ANALIZA KRETANJA PRIHODA I PROFITA PODUZEĆA „LEDO D.D.“

Bartulica, Ena

Undergraduate thesis / Završni 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:124:811291

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

ANALIZA KRETANJA PRIHODA I PROFITA PODUZEĆA „LEDO D.D.“

Mentor:

Izv.prof.dr.sc. Maja Pervan

Student:

Ena Bartulica

Split, lipanj, 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD 3

1.1. Definiranje problema 3

1.2. Cilj rada 4

1.3. Metode rada 4

1.4. Struktura rada 6

2. PRIHOD I PROFIT PODUZEĆA 7

2.1. Prihod poduzeća 7

2.2. Profit poduzeća 9

2.2.1. Svrha profita 10

2.2.2. Ekonomski i poslovni profit 10

2.3. Teorije profita 12

2.4. Pokazatelji uspješnosti poslovanja poduzeća s obzirom na prihode i profite 15

3. OSNOVNI PODACI O DRUŠTVU LEDO D.D. 18

3.1. Proizvodni asortiman poduzeća Ledo d.d. 18

3.2. Ledo d.d. danas 20

3.3. Misija i vizija Leda d.d. 20

3.4. Kvaliteta i zaštita okoliša 21

3.5. Distribucija 21

3.6. Korporativno upravljanje 22

3.7. Raspodjela vrijednosnica vlasničkog računa Leda d.d. 23

4. ANALIZA KRETANJA PRIHODA, PROFITA I USPJEŠNOSTI PODUZEĆA LEDO D.D. 24

4.1. Analiza prihoda poduzeća Ledo d.d. 24

4.1.1. Usporedba prihoda iz konsolidiranog i nekonsolidiranog izvještaja za 2015. godinu 24

4.1.2. Usporedba prihoda poduzeća Ledo d.d. 2015. godine u odnosu na 2014. godinu 27

4.1.3. Usporedba prihoda Leda d.d. s drugim društvima iste djelatnosti 30

4.2. Analiza profita poduzeća Ledo d.d. 33
4.2.1. Usporedba profita iz konsolidiranog i nekonsolidiranog izvještaja za 2015. godinu .35
4.2.2. Usporedba profita poduzeća Ledo d.d. u 2015. godini u odnosu na 2014. godinu 36
4.2.3. Pokazatelji ekonomičnosti 38
4.2.4. Pokazatelji profitabilnosti 39

5. ZAKLJUČAK 41
LITERATURA.....42
POPIS TABLICA 44
POPIS GRAFIKONA.....44

1. UVOD

1.1. Definiranje problema

Dioničko društvo Ledo već preko pola stoljeća opstaje na tržištu kao prepoznatljiv i uvjerljivo kvalitetan proizvođač prehrambenih proizvoda. U današnjem vremenu eksponencijalnog rasta i razvoja na tržištu, potrebno je držati korak s konkurencijom i nadograđivati svoju ponudu. Ledo d.d. se 1958. godine na tržištu pojavio sa sladoledom Snjeguljica, a do danas je svoj asortiman proširio i na druge zamrznute prehrambene proizvode: zamrznuto voće i povrće, riblji proizvodi, gotova jela i tijesta i drugo. Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku Uniju 2013. godine, postavljaju se novi zadatci pred ovim poduzećem bogate povijesti i velike tradicije.

Uz rast prodaje i profita te povećanje efikasnosti zbog ekonomije obujma, učenje i stjecanje iskustva u poslovanju na međunarodnom tržištu višestruko koriste kompaniji i svim njenim zaposlenicima.[1] Širenje tržišta izvan granica Hrvatske, kao i povećana konkurencija od strane inozemnih tvrtki sličnog proizvodnog asortimana, predstavljaju veliki izazov.

Poznato je da svako poduzeće mora biti spremno na preuzimanje rizika, a širenje proizvoda na američko tržište 2015. godine predstavlja jedan takav veliki korak. Proizvodi se mogu naći i u azijskim i afričkim zemljama, među kojima se izdvajaju Ujedinjeni Arapski Emirati, Azerbajdžan, Libija i Izrael. Stoga se kretanje prihoda i profita posljednjih godina uvelike razlikuje u odnosu na neke ranije godine djelovanja poduzeća Ledo.

Svrha ovog rada je prikaz ostvarenih visokih rezultata i iznimno visokog tržišnog udjela u regiji kroz podatke o kretanju prihoda i profita poduzeća. Također će biti prikazana usporedba poslovanja na domaćem tržištu u odnosu na inozemna.

[1] Prema podatcima: http://www.poslovni.hr/domace-kompanije/ledo-sladoledi-uskoro-na-policama-trgovina-u-sad-u-297389, 20.4.2016.

1.2. Cilj rada

Cilj ovog rada je analiza uspješnosti poslovanja poduzeća Ledo, pri čemu će poseban naglasak biti stavljen na analizu njegovih prihoda i profita. Konkretno, iz posljednje dostupnih podataka koji se tiču prihoda i profita poduzeća, a uz primjenu ranije izloženih metoda, nastojat će se utvrditi koliko je Ledo bio uspješan u svom poslovanju.

1.3. Metode rada

Metode korištene u ovom radu spadaju u opće metode. To su:

- metoda analize
- metoda sinteze
- metoda deskripcije
- metoda indukcije
- metoda dedukcije
- metoda komparacije
- metoda grafičkog prikazivanja.

Analiza i sinteza spadaju među najranije otkrivene i upotrebljavane metode u znanstvenoj spoznaji. Analizom u užem smislu nazivamo raščlanjivanje misaonih tvorevina na njihove elemente. Analitička metoda je postupak pri kome se putem razlaganja djelatnost subjekta postupno razdvaja od neke kompleksne cjeline, kao polazne točke istraživanja, k iznalaženju i utvrđivanju elemenata sadržaja, činitelja danog objekta i odnosa tih čimbenika u njemu.

Znanstveni rad nije moguć bez analize. Kako god da se prikupljaju podatci u istraživanju, oni se moraju na neki način analizirati. Metoda mikroekonomske analize usmjerena je na kvantitativno registriranje i objašnjavanje raznih oblika ponašanja industrijskih OOUR-a (organizacije udruženog rada), banaka, zadruga, individualnih proizvođača i sličnog. Kao primjer

ovakve analize navodi se analiza osobnih dohodaka, investicija, troškova proizvodnje u nekom OOUR-u. Za analizu se veže i pojam metode sinteze. Metoda sinteze je postupak u kome djelatnost subjekta postepeno teče od jednostavnog, prostog, apstraktnog, kroz sjedinjavanje i povezivanje ka konstruiranju ili rekonstruiranju cjelovitog objekta, pojave ili događaja. Ove dvije metode imaju stvaralački karakter, te ih je nemoguće zaobići u znanstvenom radu.[2]

Metoda deskripcije primjenjuje se u početnoj fazi znanstvenog istraživanja a predstavlja postupak jednostavnog opisivanja ili očitovanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.

Metoda indukcije omogućuje da se na temelju pojedinačnih činjenica i saznanja dolazi do uopćavanja i formiranja zakonitosti, odnosno spoznaje novih činjenica i novih zakonitosti, dok metoda dedukcije omogućuje da se na temelju općih sudova, odnosno općih logičkih obilježja između pojmova, izvode pojedinačni sudovi, zaključci i tvrdnje, odnosno otkriju spoznaje ili dokažu nove činjenice, nove zakonitosti ili znanstvene istine.[3] Metoda dedukcije se nadovezuje na metodu indukcije. Predstavlja oblik posrednog zaključivanja kod kojeg se zaključni sud izvodi od općeg ka posebnom ili pojedinačnom.

Metoda komparacije predstavlja metodu usporedbe. Dovodi se do određenih zaključaka na osnovu usporedbe promatrane varijable sa sličnim.

Metoda grafičkog prikazivanja je vizualna metoda pri kojoj se prikazuju određeni podatci ili rezultati pomoću tablica, grafikona, dijagrama, sličica itd. Ovakva metoda se najčešće koristi kao sredstvo prikazivanja rezultata u nekom istraživanju, budući da na jednostavan i vizualan način daje uvid u dobivene rezultate i predstavljeni zaključak.

[2] Žugaj M. (1979.), Metode analize i sinteze, stručni rad, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, UDK: 3:16:658.5, 113-137, http://hrcak.srce.hr/81266, 28.4.2016.
[3] Kulenović Z., Slišković M., Metodologija znanstvenoistraživačkog rada- važnije znanstvene metode, Pomorski fakultet u Splitu, Sveučilište u Splitu, http://www.pfst.unist.hr/uploads/MZIR-Prilog_Predavanju4.pdf, 1.5.2016.

1.4. Struktura rada

Ovaj završni rad se sastoji od 5 poglavlja. U prvom poglavlju je dan skraćeni osvrt na temu kojom će se rad baviti, odnosno objašnjenje zbog čega je tema odabrana te kakav značaj i doprinos ima njena obrada na području mikroekonomskog istraživanja. Jasno je naglašena svrha rada, kao i cilj pisanja rada koji iz te svrhe proizlazi. Naznačene su i metode koje se koriste u ovom istraživanju i analizi.

Teorijski dio rada obuhvaća dva poglavlja, drugo i treće. U drugom poglavlju su objašnjeni i definirani osnovni pojmovi i termini važni za razumijevanje slijeda istraživanja i analiziranja podataka na ciljanom primjeru odabranog poduzeća- Leda d.d. U trećem poglavlju ukratko je dan osvrt na najvažnije podatke i ključne događaje u razvoju poduzeća Ledo d.d. kao i važna postignuća ovog poduzeća koja upućuju na važnost istraživanja kretanja prihoda i profita, što je tema ovog završnog rada.

Empirijski dio uključuje četvrto poglavlje, koje sadržava posljednje dostupne podatke i rezultate vezane za kretanje prihoda i profita Leda d.d. Na osnovu tih podataka, pomoću ranije izloženih metoda i oblika prikaza (tablice, dijagrami, grafikoni), bit će provedene analize i kompariranja u odnosu na ostale konkurentske firme, kao i komparacije tržišta na kojem su lansirani Ledovi proizvodi.

Na osnovu empirijskog dijela, u posljednjem poglavlju prikazani su zaključci i osvrt na rad.

2. PRIHOD I PROFIT PODUZEĆA

2.1. Prihod poduzeća

Potražnja nekog dobra je količina tog dobra koja se može prodati po svakoj cijeni na određenom tržištu za određeno vrijeme.[4] Potražnja za nekim dobrom je funkcija više varijabli, te je možemo pisati kao:

$$D_i = f(p_i, p_j, M, t, E_i, A) \quad (1)$$

D_i označava potražnju za proizvodom i, p_i cijenu za proizvodom i, p_j cijena ostalih proizvoda j, M dohodak potrošača, t vrijeme, A izdatke za reklamu i E_i očekivanja o budućem kretanju cijene dobra i.

Budući da istodoban utjecaj svih varijabli na funkciju potražnje nije moguć, prati se utjecaj jedne varijable na funkciju, držeći ostale nepromijenjenima. Najveći utjecaj na funkciju potražnje od svih varijabli ima cijena nekog dobra. Funkcija potražnje s obzirom na cijenu naziva se još i funkcija prosječnog prihoda, te ju možemo zapisati kao:

$$D = f(p) \quad (2)$$

Dakle, prosječni prihod jednak je cijeni. Prosječni prihod predstavlja ukupni prihod po jedinici proizvoda. Može se prikazati formulom:

$$AR = TR / Q \quad (3)$$

gdje AR predstavlja prosječni prihod, TR ukupni prihod, a Q količinu određenog proizvoda.

Potražnja se mijenja obrnuto proporcionalno s promjenom cijene. Što je viša cijena, bit će manja količina robe koja se može plasirati.[5]

Prihod se može definirati kao vrijednost ostvarena poslovanjem nekog poduzeća u određenom razdoblju, obično jednoj godini. On se ostvaruje prodajom količine proizvoda po

[4] Mate Babić (2000): Mikroekonomska analiza, Mate d.o.o., Zagreb, str. 176
[5] Mate Babić (2000): Mikroekonomska analiza, Mate d.o.o., Zagreb, str. 177

ostvarenoj tržišnoj cijeni. Predstavlja umnožak količine i cijene spomenutog proizvoda. Ukupni prihod označava se s oznakom *TR*, količina s *Q*, a cijena s *P*. Dakle, za ukupan prihod vrijedi

$$TR = P * Q \qquad (4)$$

Ako je tržišna potražnja linearna, krivulja ukupnog prihoda bit će krivulja koja u početku raste, doseže točku maksimuma i potom počinje opadati.[6]

Najčešće pitanje s kojim se susreću sva poduzeća je pitanje koliko se treba povećati ili sniziti cijena nekog dobra, kako bi to dovelo do povećanja ukupnog prihoda. Pri tome nije važno kako se mijenja ta cijena. Promjena cijene i količine imaju suprotan utjecaj na ukupan prihod. Porast cijene rezultirat će padom potraživane količine, dok će pad cijene rezultirati rastom potraživane količine. Porast cijene će dovesti do rasta ukupnog prihoda, dok će smanjenje potraživane količine dovesti do pada ukupnog prihoda. Porast ukupnog prihoda se sastoji od dva efekta, a to su efekt cijene i efekt količine. Efekt cijene je utjecaj promjene cijene na ukupni prihod, držeći output konstantnim. Efekt količine je utjecaj promjene količine na ukupni prihod, držeći cijenu konstantnom.[7]

Kao što je već rečeno, promjena cijene i količine može dovesti do promjene ukupnog prihoda. Ukupan prihod raste ako je negativni efekt cijene manji od pozitivnog efekta količine, a pada ako je negativni efekt cijene veći od pozitivnog efekta količine.

Nagib krivulje ukupnog prihoda je granični, odnosno marginalni prihod. Granični prihod nam pokazuje koliko će iznositi ukupni prihod, odnosno za koliko će se promijeniti, ako se proda dodatna jedinica određenog proizvoda. Ako je krivulja potražnje linearna, cijena nekog dobra mora pasti kako bi se prodala dodatna jedinica tog dobra. Kretanje graničnog prihoda ovisi o cijeni i cjenovnoj elastičnosti potražnje.[8] Može se prikazati formulom:

$$MR = \Delta TR / \Delta Q \qquad (5)$$

gdje *MR* označava granični prihod, ΔTR promjenu ukupnog prihoda, a ΔQ promjenu količine.

[6] A. Koutsoyiannis (1997): Moderna mikroekonomika, Mate d.o.o., Zagreb, str. 50
[7] Pavić I., Benić Đ., Hashi I. (2009): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 99
[8] Pavić I., Benić Đ., Hashi I. (2009): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 106

Postoji određena veza između cjenovne elastičnosti potražnje s jedne strane, te ukupnog i graničnog prihoda s druge strane. Postoje elastična (|Ep|>1) i neelastična (|Ep|<1) potražnja. U području elastične potražnje sniženje cijene uzrokuje povećanje ukupnog prihoda, dok u području neelastične potražnje sniženje cijene dovodi do smanjenja ukupnog prihoda. Granični prihod je pozitivan u području elastične potražnje, dok je u području neelastične potražnje negativan.[9] Također, postoji i jedinično elastična potražnja (|Ep|=1). Tada je granični prihod jednak nuli, dok ukupni dostiže maksimalnu vrijednost. Kada *TR* (ukupni prihod) raste, *MR* (granični prihod) je pozitivan; *MR* je nula u točki iznad maksimuma *TR*, a negativan kad se *TR* smanjuje. [10]

Postoji i određena veza između prosječnog i graničnog prihoda. Oni su jednaki u uvjetima savršene konkurencije i u uvjetima kada neko poduzeće ima savršeno elastičnu potražnju. S druge strane, razlike se mogu uočiti u uvjetima nesavršene konkurencije i u uvjetima kada neko poduzeće ima opadajuću krivulju potražnje.

2.2. Profit poduzeća

Teorija poduzeća pretpostavlja glavni cilj svakog poduzeća kao dugoročnu maksimizaciju profita, odnosno vrijednosti poduzeća. Taj rezultat se ostvaruje maksimizacijom proizvodnje i prodaje, odnosno smanjenjem troškova poslovanja po jedinici proizvoda.

Dakle, profit se može definirati kao razlika između ukupnih prihoda i ukupnih troškova. Riječ *profit* dolazi iz latinskog jezika i znači „pravljenje (ostvarivanje) napretka“. Ukupni prihodi, kao što je već rečeno, predstavljaju umnožak cijene i količine, a ukupni troškovi obuhvaćaju materijalne troškove, amortizaciju i plaće. Pozitivna razlika između ukupnog prihoda označava da poduzeće ostvaruje dobit, dok negativna razlika upućuje da poduzeće ostvaruje gubitak. Poduzeće osim ovog, može imati i druge ciljeve, koji indirektno dovode do povećanja profita. U ovom radu istražit će se svrha i narav profita.

[9] Pavić I., Benić Đ., Hashi I. (2009): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 103
[10] Dominick Salvatore (1994): Ekonomija za menedžere u svjetskoj privredi, Mate d.o.o., str. 88

2.2.1. Svrha profita

Svrha profita ogleda se u principu alokacije sredstava i to je najefikasniji raspoloživi oblik alokacije društvenih sredstava. Međutim, često je uplitanje države u tržišne odnose kako bi se profitni sustav učinio sukladniji širim društvenim ciljevima. Svrha profita se svodi na poticanje poduzeća na veću efikasnost, ukazivanje na potrebe povećane proizvodnje nekog proizvoda, ali i upućivanje poduzeća na nužnosti izlaska iz određene proizvodne grane. Na ovaj način profiti osiguravaju alokaciju sredstava, odnosno osiguravaju presudne naznake za prenamjenu društvenih sredstava.

Visoki profiti ostvareni u nekoj grani postojeća poduzeća potiču na proširenje proizvodnje, a druga poduzeća da ulažu u tu granu. Oni također pokazuju da je potražnja u nekoj grani veća od njezine ponude. Nasuprot visokim, niski profiti pokazuju da je ponuda u nekoj grani veća od njezine potražnje. Dakle, potrošači više ne žele određene proizvode, odnosno, proizvodnja je neefikasna. Prema tome, profiti daju poticaj poduzećima da povećaju svoju efikasnost i da proizvedu manje dobara ili da napuste tu industriju kako bi u nju ušla druga efikasnija poduzeća. [11]

2.2.2. Ekonomski i poslovni profit

Razlikuju se dvije vrste profita, a to su ekonomski i poslovni profit. Postoji neposredna veza između ove dvije vrste profita, budući da poslovni profit ovisi o ekonomskom u određenom razdoblju. Utvrdit će se njihova razlika prema obuhvatu troškova poslovanja.

Poslovni profit predstavlja razliku između prihoda poduzeća i eksplicitnih (računovodstvenih) troškova. To se može prikazati sljedećom formulom:

$$Ppf = TR - ET \qquad (6)$$

[11] Dominick Salvatore (1994.): Ekonomija za menedžere u svjetskoj privredi, Mate, str. 17

gdje oznaka *Ppf* predstavlja poslovni profit, *TR* ukupni prihod, a *ET* eksplicitni trošak. Poslovni profit se iskazuje na kraju poslovne godine i koristi se u računovodstvene i porezne svrhe.

Eksplicitne troškove možemo definirati kao redovite izdatke poduzeća za nabavu faktora koji su potrebni za proizvodnju. Te troškove evidentira računovodstvo i uračunava u ukupne troškove poduzeća za određeno razdoblje. Eksplicitni su troškovi vrijednosti potrošenih ulaznih resursa, tj. resursa koji ne pripadaju vlasniku poduzeća. Obuhvaćaju isplate plaća i nadnica zaposlenicima, potrošene vrijednosti materijala u proizvodnji, plaćene kamate na kredite, amortizaciju stalnih sredstava itd.

Ekonomski profit predstavlja razliku između prihoda, te eksplicitnih i implicitnih troškova. To se može prikazati sljedećom formulom:

$$Epf = TR - (ET + IT) \qquad (7)$$

gdje oznaka *Epf* predstavlja ekonomski profit, *TR* ukupni prihod, *ET* eksplicitni trošak, a *IT* implicitni trošak.

Ekonomski profit predstavlja profit poduzeća koji je umanjen za izgubljenu dobit. Izgubljena dobit nastaje ako poduzeće u svom poslovanju propusti priliku ostvariti veći profit drugačijom upotrebom postojećeg kapitala ili držanjem neangažiranog kapitala. Ekonomski profit se upotrebljava kako bi se došlo do ispravnih investicijskih odluka.

Implicitni troškovi se odnose na trošenje vrijednosti vlastitih resursa, odnosno resursa koji pripadaju vlasniku poduzeća. Implicitni troškovi nisu povezani s novčanim izdacima, te ih ne evidentira računovodstvo. Putem implicitnog troška na poslovanje poduzeća primjenjuje se koncepcija alternativnog (oportunitetnog) troška. Implicitni troškovi uključuju plaću koju bi poduzetnik mogao zaraditi kada bi radio za nekoga drugoga (recimo, kao menadžer drugog poduzeća) i povrat koji bi poduzeće moglo zaraditi investirajući svoj kapital i izdajući u najam zemlju i ostale faktore drugim poduzećima. [12]

[12] Dominick Salvatore (1994): Ekonomija za menedžere u svjetskoj privredi, Mate, str. 15

2.3. Teorije profita

Poduzeća različitih gospodarskih grana ostvaruju različite profite (različite profitne stope u turizmu, poljoprivredi, industriji, prometu obrazovanju...). Također se i poduzeća koja pripadaju istoj gospodarskoj grani razlikuju u visini profitne stope (poduzeća u turizmu, ugostiteljstvu i industriji ne ostvaruju iste profite). Npr. poduzeća industrija čelika, tekstila i željeznice ostvaruju niske profite općenito, ali i u odnosu prema poduzećima u farmaceutskoj industriji, industriji uredske opreme i drugim industrijama visoke tehnologije.

Postoji 5 teorija profita s kojima se nastoje objasniti razlike između ostvarenih profita poduzeća:

- Teorija objašnjenja profita rizikom
- Frikcijska teorija profita
- Monopolska teorija profita
- Inovacijska teorija profita
- Teorija profita na temelju menadžerske aktivnosti

Teorija objašnjenja profita rizikom promatra profit kao „cijenu“ ili „nagradu“ za prihvaćanje rizika u poslovanju poduzeća. Poduzeća koja rade u područjima ili granama s natprosječnim rizikom, imaju za cilj ostvariti i natprosječne povrate (tj. ekonomske profite). Dakle, što je veći rizik, očekuje se i veći profit. Poduzeća s natprosječnim rizicima su ona koja ulažu svoja sredstva u infrastrukturu, kadrove, opremu i slično. Rizik povrata kapitala u takvim poduzećima je vrlo velik. Primjer takvih poduzeća su poduzeća za istraživanje nafte, plina i tome slična poduzeća. Također, zbog veće rizičnosti dionica, očekivani povrat mora biti veći nego na obveznice.

Frikcijska teorija profita ističe da profiti nastaju zbog trenja (frikcije) ili odstupanja od dugoročne ravnoteže.[13] Profit koji ostvaruju poduzeća u svom poslovanju nije nikad iste razine, a postoji mogućnost da ga ne ostvaruju uopće.

U dugoročnoj savršeno konkurentnoj ravnoteži poduzeća nastoje ostvariti normalan povrat na investirana sredstva ili nulti (ekonomski) profit, dok se kratkoročno nalaze u različitim situacijama i uvijek su u neravnoteži. Kada poduzeće samo pokriva troškove, kažemo da ostvaruje nulti profit. Nulti profit podrazumijeva da poduzeće dobiva samo normalni povrat na investirana sredstva ili upravo onaj iznos koji bi zaradio da je svoja sredstva uložio u najbolju alternativu. Međutim, poduzeća se ne mogu u svakom trenutku naći u dugoročnoj savršeno konkurentnoj ravnoteži. Može se dogoditi da u određenim situacijama ostvaruju visoke profite, a zatim dolaze u situaciju kada ostvaruju prosječne profite ili čak snose gubitak. Te oscilacije su posljedica kretanja ponude i potražnje za proizvodima koji se proizvode u nekom poduzeću i nude na tržištu.

Kada se u nekoj industrijskoj grani kratkoročno ostvaruju visoki profiti, onda ta grana dugoročno privlači nova poduzeća ili se proširuje poslovanje postojećih. Time se smanjuju profiti, odnosno usmjeravanju se prema nuli kako bi poduzeća ostvarila samo normalan povrat na investicije ili čak dolazi do gubitaka. Nasuprot tome, kada se pojave gubici u određenoj industrijskoj grani, neka poduzeća izlaze iz te grane, a neka pokušavaju poboljšati efikasnost poslovanja. To sve dovodi do poboljšane situacije, cijene rastu, dakle raste i profit.

Monopolska teorija profita objašnjava visinu profitne stope monopolskim položajem poduzeća. Monopolski položaj predstavlja položaj nekog poduzeća na tržištu koje je dobilo ili izborilo prednost u uvjetima poslovanja (nabava, prodaja, proizvodnja ili neki drugi segment) u odnosu na druga poduzeća. Dakle, neka poduzeća su jedini ponuditelji određenih proizvoda na tržištu. Ta monopolska snaga im daje mogućnost da kontroliraju cijenu proizvoda, odnosno smanje proizvodnju i traže više cijene od onih na tržištu savršene konkurencije. Time ostvaruju monopolski profit, a njega možemo definirati kao profit koji je veći od profita u uvjetima savršene konkurencije.

[13] Dominick Salvatore (1994): Ekonomija za menedžere u svjetskoj privredi, Mate, str. 16

Monopolska snaga može nastati zbog toga što poduzeće posjeduje i kontrolira cjelokupnu ponudu sirovina nužnih za proizvodnju neke robe, zbog ekonomija opsega, zbog vlasništva patenata ili zbog vladinih ograničenja koja zabranjuju konkurenciju.[14]

Inovacijska teorija profita pokazuje da je veći profit poduzeća rezultat uspješnog uvođenja inovacije. U zemljama koje nagrađuju inovatore, poduzeća su stimulirana da stalno rade na usavršavanju tehnologije i proizvoda. U početku inovacije donose visoke zarade, sve dok konkurenti ne plasiraju na tržište sličan proizvod. Tada se profiti od inovacija počinju smanjivati, te na kraju potpuno nestaju. Firme koje uspiju razviti jedinstven, visokokvalitetan proizvod (npr. Microsoft) ili firme koje uspješno identificiraju jedinstvene tržišne prilike nagrađene su mogućnošću ostvarenja iznadprosječnog profita.

Teorija profita na temelju menadžerske efikasnosti pokazuje da poduzeća s iznadprosječnom efikasnošću ostvaruju iznadprosječne profite, odnosno što je uspješnije upravljanje poduzećem, to su i profiti veći. Vrijedi i obrnuto, prosječno poduzeće ostvaruje samo normalni povrat na svoje investicije.

Svaka od ovih teorija ima neki element istine i svaka može biti primjenjiva u nekim industrijama. Doista, profiti često nastaju zbog kombinacije faktora, uključivanja diferenciranog rizika, tržišne neravnoteže, monopolske moći, inovacije i iznadprosječne menedžerske efikasnosti.[15]

[14] Dominick Salvatore (1994): Ekonomija za menadžere u svjetskoj privredi, Mate, str. 16
[15] Dominick Salvatore (1994): Ekonomija za menadžere u svjetskoj privredi, Mate, str. 17

2.4. Pokazatelji uspješnosti poslovanja poduzeća s obzirom na prihode i profite

Na temelju podataka iz financijskih izvještaja moguće je provesti analizu putem pokazatelja, kako bi se utvrdila uspješnost poslovanja određenog poduzeća. Ta analiza se provodi tako da se u omjer stavljaju pojedine stavke iz bilance i računa dobiti i gubitka.

Analiza pokazatelja obuhvaća sljedeće pokazatelje:

- Pokazatelji likvidnosti (liquidity ratios)
- Pokazatelji zaduženosti (leverage ratios)
- Pokazatelji aktivnosti (activity ratios)
- Pokazatelji ekonomičnosti
- Pokazatelji profitabilnosti (profitability ratios)
- Pokazatelji investiranja (investibility ratios)[16]

U ovom radu provest će se analiza uspješnosti samo po određenim pokazateljima, koji u svom izračunavanju stavljaju u omjer prihode ili profite s nekim drugim podacima.

Pokazatelji ekonomičnosti izračunavaju se na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka. Stavljaju u odnos prihode i rashode, te pokazuju koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda. Vrijednost pokazatelja bi trebala biti veća od 1. Ako je njegova vrijednost manja od 1, poduzeće ostvaruje gubitak.

Ovi pokazatelji uključuju:

- Ekonomičnost ukupnog poslovanja

[16] Vukoja B.: Primjena analize financijskih izvješća pomoću ključnih financijskih pokazatelja kao temelj donošenja poslovnih odluka, http://www.revident.ba/public/files/primjena-analize-financijskih-izvjestaja-pomocu-kljucnih-financijskih-pokazatelja.pdf, 29.4.2016.

- Ekonomičnost poslovne aktivnosti
- Ekonomičnost financiranja

Ekonomičnost ukupnog poslovanja stavlja u odnos ukupne prihode i ukupne rashode.

Ekonomičnost ukupnog poslovanja = ukupni prihodi / ukupni rashodi

Ekonomičnost poslovanja stavlja u odnos prihod od poslovne aktivnosti i rashod od poslovne aktivnosti.

Ekonomičnost poslovne aktivnosti = prihod od poslovne aktivnosti / rashod od poslovne aktivnosti

Ekonomičnost financiranja stavlja u odnos financijski prihod i financijski rashod.

Ekonomičnost financiranja = financijski prihod / financijski rashod

Pokazatelji profitabilnosti pokazuju ukupnu učinkovitost poslovanja poduzeća, te povezuju profit s prihodima od prodaje i investicijama. Stavljaju u odnos dobit i prihode, imovinu ili kapital. Izračunavaju se na temelju podataka iz bilance i računa dobiti i gubitka.

Ti pokazatelji uključuju:

- Profitnu maržu
- Stopu povrata imovine ROA
- Stopu povrata kapitala (glavnice) ROE

Profitna marža stavlja u odnos različite vrste dobitka i prihod. Razlikuju se bruto i neto profitna marža.

Bruto profitna marža stavlja u odnos bruto dobit i prihod, te pokazuje koliko se dobiti ostvaruje na ukupnim prihodima.

*Bruto profitna marža = bruto dobit / ukupni prihod * 100*

Neto profitna marža stavlja u odnos neto dobit i prihod, te pokazuje koliko se neto dobiti ostvaruje na ukupnim prihodima.

*Neto profitna marža = neto dobit / ukupni prihod * 100*

Stopa povrata imovine ROA se odnosi na dobit koju poduzeće ostvaruje po jednoj novčanoj jedinici imovine. Što je niža dobit po jedinici imovine, veći je stupanj intenzivnosti te imovine, a ona zahtijeva i više investiranja u poslovanje kako bi se ostvarila dobit.

*Stopa povrata imovine = neto dobit / ukupna imovina * 100*

Stopa povrata kapitala (glavnice) ROE pokazuje koliko se dobiti ostvaruje na jednu jedinicu vlastitog kapitala, odnosno glavnice.

*Stopa povrata kapitala (glavnice) = neto dobit / vlastiti kapital (glavnica) * 100*

3. OSNOVNI PODACI O DRUŠTVU LEDO D.D.

„Ledo d.d.“ je poduzeće koje je najveći domaći proizvođač industrijskog sladoleda, a ujedno i najveći distributer smrznute hrane. Osnovna djelatnost matice i njenih podružnica je proizvodnja i prodaja sladoleda i ostalih prehrambenih proizvoda, te trgovina na veliko i malo, posredovanje u trgovini, prijevoz robe, ugostiteljstvo te izvoz i uvoz prehrambenih proizvoda[17]. Dio je koncerna Agrokor. Vrlo je popularan zbog svoje raznovrsne ponude, vrhunske kvalitete i modernog izgleda. Od svog nastanka, dakle više od pola stoljeća, „Ledo d.d.“ ima za cilj postići potpuno zadovoljstvo svojih kupaca, potrošača i ostalih zainteresiranih strana.

Udio Leda na domaćem tržištu u prodaji sladoleda iznosi 77%, a s udjelom od 79% je i lider na tržištu u Bosni i Hercegovini.

3.1. Proizvodni asortiman poduzeća Ledo d.d.

Ledo d.d. je poduzeće koje započinje svoje poslovanje 1958. godine lansiranjem na tržište svog prvog proizvoda, a to je sladoled na štapiću Snjeguljica, koji je proizveden u Zagrebačkoj mljekari. Već iduće godine prodaja se proširuje i na područja izvan Zagreba. Nekoliko godina kasnije, Ledo proširuje ponudu svojih sladoleda uvođenjem prvog sladoleda u čašici. Također su na tržište lansirane i prve sladoledne torte Grič i Gradec.

Datuma 25.09. obilježava se „Dan Leda“, budući da je na taj datum 1965. godine u pogon puštena nova tvornica pod imenom Ledo. Sljedeće godine započinje s proizvodnjom smrznutog tučenog vrhnja- šlaga, te prvog obiteljskog sladoleda ES-500 (Ledo blok). Godine 1967. Ledo znatno proširuje svoj asortiman uvođenjem novih vrsta proizvoda, kao što su smrznuto voće i povrće, morska riba, te meso za roštilj. Te iste godine na tržište lansira i svoj prvi sladoled u kornetu. Nekoliko godina kasnije, počinje s opskrbljivanjem tržišta smrznutim tijestom.

Godine 1976. tvornica sladoleda Ledo postaje samostalna radna organizacija, a 1983. godine puštaju u rad nove, veće i tehnološki suvremenije opremljene tvornice. Godine 1992.

[17] Ledo grupa (2016): Izvještaj za 2015. godinu, Zagreb, 22. str

Ledo postaje dioničko društvo i počinje djelovati pod nazivom Ledo d.d. Dvije godine kasnije, Agrokor d.d. postaje većinski dioničar.

Godine 1995. lansiran je prvi sladoled KING – KING mliječni, a već sljedeće godine sladoled MACHO. Ledo se polako počinje širiti, te 1997. godine otvara svoje podružnice u Sarajevu i Ljubljani, a tri godine kasnije osnovan je i Ledo Čitluk d.o.o. Godine 1999. certificiran je Sustav kvalitete sukladan međunarodnoj Normi EN ISO 9001: 1994 (HRN EN ISO 9001:1996) i razvijen i implementiran Sustav sigurnosti namirnica temeljen na HACCP principima.[18]

Naredne godine su bile uspješne za poduzeće Ledo. Proširio je svoje poslovanje preuzimanjem Daruvarske tvornice za preradu i promet ribe Irida d.o.o., zatim kupnjom mađarske tvornice sladoleda Baldauf Kift, koja danas posluje pod nazivom Ledo kft. Također preuzima i brand Sun koji je lider u kategoriji sladoleda u Crnoj gori. U tom razdoblju širenja Leda lansirani su mnogi novi sladoledi na tržište, kao što su Grandissimo, Queens, Twice i Quattro.

Godina 2006. bila je uspješna za Ledo. Svoju ponudu proširuju uvođenjem proizvoda iz kategorije smrznutih gotovih jela. Te iste godine njihov sustav kvalitete recertificiran je od strane Bureau Veritas-a. Također, dobili su nagradu od International Ice Cream Consortiuma (IICC) za najbolju inovaciju za sladoled Jaffa Ice. Iduće godine otvorena je i pakirnica smrznute hrane, te se tržište obogaćuje novim brandom - kornet Maximo.

Od 2011. do 2014. godine društvo Ledo je bilo uspješno na konferenciji Međunarodnog udruženja proizvođača sladoleda (International Ice Cream Consortium - IICC). Godine 2011. King Truffles je proglašen najboljim, a Torta od čokolade najinovativnijim sladoledom. Te godine je lansiran i superpremium sladoled pod nazivom „G selection“ okusa vanilije i čokolade. Sljedeće godine je na istoj konfereciji sladoled „Vruća ljubav“ odnio nagradu za najinovativniji sladoled, a 2013. torta od borovnice na štapiću proglašena je najboljim sladoledom na svijetu, dok je kompanija Ledonardo proglašena najboljim komercijalnim rješenjem. Također, Ledo je bio drugoplasirani u dvije kategorije, odnosno za najbolje tehničko rješenje i najinovativniji proizvod za punjenje Ugostiteljskog sladoleda. Godine 2014. Ledo dobiva dvije prve nagrade, a

[18] http://www.ledo.ba/ba/o-nama/povijest, 30.04.2015.

to su Ice Snack za najinovativniji sladoled, te King Prestige za najbolje tehničko rješenje u postupku proizvodnje.

Godine 2012. organiziran je i zanimljiv natječaj pod nazivom „Postani Ledonardo – sladoledni genijalac“ u kojem su potrošači mogli sami kreirati svoj sladoled. Pristiglo je oko 50 000 kreacija, a pobjedu je odnijela „Jafantazija“ okusa chocoruma i naranče.

Godine 2015. povodom dvadesetog rođendana Premium sladoleda King, Ledo na tržište lansira novi sladoled King Chocolate Obsession (20 godina užitka). Također, te godine Ledo proglašava novi „praznik“ sladoleda pod nazivom „SladoleDan“.

3.2. Ledo d.d. danas

„Ledo d.d.“ se proširio i na daleka tržišta Azije i Afrike. Kompanija IFFCO Group je tržišni lider u Ujedinjenim Arapskim Emiratima, a suradnju s Ledom započinje 2015. godine s proizvodnjom sladoleda King, a ove godine i obiteljskog sladoleda Quattro. Sladoled se direktno iz proizvodnje Leda prevozi do Ujedinjenih Arapskih Emirata. Osim s IFFCO Group, Ledo surađuje i s drugim svjetskim kompanijama, a to su američki Kroger, britanski Tescoi, norveški Diplom Is. Ukupno trećinu svoje proizvodnje izvozi na dvadesetak stranih tržišta, a najvažniji među njima su Mađarska i Slovenija.

Ledo d.d. je jedno od najinteresantnijih društava na Zagrebačkoj burzi. Cijena dionice na ZSE je s 5000 kuna u 2012. godini porasla na 8840 kuna u kolovozu 2015. godine, što ukazuje na dobro poslovanje društva.

3.3. Misija i vizija Leda d.d.

„Ledo d.d.“ je vodeći proizvođač sladoleda i smrznute hrane u regiji. Visokom stručnošću i motivacijom zaposlenih udruženom s vrhunskom kvalitetom proizvoda i prodaje gradi:

- S potrošačima - odnos omiljenog i pouzdanog „prijatelja cijele obitelji"

- S kupcima - odnos ozbiljnog i pouzdanog partnera
- U cjelokupnom okruženju - sliku dinamične, otvorene, u svemu vodeće kompanije[19]

3.4. Kvaliteta i zaštita okoliša

Strateški i kontinuiran cilj društva „Ledo d.d.“ je kvaliteta proizvoda i poslovnih procesa, te stalno unapređivanje poslovnih praksi. Budući da je primarni cilj društva zadovoljstvo kupaca, veliki naglasak se stavlja na kontrolu sirovina u proizvodnom procesu, kako bi se ispunila očekivanja potrošača. Uspostavljen je i korporativni odjel za upravljanje kvalitetom.

Integrirani sustav upravljanja certificiran je prema zahtjevima međunarodne norme upravljanja kvalitetom ISO 9001:2008 i usklađen s HACCP sustavom od 1999. godine, a 2010. godine u portfelj svojih dosadašnjih potvrda visokog standarda kvalitete dodali smo dva međunarodno priznata prestižna certifikata trgovačkih lanaca: IFS - International Food Standard i BRC - British Retail Consortium Standard.[20]

Ledo u svojem poslovanja veliku pozornost pridaje zaštiti okoliša, te u skladu s tim poštuje i sve akte Zakona o zaštiti okoliša. Pod zaštitom okoliša podrazumijeva se i korištenje najboljih izvora energije i sirovina, gospodarenje otpadom, te sprječavanje negativnog utjecaja na okoliš. Ledo je također postao i član Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj - HP PSOR.

3.5. Distribucija

“Ledo d.d.” je danas najveći proizvođač industrijskog sladoleda u regiji, te vodeći distributer smrznute hrane. Od opreme posjeduje 500 hladnjača, koje osiguravaju da proizvodi u što kraćem roku stignu do prodajnih mjesta, te 100 000 rashlađenih uređaja, koji omogućuju da kupci u svakom trenutku mogu doći do proizvoda. Kamioni - hladnjače, kojih ima gotovo 300, omogućuju distribuiranje proizvoda trgovinama na malo, ugostiteljstvu, vlastitim

[19] http://www.ledo.hr/hr/o-nama/ledo-danas/misija-i-vizija, 30.04.2015.
[20] http://www.ledo.hr/hr/o-nama/kvaliteta-i-zastita-okolisa, 30.04.2015.

prodavaonicama, javnim ustanovama, te izvoznim tržištima. Sva oprema je opremljena najsuvremenijom tehnologijom.

U 2006. godini Ledo je u potpunosti uveo sustav pretprodaje, uvođenjem novih mobilnih informatičkih sustava za prodajno osoblje, čime je omogućio potpuno i brzo zadovoljavanje potreba kupaca i potrošača.[21] Suradnja s poslovnim partnerima odvija se putem elektroničke razmjene podataka. Postoje dva distributivno – logistička skladišta Leda u Hrvatskoj, a to su Zagreb i Dugopolje.

3.6. Korporativno upravljanje

Temeljna načela na kojima se zasnivaju politike i procedure korporativnog upravljanja Društva su briga o pravima i jednak tretman svih dioničara, transparentno poslovanje i javno objavljivanje podataka o poslovanju društva i odgovornosti uprave.[22] Društvo posluje prema Kodeksu korporativnog upravljanja Zagrebačke burze, a cilj je uspostaviti visoke standarde korporativnog upravljanja i transparentnosti poslovanja dioničkih društava.

Zadaća Uprave je poduzimati sve potrebne mjere, te donositi odluke potrebne za vođenje društva. Sastoji se od jednog predsjednika i člana uprave. Broj mandata članova je neograničen, a jedan traje 5 godina. Predsjednik može zastupati društvo samostalno ili zajedno s još jednim članom Uprave. Zadaća Nadzornog odbora je nadzor Uprave i njenog poslovanja. Nadzorni odbor ima 7 članova, koje bira Glavna skupština. Mandat članova traje 4 godine. Kao i kod Uprave, broj mandata je neograničen. Zadaća Glavne skupštine je donošenje odluke o podjeli dobiti dioničarima sukladno Zakonu o trgovačkim društvima, poslovnim rezultatima i financijskoj poziciji. Nadzorni odbor na prijedlog Uprave određuje predsjednika Glavne skupštine.

Uprava i Nadzorni odbor Leda d.d. dobrim i odgovornim poslovanjem te nadziranjem poslovnih i upravljačkih funkcija štite interese dioničara i svih drugih nositelja interesa.[23]

[21] http://www.jatrgovac.com/2015/09/profil-kompanije-ledo-d-d/
[22] http://www.ledo.hr/hr/odnosi-s-investitorima/korporativno-upravljanje
[23] http://www.ledo.hr/hr/odnosi-s-investitorima/korporativno-upravljanje

3.7. Raspodjela vrijednosnica vlasničkog računa Leda d.d.

Tablica 1. Vrijednosnica LEDO-R-A

REDNI BROJ	VLASNIK (NOSITELJ) RAČUNA / SUOVLAŠTENIK (IMATELJ) VP	POSTOTAK UDJELA
1.	AGROKOR D.D.	50,14
2.	SOCIETE GENERALE-SPLITSKA BANKA D.D./AZ OMF KATEGORIJE B - Skrbnički račun	12,50
3.	HYPO ALPE-ADRIA-BANK D.D./RAIFFEISEN OMF KATEGORIJE B - Skrbnički račun	6,06
4.	HYPO ALPE-ADRIA-BANK D.D./PBZ CO OMF - KATEGORIJA B - Skrbnički račun	5,40
5.	PBZ D.D. - Skrbnički račun	3,18
6.	SOCIETE GENERALE-SPLITSKA BANKA D.D./ERSTE PLAVI OMF KATEGORIJE B - Skrbnički račun	2,55
7.	PBZ D.D. - Skrbnički račun	1,80
8.	ZAGREBAČKA BANKA D.D. - Skrbnički račun	1,49
9.	EUROHERC OSIGURANJE D.D.	1,05
10.	PODRAVSKA BANKA D.D.	1,03

Izvor: Zagrebačka burza, http://zse.hr/?id=10006&dionica=LEDO-R-A

Tablica 1. prikazuje udjele u postotcima raznih nositelja vlasničkih vrijednosnica Leda d.d. (dionica: Ledo-R-A). Najveći udio Leda je u vlasništvu Agrokora, nešto više od pola (50,14%). Ostatak je raspoređen na devet dioničkih društava u znatno manjem udjelu. Agrokor d.d. je time većinski vlasnik dioničkog društva Ledo.

4. ANALIZA KRETANJA PRIHODA, PROFITA I USPJEŠNOSTI PODUZEĆA LEDO D.D.

4.1. Analiza prihoda poduzeća Ledo d.d.

Ledo d.d. slovi kao vodeće poduzeće na domaćem tržištu smrznutih proizvoda. Ono čemu Ledo d.d. uvijek teži jest daljnje unaprjeđenje prodaje i zadovoljavanje zahtjeva potrošača. Pri tome se prvenstveno misli na ulazak u nove grupe proizvoda, razvoj postojećeg asortimana, kampanje i promocije, te širenje kanala prodaje i edukacije potrošača.

Podatci prikazani u narednim tablicama predstavljaju ukupne prihode koje čini zbroj poslovnih prihoda, financijskih prihoda, udjela u dobiti od pridruženih poduzetnika, te izvanrednih - ostalih prihoda. Poslovne prihode čine prihodi od prodaje i ostali prihodi. Financijske prihode čine kamate, pozitivne tečajne razlike, te prihodi od prodaje udjela. Kamata je cijena koju posuđivač plaća onome tko mu pozajmljuje novac za određeni period vremena. Tečajne razlike općenito su posljedica promjene valutnih tečajeva, a pozitivne tečajne razlike priznaju se kao prihod razdoblja kada su utvrđene.

4.1.1. Usporedba prihoda iz konsolidiranog i nekonsolidiranog izvještaja za 2015. godinu

Konsolidirani financijski izvještaji predstavljaju spajanje temeljnih financijskih izvještaja matičnog poduzeća (društva-majke) s izvještajima podružnica (društava-kćeri) u izvještaj grupe koje se obavlja u postupku konsolidacije poduzetnika. Nekonsolidirani financijski izvještaj odnosi se na financijski izvještaj matičnog poduzeća. U ovom slučaju to je Ledo d.d.- Zagreb. Društva kćeri za primjer Leda d.d. su: Frikom d.o.o. Beograd, Ledo d.o.o. Čitluk, Ledo d.o.o. Podgorica, Ledo d.o.o. Ljubljana, Frikom Beograd d.o.o.e.l. Makedonija, Ledo Kft. Budimpešta, Ledo Sh.p.k. Kosovo, Irida d.o.o. Daruvar i Agkor d.o.o. Beograd.[24]

[24] Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj za 2015. godinu, 29.4.2016, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf, 14.5.2016.

Najveći prihod ostvaruje društvo- majka, odnosno dioničko društvo Leda pozicionirano u Zagrebu. Zbog toga su u narednim tabličnim prikazima dane usporedbe prihoda u odnosu na ukupni prihod Leda d.d.

Tablica 2. prikazuje usporedbu konsolidiranog revidiranog godišnjeg izvještaja i nekonsolidiranog revidiranog godišnjeg izvještaja za 2015. godinu na osnovu podataka vezanih za prihode objavljenih na službenim stranicama poduzeća Ledo d.d. Također je zanimljiv podatak da veće financijske prihode bilježi nekonsolidirani izvor prihoda od onog konsolidiranog. Poslovni prihodi kao i konačni ukupni prihodi su veći promatrajući konsolidirani izvještaj.

Tablica 2. Usporedba prihoda konsolidiranog i nekonsolidiranog revidiranog godišnjeg izvještaja za 2015. godinu

2015. GODINA	KONSOLIDIRANI [kn]	NEKONSOLIDIRANI [kn]
Prihodi od prodaje	2 277 308 511	1 255 817 000
Ostali prihodi	3 005 675	478 000
POSLOVNI PRIHODI	2 280 314 186	1 256 295 000
FINANCIJSKI PRIHODI	78 909 341	87 607 000
Ukupni prihodi	2 359 223 527	1 343 902 000

Izvor podataka: Izvještaj za 2015. godinu,
http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf,
http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Nekonsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

Tablica 3. prikazuje usporedbu prihoda od prodaje po Grupama konsolidiranog i nekonsolidiranog revidiranog godišnjeg izvještaja za 2015. godinu. Vidljivo je da najveći udio u prihodima u oba izvještaja donosi Grupa Smrznuta Hrana.

Tablica 3. Usporedba prihoda po Grupama konsolidiranog i nekonsolidiranog revidiranog izvještaja za 2015. godinu

2015. godina	KONSOLIDIRANI [kn]	NEKONSOLIDIRANI [kn]
Grupa Sladoled	**1 215 806 000**	**516 788 000**
Grupa Smrznuta hrana	**1 351 537 000**	**734 535 000**
Ostalo	**43 122 000**	**4 494 000**
Ukupno	**2 610 465 000**	**1 255 817 000**

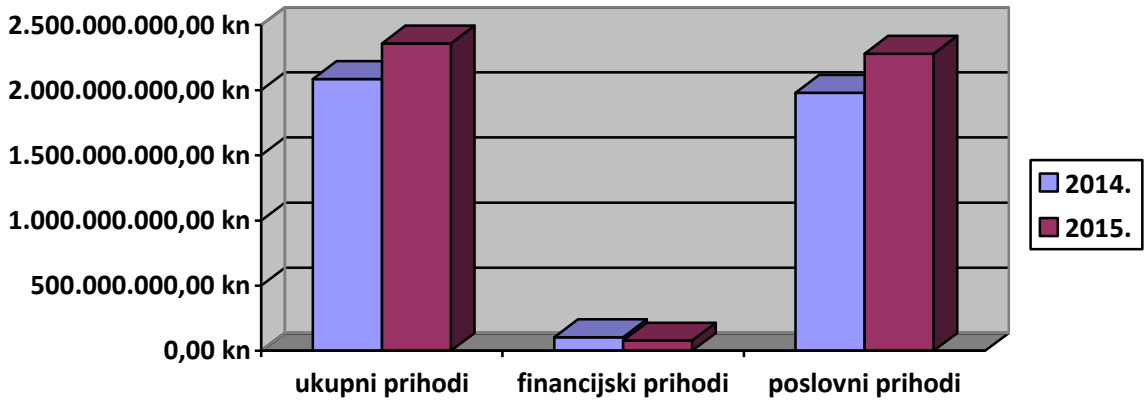
Izvor podataka: Godišnji izvještaj iz 2015. godine, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Nekonsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

Iz tablica 2. i 3. je vidljiva važnost zagrebačke Grupe (Ledo d.d.- Zagreb) u cjelokupnom prihodu društva.

Uspješnost Grupe Sladoled osobito je izražena u ljetnim mjesecima. Godinu 2015. društvo je ljetnu sezonu dočekalo spremno, lansirajući u prodaju 35 novih sladoleda. Također su lansirani noviteti u kategorijama Riba, Meso, Tijesto i Gotova jela. U grupi Smrznuta hrana nastavljeno je s kompanijama Riba 2x tjedno te Svježe i zamrznuto. Frikom je slavio 40 godina postojanja, te su tom prigodom lansirana još dva sladoleda- Unique Celebration i Sweet Celebration.[25]

[25] Ledo izvještaj za prvih devet mjeseci 2015. godine, *zse.hr/userdocsimages/financ/**LEDO**-fin**2015**-3Q-NotREV-K-HR.pdf*, 5.5.2016.

4.1.2. Usporedba prihoda poduzeća Ledo d.d. 2015. godine u odnosu na 2014. godinu

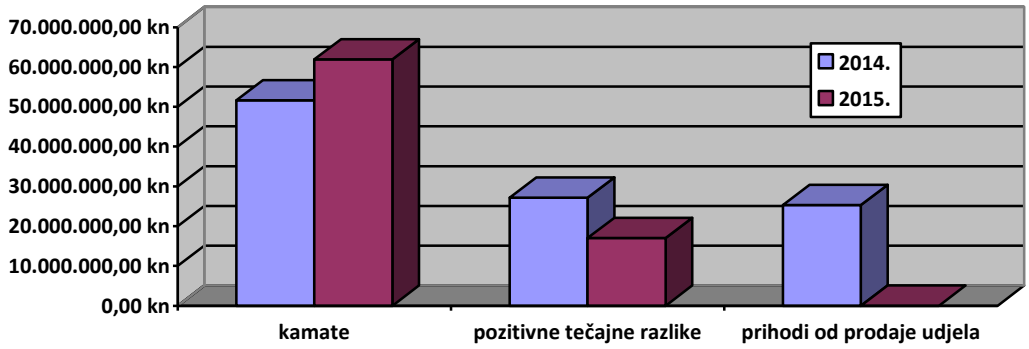


Izvor podataka: Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj za 2015. godinu, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

Grafikon 1. Kretanje prihoda (prema kategorijama) u 2014. i 2015. godini

Na grafikonu 1. su prikazane usporedbe prihoda iz izvještaja Leda d.d. za 2015. godinu u odnosu na 2014. godinu, stavljajući naglasak i pojedinačni prikaz na financijske i poslovne prihode. Vidljivo je da su ukupni i poslovni prihodi veći za 2015. godinu, nego za 2014., dok su financijski malo veći za 2014. u odnosu na 2015. godinu. Financijski prihodi (koji podrazumijevaju kamate, pozitivne tečajne razlike, te prihode od prodaje udjela) imaju znatno manji udio u vrijednosti ukupnog prihoda.

Grafikon 2. prikazuje detaljan prikaz financijskih prihoda, uključujući kamate, pozitivne tečajne razlike i prihode od prodaje udjela. Uspoređuju se 2015. i 2014. godina.

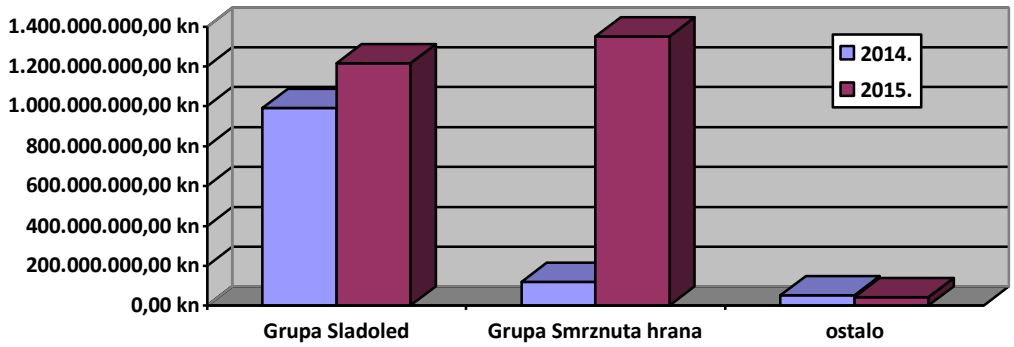


Izvor podataka: Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj za 2015. godinu, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

Grafikon 2. Analiza financijskih prihoda u 2014. i 2015. godini

Najveći udio u financijskim prihodima zauzimaju kamate, nešto više u 2015. godini nego u prethodnoj. Obrnuto je u slučaju pozitivnih tečajnih razlika, koje su veće za 2014. godinu, nego za 2015. Prihodi od prodaje udjela vrijede samo za 2014., budući da ih 2015. godine nije bilo.

Na sljedećem grafikonu (Grafikon 3.) bit će prikazani prihodi za dvije Grupe poduzeća koji bilježe najveći prihod proteklih godina, također u odnosu na ostale Grupe koje poduzeće Ledo d.d. nudi. Najveće prihode bilježe Grupa Sladoled i Grupa Smrznuta hrana. Prihodi u protekloj 2015. bit će uspoređeni s onima iz 2014. godine.

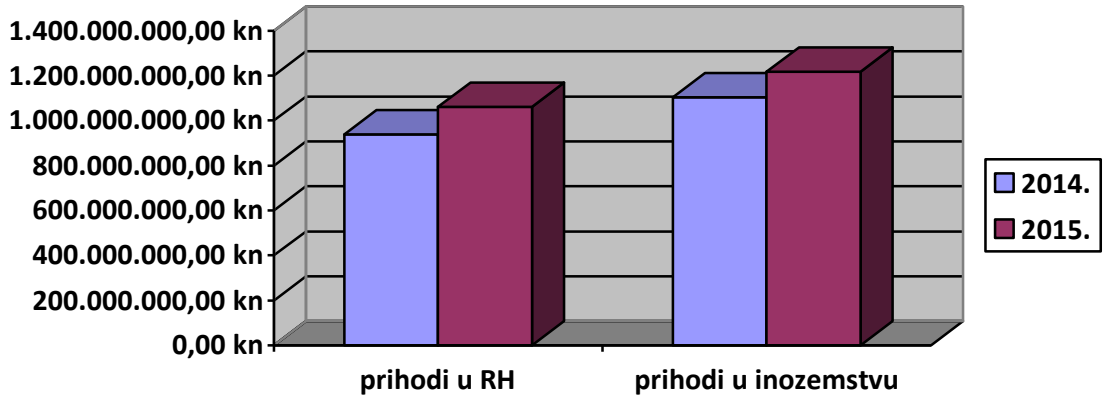


Izvor podataka: Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj za 2015. godinu, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

Grafikon 3. Usporedba prihoda po grupama za 2014. i 2015. godinu

Iz grafikona 3. je vidljivo da Grupa Sladoled bilježi veći prihod u 2015. godini u odnosu na prethodnu, što je zasluga bogatoj ponudi koju je poduzeće pripremilo za ljetnu sezonu s čak 35 novih sladoleda u asortimanu. Ono što se može vidjeti iz ovog grafikona je drastična razlika u udjelu prihoda Grupe Smrznuta hrana (Tijesto, Gotova jela, Povrće i voće, Riba…) za 2015. godinu u odnosu na prethodnu 2014. godinu.

Grafikon 4. prikazuje usporedbu ukupnih prihoda u Republici Hrvatskoj u odnosu na ostale zemlje u kojima poduzeće posluje. Također, kao i u prethodnim grafikonima, dana je usporedba 2015. godine u odnosu na prethodnu 2014. godinu.



Izvor podataka: Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj za 2015. godinu, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

Grafikon 4. Usporedba ostvarenih ukupnih prihoda u Republici Hrvatskoj i inozemstvu u 2014. i 2015. godini

Prihodi u inozemstvu su neznatno veći u odnosu na one ostvarene u Republici Hrvatskoj. Taj podatak upućuje na to da je, unatoč proširenju tržišta van granica Republike Hrvatske, matična država i dalje najveći izvor prihoda za poduzeće Ledo.

Očekuje se porast profita u inozemstvu u odnosu na Republiku Hrvatsku u narednim godinama poslovanja poduzeća. To očekivanje je vezano i za bolje rezultate koje je pokazala 2015. godina kroz sve predstavljene podatke o uspješnosti poduzeća preko analize prihoda na osnovu Izvješća sa službene web stranice Leda.

4.1.3. Usporedba prihoda Leda d.d. s drugim društvima iste djelatnosti

„Ledo d.d.“ je dioničko društvo kojem je glavna djelatnost proizvodnja sladoleda (djelatnost 10.52). U usporedbi s drugim društvima iste djelatnosti, Ledo se nalazi na prvom mjestu po ukupnom prihodu. Budući da je sladoled vodeći proizvod u prodaji poduzeća, u tablici 4. će biti prikazana usporedba prihoda u odnosu na druga društva upravo na osnovu tog proizvoda.

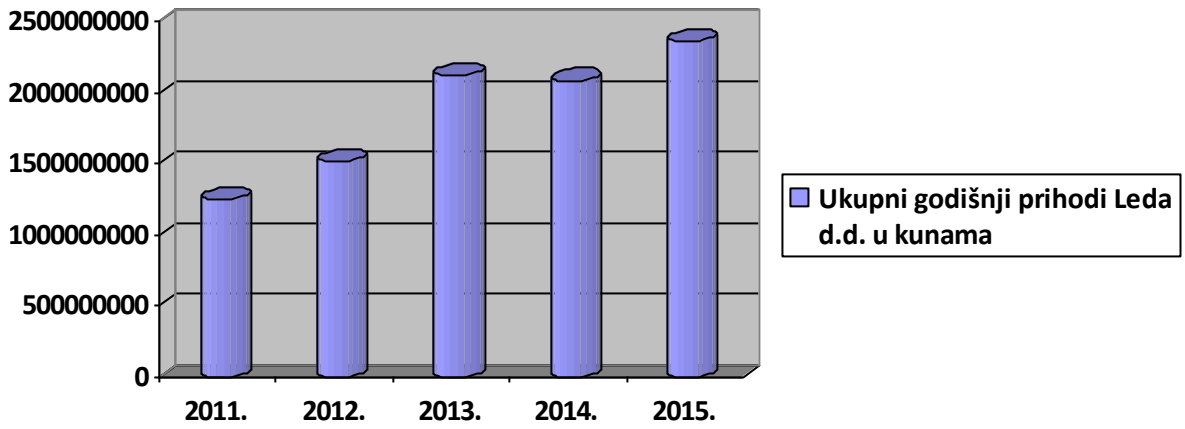
Tablica 4. Udio u djelatnosti prema ukupnom prihodu (2014)

RANG	NAZIV	UDIO U TOP 10	UDIO U DJELATNOSTI
1.	LEDO d.d.	96,24%	94,49%
2.	SLAD d.o.o.	0,94%	0,92%
3.	KOLACI I SLADOLEDI MILENIJUM d.o.o.	0,77%	0,75%
4.	PREMIS d.o.o.	0,45%	0,44%
5.	MAREX-GEL d.o.o.	0,43%	0,42%
6.	CENTAR SLADOLEDA d.o.o.	0,29%	0,29%
7.	HAPPY HOME d.o.o.	0,28%	0,27%
8.	GALETINI d.o.o.	0,27%	0,26%
9.	IKONA d.o.o.	0,17%	0,17%
10.	DONAT, vl. Demal Aliu	0,17%	0,17%

Izvor: Poslovna.hr OSTALI U DJELATNOSTI: 1,82%

Sveukupno u djelatnosti 10.52 postoji 41 subjekt, u koje su uključeni samo oni koji predaju godišnja financijska izvješća. Ledo d.d. se prema veličini ubraja u velika poduzeća, te ima udio u djelatnosti od 94,49%. U tablici 4. je prikazano prvih 10 subjekata, koji čine udio od 98,18%. Ostala poduzeća u ovoj djelatnosti čine svega 1,82%. Iz ove tablice iz odnosa udjela u navedenih top 10 poduzeća, kao i udjela u djelatnosti proizvodnje sladoleda, vidljivo je da Ledo d.d. preuzima gotovo sav ukupni prihod te djelatnosti na domaćem tržištu.

Sljedećim grafikonom bit će prikazano kretanje prihoda u razdoblju od 2011. do 2015. godine.



Izvor podataka: Godišnji izvještaji Leda d.d., http://www.ledo.hr/hr/odnosi-s-investitorima/financijski-izvjestaji/godisnji-izvjestaji

Grafikon 5. Kretanje prihoda Leda d.d. od 2011. do 2015. godine

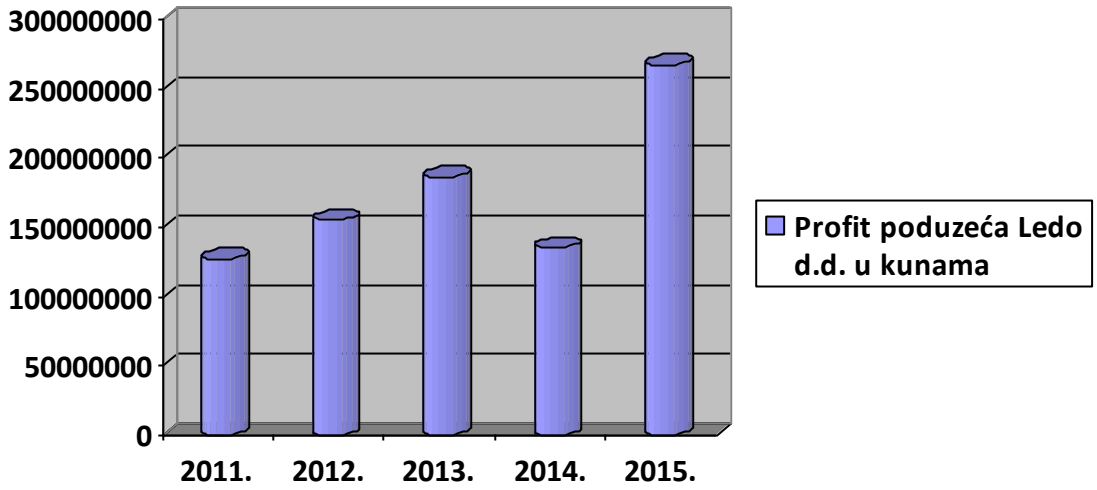
Iz grafikona 5. se vidi da su 2011. godine ostvareni najmanji prihodi u odnosu na ostale prikazane godine. Iduće dvije godine prihodi postupno rastu, da bi godine 2014. pali za 30 milijuna kuna u odnosu na prethodnu godinu. Sljedeće godine ponovno rastu, te su time ostvareni najveći prihodi posljednjih godina.

4.2. Analiza profita poduzeća Ledo d.d.

U ovom dijelu rada osim kretanja prihoda, analizirat će se i kretanje profita poduzeća Ledo d.d. Kao što je već rečeno, neko poduzeće može ostvarivati pozitivan ili negativan financijski rezultat, odnosno dobit ili gubitak. Poduzeće Ledo d.d. u posljednjih nekoliko godina koje će se promatrati u ovom radu ostvaruje pozitivan financijski rezultat, odnosno dobit, budući da su njegovi prihodi veći od rashoda.

Podatci prikazani u narednim tablicama i grafikonima predstavljaju profit, odnosno neto financijski rezultat koji čini razliku ukupnih prihoda i rashoda umanjenu za porez na dobit čija stopa iznosi 20%. Bruto dobit, koja se još naziva i dobit prije oporezivanja, predstavlja razliku ukupnih prihoda i rashoda. Operativna dobit predstavlja razliku samo poslovnih prihoda i rashoda. Dakle, to je dobit koja je ostvarena od prodaje proizvoda.

Na grafikonu 6. su prikazani profiti poduzeća Ledo d.d. u razdoblju od 2011. do 2015. godine



Izvor podataka: Konsolidirani revidirani godišnji izvještaji Leda d.d., http://www.ledo.hr/hr/odnosi-s-investitorima/financijski-izvjestaji/godisnji-izvjestaji

Grafikon 6. Kretanje profita (neto dobit) Leda d.d. od 2011. do 2015. godine

Iz grafikona 6. se može vidjeti kako je 2011. godine profit poduzeća Ledo d.d. bio najmanji u odnosu na ostale prikazane godine. S godinama dolazi do rasta i razvoja poduzeća, pa tako i do rasta njegovog profita. Godine 2014. profit pada, da bi se sljedeće godine gotovo dvostruko povećao na iznos od 266 837 092 kn i dosegao najveću razinu posljednjih godina.

U tablici 5. je prikazan porast profita Leda d.d. u 2015. godini u relativnom iznosu u odnosu na prethodne četiri godine

Tablica 5. Usporedba profita (neto dobit) Ledo d.d. u relativnom iznosu u 2015. godini u odnosu na prethodne godine

PRETHODNE GODINE	PORAST PROFITA U 2015. GODINI U ODNOSU NA PRETHODNE
2011.	↑ 110,43 %
2012.	↑ 72,29 %
2013.	↑ 43,04 %
2014.	↑ 97,81 %

Izvor: Izrada autora

Iz tablice se može zaključiti da se 2015. godina pokazala jako uspješnom u odnosu na prethodne godine. U samo godinu dana došlo je gotovo do udvostručenja dobiti. Također, može se vidjeti da je dobit u 2015. u odnosu na 2011. godinu porasla za čak 110,43%.

4.2.1. Usporedba profita iz konsolidiranog i nekonsolidiranog izvještaja za 2015. godinu

Ledo d.d. je organizirano u poslovne jedinice, te obuhvaća 3 grupe proizvoda, a to su Sladoled – proizvodnja svih vrsta sladoleda, Smrznuta hrana – proizvodnja svih vrsta smrznute hrane, te Ostalo. Kako bi Uprava mogla ocijeniti ispunjenje postavljenih ciljeva, nadzire pojedinačne rezultate operativne dobiti ili gubitka (nekonsolidirani izvještaj), te ih uspoređuje s operativnom dobiti ili gubitkom cijelog društva (konsolidirani izvještaj).

Tablica 6. prikazuje usporedbu operativne dobiti po Grupama konsolidiranog i nekonsolidiranog revidiranog godišnjeg izvještaja za 2015. godinu. Za razliku od prihoda gdje je vodeća grupa bila Smrznuta hrana, najveću operativnu dobit u oba izvještaja donosi Grupa Sladoled.

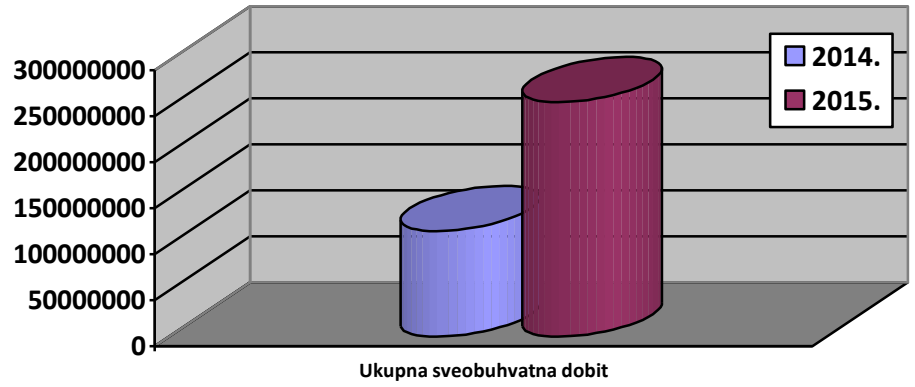
Tablica 6. Usporedba operativne dobiti po Grupama konsolidiranog i nekonsolidiranog revidiranog izvještaja za 2015. Godinu

2015. godina	KONSOLIDIRANI [kn]	NEKONSOLIDIRANI [kn]
Grupa Sladoled	**188 891 000**	**100 033 000**
Grupa Smrznuta hrana	**82 990 000**	**31 239 000**
Ostalo	**13 433 000**	**1 931 000**
Ukupna operativna dobit	**285 314 000**	**133 203 000**

Izvor podataka: Godišnji izvještaj Leda d.d. iz 2015. godine, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Nekonsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

4.2.2. Usporedba profita poduzeća Ledo d.d. u 2015. godini u odnosu na 2014. godinu

Na grafikonu 7. je prikazana dobit poduzeća Ledo d.d. za 2015. godinu u odnosu na 2014. godinu. Ukupna sveobuhvatna dobit se dobije kao zbroj/razlika neto dobiti i ostale sveobuhvatne dobiti. Ostala sveobuhvatna dobit se dijeli na onu koja će biti reklasificirana kao dobit ili gubitak u narednim razdobljima i onu koja neće biti reklasificirana. Dobit koja će biti reklasificirana uključuje tečajne razlike nastale preračunom u izvještajnu valutu, neto dobit/gubitak na financijskoj imovini raspoloživoj za prodaju, te utjecaj poreza na dobit. Dobit koja neće biti reklasificirana uključuje revalorizacijska zemljišta, te utjecaj poreza na dobit. Takva ukupna sveobuhvatna dobit bit će raspoloživa imateljima glavnice matičnog društva Grupe i nekontrolirajućim interesima.

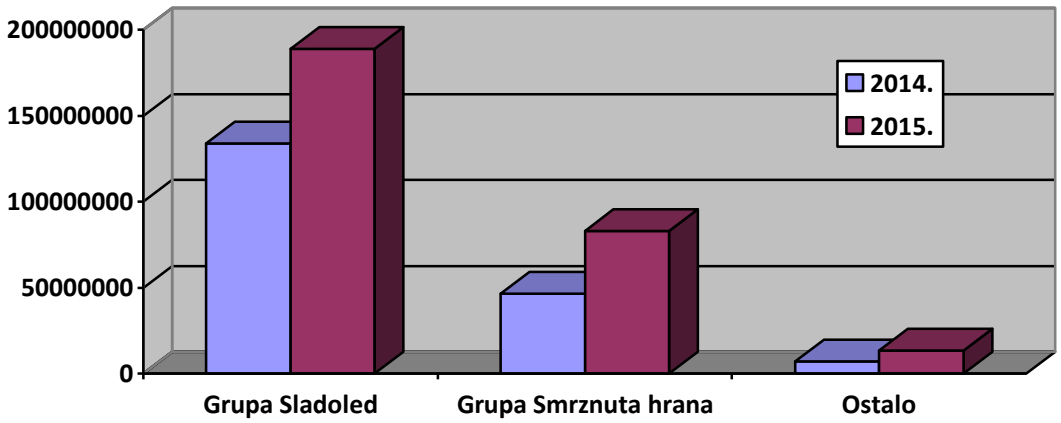


Izvor podataka: Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj za 2015. godinu, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

Grafikon 7. Usporedba ukupne sveobuhvatne dobiti Leda d.d. za 2015. godinu u odnosu na prethodnu 2014. godinu

Iz grafikona se može vidjeti da je ukupna sveobuhvatna dobit u 2015. godini više nego dvostruko veća u odnosu na 2014. godinu. Može se zaključiti da je 2015. godina bila uspješnija za poduzeće Ledo d.d.

Na grafikonu 8. je prikazana operativna dobit po grupama poduzeća Ledo d.d. Najveću operativnu dobit bilježi Grupa Sladoled.



Izvor podataka: Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj za 2015. godinu, http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf

Grafikon 8. Usporedba operativne dobiti po grupama za 2015. Godinu u odnosu na 2014. godinu

Iz grafikona je vidljivo da sve tri grupe bilježe veću operativnu dobit u 2015. godini, nego u 2014. godini. Dok je u ukupnim prihodima Grupa Smrznuta hrana bila vodeća, kod operativne dobiti je to Grupa Sladoled.

Analiza putem pokazatelja

Analiza putem pokazatelja nam pomaže pri utvrđivanju uspješnosti poslovanja poduzeća Ledo d.d. U ovom radu analizirat će se dva pokazatelja, pokazatelj ekonomičnosti i profitabilnosti u razdoblju od 2013. do 2015. godine.

4.2.3. Pokazatelji ekonomičnosti

U tablici 7. prikazana je ekonomičnost poslovanja poduzeća Ledo d.d. i to primjenom tri skupine tog pokazatelja (ekonomičnost ukupnog poslovanja, ekonomičnost poslovne aktivnosti, te ekonomičnost financiranja). Pokazatelj ekonomičnosti ukupnog poslovanja stavlja u omjer ukupne prihode i rashode, pokazatelj ekonomičnosti poslovne aktivnosti stavlja u omjer poslovne prihode i rashode, a pokazatelj ekonomičnosti financiranja stavlja u omjer financijske prihode i rashode. Pokazatelji pokazuju koliko se jedinica prihoda ostvari na jednu jedinicu rashoda. Pokazatelji moraju biti veći od 1 da bi poduzeće bilo ekonomično. Pokazatelji su izračunati na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka.

Tablica 7. Analiza putem pokazatelja ekonomičnosti

Pokazatelji ekonomičnosti	2013.	2014.	2015.
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,1191	1,0910	1,1552
Ekonomičnost poslovne aktivnosti	1,1263	1,0711	1,1430
Ekonomičnost financiranja	0,8773	1,7299	1,6758

Izvor: Izračun autora

Ekonomičnost ukupnog poslovanja: U 2013. godini na jednu kunu ukupnog rashoda ostvarena je 1,1191 kuna ukupnog prihoda, u 2014. godini 1,0910 kuna, te u 2015. godini 1,1552 kuna ukupnog prihoda. Možemo zaključiti da je po ovom pokazatelju poduzeće ekonomično, budući da je u sve tri promatrane godine pokazatelj veći od 1.

Ekonomičnost poslovne aktivnosti: U 2013. godini na jednu kunu poslovnog rashoda ostvareno je 1,1263 kuna poslovnog prihoda, u 2014. godini 1,0711, te u 2015. 1,1430 kuna. Poduzeće Ledo d.d. je i po ovom pokazatelju ekonomično, jer je pokazatelj u sve tri godine veći od 1.

Ekonomičnost financiranja: U 2013. godini na jednu kunu financijskog rashoda ostvareno je 0,8773 kuna financijskog prihoda, u 2014. godini 1,7299 kuna, te u 1,6758 kuna. Vidi se da je promatrani pokazatelj u 2014. i 2015. godini veći od 1, dok je u 2013. godini manji.

4.2.4. Pokazatelji profitabilnosti

Pokazatelji profitabilnosti su prikazani u tablici 8. Riječ je o sljedećim pokazateljima: bruto profitna marža, neto profitna marža, stopa povrata imovine ROA, te stopa povrata kapitala (glavnice) ROE. Bruto profitna marža stavlja u odnos bruto dobit i prihod, dok neto profitna marža u odnos stavlja neto dobit i prihod. Stopa povrata imovine ROA stavlja u omjer neto dobit i ukupnu imovinu, a stopa povrata kapitala, odnosno glavnice stavlja u omjer neto dobit i vlastiti kapital. Svi pokazatelji su pomnoženi sa 100 i prikazani u postotku. Izračunati su na temelju podataka iz bilance i računa dobiti i gubitka.

Tablica 8. Analiza putem pokazatelja profitabilnosti

Pokazatelji profitabilnosti	2013.	2014.	2015.
Bruto profitna marža	10,64%	8,34%	13,43%
Neto profitna marža	8,80%	6,47%	11,31%
Stopa povrata imovine ROA	8,53%	5,82%	10,47%
Stopa povrata kapitala (glavnice) ROE	11,98%	8,46%	14,99%

Izvor: Izračun autora

Bruto profitna marža: pokazuje da se u 2013. godini ostvaruje 10,64% bruto dobiti po ukupnim prihodima, 2014. godine 8,34%, a 2015. godine 13,43%. Ovi postotci pokazuju koliko prihoda poduzeću ostaje nakon pokrića proizvodnih troškova za pokriće poreza i ostvarenje dobiti.

Neto profitna marža: pokazuje da se u 2013. godini ostvaruje 8,80% neto dobiti po ukupnim prihodima, 2014. godine 6,47%, a 2015. godine 11,31%. Ovi postotci pokazuju koliko je prihoda ostalo poduzeću nakon podmirenja svih troškova i poreza na dobit.

Stopa povrata imovine, ROA: pokazuje da se u 2013. godini ostvarilo 8,53% dobiti po 1 kn imovine, 2014. godine 5,82%, a 2015. godine 10,47%.

Stopa povrata kapitala (glavnice) ROE: pokazuje da se u 2013. godini ostvarilo 11,98% dobiti po 1 kn vlastitog kapitala, 2014. godine 8,46%, a 2015. godine 14,99%.

Može se zaključiti da su pokazatelji profitabilnosti pokazali zadovoljavajuće rezultate. Posebno je uspješna 2015. godina, budući da su svi pokazatelji u toj godini bili najviši u odnosu na prikazane godine.

5. ZAKLJUČAK

Ledo d.d. je uvjerljivo vodeći distributer smrznute hrane na području Republike Hrvatske. Tajna uspješnosti ovog poduzeća jest velika tradicija koja seže još u početak djelovanja, godinu 1958., kao i iskustvo i napredak zabilježen od tih početnih godina do danas. Asortiman proizvoda koji Ledo d.d. nudi je veoma raznolik i bogat, a predstavljanje novih atraktivnih proizvoda u ključnim razdobljima sezone, predstavlja poteze koji su pozitivno pridonijeli ukupnom prihodu, a time i profitu za 2015. godinu.

U Grupi Sladoled dolazi do rasta prihoda za gotovo četvrtinu u odnosu na prethodnu 2014. godinu. Velik utjecaj na taj pozitivan skok prihoda ima dobro pripremljena ljetna sezona, u kojoj je poduzeće aktivno djelovalo. Također je zabilježen rast u prihodima i u drugim Grupama proizvoda, posebno Smrznute hrane, u svim kategorijama, osobito kategorijama Tijesta, Mesa i Ribe.

Što se tiče profita Leda d.d. može se vidjeti kako poduzeće ostvaruje pozitivan financijski rezultat, odnosno dobit. Po veličini ukupnih prihoda ostvarenih u 2015. godini vodeća je bila Grupa Smrznuta hrana, no to nije slučaj i s dobiti. Grupa Sladoled donosi najveću dobit društvu, te je više nego dvostruko veća od Grupe Smrznuta hrana.

Analizirajući pokazatelje koji se odnose samo na dvije najvažnije stavke ovog završnog rada, prihod i profit, potvrđena je uspješnost u poslovanju poduzeća Ledo d.d. Naime, analizirani su pokazatelji profitabilnosti i ekonomičnosti, te su pokazali da je poduzeće bilo profitabilno i ekonomično u 2015. godini. I u narednim godinama se očekuje rast prihoda, profita, te održavanje visoke uspješnosti poduzeća.

LITERATURA

1. Babić, M. (2000.): Mikroekonomska analiza, Mate d.o.o., Zagreb, str. 176-177.

2. Izvješće o poslovnom subjektu Ledo d.d. (2015) Bisnode d.o.o, poslovna.hr

3. Koutsoyiannis, A. (1997): Moderna ekonomika, Mate d.o.o., Zagreb, str. 50

4. Kulenović Z., Slišković M., Metodologija znanstvenoistraživačkog rada- važnije znanstvene metode, Pomorski fakultet u Splitu, Sveučilište u Splitu, http://www.pfst.unist.hr/uploads/MZIR-Prilog_Predavanju4.pdf [1.5.2016.]

5. Ledo d.d. [Internet], raspoloživo na: http://www.ledo.hr/?gclid=COio5KCmi80CFY8y0wod2A0GkA [20.4.2016]

6. Ledo d.d.. (2016): Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj na dan 29. travnja 2016. godine, [Internet], raspoloživo na:http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf, [2.5.2016.]

7. Ledo d.d. (2016): Nekonsolidirani revidirani godišnji izvještaj na dan 29. travnja 2015. Godine [Internet], raspoloživo na: http://www.ledo.hr/datastore/filestore/10/Nekonsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2015.pdf [2.5.2016.]

8. Ledo d.d. (2015): Konsolidirani revidirani godišnji izvještaj na dan 27. travnja 2015. godine [Internet], raspoloživo na: http://www.ledo.hr/datastore/filestore/24/Konsolidirani_revidirani_godisnji_izvjestaj_za_2014.pdf [2.5.2016.]

9. Ledo d.d. (2014): Godišnji izvještaj Uprave na dan 28. travnja 2014. godine [Internet], raspoloživo na: http://www.ledo.hr/datastore/filestore/24/KONSOLIDIRANI_Godisnji_Financijski_izvjestaj_uprave-Ledo_d.pdf [20.4.2016.]

10. Ledo d.d. (2013): Godišnji izvještaj Uprave na dan 30. travnja 2013. godine [Internet], raspoloživo na: http://www.ledo.hr/datastore/filestore/24/Godisnje_izvjesce_2012.pdf [20.4.2016.]

11. Pavić I., Benić Đ., Hashi I. (2009): Mikroekonomija, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 99-106.

12. Salvatore, D. (1994): Ekonomija za menedžere u svjetskoj privredi, Mate d.o.o., Zagreb, str. 15-17., 88.

13. Vukoja B.: Primjena analize financijskih izvješća pomoću ključnih financijskih pokazatelja kao temelj donošenja poslovnih odluka, http://www.revident.ba/public/files/primjena-analize-financijskih-izvjestaja-pomocu-kljucnih-financijskih-pokazatelja.pdf [29.4.2016]

14. Žugaj M. (1979): Metode analize i sinteze, stručni rad, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, UDK: 3:16:658.5, 113-137, http://hrcak.srce.hr/81266 [28.4.2016.]

POPIS TABLICA

Tablica 1. Vrijednosnica LEDO-R-A 23

Tablica 2. Usporedba prihoda konsolidiranog i nekonsolidiranog revidiranog godišnjeg izvještaja za 2015. godinu 25

Tablica 3. Usporedba prihoda po Grupama konsolidiranog i nekonsolidiranog revidiranog izvještaja za 2015. godinu 26

Tablica 4. Udio u djelatnosti prema ukupnom prihodu (2014) 31

Tablica 5. Usporedba profita (neto dobit) Ledo d.d. u relativnom iznosu u 2015. godini u odnosu na prethodne godine 34

Tablica 6. Usporedba operativne dobiti po Grupama konsolidiranog i nekonsolidiranog revidiranog izvještaja za 2015. Godinu 35

Tablica 7. Analiza putem pokazatelja ekonomičnosti.....38

Tablica 8. Analiza putem pokazatelja profitabilnosti 39

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Kretanje prihoda (prema kategorijama) u 2014. i 2015. godini 27

Grafikon 2. Analiza financijskih prihoda u 2014. i 2015. godini 28

Grafikon 3. Usporedba prihoda po grupama za 2014. i 2015. godinu 29

Grafikon 4. Usporedba ostvarenih ukupnih prihoda u Republici Hrvatskoj i inozemstvu u 2014. i 2015. godini 30

Grafikon 5. Kretanje prihoda Leda d.d. od 2011. do 2015. godine 32

Grafikon 6. Kretanje profita (neto dobit) Leda d.d. od 2011. do 2015. godine 33

Grafikon 7. Usporedba ukupne sveobuhvatne dobiti Leda d.d. za 2015. godinu u odnosu na prethodnu 2014. godinu.....36

Grafikon 8. Usporedba operativne dobiti po grupama za 2015. Godinu u odnosu na 2014. godinu 37