

Korištenje alata financijskih analiza na primjeru tvrtke "Drogerie Markt"

Žgomba, Martina

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The Polytechnic of Rijeka / Veleučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:125:737772>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-31**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi](#)



VELEUČILIŠTE U RIJECI

Martina Žgomba

KORIŠTENJE ALATA FINANCIJSKIH ANALIZA NA PRIMJERU TVRTKE "DROGERIE MARKT"

(završni rad)

Rijeka, 2020.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel
Stručni studij Poduzetništvo

KORIŠTENJE ALATA FINANCIJSKIH ANALIZA NA PRIMJERU TVRTKE "DROGERIE MARKT"

(završni rad)

MENTOR

mr. sc. Denis Buterin

STUDENT

Martina Žgomba

MBS: 2423000085/17

Rijeka, srpanj 2020.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Rijeka, 01.4.2020.

**ZADATAK
za završni rad**

Pristupnici Martini Žgomba

MBS: 2423000085/17

Studentici preddiplomskog stručnog studija Poduzetništvo izdaje se zadatak završni rad – tema završnog rada pod nazivom:

Korištenje alata financijskih analiza na primjeru tvrtke „Drogerie Markt“

Sadržaj zadatka:

Detaljno istražiti financijska izvješća, njihove vrste i strukturu kao i podatke koji se u njima mogu pronaći. Posebnu pozornost posvetiti financijskim pokazateljima koji se računaju temeljem podataka iz financijskih izvješća. Napraviti sveobuhvatnu analizu boniteta odabrane tvrtke te ocijeniti relevantnost financijskih analiza za donošenje poslovnih odluka. Rezultate istraživanja sustavno prikazati u zaključku.

Rad obraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta u Rijeci.

Zadano:01.4.2020.

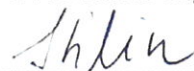
Predati do: 15.9.2020.

Mentor:



Dr.sc. Denis Buferin

Pročelnica odjela:



Mr.sc. Anita Stilin

Zadatak primila dana: 1.4.2020.



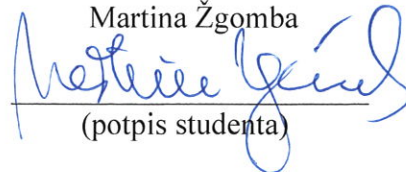
Martina Žgomba

- mentoru
- pristupnici

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom Korištenje alata finansijskih analiza na primjeru tvrtke "Drogerie Markt" izradila samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora mr. sc. Denisa Buterina.

Martina Žgomba



(potpis studenta)

SAŽETAK

Upravljanje poduzećem je proces planiranja odnosno određivanja ciljeva poduzeća, donošenje odluka, vođenje te kontrola željenih rezultata. Donošenje odluka se temelji na informacijama. Budući da je cilj svakog poduzeća rast i razvoj, koji može biti ograničen financijski, nemoguće je zamisliti donošenje odluka i upravljanje bez računovodstvenih informacija koje se temelje na financijskim izvještajima. Financijski izvještaji su rezultat računovodstvenog procesa i podaci o nastalim poslovnim događajima. Stoga, za uspješno poslovanje poduzeća potrebno je razumijevanje (analiza) financijskih izvještaja. Temeljni financijski izvještaji su: bilanca, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanom toku, izvještaj o promjenama kapitala te bilješke uz financijske izvještaje.

Ključne riječi: uspješnost poslovanja, financijski izvještaji, analiza.

SADRŽAJ

UVOD	1
1. Pojam financijskih izvještaja	2
2. Vrste financijskih izvještaja	3
2.1. Izvještaj o financijskom položaju (bilanca).....	3
2.1.1. Struktura bilance	4
2.1.2. Pravila sastavljanja bilance	7
2.2. Račun dobiti i gubitka	9
2.2.1. Prihodi i rashodi	9
2.2.2. Struktura računa dobiti i gubitka.....	11
2.3. Izvještaj o novčanom toku.....	12
2.4. Izvještaj o promjenama kapitala	13
2.5. Bilješke uz financijske izvještaje	14
3. Pojam i značaj analize financijskih izvještaja.....	14
3.1. Horizontalna analiza.....	15
3.2. Vertikalna analiza.....	15
3.3. Analiza financijskih izvještaja pomoću pokazatelja	15
3.3.1. Pokazatelji likvidnosti.....	16
3.3.2. Pokazatelji zaduženosti	17
3.3.3. Pokazatelji aktivnosti	18
3.3.4. Pokazatelji ekonomičnosti	18
3.3.5. Pokazatelji profitabilnosti	19
3.3.6. Pokazatelji investiranja	20

4.	Analiza financijskih izvještaja poduzeća DM-drogerie markt d.o.o.....	21
4.1.	Poslovni profil poduzeća DM-drogerie markt d.o.o.....	21
4.2.	Financijski izvještaji DM-drogerie markt d.o.o.	22
4.3.	Horizontalna analiza financijskih izvještaja DM-drogerie markt d.o.o.	23
4.4.	Vertikalna analiza financijskih izvještaja DM-drogerie markt d.o.o.	25
4.5.	Analiza financijskih izvještaja DM-drogerie markt d.o.o. pomoću pokazatelja	26
	ZAKLJUČAK	30
	POPIS LITERATURE	32
	POPIS ILUSTRACIJA	33

UVOD

Analiza financijskih izvještaja, osim analize povijesnih podataka, teži predviđanju neophodnih budućih događaja u svrhu ostvarivanja zadanih ciljeva, osobito naglašavanju onih dijelova poslovanja koji su usmjereni prema ostvarenju kriterija sigurnosti i uspješnosti poslovanja. Proces analize se temelji na rasčlanjivanju i uspoređivanju vrijednosnih informacija koje su iskazane u temeljnim financijskim izvještajima (izvještaj o financijskom položaju - bilanca, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanim tokovima, izvještaj o promjenama kapitala, bilješke uz financijske izvještaje). Prilikom analize financijskih izvještaja koriste se sljedeći analitički postupci: usporedba financijskih izvještaja kroz više obračunskih razdoblja, praćenje promjena pomoću raznih indeksa (verižnih i baznih), strukturni financijski izvještaji, analiza pomoću pokazatelja, specijalne analize (analiza točke pokrića, predviđanje novčanog tijeka, analize promjene bruto marža). Postupke analize financijskih izvještaja koji će biti prikazani u ovom radu dijele se na usporedive financijske izvještaje, strukturne financijske izvještaje i pokazatelje financijske analize. Prilikom horizontalne analize koriste se usporedivi financijski izvještaji te se nastoji uočiti tendencija promjena temeljnih financijskih izvještaja. Za vertikalnu analizu se koriste strukturni izvještaji koji se mogu razmatrati raščlanjeno. Najznačajnija je analiza pomoću financijskih pokazatelja. U ovom radu će financijski pokazatelji biti teorijski obrađeni te nakon toga i izračunati na primjeru poslovnog subjekta DM-drogerie markt d.o.o.

Rad je podijeljen u četiri glavna poglavlja, pored uvoda, obuhvaća i popis tablica i slika. U prvom poglavlju je definiran pojam financijskih izvještaja. U drugom poglavlju su pojedinačno prikazani temeljni financijski izvještaji: pojam i značaj, struktura te pravila sastavljanja. U trećem poglavlju se obrađuje pojam i značaj analize financijskih izvještaja te sami postupci analize. U četvrtom poglavlju dan je uvid u poslovni profil poslovnog subjekta DM-drogerie markt d.o.o, potom se obrađuje analiza financijskih izvještaja. Na kraju rada nalaze se zaključci te su navedeni relevantni izvori korišteni u izradi samog rada.

1. Pojam financijskih izvještaja

Za upravljanje poslovanjem poduzeća potrebne su određene informacije i podaci. Najznačajniji dio tih informacija nastaje u računovodstvu prikupljanjem i obradom podataka nakon čega se pripremaju i sastavljaju financijski izvještaji. U tom kontekstu financijski izvještaji predstavljaju završnu fazu računovodstvenog procesiranja podataka i pojavljuju se kao nosioci računovodstvenih informacija. Cilj financijskog izvještavanja jest informiranje zainteresiranih korisnika o financijskom položaju poduzeća i o uspješnosti poslovanja. (Žager et al., 2008., 52.) Korisnici financijskih izvještaja mogu biti:

- unutarnji - vlasnici i/ili menadžeri, zaposlenici
- vanjski – razni mogući investitori, poslovni partneri, državne institucije, banke, revizori.

Financijski izvještaji prikazuju financijski položaj poslovnog subjekta te prikazuju financijske učinke transakcija i drugih događaja i promjena. Prema Zakonu o računovodstvu (NN 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20) svaki poduzetnik u Republici Hrvatskoj je dužan prikupljati i sastavljati knjigovodstvene isprave, voditi poslovne knjige te sastavljati financijske izvještaje. Godišnje financijske izvještaje je potrebno sastavljati i prezentirati primjenom Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja ili Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja, pravilnik o njihovoj strukturi i sadržaju propisuje ministar financija. Godišnji financijski izvještaji se sastavljaju jednom godišnje. Poslovna godina jest kalendarska godina osim u iznimnim slučajevima. Godišnje financijske izvještaje poduzetnik je dužan sastaviti i u slučajevima promjene poslovne godine, statusnih promjena, otvaranja stečajnog postupka ili pokretanja postupka likvidacije nad poduzetnikom i to sa stanjem na dan koji prethodi početku promijenjene poslovne godine, danu upisa statusne promjene, danu otvaranja stečajnog postupka ili pokretanja postupka likvidacije. Godišnji financijski izvještaji sastavljaju se i za razdoblje od dana pokretanja postupka likvidacije do datuma završetka postupka likvidacije. (Zakon o računovodstvu, NN 120/16). Članovi uprave i nadzornog odbora, odnosno svi izvršni direktori poslovnog subjekta su odgovorni za financijske izvještaje i to potvrđuju svojim potpisom.

Kako bi znali čitati podatke i informacije u financijskim izvještajima potrebno ih je analizirati. Shodno tome analiza financijskih izvještaja se može definirati kao proces primjene različitih analitičkih tehnika na temelju kojih se podaci iz financijskih izvještaja pretvaraju u informacije potrebne za upravljanjem.

2. Vrste financijskih izvještaja

Kao što je prethodno spomenuto, financijski izvještaji su izvještaji o financijskom stanju i financijskom prometu nekog poslovnog subjekta. Prema Zakonu o računovodstvu temeljni financijski izvještaji su:

- Izvještaj o financijskom položaju (bilanca)
- Račun dobiti i gubitka
- Izvještaj o novčanim tokovima
- Izvještaj o promjenama kapitala
- Bilješke uz financijske izvještaje.

Statički financijski izvještaj koji nam daje informacije o položaju (stanju) poslovnog subjekta naziva se bilanca, a dinamički financijski izvještaji koji nam daju informacije o financijskom prometu su račun dobitka i gubitka te izvještaj o novčanom toku. Bilješke uz financijske izvještaje su financijski izvještaj koji nam pruža dodatne informacije i pojašnjenja. Izvještaj o promjenama kapitala pokazuje politiku raspodjele zarada na dio koji se isplaćuje vlasnicima i dio koji ostaje u poduzeću. Svi ti izvještaji su međusobno povezani te promatrani zajedno prikazuju cjelokupno stanje poslovnog subjekta, a razumjeti to znači imati mogućnost za donošenje racionalni i primjerenih poslovnih odluka.

2.1. Izvještaj o financijskom položaju (bilanca)

Pod financijskim položajem uobičajeno se podrazumijeva stanje i međudnos imovine, obveza i kapitala određenog poduzeća. Prema Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja elementi koji su u izravnom odnosu s mjerenjem financijskog položaja jesu sredstva (imovina), obveze i glavnica (kapital).

- a) imovina (sredstvo) je resurs koji je pod kontrolom poduzeća, koji proizlazi iz prošlih događaja i od kojeg se očekuju buduće ekonomske koristi;
- b) obveze su postojeći dugovi poduzeća, proizašli iz prošlih događaja, za čije se podmirenje očekuje smanjenje resursa koji utjelovljuju ekonomske koristi;

c) kapital (glavnica) jest ostatak imovine nakon odbitka svih njegovih obveza. (Žager et al., 2008., 53.)

Svi ti navedeni elementi čine dio izvještaja koji se zove bilanca. Iz čega proizlazi da se bilanca definira kao temeljni financijski izvještaj koji prikazuje stanje imovine, obveze i kapitala u točno određenom vremenskom trenutku, tj. na točno određeni dan. Bilanca prikazuje financijsko stanje (položaj) poduzeća i zato služi kao podloga za ocjenu sigurnosti poslovanja jer korisnik iz nje može isčitati slabosti i nedostatke u poslovanju te predviđati buduće poslovanje. Bilanca se sastoji od dva dijela: aktiva i pasiva. U promatranju financijskog položaja poslovnog subjekta bitna je struktura imovine, struktura obveza i kapitala, kao i njihova međusobna povezanost i uvjetovanost. Stoga, bilanca mora dati odgovore, između ostalog in a sljedeća pitanja:

- Kakva je financijska snaga poduzeća?
- Kakva je likvidnost?
- Kakva je zaduženost poduzeća?
- Kakva je horizontalna financijska struktura, tj. u kojem je omjeru imovina financirana iz vlastitih i tuđih izvora?
- Kakav je položaj promatranog poduzeća u odnosu na prethodno razdoblje, u odnosu prema poduzećima slične djelatnosti itd. (Žager et al., 2008., 54.)

2.1.1. Struktura bilance

Shodno svemu navedenom da se zaključiti da bilanca predstavlja osnovnu podlogu za analizu financijskog položaja poslovnog subjekta. U promatranju tog položaja veoma bitnu ulogu ima međuodnos njenih osnovnih elemenata. Osobito je važna struktura imovine, obveza i kapitala, međusobna povezanost i uvjetovanost.

Imovina predstavlja ekonomske resurse od kojih poslovni subjekt može ostvariti određene ekonomske koristi. Imovina se dijeli na kratkotrajnu i dugotrajnu imovinu. Kratkotrajna imovina je imovina za koju se smatra da će se unovčiti u razdoblju kraćem od godinu dana, a dugotrajna u razdoblju dužem od godinu dana. Dugotrajna imovina se pretvara u novac u toku više obračunskih razdoblja. Za potrebe poslovnog odlučivanja kratkotrajnu imovinu se sistematizira na nekoliko podoblika kako je prikazano u tablici 1. Novac je tekuća odnosno kratkotrajna imovina i tu spadaju gotovina u blagajni,

novac na žiro računu, novac na deviznom računu, čekovi i slično. Pod kratkotrajnu imovinu spadaju i kratkoročna potraživanja koja će biti naplaćena u roku kraćem od jedne godine. Najčešće su to potraživanja od kupaca za prodane proizvode i pružene usluge, potraživanja od zaposlenih, potraživanja od države itd. Financijska imovina se dijeli na dane kratkoročne kredite, kupnja vrijednosnih papira i sl. Zalihe su materijalni oblik kratkotrajne imovine, a to su najčešće zalihe sirovina i materijala, zalihe proizvodnje, nedovršenih proizvoda zalihe gotovih proizvoda i zalihe robe.

Tablica 1. Oblici kratkotrajne imovine

KRA TKOTRAJNA IMOVINA			
NOVAC	POTRAŽIVANJA	FINANCIJSKA IMOVINA	ZALIHE
<ul style="list-style-type: none"> - u banci - u blagajni 	<ul style="list-style-type: none"> - od kupaca - od zaposlenih - od države - ostala potraživanja 	<ul style="list-style-type: none"> - dani kratkoročni krediti - kupljeni vrijednosni papiri - dani depoziti i kaucije - ostala kratkotrajna imovina 	<ul style="list-style-type: none"> - sirovina i materijala - proizvodnje gotovih proizvoda - trgovačke robe

Izvor: izrada autora

Dugotrajna imovina je onaj dio imovine koji će se pretvoriti u novčani oblik u radoblju dužem od godine dana. U tablici 2. je prikazana dugotrajna imovina i njeni oblici. Materijalna dugotrajna imovina su prirodna bogatstva (zemljišta, šume), zatim zgrade, postrojenja, oprema vozila, namješta i sl.

Tablica 2. Oblici dugotrajne imovine

DUGOTRAJNA IMOVINA			
MATERIJALNA	NEMATERIJALNA	FINANCIJSKA	POTRAŽIVANJA
<ul style="list-style-type: none"> - zemljišta, šume - zgrade - postrojenja i oprema - alati, uredski i pogon. Inventar - vozila itd. 	<ul style="list-style-type: none"> - osnivački izdaci - izdaci za istraživanje i razvoj - patenti, licence - koncesije - goodwill i sl. 	<ul style="list-style-type: none"> - dani krediti, dep. i kaucije - vrijed. papiri - dug. depoziti kod banaka - ostala dug. ulaganja 	<ul style="list-style-type: none"> - prodaja na kredit - od povezanih poduzeća - ostala potraživanja

Izvor: izrada autora

Nematerijalna imovina nije fizički opipljiva kao i materijalna, ali od nje poslovni subjekt očekuje neku ekonomsku korist. Radi se o ulaganjima kao što su osnivački izdaci, patenti, licence i slično. Znanje kao oblik nematerijalne imovine u većini poduzeća ima posebno važnu ulogu (Boras et al, 2002), ali njegovo iskazivanje u bilancama često je praćeno značajnim izazovima. Financijska imovina je imovina koja nastaje ulaganjem novčanih sredstava na rok duži od godine dana. Najčešći oblik financijske dugotrajne imovine su ulaganja u vrijednosne papire kao što su obveznice i dionice; davanje kredita drugim poslovnim subjektima itd. Potraživanja se odnose na dugoročna potraživanja od kupaca, tj. prodaje na kredit duži od godine dana.

Obveze i kapital čine izvor financiranja imovine. To su prije svega vlasnici poslovnog subjekta, dobavljači, banke, građani itd. Nabavljanjem imovine od različitih izvora stvaraju se određene obveze prema njima. Za potrebe što realnijeg sagledavanja financijskog položaja, odnosno za potrebe poslovnog odlučivanja, izvore imovine klasificiramo prema određenim kriterijima. Zavisno od toga tko je uložio imovinu u poduzeće - sam vlasnik ili neki drugi privredni subjekt - izvore imovine dijelimo prema vlasništvu na:

- vlastite izvore (kapital ili glavnica) i
- tuđe izvore (obveze).

Prema roku dospijuća razlikujemo:

- kratkoročne izvore (kratkoročne obveze)
- dugoročne izvore (dugoročne obveze) i
- trajne izvore (kapital ili glavnica). (Žager, Žager, 1999., 38.)

Kratkoročne obveze su one obveze koje poslovni subjekt treba podmiriti u roku kraćem od godinu dana, a to su većinom obveze prema dobavljačima, primljeni kratkoročni krediti itd. Dugoročne obveze su obveze za npr. primljene dugoročne kredite banaka i slično kod kojih naplata dospijeva u roku dužem od jedne godine. Razlika između ukupne imovine i ukupnih obveza čini glavnica, odnosno kapital poduzeća. Taj dio imovine pripada vlasnicima poduzeća.

Bilanca kao dvostruki prikaz imovine poduzeća prikazuje što imamo i prijeklo te imovine, što upućuje na potrebu za jednakosti oba prikaza tj. aktive i pasive. Ta ravnoteža u početnoj bilanci se

zadržava i kroz evidenciju poslovnih događaja metodom dvojnog knjigovodstva što znači da svaka promjena znači i promjenu u bilanci.

2.1.2. Pravila sastavljanja bilance

Bilanca se, kao što je prethodno navedeno, sastoji od dva dijela: aktive (imovine) i pasive (obveza i kapitala). U formalnom pogledu bilanca se može prikazati u obliku jednostranog i u obliku dvostranog izvještaja. Ako se prihvati jednostrani izvještaj, tada se prvo upisuju pozicije aktive, a ispod toga pozicije pasive. Kod dvostranog izvještaja, na lijevoj strani se prikazuju pozicije aktive, a na desnoj pasive. Takav dvostrani način prezentiranja je zbog veće informativne snage pogodniji za potrebe analize financijskih izvještaja. (Žager et al., 2009., 64.) U aktivi se prema kriteriju funkcionalnosti prvo unose pozicije iste funkcionalne skupine, a zatim prema kriteriju likvidnosti, da li rastuće ili opadajuće. Prema kriteriju rastuće likvidnosti, koji se još naziva i kriterij sigurnosti, prvo se unosi najsigurnija imovina - dugotrajna imovina, a novac je posljednja pozicija. Pozicije pasive unose se u bilancu po kriterijima namjene i kriteriju ročnosti. Kriterij namjene nalaže osnovna pravila financiranja, a to da se kratkotrajna imovina financira iz kratkoročnih i dijela dugoročnih izvora, a dugotrajna imovina iz dugoročnih izvora financiranja. Kriterij ročnosti nalaže da se pozicije pasive unose po roku dospeljeća. Sukladno Zakonu o računovodstvu oblik i sadržaj financijskih izvještaja treba biti u skladu s odredbama Međunarodnih ili Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja.

Tablica 3. Struktura bilance

AKTIVA	PASIVA
A. Potraživanja za upisani a neplaćeni kapital	A. Kapital i rezerve
B. Dugotrajna imovina	• Temeljni (upisani) kapital
• Nematerijalna imovina	• Kapitalne rezerve
• Materijalna imovina	• Rezerve iz dobiti
• Financijska imovina	• Revalorizacijske rezerve
• Potraživanja	• Rezerve fer vrijednosti
• Odgođena porezna imovina	• Zadržana dobit i preneseni gubitak

C. Kratkotrajna imovina <ul style="list-style-type: none"> • Zalihe • Potraživanja • Financijska imovina • Novac u banci i blagajni D. Plaćeni troškovi budućeg razdoblja i obračunati prihodi E. Ukupna aktiva F. Izvanbilančni zapisi	<ul style="list-style-type: none"> • Dobit ili gubitak poslovne godine • Manjinski interes B. Rezerviranja C. Dugoročne obveze D. Kratkoročne obveze E. Odgođeno plaćanja troškova i prihod budućeg razdoblja F. Ukupna pasiva G. Izvanbilančni zapisi
---	--

Izvor: Pravilnik o strukturi i sadržaju godišnjih financijskih izvještaja (NN 95/2016)

Zavisno od oblika, forme, vremena ili razloga sastavljanja razlikujemo više različitih vrsta, od kojih se u poslovnoj praksi najčešće pojavljuju sljedeće:

- početna bilanca
- pokusna bilanca
- zaključna bilanca
- zbrojna bilanca
- konsolidirana bilanca
- fuzijska bilanca
- likvidacijska bilanca itd.

Početna bilanca se sastavlja prilikom osnivanja poslovnog subjekta, a oni koji posluju duži niz godina svake godine 31.12. sastavljaju završnu bilancu za tu poslovnu godinu koja je ujedno i početna bilanca za narednu godinu s datumom 01.01. Pokusna bilanca je ona bilanca koja se sastavlja radi kontrole, odnosno provjere ispravnosti knjiženja. Konsolidirana bilanca se sastavlja za složena poduzeća. Fuzijska bilanca nastaje spajanjem dva poduzeća u jedno novo poduzeće. Nastaje kao zbroj bilanci poduzeća koja se spajaju. Likvidacijska bilanca, kao što i sam naziv kaže, sastavlja se u postupku likvidacije poslovnog subjekta.

2.2. Račun dobiti i gubitka

Za razliku od bilance koja prikazuje financijski položaj u određenom vremenskom trenutku, račun dobiti i gubitka prikazuje aktivnosti poduzeća u određenom razdoblju. Osnovni elementi izvještaja računa dobiti i gubitka su prihodi, rashodi te njihova razlika odnosno dobitak ili gubitak. Iz navedenog se da zaključiti da je račun dobiti i gubitka definiran kao izvještaj koji prikazuje ostvarene prihode i rashode u određenom vremenu i ostavarenu dobit ili gubitak. Ovim izvještajem se prikazuje uspješnost poslovanja, odnosno profitabilnost poslovanja koja jedan od najčešćih ciljeva poslovnih subjekata. Obavljanjem poslovnih aktivnosti nastaju promjene imovine poduzeća koja kontinuirano mijenja svoj oblik. Pribavljeni novac iz izvora služi za kupnju sirovina i materijala, koje se koriste u proizvodnji, gotovi proizvodi se prodaju i za njih se dobiva novac. Stalno dolazi do pretvorbe novca u materijalnu imovinu i obrnuto.

Vezano uz odvijanje poslovnih procesa, odnosno vezano uz promjene na imovini i izvorima imovine, nastaju i prihodi i rashodi. Prema Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja prihodi i rashodi promatraju se kroz njihov utjecaj na povećanje ili smanjenje ekonomske koristi. Tako:

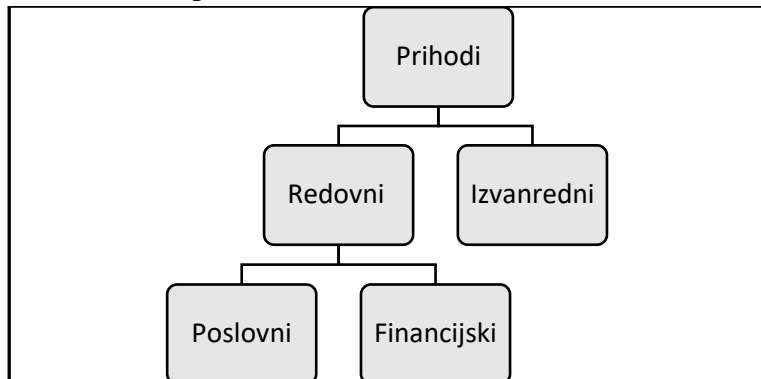
- prihodi predstavljaju povećanje ekonomske koristi tijekom obračunskog razdoblja u obliku priljeva ili povećanja sredstva ili smanjenja obveza, što ima kao posljedicu povećanje glavnice, ali ne ono u vezi s uplatama vlasnika,
- rashod predstavlja smanjenje ekonomske koristi kroz obračunsko razdoblje u obliku odljeva ili iscrpljenja sredstava, što ima kao za posljedicu smanjenje glavnice, ali ne one u vezi s raspodjelom glavnice. (Žager et al., 2009., 68.)

Shodno navedenom jasno je da prihodi nastaju kao posljedica povećanja imovine ili smanjenja obveza, a rashodi su posljedica smanjenja imovine i povećanja obveza.

2.2.1. Prihodi i rashodi

Prihodi nastaju kao posljedica povećanja imovine ili smanjenja obveza onog dijela koji utječe na promjene u visini kapitala. Iz raznih razloga dolazi do povećanja imovine ili smanjena obveza, neki se pojavljuju češće dok drugi ne, stoga prihode dijelimo na redovne i izvanredne (slika 1.). Najčešći su oni prihodi koji nastaju realizacijom poslovnih aktivnosti, odnosno poslovnih učinaka: proizvoda i usluga.

Slika 1. Vrste prihoda



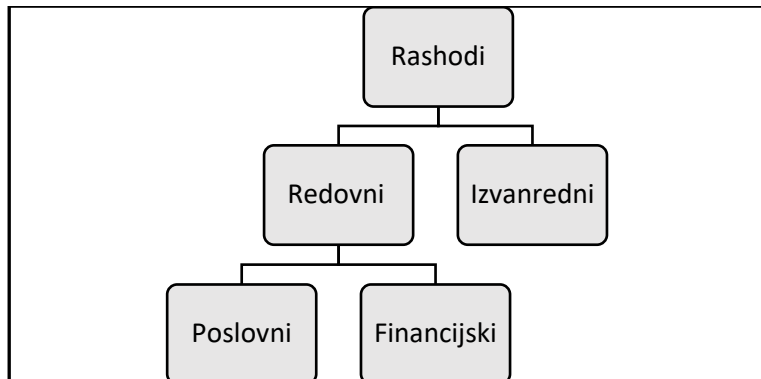
Izvor: izrada autora

Redovni prihodi nastaju prodajom proizvoda, trgovačke robe i/ili pružanjem usluga. Takva vrsta prihoda čini najznačajniji dio u strukturi prihoda jer se pojavljuju skoro svakodnevno u poslovanju poduzeća i nazivaju se poslovni prihodi. Financijski prihodi su rezultat ulaganja viška raspoloživih novčanih sredstava. Ulaganje može biti u dionice, obveznice, posudba novca drugom poslovnom subjektu i sl. Na taj način poduzeće ima pravo na neku naknadu u obliku dividende ili kamate. Te vrste naknade predstavljaju financijski prihod. Izvanredni prihodi su oni prihodi koji se pojavljuju povremeno. Najčešći izvanredni prihodi su oni prihodi koji se ostvaruju prodajom dugotrajne imovine, inventurnih viškova, otpisa obveza itd.

Rashodi nastaju kao posljedica smanjenja imovine ili povećanje obveza, odnosno posljedica trošenja. U rashode ubrajamo one troškove koji su potrebni za stvaranje poslovnih učinaka, tj. gotovih proizvoda. Rashode, kao i prihode dijelimo na redovne i izvanredne, a redovni mogu biti poslovi ili financijski (slika 2.). Poslovni rashodi nastaju kao posljedica obavljanja poslovne djelatnosti poduzeća, pojavljuju se redovno, a čine ih troškovi koji su sadržani u prodanim proizvodima. Struktura, kao i prihoda, tako i rashoda ovisi o djelatnosti koju poslovni subjekt obavlja. Financijski rashodi nastaju kao posljedica korištenja tuđih izvora financiranja (kredita) za koje se plaća naknada (kamata) za korištenje. U izvanredne rashode spadaju oni rashodi koji ne nastaju redovito, a najčešći su to rashodi vezani uz razne oblike otuđenja imovine, kazne, štete itd.

Prihodi i rashodi su uvjetovani promjenama imovine i kapitala, odnosno oni pokazuju promjene na imovini i obvezama u određenom razdoblju, a te promjene su vezane uz povećanje ili smanjenje neto imovine (kapitala). Financijski rezultat je spona između bilance i računa dobiti i gubitka.

Slika 2. Vrste rashoda



Izvor: izrada autora

2.2.2. Struktura računa dobiti i gubitka

Shema prikaza računa dobiti i gubitka se, kao i shema bilance, iskazuje primjenom Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja ili Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja, pravilnik o njihovoj strukturi i sadržaju propisuje ministar financija. Kao i bilanca, račun dobiti i gubitka se može prikazati u jednostranom i dvostranom obliku. Najčešće se koristi jednostrani račun jer omogućuje iskazivanje rezultata prema vrstama aktivnosti (tablica 4.). Tako se uobičajeno dobit (gubitak) iskazuje posebno kao:

- dobit iz redovnog poslovanja
- dobit od financiranja i
- dobit iz izvanrednih aktivnosti. (Žager, Žager, 1999., 51.)

Tablica 4. Struktura računa dobiti i gubitka

RAČUN DOBITI I GUBITKA
1 POSLOVNI PRIHODI
<ul style="list-style-type: none"> • Prihodi od prodaje • Prihodi na temelju uporabe vlastitih proizvoda, robe i usluga • Ostali poslovni prihodi
2 POSLOVNI RASHODI
<ul style="list-style-type: none"> • Promjena vrijednosti zaliha

- Materijalni troškovi
- Troškovi osoblja
- Amortizacija
- Ostali troškovi
- Vrijednosna usklađenja
- Rezerviranja
- Ostali poslovni rashodi

3 FINANCIJSKI PRIHODI

4 FINANCIJSKI RASHODI

5 IZVANREDNI PRIHODI

6 IZVANREDNI RASHODI

7 UKUPNI PRIHODI (1+3+5)

8 UKUPNI RASHODI (2+4+6)

9 DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (7-8)

10 POREZ NA DOBIT 11 DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (9-10)

Izvor: Pravilnik o strukturi i sadržaju godišnjih financijskih izvještaja (NN 95/2016)

2.3. Izvještaj o novčanom toku

Izvještaj o novčanom toku je jedan od temeljnih financijskih izvještaja i prikazuje izvore pribavljanja i način uporabe novca. Novac je važan čimbenik u poslovanju poduzeća jer se za novac kupuju sirovine i material, strojevi, oprema te se za novac prodaju proizvodi, roba ili pružaju usluge. Zbog toga je ovaj izvještaj bitan jer nam ukazuje da li u poduzeću ima viška novčanih sredstava ili nedostatak istih. Ostvarivanje dobiti nije nužno povezano s generiranjem novca ili novčanih ekvivalenata. Naime, u praksi se pojavljuju slučajevi da poduzetnik posluje profitabilno, odnosno ostvaruje dobit, dok istovremeno nema sposobnost podmirenja obveza u njihovom roku dospijeca, što se definira kao nelikvidnost, a manifestira se kao deficit najlikvidnije stavke imovine poduzetnika – novca i novčanih ekvivalenata. (Šestanović, Vukas, Stojanović, 2015., 124.) Do toga dolazi jer su

prihodi i rashodi evidentiraju prema računovodstvenoj pretpostavci nastanka poslovnog događaja, oni se evidentiraju kada su nastali što ne znači da je tada uslijedio i novčani primitak ili izdatak. Iz navedenog se da zaključiti kako se izvještaj o novčanom toku sastoji od primitaka, izdataka te njihovoj razlici (čisti novčani tok).

Da bi se došlo do informacija da li je i koliko poduzeće sposobno stvarati novac iz redovnih aktivnosti i da li je to dovoljno za podmirivanje obaveza te obavaljnje djelatnosti, primitke i izdatke razvrstavamo u tri aktivnosti: poslovne, investicijske i financijske.

Poslovne aktivnosti su glavne aktivnosti poduzeća i one imaju najznačajniji utjecaj na financijski rezultat poduzeća, a to su najčešće novčani primici na osnovi prodaje robe ili pružanja usluga, novčani primici od naknada, od osiguravajućih društava, te novčani izdaci dobavljačima, zaposlenima, vezani uz porez na dobit, za premije osiguranja i slično. To su aktivnosti na osnovu kojih bi poduzeće trebalo ostvarivati najviše novca. Investicijske aktivnosti vezane su uz promjene dugotrajne imovine, a to mogu biti novčani primici od prodaje nekretnina, oprema, postrojenja; povrata danih kredita;, prodaje dionica, obveznica; te novčani izdaci za nabavu nekretnina, oprema; za dividende, za otkup vlastitih dionica, za otplate kredita itd. Financijske aktivnosti su vezane uz financiranje poslovanja i vezane su za promjene structure obveza i kapitala.

2.4. Izvještaj o promjenama kapitala

Izvještaj o promjenama kapitala prikazuje promjene na glavnici koje su se dogodile između dva obračunska razdoblja. Prema MRS-u 1 u ovom se izvještaju posebno moraju iskazati sljedeće pozicije:

- dobit ili gubitak razdoblja
- sve stavke prihoda ili rashoda, dobitaka ili gubitaka koje prema zahtjevima drugih standard treba direktno priznati u kapital te njihov ukupni iznos
- učinak promjena računovodstvenih politika i ispravke temeljnih pogrešaka
- dodatna ulaganja vlasnika i visina izglasanih dividendi
- iznos zadržane dobiti (ili gubitka) na početku in a kraju razdoblja te promjene unutar tog razdoblja

- usklađenja (promjene) svake druge pozicije kapitala, kao npr. premije na dionice i reserve na početku in a kraju razdoblja uz posebno, pojedinačno prikazivnaje takvih promjena. (Žager et al., 2008., 87.)

Najznačajnija promjena u kapitalu proizlazi iz zadržane dobiti koja se povećava stvaranjem dobiti, a smanjuje se za iznos ostvarenog gubitka. Izvještaj o promjenama kapitala je povezan s bilancom i računom dobiti i gubitka. Ponekad se prikazuje u skraćenom obliku pa se onda sve ostale informacije o promjenama kapitala iskazuju u bilješkama uz financijska izvješća.

2.5. Bilješke uz financijske izvještaje

Bilješke uz financijske izvještaje pobliže objašnjavaju strukturu, vrijednosti i obilježja nekih pozicija u prethodno navadenim izvještajima (bilanci, računom dobiti i gubitka, izvještaju o novčanom toku, izvještaju o promjenama kapitala). One trebaju objasniti i prikazati sve one informacije koje se direktno ne vide iz temeljnih financijskih izvještaja, a potrebne su za njihovo razumijevanje, al i za ocjenu poslovanja poduzeća. Sastavljanje bilješki doprinosi kvaliteti računovodstvenih informacija.

3. Pojam i značaj analize financijskih izvještaja

Analiza financijskih izvještaja se temelji prije svega na postupcima raščlanjivanja i uspoređivanja. Analiza financijskih izvještaja orijentirana je na kvantitativne financijske informacije. Na temelju kvalitetne analize može se zaključivati o bonitetu promatranog društva. Za poduzeća koja kotiraju na burzama vrijednosnih papira često se rade različite vrste tehničkih analiza (Šarlija et al, 2020). Kod tehničkih analiza poduzeća s hrvatske burze poteban je oprez pri tumačenju rezultata zbog samih karakteristika burze, odnosno njene nedovoljne dubine i nedovoljne razvijenosti (Olgić Draženović et al, 2018). Analiza financijskih izvještaja nam daje odgovor na pitanje kako je društvo poslovalo u prethodnom razdoblju i ukazuje na to gdje poduzeće može poboljšati rezultat u sljedećem razdoblju. Samo čitanje i razumijevanje financijskih izvještaja čini prvi korak analize istih. Vrijednosti pozicija u

financijskim izvještajima daju nam informaciju o financijskoj situaciji poslovnog subjekta no temeljitiji zaključci se mogu donijeti tek nakon usporedbe pojedinih veličina.

3.1. Horizontalna analiza

Horizontalna analiza je analiza kojom se nastoji uočiti tendencija i dinamika promjena pojedinih pozicija temeljnih financijskih izvještaja postupkom uspoređivanja. Na temelju toga se donosi prosudba o uspješnosti poslovnog subjekta te shodno tome i sigurnosti poslovanja s takvim poslovnim subjektom. Komparativni financijski izvještaji predstavljaju temelj za provedbu horizontalne analize. Horizontalna analiza koristi se za utvrđivanje tendencija i dinamike promjena pojedinih pozicija financijskih izvještaja, i to usporedbom svake godine sa prethodnom ili odabirom jedne bazne godine s kojom će se uspoređivati ostale godine. Horizontalnom analizom iskazuju se apsolutni i relativni podaci o povećanju ili smanjenju pozicija u odnosu na prethodnu ili baznu godinu.

3.2. Vertikalna analiza

Vertikalna analiza nam omogućava uvid u strukturu financijskih izvještaja. Vertikalna se analiza provodi tako da se u bilanci aktiva i pasiva označe sa 100, a sve se druge pozicije tada stavljaju u odnos s njima da bi se dobila njihova struktura. Isto se tako prihod od prodaje ili ukupan prihod označavaju sa 100, pa se ostale pozicije uspoređuju s njim. Ovakva je analiza naročito dobra u slučajevima inflacije, kada apsolutni brojevi ne govore puno sami za sebe. (Bolfek, Stanić, Knežević, 2012., 159.)

3.3. Analiza financijskih izvještaja pomoću pokazatelja

Analizu temeljnih financijskih izvještaja moguće je provoditi pomoću pokazatelja. Na taj način se dolazi do potpunijih i kvalitetnijih informacija.

Pokazatelj je racionalan broj u kojem je sadržana jedinica mjere i mjera količine kvalitete pojedinih ekonomskih pojava i problema, koje u cjelini procesa smišljenog postizanja ciljeva i ostvarivanja rezultata, u postojećim uvjetima rada i poslovanja poduzeća, nastaju i odvijaju se sukladno stupnju

uvažavanja principa racionalnog djelovanja. (Orsag, 2015., 99.) Ovisno o tome koje se odluke žele donositi, tj. za koju vrstu korisnika se provodi analiza, postoji važnost pojedinih vrsta pokazatelja.

Razlikujemo nekoliko skupina financijskih pokazatelja:

1. Pokazatelji likvidnosti - mjere sposobnost poduzeća da podmiri svoje dospelje kratkoročne obveze.
2. Pokazatelji zaduženosti - mjere koliko se poduzeće financira iz tuđih izvora sredstava.
3. Pokazatelji aktivnosti - mjere kako efikasno poduzeće upotrebljava svoje resurse.
4. Pokazatelji ekonomičnosti - mjere odnos prihoda i rashoda, tj. pokazuju koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda.
5. Pokazatelji profitabilnosti - mjere povrat uloženog kapitala, što se smatra najvišom upravljačkom djelotvornošću.
6. Pokazatelji investiranja - mjere uspješnost ulaganja u obične dionice. (Žager et al., 2008., 244.)

Ako je temelj za izračun financijskih pokazatelja račun dobiti i gubitka tada se dobivaju informacije o poslovanju u tijeku određenog vremenskog razdoblja dok se izračunom financijskih pokazatelja na temelju bilance dobivaju informacije, koje pokazuju poslovanje u određenom trenutku. Kako bi se dobro poslovalo potrebno je zadovoljiti kriterije sigurnosti i uspješnosti, tj. efikasnosti. Sigurnost poslovanja mjeri se pokazateljima likvidnosti i zaduženosti dok se učinkovitost poslovanja utvrđuje pokazateljima ekonomičnosti i profitabilnosti. Sigurnost i uspješnost poslovanja utvrđuje se pokazateljima aktivnosti. Kako bi se utvrdilo značenje pojedinih pokazatelja potrebno ih je usporediti s određenim standardnim veličinama, planiranim pokazateljima, pokazateljima u grani kojoj to društvo pripada ili sličnom društvu. Dobivene pokazatelje potrebno je promatrati u međuzavisnosti. Drugim riječima, to znači kako bi se promatranjem samo jednog pokazatelja moglo doći do krivog zaključaka o položaju društva. (Mijoč, Martinović, Mahaček, 2010.)

3.3.1. Pokazatelji likvidnosti

Pokazatelji likvidnosti mjere sposobnost poduzeća u podmirenju dospjelih kratkoročnih obveza. Najčešći pokazatelji likvidnosti su: koeficijent trenutne likvidnosti, koeficijent ubrzane likvidnosti, koeficijent tekuće likvidnosti i koeficijent financijske stabilnosti i svi ti pokazatelji se računaju na temelju podataka iz bilance.

Tablica 5. Pokazatelji likvidnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
koeficijent trenutne likvidnosti	novac	kratkoročne obveze
koeficijent ubrzane likvidnosti	novac + potraživanja	kratkoročne obveze
koeficijent tekuće likvidnosti	kratkotrajna imovina	kratkoročne obveze
koeficijent financijske stabilnost	dugotrajna imovina	kapital + kratkoročne obveze

Izvor: izrada autora prema Žager et al., 2008., 248.

Koeficijent trenutne likvidnosti prikazuje sposobnost poduzeća za trenutačno podmirenje obveza. Ali treba napomenuti da ovaj pokazatelj može dovesti u zabludu korisnika informacija ukoliko je na dan izračuna koeficijenta stigla značajna uplata na žiro račun poslovnog subjekta, jer tada koeficijent može biti vrlo visok što daje zaključiti da poduzeće nema problema s likvidnošću, a to i ne mora biti tako. Koeficijent ubrzane likvidnosti je bolja mjera likvidnosti i njegova vrijednost bi trebala biti 1 ili veća od 1. Koeficijent tekuće likvidnosti bi trebao biti veći od 2 ukoliko poduzeće želi izbjeći situaciju nepravovremenog plaćanja obveza što znači da treba imati dvostruko više kratkotrajne imovine od kratkoročnih obveza. Znači da jedan dio kratkotrajne imovine treba biti financiran iz dugoročnih izvora sredstava, a taj dio se zove radni kapital. Što poduzeće ima više radnog kapitala to je njegova likvidnost veća, a samim time i financijska stabilnost. No, likvidnost nije moguće opisati i razumijeti te donijeti zaključke samo na temelju nekoliko relevantnih odnosa, već treba razmotriti sve čimbenike. Čimbenici koji utječu na likvidnost poduzeća su: vrsta djelatnosti, struktura imovine, struktura obveza i dr. Koeficijent financijske stabilnosti predstavlja omjer dugotrajne imovine i kapitala s dugoročnim obvezama. Po definiciji ovaj pokazatelj bi trebao biti manji od 1 jer bi poduzeće trebao dio svoje kratkotrajne imovine financirati iz dugoročnih izvora. Ukoliko je taj pokazatelj veći od 1 to znači da poduzeće dio svoje dugotrajne imovine financira iz kratkoročnih izvora i da nema radnog kapitala.

3.3.2. Pokazatelji zaduženosti

Najčešći pokazatelji zaduženosti su: koeficijent zaduženosti, koeficijent vlastitog financiranja i koeficijent financiranja. Sva tri navedena pokazatelja su formirana na temelju bilance te stoga odražavaju statičku zaduženost. Prva dva navedena pokazatelja nam prikazuju koliko je imovine financirano iz

vlastitog kapitala te koliko je imovine financirano iz tuđeg kapitala, dok koeficijent financiranja prikazuje odnos tuđeg i vlastitog kapitala. U tablici 6. je prikazan postupak izračunavanja navedenih pokazatelja.

Tablica 6. Pokazatelji zaduženosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
koeficijent zaduženosti	ukupne obveze	ukupna imovina
koeficijent vlastitog financiranja	glavnica	ukupna imovina
koeficijent financiranja	ukupne obveze	glavnica

Izvor: izrada autora prema Žager et al., 2008., 251

3.3.3. Pokazatelji aktivnosti

Koeficijenti obrta odnosno pokazatelji aktivnosti se izračunavaju na temelju podataka iz bilance i računa dobiti i gubitka. Oni ukazuju na brzinu obrta imovine u poslovnom procesu. Koeficijent obrta se najčešće izračunava za ukupnu imovinu, kratkotrajnu imovinu i potraživanja. Trajanje naplate potraživanja se izračunava na temelju koeficijenta obrta potraživanja. U tablici 7. je prikazan način izračuna pokazatelja aktivnosti. Obzirom na kriterije sigurnosti i uspješnosti, koeficijent obrta bi trebao biti što veći broj što ukazuje da je vrijeme vezivanja imovine što kraće.

Tablica 7. Pokazatelji aktivnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
koeficijent obrta ukupne imovine	ukupni prihod	ukupna imovina
koeficijent obrta kratkotrajne imovine	ukupni prihod	kratkotrajna imovina
koeficijent obrta potraživanja	prihodi od prodaje	potraživanja
trajanje naplate potraživanja u danima	broj dana u godini (365)	koeficijent obrta potraživanja

Izvor: izrada autora prema Žager et al., 2008., 252.

3.3.4. Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji koji mjere odnos prihoda i rashoda zovu se pokazatelji ekonomičnosti i oni prikazuju koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda. Računaju se na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka.

U tablici 8. su prikazani načini izračuna pokazatelja ekonomičnost ukupnog poslovanja, ekonomičnost poslovanja (prodaje), ekonomičnost financiranja i ekonomičnost izvanrednih aktivnosti. Ekonomičnost ukupnog poslovanja mjeri odnos ukupnih prihoda i ukupni rashoda. Koeficijent ekonomičnosti bi trebao biti što je moguće veći broj.

Tablica 8. Pokazatelji ekonomičnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
ekonomičnost ukupnog poslovanja	ukupni prihodi	ukupni rashodi
ekonomičnost poslovanja (prodaje)	prihodi od prodaje	rashodi prodaje
ekonomičnost financiranja	financijski prihodi	financijski rashodi
ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	izvanredni prihodi	izvanredni rashodi

Izvor: izrada autora prema Žager et al., 2008., 252.

3.3.5. Pokazatelji profitabilnosti

Za donošenje odluka o profitabilnosti poslovnog subjekta promatra se marža profita, rentabilnost imovine i rentabilnost vlastitog kapitala. Postupak izračuna je prikazan u tablici 9. iz koje se da zaključiti kako se pokazatelji profitabilnosti izračunavaju temeljem vrijednosti iz bilance i računa dobiti i gubitka. Utvrđivanjem rentabilnosti imovine razlikujemo neto i bruto rentabilnost, a razliku čini porez u brojniku pokazatelja. Među ovim pokazateljima je najznačajnija rentabilnost vlastitog kapitala.

Marža profita izračunava se na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka (izvještaj o dobiti). Razlikuje se neto od bruto marže profita. Razlika je u obuhvatu poreza u brojniku pokazatelja. Ako se usporede ova dva pokazatelja, tada usporedba govori o tome koliko relativno u odnosu na ostvareni ukupni prihod iznosi porezno opterećenje. Ako se marža profita pomnoži koeficijentom obrta ukupne imovine, kao rezultat će se dobiti pokazatelj rentabilnosti imovine (neto ili bruto). To znači da se rentabilnost može povećati povećanjem koeficijenta obrta i/ili povećanjem marže profita. (Žager et al., 2008., 253.)

Tablica 9. Pokazatelji profitabilnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
neto marža profita	neto dobit + kamate	ukupni prihod

bruto marža profita	dobit prije poreza + kamate	ukupni prihod
neto rentabilnost imovine	neto dobit + kamate	ukupna imovina
bruto rentabilnost imovine	dobit prije poreza + kamate	ukupna imovina
rentabilnost vlastitog kapitala (glavnice)	neto dobit	vlastiti kapitala (glavnica)

Izvor: izrada autora prema Žager et al., 2008., 253.

3.3.6. Pokazatelji investiranja

Pokazatelji investiranja mjere uspješnost ulaganja u dionice poduzeća. Za potrebe izračuna ovih pokazatelja potrebni su i, osim podataka iz financijskih izvještaja poslovnog subjekta, podaci o dionicama i to broj dionica i njihova tržišna vrijednost. U tablici 10. su prikazani pokazatelji investiranja te način izračuna. Dobit po dionici i dividenda po dionici iskazuju koliko se novčane jedinice (npr. kuna) ili dividende ostvari po jednoj dionici. Dobit po dionici je veća od dividende po dionici jer se dio dobiti zadržava, a ako je obrnuto onda znači da su dividende isplaćivane iz zadržane dobiti. Na to nam ukazuje pokazatelj odnosa isplate dividendi. Koliko puta je tržišna cijena dionice veća od dobiti po dionici prikazuje pokazatelj odnos cijene i dobiti po dionici.

Pokazatelji rentabilnosti dionice (ukupna rentabilnost dionice i dividendna rentabilnost dionice) su najznačajniji pokazatelji investiranja i izražavaju se u postotku. Ukupna rentabilnost je u pravilu veća od dividendne rentabilnosti. Međutim, ukoliko je obrnuto znači da se dividende isplaćuju iz zadržane dobiti.

Tablica 10. Pokazatelji investiranja

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
dobit po dionici (EPS)	neto dobit	broj dionica
dividenda po dionici (DPS)	dio neto dobiti za dividende	broj dionica
odnos isplate dividendi (DPR)	dividenda po dionici (DPS)	dobit po dionici (EPS)
odnos cijene i dobiti po dionici (P/E)	tržišna cijena dionice (PPS)	dobit po dionici (EPS)
ukupna rentabilnost dionice	dobit po dionici (EPS)	tržišna cijena dionice (PPS)
dividendna rentabilnost dionice	dividenda po dionici (DPS)	tržišna cijena dionice (PPS)

Izvor: izrada autora prema Žager et al., 2008., 254.

4. Analiza financijskih izvještaja poduzeća DM-drogerie markt d.o.o.

Sukladno prikazanom teorijskom dijelu u prethodnim poglavljima, provest će se analiza uspješnosti poslovanja poslovnog subjekta DM-drogerie markt d.o.o.

Cjelovita analiza financijskih izvještaja uključuje horizontalnu analizu, vertikalnu analizu te analizu financijskih izvještaja pomoću pokazatelja. Horizontalnom analizom bit će prikazane tendencije promjena pojedinih pozicija financijskih izvještaja, a vertikalnom analizom uvid u strukturu financijskih izvještaja. Vrijednosti pozicija u financijskim izvještajima daju nam informaciju o financijskoj situaciji poslovnog subjekta no temeljitiji zaključci se mogu donijeti tek nakon usporedbe pojedinih veličina odnosno analizom financijskih pokazatelja.

4.1. Poslovni profil poduzeća DM-drogerie markt d.o.o.

DM-drogerie markt d.o.o. je jedan od najvećih drogerijskih lanaca u srednjoj i jugoistočnoj Europi. 1973. otvorena je prva DM-drogerie markt d.o.o. prodavaonica u Njemačkoj (Karlsruhe), 1976. prva DM-drogerie markt d.o.o. prodavaonica u Austriji (Linz), a 1996. prva DM-drogerie markt d.o.o. prodavaonica u Hrvatskoj (Zagreb). Danas je DM-drogerie markt zastupljen u 13 europskih zemalja s više od 3.668 prodavaonica i preko 62.061 zaposlenih - od toga u Hrvatskoj radi 1.565 djelatnika. (https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/portret/, preuzeto: 05.01.2020.)

Uprava DM-drogerie markt d.o.o. u Hrvatskoj sastoji se od 6 članova, direktora i pet prokurista koji su, uz pojedine resore, zaduženi i za prodajne regije. Na taj način je zajamčena posebna struktura jer svaka filijala može direktno komunicirati s Upravom.

Asortiman DM-drogerie markt d.o.o. obuhvaća više od 17.000 drogerijskih proizvoda iz područja zdravlja i ljepote, dječje hrane i njege, domaćinstva, foto usluga i dodatnog asortimana poput hrane za kućne ljubimce, tekstila i sezonskih proizvoda. Od toga je oko 1000 hrvatskih proizvoda. Širok izbor drogerijskih artikala upotpunjen je s 35 dm marke, koje pokrivaju gotovo sve kategorije asortimana. Značajnu razliku u ponudi čine prvenstveno prirodna kozmetika i zdrava hrana. U 23 dm prodavaonica u Hrvatskoj kupci mogu pronaći i specijalizirani odjel bezreceptnih lijekova te dermatokozmetičkih i medicinskih proizvoda. (https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/portret/, preuzeto: 05.01.2020.)

Glavna načela poslovanja ovog poduzeća su ta da DM-drogerie markt d.o.o. čovjeka stavlja u središte: kupce, djelatnike i partnere. Oplemeniti potrošačke potrebe kupaca, kroz zajednički rad pružiti mogućnost daljnjeg usavršavanja djelatnicima i djelovati kao uzorna zajednica u okolini – to su izazovi s kojima se DM-drogerie markt d.o.o. stalno suočava.

S ciljem uzornog djelovanja u našem okruženju DM-drogerie markt d.o.o. kontinuirano se bavi temom održivog razvoja te je u tu svrhu pokrenuo niz ekoloških inicijativa s ciljem zaštite prirode i širenja snažne ekološke poruke.

4.2. Financijski izvještaji DM-drogerie markt d.o.o.

Kao podloga analizu poslovanja poslovnog subjekta DM-drogerie markt d.o.o. korišteni su sljedeći financijski izvještaji: bilanca (tablica 11.) te račun dobiti i gubitka (tablica 12.). Radi preglednosti i olakšane primjene za potrebe analize, navedeni financijski izvještaji su prikazani u skraćenom obliku. U tablici 11. je prikazana bilanca za promatrane godine 2012. - 2016. Aktiva bilance sastoji se od dugotrajne i kratkotrajne imovine materijalne. U pasivi je obuhvaćen kapital i reserve, dugoročne i kratkoročne obveze te odgođeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja.

Tablica 11. Bilanca poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)

AKTIVA	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
DUGOTRAJNA IMOVINA	84.458.600	89.036.400	79.498.700	69.975.800	80.233.800
KRATKOTRAJNA IMOVINA	270.579.000	243.596.300	242.121.900	256.274.500	269.693.000
PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI	12.653.600	10.617.600	5.292.000	22.579.100	20.002.500
UKUPNO AKTIVA	367.691.200	343.250.300	326.912.600	348.829.400	369.929.300
IZVANBILANČNI ZAPISI	17.150.300	19.263.600	13.296.300	13.089.900	12.426.900
PASIVA					
KAPITAL I REZERVE	216.930.200	152.393.100	144.922.000	150.293.700	182.276.900
REZERVIRANJA	9.151.300	10.782.100	10.625.900	10.297.700	10.232.900
DUGOROČNE OBVEZE	0	0	0	0	0
KRATKOROČNE OBVEZE	105.577.600	140.026.800	131.851.000	145.608.800	143.359.100
ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEG RAZDOBLJA	36.032.000	40.048.300	39.513.600	42.629.000	34.060.500

UKUPNO PASIVA	367.691.100	343.250.300	326.912.500	348.829.200	369.929.400
IZVANBILANČNI ZAPISI	17.585.200	19.263.300	13.296.300	13.089.900	12.426.900

Izvor: izrada autora na temelju podataka Poslovne Hrvatske

U tablici 12. je prikazan račun dobiti i gubitka poslovnog subjekta DM-drogerie markt d.o.o. za promatrane godine 2012. - 2016. Prikazani su ukupni prihodi i ukupni rashodi, te razlika istih, tj. dobit prije oporezivanja.

Tablica 12. Račun dobiti i gubitka poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (u 000 kn)

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
I. POSLOVNI PRIHODI	1.628.775,5	1.614.059,9	1.639.704,1	1.629.892,3	1.655.936,2
II. POSLOVNI RASHODI	1.503.978,1	1.517.406,4	1.551.545,7	1.534.682,5	1.562.901
III. FINANCIJSKI PRIHODI	0	0	0	0	0
IV. FINANCIJSKI RASHODI	0	0	0	0	0
IX. UKUPNI PRIHODI	1.628.775,5	1.614.059,9	1.639.704,1	1.629.892,3	1.655.936,2
X. UKUPNI RASHODI	1.503.978,1	1.517.406,4	1.551.545,7	1.534.682,5	1.562.901
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	124.797,4	96.653,5	88.158,4	95.209,8	93.035,2
XII. POREZ NA DOBIT	22.628,5	20.084,2	18.629,5	19.838,1	19.452
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA	102.168,9	76.569,3	69.528,9	75.371,7	73.583,2

Izvor: izrada autora na temelju podataka Poslovne Hrvatske

4.3. Horizontalna analiza financijskih izvještaja DM-drogerie markt d.o.o.

U tablici 13. je prikazana horizontalna analiza bilance promatranog poduzeća za 2016. godinu u odnosu na prethodnu, 2015. godinu. Iz iste je vidljivo kako je ukupna aktiva u 2016. godini porasla za 6,05% u odnosu na 2015. godinu, a uzrok tome je povećanje plaćenih troškova budućeg razdoblja i obračunatih prihoda za 11,41%. Dugotrajna imovina se povećala za 14,66%, a kratkotrajna za 5,24% te se može uočiti pad od 11,41% vidi kod plaćenih troškova budućeg razdoblja i obračunatih prihoda. U pasivi bilance je iskazan porast kapitala i rezervi od 21,28%, a rezerviranja imaju iskazan pad 0,63%.

Tablica 13. Horizontalna analiza bilance poduzeća DM-drogerie markt d.o.o.

AKTIVA	2015.	2016.	2016./2015.
DUGOTRAJNA IMOVINA	69.975.800	80.233.800	14,66%
KRATKOTRAJNA IMOVINA	256.274.500	269.693.000	5,24%

PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI	22.579.100	20.002.500	-11,41%
UKUPNO AKTIVA	348.829.400	369.929.300	6,05%
IZVANBILANČNI ZAPISI	13.089.900	12.426.900	-5,06%
PASIVA			
KAPITAL I REZERVE	150.293.700	182.276.900	21,28%
REZERVIRANJA	10.297.700	10.232.900	-0,63%
DUGOROČNE OBVEZE	0	0	0,00%
KRATKOROČNE OBVEZE	145.608.800	143.359.100	-1,55%
ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEG RAZDOBLJA	42.629.000	34.060.500	-20,10%
UKUPNO PASIVA	348.829.200	369.929.400	6,05%
IZVANBILANČNI ZAPISI	13.089.900	12.426.900	-5,06%

Izvor: izrada autora na temelju podataka Poslovne Hrvatske

U tablici 14. prikazana je horizontalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. iz koje je vidljivo da se dobit razdoblja u računu dobiti i gubitka, smanjuje za 2,28% u 2016. godini u odnosu na prethodnu godinu. Poslovni prihodi rastu za 1,60%. Poduzeće u promatranom razdoblju nema nikakve financijske prihode i financijske rashode te shodno tome nema ni promjena. Prikazana horizontalna analiza računa dobiti i gubitka pokazuje da se uspješnost poslovanja u 2016. godini smanjuje. Iako poduzeće posluje sa dobiti, niža dobit pokazatelj je nešto niže uspješnosti poslovanja.

Tablica 14. Horizontalna analiza RDIG poduzeća DM-drogerie markt d.o.o.

	2015.	2016.	2016./2015.
I. POSLOVNI PRIHODI	1.629.892.300	1.655.936.200	1,60%
II. POSLOVNI RASHODI	1.534.682.500	1.562.901.000	1,84%
III. FINANCIJSKI PRIHODI	0	0	0,00%
IV. FINANCIJSKI RASHODI	0	0	0,00%
IX. UKUPNI PRIHODI	1.629.892.300	1.655.936.200	1,60%
X. UKUPNI RASHODI	1.534.682.500	1.562.901.000	1,84%
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	95.209.800	93.035.200	-2,28%
XII. POREZ NA DOBIT	19.838.100	19.452.000	-1,95%
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA	75.371.700	73.583.200	-2,37%

Izvor: izrada autora na temelju podataka Poslovne Hrvatske

4.4. Vertikalna analiza financijskih izvještaja DM-drogerie markt d.o.o.

U vertikalnoj analizi poduzeća DM-drogeire markt d.d.o. korišteni su podaci iz bilance za razdoblje od 2012. do 2016. godine. Rezultati su prikazani kroz tablice u kojima se u prvome stupcu nalaze opisni podaci, dok se u ostalim stupcima nalaze podaci usporedbe po godinama dobiveni iz omjera pojedine stavke financijskog izvještaja u odnosu na ukupni zbroj. Rezultati su izraženi relativnim iznosom.

U tablici 15. je prikazana vertikalna analiza bilance poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. za promatrano razdoblje. U aktivni bilance dugotrajna imovina 2012. godine iznosi 22,97% ukupne aktive, 2013. godine se povećava na 25,94% dok u narednim godinama promatranog razdoblja pada sa 24,32% 2014. godine, 20,06% 2015. godine te se u 2016. povećava u odnosu na prethodnu godinu na 21,69%. Kratkotrajna imovina najveći udio u ukupnoj aktivni ima 2014. godine i to 74,06%. Kapital i rezerve predstavljaju najveći udio u ukupnoj pasivi i to 2012. godine 59,00%, 2013. godine 44,40%, 2013. godine 44,33%, - 2015. godine se smanjuje na 43,09% a potom 2016. godine raste na 49,27%. Dugoročnih obveza nema pa shodno tome njihov udio u ukupnoj pasivi kroz promatrano razdoblje iznosi 0,00%.

Tablica 15. Vertikalna analiza bilance poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)

AKTIVA	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
DUGOTRAJNA IMOVINA	22,97%	25,94%	24,32%	20,06%	21,69%
KRATKOTRAJNA IMOVINA	73,59%	70,97%	74,06%	73,47%	72,90%
PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI	3,44%	3,09%	1,62%	6,47%	5,41%
UKUPNO AKTIVA	100%	100%	100%	100%	100%
PASIVA					
KAPITAL I REZERVE	59,00%	44,40%	44,33%	43,09%	49,27%
REZERVIRANJA	2,49%	3,14%	3,25%	2,95%	2,77%
DUGOROČNE OBVEZE	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
KRATKOROČNE OBVEZE	28,71%	40,79%	40,33%	41,74%	38,75%
ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEG RAZDOBLJA	9,80%	11,67%	12,09%	12,22%	9,21%
UKUPNO PASIVA	100%	100%	100%	100%	100%

Izvor: izrada autora na temelju podataka Poslovne Hrvatske

4.5. Analiza financijskih izvještaja DM-drogerie markt d.o.o. pomoću pokazatelja

Radi stvaranja još bolje informacijske podloge o uspješnosti poslovanja poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. u nastavku će se provesti analiza financijskih izvještaja pomoću financijskih pokazatelja likvidnosti, zaduženosti, aktivnosti, ekonomičnosti i profitabilnosti.

Pokazateljima likvidnosti se prikazuje sposobnost poduzeća u podmirivanju dospjelih kratkoročnih obveza. Navedeni pokazatelji se izračunavaju temeljem podataka iz bilance.

Koeficijent tekuće likvidnosti ukazuje na mogućnost održavanja solventnosti. Optimalna veličina ovog pokazatelja je 2 što znači da bi tekuća imovina trebala biti dvostruko veća od tekućih obveza. U 2012. godini je taj koeficijent bio preko dva i iznosio je 2,56 što znači da je veća sposobnost poduzeća da podmiruje svoje račune. Ostale godine promatranog razdoblja taj koeficijent je ispod dva no vidljivo je kako je poduzeće postiglo skoro optimalan rezultat koji se kreće od 1,74 do 1,88.

Koeficijent financijske stabilnosti treba biti manji od jedan jer se tada povećava stabilnost poduzeća ukoliko se dugotrajna imovina financira iz dijela glavnice i dugoročnih obveza. U tablici 16. je prikazan spomenuti koeficijent i vidljivo je kako u posmatranom razdoblju isti nije bio veći od jedan. Smanjenje koeficijenta financijske stabilnosti od 2014. do 2016. godine pozitivna je tendencija jer se u tom slučaju likvidnost i financijska stabilnost povećavaju jer se sve manji dio glavnice i dugoročnih obveza koristi za financiranje dugotrajne imovine i stanje likvidnosti je zadovoljavajuće.

Tablica 16. Koeficijenti likvidnosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)

POKAZATELJ	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Koeficijent tekuće likvidnosti	2,56	1,74	1,84	1,76	1,88
Koeficijent financijske stabilnosti	0,39	0,58	0,55	0,47	0,44

Izvor: izrada autora

Zaduženost podrazumijeva korištenje tuđih sredstava za financiranje. Pokazatelji zaduženosti su prikazani u tablici 17.

Koeficijent zaduženosti pokazuje koliko je ukupne imovine financirano iz tuđih izvora i ne bi trebao biti veći od 0,5. što za promatrano poduzeće u razdoblju od 2012. do 2016. godine nije slučaj. Najviši je bio 0,45 2015. godine.

Koeficijent vlastitog financiranja prikazuje koliki je dio ukupne imovine financiran vlastitim izvorima sredstava. Korištenje vlastitih sredstava za financiranje ukupne imovine znači manje korištenje tuđih izvora. Koeficijent vlastitog financiranja za promatrano poduzeće se kreće u rasponu od 0,45 do 0,61 u promatranom razdoblju.

Koeficijent financiranja pokazuje koliko jedinica tuđeg kapitala po jedinici vlastitog kapitala društvo koristi za financiranje poslovanja. Društvo se ne bi trebalo zaduživati iznad vrijednosti vlasničke glavnice. Taj koeficijent ne bi trebao biti veći od jedan.

Tablica 17. Pokazatelji zaduženosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)

POKAZATELJ	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Koeficijent zaduženosti	0,30	0,42	0,41	0,45	0,41
Koeficijent vlastitog financiranja	0,61	0,46	0,45	0,46	0,52
Koeficijent financiranja	0,49	0,92	0,91	0,97	0,79

Izvor: izrada autora

Pokazatelji aktivnosti ili koeficijenti obrtaja se utvrđuje koliko efikasno koriste resursi poduzeća u poslovnom procesu te prikazuju kako brzo imovina cirkulira, odnosno se okreće u poslovnom procesu. Koeficijent obrtaja ukupne imovine prikazuje koliko jedna novčana jedinica aktive stvara novčanih jedinica prihoda. Koeficijent za poduzeće DM-drogerie markt d.o.o. 2013. godine se povećao na 4,85 sa 4,59 od prethodne godine što ukazuje da prosječno trajanje cirkulacije sredstava u poslovnom procesu se smanjilo te je prisutna pozitivna tendencija u poslovanju. Od 2014. godine pa dalje za promatrano poduzeće se taj koeficijent postupno smanjivao do 4,73 2016. godine.

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine prikazuje odnos ukupnih prihoda i kratkotrajne imovine. Ovaj koeficijent isto ima negativan trend od 2014. do 2016 godine kada je iznosio 6,14.

Tablica 18. Pokazatelji aktivnosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)

POKAZATELJ	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	4,59	4,85	5,10	5,00	4,73
Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine	6,02	6,63	6,77	6,36	6,14

Izvor: izrada autora

Pokazatelji ekonomičnosti se mogu izračunati temeljem podataka o prihodima i rashodima, koji se nalaze u računu dobiti i gubitka. U tablici 19. je prikazan pokazatelj ekonomičnosti ukupnog poslovanja koji prikazuje odnos ukupnih prihoda i ukupnih rashoda. Poželjno je da su ukupni prihodi veći od ukupnih rashoda kako bi poduzeće poslovalo ekonomično što je i vidljivo u tablici za poduzeće DM-drogerie markt d.o.o. gdje je za svaku godinu promatranog razdoblja ekonomičnost poslovanja pozitivna.

Tablica 19. Pokazatelji ekonomičnosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)

POKAZATELJ	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,08	1,06	1,06	1,06	1,06

Izvor: izrada autora

Cilj svakog društva je profit. Na temelju pokazatelja profitabilnosti se utvrđuje efikasnost korištenja resursa društva i povrat uloženog kapitala.

Neto marža profita se izračunava stavljanjem u odnos zbroja neto dobiti i kamata sa ukupnim prihodima. Kamate za poduzeće DM-drogerie markt d.o.o. iznosi 0,00 kuna za promatrano razdoblje. Ovim koeficijentom je prikazana mogućnost dijeljenja dobiti na dividende ili zadržanu dobit, a 2016. godinu iznosi 0,04.

Neto rentabilnost imovine je pokazatelj, kojim se mjeri profitabilnost zbrajanjem neto dobiti i kamata u odnos s ukupnom imovinom. Što je veći pokazatelj to je veća profitabilnost. Kod promatranog poduzeća je taj pokazatelj bio najveći 2013. i 2015. godine kada je iznosio 0,23 dok za 2016. godinu iznosi 0,21.

Rentabilnost vlastitog kapitala izračunava se stavljanjem u odnos neto dobiti i vlastitog kapitala. Ostvarena veća neto dobit ima za rezultat i povećanje rentabilnosti vlastitog kapitala. Na jednu uloženu jedinicu vlastitog kapitala, poduzeće ostvaruje u 2012. Godini iznos od 0,47 dok na kraju promatranog razdoblja, u 2016. godini iznosi 0,40.

Tablica 20. Pokazatelji profitabilnosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)

POKAZATELJ	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Neto marža profita	0,06	0,05	0,04	0,05	0,04
Neto rentabilnost imovine	0,29	0,23	0,22	0,23	0,21
Rentabilnost vlastitog kapitala	0,47	0,50	0,48	0,50	0,40

Izvor: izrada autora

U postupku formiranja analize formirano je pet skupina pokazatelja. Svi navedeni pokazatelji upućuju na dobro poslovanje promatranog poslovnog subjekta. Likvidnost poduzeća nije u optimalnom intervalu ali se vidi tendencija povećanja. Koeficijent zaduženosti se smanjuje u 2016. godini u odnosu na 2015. godinu, što ukazuje na povećanje udjela vlastitog financiranja. Važno je istaknuti kako je poslovni subjekt DM-drogerie markt d.o.o. svaku godinu promatranog razdoblja (2012. - 2016.) poslovalo ekonomično i rentabilno.

ZAKLJUČAK

Upravljanje je proces odlučivanja, postavljanja dugoročnih ciljeva, politike i strategije poslovanja i razvoja, organiziranja i nadziranja poslovanja te kontrola ostvarivanja zadanih ciljeva. Nezamislivo je poslovanje poduzeća te upravljanje poslovanjem i razvojem poduzeća bez kvalitetnih računovodstvenih informacija. Informacije trebaju biti pravovremene i kvalitetne kako bi se moglo poslovanje poduzeća usmjeriti prema osnovnim ciljevima poduzeća, a to su sigurnost te rast i razvoj poslovanja poduzeća. Za to je potrebno razumjeti logiku računovodstvenog evidentiranja poslovnih događaja te čitanje financijskih izvještaja. Financijski izvještaji su glavni nositelji računovodstvenih informacija i rezultat računovodstvenog unosa podataka o realno nastalim poslovnim događajima pojedinog poslovnog subjekta. Temeljni financijski izvještaji su izvještaj o financijskom položaju - bilanca, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanom toku, izvještaj o promjenama kapitala (glavnice) te bilješke uz financijske izvještaje. Dva najčešće korištena izvještaja su bilanca i račun dobiti i gubitka. Bilanca je izvještaj koji prikazuje stanje imovine, obveze i kapitala u točno određenom vremenskom trenutku, tj. na točno određeni dan. Bilanca prikazuje financijsko stanje (položaj) poduzeća i zato služi kao podloga za ocjenu sigurnosti poslovanja jer korisnik iz nje može isčitati slabosti i nedostatke u poslovanju te predviđati buduće poslovanje. Za razliku od bilance, račun dobiti i gubitka prikazuje aktivnosti poduzeća u određenom razdoblju. Budući da ovaj izvještaj prikazuje ostvarene prihode i rashode u određenom vremenu te ostavarenu dobit ili gubitak, njime se iskazuje uspješnost poslovanja, odnosno profitabilnost poslovanja koja jedan od najčešćih ciljeva poslovnih subjekata. Samo razumijevanje pozicija u financijskim izvještajima je prvi korak njihove analize. Vrijednosti pozicija u financijskim izvještajima daju nam informaciju o financijskoj situaciji poslovnog subjekta no temeljitiji zaključci se mogu donijeti tek nakon usporedbe pojedinih veličina. Analiza financijskih izvještaja korisnicima financijskih izvještaja pruža podatke potrebne za procjenu uspješnosti i sigurnosti poslovanja poduzeća. Najčešće korištene tehnike analize financijskih izvještaja su horizontalna analiza kojom se nastoji uočiti tendencija i dinamika promjena pojedinih pozicija temeljnih financijskih izvještaja postupkom uspoređivanja; vertikalna analiza koja nam omogućava uvid u strukturu financijskih izvještaja te analiza pomoću financijskih pokazatelja. Ishod analize pomoću pokazatelja jesu financijski pokazatelji. Pokazatelji prikazuju odnose između dviju pozicija financijskih izvještaja. Financijski pokazatelji se uspoređuju sa standardnim veličinama kako bi ukazali na sigurnost i uspješnost poslovanja. To su u pravilu referentne

vrijednosti za svaki pokazatelj, ali i usporedba sa pokazateljima prethodnih razdoblja. U ovom radu prikazane skupine pokazatelja jesu: pokazatelji likvidnosti, pokazatelji zaduženosti, pokazatelji aktivnosti, pokazatelji ekonomičnosti te pokazatelji rentabilnosti.

U ovom radu je analiza financijski izvještaja prikazana na primjeru poslovnog subjekta DM-drogerie markt d.o.o. Međunarodna korporacija dm drogerie markt je jedan od najvećih drogerijskih lanaca u srednjoj i jugoistočnoj Europi, a DM-drogerie markt d.o.o. je jedno od uspješnijih i utjecajnijih poduzeća u Hrvatskoj. Pregledom financijskih izvještaja ustanovljeno je kako se 2016. godine u odnosu na prethodnu godinu povećava ukupna aktiva, kao posljedica povećanja imovine, prvenstveno dugotrajne imovine. Najveći dio iste financiran je vlastitim sredstvima, s obzirom da pregled pasive ukazuje na to da se smanjuju obveze a povećava vrijednost kapitala. Račun dobiti i gubitka ukazuje na uspješno poslovanje u promatranom razdoblju. Poduzeće posluje sa dobiti. Na temelju predočenih pokazatelja uočavaju se kretanja u poslovanju poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. i možemo zaključiti kako ono ostvaruje dovoljno veliku dobit da podmiruje sve svoje obveze na vrijeme. Iz analize financijskih izvještaja možemo zaključiti, temeljem zadovoljavajućim koeficijentima obrtaja zaključujemo da poduzeće svoju imovinu obrne minimalno 4,59 puta. Profitabilnost poduzeća izrazito je mala, što znači da na jednu uloženu novčanu jedinicu zaradi oko 0,20 novčanih jedinica. Pokazatelji likvidnosti su manje povoljni obzirom na prirodu poslovanja, zalihe, kao najmanje likvidan oblik kratkotrajne imovine, veći dio ukupne aktive. Time se djelomice umanjuje likvidnost poduzeća. Analizom pokazatelja zaduženosti zaključuje se kako poduzeće nije prezaduženo. Analizom financijskih izvještaja poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. iskazano stanje ukupnog poslovanja je izrazito dobro i zato je ovaj poslovni subjekt jedan od uspješnijih i utjecajnijih u Hrvatskoj.

POPIS LITERATURE

1. Bolfek, B., et al., Vertikalna i horizontalna financijska analiza poslovanja tvrtke, Ekonomski vijesnik, vol. 25, 2012., br. 1, str. 146-167
2. Boras, I., Buterin, V., Buterin, D. (2002), Znanje u funkciji dinamičkog razvoja gospodarstva (s osvrtom na stanje u Primorsko-goranskoj županiji), Treća znanstvena konferencija katedri za teorijsku ekonomiju: Znanje – temeljni ekonomski resurs, Dragomir Sundać (ur.), Rijeka, 2002., Ekonomski fakultet Rijeka
3. Međunarodni računovodstveni standardi, NN 36/1993
4. Odluka o objavljivanju Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja, NN 86/2015
5. Orsag, S., Poslovne financije, Avantis, Zagreb, 2015.
6. Pravilnik o strukturi i sadržaju godišnjih financijskih izvještaja, NN 95/2016
7. Šestanović, A., Vukas, J., Stojanović, M., Važnost novčanog toka kao pokazatelja kvalitete poduzetničkog uspjeha, Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo, vol. 5, br. 1, 2015., str. 123-136
8. Olgić Draženović, B., Buterin, V. Buterin, D. (2018), Strukturne reforme zemalja CEE-a u tranzicijskom razdoblju – pouke i zaključci, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, 6, 1, 127-142
9. Šarlija, V., Buterin, V., i Buterin, D. (2020), Utjecaj sezonskih oscilacija na kretanje cijene dionica u sektoru turizma, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, 8(1), str. 283-293. <https://doi.org/10.31784/zvr.8.1.19>
10. Šlibar, D., Instrumenti i postupci analize financijskih izvještaja, Računovodstvo i porezi u praksi, 05/2010.
11. Zakon o računovodstvu, NN 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20
12. Žager, K., Žager, L., Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 1999.
13. Žager, K., et al., Analiza financijskih izvještaja, drugo prošireno izdanje, Masmedia, Zagreb, 2008.
14. https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/portret/, preuzeto: 05.01.2020.

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS TABLICA

Tablica 1. Oblici kratkotrajne imovine	5
Tablica 2. Oblici dugotrajne imovine	5
Tablica 3. Struktura bilance	7
Tablica 4. Struktura računa dobiti i gubitka.....	11
Tablica 5. Pokazatelji likvidnosti.....	17
Tablica 6. Pokazatelji zaduženosti	18
Tablica 7. Pokazatelji aktivnosti	18
Tablica 8. Pokazatelji ekonomičnosti	19
Tablica 9. Pokazatelji profitabilnosti	19
Tablica 10. Pokazatelji investiranja	20
Tablica 11. Bilanca poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.).....	22
Tablica 12. Račun dobiti i gubitka poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (u 000 kn).....	23
Tablica 13. Horizontalna analiza bilance poduzeća DM-drogerie markt d.o.o.	23
Tablica 14. Horizontalna analiza RDIG poduzeća DM-drogerie markt d.o.o.	24
Tablica 15. Vertikalna analiza bilance poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)	25
Tablica 16. Koeficijenti likvidnosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.).....	26
Tablica 17. Pokazatelji zaduženosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.)	27
Tablica 18. Pokazatelji aktivnosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.).....	27
Tablica 19. Pokazatelji ekonomičnosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.).....	28
Tablica 20. Pokazatelji profitabilnosti poduzeća DM-drogerie markt d.o.o. (2012. - 2016.).....	28

POPIS SLIKA

Slika 1. Vrste prihoda.....	10
Slika 2. Vrste rashoda	11