PRIMJENA DU PONT SUSTAVA U ANALIZI POSLOVANJA TURISTIČKIH AGENCIJA

Marinković, Ketrin

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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:124:901186

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

ZAVRŠNI RAD

PRIMJENA DU PONT SUSTAVA U ANALIZI POSLOVANJA TURISTIČKIH AGENCIJA

Mentor:
izv.prof.dr.sc. Tina Vuko

Student:
Ketrin Marinković

Split, travanj 2017.

SADRŽAJ

1. UVOD 2

2. FINANCIJSKO IZVJEŠTAVANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ 3

2.1. Regulatorni okvir financijskog izvještavanja 3

2.2. Temeljni financijski izvještaji 5

2.2.1. Izvještaj o financijskom položaju 6

2.2.2. Račun dobiti i gubitka 9

2.2.3. Izvještaj o promjenama kapitala 9

2.2.4. Izvještaj o novčanom toku 10

2.2.5. Bilješke uz financijske izvještaje 12

3. DUPONT SUSTAV POKAZATELJA 13

3.1. Povrat na ukupnu imovinu (ROA) 15

3.2. Povrat na vlastiti kapital (ROE) 17

4. PRIMJENA DUPONT SUSTAVA POKAZATELJA U ANALIZI POSLOVANJA TURISTIČKIH AGENCIJA 20

4.1. Obilježja i karakteristike poslovanja turističkih agencija 20

4.2. Analiza uspješnosti poslovanja pet turističkih agencija primjenom DuPont sustava pokazatelja 21

4.2.1. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Bol tours d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja 22

4.2.2. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Adria tours d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja 26

4.2.3. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Adriatic Travel d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja 30

4.2.4. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Globo Travel d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja 34

4.2.5. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Uniline d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja 39

4.2.6. Analiza i usporedba uspješnosti poslovanja pet turističkih agencija na temelju pokazatelja DuPont sustava 43

5. ZAKLJUČAK 49

LITERATURA 50

SAŽETAK 51

SUMMARY 51

1. UVOD

Financijska analiza provodi se na temelju financijskih izvještaja, koji sadrže informacije o poslovanju poduzeća u proteklom obračunskom razdoblju, a provodi se s namjerom da se ocjeni kvaliteta i uspješnost poslovanja. Promatrajući više uzastopnih razdoblja, stvara se potpunija slika ostvarenih rezultata, njihova usporedba tokom nekoliko godina poslovanja, te mogućnost poboljšanja poslovanja u budućim razdobljima. Iako postoje mnoge tehnike i postupci analize financijskih izvještaja, posebno mjesto zauzima *DuPont sustav pokazatelja*. Primjenom DuPont sustava poduzeće dobiva stvarne informacije o uspješnosti poslovanja, odnosno koliko se imovina efektivno i efikasno koristi, te uvidom u stanje poslovanja poduzeća, menadžeri mogu racionalnije upravljati imovinom i kvalitetnije donositi odluke.

Hrvatska je danas svjetska turistička destinacija, te je razvoj agencijskog poslovanja jedan od važnih čimbenika u turističkoj ponudi. Zato je za ovaj rad odabran turizam kao industrija u kojoj je provedeno istraživanje, te je za predmet istraživanja odabrano pet turističkih agencija. Cilj rada je ukazati na važnost primjene DuPont sustava za potrebe odlučivanja kao ključa za daljnja planiranja i upravljanja poslovanjem. Primjenom DuPont sustava pokazatelja izvršit će se analiza uspješnosti poslovanja turističkih agencija i utvrditi mogućnosti za poboljšanja.

Završni rad *Primjena DuPont sustava u analizi poslovanja turističkih agencija* sastoji se od teorijskog i praktičnog dijela. U teorijskom dijelu rada analizirani su regulatorni okvir financijskog izvještavanja u Republici Hrvatskoj, temeljni financijski izvještaji, te DuPont sustav i njegove komponente. Primjenom DuPont sustava u praktičnom dijelu rada izvršena je analiza i usporedba uspješnosti poslovanja pet turističkih agencija, *Bol tours d.o.o., Adria tours d.o.o., Adriatic Travel d.o.o., Globo Travel d.o.o.* i *Uniline d.o.o.*.

Rad se sastoji od pet cjelina. U *prvom dijelu* rada definiran je predmet i cilj istraživanja. *Drugi dio* rada odnosi se na pregled i analizu financijskog izvještavanja u Republici Hrvatskoj, dok *treći dio* daje detaljan pregled DuPont sustava. *Četvrto poglavlje* odnosi se na istraživanje rada, odnosno analizu uspješnosti poslovanja pet turističkih agencija primjenom DuPont sustava pokazatelja. U *petom dijelu* izloženi su zaključci i rezultat samog istraživanja.

2. FINANCIJSKO IZVJEŠTAVANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Za financijsko izvještavanje u Republici Hrvatskoj nadležan je Zakon o računovodstvu. Zakonom o računovodstvu uređuju se pitanja iz područja računovodstva poduzetnika, a koja se odnose na razvrstavanje poduzetnika i grupe poduzetnika, knjigovodstvene isprave i poslovne knjige, popis imovine i obveza, godišnji financijski izvještaji i konsolidacija godišnjih financijskih izvještaja, javna objava godišnjih financijskih izvještaja i sadržaj godišnjih financijskih izvještaja.[1]

2.1. Regulatorni okvir financijskog izvještavanja

Računovodstvo je najznačajniji dio ukupnog informacijskog sustava i većina informacija potrebnih u procesu poslovnog odlučivanja nastaje upravo u računovodstvu. Računovodstvo se može definirati kao "vještina bilježenja, razvrstavanja, skraćenog prikazivanja i interpretiranja u novčanom obliku izraženih poslovnih događaja koji su bar djelomično financijske naravi".[2] Stoga se može reći da je računovodstvo uslužna funkcija funkciji upravljanja.

Regulativni okvir financijskog izvještavanja čine računovodstvena regulativa i legislativa. **Računovodstvena regulativa** označava pravila, propise, uredbe, načela i standarde za vođenje poslovnih knjiga, sastavljanje financijskih izvještaja, te vrednovanje. Računovodstvena regulativa može se definirati na nacionalnoj ili međunarodnoj razini jednim od dva pristupa: a) zakonima (npr. Zakonom o računovodstvu ili Zakonom o poduzećima ili Trgovačkim zakonom), kao i propisima sličnim zakonima (npr. direktivama) i b) načelima ili standardima računovodstvene profesije (nacionalni ili međunarodni računovodstveni standardi). **Računovodstvena legislativa** ima uže značenje od regulative, a obuhvaća samo zakonske propise koje donosi zakonodavna skupština.[3]

Sukladno odredbama Zakona o računovodstvu, poduzetnik je dužan sastavljati i prezentirati godišnje financijske izvještaje primjenom Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja ili Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja.

[1] Narodne novine (2015/2016): Zakon o računovodstvu, pročišćeni tekst (NN, 78/15, 134/15, 120/16), Narodne novine d.d., Zagreb
[2] Šodan S. (2014/2015): Financijska anliza poslovanja, skripta, Ekonomski fakultet Split, predavanja br. 8.
[3] Šodan S. (2014/2015): Op.cit., predavanja br. 8.

Poduzetnici se prema Zakonu o računovodstvu svrstavaju u sljedeće kategorije:[4]

1. trgovačko društvo i trgovac pojedinac određeni propisima kojima se uređuju trgovačka društva,
2. poslovne jedinice poduzetnika koje imaju sjedište u drugim zemljama članicama,
3. poslovne jedinice sa sjedištem u trećoj državi u kojoj postoji obveza vođenja poslovnih knjiga i sastavljanja financijskih izvještaja,
4. podružnica inozemnih poduzetnika u Republici Hrvatskoj, ako ista nije poslovna jedinica.

Zakonom o računovodstvu poduzetnici se razvrstavaju na ***mikro, male, srednje*** i ***velike poduzetnike,*** ovisno o pokazateljima utvrđenim na zadnji dan poslovne godine, a koja prethodi godini za koju se sastavljaju financijski izvještaji. Prema novom Zakonu o računovodstvu (2015), *mikro, mali* i *srednji poduzetnici* obveznici su primjene *Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja (HSFI),* dok su *veliki poduzetnici* i *subjekti od javnog interesa* obveznici *Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja*. Hrvatske standarde financijskog izvještavanja donosi Odbor za standarde financijskog izvještavanja (OSFI), dok su Međunarodni standardi financijskog izvještavanja utvrđeni od strane Europske komisije te obuhvaćaju Međunarodne računovodstvene standarde (MRS), te Međunarodne standarde financijskog izvještavanja (MSFI), njihove dopune i tumačenja.

Kriterij na temelju kojih se razvrstavaju poduzetnici su:[5]

1. iznos ukupne aktive,
2. iznos prihoda, te
3. prosječni broj radnika tijekom poslovne godine.

U Tablici 1. dan je pregled kriterija za klasifikaciju poduzetnika prema Zakonu o računovodstvu, te iznos svakog kriterija u kunama.

[4] Narodne novine (2015/2016): Op.cit., čl. 4.
[5] Narodne novine (2015/2016): Op.cit., čl. 5.

Tablica 1: Kriteriji za klasifikaciju poduzetnika prema ZOR-u

VELIČINA PODUZEĆA	KRITERIJI	IZNOS U KUNAMA
MIKRO PODUZETNICI koji ne prelaze pokazatelje u dva od navedena tri uvjeta.	Ukupna aktiva	< 2.600.000 kn
	Ukupan prihod	< 5.200.000 kn
	Prosječan broj radnika	<10
MALI PODUZETNICI koji nisu mikro poduzetnici i ne prelaze pokazatelje u dva od tri navedena uvjeta.	Ukupna aktiva	< 30.000.000 kn
	Ukupan prihod	< 60.000.000 kn
	Prosječan broj radnika	< 50
SREDNJI PODUZETNICI koji nisu ni mikro ni mali poduzetnici i ne prelaze pokazatelje u dva od tri navedena uvjeta.	Ukupna aktiva	< 150.000.000 kn
	Ukupan prihod	< 300.000.000 kn
	Prosječan broj radnika	< 250
VELIKI PODUZETNICI koji prelaze pokazatelje u najmanje dva od tri uvjeta za srednja poduzeća.		

Izvor: Narodne novine (2015/2016): Zakon o računovodstvu, pročišćeni tekst (NN, 78/15, 134/15, 120/16), Narodne novine d.d., Zagreb, čl. 5.

Svi subjekti od javnog interesa smatraju se velikim poduzetnicima bez obzira na kriterije kategorizacije. Među subjektima od javnog interesa spadaju: banke, štedne banke, stambene štedionice, institucije za elektronički novac, leasing-društva, društva za reosiguranje, društva za upravljanje UCITS fondovima, UCITS fondovi, mirovinska društva koja upravljaju obveznim mirovinskim fondovima, faktoring društva, burze, investicijska društva, društva za upravljanje alternativnim investicijskim fondovima, društva za osiguranje. [6]

2.2. Temeljni financijski izvještaji

Poduzeća sastavljaju godišnje financijske izvještaje kako bi vanjske i unutarnje korisnike upoznali s poslovanjem poduzeća. Cilj financijskih izvještaja je da pruže korisnicima realne i objektivne informacije o djelotvornosti poslovanja poduzeća, a koje su korisnicima značajne za donošenje poslovnih odluka.

[6] Narodne novine (2015/2016): Op.cit, čl. 5.

Prema Zakonu o računovodstvu temeljne financijske izvještaje u Republici Hrvatskoj čine:[7]

- 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.

U ovom radu, istraživanje je provedeno na pet turističkih agencija, koje po svojim obilježjima spadaju u grupu mikro, malih i srednjih poduzetnika. Turističke agencije *Bol tours d.o.o., Adriatic Travel d.o.o.* i *Globo Travel d.o.o.* spadaju u kategoriju mikro poduzetnika, dok turistička agencija *Adria tours d.o.o.* spada u kategoriju malih poduzetnika. Navedena poduzeća primjenjuju HSFI i obveznici su sljedećih financijskih izvještaja: izvještaj o financijskom položaju, račun dobiti i gubitka i bilješke uz financijske izvještaje. Turistička agencija *Uniline d.o.o.* spada u kategoriju srednjih poduzetnika, primjenjuje HSFI i obveznik je sljedećih temeljnih izvještaja: izvještaj o financijskom položaju, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanim tokovima, izvještaj o promjenama kapitala i bilješke uz financijske izvještaje.

2.2.1. Izvještaj o financijskom položaju

Izvještaj o financijskom položaju ili Bilanca je jedan od temeljnih financijskih izvještaja. Riječ bilanca etimološki potječe od latinske riječi *bi* (dupli) i *lanx* (zdjele vage), tako da te dvije zdjele uspostavljaju određenu ravnotežu.[8] Bilanca se sastoji od aktive i pasive. Aktiva prikazuje imovinu s kojom poduzeće raspolaže, a pasiva prikazuje izvore imovine. Upravo odnos aktive i pasive mora dati ravnotežu, odnosno između aktive i pasive uvijek mora postojati jednakost. Što znači da je aktiva uvijek jednaka pasivi, odnosno da je imovina jednaka zbroju kapitala i obveza.

Bilanca predstavlja osnovnu podlogu za analizu financijskog položaja, za utvrđivanje slabosti i nedostataka u poslovanju, te za predviđanje budućeg poslovanja. U razmatranju tog položaja

[7] Narodne novine (2015/2016): Op.cit čl. 19.
[8] Vujević I. (2009): Analiza financijskih izvještaja, ST-Tisak, Split, str. 35.

posebno značajnu ulogu imaju odnosi koji postoje između osnovnih elemenata bilance, *imovine, obveza* i *kapitala*. Pri tome je osobito važna struktura imovine, obveza i kapitala, kao i međusobna povezanost i uvjetovanost pojedinih dijelova imovine i izvora imovine. To znači da je za kvalitetnu ocjenu financijskog položaja nužno poznavati osnovne oblike imovine i osnovne elemente izvora te imovine.

Imovina poduzeća je resurs koji je pod kontrolom poduzeća, proizlazi iz prošlih događaja i od kojeg se očekuju buduće ekonomske koristi. Imovinu možemo podijeliti na kratkotrajnu i dugotrajnu imovinu.

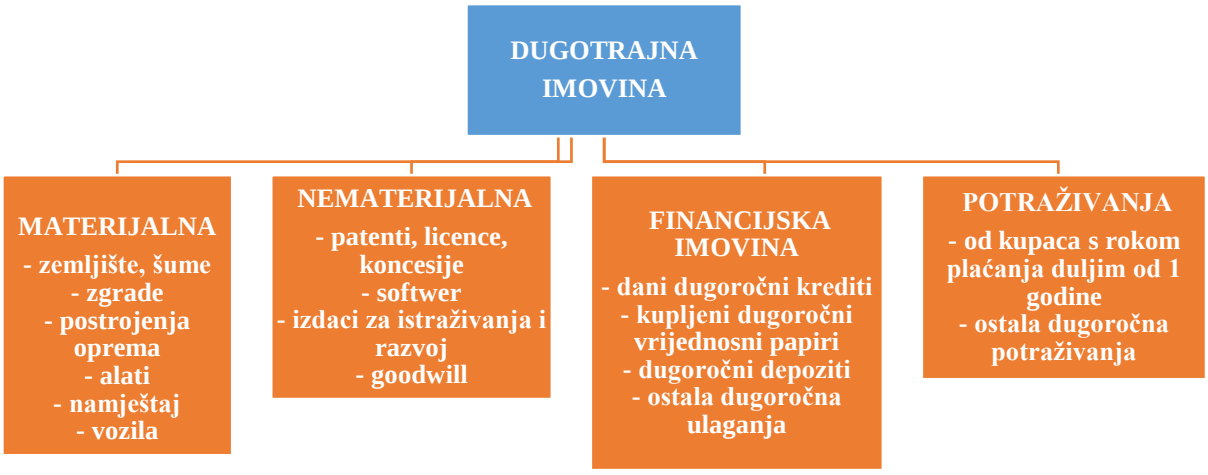
Kratkotrajna imovina (tekuća ili obrtna imovina) je oblik imovine poduzeća s rokom realizacije do godine dana i vrijednosti do 3.500,00 kuna. Kratkotrajnu imovinu čini onaj dio imovine za koji se očekuje da će se pretvoriti u novčani oblik u razdoblju kraćem od jedne godine. U nastavku, na slici 1, prikazani su osnovni oblici kratkotrajne imovine.



Slika 1: Oblici kratkotrajne imovine

Izvor: Žager K., Žager L. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str. 56.

Dugotrajna imovina ima vrijednost veću od 3.500,00 kuna i rok realizacije duži od godine dana. Ona se postupno troši i zadržava svoj pojavni oblik tijekom čitavog korisnog vijeka uporabe. U strukturi dugotrajne imovine razlikuje se materijalna od nematerijalne imovine. Osim toga, tu još postoji i financijska dugotrajna imovina te potraživanja koja se unovčavaju u roku duljem od godine dana. Na slici 2 prikazani su osnovni oblici dugotrajne imovine.



Slika 2: Oblici dugotrajne imovine

Izvor: Žager K., Žager L. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str. 57.

Pasiva bilance se sastoji od ***kapitala*** i ***obveza***. *Kapital* predstavlja razliku između vrijednosti ukupne imovine i ukupne vrijednosti obveza, te predstavlja onaj dio imovine koji pripada vlasnicima poduzeća. Do povećanja kapitala dolazi prilikom ulaganja, a do smanjenja kapitala dolazi kada vlasnik povlači novac ili drugu imovinu iz poduzeća. Druga stavka pasive su *obveze*, koje mogu biti kratkoročne i dugoročne. Kratkoročne obveze imaju rok dospijeća kraći od godinu dana, a dugoročne obveze imaju rok dospijeća duži od godinu dana.

Kratkoročne obveze čine:[9]

- obveze prema dobavljačima (za nematerijalna i materijalna ulaganja),
- obveze po vrijednosnim papirima (mjenice, čekovi, obveznice i ostali vrijednosni papiri),
- obveze na osnovi kratkoročnih zajmova, kredita, predujmova, depozita i jamstava,
- obveze za bruto plaće, nadnice, naknade i dohotke zaposlenika po drugim osnovama,
- obveze prema povezanim društvima iz zajedničkih poslova.

Dugoročne obveze čine:[10]

- obveze za primljene dugoročne financijske i robne zajmove,
- obveze za primljene dugoročne kredite banaka i drugih financijskih institucija,
- obveze za emitirane dugoročne obveznice.

[9] Žager K., Žager L. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 59.
[10] Ibidem, str. 59.

2.2.2. Račun dobiti i gubitka

Za razliku od bilance, račun dobiti i gubitka prikazuje aktivnosti poduzeća u određenom razdoblju. Osnovni elementi računa dobiti i gubitka čine ***prihodi, rashodi*** i ***financijski rezultat*** poslovanja za određeno razdoblje. *Prihodi* su definirani kao povećanje ekonomske koristi kroz obračunsko razdoblje u obliku priljeva ili povećanja sredstava ili smanjenja obveza, koja imaju za posljedicu povećanje kapitala, osim povećanja kapitala koje se odnosi na unose od strane ulagača.[11] Prihodi se najčešće ostvaruju prodajom proizvoda, trgovačke robe ili pružanjem usluga. *Rashodi* predstavljaju smanjenje ekonomske koristi kroz obračunsko razdoblje u obliku odlijeva ili iscrpljenja imovine ili stvaranja obveza što za posljedicu ima smanjenje kapitala, osim onoga u vezi s raspodjelom sudionicima u kapitalu.[12] Kao najčešći rashodi pojavljuju se materijalni troškovi, troškovi osoblja, amortizacija, kamate i slično.

U slučaju ako su ukupni prihodi veći od ukupnih rashoda poduzeće je ostvarilo dobit, dok u suprotnoj situaciji, ako su ukupni rashodi veći od ukupnih prihoda, poduzeće je ostvarilo gubitak. *Financijski rezultat,* pozitivan (dobitak) ili negativan (gubitak), najznačajniji je segment poslovanja poduzeća. On je kontrola stanovite razine racionalnosti upravljanja i znak subjektima da li se ostvaruje jedan od bitnih uvjeta sigurnosti u poslovnim odnosima.

2.2.3. Izvještaj o promjenama kapitala

Izvještaj o promjenama kapitala prikazuje sve promjene na računima kapitala unutar određenog obračunskog razdoblja. Izvještaj obuhvaća u prvom dijelu sve vrste uloženog kapitala i rezervi, uključujući i dividende, a u drugom dijelu dio kapitala koji je posljedica usklađivanja knjigovodstvene vrijednosti imovine s tržišnom vrijednosti, čiji učinci povećavaju ili smanjuju vrijednost kapitala.[13] Izvještaj o promjenama kapitala daje informacije o raspodjeli zarada na dio koji se isplaćuje vlasnicima i na dio koji ostaje u poduzeću. Ovaj financijski izvještaj daje investitorima sliku koji poslovni događaji su uzrokovali navedene promjene kapitala.

[11] Narodne novine (2015): Hrvatski standardi financijskog izvještavanja (NN, 86/15), Narodne novine d.d., Zagreb, t.15.1.
[12] Narodne novine (2015): Op.cit., t. 16.3.
[13] Popović Ž., Vitezić N. (2009.): Revizija i analiza, Sveučilišna tiskara d.o.o., Zagreb, str. 402.

Kapital poduzeća čine uloženi kapital i zarađeni kapital, te se dijeli na šest pozicija:[14]

1. Upisani kapital
2. Premije na emitirane dionice
3. Revalorizacijska rezerva
4. Rezerve
    - zakonske rezerve
    - rezerve za vlastite dionice
    - statutarne rezerve
    - ostale rezerve
5. Zadržana dobit ili preneseni gubitak
6. Dobit ili gubitak tekuće godine

2.2.4. Izvještaj o novčanom toku

Izvještaj o novčanom toku je sastavni dio temeljnih financijskih izvještaja koji pokazuje izvore pribavljanja i način uporabe novca. Za novac se kupuju sirovine, strojevi, podmiruju se obveze, za novac se također prodaju gotovi proizvodi, roba i sve se vrti oko novca. Upravo iz tih razloga je potrebno sastavljati izvještaj koji govori o izvorima i uporabi novca. Izvještaj o novčanom toku daje pravu sliku "zdravstvenog stanja" poduzeća, te pruža podatke o primicima i izdacima novca i njihovoj razlici.

Izvještaj o novčanim tokovima prezentira novčane tokove, a tokovi se klasificiraju prema aktivnostima i to na tokove od:

1. poslovne aktivnosti
2. investicijske aktivnosti, te
3. financijske aktivnosti.

Poslovne aktivnosti su glavne aktivnosti poduzeća koje stvaraju prihod i koje imaju najznačajniji utjecaj na financijski rezultat poduzeća. Najčešći primjeri novčanih primitaka i novčanih izdataka iz poslovnih aktivnosti su:[15]

- novčani primici na osnovi prodaje proizvedenih proizvoda ili pruženih usluga,

[14] Ibidem, str. 87.
[15] Vujević, I.(2009): op.cit., str. 52.

- novčani primici od provizija, subvencija i drugih naknada,
- novčani primici od osiguravajućeg društva,
- novčani izdaci dobavljačima za isporučenu robu ili usluge,
- novčani izdaci zaposlenima i za račun zaposlenih,
- novčani izdaci vezani za poreze i doprinose,
- novčani izdaci za premije osiguranja.

Investicijske aktivnosti su aktivnosti vezane uz promjene na dugotrajnoj imovini. Najčešći primjeri novčanih primitaka i izdataka iz investicijskih aktivnosti su:[16]

- novčani primici od prodaje nekretnina, opreme, postrojenja i druge materijalne i nematerijalne imovine,
- novčani primici od povrata danih kredita drugima,
- novčani primici od prodaje dionica, obveznica drugih poduzeća,
- novčani izdaci za nabavu nekretnina, opreme i druge materijalne i nematerijalne imovine,
- novčani izdaci na osnovi kredita danih drugima,
- novčani izdaci za kupovinu dionica ili obveznica drugih subjekata.

Financijske aktivnosti su aktivnosti vezane za financiranje poslovanja. Obuhvaćaju promjene vezane uz strukturu obveza i kapitala. Najčešći primjeri novčanih primitaka i izdataka iz financijskih aktivnosti su:[17]

- novčani primici od emisije dionica,
- novčani primici od emisije obveznica i drugih vrijednosnih papira,
- novčani primici od primljenih kredita,
- novčani izdaci za otkup vlastitih dionica,
- novčani izdaci za dividende i kamate,
- novčani izdaci na osnovi otplate kredita.

[16] Vujević I. (2009): Op.cit., str. 52.
[17] Vujević, I (2009).: Op.cit., str. 52.

2.2.5. Bilješke uz financijske izvještaje

Bilješke pojašnjavaju strukturu, vrijednost i obilježja pojedinih pozicija u temeljnim financijskim izvještajima, te sadržavaju sve one informacije koje se direktno ne vide iz temeljnih izvještaja, a nužne su za njihovo razumijevanje i ocjenu poslovanja. Kroz bilješke se korisniku financijskih izvještaja daje i informacija o izabranim i primijenjenim računovodstvenim politikama za značajnije transakcije i poslovne događaje. Računovodstvene politike obuhvaćaju načela, osnove, pravila i postupke koje je menadžment usvojio prilikom sastavljanja financijskih izvještaja.

3. DUPONT SUSTAV POKAZATELJA

Sustavi pokazatelja u osnovi se mogu podijeliti u dvije skupine, i to na deduktivne i induktivne. ***Deduktivni sustavi pokazatelja*** se formiraju u obliku piramide i teže da se odgovarajućim pokazateljima obuhvati cjelina poslovanja koja je sastavljena od pojedinih segmenata. Osnovna elementi deduktivnih sustava pokazatelja su: a) vršni ili glavni pokazatelji koji odražava najviši cilj rada i poslovanja mikroekonomskog subjekta, b) sadržajna međuzavisnost većeg ili manjeg broja pomoćnih pokazatelja koji na različitim nivoima preciziraju sadržaj elemenata glavnog pokazatelja, i c) preciziranje sadržaja pomoćnih pokazatelja na pojedinim nivoima formalizira se odgovarajućim matematičko-statističkim iskazima.[18] Najpoznatiji deduktivni sustav je DuPont sustav i o njemu će biti više riječ u nastavku. ***Induktivni sustavi pokazatelja*** prikazuju rezultate o solventnosti poduzeća, odnosno "zdravlju" poduzeća. Postoje dva modela za formiranje induktivnih pokazatelja: 1) Beaverov model (prvi model za predviđanje financijskog neuspjeha), i 2) Altmanov model (sintetički model čiji je cilj prognozirati financijsko "zdravlje" poduzeća).[19]

DuPont sustav pokazatelja je model pomoću kojeg je moguće analizirati uspješnost poslovanja poduzeća, te predstavlja važan upravljački alat koji ukazuje menadžerima na koje oblike imovine treba obratiti pozornost prilikom upravljanja. Razvio se devedesetih godina prošlog stoljeća, a dobio je ime po američkoj kemijskoj kompaniji DuPont de Nemours & Co. DuPont sustav prvenstveno se upotrebljava za potrebe analize, a samim time i za potrebe planiranja, odnosno upravljanja poslovanjem i razvojem poduzeća te u svojoj analizi obuhvaća dva temeljna financijska izvješća: bilancu i račun dobiti i gubitka. Prikazuje se u obliku piramide koja se sastoji od desne i lijeve strane. Lijeva strana piramide, profitna marža, proizlazi iz podataka koji su zapisani u računu dobiti i gubitka. Dok desna strana piramide, koeficijent obrtaja ukupne imovine, proizlazi iz podataka koji se nalaze u bilanci. Na vrhu piramide, kao vršni pokazatelj, nalazi se rentabilnost ukupne imovine poduzeća. Vršni pokazatelj – rentabilnost ukupne imovine (ROA) odražava temeljni cilj poslovanja iz kojeg se izvode zahtjevi koje treba zadovoljiti na nižim razinama poslovanja. U nastavku, na slici 3, prikazana je piramidalna shema DuPont sustava pokazatelja.

[18] Ibidem, str. 264.
[19] Šodan, S. (2014/2015): Op.cit., predavanja br.8.



Slika 3: Piramidalna shema Du Pont sustav pokazatelja

Izvor: Žager K., Žager L. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str. 265.

Uz rentabilnost imovine u analizu se često uključuje i rentabilnost vlastitog kapitala (ROE). Primjenom DuPont sustava radi se analiza podataka iz financijskih izvještaja putem koje poduzeće dobiva stvarne podatke o rentabilnost imovine i rentabilnosti vlastitog kapitala. Sama rentabilnost imovine vrlo je bitna menadžerima jer oni dobivaju informaciju o tome koliko se efikasno i efektivno koristi imovina i kapital poduzeća u svakodnevnom poslovanju. U nastavku će biti više riječi o pokazateljima ROA i ROE, koji uz profitnu maržu spadaju u pokazatelje profitabilnosti, odnosno rentabilnosti. Pokazatelji rentabilnosti daju sliku ostvarenih zarada poduzeća, te mjere sposobnost poduzeća da ostvari određenu razinu dobiti u odnosu prema prihodima, imovini ili kapitalu, odnosno sposobnost poduzeća da učinkovito koristi raspoložive resurse. Poželjno je da pokazatelji budu što veći, jer suprotno će ukazati na propast poduzeća u budućnosti.

Današnji ključ uspješnog upravljanja poduzećem održiva je konkurentska prednost u industriji. Imati konkurentsku prednost znači ostvariti povoljniji industrijski položaj od svojih industrijskih suparnika i drugih tržišnih sudionika. Izvori konkurentske prednosti mogu biti *strategija diferencijacije* ili *strategija niskih troškova*.

Strategija diferencijacije je strategija koja omogućava konkurentsku prednost poduzeća iskazom više vrijednosti proizvoda ili usluga u odnosu na konkurente. Poduzeće nastoji biti jedinstveno u svojoj industriji i svoje poslovanje usmjeravaju na proizvodnju kreativnijih i inovativnijih proizvoda ili usluga. Diferenciranost može biti vezana za kvalitetu usluge, specifičnost proizvoda, imidž poduzeća i slično. Strategija diferencijacije osigurava zaštitu od konkurenata zbog odanosti kupaca marki i stoga manjoj osjetljivosti na cijenu. Diferencijacija najčešće ne utječe pozitivno na postizanje visokog udjela na tržištu jer se ova strategija temelji na višoj kvaliteti proizvoda, a prema tome i na višoj tržišnoj cijeni. Primjenom ove strategije poduzeće može ostvariti više profitne marže od konkurencije.[20]

Strategija niskih troškova zasniva se na smanjivanju i uklanjanju svih suvišnih karakteristika proizvoda, čime proizvođač stvara jednostavne i standardne proizvode ili usluge po najnižoj cijeni u odnosu na ostale konkurente. U ovom slučaju poduzeće će imati veliki obujam proizvodnje i prodaje što će rezultirati visokim koeficijentom obrtaja ukupne imovine. Najniži troškovi u industriji daju povlašten status te omogućuju postavljanje nižih cijena i postizanje većeg tržišnog udjela, ili veće profite pri prodaji po prosječnoj industrijskoj cijeni. Poduzeće se orijentira na stalno smanjivanje troškova u svim segmentima poslovanja, a da bi to postiglo, mora imati veće proizvodne kapacitete i outpute u odnosu na konkurenciju. Uz to, treba ostvariti pristup jeftinijim inputima i resursima. Osobito treba voditi računa da se smanjuju troškovi istraživanja i razvoja, prodajne sile i propagande, i pratećih usluga.[21]

3.1. Povrat na ukupnu imovinu (ROA)

ROA ili ***povrat na ukupnu imovinu*** predstavlja indikator uspješnosti korištenja imovine u stvaranju dobiti. Odnosi se na dobit koju poduzeće generira iz jedne jedinice uložene imovine te stavlja u odnos ukupni kapital, neovisno o tome je li on osiguran iz vlasničkih ili tuđih izvora, i ostvarenu dobit. Ujedno govori o tome kolika je intenzivnost imovine. Što je niža

[20] Renko N. (2005.): Strategije marketinga, Naklada Ljevak d.o.o., Zagreb, str.191
[21] Renko N. (2005): Op.cit., str. 189

dobit po jedinici uložene imovine, to je viši stupanj intenzivnosti imovine. Viša intenzivnost imovine zahtijeva više svote novca za investiranje u poslovanje kako bi se i dalje ostvarivala dobit. Vrijednost stope povrata imovine varira u ovisnosti o djelatnosti kojoj poduzeće pripada. Tako na primjer kapitalno intenzivne industrije, poput proizvodnje automobila, zahtijevaju skupu opremu i strojeve i samim tim imaju visok stupanj intenzivnosti imovine. Također, visoki troškovi održavanja imovine utječu na smanjivanje dobiti, a samim time i na nižu vrijednost rentabilnosti imovine. Suprotno tome, agencije za oglašavanje imaju vrlo nisku intenzivnost imovine jer su njihovi zahtjevi za imovinom minimalni.

U praksi se rentabilnost ukupne imovine može povećati:

- smanjenjem rashoda i /ili povećanjem prihoda, odnosno povećanjem dobiti,
- smanjenjem ukupno angažirane imovine, odnosno povećanjem koeficijenta obrtaja imovine,
- većim povećanjem dobiti u odnosu na povećanje ukupne imovine.

Formula za izračun povrata na ukupnu imovinu (ROA):[22]

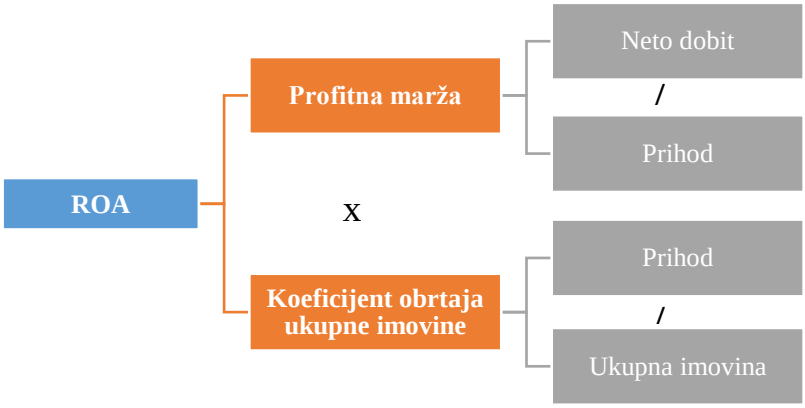
ROA = Profitna marža × Koeficijent obrta ukupne imovine

Ili

ROA = neto dobit / ~~prihod~~ × ~~prihod /~~ ukupna imovina =

NETO DOBIT / UKUPNA IMOVINA

Na slici 4 grafički je prikazano raščlanjivanje ROA na komponente.



Slika 4: Raščlanjivanje ROA

Izvor: Šodan S. (2014/2015): Financijska analiza poslovanja, skripta, Ekonomski fakultet Split, predavanja 8.

[22] Šodan, S. (2014/2015): op.cit., predavanja br. 8.

Profitna marža pokazuje postotak ostvarenog dobitka prema vrijednosti cjelokupnog posla, odnosno koliko neto dobiti se ostvaruje na ukupnim prihodima. Niska profitna marža upućuje na borbu za zadržavanjem udjela na tržištu snižavanjem cijena, odnosno zadržavanjem postojećih cijena proizvoda. Osim relativno niskim cijenama, niska profitna marža može se objasniti i visokim udjelom troškova u ukupnom prihodu. Veća profitna marža govori da je poduzeće uspješnije u ostvarivanju zarade, te označava veću sposobnost vođenja poduzeća.

Formula za izračun profitne marže:

$$\text{Profitna marža} = \text{Neto dobit} / \text{Prihod} \times 100$$

Koeficijent obrtaja ukupne imovine pokazuje koliko uspješno poduzeće koristi imovinu u cilju stvaranja prihoda, odnosno koliko puta se ukupna imovina tvrtke obrne u tijeku jedne godine. Pozitivno je da vrijednost ovoga pokazatelja bude veća od 1, te je poželjno da vrijednost bude što veća. Povećanjem koeficijenta smanjuje se trajanje naplate potraživanja.

Formula za izračun koeficijenta obrtaja ukupne imovine:

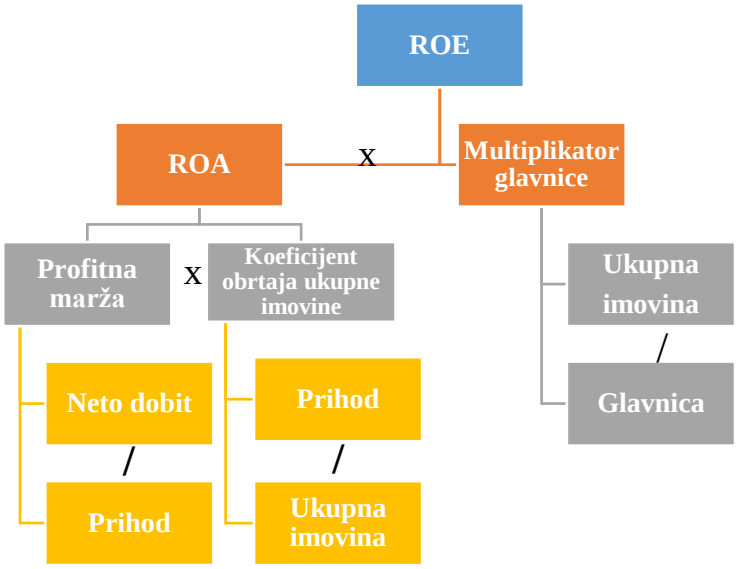
$$\text{Koeficijent obrta ukupne imovine} = \text{Prihod} / \text{Ukupna imovina}$$

3.2. Povrat na vlastiti kapital (ROE)

ROE ili ***povrat na vlastiti kapital (glavnicu)*** stavlja u odnos vlastiti kapital i dobit poslije oporezivanja i govori koliko je vlastitog kapitala potrebno uložiti za ostvarenje neto dobiti, odnosno koliko novčanih jedinica dobiti poduzeće ostvaruje na jednu jedinicu uloženog vlastitog kapitala. Rentabilnost vlastitog kapitala pokazuje koliko je poduzeće efikasno koristilo raspoloživ vlastiti kapital. Što je taj pokazatelj veći, vlasnici kapitala će u kraćemu roku ostvariti povrat uloženih sredstava.

Dok rentabilnost imovine prikazuje sposobnost poduzeća da ostvari zadovoljavajući povrat na ukupne izvore financiranja, rentabilnost vlastitoga kapitala prikazuje sposobnost poduzeća da ostvari povrat na vlastite izvore financiranja.

Na slici 5 grafički je prikazano raščlanjivanje ROE na komponente.



Slika 5: Raščlanjivanje ROE

Izvor: Šodan S. (2014/2015): Financijska analiza poslovanja, skripta, Ekonomski fakultet Split, predavanja 8.

Formula za izračun povrata na glavnicu (ROE):[23]

ROE = ROA × Multiplikator glavnice

Ili

ROE = Profitna marža × Koeficijent obrtaja ukupne imovine × Multiplikator glavnice

Ili

ROE = Neto dobit / ~~Prihod~~ × ~~Prihod~~ / ~~Ukupna imovina~~ × ~~Ukupna imovina~~ / Glavnica = NETO DOBIT / GLAVNICA

Rentabilnost glavnice (ROE) se može izračunati i raščlambom ROA na pet komponenti:

ROE = Porezno opterećenje × Kamatno opterećenje × Bruto marža profita × KOUI × Multiplikator glavnice

Ili

ROE = Neto dobit / ~~Dobit prije poreza~~ × ~~Dobit prije poreza~~ / ~~Dobit prije poreza i kamata~~ × ~~Dobit prije poreza i kamata~~ / ~~Prihod~~ × ~~Prihod~~ / ~~Ukupna imovina~~ × ~~Ukupna imovina~~ / Glavnica = NETO DOBIT / GLAVNICA

[23] Šodan, S. (2014/2015): Op.cit., predavanja br. 8.

Multiplikator glavnice pokazuje koliko je ukupne imovine podržano glavnicom, odnosno odražava stupanj korištenja financijske poluge. Veći koeficijent znači veći udio duga u pasivi.

Formula za izračun multiplikatora glavnice:

Multiplikator glavnice = Ukupna imovina / Glavnica

ROE se najčešće računa kao umnožak ROA i multiplikatora glavnice. Iz toga se može vidjeti da na rentabilnost vlastitog kapitala utječu tri čimbenika:[24]

1) efikasnost poslovanja (mjereno profitnom maržom),
2) efikasnost korištenja imovine (mjereno koeficijentom obrtaja),
3) stupanj financijske poluge (mjereno multiplikatorom glavnice).

Na temelju usporedbe rentabilnosti vlastitog kapitala i rentabilnosti imovine te kamatne stope koja odražava cijenu korištenja tuđeg kapitala, moguće je doći do zaključka o stupnju korištenja financijske poluge, odnosno isplativosti korištenja vlastitim ili tuđim kapitalom. Financijska poluga znači da poduzeće korištenjem tuđih izvora financiranja ostvaruje povrate veće od onih koje bi ostvarivalo da nije koristilo tuđe izvore financiranja. Korištenje tuđih izvora se isplati sve dok se poslovanjem ostvaruje stopa povrata veća od troška posuđenog kapitala. Tada se poduzeću isplati koristiti tuđim kapitalom, ono učinkovito koristi tuđe izvore financiranja i smatra se povoljno zaduženim. Pozitivan efekt financijske poluge očituje se na način da se porastom vanjskog financiranja povećava i rentabilnost vlastitog kapitala: veći udio duga → viša financijska poluga → veća stopa povrata na vlastiti kapital (ROE).

[24] Šodan, S. (20014/2015): Op.cit., predavanja br. 8.

4. PRIMJENA DUPONT SUSTAVA POKAZATELJA U ANALIZI POSLOVANJA TURISTIČKIH AGENCIJA

U nastavku su navedena obilježja i karakteristike poslovanja turističkih agencija, te osnovni podaci, obilježja i karakteristike odabranih pet turističkih agencija, *Bol tours d.o.o., Adria tours d.o.o., Adriatic Travel d.o.o., Globo Travel d.o.o.* i *Uniline d.o.o.,* na kojima je provedena DuPont analiza.

4.1. Obilježja i karakteristike poslovanja turističkih agencija

Suvremeno doba, u kojem dominiraju brze promjene, složeni uvjeti upravljanja i brzi razvoj znanosti, traži od menadžmenta visoka stručna znanja, profesionalnost i poznavanje djelatnosti turizma. Danas je vrlo teško zamisliti odvijanje bilo koje složenije aktivnosti u turizmu bez postojanja posrednika. Posredništvo u turizmu predstavlja vrlo bitan čimbenik ukupnog turističkog tržišta, a kao osnovni posrednici u turizmu javljaju se turističke agencije.

Posredničke organizacije u turizmu uključuju:[25]

- ***turističke biroe*** ili urede organizirane samostalno ili sredstvima turističkih organizacija, odnosno organizacija iz drugih gospodarskih djelatnosti,
- ***turističke agencije*** osnovane kao klasičan posrednički subjekt u turizmu,
- ***turoperatore*** kao složene posredničke organizacije.

Posrednička djelatnost turističke agencije obuhvaća najčešće poslove posredovanja:[26]

- ***u vezi s putovanjem*** (prodaja voznih karata, rezervacije, informacije i sl.),
- ***u vezi s boravkom*** (rezervacija i prodaja smještaja, izlete i sl.),
- ***u vezi s ostalim uslugama*** (posredovanje pri osiguranju klijenata i prtljage, dozvole za lov, ribolov i sl.).

Prema definiciji međunarodne turističke akademije iz 1961. *putnička agencija* je trgovačko društvo koje ima zadatak da se bavi poslovima koji obuhvaćaju prijevoz, hotelijerstvo i druge

[25] Geić S. (2007): Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 244.
[26] Geić, S. (2007): Op.cit., str. 244.

vrste turističkih djelatnosti, te da za paušalnu cijenu organizira pojedinačna ili grupna putovanja prema vlastitom programu ili prema želji gosta.[27]

Pravno gledano, *turistička agencija* je trgovačko društvo, trgovac pojedinac, obrtnik ili njihova organizacijska jedinica, koji pružaju usluge organiziranja putovanja ili posredovanja usluga vezanih uz putovanje i boravak turista.[28]

Turistička agencija može pružati razne usluge, kao što su: organiziranje paket-aranžmana, organiziranje kongresa, posredovanje u sklapanju ugovora o organiziranom putovanju, posredovanje ugostiteljskih usluga, posredovanje usluga prijevoza, organiziranje prihvata i transfera putnika, zastupanje domaćih i stranih putničkih agencija, davanje turističkih obavijesti i promidžbenog materijala i drugo.

Specifična uloga turističkih agencija, kao posredničkog čimbenika, potencirana je činjenicom formiranja turističke potražnje na jednom, a ponude na drugom, često znatno udaljenom mjestu, te činjenice da se turistička ponuda i potražnja sastoje od brojnih subjekata. Njih je na strani ponude potrebno povezati u kompleks turističkog proizvoda, a na strani potražnje informirati, usmjeriti i organizirati do turističke destinacije. Djelatnost turističke agencije se temelji najvećim dijelom na posredničkoj ulozi na osnovi čega ona dobiva proviziju, obavlja poslove u vlastito ime, ali za tuđi račun (za hotele, prijevoznike, banke, osiguravajuća društva i druge).

4.2. Analiza uspješnosti poslovanja pet turističkih agencija primjenom DuPont sustava pokazatelja

U nastavku je provedena analiza uspješnosti poslovanja pet turističkih agencija primjenom DuPont sustava pokazatelja. Pri provedbi analize korišteni su stvarni podaci iz temeljnih financijskih izvještaja, bilance i računa dobiti i gubitaka, za 2013. i 2014. godinu, a koji su javno dostupni na službenim stranicama FINA. Za utvrđivanje uspješnosti poslovanja računali su se i analizirali DuPont pokazatelji: profitna marža, koeficijent obrtaja imovine, ROA, multiplikator glavnice i ROE. Na temelju rezultata ocijenit će se uspješnost poslovanja i izvršiti usporedba pet turističkih agencija.

[27] Geić S. (2007): Op.cit., str. 244.
[28] Narodne novine (2007): Zakon o pružanju usluga u turizmu,pročišćeni tekst,Narodne novine d.d, Zagreb,čl. 5.

4.2.1. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Bol tours d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja

Bol tours d.o.o. osnovana je 1995. godine kao prva turistička agencija u Bolu, na Braču. Agencija je opredijeljena za sezonsku djelatnost, te ima tri stalno zaposlene osobe, dok tokom sezone zapošljava i do 10 radnika. Bol tours d.o.o. spada u kategoriju mikro poduzetnika, te je dužna sastavljati i prezentirati tri temeljna financijska izvještaja: Bilancu, Račun dobiti i gubitka i Bilješke uz financijske izvještaje. Članovi uprave su Jakša Marinković i Zoran Bodlović i oni odgovaraju u visini svojih udjela. Temeljni kapital je 19.200 kn. Turistička agencija je registrirana za obavljanje djelatnosti: trgovina na malo, ugostiteljstvo, prateće djelatnosti u prometu, mjenjačnica, te ostale turističke djelatnosti (informacije, putovanja, rent-a-car, organizacija smještaja u hotelskim i privatnim kapacitetima).

Izračun DuPont sustava pokazatelja za Bol tours d.o.o.

Za izračun pokazatelja ROA izvršen je ponajprije izračun profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine. Izračun profitne marže dobije se stavljanjem u odnos neto dobiti i prihoda, što je prikazano u Tablici 2.

Tablica 2: Izračun Profitne marže

POZICIJA	2013.	2014.
Neto dobit	8.500	5.100
Prihod	517.100	573.000
Profitna marža (neto dobit/prihod)	**1,64%**	**0,89%**

Izvor: Izrada autora

Na temelju podataka iz tablice 2 vidljivo je da je vrijednost profitne marže u 2014. godini niža u odnosu na vrijednost u 2013. godini. Iako je u 2014. godini vidljiv porast prihoda, veći rashodi rezultirali su manjom neto dobiti, što je pak rezultiralo padom profitne marže u 2014. godini za 0,75 postotna poena. Niža profitna marža u 2014. godini označava manju uspješnost u ostvarivanju zarade, te manju sposobnost vođenja poduzeća u odnosu na 2013. godinu.

Sljedeća tablica daje prikaz izračuna pokazatelja koeficijenta obrtaja ukupne imovine, koji stavlja u odnos prihod i ukupnu imovinu.

Tablica 3: Izračun koeficijenta obrtaja ukupne imovine

POZICIJA	2013.	2014.
Prihod	517.100	573.000
Ukupna imovina	365.600	371.400
KOUI (prihod/ukupna imovina)	**1,42**	**1,55**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 3 može se uočiti da je vrijednost koeficijenta obrtaja ukupne imovine u 2013. i 2014. godini veća od 1, što znači da je poduzeće uspješno koristilo svoju imovinu u cilju stvaranja prihoda u obje godine. Poželjno je da vrijednost bude što veća, te je upravo u 2014. godini vrijednost pokazatelja veća i iznosi 1,55. Što znači da je na 1kn uložene imovine poduzeće ostvarilo 1,55kn prihoda, odnosno tijekom 2014. godine imovina se obrnula 1,55 puta i poduzeće efikasnije koristi svoju imovinu u odnosu na 2013. godinu.

Slijedi prikaz povrata na ukupnu imovinu, ROA, za 2013. i 2014. godinu, koja se dobije kao umnožak profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine.

Tablica 4: Izračun povrata na ukupnu imovinu (ROA)

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža	1,64%	0,89%
KOUI	1,42	1,55
ROA (profitna marža x KOUI)	**2,33%**	**1,38%**

Izvor: Izrada autora

Na temelju podataka iz tablice 4 može se uočiti da je poduzeće ostvarilo nižu stopu povrata na imovinu u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. U 2013. godini poduzeće ostvaruje 2,33kn dobiti na 100 kn uložene imovine, dok je u 2014. godini ostvarilo 1,38kn dobiti, što je manje za 0,95 postotna poena.

Za izračun pokazatelja ROE korištena je vrijednost već dobivenog pokazatelja ROA te multiplikatora glavnice, koji se dobije stavljanjem u odnos ukupne imovine i glavnice. U nastavku je dan izračun multiplikatora glavnice.

Tablica 5: Izračun multiplikatora glavnice

POZICIJA	2013.	2014.
Ukupna imovina	365.600	371.400
Glavnica	166.700	171.800
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	**2,19**	**2,16**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 5 vidljivo je da je vrijednost multiplikatora glavnice u 2014. godini niža u odnosu na 2013. godinu te poduzeće nešto manje intenzivno koristi financijsku polugu u 2014. godini. Vrijednost multiplikatora blizu 2 pokazuje da poduzeće kao izvore financiranja podjednako koristi vlastite (glavnicu) i tuđe (dug) izvore financiranja.

U tablici 6, na temelju gore navedenih izračuna, prikazan je konačni izračun pokazatelja ROE za 2013. i 2014. godinu.

Tablica 6: Izračun povrata na glavnicu (ROE)

POZICIJA	2013.	2014.
ROA	2,33%	1,38%
Multiplikator glavnice	2,19	2,16
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**5,10%**	**2,98%**

Izvor: Izrada autora

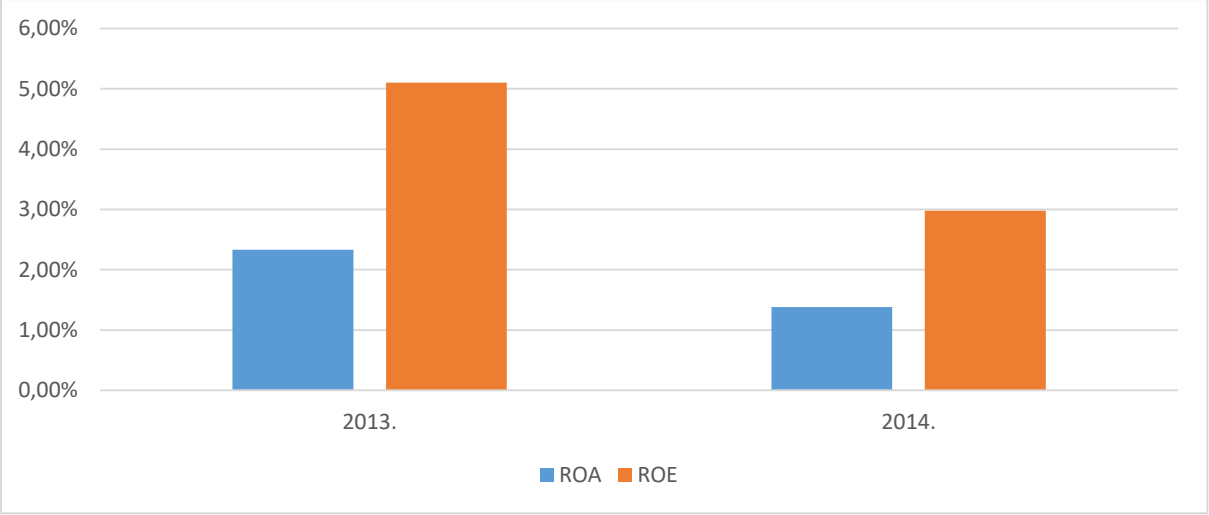
Iz priloženog izračuna iz tablice 6 može se vidjeti da poduzeće ostvaruje nižu stopu povrata vlastitog kapitala u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. Poduzeće u 2013. godini ostvaruje 5,1 kn dobiti na 100 kn uloženog vlastitog kapitala, dok je u 2014. godini ostvarilo 2,98 kn dobiti, što je manje za 2,12 postotna poena.

U nastavku je dan tabelarni prikaz DuPont sustava pokazatelja, te grafički prikaz ROA i ROE za 2013. i 2014. godinu i njihova analiza za turističku agenciju *Bol tours d.o.o.*.

Tablica 7: Izračuni pokazatelja DuPont sustava za *Bol tours d.o.o.*

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža (neto dobit/prihod)	1,64%	0,89%
KOUI (prihod/ukupna imovina)	1,42	1,55
ROA (profitna marža x KOUI)	**2,33%**	**1,38%**
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	2,19	2,16
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**5,10%**	**2,98%**

Izvor: Izrada autora



Slika 6: Grafički prikaz rentabilnosti poslovanja za *Bol tours d.o.o.*

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 7 te grafičkog prikaza sa slike 6 može se uočiti niža vrijednost pokazatelja ROA i ROE u 2014. godini u odnosu na vrijednosti u 2013. godini. Iako je poduzeće u 2014. godini ostvarilo veće prihode i efikasnije koristilo svoju imovinu, odnosno obrtaj imovine je bio veći, visoki udio troškova u ukupnom prihodu i slabija kontrola troškova rezultirala je nižom profitnom maržom, što je pak rezultiralo nižom stopom povrata na imovinu. U 2014. godini

poduzeće ostvaruje i nižu stopu povrata vlastitog kapitala. Niža razina efikasnosti poslovanja (mjereno profitnom maržom) i niža vrijednosti multiplikatorom glavnice rezultiralo je nižom stopom povrata vlastitog kapitala. Može se zaključiti da turistička agencija Bol tours d.o.o. ostvaruje nižu rentabilnost imovine i nižu rentabilnost vlastitog kapitala u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu, odnosno poduzeće je poslovalo rentabilnije u 2013. godinu.

4.2.2. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Adria tours d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja

Turistička agencija *Adria tours d.o.o.* osnovana je 1998. godine u Bolu i upisana je pod brojem MBS 1141449 kod Trgovačkog suda u Splitu pod nazivom MS Brac Turis d.o.o. Primarna djelatnost agencije je iznajmljivanje kuća, vila, apartmana, soba, hotela te polupansiona. Osim smještaja nudi cijeli niz turističkih usluga, uključujući i najam automobila, skutera, bicikla, čamaca i organizacija jednodnevnih izleta. Član uprave je Stanko Kvesić i odgovara u visini svojih udjela (100% domaći kapital). Agencija je opredijeljena za sezonsku djelatnost te ima petnaest stalno zaposlenih osoba, a tokom sezone zapošljava i do 50 radnika. Agencija spada u kategoriju malih poduzetnika, a temeljni kapital društva je 20.000 kn.

Izračun DuPont sustava pokazatelja za Adria tours d.o.o.

Za izračun pokazatelja ROA izvršen je ponajprije izračun profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine. Izračun profitne marže dobije se stavljanjem u odnos neto dobiti i prihoda, što je prikazano u tablici 8.

Tablica 8: Izračun Profitne marže

POZICIJA	2013.	2014.
Neto dobit	63.810	67.278
Prihod	7.564.109	9.547.192
Profitna marža (neto dobit/prihod)	**0,84%**	**0,70%**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 8 može se vidjeti da je vrijednost profitne marže u 2014. godini niža u odnosu na vrijednost pokazatelja u 2013. godini. Iako je u 2014. godini vidljiv porast prihoda i neto dobiti, visok udio troškova u ukupnom prihodu rezultirao je nižom profitnom maržom za 0,14 postotna poena. Niža profitna marža u 2014. godini označava nižu razinu uspješnosti u ostvarivanju zarade, te nižu razinu sposobnosti vođenja poduzeća u odnosu na 2013. godinu.

Sljedeća tablica daje prikaz izračuna pokazatelja koeficijenta obrtaja ukupne imovine, koji stavlja u odnos prihod i ukupnu imovinu.

Tablica 9: Izračun koeficijenta obrtaja ukupne imovine

POZICIJA	2013.	2014.
Prihod	7.564.109	9.547.192
Ukupna imovina	21.645.688	24.768.544
KOUI (prihod/ukupna imovina)	**0,35**	**0,38**

Izvor: Izrada autora

U 2014. godini poduzeće na 1kn uložene imovine ostvaruje 0,38kn prihoda, dok je u 2013. godini ostvarilo manje prihoda na jedinicu uložene imovine (0,35). To znači da se imovina u 2014. godini obrnula više puta, odnosno obrnula se 0,38 puta. Međutim, unatoč tome, vrijednost koeficijenta obrtaja ukupne imovine u 2013. i 2014. godini manja je od 1, što znači da poduzeće nije uspješno koristilo svoju imovinu u cilju stvaranja prihoda u obje godine.

Slijedi prikaz povrata na ukupnu imovinu, ROA, za 2013. i 2014. godinu, koja se dobije kao umnožak profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine.

Tablica 10: Izračun povrata na ukupnu imovinu (ROA)

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža	0,84%	0,70%
KOUI	0,35	0,38
ROA (profitna marža x KOUI)	**0,29%**	**0,27%**

Izvor: Izrada autora

Na temelju podataka iz tablice 10 može se uočiti da poduzeće ostvaruje nižu stopu povrata na imovinu u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. U 2013. godini poduzeće ostvaruje 0,29kn dobiti na 100 kn uložene imovine, dok je u 2014. godini ostvarilo 0,27kn dobiti, što je manje za 0,02 postotna poena.

Za izračun pokazatelja ROE korištena je vrijednost već dobivenog pokazatelja ROA te multiplikatora glavnice, koji se dobije stavljanjem u odnos ukupne imovine i glavnice. U nastavku je dan izračun multiplikatora glavnice.

Tablica 11: Izračun multiplikatora glavnice

POZICIJA	2013.	2014.
Ukupna imovina	21.645.688	24.768.544
Glavnica	391.649	458.927
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	**55,27**	**53,97**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 11 vidljivo je da je vrijednost multiplikatora glavnice u 2014. godini niža u odnosu na 2013. godinu. Niža vrijednost multiplikatora glavnice u 2014. godini upućuje na to da je poduzeće manje zaduženo u toj godini. Međutim unatoč tome, vidljivo je da je poduzeće u 2014. godini prezaduženo, niti 2% imovine se ne financira iz vlastitih izvora (glavnice).

U tablici 12, na temelju gore navedenih izračuna, prikazan je konačni izračun pokazatelja ROE za 2013. i 2014. godinu.

Tablica 12: Izračun povrata na glavnicu (ROE)

POZICIJA	2013.	2014.
ROA	0,29%	0,27%
Multiplikator glavnice	55,27	53,97
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**16,03%**	**14,57%**

Izvor: Izrada autora

Iz priloženog izračuna iz tablice 12 može se uočiti da je vrijednost povrata na glavnicu u 2014. godini niža u odnosu na 2013. godinu. Poduzeće u 2013. godini ostvaruje 16,03kn

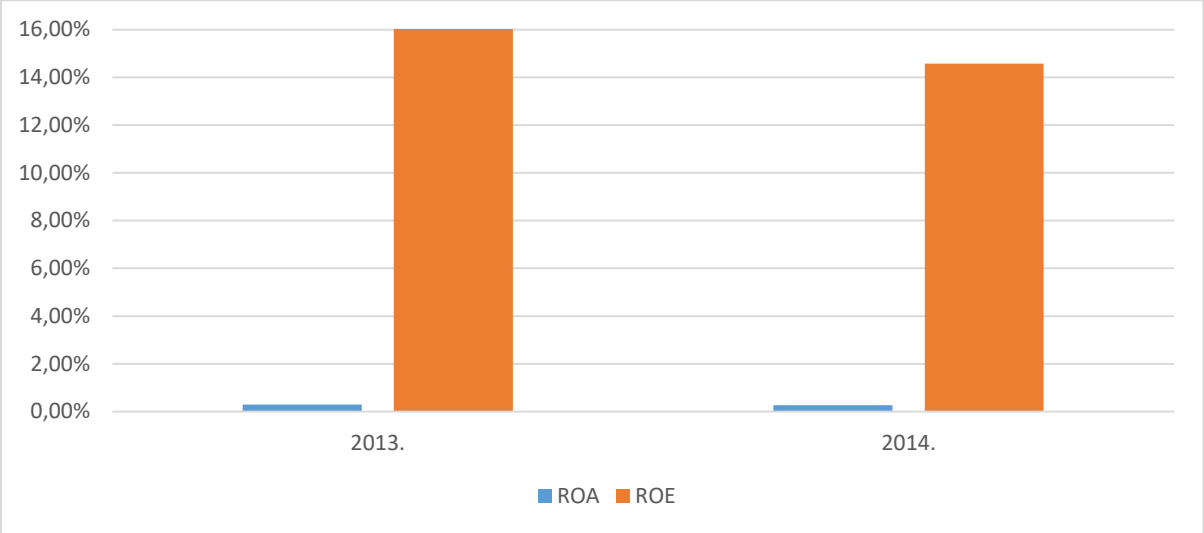
dobiti na 100 kn uloženog vlastitog kapitala, dok je u 2014. godini ostvarilo 14,57kn dobiti, što je manje za 1,53 postotna poena.

U nastavku je dan tabelarni prikaz DuPont sustava pokazatelja, te grafički prikaz ROA i ROE za 2013. i 2014. godinu i njihova analiza za turističku agenciju Adria tours d.o.o..

Tablica 13: Izračuni pokazatelja DuPont sustava za *Adria tours d.o.o.*

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža (neto dobit/prihod)	0,84%	0,70%
KOUI (prihod/ukupna imovina)	0,35	0,38
ROA (profitna marža x KOUI)	**0,29%**	**0,27%**
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	55,27	53,97
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**16,03%**	**14,57%**

Izvor: Izrada autora



Slika 7: Grafički prikaz rentabilnosti poslovanja za *Adria tours d.o.o.*

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 13 te grafičkog prikaza sa slike 7 može se vidjeti da je vrijednost pokazatelja ROA i ROE niža u 2014. godini u odnosu na vrijednost u 2013. godini. Unatoč rastu prihoda i dobiti

u 2014. godini i efikasnijem upravljanju imovinom, budući da je koeficijent obrtaja imovine veći u odnosu na 2013. godinu, veći udio troškova u ukupnim prihodima i slabija kontrola troškova rezultirala je nižom profitnom maržom, pa prema tome i nižom stopom povrata na imovinu. Manja efikasnost poslovanja (mjereno profitnom maržom) i niža vrijednost multiplikatora glavnice rezultiralo je nižom stopom povrata vlastitog kapitala u 2014. godini. Može se zaključiti da turistička agencija Adria tours d.o.o. ostvaruje nižu rentabilnost imovine i nižu rentabilnost vlastitog kapitala u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu, odnosno poslovanje je bilo rentabilnije u 2013. godinu. Također se usporedbom visine ROA i ROE, budući da je razlika velika, može zaključiti da poduzeće intenzivno koristi financijsku polugu. U 2014. godini ta intenzivnost je nešto manja, ali neznatno manja i poduzeće je obje godine prezaduženo.

4.2.3. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Adriatic Travel d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja

Turistička agencija *Adriatic Travel d.o.o.* osnovana je 1995. godine od strane Neven Benzia i Nada Benzia. Posluju na području cijele Dalmacije, te su vodeći u ponudi hotela i privatnog smještaja. Agencija ima stalno zaposlene dvije osobe. Prema svim kriterijima spada u kategoriju mikro poduzetnika. Temeljni kapital društva je 626.000 kn.[29]

Izračun DuPont sustava pokazatelja za Adriatic Travel d.o.o.

Za izračun pokazatelja ROA izvršen je ponajprije izračun profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine. Izračun profitne marže dobije se stavljanjem u odnos neto dobiti i prihoda, što je prikazano u Tablici 14.

Tablica 14: Izračun Profitne marže

POZICIJA	2013.	2014.
Neto dobit	23.646	-122.447
Prihod	2.206.640	1.906.324
Profitna marža (neto dobit/prihod)	**1,07%**	**-6,42%**

Izvor: Izrada autora

[29] Adriatic Travel d.o.o.: O poslovanju, [Internet], raspoloživo na: http://adriatic-travel.hr/about-us/ , [03.12.2016.]

Na temelju podataka iz tablice 14 može se vidjeti da vrijednost profitne marže ima pozitivnu vrijednost u 2013. godini (1,07%), dok u 2014. godini ima negativnu vrijednost (-6,42%). Manji prihodi i veći rashodi u 2014. godini doveli su do negativnog financijskog rezultata, što je pak rezultiralo negativnom profitnom maržom, odnosno poduzeće ne ostvaruje dobitak prema vrijednosti cjelokupnog poslovanja koju može podijeliti vlasnicima ili uložiti u poslovanje, već gubitak.

Sljedeća tablica daje prikaz izračuna pokazatelja koeficijenta obrtaja ukupne imovine, koji stavlja u odnos prihod i ukupnu imovinu.

Tablica 15: Izračun koeficijenta obrtaja ukupne imovine

POZICIJA	2013.	2014.
Prihod	2.206.640	1.906.324
Ukupna imovina	2.194.147	2.046.197
KOUI (prihod/ukupna imovina)	**1,00**	**0,93**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 15 može se uočiti da vrijednost koeficijenta obrtaja ukupne imovine u 2013. godini iznosi 1, što znači da se imovina obrnula 1 put tijekom 2013. godine. Slična situacija, iako nešto nepovoljnija je i u 2014. godini. Poželjno je da vrijednost ovog pokazatelja bude što veća.

Slijedi prikaz povrata na ukupnu imovinu, ROA, za 2013. i 2014. godinu, koja se dobije kao umnožak profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine.

Tablica 16: Izračun povrata na ukupnu imovinu (ROA)

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža	1,07%	-6,42%
KOUI	1,00	0,93
ROA (profitna marža x KOUI)	**1,07%**	**-5,97%**

Izvor: Izrada autora

Iz priloženog izračuna može se uočiti da je poduzeće ostvarilo nižu vrijednost povrata na imovinu u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu za 7,04 postotna poena. U 2013. godini poduzeće ostvaruje 1,07kn dobiti na 100 kn uložene imovine, dok je u 2014. godini ostvarilo gubitak od 5,97kn.

Za izračun pokazatelja ROE korištena je vrijednost već dobivenog pokazatelja ROA te multiplikatora glavnice, koji se dobije stavljanjem u odnos ukupne imovine i glavnice. U nastavku je dan izračun multiplikatora glavnice.

Tablica 17: Izračun multiplikatora glavnice

POZICIJA	2013.	2014.
Ukupna imovina	2.194.147	2.046.197
Glavnica	1.563.485	1.441.038
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	**1,40**	**1,42**

Izvor: Izrada autora

Na temelju podataka iz tablice 17 može se uočiti da je vrijednost multiplikatora glavnice u 2014. godini neznatno veća u odnosu na 2013. godinu. Vrijednost pokazatelja multiplikator glavnice ispod 2 ukazuje na to da se poduzeće više financira iz vlastitih izvora, odnosno da manje intenzivno koristi financijsku polugu.

U Tablici 18, na temelju gore navedenih izračuna, prikazan je konačni izračun pokazatelja ROE za 2013. i 2014. godinu.

Tablica 18: Izračun povrata na glavnicu (ROE)

POZICIJA	2013.	2014.
ROA	1,07%	-5,97%
Multiplikator glavnice	1,40	1,42
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**1,50%**	**-8,48%**

Izvor: Izrada autora

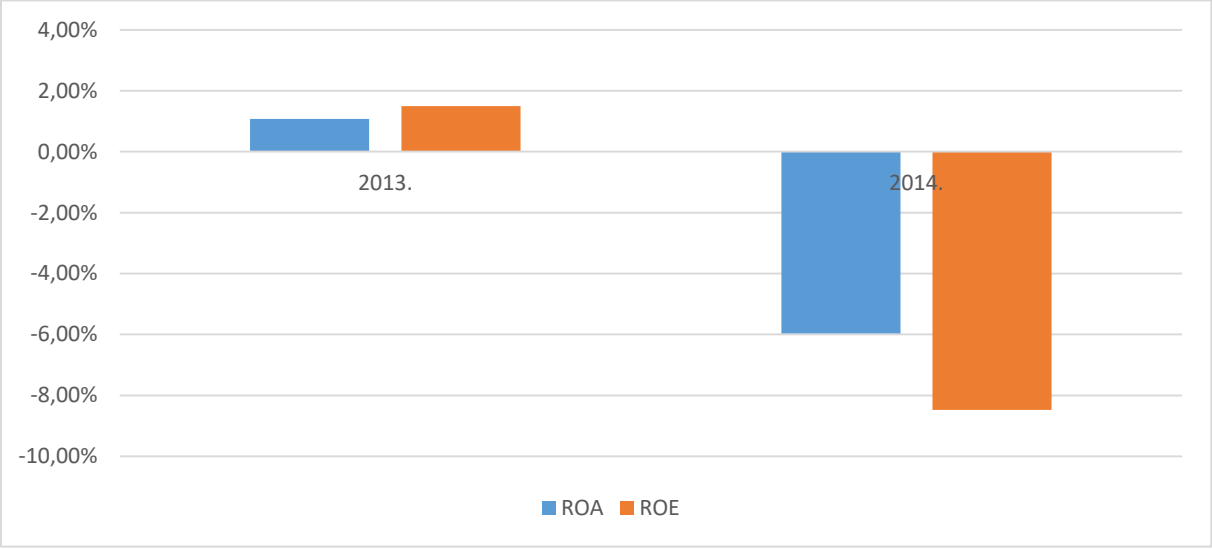
Iz priloženog izračuna iz tablice 18 može se uočiti da poduzeće ostvaruje niži povrat na glavnicu u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu za 9,98 postotna poena. Poduzeće u 2013. godini ostvaruje 1,5 kn na 100 kn uloženog vlastitog kapitala, dok je u 2014. godini ostvarilo gubitak od 8,48kn na 100kn uloženog vlastitog kapitala.

U nastavku je dan tabelarni prikaz DuPont sustava pokazatelja, te grafički prikaz ROA i ROE za 2013. i 2014. godinu i njihova analiza za turističku agenciju *Adriatic Travel d.o.o.*.

Tablica 19: Izračuni pokazatelja DuPont sustava za *Adriatic Travel d.o.o.*

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža (neto dobit/prihod)	1,07%	-6,42%
KOUI (prihod/ukupna imovina)	1,00	0,93
ROA (profitna marža x KOUI)	**1,07%**	**-5,97%**
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	**1,40**	**1,42**
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**1,50%**	**-8,48%**

Izvor: Izrada autora



Slika 8: Grafički prikaz rentabilnosti poslovanja za *Adriatic Travel d.o.o.*

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 19 te grafičkog prikaza sa slike 8 može se uočiti da turistička agencija Adriatic Travel d.o.o. u 2013. godini ostvaruje pozitivnu stopu povrata na imovinu i stopu povrata vlastitog kapitala. U 2014. godini slaba kontrola troškova i manje generiranje prihoda, odnosno negativna vrijednost profitne marže rezultirala je negativnom stopom povrata na imovinu te poduzeće ostvaruje gubitak od 5,97kn na 100kn uložene imovine. Neefikasnost poslovanja, koja je izražena negativnom profitnom maržom, rezultirala je i negativnom stopom povrata vlastitog kapitala, te poduzeće ostvaruje gubitak od 8,48kn na 100kn uloženog vlastitog kapitala. Može se zaključiti da je turistička agencija Adriatic Travel d.o.o. u 2013. godini poslovala rentabilno, dok je u 2014. godini poslovanje nerentabilno budući da je ostvaren gubitak.

4.2.4. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Globo Travel d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja

Turistička agencija *Globo Travel d.o.o.* osnovana je 2009. godine i registrirana u Splitu pod brojem MBS 060253099. Nakon dugogodišnjeg uspješnog poslovanja kao agencija za poslovna putovanja i kongrese, agencija je proširila svoje područje djelovanja na aranžmane fizičkih osoba, te uspješno organizira razna događanja. Jedini osnivač i član uprave je Marijana Ribičić Luetić. Ima dvoje stalno zaposlene osobe i spada u kategoriju mikro poduzetnika. Temeljni kapital turističke agencije je 20.000 kn.[30]

Izračun DuPont sustava pokazatelja za Globo Travel d.o.o.

Za izračun pokazatelja ROA izvršen je ponajprije izračun profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine. Izračun profitne marže dobije se stavljanjem u odnos neto dobiti i prihoda, što je prikazano u Tablici 20.

[30] Globo Travel d.o.o.: O poslovanju, [Internet], raspoloživo na: http://www.globo-travel.com/hr/41/o-nama , [03.12.2016.]

Tablica 20: Izračun Profitne marže

POZICIJA	2013.	2014.
Neto dobit	3.164	64.475
Prihod	823.821	1.615.178
Profitna marža (neto dobit/prihod)	**0,38%**	**4,00%**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 20 može se vidjeti da poduzeće ostvaruje skoro duplo više prihoda i znatno veću neto dobit u 2014. godini što je rezultiralo povećanjem profitne marže za 3,62 postotna poena. Veća profitna marža govori da je poduzeće bilo uspješnije u ostvarivanju zarade, te označava veću sposobnost vođenja poduzeća tijekom 2014. godine.

Sljedeća tablica daje prikaz izračuna pokazatelja koeficijenta obrtaja ukupne imovine za 2013. i 2014. godinu, koji stavlja u odnos prihod i ukupnu imovinu.

Tablica 21: Izračun koeficijenta obrtaja ukupne imovine

POZICIJA	2013.	2014.
Prihod	823.821	1.615.178
Ukupna imovina	193.612	370.158
KOUI (prihod/ukupna imovina)	**4,26**	**4,36**

Izvor: Izrada autora

Na temelju izračuna iz tablice 21 može se uočiti da je vrijednost koeficijenta obrtaja ukupne imovine u 2013. i 2014. godini veća od 1. Iz priloženog izračuna se vidi da poduzeće efikasnije koristi svoju imovinu u 2014. godini, kada se imovina obrnula 4,36 puta, odnosno na 1kn uložene imovine poduzeće stvara 4,36 kn prihoda.

Slijedi prikaz povrata na ukupnu imovinu, ROA, za 2013. i 2014. godinu, koja se dobije kao umnožak profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine.

Tablica 22: Izračun povrata na ukupnu imovinu (ROA)

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža	0,38%	4,00%
KOUI	4,26	4,36
ROA (profitna marža x KOUI)	**1,62%**	**17,44%**

Izvor: Izrada autora

Na temelju podataka iz tablice 22 može se uočiti veća vrijednost povrata na imovinu u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. U 2013. godini poduzeće ostvaruje 1,62kn dobiti na 100 kn uložene imovine, dok je u 2014. godini ostvarilo 17,44kn dobiti, što je više za 15,82 postotna poena.

Za izračun pokazatelja ROE korištena je vrijednost već dobivenog pokazatelja ROA te multiplikatora glavnice, koji se dobije stavljanjem u odnos ukupne imovine i glavnice. U nastavku je dan izračun multiplikatora glavnice.

Tablica 23: Izračun multiplikatora glavnice

POZICIJA	2013.	2014.
Ukupna imovina	193.612	370.158
Glavnica	25.429	139.904
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	**7,61**	**2,65**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 23 vidljivo je da je vrijednost multiplikatora glavnice u 2014. godini niža u odnosu na 2013. godinu, te da je poduzeće manje zaduženo u 2014. godini. Multiplikator glavnice preko 2 ukazuje da se poduzeće više financira iz tuđih izvora, a manjim dijelom iz glavnice, što možemo uočiti u 2013. godini gdje je pokazatelj 7,61, što ukazuje na povećano korištenje financijske poluge, odnosno na povećanje duga.

U Tablici 24, na temelju gore navedenih izračuna, prikazan je konačni izračun pokazatelja ROE za 2013. i 2014. godinu.

Tablica 24: Izračun povrata na glavnicu (ROE)

POZICIJA	2013.	2014.
ROA	1,62%	17,44%
Multiplikator glavnice	7,61	2,65
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**12,33%**	**46,22%**

Izvor: Izrada autora

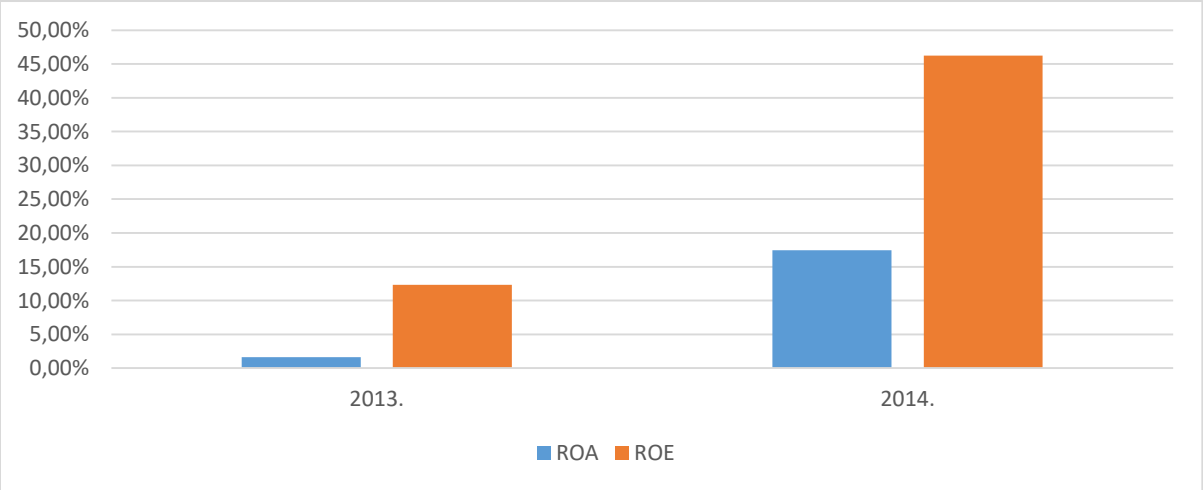
Na temelju izračuna iz tablice 24 može se uočiti da poduzeće ostvaruje veći povrat vlastitog kapitala u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. Poduzeće u 2013. godini ostvaruje 12,33 kn na 100 kn uloženog vlastitog kapitala, dok je u 2014. godini ostvarilo 46,22 kn, što je više za 33,39 postotna poena.

U nastavku je dan tabelarni prikaz DuPont sustava pokazatelja, te grafički prikaz ROA i ROE za 2013. i 2014. godinu i njihova analiza za turističku agenciju *Globo Travel d.o.o.*.

Tablica 25: Izračuni pokazatelja DuPont sustava za *Globo Travel d.o.o.*

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža (neto dobit/prihod)	0,38%	4,00%
KOUI (prihod/ukupna imovina)	4,26	4,36
ROA (profitna marža x KOUI)	**1,62%**	**17,44%**
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	7,61	2,65
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**12,33%**	**46,22%**

Izvor: Izrada autora



Slika 9: Grafički prikaz rentabilnosti poslovanja za *Globo Travel d.o.o.*

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 25 te grafičkog prikaza sa slike 9 može se uočiti veća vrijednost pokazatelja ROA i ROE u 2014. godini u odnosu na vrijednosti u 2013. godini. Veće generiranje prihoda i bolja kontrola troškova, odnosno veća efikasnost poslovanja (profitna marža se povećala za 3,62 postotna poena), te efikasnije korištenje imovine (koeficijent obrtaja imovine je porastao sa 4,26 na 4,36) rezultiralo je većom stopom povrata na imovinu u 2014. godini. Iako se poduzeće u 2014. godini manje financira iz tuđih izvora, budući da se multiplikator glavnice smanjio sa 7,61 na 2,65 (skoro pa podjednako da se financira iz tuđih i vlastitih sredstava), veća efikasnost poslovanja (mjereno profitnom maržom), te veća efikasnost korištenja imovine (mjereno koeficijentom obrtaja ukupne imovine) rezultirala je većom stopom povrata vlastitog kapitala u 2014. godini. Može se zaključiti da turistička agencija Globo Travel d.o.o. ostvaruje veću rentabilnost imovine i veću rentabilnost vlastitog kapitala u 2014. godini, odnosno poslovanje je rentabilnije nego u 2013. godinu.

4.2.5. Osnovni podaci o turističkoj agenciji *Uniline d.o.o.* i izračun DuPont sustava pokazatelja

Uniline d.o.o. je društvo s ograničenom odgovornošću za turizam, trgovinu, usluge i putnička agencija. Osnovana je 1996. godine sa sjedištem u Puli, te ima poslovnice u Rovinju, Poreču, Opatiji, Splitu, Dubrovniku, Zagrebu, Ljubljani i Sarajevu. Agencija je upisana pod brojem MBS 01228102 kod Trgovačkog suda u Pazinu. Predsjednik uprave je Boris Žgomba. Agencija broji 150 zaposlenih i spada u kategoriju srednjih poduzetnika. Temeljni kapital je 14.621.000 kn.[31]

Izračun DuPont sustava pokazatelja za Uniline d.o.o.

Za izračun pokazatelja ROA izvršen je ponajprije izračun profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine. Izračun profitne marže dobije se stavljanjem u odnos neto dobiti i prihoda, što je prikazano u tablici 26.

Tablica 26: Izračun Profitne marže

POZICIJA	2013.	2014.
Neto dobit	6.007.482	6.063.871
Prihod	241.621.767	293.393.070
Profitna marža (neto dobit/prihod)	**2,50%**	**2,07%**

Izvor: Izrada autora

Na temelju podataka iz tablice 26 može se uočiti je vrijednost ostvarenih prihoda i neto dobit veća u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. Međutim unatoč tome, poduzeće ostvaruje nižu profitnu maržu u 2014. godini za 0,46 postotna poena. Niža profitna marža u 2014. godini označava manju uspješnost u ostvarivanju zarade, te manju sposobnost vođenja poduzeća u odnosu na 2013. godinu.

Sljedeća tablica daje prikaz izračuna pokazatelja koeficijenta obrtaja ukupne imovine za 2013. i 2014. godinu, koji stavlja u odnos prihod i ukupnu imovinu.

[31] Uniline d.o.o.: O poslovanju, [Internet], raspoloživo na: http://www.uniline.hr/hrvatska/turisticki-operator.php, [03.12.2016.]

Tablica 27: Izračun koeficijenta obrtaja ukupne imovine

POZICIJA	2013.	2014.
Prihod	241.621.767	293.393.070
Ukupna imovina	34.063.623	43.596.431
KOUI (prihod/ukupna imovina)	**7,09**	**6,73**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 27 može se uočiti da je vrijednost koeficijenta obrtaja ukupne imovine u 2013. i 2014. godini veća od 1, što znači da je poduzeće uspješno koristilo svoju imovinu u cilju stvaranja prihoda u obje godine. U 2014. godini koeficijent obrtaja ukupne imovine smanjio se na 6,73, što znači da poduzeće u ovoj godini i dalje efikasno koristi svoju imovinu, ali manje u odnosu na prethodnu godinu.

Slijedi prikaz povrata na ukupnu imovinu, ROA, za 2013. i 2014. godinu, koja se dobije kao umnožak profitne marže i koeficijenta obrtaja ukupne imovine.

Tablica 28: Izračun povrata na ukupnu imovinu (ROA)

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža	**2,50%**	**2,07%**
KOUI	7,09	6,73
ROA (profitna marža x KOUI)	**17,73%**	**13,93%**

Izvor: Izrada autora

Iz izračuna iz tablice 28 vidljivo je da je u 2014. godini ostvarena niža stopa povrata na imovinu u odnosu na 2013. godinu. U 2013. godini poduzeće ostvaruje 17,73kn dobiti na 100 kn uložene imovine, dok je u 2014. godini ostvarilo 13,93kn dobiti, što je manje za 3,8 postotna poena.

Za izračun pokazatelja ROE korištena je vrijednost već dobivenog pokazatelja ROA te multiplikatora glavnice, koji se dobije stavljanjem u odnos ukupne imovine i glavnice. U nastavku je dan izračun multiplikatora glavnice.

Tablica 29: Izračun multiplikatora glavnice

POZICIJA	2013.	2014.
Ukupna imovina	34.063.623	43.596.431
Glavnica	17.193.611	20.257.482
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	**1,98**	**2,15**

Izvor: Izrada autora

Iz tablice 29 vidljivo je da je vrijednost multiplikatora glavnice u 2014. godini veća u odnosu na 2013. godinu. Promjena ovog pokazatelja nije velika i u obje godine se poduzeće gotovo podjednako financira iz tuđih i vlastitih sredstava. Nešto intenzivnije koristi financijsku polugu u 2014. godini.

U tablici 30, na temelju gore navedenih izračuna, prikazan je konačni izračun pokazatelja ROE za 2013. i 2014. godinu.

Tablica 30: Izračun povrata na glavnicu (ROE)

POZICIJA	2013.	2014.
ROA	17,73%	13,93%
Multiplikator glavnice	1,98	2,15
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**35,11%**	**29,95%**

Izvor: Izrada autora

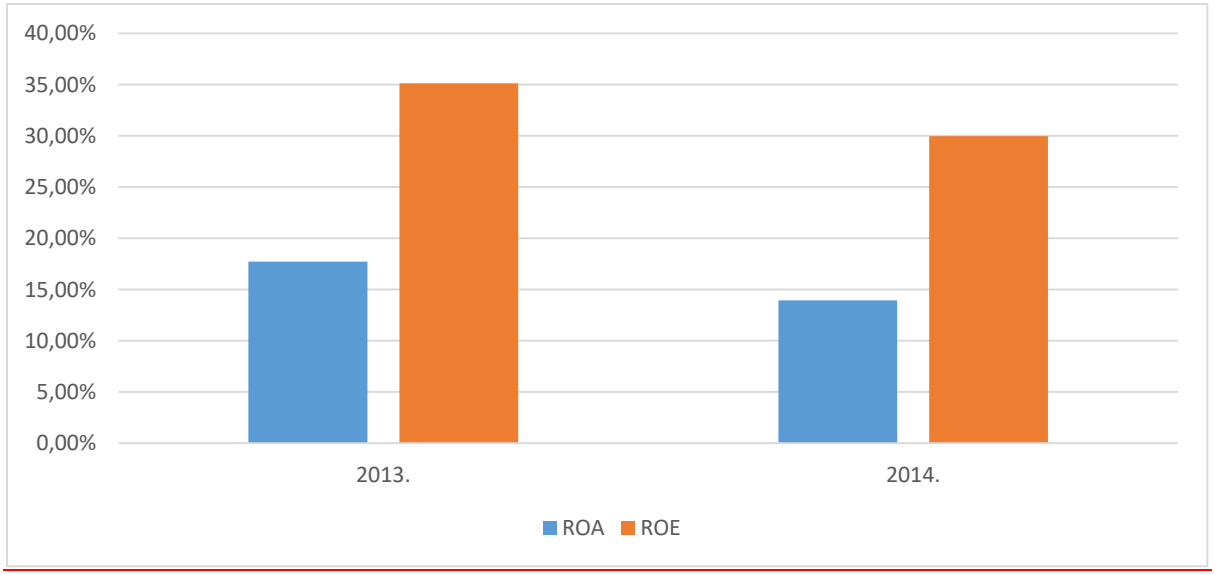
Iz priloženog izračuna iz tablice 30 može se uočiti da poduzeće ostvaruje nižu stopu povrata vlastitog kapitala u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. Poduzeće u 2013. godini ostvaruje 35,11kn dobiti na 100 kn uloženog vlastitog kapitala, dok je u 2014. godini ostvarilo 29,95kn dobiti, što je manje za 5,16 postotna poena.

U nastavku je dan tabelarni prikaz DuPont sustava pokazatelja, te grafički prikaz ROA i ROE za 2013. i 2014. godinu i njihova analiza za turističku agenciju *Uniline d.o.o.*.

Tablica 31: Izračuni pokazatelja DuPont sustava za *Uniline d.o.o.*

POZICIJA	2013.	2014.
Profitna marža (neto dobit/prihod)	2,50%	2,07%
KOUI (prihod/ukupna imovina)	7,09	6,73
ROA (profitna marža x KOUI)	**17,73%**	**13,93%**
Multiplikator glavnice (ukupna imovina/glavnica)	1,98	2,15
ROE (ROA x multiplikator glavnice)	**35,11%**	**29,95%**

Izvor: Izrada autora



Slika 10: Grafički prikaz rentabilnosti poslovanja za *Uniline d.o.o.*

Izvor: Izrada autora

Na temelju podataka iz tablice 31 te grafičkog prikaza sa slike 10 može se uočiti niža vrijednost pokazatelja ROA i ROE u 2014. godini u odnosu na vrijednosti u 2013. godini. Niža profitna marža i manji koeficijent obrtaja imovine rezultiralo je nižom stopom povrata na imovinu. Iako poduzeće u 2014. godini nešto intenzivnije koristi financijsku polugu, budući da se multiplikator glavnice povećao s 1,98 na 2,15, nešto manja efikasnost poslovanja (mjerena profitnom maržom) i nešto manja efikasnost korištenja imovine (mjereno koeficijentom obrtaja imovine) dovela je do niže stope povrata vlastitog kapitala. Može se zaključiti da turistička agencija Uniline d.o.o. ostvaruje nižu rentabilnost imovine i nižu

rentabilnost vlastitog kapitala u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu, odnosno poslovanje je bilo rentabilnije u 2013. godinu.

4.2.6. Analiza i usporedba uspješnosti poslovanja pet turističkih agencija na temelju pokazatelja DuPont sustava

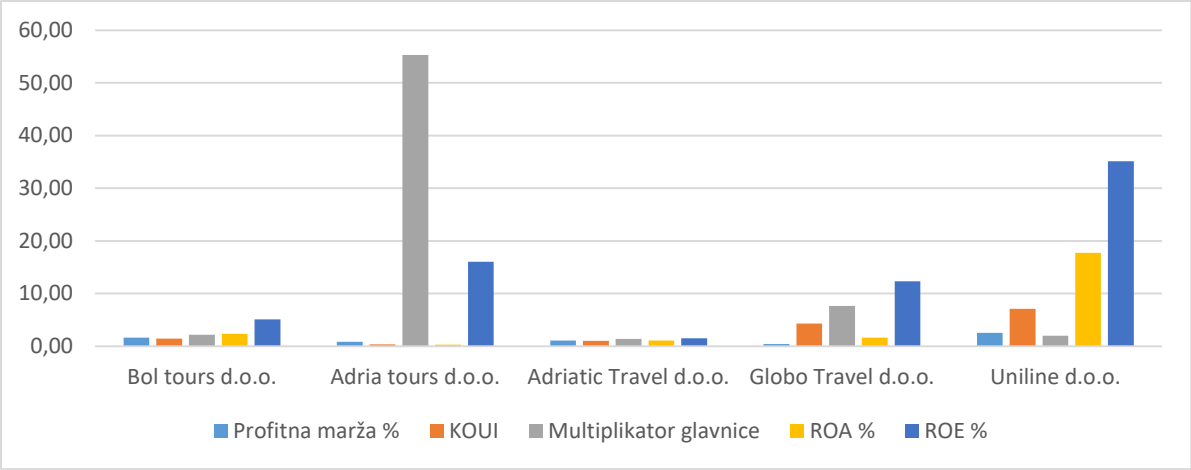
Nakon što je prikazan izračun pokazatelja DuPont sustava i izvršena analiza rentabilnosti za svaku turističku agenciju pojedinačno, u sljedećoj tablici dan je prikaz rentabilnosti poslovanja svih turističkih agencija, za 2013. i 2014. godinu. Na temelju analize rentabilnosti imovine i rentabilnosti vlastitog kapitala, usporedit će se uspješnost, odnosno rentabilnost poslovanja turističkih agencija. Rentabilnost je ekonomsko mjerilo uspješnosti poslovanja koje predočuje povrat uloženog. Ako je ostvarena dobit, poslovanje je rentabilno, i obratno, ako je ostvaren gubitak, poslovanje je nerentabilno.

Tabelarni prikaz pokazatelja DuPont sustava i grafički prikaz rentabilnosti poslovanja za pet turističkih agencija za 2013. godinu prikazan je Tablicom 32 i Slikom 11.

Tablica 32: Tabelarni prikaz pokazatelja DuPont sustava za pet turističkih agencija za 2013. godinu

TURISTIČKE AGENCIJE	Profitna marža (%)	KOUI	Multiplikator glavnice	ROA (%)	ROE (%)
Bol tours d.o.o.	1,64	1,42	2,19	2,33	5,10
Adria tours d.o.o.	0,84	0,35	55,27	0,29	16,03
Adriatic Travel d.o.o.	1,07	1,00	1,40	1,07	1,50
Globo Travel d.o.o.	0,38	4,26	7,61	1,62	12,33
Uniline d.o.o.	2,50	7,09	1,98	17,73	35,11

Izvor: Izrada autora



Slika 11: Grafički prikaz rentabilnosti poslovanja pet turističkih agencija za 2013. godinu

Izvor: Izrada autora

Iz grafičkog prikaza sa Slike 11 može se uočiti da svih pet turističkih agencija posluju rentabilno u 2013. godini budući da svaka ostvaruje dobit u toj godini. Turistička agencija *Uniline d.o.o.* posluje najrentabilnije, odnosno ostvaruje veću rentabilnost imovine i rentabilnost vlastitog kapitala u odnosu na četiri druge agencije. Naime, Uniline d.o.o. ostvaruje najveću profitnu maržu i najviši koeficijent obrtaja imovine što znači da poduzeće u 2013. godini najefikasnije vodi poslovanje i najefikasnije koristi imovinu u ostvarenju dobiti.

Turistička agencija *Adria tours d.o.o.* u 2013. godini ima najveći multiplikator glavnice (55,27), što znači da poduzeće najviše koristi financijsku polugu te se uglavnom financira iz tuđih izvora. To je rezultiralo da poduzeće ostvaruje veću rentabilnosti vlastitog kapitala u odnosu na tri druge agencije. Ujedno je Adria tours d.o.o. jedino poduzeće koje u 2013. godini ostvaruje vrijednost koeficijenta obrtaja imovine ispod 1, što znači da poduzeće najlošije koristi svoju imovinu s ciljem stvaranje prihoda. Niža profitna marža u odnosu na tri druge agencije i najniža vrijednost koeficijenta obrtaja imovine rezultirala je najnižom rentabilnosti imovine.

Turistička agencija *Adriatic Travel d.o.o.* ostvaruje nižu rentabilnost imovine u odnosu na tri druge agencije. Ujedno najmanje koristi financijsku polugu, što je uz nisku razinu profitne marže i niski koeficijent obrtaja imovine, dovelo do najniže rentabilnosti vlastitog kapitala.

Turistička agencija *Bol tours d.o.o.* ostvaruje veću rentabilnost imovine u odnosu na tri druge agencije. Međutim ostvaruje jednu od nižih stopa povrata na vlastiti kapital te zauzima četvrto mjesto po rentabilnosti vlastitog kapitala.

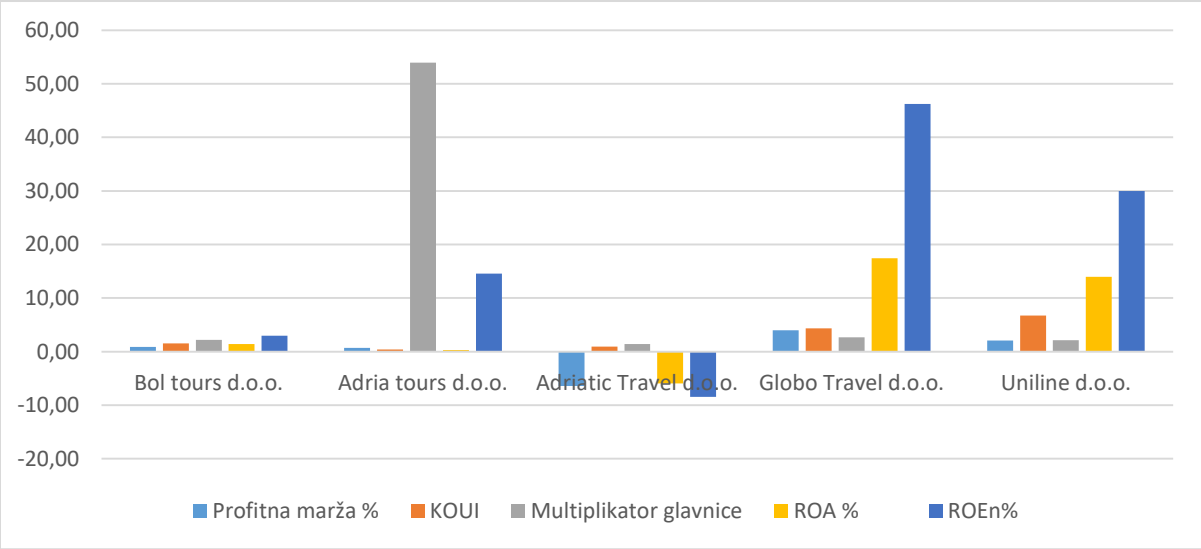
Turistička agencija *Globo Travel d.o.o.* ostvaruje najnižu profitnu maržu, međutim to je ne svrstava na zadnje mjesto po veličini ostvarene rentabilnosti imovine i vlastitog kapitala. Zbog većeg koeficijenta obrtaja imovine i većeg korištenja financijske poluge u odnosu na tri druge agencije, ovo poduzeće se nalazi u sredini po rentabilnosti poslovanja, odnosno na trećem mjestu po veličini ostvarene rentabilnosti imovine i na trećem mjestu po veličini ostvarene rentabilnosti vlastitog kapitala.

Tabelarni prikaz pokazatelja DuPont sustava i grafički prikaz rentabilnosti poslovanja za pet turističkih agencija za 2014. godinu prikazan je Tablicom 33 i Slikom 12.

Tablica 33: Tabelarni prikaz pokazatelja DuPont sustava za pet turističkih agencija za 2014. godinu

TURISTIČKE AGENCIJE	Profitna marža (%)	KOUI	Multiplikator glavnice	ROA (%)	ROE (%)
Bol tours d.o.o.	**0,89**	**1,55**	**2,16**	**1,38**	**2,98**
Adria tours d.o.o.	**0,70**	**0,38**	**53,97**	**0,27**	**14,57**
Adriatic Travel d.o.o.	**-6,42**	**0,93**	**1,42**	**-5,97**	**-8,48**
Globo Travel d.o.o.	**4,00**	**4,36**	**2,65**	**17,44**	**46,22**
Uniline d.o.o.	**2,07**	**6,73**	**2,15**	**13,93**	**29,95**

Izvor: Izrada autora



Slika 12: Grafički prikaz rentabilnosti poslovanja pet turističkih agencija za 2014. godinu

Izvor: Izrada autora

Iz grafičkog prikaza sa Slike 12 mogu se uočiti niže vrijednosti većine pokazatelja u odnosu na 2013. godinu. *Adriatic Travel d.o.o.* u 2014. godini ostvaruje negativne stope povrata, odnosno poslovanje je nerentabilno, budući da ostvaruje negativan financijski rezultat u 2014. godini.

Dok se turistička agencija *Globo Travel d.o.o.* u 2013. godini nalazila na trećem mjestu po rentabilnosti imovine i rentabilnosti vlastitog kapitala, u 2014. godini ova agencija jedina ostvaruje porast rentabilnosti poslovanja i posluje najrentabilnije. Razlog tome je najviša ostvarena vrijednost profitna marža, što znači da poduzeće najefikasnije vodi poslovanje, te efikasnije koristi imovinu u odnosu na tri druge agencije.

Turistička agencija *Uniline d.o.o.* ostvaruje nižu profitnu maržu i manji koeficijent obrtaja imovine što je rezultiralo nižom rentabilnosti imovine. Iako u 2014. godini poduzeće nešto više koristi financijsku polugu, niža profitna marža i manji koeficijent obrtaja imovine rezultiralo je nižom rentabilnosti vlastitog kapitala. Poduzeće ostvaruje veću stopu povrata na imovinu i povrata vlastitog kapitala u odnosu na tri druge agencije.

U 2014. godini *Adria tours d.o.o.* ostvaruje veću vrijednost koeficijenta obrtaja imovine, ali je on i dalje ispod 1, te ostvaruje nižu profitnu maržu, što je rezultiralo nižom stopom povrata na

imovinu u 2014. godinu. Zbog niže profitne marže u odnosu na tri druge agencije i najniže vrijednosti koeficijenta obrtaja imovine poduzeće se nalazi na četvrtom mjestu po ostvarenoj rentabilnosti imovinu. Poduzeće i u 2014. godini ima najveći multiplikator glavnice, što znači da se i dalje najviše financira iz tuđih izvora, ali nešto manje nego u 2013. godini budući da se multiplikator glavnice smanjio. Niža profitna marža i manja vrijednost multiplikatora glavnice rezultirala je nižom rentabilnosti vlastitog kapitala, te se poduzeće nalazi na trećem mjestu po ostvarenoj stopi povrata vlastitog kapitala.

Turistička agencija *Bol tours d.o.o.* ostvaruje nižu profitnu maržu u 2014. godini te veću vrijednost koeficijenta obrtaja imovine. Niža profitna marža rezultirala je nižom rentabilnosti imovine u 2014. godini te se poduzeće nalazi na trećem mjestu po ostvarenoj stopi povrata na imovinu, odnosno poduzeće efikasnije posluje i efikasnije koristi svoju imovinu u odnosu na dvije druge agencije. Poduzeće ostvaruje i nižu rentabilnost vlastitog kapitala, što je razlog niže profitne marže i nešto manjeg korištenja financijske poluge. Tako se poduzeće nalazi na četvrtom mjestu po ostvarenoj stopi povrata vlastitog kapitala, što znači da je efikasnost korištenja raspoloživog vlastitog kapitala manja u odnosu na tri druge agencije.

Može se zaključiti da u 2014. godini jedno poduzeće, Globo Travel d.o.o., ostvaruje veću rentabilnost poslovanja u odnosu na 2013. godinu, Adriatic Travel d.o.o. posluje s gubitkom, dok je kod tri poduzeća, Bol tours d.o.o., Adria tours d.o.o., Uniline d.o.o., poslovanje manje rentabilno nego u 2013. godini. Niža rentabilnost imovine govori da su poduzeća generirala manje dobiti iz jedne jedinice uložene imovine, odnosno da manje efikasno koriste imovinu u stvaranju dobiti. Niža rentabilnost vlastitog kapitala govori da poduzeća ostvaruju manje dobiti iz jedne jedinice uloženog vlastitog kapitala, odnosno da manje efikasno koriste raspoloživ vlastiti kapital i da će u dužem roku ostvariti povrat uloženih sredstava.

Ovim su navedena područja koja bi poduzeća mogla iskoristiti za daljnja poboljšanja kako bi povećala rentabilnost poslovanja. Poduzeća tako mogu povećati rentabilnost imovine jednim od sljedećih načina: smanjenjem rashoda i /ili povećanjem prihoda, odnosno povećanjem dobiti; smanjenjem ukupno angažirane imovine, odnosno povećanjem koeficijenta obrtaja imovine; te većim povećanjem dobiti u odnosu na povećanje ukupne imovine. Dok se rentabilnost vlastitog kapitala može povećati: većim korištenjem financijske poluge, povećanjem koeficijenta obrtaja imovine i povećanjem profitne marže.

Mogućnost ostvarivanja veće rentabilnosti poslovanja ovisi i o konkurentskim strategijama poduzeća. Ona poduzeća koja imaju visoke profitne marže i niže koeficijente obrtaja ukupne imovine, primjenjuju strategiju diferencijacije, dok poduzeća koja ostvaruju niske profitne marže uz visoke obrtaje imovine, primjenjuju strategiju niskih troškova. Iz provedene analize može se uočiti da sve turističke agencije primjenjuju strategiju niskih troškova, budući da one ostvaruju niske profitne marže i ne tako visoke obrtaje imovine. Da bi agencije ostvarile što veću rentabilnost poslovanja, trebale bi svoju strategiju niskih troškova graditi na jednom od navedenih načina: na jednostavnijem dizajnu proizvoda i usluga; ponudi samo osnovne linije asortimana; uporabi tehnološki pojednostavljene proizvodnje; dobavi sirovina, materijala i drugih inputa po povoljnijim cijenama; uporabi marketinških pristupa koji ne zahtijevaju znatan kapital; jeftinijim distribucijskim aktivnostima; te lokacijskim prednostima.[32] Naravno to ovisi o veličini turističke agencije, njenim poslovnim mogućnostima, te poslovnim resursima u odnosu na konkurenciju.

[32] Tipurić Darko (2015): Konkurentska prednost poduzeća – izbor između niskih troškova i diferencijacije, [Internet], raspoloživo na: http://web.efzg.hr/dok/OIM/dhruska/konkurentska%20prednost%20-%20niski%20tro%C5%A1kovi%20i%20diferencijacija.pdf [07.03.2017.]

5. ZAKLJUČAK

DuPont sustava pokazatelja vrijedan je model čijom primjenom poduzeće dobiva pravovremene i kvalitetne informacije, koje se osiguravaju u financijskim izvještajima, a koje su neophodne za dobro upravljanje. Iz bilance i računa dobiti i gubitka računaju se pokazatelji DuPont sustava pomoću kojih je moguće analizirati uspješnost poslovanja poduzeća i ocijeniti rentabilnost poslovanja. Sama rentabilnost imovine i rentabilnost vlastitog kapitala vrlo je bitna menadžerima jer oni dobivaju informaciju o tome koliko se efikasno i efektivno koristi imovina i kapital poduzeća u svakodnevnom poslovanju.

U ovom radu proveden je izračun i analiza pokazatelja DuPont sustava za pet turističkih agencija, za 2013. i 2014. godinu. Navedeni izračuni pokazuju koliko poduzeće ostvaruje povrat na ukupnu imovinu i povrat vlastitog kapitala, odnosno kolika je rentabilnost poslovanja. Upotrebom podataka iz financijskih izvještaja i primjenom DuPont sustava pokazatelja utvrđeno je kako u 2013. godini sva poduzeća posluju rentabilno, odnosno efikasno koriste svoju imovinu i raspoloživi vlastiti kapital. U 2014. godini tri od četiri poduzeća ostvaruje niže stope povrata, jedno poduzeće ostvaruje veće stope povrata, dok jedno poduzeće ostvaruje nerentabilnost poslovanja, odnosno posluje s gubitkom. Iako poduzeća, osim jednog, posluju rentabilno u 2014. godini, prostora za daljnja poboljšanja postoje. Poboljšanja su moguća u dijelu upravljanja imovinom, povećanja koeficijenta obrtaja imovine i višeg korištenja financijske poluge. Za konkretne korake glede poboljšanja upravljanja određenim oblicima imovine trebalo bi ući u detaljniju analizu imovine poduzeća, koja nije moguća zbog limitiranosti informacija koje se mogu dobiti iz dostupnih financijskih izvješća.

LITERATURA

Knjige:

1. Geić S. (2007.): Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
2. Popović Ž., Vitezić N. (2009.): Revizija i analiza, Sveučilišna tiskara d.o.o., Zagreb
3. Renko N. (2005.): Strategije marketinga, Naklada Ljevak d.o.o., Zagreb
4. Vujević I. (2009.): Analiza financijskih izvještaja, ST-Tisak, Split
5. Žager K., Žager L. (2008.): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb

Zakoni:

1. Narodne novine (2015/2016): Zakon o računovodstvu, pročišćeni tekst (NN, 78/15, 134/15, 120/16), Narodne novine d.d., Zagreb
2. Narodne novine (2015): Hrvatski standardi financijskog izvještavanja (NN, 86/15), Narodne novine d.d., Zagreb
3. Narodne novine (2007): Zakon o pružanju usluga u turizmu, pročišćeni tekst, Narodne novine d.d. Zagreb

Nastavni materijal:

1. Šodan S. (2014/2015): Financijska analiza poslovanja, skripta, Ekonomski fakultet Split, predavanja br. 8.

Izvori s Interneta:

1. Adriatic Travel d.o.o.: O poslovanju, [Internet], raspoloživo na: http://adriatic-travel.hr/about-us/ [3.12.2016]
2. Globo Travel d.o.o.: O poslovanju, [Internet], raspoloživo na : http://www.globo-travel.com/hr/41/o-nama [3.12.2016]
3. Tipurić Darko (2015): Konkurentska prednost poduzeća – izbor između niskih troškova i diferencijacije, [Internet], raspoloživo na: http://web.efzg.hr/dok/OIM/dhruska/konkurentska%20prednost%20-%20niski%20tro%C5%A1kovi%20i%20diferencijacija.pdf [07.03.2017.]
4. Uniline d.o.o.: O poslovanju, [Internet], raspoloživo na : http://www.uniline.hr/hrvatska/turisticki-operator.php [3.12.2016]

SAŽETAK

U radu se analizira uspješnost poslovanja pet turističkih agencija primjenom DuPont sustava pokazatelja. Za utvrđivanje uspješnosti poslovanja računali su se i analizirali sljedeći pokazatelji: profitna marža, koeficijent obrtaja ukupne imovine, ROA, multiplikator glavnice i ROE. Za izračun i analizu modela korišteni su podaci iz objavljenih temeljnih financijskih izvještaja analiziranih agencija. Analiza se provodila za dvije godine, 2013. i 2014. godinu. Na temelju provedene analize utvrđeno je da poduzeća posluju rentabilno u 2013. godini, dok u 2014. godini ostvaruju nižu rentabilnost poslovanja.

SUMMARY

The aim of the paper is to analyse financial performance of five travel agencies using DuPont analysis. In order to make the analysis several indicators are calculated: profit margin, turnover ratio of total assets, ROA, equity multiplier and ROE. Calculation of indicators and analysis of the model is made using the publicly available financial statement data. The analysis is carried out for the period from 2013. to 2014. Based on the analysis it is found that companies perform profitably in 2013, and less profitably in 2014.