana.

Tablica 46: Koeficijent obrtaja potraživanja i trajanje naplate potraživanja

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja potraživanja	29,541	41,086	41,715	46,300
Trajanje naplate potraživanja	12	9	9	8

Izvor: Izrada autora

Koeficijent obrtaja potraživanja u promatranom razdoblju ima tendenciju porasta. Može se vidjeti da u 2011. godini potraživanja su se 29,541 put pretvorila u prihode, dok u 2014. 46,3 puta. Na temelju ovog koeficijent može se izračunati prosječno trajanje naplate potraživanja. U 2011. bilo je potrebno 12 dana da se potraživanja od kupaca naplate, dok u 2014. bilo je potrebno 8 dana, što i predstavlja najmanji broj dana u promatranom razdoblju.

Tablica 47: Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima i dani vezivanja obveza

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima	3,876	3,642	4,912	4,981
Dani vezivanja obveza	94	100	74	73

Izvor: Izrada autora

Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima u 2011. pokazuje da se obveze prema dobavljačima prosječno godišnje plaćaju 3,876 puta, dok u 2014. plaćaju se 5 puta. Na temelju ovog koeficijenta izračunava se broj dana koji protekne od nabavke robe od dobavljača do trenutka plaćanja robe dobavljaču. U 2011. bilo je potrebno 94 dana, dok u 2014. 73 dana da se podmire obveze prema dobavljaču.

Tablica 48: Stopa povrata na imovinu (ROA)

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
ROA	3,72 %	3,18 %	4,9 %	7,32 %

Izvor: Izrada autora

Stopa povrata na imovinu u 2011. iznosi 3,72 % , što znači da je poduzeće na 1 kunu imovine generiralo 0,0372 kuna neto dobiti. U 2014. pokazatelj ima najveću vrijednost u promatranom razdoblju, iznosi 7,32 % , te pokazuje da je poduzeće na 1 kunu imovine generiralo 0,0732 kn neto dobiti.

Tablica 49: Stopa povrata na kapital (ROE)

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
ROE	53 %	50 %	43 %	41 %

Izvor: Izrada autora

ROA u promatranom razdoblju ima visoku vrijednost. U 2011. iznosi 53 %, što znači da je poduzeće na 1 kunu vlastitog kapitala generiralo 0,53 kuna neto dobiti. Dok u 2014. iznosi 41 % što znači da poduzeće je na 1 kunu vlastitog kapitala je generiralo 0,41 kunu neto dobiti.

Tablica 50: Neto profitna marža

Godina	2011.	2012.	2013.	2014.
Neto profitna marža	1,4 %	1,5 %	2,1 %	3,1 %

Izvor: Izrada autora

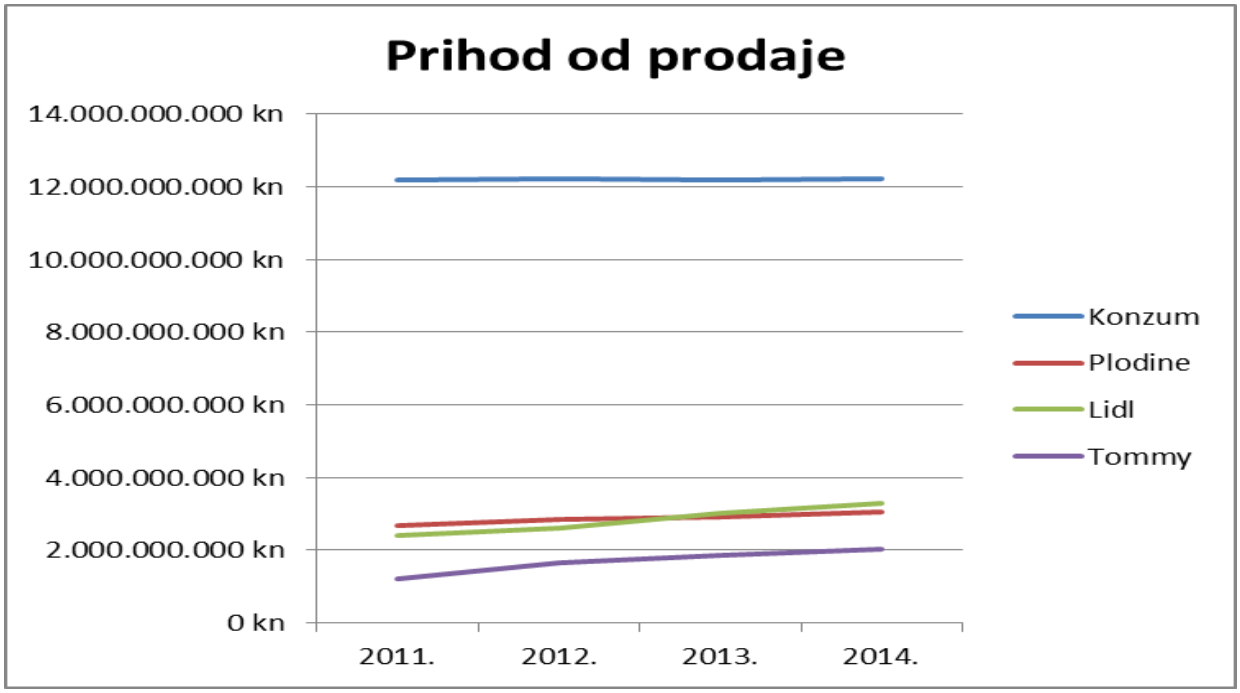
Neto profitna marža u 2011. pokazuje da poduzeću ostaje 0,014 kuna neto dobiti od jedne kune ostvarenog prihoda koji se može raspodjeliti po slobodnoj volji. Pokazatelj najveću vrijednost ima u 2014. te iznos 0,031.

Tommy u promatranom razdoblju ima vrlo nisku likvidnost što znači da treba povećati neki od oblika kratkotrajne imovine ili pak smanjiti neki od oblika kratkoročnih obveza. Koeficijent financijske stabilnosti ukazuje na to da se dugotrajna imovina financira, osim iz dugoročnih izvora, iz kratkoročnih obveza. Pokazatelj zaduženosti u promatranom razdoblju ima vrijednost veću od 0,8 što znači da Tommy većinu svog poslovanja financira iz tuđih izvora, što dovodi do povećanog financijskog rizik. Pokazatelji aktivnosti govore o uspješnosti poslovanja. Koeficijenti obrtaja zaliha i potraživanja ukazuju da poduzeće uspješno koristi svoju kratkotrajnu imovinu u stvaranju prihoda. Dani vezivanja zaliha u prosjeku iznose 31 dan, dok trajanje naplate potraživanje u prosjeku iznosi 10 dana. Prosječno vrijeme plaćanja dobavljača iznosi 85 dana.

Pokazatelji profitabilnosti u promatranom razdoblju pokazuju da Tommy uspješno korisiti svoju imovinu u stvaranju neto dobiti, odnosno Tommy posluje profitabilno.

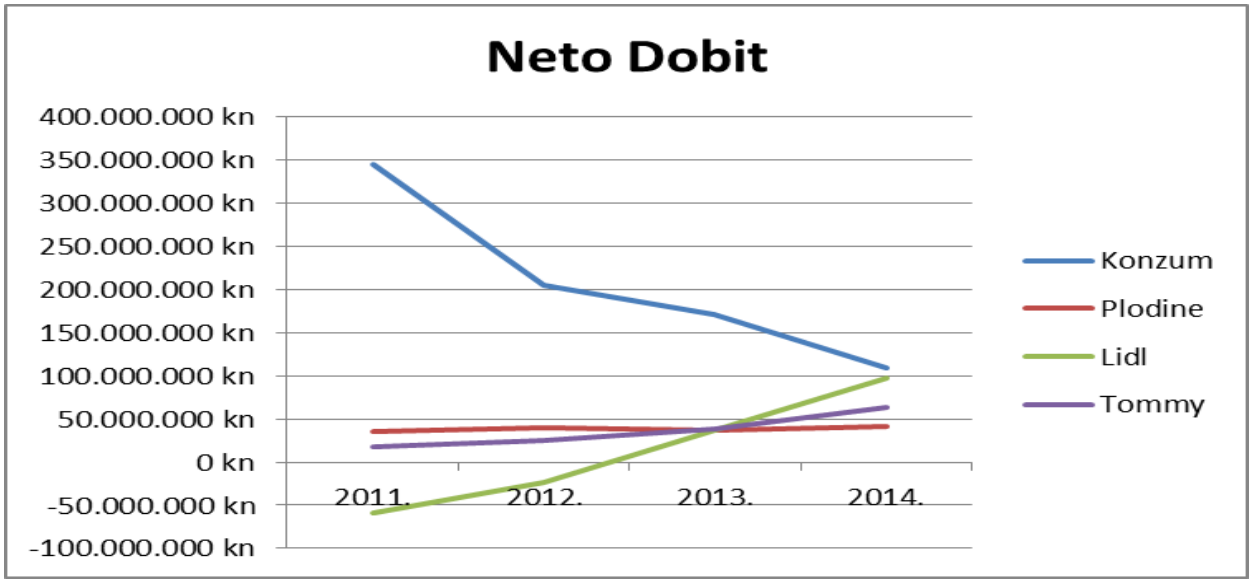
4.3. Komparativna analiza na temelju odabranih pokazatelja

Na temelju provedene pojedinačne financijske analize putem odabranih financijskih pokazatelja odabranih poduzeća (Konzum, Plodine, Lidl, Tommy), provest će se usporedba kretanja odabranih pokazatelja u promatranom razdoblju. Osim kretanja odabranih pokazatelje, prikazat će se kretanje prihoda od prodaje i neto dobiti u promatranom razdoblju kako bi dobili bolju financijsku sliku odabranih poduzeća.



Slika 9: Kretanje prihod od prodaje za razdoblje od 2011.- 2014.

U 2011. Konzum je ostvario 12,18 milijardi prihoda od prodaje, dok u 2014. je ostvario 12,21 milijardu što predstavlja povećanje od 0,2 %. Plodine u 2014. u odnosu na 2011. bilježi porast prihoda od prodaje za 13,75 %, Lidl bilježi porast za 37 % , dok Tommy za 66 %. Dok Konzum bilježi vrlo blagi porast prihoda od prodaje, ostala poduzeća bilježe značajan porast prihod od prodaje u 2014. u odnosu na 2011.



Slika 10: Kretanje neto dobiti za razdoblje od 2011.-2014.

Konzum u razdoblju od 2011.-2014. bilježi konstantni pad neto dobiti. U 2011. neto dobit je iznosila 345 mil. kuna, dok u 2014. 109 mil. kuna odnosno došlo je do pada za 68 %. Plodine bilježe blagi porast neto dobiti. U 2014. u odnosu na 2011. došlo je do rasta od 18 %. Lidl nakon što je u 2011. i 2012. zabilježio gubitak poslovanja, u 2013. i 2014. dolazi do značajnog rasta neto dobiti. U 2014. u odnosu na 2013. neto dobit je porasla s 37 mil. kuna na 98 mil. kuna. Tommy bilježi trend rasta neto dobiti. U 2011. u odnosu na 2014. neto dobit se povećala za 46 mil. kuna. Dok Konzum bilježi trend pada neto dobiti, Plodine, Lidl i Tommy imaju trend rasta neto dobiti.

U Tablica 51 prikaz će se prosječno kretanje pokazatelja likvidnosti i zaduženosti za razdoblje od 2011.-2014.

Pokazatelji	***Ubrzana likvidnost***	***Tekuća likvidnost***	***Financijska stabilnost***	***Zaduženost***
Konzum	0,255	0,428	2,680	0,753
Plodine	0,096	0,409	1,356	0,876
Lidl	0,413	0,723	1,076	0,303
Tommy	0,110	0,431	2,235	0,894

Izvor: Izradio autor prema izračunatim financijskim pokazateljima

Može se vidjeti da nema značajne razlike između Konzuma kao tržišnog lidera i ostalih trgovinskih poduzeća. Odabrana poduzeća imaju značajno manje kratkoročne imovine nego što su im kratkoročne obveze koje dolaze na naplatu i nemaju dovoljno sredstava za podmirivanje kratkoročnih obveza. Koeficijenti zaduženosti i likvidnosti ukazuju na to da je financijski rizik povezan s vodećim maloprodavačima još uvijek visok, iznimka je Lidl čiji koeficijent zaduženosti ispod 0,5. Također odabrana poduzeća dio svoje dugotrajne imovine financira iz kratkoročnih obveza. Odabrana poduzeća problem likvidnosti djelomično rješavaju kratkoročnim financiranjem od dobavljača odnosno kupuju robu od dobavljača na kredit i nastoje smanjiti potrebe za kratkoročnim financiranjem iz drugih izvora.

Tablica 52 prikazuje prosječno kretanje pokazatelja aktivnosti, izraženih u danima, za razdoblje od 2011.-2014.

Aktivnosti (U danima)	***Vezivanje zaliha***	***Naplata potraživanja***	***Plaćanje dobavljača***
Konzum	44	28	98
Plodine	47	11	102

Lidl	31	3	59
Tommy	31	10	85

Izvor: Izradio autor prema izračunatim financijskim pokazateljima

Dani vezivanja zaliha kreću se u intervalu od 31 do 47 dana. Lidl i Tommy imaju kraći broj dana iz razlog što u prosjeku na 1 kn zaliha ostvaruju 12 kn prihoda, dok Konzum i Plodine oko 7 kuna prihoda. Konzumu je u prosjeku potrebno 28 dan kako bi naplatiti potraživanja od kupaca, dok Plodinama i Tommyju u prosjeku 10-11 dana. Lidlu je u prosjeku potrebno 3 dana da naplati svoja potraživanja. Razlog zbog kojeg Konzumu je potrebno znatno više dana da naplati svoja potraživanje je veći udio dugoročnih potraživanja u ukupnim potraživanjima. Iako Lidl ima mali udio dugoročnih potraživanja u ukupnim potraživanjima, njihova politika naplate je znatno efikasnija od preostalih poduzeća.

Konzum, Plodine i Tommy u prosjeku svoje dobavljače plaćaju između 85 i 102 dana. Dok Lidl značajno odstupa od ostalih poduzeća, s prosjekom plaćanja od 59 dana. Jedan od razlog je što domaća poduzeća uglavnom nastoje odgoditi plaćanja dobavljačima odnosno koriste kratkoročno kreditiranje od strane dobavljača, dok Lidl iza sebe ima maticu, koja pripomaže pri plaćanju obveza u što kraćem roku.

Kod pokazatelja profitabilnosti treba uzeti u obzir veličinu ukupne imovine i kapitala. Konzum u promatranom razdoblju posluje profitabilno s prosječnom stopom povrata imovine od 2 %, povrata kapitala od 7,75 % i neto profitnom maržom od 1,66 %, s time da pokazatelji profitabilnosti bilježe blagi pad. Razlog tome je kontinuirani rast ukupne imovine zbog sve većeg širenja samog poslovanja. Plodine također posluju profitabilno, sa prosječnom stopom povrata imovine od 1,3 %, povrata kapitala od 10,2 % i neto profitnom maržom od 1,33 %. Lidl u 2011. i 2012. ostvario gubitak stoga nije poslovao profitabilno, ali u 2013. i 2014, bilježi nagli porast, s time da u 2014. stopa povrata na imovinu iznosi 2,6 %, na kapital 4 % i neto profitna marža 3 %. Tommy bilježi najbolje pokazatelje profitabilnosti. Prosječna ROA iznosi 4,7 %, ROE iznosi 47% i neto profitna marža 2%. Jedan od razloga je manja vrijednost imovine i kapitala. Prosječna vrijednost imovine Konzum u promatranom razdoblju iznos 11,2 mlrd. kuna, dok Tommyja 790 mil.kuna. Prosječna vrijednost imovine Plodina i Lidla se kreće oko 3 mlrd. kuna.

4.4. Rezultat provedene analize financijskih izvještaja

Na temelju provedene financijske analize putem pokazatelja, odabranih trgovinskih poduzeća, možemo dati odgovor na postavljena istraživačka pitanja.

2. Je li analiza financijskih izvještaja relevantan pokazatelj poslovanja trgovinskih poduzeća?

Analiza financijskih izvještaja spada u jedne od najvažnijih dijelova financijske analize, na temelju koje se mogu dobiti informacije u financijskom stanju poduzeća. U ovom radu prikazan je dio, koji se odnosi na financijske pokazatelje, od cjelokupnog proces analize financijskih izvještaja. Na temelju izračunatih pokazatelja dobili smo uvid kakva je likvidnost svakog određenog poduzeća, u kojem omjeru poduzeća koriste vlastita ili tuđa sredstva u financiranju poslovanja te kako poduzeća upravljaju svojom kratkotrajnom imovinom, ukupnom imovinom i kapitalom u stvaranju prihoda. Sve informacije prikazane na takav način relevantne su za sve zainteresirane skupine, kao jedna od podloga za donošenje poslovnih odluka. No jedan od problema je što se izvještaji sastavljaju i objavljuju periodično, što znači da se u trenutku dobivanja informacije uglavnom više ne može bitno utjecati na postojeće stanje. Stoga može se zaključiti da je analiza financijskih izvještaja relevantan pokazatelj poslovanja trgovinskih poduzeća, ali treba uzeti u obzir vremenska odstupanja.

3. Kakav je trend kretanja financijskih pokazatelja odabranih trgovinskih poduzeća?

Trend kretanja pokazatelja likvidnosti ukazuje da Konzum i Plodine imaju trend pada, odnosno likvidnost i financijska stabilnost se pogoršavaju. Tommy ima negativan trend kretanja pokazatelja likvidnosti. U 2013. dolazi do poboljšanja pokazatelja, no i dalje ispod poželjnih vrijednosti. Za razliku od domaćih poduzeća, Lidl ima rastući trend kretanja pokazatelja likvidnosti, ali i dalje ispod poželjnih vrijednosti. Konzum, Plodine i Tommy preko 70 % svoga poslovanja financiraju iz tuđih izvora, što znači da imaju visok financijski rizik. Dok Lidl, zbog dokapitalizacije matice, ima vrlo nisku vrijednost pokazatelja zaduženosti (oko 30 %). Pokazatelji aktivnosti uglavnom imaju pozitivan trend kretanja i ukazuju na to da odabrana poduzeća uspješno koriste svoju kratkotrajnu imovinu u stvaranju prihoda. Pokazatelji profitabilnosti pokazuje da odabrana poduzeća posluju profitabilno u odabranom razdoblju. Iznimka je Lidl za 2011. i 2012. radi ostvarenog gubitka. Konzum ima trend pad pokazatelja profitabilnost. Jedan od razloga je pad neto dobiti, te porast ukupne imovine i kapitala. Plodine imaju određenu konstantu u kretanju pokazatelja profitabilnost. Lidl od 2012. bilježi nagli trend rasta pokazatelja profitabilnosti zbog visokoga rasta neto dobiti i blagog porasta ukupne imovine i kapitala. Tommy ostvaruje najbolje stope profitabilnosti od preostala tri poduzeća. Razlog tome je pozitivan trend kretanja neto dobiti i daleko manja vrijednost imovine i kapitala u odnosu na preostala poduzeća.

4. Postoje li razlike u kretanju financijskih pokazatelja tržišnog lidera u odnosu na ostala odabrana poduzeća?

Ako promatramo pokazatelje likvidnosti može se zaključiti da Tommy i Plodine imaju približno iste veličine kao i Konzum, npr. pokazatelj tekuće likvidnosti se kreće oko 0,40, dok Lidlu u prosjeku oko 0,70. Prosječna zaduženost Konzum iznosi oko 75 %, Plodina i Tommyja preko 80 %., dok Lidl samo 30 %. Može se vidjeti da domaća poduzeća imaju sličan trend kretanja pokazatelja likvidnosti i zaduženosti, dok Lidl kao strano poduzeće značajno odstupa, razlog tome je što iza Lidla stoji njegova matica, koja dokapitalizacijom financira poslovanje poduzeća.

Ako promatramo pokazatelje aktivnosti, dani vezivanja zaliha kod Konzuma su slični kao i kod Plodina, dok Lidl i Tommy imaju manji broj dana, zbog manje vrijednosti prosječnih zaliha. Što se tiče naplate potraživanja, Konzumu je potrebno znatno više dana da naplati svoja potraživanja zbog većeg udjela dugoročnih potraživanja u ukupnim potraživanjima. Plodine i Tommy nemaju dugoročna potraživanja, stoga im je potrebno manje dana da naplate svoja potraživanja, dok Lidl značajno odstupa od Konzuma, s vrlo brzom naplatom svojih potraživanja. Konzum prosječno godišnje plaća dobavljače 4 puta, isto kao i Plodine i Tommy, dok Lidl plaća 6 puta godišnje.

Zbog širenja poslovanja i investiranja, Konzum bilježi pad pokazatelja profitabilnosti, naročito u 2014. Odabrana poduzeća posluju profitabilno, ali treba uzeti u obzir veličinu ukupne imovine i kapitala, gdje Konzum značajno odstupa od preostalih poduzeća. Ono što se može zaključiti da Konzum, Plodine, Lidl i Tommy ostvaruju profitabilno poslovanje.

Između domaćih poduzeća nema nekih velikih odstupanja u odabranim pokazateljima, kao što je veća navedeno, Konzum ima daleko veću vrijednost imovine i kapitala. Značajnija odstupanja se javljaju kod Lidla, koje kao strano poduzeće ima podršku od svoje strane matice.

5. ZAKLJUČAK

Trgovina ima veliko značenje za gospodarstvo RH. Veliki broj subjekata sudjeluje u tržišnoj utakmici, gdje se na razne načine nastoje pridobiti kupci. Poslovanje trgovinskih poduzeća i njihov način ponašanja na tržištu reguliran je brojnim Zakonima i pravilnicima. Naročito Zakon o trgovini koji specificira način kako bi se trebalo organizirati samo poslovanje unutar trgovine. Proces globalizacije i internacionalizacije omogućio je dolazak stranih trgovinskih poduzeća. Utjecaj toga ogleda se u tome da mali trgovci -obrtnici gube tržišnu utakmicu s velikim trgovačkim lancima zbog nekonkurentnih nabavnih i prodajnih cijena i ograničenog asortimana proizvoda i usluga. Kao rezultat toga su pad prihoda, gubici u poslovanju i zatvaranje obrtničkih radnji. Veliki trgovački lanci ostvaruju sve veći udio na tržištu trgovine, čime pridonose sve većoj koncentraciji trgovine. Treba naglasiti da kretanja u trgovini, posebno u trgovini na malo, ovise o kretanjima u gospodarstvu. U razdoblju krize hrvatsko gospodarstvo bilježi negativne trendove, što se odražava na trgovinu na malo. Smanjenje BDP-a, visoka nezaposlenost, niske plaće i zaduženost građana utjecali su na pad potrošnje domaćinstava i time na prometa u trgovini na malo. Stoga trgovinska poduzeća nastoje smanjenjem marži prilagoditi se nižoj potražnji stanovništva. Također smanjene su maloprodajne cijene kako bi se potakla potražnja i privukli cjenovno osjetljivi kupci. Smanjenje marži za trgovinska poduzeća znači nižu profitabilnost i manje mogućnosti za investiranje. Ono također stvara pritisak na smanjenje troškova poslovanja, plaća i broja zaposlenih. Ipak treba naglasiti da od 2014. dolazi do oporavka gospodarstva, samim time i raste potražnja stanovništva kao i promet trgovinskih poduzeća.

Zbog svog velikog značaja za gospodarstvo RH, trgovinska poduzeća postaju predmetom raznih financijskih analiza, u kojima se nastoji pružiti slika 'zdravstvenog' stanja poduzeća. U ovom radu provodila se analiza financijskih izvještaja putem pokazatelja odabranih poduzeća (Konzum, Plodine, Lidl, Tommy), gdje se utvrdilo da sva odabrana poduzeća imaju problema s likvidnošću i zaduženosti. Kratkoročnim kreditiranjem od strane dobavljača nekako uspijevaju djelomično riješiti taj problem. Lidl kao strano poduzeća, dokapitalizacijom svoje matice rješava tekuće probleme. Sva poduzeća uspješno koriste svoju imovinu u stvaranju prihoda, što se ogleda i u rastu poslovnih prihoda i neto dobiti u razdoblju od 2011.-2014. Unatoč tome što neka poduzeća bilježe pad pokazatelja profitabilnosti, sva poduzeća posluju profitabilno. Domaća poduzeća uglavnom bilježe slične trendove kretanja pokazatelja, dok Lidl u nekim pokazateljima značajno odstupa od domaćih poduzeća.

Vodeća trgovinska poduzeća sve više šire svoja poslovanja, te samim time povećavaju svoj udio na tržištu. Upravo iz toga razlog financijska analiza njihovih financijskih izvještaja, od velikog je značaja svim zainteresiranim skupinama. Treba naglasiti, da pored informacija prikupljenih na temelju analize financijskih izvještaja, treba se uzeti u obzir industriju i okolinu poslovanja trgovinskih poduzeća.

LITERATURA

Knjige:

1. Aljinović Barač, Ž., (2014): Računovodstvo novčanih tijekova, nastavni materijali s predavanja, Ekonomski fakultet Split, ak. godina 2014./2015

2. Anić, I., (2012): Mjerodavno tržište i tržišni udjel u trgovini na malo u Hrvatskoj i EU, ekonomski institut, Zagreb

3. Belak V.,i drugi, (2006): Profesionalno računovodstvo prema MSFI i i hrvatskim poreznim propisima, Zgombić i partneri, Zagreb.

4. Belak, V., (1995.) :Menadžersko računovodstvo, RRiFplus, Zagreb

5. Brkanić V., i sur.,(2014): Računovodstvo poduzetnika s primjerima knjiženja, RRiF, Zagreb.

6. Grabovac, N.,(2002) : Upravljanje trgovinskim poduzećima, Sarajevo.

7. Gulin, D., i sur. (2008): Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb.

8. Ramljak, B., (2011): Financijsko izvještavanje po segmentima, Računovodstveno-financijske informacije, pogl.3, str. 3-17.

9. Segetlija Z., (1999): Maloprodaja u Republici Hrvatskoj, Ekonomski fakultet, Osijek.

10. Vujević, I. (2003): Financijska analiza, Ekonomski fakultet Split, Split

11. Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb.

12. Žager, L.(2006): Temeljni pokazatelji analize financijskih izvještaja, Računovodstvo i financije 52., Zagreb.

Izvori s interneta

13. www.fina.hr

14. www.konzum.hr/KorporativniWeb/OpceInformacije.aspx

15. www.plodine.hr/index.php?opt=content&id=3&lang=HR

16. http://tommy.hr/o-nama/

17. http://www.lidl.hr/hr/Povijest.htm

18. www.poslovna.hr

19. http://www.zakon.hr/z/175/Zakon-o-trgovini

20. http://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu

21. http://web.efzg.hr/dok/TRG//

22. http://www.mingo.hr/page/kategorija/trgovina

23. www.hgk.hr

POPIS TABLICA

Tablica 1: Ukupni prihod (u mlrd. kn) vodećih trgovinskih poduzeća u razdoblju od 2011-2014.....17

Tablica 2: Ukupan broj zaposlenih vodećih trgovačkih poduzeća u razdoblju od 2011.-2014. 17

Tablica 3: Shema bilance.....25

Tablica 4: Shema Računa dobiti i gubitka.....27

Tablica 5: Shema aktivnosti novčanog toka.....29

Tablica 6: Pokazatelji likvidnosti.....32

Tablica 7: Pokazatelji zaduženosti.....34

Tablica 8: Pokazatelji aktivnosti..... 35

Tablica 9: Pokazatelji ekonomičnosti.....37

Tablica 10: Pokazatelji profitabilnosti.....38

Tablica 11: Koeficijent ubrzane likvidnosti….....46

Tablica 12: Koeficijent tekuće likvidnosti….....47

Tablica 13: Koeficijent financijske stabilnosti….....47

Tablica 14: Koeficijent zaduženosti…..47

Tablica 15: Koeficijent obrtaja zaliha i dani vezivanja zaliha.....48

Tablica 16: Koeficijent obrtaja potraživanja i trajanje naplate potraživanja.....48

Tablica 17: Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima i dani vezivanja obveza.....49

Tablica 18: Stopa povrata na imovinu (ROA).....49

Tablica 19: Stopa povrata na kapital (ROE).....49

Tablica 20: Neto profitna marža.....50

Tablica 21: Koeficijent ubrzane likvidnosti.....52

Tablica 22: Koeficijent tekuće likvidnosti.....53

Tablica 23: Koeficijent financijske stabilnosti.....53

Tablica 24: Koeficijent zaduženosti.....53

Tablice 25: Koeficijent obrtaja zaliha i dani vezivanja zaliha.....54

Tablica 26: Koeficijent obrtaja potraživanja i trajanje naplate potraživanja.....54

Tablica 27: Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima i dani vezivanja obveza.....55

Tablica 28: Stopa povrata na imovinu (ROA).....55

Tablica 29: Stopa povrata na kapital (ROE).....55

Tablica 30: Neto profitna marža.....56

Tablica 31: Koeficijent ubrzane likvidnosti.....58

Tablica 32: Koeficijent tekuće likvidnosti…..59

Tablica 33: Koeficijent financijske stabilnosti…..59

Tablica 34: Koeficijent zaduženosti…….59

Tablica 35: Koeficijent obrtaja zaliha i dani vezivanja zaliha.....60

Tablica 36: Koeficijent obrtaja potraživanja i trajanje naplate potraživanja.....60

Tablica 37: Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima i dani vezivanja obveza.....61

Tablica 38: Stopa povrata na imovinu (ROA).....61

Tablica 39: Stopa povrata na kapital (ROE).....61

Tablica 40: Neto profitna marža.....62

Tablica 41: Koeficijent ubrzane likvidnosti.....64

Tablica 42: Koeficijent tekuće likvidnosti….....65

Tablica 43: Koeficijent financijske stabilnosti….....65

Tablica 44: Koeficijent zaduženosti….....65

Tablice 45: Koeficijent obrtaja zaliha i dani vezivanja zaliha….....66

Tablica 46: Koeficijent obrtaja potraživanja i trajanje naplate potraživanja.....66

Tablica 47: Koeficijent obrtaja obveza prema dobavljačima i dani vezivanja obveza.....67

Tablica 48: Stopa povrata na imovinu (ROA).....67

Tablica 49: Stopa povrata na kapital (ROE).....67

Tablica 50: Neto profitna marža.....68

Tablica 51: Prosječno kretanje pokazatelja likvidnosti i zaduženosti.....70

Tablica 52: Prosječno kretanje pokazatelja aktivnosti.....70

POPIS SLIKA

Slika 1: Bilanca za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr.....45

Slika 2: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr.....46

Slika 3: Bilanca za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr.....51

Slika 4: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr.....52

Slika 5: Bilanca za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr.....57

Slika 6: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr.....58

Slika 7: Bilanca za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr.....63

Slika 8: Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 2011. do 2014. godine, izradio autor prema podacima s www.fina.hr.....64

Slika 9: Kretanje prihod od prodaje za razdoblje od 2011.- 2014.....69

Slika 10: Kretanje neto dobiti za razdoblje od 2011.-2014.....69

SAŽETAK

Diplomski rada „Financijska analiza poslovanja odabranih trgovinskih poduzeća putem financijskih pokazatelja“ objašnjava ulogu trgovine u gospodarstvu Republike Hrvatske i na temelju analize financijskih izvještaja putem pokazatelja odabranih poduzeća (Konzum, Plodine, Lidl, Tommy) ukazuje na trendove kretanja odabranih pokazatelja. U prvom djelu radu, objašnjeni su način i uvjeti obavljanja same djelatnosti trgovine. Zahvaljujući sve većem procesu koncentracije, trgovinska poduzeća sve više doprinose razvoju gospodarstva RH, samim time trgovina ima značajnu ulogu u gospodarstvu. Analiza financijskih izvještaja putem odabranih pokazatelja pokazuje da odabrana poduzeća imaju problema s likvidnošću i zaduženosti, ali uspješno koriste svoju imovinu u stvaranju prihoda i održavaju profitabilno poslovanje. Domaća poduzeća (Konzum ,Plodine i Tommy) imaju sličan trend kretanja odabranih pokazatelja, dok Lidl kao strano poduzeća značajno odstupa u određenim pokazateljima. Informacije dobivene analizom financijskih izvještaja jedan su od način koje korisnici financijskih izvještaja koriste za donošenje poslovnih odluka.

Ključne riječi: trgovina, analiza financijskih izvještaja, financijski pokazatelji

SUMMARY

Master's thesis "Financial analysis of selected retail companies business through financial indicators," explains the role of trade in the Croatian economy and based on the analysis of financial statements by indicators selected companies (Konzum, Plodine, Lidl, Tommy) , shows the trends of selected indicators. First part of the work explained the manner and conditions of trade. Thanks to the growing process of concentration of trade, retail companies increasingly contribute to economic development of Croatia, thus retail plays a significant role in the economy. Analysis of the financial statements through selected indicators shows that the selected companies have problems with liquidity and debt, but successfully use their property in creating the revenue and maintain a profitable business. Domestic enterprises (Konzum, Plodine and Tommy) have a similar trend in selected indicators, while Lidl as foreign company significantly deviates in certain indicators. Information from the financial statements is one of the way that users of financial statements can use to make some business decisions.

Keywords: Retail, analysis of financial statements, financial indicators