ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA dm HRVATSKA d.o.o.

Flego, Natalija

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:125:582354

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

Polytechnic of Rijeka Digital Repository - DR PolyRi

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Natalija Flego

ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA dm HRVATSKA d.o.o.

(završni rad)

Rijeka, 2018.

VELEUČILIŠTE U RIJECI
Poslovni odjel
Stručni studij Poduzetništvo

ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA dm HRVATSKA d.o.o.

(završni rad)

MENTOR

mr.sc. Marino Golob, viši predavač

STUDENT

Natalija Flego

MBS: 2423027481/12

Rijeka, lipanj 2018.

VELEUČILIŠTE U RIJECI

Poslovni odjel

Rijeka, 15. ožujka 2018.

ZADATAK
za završni rad

Pristupnici NATALIJI FLEGO **MBS: 2423027481/12**

Studentici Preddiplomskog stručnog studija PODUZETNIŠTVO izdaje se zadatak završni rad – tema završnog rada pod nazivom:

ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA
dm HRVATSKA d.o.o.

Sadržaj zadatka: U završnom radu obraditi teoretske osnove i glavne značajke analize financijskih izvještaja to jest pojam, vrste i samu analizu financijskih izvještaja. U nastavku rada predstaviti poduzeće dm HRVATSKA d.o.o i njihove financijske izvještaje za dvije poslovne godine te na osnovu toga izvršiti analizu poslovanja navedenog posuzeća pomoću financijskih pokazatelja. U zaključku rezimirati rezultate provedenih istraživanja u završnom radu.

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

Zadano: 15. ožujka 2018. **Predati do: 15. lipnja 2018.**

Mentor:

Mr.sc. Marino Golob, v.predavač

Pročelnik odjela:

Mr.sc. Marino Golob, v. predavač

Zadatak primila dana: 15. ožujka 2018.

Natalija Flego

Pristupnica Natalija Flego

Dostavlja se:
- **mentoru**
- **pristupniku**

I Z J A V A

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA dm HRVATSKA d.o.o. izradila samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora mr. sc.Marina Goloba višeg predavača.

Ime i prezime

Natalija Flego

(potpis studenta)

SAŽETAK

Uspješnost poslovanja moguće je ocijeniti provođenjem analize financijskih izvještaja. Financijski izvještaji daju uvid u informacije o poslovanju poduzeća u određenom razdoblju. Zakonom je propisan set financijskih izvještaja koji poduzeća sastavljaju. To su: bilanca, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanom toku, izvještaj o promjenama kapitala i bilješke uz financijske izvještaje. Sam uvid u ove izvještaje ne pruža cjelovite informacije o uspješnosti poslovanja, pa je financijske izvještaje potrebno analizirati primjenom analitičkih metoda. U svrhu analize financijskih izvještaja koriste se vertikalna analiza, horizontalna analiza i analiza pomoću pokazatelja. Provođenjem analize financijskih izvještaja poduzeća dm Hrvatska d.o.o. utvrđeno je kako poduzeće posluje sa dobitkom, što je jedan od pokazatelja uspješnosti poslovanja. Analiza je nadalje ukazala kako poduzeće u promatranom razdoblju posluje likvidno i stabilno te da su temeljna obilježja njegova poslovanja sigurnost i likvidnost, što ga čini sigurnim i uspješnim subjektom u očima korisnika financijskih izvještaja.

Ključne riječi: financijski izvještaji, analiza, dm Hrvatska d.o.o., uspješnost poslovanja

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA 3
2.1. Pojam financijskih izvještaja 3
2.2. Vrste financijskih izvještaja 6
2.3. Analiza financijskih izvještaja 9
3. ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA dm HRVATSKA d.o.o. 13
3.1. Osnovne značajke poduzeća dm Hrvatska d.o.o. 13
3.2. Poslovanje poduzeća dm Hrvatska d.o.o. 17
3.3. Analiza poslovanja poduzeća dm Hrvatska d.o.o. 20
4. ZAKLJUČAK 33
LITERATURA 35
POPIS ILUSTRACIJA 36

1. UVOD

Poslovanje poduzeća najvjerodostojnije prikazuju financijski izvještaji, u kojima je sadržana suma podataka i informacija o poslovanju tokom cijeloga poslovnog razdoblja za koje se izvještava. Standardna forma financijskih izvještaja ukazuje na stanje i promjene imovine, kapitala i obveza poduzeća koje su nastupile u poslovnom razdoblju, odnosno o uspješnosti poslovanja poduzeća u promatranom razdoblju. U Hrvatskoj se u standardne financijske izvještaje ubrajaju bilanca i račun dobiti i gubitka odnosno izvještaj o novčanim tokovima, izvještaj o promjenama glavnice i bilješke uz financijske izvještaje. Sam pogled na financijske izvještaje ne pruža dovoljno detaljne informacije o poslovanju subjekta kojem pripadaju izvještaji. Kako bi se iz izvještaja izvukle detaljne informacije potrebno je provesti analizu financijskih izvještaja. Pod pojmom analize financijskih izvještaja podrazumijeva se primjena određenih metoda raščlanjivanja podataka i sintetiziranja potrebnih informacija iz izvještaja. Najpoznatiji oblici analize financijskih izvještaja jesu vertikalna analiza, horizontalna analiza i analiza pomoću financijskih pokazatelja. Analiza poslovanja poduzeća u ovome radu provedena je na primjeru poduzeća dm Hrvatska d.o.o., koje predstavlja jedno od najuspješnijih poduzeća u Hrvatskoj. Poduzeće posluje sa dobiti, međutim to ne znači nužno da je njegovo poslovanje uspješno. Uspješnost poslovanja ovisi o velikom broju čimbenika, te je potrebno provesti analizu dinamike i strukture položaja i stanja poduzeća odnosno analizu njegove likvidnosti, zaduženosti, ekonomičnosti, aktivnosti i profitabilnosti. Njegovu uspješnost potrebno je detaljnije analizirati, što je prikazano u radu.

Svrha istraživanja provedenoga u radu je primijeniti teorijska znanja o analizi poslovanja na praktičnom primjeru. Cilj istraživanja je pobliže odrediti osobitosti analize financijskih izvještaja, odrediti specifičnosti poslovanja poduzeća dm Hrvatska d.o.o. te provesti analizu i ocijeniti razinu uspješnosti poslovanja poduzeća dm Hrvatska d.o.o.

Potrebno je stoga dati odgovore na sljedeća pitanja:

- Što su financijski izvještaji?
- Što je analiza financijskih izvještaja?
- Koji oblici analize financijskih izvještaja postoje?
- Kakvo je poslovanje poduzeća dm Hrvatska d.o.o. ?

Rad je sastavljen od četiri povezane cjeline. U prvom dijelu rada, Uvodu, prikazana je tematika kojom se rad bavi. U drugom dijelu rada, Analiza financijskih izvještaja, iznesene su teorijske značajne financijskih izvještaja i analize financijskih izvještaja. Treći dio rada, Analiza poslovanja poduzeća dm Hrvatska d.o.o., donosi pregled osnovnih značajki samoga poduzeća, obilježja njegova poslovanja te iscrpnu analizu financijskih izvještaja i pripadajuću ocjenu poslovanja. Rad završava Zaključkom.

2. ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

Informacije o poslovanju poduzeća sadržane su u financijskim izvještajima poduzeća. Poduzeća su dužna u zakonskim rokovima sastavljati, predavati i ukoliko ih zakon obvezuje na to, javno objavljivati svoje financijske izvještaja i u njima sadržane podatke o poslovanju poduzeća. Sami po sebi financijski izvještaji sadržavaju sumu informacija koje bez odgovarajuće analize ne mogu ukazati na trendove poslovanja, niti subjekt kojem pripadaju okarakterizirati kao uspješan/neuspješan odnosno siguran/nesiguran. U svrhu pribavljanja takvih informacija koje koriste internim i eksternim korisnicima financijskih izvještaja u praksi se primjenjuje analiza financijskih izvještaja. Ista predstavlja skupinu analitičkih sredstava kojima se vrši odgovarajuća analiza financijskih izvještaja poduzeća. U ovome dijelu rada prikazane su teorijske osnove neophodne za provođenje analize poslovanja poduzeća dm Hrvatska d.o.o. u nastavku rada.

2.1. Pojam financijskih izvještaja

Financijsko izvještavanje zakonska je obveza svakoga poslovnoga subjekta. Na ovaj način prikazuju se informacije o poslovanju subjekta, a ovisno o njegovu obliku i veličini, iste su dostupne manjem odnosno većem broju korisnika. Sam cilj financijskog izvještavanja poduzeća je informiranje zainteresiranih korisnika o financijskom položaju poduzeća, kao i o njegovoj uspješnosti poslovanja. Informirati korisnike podrazumijeva prezentirati korisnicima značajne i pouzdane informacije o poslovanju poduzeća koji su svojim oblikom i sadržajem prepoznatljive i razumljive korisnicima kojima su namijenjeni. (Žager, Žager, 1999., 33.) U svrhe sastavljanja financijskih izvještaja koriste se informacije sadržane u računovodstvenim podacima, koje sumarno prikazuju sve transakcije poduzeća nastale u razdoblju za koje se izvještava, ukazujući tim putem na uspješnost njegova poslovanja.

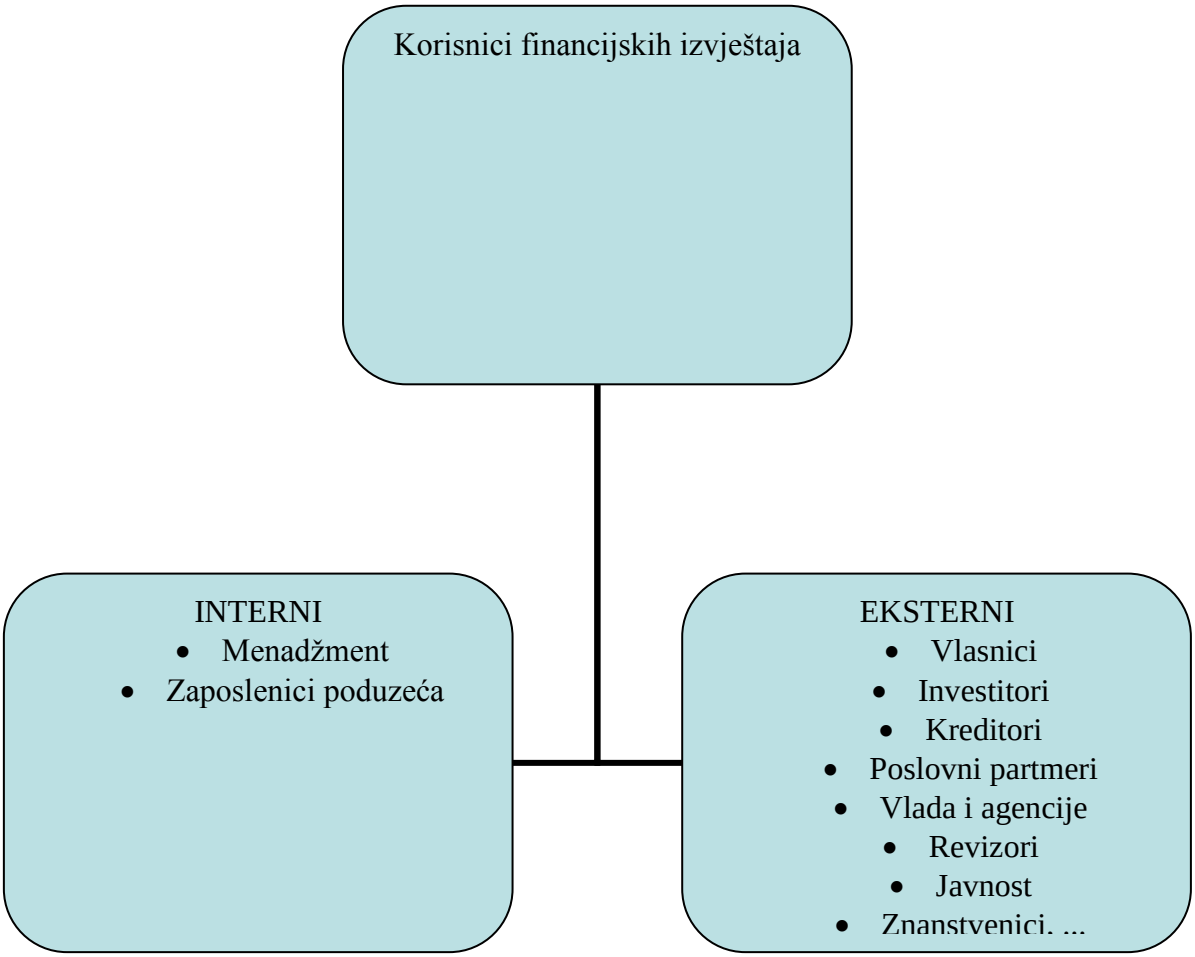
Kao temeljni ciljevi financijskog izvještavanja navode se: (Gulin et al, 2012., 321.)

- mora osigurati upotrebljive informacije sadašnjim i potencijalnim kreditorima i investitorima te ostalim korisnicima za donošenje racionalnih odluka o investiranju, kreditiranju i slično, odnosno osigurati informacije razumljive svim korisnicima,
- mora osigurati informacije koje će pomoći sadašnjim i potencijalnim investitorima i kreditorima te ostalim korisnicima u procjenjivanju iznosa, vremena i neizvjesnosti budućih primitaka od dividendi, kamata, prodaje i slično, odnosno osigurati informacije o novčanim tokovima,
- mora osigurati informacije o ekonomskim resursima poduzeća, funkciji tih resursa i načinu upotrebe, efektima transakcija i promjeni resursa, o potrebama za dodatnim resursima, i slično.

Sam pojam financijskog izvještaja moguće je pojasniti kao niz informacija potrebnih za upravljanje poduzećem, otkuda i proizlazi njihov značaj i svrha sastavljanja. (Grupa autora, 2006., 94.) Stoga financijski izvještaji pružaju informacije koje su podloga za donošenje poslovnih odluka, odnosno predstavljaju glavni izvor informacija o poslovanju poduzeća. Informacije koje sadrže financijska izvješća su informacije o prošlim aktivnostima i njihovim rezultatima što korisnik treba imati na umu.

Korisnicima financijskih izvještaja smatraju se svi oni koji po osnovi informacija sadržanih u financijskim izvještajima mogu donositi određene poslovne odluke ili sadržane preuzete informacije koristiti za daljnju obradu. Korisnici ovisno o svojem odnosu sa poslovnim subjektom predmetom izvještavanja mogu biti klasificirani kao interni i eksterni korisnici. Unutarnji ili interni korisnici financijskih izvještaja jesu menadžment poduzeća i njegovi zaposlenici, dok su eksterni korisnici investitori i kreditori te vladine institucije. (Gulin et al., 2012., 324.)

Shema 1.: Korisnici financijskih izvještaja



Izvor: http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/racunovodstvo/Financijski%20izvje%C5%A1taji.pdf, 20.2.2018.

Interni korisnici jesu razine menadžmenta i zaposlenici poduzeća. Informacije i izvještaji koje su od koristi internim korisnicima zavise od specifičnosti djelovanja svakoga subjekta, položaja i odgovornosti svakoga menadžera i stoga se ne propisuje zakonskim propisima. Eksterni korisnici su svi vanjski sudionici, a u njih se ubrajaju vlasnici, investitori, kreditori, poslovni partneri, vlade i vladine agencije, revizori, javnost, znanstvenici ali i mnogi drugi. S obzirom na to da vanjski korisnici imaju drugačije informacijske potrebe, financijski izvještaji se sastavljaju prema zakonskim pravilima i normama, kako bi informacije bile međusobno usporedive i pouzdane.

Izuzev zakonskih propisa i normi koje moraju zadovoljiti, financijski izvještaji moraju posjedovati i određena kvalitativna obilježja. Osnovna kvalitativna obilježja financijskih izvještaja su: razumljivost, važnost, pouzdanost te usporedivost. Informacije u financijskim izvještajima moraju biti lako razumljive korisnicima koji imaju osnovno znanje o računovodstvu. Korisniku pri donošenju ekonomskih odluka informacija mora biti važna. Na važnost informacija utječe njezina priroda i značaj. Ponekad priroda informacije je dovoljna da definira njezinu važnost. Značajna informacija je ona čije bi pogrešno iskazivanje moglo utjecati na odluke korisnika. Pouzdana informacija je ona u koju se korisnici mogu pouzdati u njenu vjerodostojnost tj. da prikazuje ono što predstavlja. Da bi informacija bila pouzdana mora biti neutralna odnosno bez predrasuda. Financijski izvještaji moraju imati usporedive informacije kako bi korisnik bio u mogućnosti uspoređivati ih s prošlim izvještajima i sa drugim poduzećima (Vinković Kravaica, Ribarić Aidone, 2009.).

Svaki financijski izvještaj mora ispunjavati navedena obilježja i osiguravati pouzdane, relevantne i točne informacije, koje mogu biti međusobno usporedive, što se omogućava propisanim sadržajem financijskih izvještaja. U nastavku rada prikazane su temeljne vrste financijskih izvještaja.

2.2. Vrste financijskih izvještaja

Kako je prethodno istaknuto, zakonskim su putem propisana financijska izvješća koja su poduzeća dužna sastavljati. Zakon o računovodstvu definira skupinu financijskih izvještaja, kao i obveze njihova sastavljanja, revizije i objavljivanja ovisno o veličini poduzeća. (Zakon o računovodstvu, NN 109/07). Zakonu o računovodstvu, koji je na snazi u Republici Hrvatskoj, propisuje da obvezna financijska izvješća, odnosno set obveznih financijskih izvještaja čine: (Žager, et al. 2008., 52.)

- Bilanca ili Izvještaj o financijskom položaju poduzeća,
- Račun dobiti i gubitka ili Izvještaj o uspješnosti poslovanja poduzeća,
- Izvještaj o promjenama vlasničke glavnice,
- Izvještaj o novčanom toku i
- Bilješke uz financijske izvještaje.

Bilanca ili Izvještaj o financijskom položaju poduzeća smatra se temeljnim i osnovnim, ujedno i najpoznatijim financijskim izvještajem poduzeća. Bilanca predstavlja financijski izvještaj poduzeća koji daje uvid u stanje poduzeća na određeni datum, odnosno daje informacije o imovini, obvezama i kapitalu poduzeća na određeni datum, najčešće zadnji dan izvještajnog razdoblja (kalendarske godine). Bilanca se smatra statičnim izvještajem poduzeća, zbog čega se naziva bilanca stanja. Bilanca se definira kao financijski izvještaj koji sistematizirano prikazuje stanje imovine, obveza i kapitala, odnosno financijski položaj u određenom vremenskom trenutku. Hrvatski standardi financijskog izvještavanja definiraju bilancu kao sustavni pregled imovine, obveza i kapitala na određeni datum. (Žager, et al. 2008., 35.) Bilanca je sastavljena od dvije izjednačene strane, aktive i pasive koje su u ravnoteži. Aktiva sadržava stavke imovine poduzeća, dok se u pasivi nalaze stavke obveza poduzeća i kapitala. Pasiva i aktiva su u ravnoteži koja se naziva bilančnom ravnotežom.

Drugi najpoznatiji financijski izvještaj je Račun dobiti i gubitka odnosno Izvještaj o uspješnosti poslovanja. Za razliku od bilance koja prikazuje stanje poduzeća na određeni dan, Izvještaj o uspješnosti poslovanja prikazuje dinamiku poslovanja poduzeća odnosno ne prikazuje stanje na dan nego je rezultat aktivnosti u toku određenog razdoblja i sadrži informacije o uspjehu poduzeća za jedno računovodstveno razdoblje, što je najčešće jedna poslovna godina. S obzirom da prikazuje uspjeh poslovanja, ovaj se izvještaj često naziva bilancom uspjeha poduzeća. Podaci prikazani u Računu dobiti i gubitka proizlaze iz svojevrsnog tijeka ekonomskih događanja kroz određeno razdoblje. Temeljni sastavni elementi računa dobiti i gubitka jesu prihodi i rashodi te razlika među njima, koja može biti dobit ili gubitak. (Žager, et al. 2008., 68.) Pod pojmom prihoda, Međunarodni računovodstveni standardi tumače povećanje ekonomskih koristi tijekom obračunskog razdoblja u obliku priljeva ili povećanja sredstava ili smanjenja obveza, što ima za posljedicu povećanje glavnice. Rashodi su s druge strane smanjenje ekonomske koristi kroz obračunsko razdoblje u obliku odljeva ili iscrpljenja sredstava što dovodi do smanjenja glavnice. (Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, 2000., 324.) Rezultat sučeljavanja prihoda i rashoda jest dobit ili gubitak. Dobit je rezultat većih prihoda od rashoda, te je jedan od pokazatelja uspješnog poslovanja, dok je gubitak ishod većih rashoda u odnosu na prihode i ukazuje na manje uspješno ili neuspješno poslovanje.

Uz prethodna dva financijska izvještaja koji su najpoznatiji, poduzeća sastavljaju i Izvještaj o novčanom toku. Navedeni izvještaj pruža uvid u tokove novca u poduzeću, odnosno uvid u primitke i izdatke novca te njihovoj razlici, odnosno čistom novčanom toku. S obzirom da prikazuje razliku između primitaka i izdataka novca i novčanih ekvivalenata, ovaj izvještaj često služi kao bilanca likvidnosti i solventnosti. Pod primicima se podrazumijevaju sva novčana sredstva i novčani ekvivalenti s kojima poduzeće raspolaže, dok su izdaci sve novčane isplate odnosno umanjenja novca i novčanih ekvivalenata u toku obračunskog / izvještajnog razdoblja. Ovaj izvještaj razlikuje tri skupine aktivnosti: poslovne, financijske i investicijske, ovisno o karakteru primitaka odnosno izdataka. Ishod svake skupine tokova jest novčani tok, koji u konačnici dovodi do sumarnoga neto novčanog toka, a koji prikazuje mogućnost poduzeća da podmiri dospjele obveze i udovolji ostalim novčanim potrebama poduzeća, što je pokazatelj solventnosti i likvidnosti poduzeća. (Žager, Žager, 1999., 59.)

U set financijskih izvještaja uvršten je i Izvještaj o promjenama kapitala koji ukazuje na povećanje ili smanjenje ukupne imovine poduzeća, koja pripada članovima društva odnosno dioničarima. Izvještaj sadrži stavke koje objašnjavaju ukupni dobici ili gubici razdoblja, a utemeljen je na podacima iz bilance i računa dobiti i gubitka. Ključni podatak koji proizlazi iz izvještaja jest informacija koja pokazuje da li je između dva datuma bilance došlo porasta ili pada vrijednosti kapitala i u kojoj mjeri. (Žager, Žager, 1999., 59.)

Posljednji u setu financijskih izvještaja jesu Bilješke uz financijske izvještaje. One sadrže skraćeni opis ili detaljnu analizu pojedinačnih stavak bilance, računa dobiti i gubitka, izvještaja o novčanome toku, kao i izvještaja o promjenama na kapitalu, ali i druge dodatne informacije. Osnovna je svrha bilješki da korisniku financijskih izvještaja daju informacije o osnovi za sastavljanje financijskih izvještaja kao i informacije o korištenim računovodstvenim politikama korištenima za poslovne događaje. Slijedom navedenog, bilješke su dopunska razrada i tumačenje podataka osnovnih financijskih izvještaja uključenih u set financijskih izvještaja. Forma bilješki nije propisana. (Žager, Žager, 1999., 59.)

2.3. Analiza financijskih izvještaja

Sami financijski izvještaji ne pružaju iscrpne informacije o uspješnosti poslovanja. Pregled istih osigurava gomilu nepovezanih podataka o poslovanju poduzeća. Stoga je potrebno provesti analizu financijskih izvještaja, koja pruža sintetizirane informacije o uspješnosti, sigurnosti, likvidnosti i solventnosti poduzeća u danom razdoblju. Za iskorištavanje podataka koje nam daju financijski izvještaji važno je znati analizirati te podatke i od njih dobiti potrebne informacije. Analiza financijskih izvještaja pruža uvid u cjelokupnu sliku poslovanja čime se omogućava planiranje za uspješniju budućnost poslovanja.

Pojam analize financijskih izvještaja podrazumijeva proces primjene raznih analitičkih sredstava i tehnika kojima se podaci iz financijskih izvještaja pretvaraju u upotrebljive informacije važne za upravljanje poslovanjem. (Žager, Žager, 1999., 156.) Analizom financijskih izvještaja ispituje se ekonomsko i financijsko stanje poduzeća te njegov rezultat poslovanja, osiguravajući tim putem podatke koji se koriste kao inputi u odlučivanju.

U analizi financijskih izvještaja koriste se sljedeća analitička sredstva: (Skupina autora, 2010., 156.)

- komparativni financijski izvještaji,
- strukturni financijski izvještaji,
- analiza pomoću pokazatelja i
- specijalizirane analize.

Pod pojmom komparativnih financijskih izvještaja podrazumijevaju se usporedivi financijski izvještaji kojima se omogućava metodom usporedbe uočavanje promjena tijekom vremena kao i uočavanje tendencije promjena pomoću serije indeksa. Komparativni financijski izvještaji jesu produkt horizontalne analize financijskih izvještaja.

Pod pojmom strukturnih financijskih izvještaja podrazumijevaju se izvještaji kojima se pruža uvid u strukturu važnijih stavaka financijskih izvještaja (imovine, obveza,

kapitala, prihoda, rashoda, dobiti). Strukturni financijski izvještaji jesu produkt vertikalne analize financijskih izvještaja.

Analiza pomoću pokazatelja omogućava uvid u likvidnost, solventnost, ekonomičnost, rentabilnost i aktivnost poduzeća izračunavanjem zadanih pokazatelja i njihovom usporedbom sa referentnim vrijednostima te međusobnom usporedbom u promatranim razdobljima.

U ostale specijalizirane analize ubrajaju se analize koje se primjenjuju u specifičnim situacijama, ovisno o potrebama korisnika financijskih izvještaja.

U nastavku poglavlja pojašnjene su osobitosti ključnih metoda analize financijskih izvještaja koje se koriste u praksi, a koje su primijenjene i u ovome radu.

2.3.1. Vertikalna analiza

Vertikalna analiza rezultira strukturnim financijskim izvještajima kako je navedeno u prethodnom dijelu poglavlja. Vertikalna analiza omogućava uvid u strukturu financijskih izvještaja, odnosno međusobno uspoređivanje financijskih podataka, tj. pozicija u jednoj izvještajnoj godini. (Skupina autora, 2010., 916.) Vertikalna analiza provodi se na bilanci i na računu dobiti i gubitka. U slučaju bilance vertikalna analiza provodi se na način da se izražava udio svake pojedine stavke aktive i pasive u ukupnoj aktivi (odnosno pasivi, s obzirom da su u uvjetima bilančne ravnoteže izjednačene). U slučaju računa dobiti i gubitka vertikalna analiza podrazumijeva izračun udjela pojedinih stavaka izvještaja u ukupnim prihodima.

2.3.2. Horizontalna analiza

Drugi vid analize financijskih izvještaja je horizontalna analiza. Horizontalna analiza rezultira komparativnim financijskim izvještajima. Njome je omogućeno uspoređivanje podataka kroz više obračunskih razdoblja, sa ciljem otkrivanja tendencija i

dinamika promjena pozicija financijskih izvještaja. (Skupina autora, 2010., 912.) Kako je navedeno rezultat horizontalne analize jesu komparativni financijski izvještaji koji omogućavaju sagledavanje tendencija promjena pomoću baznih indeksa, na osnovu kojih se prosuđuje uspješnost i sigurnost poslovanja promatranih poduzeća. (Žager et al., 2008., 225.) Horizontalna analiza se provodi na jednak način i u slučaju bilance i u slučaju računa dobiti i gubitka. Njezino provođenje podrazumijeva izračun indeksa za svaku pojedinu poziciju bilance i računa dobiti i gubitka u dva usporediva razdoblja, tekuće i prethodno.

Horizontalna i vertikalna analiza se međusobno nadopunjuju. Ukazuju na slične ili jednake zaključke, međutim strukturni financijski izvještaji omogućavaju lakše uspoređivanje s drugim poduzećima ili jednostavniju usporedbu podataka jednog poduzeća s drugim kad je prisutna inflacija u gospodarstvu.

2.3.3. Analiza pomoću pokazatelja

Horizontalna i vertikalna analiza omogućavaju uvid u tendenciju kretanja pojedinih stavaka bilance i računa dobiti i gubitka. U svrhu iscrpnije analize financijskih izvještaja koriste se pokazatelji, kojima se ocjenjuje sigurnost i uspješnost poslovanja poduzeća. Analizom pomoću pokazatelja računaju se pokazatelji kao rezultat odnosa najmanje dvaju računovodstvenih kategorija iz bilance i računa dobiti i gubitka. Izračunati pokazatelji povezuju stavke iz jednoga ili dvaju financijskih izvještaja odnosno prikazuju povezanost između računa u financijskim izvješćima te na taj način omogućuju vrednovanje financijskog stanja i poslovanja poduzeća.

U praksi se koristi nekoliko skupina financijskih pokazatelja, koji su: (Žager, Žager, 1999., 52.)

- pokazatelji likvidnosti, mjere sposobnost poduzeća da podmiri svoje dospjele kratkoročne obveze,
- pokazatelji zaduženosti i financijske stabilnosti, mjere koliko se poduzeće financira iz tuđih izvora sredstava,

- pokazatelji aktivnosti, ukazuju na brzinu cirkulacije imovine u poslovnom procesu, te mogu ukazati na uzroke nezadovoljavajuće profitabilnosti, na mogućnost njezinog poboljšanja,
- pokazatelji ekonomičnosti, mjere odnos prihoda i rashoda, to jest pokrivenost rashoda prihodima te pokazuju koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda,
- pokazatelji profitabilnosti, mjere povrat uloženog kapitala, što se smatra najvišom upravljačkom djelotvornošću i
- pokazatelji investiranja, mjere uspješnost ulaganja u dionice poduzeća tj. koliko je novčanih jedinica ostvareno po dionici.

Navedeni pokazatelji klasificiraju se u dvije temeljne skupine: pokazatelje sigurnosti i pokazatelje uspješnosti. Pokazatelji sigurnosti jesu pokazatelji likvidnosti, zaduženosti i financijske stabilnosti, dok su pokazatelji uspješnosti pokazatelji ekonomičnosti, profitabilnosti i investiranja. Pokazatelji aktivnosti ubrajaju se i u jednu i u drugu skupinu. Poduzeća koja dobro posluju trebaju zadovoljiti dva kriterija: kriterij sigurnosti i kriterij uspješnosti, a da bi navedeno bilo ispunjeno pokazatelji sigurnosti i uspješnosti trebali bi biti u referentnim vrijednostima.

Sami po sebi pokazatelji ne govore mnogo. Da bi pokazatelji pružili određene informacije o poslovanju poduzeća potrebno ih je promatrati kroz određeno razdoblje i stavljati ih u odnos sa usporedivim (referentnim) vrijednostima. Za usporedbu se mogu koristiti planirani pokazatelji za razdoblje koje se analizira, kretanje veličine određenog pokazatelja tijekom nekog vremena u istom poduzeću, te vrijednost pokazatelja drugog poduzeća u istoj grani.

Cjelovita analiza financijskih izvještaja stoga podrazumijeva pregled strukturnih i komparativnih financijskih izvještaja te izračun, usporedbu i interpretaciju financijskih pokazatelja poduzeća. U nastavku rada provedena je analiza uspješnosti poslovanja poduzeća dm Hrvatska d.o.o., primjenom cjelovite analize financijskih izvještaja.

3. ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA dm HRVATSKA d.o.o.

Poduzeće dm Hrvatska d.o.o. dio je uspješne njemačke kompanije dm, koja svoje poslovanje širi na 13 zemalja Europe. Poduzeće obilježava iznimno visoka profitabilnost u radu, na što u Hrvatskoj ukazuju podaci prikazani u financijskim izvještajima poduzeća. U ovome poglavlju prikazane su osnovne značajke samoga poduzeća i izvršena je analiza poslovanja pregledom dostupnih financijskih izvještaja.

3.1. Osnovne značajke poduzeća dm Hrvatska d.o.o.

Jedno od najpoznatijih poduzeća u Hrvatskoj svakako je dm, koji godinama ima titulu najpoželjnijeg poslodavca i jednoga od najprestižnijih poduzeća u zemlji. Inicijalno, dm potječe iz Njemačke. dm – drogerie markt je jedan od vodećih lanaca drogerije u Europi čije poslovanje seže u 1973. godinu kada je otvorena prva poslovnica dm-a u Njemačkoj (mjesto Karlsruhe). Upravo je Njemačka stoga matična zemlja ovoga drogerijskog lanca. Njegova internacionalna prisutnost započela je širenjem u susjednu Austriju, kada je 1976. godine u Linzu otvorena poslovnica. dm poslovanje u Hrvatskoj započinje otvaranjem prve poslovnice u Zagrebu (tržnica u Dubravi) 1996. godine. Danas je u Hrvatskoj dm prisutan sa 157 prodavaonica, pod okriljem domicilnoga poduzeća kćeri, dm Hrvatska.

Lanac drogerija dm-a prisutan je u ukupno 13 europskih zemalja, u kojima posluje ukupno 3464 prodavaonica, a u kojima je zaposleno 59046 zaposlenih. U Europi je dm zastupljen u ukupno 13 zemalja: Njemačka, Austrija, Mađarska, Češka, Slovačka, Slovenija, Hrvatska, Srbije, Bosna i Hercegovina, Rumunjska, Bugarska, Makedonija i Italija. Niže prikazana slika pokazuje rasprostranjenost dm-a u europskim zemljama te pripadajući broj poslovnica i godinu početka poslovanja dm-a u zemlji.

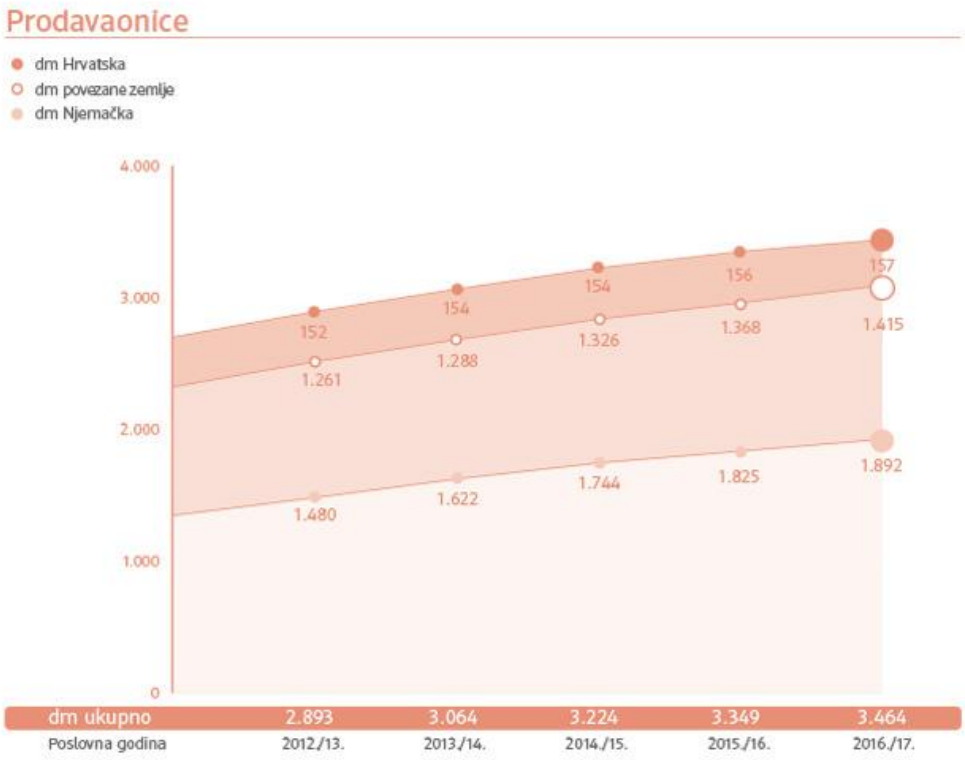
Slika 1.: dm u Europi



Izvor: https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/brojke_i_cinjenice/podaci_tvrtke/, 10.1.2018.

Matična zemlja u kojoj je dm osnovan i otkuda potiče je Njemačka. Broj poslovnica u Njemačkoj nadilazi ukupan broj poslovnica u ostalim zemljama u Europi gdje dm posluje. Niže prikazana slika ukazuje na navedeno.

Slika 2.: dm prodavaonice



Izvor:
https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/brojke_i_cinjenice/podaci_tvrtke/, 10.1.2018.

Od ukupnog broja poslovnica koliko ih je poslovalo u Europi do 30.9.2017. godine, 1892 poslovnice su u Njemačkoj. Ostalih 1415 je u drugih 11 europskih zemalja u kojima dm posluje, dok je u Hrvatskoj poslovalo njih 157. Linije trenda prikazane na slici jasno ukazuju na trend rasta broja poslovnica dm-a u Hrvatskoj i općenito u europskim zemljama. Navedeni trend jasna je slika uspješnog poslovanja dm-a u Europi, što ga između ostaloga čini jednom od najuspješnijih kompanija u Europi. Uspješnost u poslovanju odražava se i na radnu klimu. dm u Hrvatskoj slovi već duži niz godina za najpoželjnijeg poslodavca, uzmu li se u obzir uvjeti rada i pripadajuće beneficije. Postati zaposlenikom dm-a stoga je u interesu mnogih. Širenje mreže poslovnica dovodi do otvaranja novih radnih mjesta, čime se povećava broj zaposlenika dm-a u Europi, a između ostaloga i u Hrvatskoj. Povoljan tretman zaposlenika dio je cjelokupne filozofije dm-a koja je utemeljena davne 1982. godine, a prema kojoj je čovjek u središtu svih koncepata

poslovanja, nebitno nalazio se on u ulozi kupca ili u ulozi zaposlenika. Otuda proizlazi i prepoznatljivo „Tu sam čovjek“. Istraživanje koje je provela agencija Ipsos ukazala je da se dm u odnosu na konkurenciju najviše ističe u brizi za svoje zaposlenike. [1] Uz prosječnu neto plaću u prodavaonicama veću od 9.000 kuna, dm je u protekloj poslovnoj godini organizirao 137 edukacija te je razvio projekt dm akademije, a sve u svrhu osposobljavanja zaposlenika da idu ukorak sa potrebama kupaca, zahvaljujući novim znanjima iz botanike, kemije, farmakologije, prehrane ekonomije, a osiguravajući na taj način još bolje usluge i stručne savjete kupcima. (https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/odnosi_s_javnoscu/objave_za_medije/1091450/godisnje_izvjesce_o_poslovanju_2017.html, 10.1.2018.) Niže prikazana slika pokazuje broj zaposlenika dm-a u Europi, Njemačkoj i Hrvatskoj.

Slika 3.: Zaposlenici dm-a



Izvor; https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/brojke_i_cinjenice/podaci_tvrtke/, 10.1.2018.

[1] Čak 75% spitanika navedenog istraživanja smatra kako dm najviše brine o zaposlenicima. (https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/odnosi_s_javnoscu/objave_za_medije/1091450/godisnje_izvjesce_o_poslovanju_2017.html,10.1.2018.)

Sukladno podacima o broju poslovnica, jasno je kako će najveći broj zaposlenika dm-a biti upravo u Njemačkoj, u kojoj su poslovnice najbrojnije. Prisutan je trend stalnoga rasta broja zaposlenika, što je jasno vidljivo po ukupnim vrijednostima. Otvaranje samo jedne nove poslovnice u Hrvatskoj u 2017. godini dovelo je do širenja opsega poslovanja i porasta broja zaposlenih za 72 zaposlenika.

U Hrvatskoj dm predstavlja jednoga od lidera i vodećih konkurenata na području drogerijskih proizvoda. Stalna unapređenja poslovanja usmjerena su prema stvaranju konkurentskih prednosti. Ključni koncept poslovanja temelji se na ispunjavanju visokih zahtjeva prema kupcima i samim time stvaranjem izvrsnih okvirnih uvjeta za partnere. Na taj je način ostvareno da se pomoću logistike koja se dokazala u praksi i najmodernije tehnologije u Hrvatskoj postigne najvišu razinu kompetentnosti u pogledu asortimana i usluga. (https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/nacela/,10.1.2018.)

3.2. Poslovanje poduzeća dm Hrvatska d.o.o.

Liderska pozicija poduzeća na polju drogerijskih proizvoda svakako doprinosi uspješnijem poslovanju. dm Hrvatska od početaka svojega poslovanja u Hrvatskoj bilježi uspješno poslovanje. Asortiman proizvoda koji se nude na policama dm-a prilagođen je kupovnim mogućnostima svih građana. Stoga je moguće birati između proizvoda različitih cjenovnih razina. Vezano za prilagođenost asortimana kupovnim mogućnostima kupaca svakako je potrebno istaknuti dm-ove robne marke, koje su u ukupnom prometu ostvarile čak 29,41%. (https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/odnosi_s_javnoscu/objave_za_medije/1091450/godisnje_izvjesce_o_poslovanju_2017.html, 10.1.2018.)

Zahvaljujući ovakvom asortimanu dm ne bilježi značajnije smanjenje prihoda uslijed smanjenih kupovnih mogućnosti građana, što je posljedica kriznih razdoblja koja su pogodila između ostaloga i Hrvatsku. Prema posljednjim dostupnim podacima, koja su objavljeni do 30.9.2017. godine, dm Hrvatska bilježi nastavak rasta prihoda. Promet je u

poslovnoj godini 2016./2017.[2] povećan za 5,4% u odnosu na prethodnu poslovnu godinu (2015./2016.) Ostvareni promet iznosio je 2,1 milijardu kuna. U spomenutom razdoblju porast prometa povezan je sa povećanom potrošnjom od strane kupaca. Povećan je broj kupaca, ali je povećan i obujam kupovine. Tijekom poslovne godine 2016./2017. poslovnice dm-a u Hrvatskoj posjetilo je svakodnevno više od 86.400 kupaca, a prosječna kupovina iznosila je 76,38 kuna. (https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/odnosi_s_javnoscu/objave_za_medije/1091450/godisnje_izvjesce_o_poslovanju_2017.html, 10.1.2018.) Niže prikazana slika pokazuje promet poduzeća dm Hrvatska ostvaren u poslovnoj godini 2016./2017. i prethodnim poslovnim godinama.

Slika 4.: Promet dm Hrvatska do 30.9.2017. (u milijunima kuna)



Izvor: https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/brojke_i_cinjenice/podaci_tvrtke/,10.1.2018.

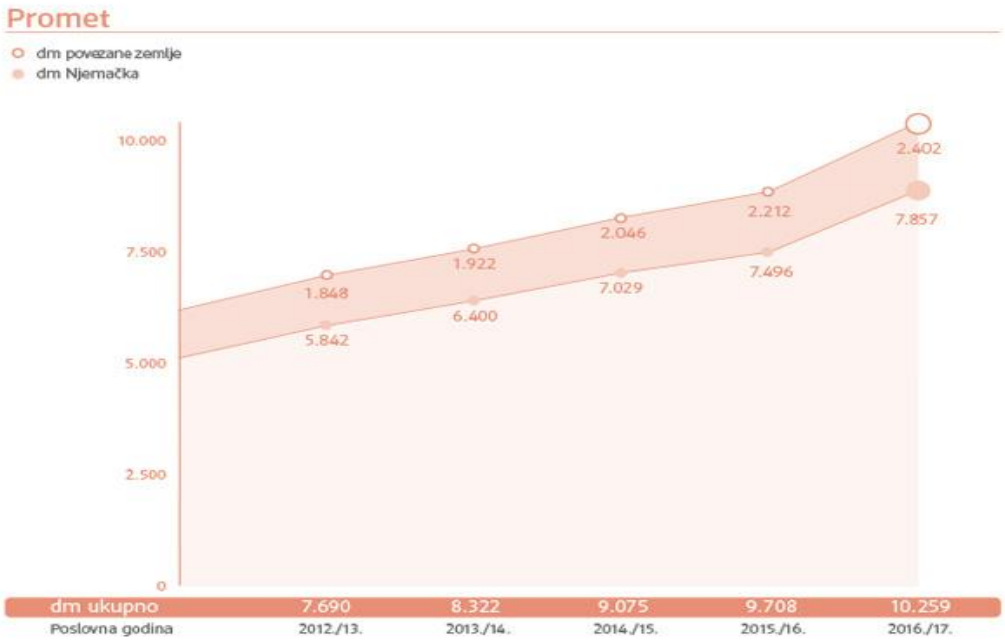
Slika prikazuje kretanje prometa poduzeća dm Hrvatska ostvarenoga od poslovne godine 2012./2013. pa sve do poslovne godine 2016./2017., te je u promatranom razdoblju

[2] Poslovna godina dm-a traje od 30.9. prethodne godine do 30.9. tekuće godine. Primjerice poslovna godina 2016./2017. traje od 30.9.2016. godine do 30.9.2017. godine.

uzme li se početna i posljednja godina ostvaren porast od 5,20%. U posljednjoj poslovnoj godini 2016./2017. zabilježen je promet od 2,066 milijarde kuna. Promet poduzeća dm Hrvatska bilježi u pravilu trend rasta izuzev polovne godine 2014./2015. kada je zabilježeno lagano smanjenje prometa. Porast prometa poduzeća dm Hrvatska usko je povezan sa povećanjem broja novih poslovnica dm-a u Hrvatskoj ali i sa povećanom potrošnjom stanovništva na drogerijske proizvode. U budućnosti je moguće očekivati daljnji rast prometa, s obzirom da dm ulaže značajna sredstva u razvoj poslovne mreže kao i asortimana. U poslovnoj godini 2016./2017. uloženo je 74 milijuna kuna u modernizaciju 37 prodavaonica dm-a u Hrvatskoj, otvaranje novoga logističkoga centra te otvorenje dvaju specijaliziranih odjela bezreceptnih medicinskih proizvoda. (https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/odnosi_s_javnoscu/objave_za_medije/1091450/godisnje_izvjesce_o_poslovanju_2017.html, 10.1.2018.)

Ostvareni promet poduzeća dm Hrvatska tek je neznatan dio ukupnog prometa koji grupacija dm ostvaruje. Niže prikazana slika pokazuje promet grupacije dm u Njemačkoj i ostalih 12 europskih zemalja.

Slika 5.: Promet dm-a u Europi do 30.9.2017. (u milijunima EUR)



Izvor: https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/brojke_i_cinjenice/podaci_tvrtke/, 10.1.2018.

Slijedom prikazanih podataka moguće je zaključiti kako je grupacija dm koja posluje u 13 europskih zemalja ostvarila u promatranom razdoblju, od poslovne godine 2012./2013. zaključno do poslovne godine 2016./2017., ukupan promet od 10,259 milijardi eura. Od toga je 7,857 milijardi eura prometa ostvareno u njemačkim poslovnicama dm-a dok je preostalih 2,402 milijuna eura ostvareno u ostalim zemljama u kojima dm posluje u Europi, njih 12 uključujući i Hrvatsku. O uspješnosti poslovanja grupacije svjedoči činjenica da se u posljednjih pet poslovnih godina bilježi stalni rast prometa.

U nastavku rada provedena je analiza uspješnosti poslovanja poduzeća dm Hrvatska u posljednjoj poslovnoj godini za koju su dostupna financijska izvješća. Na temelju podataka iz financijskih izvještaja ocijenjeno je poslovanje poduzeća u Hrvatskoj.

3.3. Analiza poslovanja poduzeća dm Hrvatska d.o.o.

Sukladno iznesenoj teorijskoj podlozi, analiza uspješnosti poslovanja subjekta dm Hrvatska provest će se analizom financijskih izvještaja, primjenjujući tri oblika analize: vertikalnu analizu, horizontalnu analizu te analizu pomoću pokazatelja. Prema prikazanom prometu kao i prema postojećim javno dostupnim financijskim izvještajima, poduzeće dm Hrvatska d.o.o. posluje uspješno, čemu svjedoči ostvarena dobit. Iscrpna analiza ukazati će na razinu uspješnosti poslovanja, sigurnost poslovanja te ekonomičnost i aktivnost poslovanja.

3.3.1. Vertikalna analiza

Svrha vertikalne analize je utvrditi udio pojedinih stavaka bilance odnosno računa dobiti i gubitka u ukupnoj aktivi odnosno u ukupnim prihodima. Tim putem može se ukazati na stabilnost poduzeća. Vertikalna analiza bilance ukazuje na udio pojedinih stavaka aktive u ukupnoj aktivi. Niže navedena tablica prikazuje vertikalnu analizu bilance poduzeća dm Hrvatska d.o.o.

Tablica 1.: Vertikalna analiza bilance

u 000 kn

	2015.	%	2016.	%
DUGOTRAJNA IMOVINA	**69976**	**19,33**	**80234**	**20,98**
Materijalna imovina	46962	12,98	49105	12,84
Nematerijalna imovina	11964	3,31	22151	5,79
Potraživanja za dane depozite	1649	0,46	1522	0,40
Odgođena porezna imovina	9401	2,60	7456	1,95
KRATKOTRAJNA IMOVINA	**278853**	**77,05**	**289695**	**75,77**
Potraživanja od kupaca i ostala potr	36283	10,03	32439	8,48
Zalihe	224067	61,91	236081	61,74
Novac i novčani ekvivalenti	18503	5,11	21175	5,54
UKUPNO IMOVINA	**348829**	**96,38**	**369929**	**96,75**
IZVANBILANCNA AKTIVA	**13090**	**3,62**	**12427**	**3,25**
AKTIVA	361919	100,00	382356	100,00
KAPITAL I REZERVE	**150294**	**41,53**	**182277**	**47,67**
Temeljni kapital	4833	1,34	4833	1,26
Zadržana dobit	145461	40,19	177444	46,41
DUGOROČNE OBVEZE	**10298**	**2,85**	**10233**	**2,68**
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	10298	2,85	10233	2,68
KRATKOROČNE OBVEZE	**188237**	**52,01**	**177419**	**46,40**
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	166589	46,03	163283	42,70
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	21648	5,98	14136	3,70
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	**348829**	**96,38**	**369929**	**96,75**
IZVANBILANCNA PASIVA	**13090**	**3,62**	**12427**	**3,25**
PASIVA	361919	100,00	382356	100,00

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

Tablica prikazuje vertikalnu analizu bilance poduzeća u 2015. godini i 2016. godini. Najveći dio ukupne aktive čini kratkotrajna imovina, čiji je udio smanjen u 2016. godini sa 77,05 % (2015.godina) na 75,77% unatoč vrijednosnom rastu. Posljedica je to

povećanja vrijednosti dugotrajne imovine u 2016. godini, što je dovelo i do rasta udjela dugotrajne imovine u ukupnoj aktivi sa 19,33% koliko je iznosio u 2015. godini na 20,98% koliko je iznosio 2016. godine.

Istovremeno, najveći udio ukupne pasive činile su u 2015. godini kratkoročne obveze (52,01%). Udio kratkoročnih obveza se smanjuje u 2016. godini na 46,40%, što je povezano sa smanjenom vrijednosti kratkoročnih obveza. Istovremeno povećava se udio kapitala i rezervi, sa 41,53% koliko je iznosio u 2015. godini na 47,67% koliko iznosi u 2016. godini. To povećanje povezano je sa značajnim rastom zadržane dobiti. Dugoročne obveze smanjuju se neznatno u 2016. godini, što dovodi do smanjenja njihova udjela u ukupnoj pasivi. Slijedom navedenoga, moguće je zaključiti da se u 2016. godini povećava stabilnost poduzeća, s obzirom da se gotovo polovica pasive odnosi na vlastite izvore (kapital i zadržana dobit).

Osim vertikalne analize bilance, potrebno je provesti i vertikalnu analizu računa dobiti i gubitka. Ova analiza ukazuje na udio pojedinih stavaka računa dobiti i gubitka u ukupnim prihodima, odnosno pokrivenost pojedinih stavaka računa dobiti i gubitka ukupnim prihodima. U nastavku je prikazana tablica sa provedenom analizom.

Tablica 2.: Vertikalna analiza Računa dobiti i gubitka

u 000 kn

	2015.	%	2016.	%
Prihod od prodaje	1553862	95,36	1576127	95,22
Ostali prihodi	75595	4,64	79124	4,78
Ukupno prihodi	**1629457**	**100,00**	**1655251**	**100,00**
Nabavna vrijednost prodane robe i usluga	-992346	60,90	-1001594	60,51
Troškovi materijala i usluga	-229856	14,11	-240680	14,54
Troškovi zaposlenih	-214790	13,18	-217024	13,11
Amortizacija	-42079	2,58	-41529	2,51
Ostali poslovni rashodi	-55175	3,39	-61511	3,72
Ostali dobici-neto	435	0,03	686	0,04
Ukupno rashodi	**-1533541**	**94,11**	**-1561652**	**94,35**
Dobit iz redovnog poslovanja	95916	5,89	93599	5,65

Dobit prije poreza	**95916**	**5,89**	**93599**	**5,65**
Porez na dobit	-21325	1,31	-17507	1,06
Odgođeni porez	1487	0,09	-1945	0,12
Dobit razdoblja	**76078**	**4,67**	**74147**	**4,48**
Ostali sveobuhvatni gubitak	-706	0,04	-564	0,03
Sveobuhvatna dobit razdoblja	75372	4,63	73583	4,45

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

Tablica prikazuje vertikalnu analizu računa dobiti i gubitka. Izuzetno je važno analizirati udio pojedine vrste prihoda u ukupnim prihodima, ukupnih rashoda u ukupnim prihodima te dobiti u ukupnim prihodima. U 2015. godini prihod od prodaje činio je 95,36% ukupnog prihoda, dok je u 2016. godini njegov udio neznatno smanjen unatoč vrijednosnom povećanju. Ukupni rashodi činili su u 2015. godini 94,11% ukupnih prihoda, dok je u 2016. godini udio ukupnih rashoda u ukupnim prihodima iznosio 94,35%. Porast udjela ukupnih rashoda u ukupnim prihodima povezan je sa rastom vrijednosti rashoda. Takvo kretanje prihoda i rashoda dovelo je do smanjenja udjela dobiti u ukupnim prihodima. Najveći dio rashoda, nabavna vrijednost prodane robe i usluga, predstavlja 60,51% ukupnih prihoda, a od ostalih izraženijih vrijednosti jesu troškovi materijala i usluga koji čine 14,54% ukupnih prihoda te troškovi zaposlenih 13,11% ukupnih prihoda.

Dobit nakon oporezivanja (dobit razdoblja) iznosila je 2015. godine 4,67% ukupnih prihoda dok je 2016. godine njezin udio u ukupnim prihodima iznosio 4,48%.

Vertikalna analiza ukazuje na činjenicu da je ukupan iznos rashoda pokriven sa prihodima, te da nakon navedenog pokrića ostaje dobit, koja se smanjuje u 2016. godini uslijed većega rasta rashoda od rasta prihoda.

3.3.2. Horizontalna analiza

Uz vertikalnu analizu, o uspješnosti poslovanja moguće je zaključiti i iz horizontalne analize, koja ukazuje na kretanje pojedinih stavaka bilance i računa dobiti i gubitka u promatranom razdoblju. U nastavku je prikazana horizontalna analiza bilance i računa dobiti i gubitka.

Tablica 3.: Horizontalna analiza bilance

u 000 kn

	2015.	2016.	Indeks 2016./2015.	% promjena
DUGOTRAJNA IMOVINA	**69976**	**80234**	**114,66**	**14,66**
Materijalna imovina	46962	49105	104,56	4,56
Nematerijalna imovina	11964	22151	185,15	85,15
Potraživanja za dane depozite	1649	1522	92,30	- 7,70
Odgođena porezna imovina	9401	7456	79,31	- 20,69
KRATKOTRAJNA IMOVINA	**278853**	**289695**	**103,89**	**3,89**
Potraživanja od kupaca i ostala potr	36283	32439	89,41	- 10,59
Zalihe	224067	236081	105,36	5,36
Novac i novčani ekvivalenti	18503	21175	114,44	14,44
UKUPNO IMOVINA	**348829**	**369929**	**106,05**	**6,05**
IZVANBILANCNA AKTIVA	**13090**	**12427**	**94,94**	**- 5,06**
AKTIVA	361919	382356	105,65	5,65
KAPITAL I REZERVE	**150294**	**182277**	**121,28**	**21,28**
Temeljni kapital	4833	4833	100,00	-
Zadržana dobit	145461	177444	121,99	21,99
DUGOROČNE OBVEZE	**10298**	**10233**	**99,37**	**- 0,63**
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	10298	10233	99,37	- 0,63
KRATKOROČNE OBVEZE	**188237**	**177419**	**94,25**	**- 5,75**
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	166589	163283	98,02	- 1,98
Rezerviranja za ostale obveze i	21648	14136	65,30	- 34,70

naknade				
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	**348829**	**369929**	**106,05**	**6,05**
IZVANBILANCNA PASIVA	**13090**	**12427**	**94,94**	**- 5,06**
PASIVA	361919	382356	105,65	5,65

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

Tablica prikazuje horizontalnu analizu bilance. U 2016. godini dolazi do povećanja vrijednosti aktive odnosno pasive za 5,65%. Na strani aktive navedeni porast ostvaren je povećanjem dugotrajne i kratkotrajne imovine. Dugotrajna imovina povećana je za 14,66%, a najveći dio tog rasta ostvaren je u području nematerijalne imovine, koja je povećana za 85,15%. Istovremeno smanjuje se vrijednost potraživanja za dane depozite (smanjenje za 7,70%) te odgođene porezne imovine (smanjenje za 20,69%). Kratkotrajna imovina povećala se za 3,89%. Najveći dio tog rasta realiziran je kod zaliha, koje su povećane za 5,36%. Povećana je i vrijednost novca i novčanih ekvivalenata za 14,44%, dok je iznos potraživanja od kupaca smanjen za 10,59%. Na strani pasive, rast je ostvaren kod kapitala i rezervi, koje su povećane za 21,28%, a taj rast ostvaren je porastom zadržane dobiti za 21,99%. Vrijednost dugoročnih obveza smanjena je za 0,63% odnosno vrijednost kratkoročnih obveza smanjen je za 5,75%.

Sukladno horizontalnoj analizi bilance može se zaključiti kako je poslovanje poduzeća povoljno. Povećavaju se stavke aktive (imovina) dok se istovremeno umanjuju obveze poduzeća, a povećava zadržana dobit, djelujući time povoljno na vrijednost poduzeća.

Izuzev horizontalne analize bilance, potrebno je provesti i horizontalnu analizu računa dobiti i gubitka, što je prikazano u sljedećoj tablici.

Tablica 4.: Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka

u 000 kn

	2015.	2016.	Indeks 2016./2015.	% promjena
Prihod od prodaje	1553862	1576127	101,43	1,43
Ostali prihodi	75595	79124	104,67	4,67
Ukupno prihodi	**1629457**	**1655251**	**101,58**	**1,58**
Nabavna vrijednost prodane robe i usluga	-992346	-1001594	100,93	0,93
Troškovi materijala i usluga	-229856	-240680	104,71	4,71
Troškovi zaposlenih	-214790	-217024	101,04	1,04
Amortizacija	-42079	-41529	98,69	- 1,31
Ostali poslovni rashodi	-55175	-61511	111,48	11,48
Ostali dobici-neto	435	686	157,70	57,70
Ukupno rashodi	**-1533541**	**-1561652**	**101,83**	**1,83**
Dobit iz redovnog poslovanja	95916	93599	97,58	- 2,42
Dobit prije poreza	**95916**	**93599**	**97,58**	**- 2,42**
Porez na dobit	-21325	-17507	82,10	- 17,90
Odgođeni porez	1487	-1945	- 130,80	- 230,80
Dobit razdoblja	**76078**	**74147**	**97,46**	**- 2,54**
Ostali sveobuhvatni gubitak	-706	-564	79,89	- 20,11
Sveobuhvatna dobit razdoblja	75372	73583	97,63	- 2,37

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

Tablica prikazuje horizontalnu analizu računa dobiti i gubitka. Horizontalnom analizom prikazano je kretanje stavaka računa dobiti i gubitka, to jest prihoda, rashoda i dobiti u promatranom razdoblju, u 2016. godini s obzirom na 2015. godinu. Ukupni su prihodi povećani 2016. godini u odnosu na 2015. godinu za 1,58%. Jednako tako povećani su i ukupni rashodi za 1,83%. Najveći doprinos rastu rashoda donijelo je povećanje troškova materijala i usluga, koji je u 2016. godini povećan za 4,71% u odnosu na 2015. godinu. Povećanje rashoda veće je od povećanja prihoda, što je dovelo do smanjenja dobiti. Dobit je u 2016. godini ostvarena, i iznosila je 93,599 milijuna kuna prije oporezivanja. U odnosu na ostvarenu dobit prije oporezivanja u 2015. godini, dobit prije

oporezivanja je smanjena za 2,42%. Jednako tako, dobit nakon oporezivanja u 2016. godini također je smanjena za 2,54% u odnosu na dobit ostvarenu u 2015. godini.

Provedena horizontalna analiza računa dobiti i gubitka pokazuje da se uspješnost poslovanja u 2016. godini smanjuje. Iako poduzeće posluje sa dobiti, niža dobit, kao posljedica većega porasta rashoda u odnosu na rast prihoda, pokazatelj je nešto niže uspješnosti poslovanja. Uspješnost poslovanja poduzeća ocijenjena je analizom pokazatelja uspješnosti, koja je prikazana u sljedećem dijelu rada.

3.3.3. Analiza pokazatelja poslovanja

Na razinu uspješnosti poslovanja ukazuju pokazatelji poslovanja: pokazatelji likvidnosti, pokazatelji zaduženosti, pokazatelj aktivnosti, pokazatelji ekonomičnosti i pokazatelji profitabilnosti.

Pokazatelji likvidnosti ukazuju na likvidnost poslovanja, odnosno na mogućnost pokrivanja kratkoročnih obveza likvidnim sredstvima u danom trenutku. Najlikvidnija imovina je kratkotrajna imovina, točnije novac i novčani ekvivalenti, stoga je posebno značajno ocijeniti omjer odnosno pokrivenost kratkoročnih obveza poduzeća ovim vidom kratkotrajne imovine. U slijedećoj tablici prikazani su pokazatelji likvidnosti i njihove vrijednosti u 2015. godini i 2016. godini.

Tablica 5.: Pokazatelji likvidnosti

	2015.	2016.	Indeks 2016./2015.
Koef. tekuće likvidnosti	1,48	1,63	110,22
Koef. ubrzane likvidnosti	0,29	0,30	103,83
Koef. trenutne likvidnosti	0,10	0,12	121,42

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

Tablica prikazuje tri pokazatelja likvidnosti. Koeficijent tekuće likvidnosti povećava se u 2016. godini za 10,22%. Taj porast vodi prema povoljnijoj vrijednosti pokazatelja, koji predstavlja omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza, a koji bi trebao biti veći od 2. Njegovo povećanje posljedica je rasta kratkotrajne imovine, uz istovremeno smanjenje kratkoročnih obveza. Kratkotrajna imovina je veća od kratkoročnih obveza, ali i dalje nije dostignuta poželjna vrijednost.

Koeficijent ubrzane likvidnosti koji predstavlja omjer kratkotrajne imovine umanjene za zalihe i kratkoročnih obveza trebao bi biti veći od 0,8. Iako je ovaj pokazatelj povećan u 2016. godini u odnosu na 2015. godinu za 3,83%, ipak njegova vrijednost nije u poželjnom intervalu. Ovo ukazuje na činjenicu da je značajan dio kratkotrajne imovine u obliku zaliha. U 2016. godini je 81% ukupne kratkotrajne imovine sadržano u zalihama, koje predstavljaju najmanje likvidan oblik kratkotrajne imovine.

Koeficijent trenutne likvidnosti predstavlja omjer novca i novčanih ekvivalenata te kratkoročnih obveza, a trebao bi biti veći od 10%. Ovaj pokazatelj je u traženim intervalima, odnosno iznad 10%. Vrijednost pokazatelja je povećana u 2016. godini za 21,42%, što je posljedica rasta vrijednosti novca i novčanih ekvivalenata ali i smanjenja vrijednosti kratkoročnih obveza u 2016. godini.

Analiza likvidnosti poduzeća primjenom prethodnih pokazatelja ukazuje da je poduzeće nedovoljno likvidno, odnosno da ne posjeduje dovoljno kratkotrane imovine u odnosu na kratkoročne obveze, kao i da je prevelik dio ukupne kratkotrajne imovine sadržan u njezinu najnelikvidnijem obliku-zalihama.

Uz pokazatelje likvidnosti, kao pokazatelje sigurnosti poslovanja, potrebno je analizirati i pokazatelje zaduženosti poduzeća. Prezaduženo poduzeće svakako nije siguran poslovni subjekt. U sljedećoj tablici prikazana je vrijednost pokazatelja zaduženosti.

Tablica 6.: Pokazatelji zaduženosti

	2015.	2016.	Indeks 2016./2015.
Koef. financijske stabilnosti	0,44	0,42	95,65
Koef. zaduženosti	0,57	0,51	89,13
Koef. vlastitog financiranja	0,43	0,49	114,36
Koef. financiranja	1,32	1,03	77,93
Faktor zaduženosti	1,67	1,55	92,85
Stupanj pokrića I	214,78	227,18	105,77
Stupanj pokrića II	147	128	86,66

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

Tablica prikazuje vrijednost pokazatelja zaduženosti. Koeficijent financijske stabilnosti omjer je dugotrajne imovine te kapitala i dugoročnih obveza, a trebao bi biti manji od 1. Njegova se vrijednost smanjuje u 2016. godini u odnosu na 2015. godinu za 4,35%, te iznosi 0,42%, što je povoljna vrijednost ovoga pokazatelja. Koeficijent zaduženosti predstavlja omjer ukupnih obveza i ukupne imovine, a njegova vrijednost može iznositi maksimalno 70%. Vrijednost pokazatelja se smanjuje u 2016. godini i iznosi 51%, što znači da su obveze manje od imovine, a to je povoljno za zaduženost poduzeća. Naime, ovakvo kretanje pokazatelja ukazuje da je povećanje imovine (rast dugotrajne imovine u 2016. godini) pokriveno iz vlastitih sredstava. Koeficijent vlastitog financiranja predstavlja omjer vlastitog kapitala i ukupne imovine, a povoljne su vrijednosti u intervalu od 0,3 do 0,5. Pokazatelj je 2016. godine povećan za 14,36%, te je u 2016. godini iznosio 0,49, što je i dalje u granicama traženoga, a što pokazuje da je gotovo polovica ukupne imovine (0,49) pokriveno vlastitim sredstvima. Koeficijent financiranja predstavlja omjer ukupnih obveza i vlastitog kapitala, a trebao bi biti manji od 1. Vrijednost pokazatelja se smanjuje u 2016. godini za 22,07% i iznosi 1,03 u 2016. godini, što je gotovo u traženom intervalu, ali pokazuje da je iznos ukupnih obveza ipak veći od iznosa vlastitog kapitala poduzeća. Faktor zaduženosti predstavlja omjer obveza i novčanoga toka, a maksimalno dozvoljena vrijednost je 3,5. Vrijednost pokazatelja se smanjuje u 2016. godini i iznosi 1,55, što je u traženim intervalima. Stupanj pokrića I i II su u traženim intervalima i pokazuju pokrivenost dugotrajne imovine vlastitim kapitalom odnosno dugoročnim

izvorima (obvezama). Stupanj pokrića I se povećava u 2016. godini što je povezano sa rastom vlastitog kapitala uslijed povećanja zadržane dobiti, a stupanj pokrića II se smanjuje što je posljedica smanjenja vrijednosti dugoročnih obveza.

Vrijednost pokazatelja ukazuje da poduzeće nije prezaduženo. Obveze poduzeća se smanjuju dok se istovremeno povećava vrijednost vlastitog kapitala, te se iz vlastitih izvora financira i nova dugotrajna imovina poduzeća.

U sljedećoj tablici prikazani su pokazatelji aktivnosti, kojima se pobliže određuje stupanj aktivnosti odnosno protoka kratkotrajne imovine u poslovnom ciklusu.

Tablica 7.: Pokazatelji aktivnosti

	2015.	2016.	Indeks 2016./2015.
Koef. obrtaja ukupne imovine	4,67	4,47	95,79
Koef. obrtaja kratkotrajne imovine	5,84	5,71	97,78
Koef. obrtaja zaliha	6,93	6,68	96,27
Koef. obrtaja potraživanja	42,83	48,59	113,45

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

Koeficijenti obrtaja ukazuju na brzinu protoka kratkotrajne imovine u poslovnom ciklusu, odnosno koliko se puta imovina okrene u jednom poslovnom razdoblju, a računaju se kao omjeri prihoda i pojedinih oblika imovina odnosno ukupne imovine. Koeficijent obrtaja ukupne imovine se smanjuje u promatranom razdoblju, što je posljedica većega rasta imovine u odnosu na rast prihoda. U 2016. godini se ukupna imovina obrne u poslovnom ciklusu 4,47 puta. Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine se smanjuje za 2,22% u 2016. godini. Smanjenje ovoga pokazatelja posljedica je jednako tako većega rasta imovine u odnosu na rast prihoda. Kratkotrajna imovina se u 2016. godini u poslovnom ciklusu obrne 5,71 puta. Koeficijent obrtaja zaliha se također smanjuje u 2016. godini. Njegovo smanjenje povezano je sa većim rastom zaliha. Zalihe, koje čine najveći dio ukupne kratkotrajne imovine, obrnu se u poslovnom ciklusu 6,68 puta. Koeficijent obrtaja potraživanja se povećava za 13,45% u 2016. godini, što je posljedica smanjenja potraživanja. Potraživanja se obrnu u poslovnom ciklusu 48,59 puta.

U sljedećoj tablici nalaze se izračunati pokazatelji ekonomičnosti poduzeća. Pokazatelji ekonomičnosti predstavljaju omjer prihoda i rashoda, odnosno koliko prihoda dolazi po jedinici rashoda. Ovi pokazatelji trebali bi biti veći od 1.

Tablica 8.: Pokazatelji ekonomičnosti

	2015.	2016.	Indeks 2016./2015.
Ekonomičnost uk. poslovanja	1,06	1,05	99,06
Ekonomičnost prodaje	1,56	1,57	100,64

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

Pokazatelj ekonomičnosti ukupnoga poslovanja omjer je ukupnih prihoda i ukupnih rashoda. Ovaj se pokazatelj smanjuje u 2016. godini, a to je povezano sa prethodno spomenutim većim rastom rashoda u odnosu na rast prihoda. Pokazatelj iznosi 1,06, što je povoljna vrijednost pokazatelja ekonomičnosti. U 2016. godini je na svaku 1 kn rashoda ostvarena 1,05 kuna prihoda. Pokazatelj ekonomičnosti prodaje se povećava u 2016. godini za 0,64%. Pokazatelj predstavlja omjer prihoda od prodaje i rashoda prodaje (troškovi prodanih proizvoda i usluga). U 2016. godini pokazatelj je iznosio 1,57, što je povoljno, a znači da na 1 kunu rashoda prodaje (troškova prodanih proizvoda i usluga) dolazi 1,57 kuna prihoda od prodaje. Pokazatelji ekonomičnosti su u povoljnim vrijednostima, što pokazuje da je poslovanje poduzeća ekonomično.

Slijedeća tablica donosi pokazatelje profitabilnosti. Iako poduzeće posluje sa dobiti, potrebno je ocijeniti njegovu profitabilnost, što se vrši pomoću pokazatelja profitabilnosti.

Tablica 9.: Pokazatelji profitabilnosti

	2015.	2016.	Indeks 2016./2015.
Neto profitna marža	0,05	0,04	95,94
Rentabilnost imovine	0,22	0,20	91,90
Rentabilnost kapitala	0,51	0,41	80,36

Izvor: izrada prema dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.

U tablici su prikazani ključni pokazatelji profitabilnosti. Pokazatelj neto profitna marža, kao omjer neto dobiti i prihoda, smanjuje se u 2016. godini kao posljedica smanjenja neto dobiti. Ovaj pokazatelj iznosio je 0,04, što znači da na 1 kunu prihoda dolazi 0,04 kuna dobiti. Pokazatelj rentabilnosti imovine omjer je neto dobiti i imovine. Ovaj se pokazatelj smanjuje 2016. godine za 8,10%, i iznosi 0,20, što znači da na 1 kunu imovine dolazi 0,200 kuna dobiti, to jest da 1 jedinica imovine stvara 0,20 jedinica dobiti. Pokazatelj rentabilnosti kapitala omjer je neto dobiti i kapitala poduzeća. Ovaj se pokazatelj smanjuje u 2016. godini za 19,64% i iznosi 0,41, što znači da 1 jedinica vlastitoga kapitala stvara 0,41 kunu dobiti. Temeljem analize pokazatelja profitabilnosti poduzeće je moguće ocijeniti kao profitabilno.

Provedena analiza pomoću pokazatelja ukazuje na sigurno i profitabilno poslovanje poduzeća. Likvidnost poduzeća se poboljšava, ali nije u traženim intervalima. Poduzeće nije zaduženo, te je vrijednost vlastitih sredstava gotovo jednaka vrijednosti obveza, a značajan dio imovine financira se vlastitim sredstvima. Poslovanje poduzeća je ekonomično i rentabilno. Uspješnost je neznatno narušena smanjenjem dobiti u 2016. godini.

4. ZAKLJUČAK

Poduzeća sve informacije o svojem poslovanju crpe iz računovodstva. U računovodstvu poduzeća sintetiziraju se sve informacije o poslovnim transakcijama poduzeća u toku promatranog razdoblja. Te informacije prikupljaju se i sustavno raspoređuju u financijske izvještaje, koji daju prikaz stanja i dinamike poslovanja poduzeća u promatranom razdoblju. Financijski izvještaji korisnike istih informiraju o poslovanju poduzeća. U financijske izvještaje ubrajaju se bilanca, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanom toku, izvještaj o promjenama glavnice i bilješke uz financijske izvještaje. Zakonom je određena forma za sve izvještaje (izuzev bilješki) kao i obveze sastavljanja, objavljivanja i slično. Dva najpoznatija i najčešće korištena financijska izvještaja jesu bilanca i račun dobiti i gubitka. Bilanca prikazuje stanje poduzeća na odabrani dan u godini, najčešće na kraju izvještajnog razdoblja (kraj godine). U bilanci se prikazuje imovina, obveze i kapital poduzeća, dok račun dobiti i gubitka prikazuje dinamiku poslovanja poduzeća u toku jedne godine (jednog izvještajnog razdoblja), kroz prihode i rashode odnosno njihovu razliku (dobit ili gubitak). Sam pregled financijskih izvještaja korisniku ne pruža dovoljno informacija o poslovanju poduzeća, stoga je iste potrebno sustavno analizirati. U te svrhe koristi se analiza financijskih izvještaja, kao skupina analitičkih metoda i tehnika kojima se obrađuju informacije sadržane u financijskim izvještajima. Analiza financijskih izvještaja korisnicima financijskih izvještaja pruža odgovarajuće podatke potrebne za procjenu uspješnosti i sigurnosti poslovanja poduzeća. U najčešće korištene tehnike analize financijskih izvještaja koriste se vertikalna analiza koja rezultira sa strukturnim financijskim izvještajima, horizontalna analiza koja rezultira sa komparativnim financijskim izvještajima te analiza pomoću pokazatelja. Ishod analize pomoću pokazatelja jesu financijski pokazatelji. Kako bi ukazali na sigurnost i uspješnost poslovanja isti se uspoređuju sa standardnim veličinama. To su u pravilu referentne vrijednosti za svaki pokazatelj, ali i usporedba sa pokazateljima prethodnih razdoblja. Moguće je nadalje uspoređivati sa pokazateljima koje mjere druga poduzeća, sa industrijskim prosjecima. Korištene skupine pokazatelja jesu: pokazatelji likvidnosti, pokazatelji zaduženosti, pokazatelji aktivnosti, pokazatelji ekonomičnosti i pokazatelji rentabilnosti.

Objekt analize u ovome radu bili su financijski izvještaji poduzeća dm Hrvatska d.o.o. Poduzeće dm Hrvatska d.o.o. je jedno od uspješnijih i utjecajnijih poduzeća u Hrvatskoj. Poduzeće je dio poznate međunarodne korporacije dm drogerie markt, sa sjedištem u Njemačkoj. Korporacija posluje u 13 europskih zemalja i ima stalnu tendenciju širenja poslovne mreže i rasta prodaje. Poduzeće pripada sektoru drogerijskog asortimana. U Hrvatskoj se stalno bilježi rast broja zaposlenih, povećanje prodajne mreže i rast profita. Ipak, Hrvatska tek djelomice sudjeluje u ukupnom profitu, koji je daleko najveći promatra li se poslovanje samo prodajne mreže u Njemačkoj. Pregledom financijskih izvještaja ustanovljeno je kako se 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. Međutim, sudeći prema komparativnim financijskim izvještajima jasno je vidljivo kako se dobitak smanjuje u odnosu na prethodno razdoblje, što je posljedica bržega rasta rashoda u odnosu na rast prihoda. Unatoč tom rastu, strukturni financijski izvještaji ukazuju na to da rashodi i dalje čine oko 95% ukupnih prihoda, čime je osigurana potpuna pokrivenost rashoda prihodima. Strukturni financijski izvještaji nadalje ukazuju i na povoljnu strukturu bilance. Veći je udio kapitala u ukupnoj pasivi u odnosu na udio obveza, što ukazuje na činjenicu da poduzeće ima povoljan omjer vlastitih sredstava u odnosu na obveze, što ga čini stabilnim. Kratkotrajna imovina čini preko 75% ukupne aktive što ukazuje na izraženu likvidnost poduzeća. Ipak, s obzirom na prirodu poslovanja, zalihe, kao najmanje likvidan oblik kratkotrajne imovine, čine 62% ukupne aktive. Time se djelomice umanjuje likvidnost poduzeća. Upravo stoga pokazatelji likvidnosti su manje povoljni. Dodatnom analizom pokazatelja zaduženosti zaključuje se kako poduzeće nije prezaduženo, što ga zajedno sa analizom likvidnosti čini sigurnim subjektom. Poduzeće nije prezaduženo, te je vrijednost vlastitih sredstava gotovo jednaka vrijednosti obveza, a značajan dio imovine financira se vlastitim sredstvima. Poslovanje poduzeća je s obzirom na vrijednosti pokazatelja ocijenjeno kao ekonomično i rentabilno. Uspješnost poduzeća je neznatno narušena smanjenjem dobiti u 2016. godini. Poduzeće kao takvo korisnicima biva prezentirano kao iznimno siguran i uspješan subjekt poslovanja.

LITERATURA

1. dm-drogerie markt d.o.o., Zagreb, 2016. Izvješće neovisnog revizora i financijski izvještaji 30.9.2016.
2. Grupa autora, 2006., Računovodstvo trgovačkih društava, Sveučilišna tiskara, Zagreb
3. Gulin et al., 2012., Poslovno planiranje, kontrola i analiza, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika
4. Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, 2000., Međunarodni računovodstveni standardi 2000., Zagreb
5. Skupina autora, 2010., Računovodstvo trgovačkih društava, TEB – Poslovno savjetovanje, Zagreb
6. Vinković Kravaica, A., Ribarić Aidone, E., 2009., Računovodstvo- temelj donošenja poslovnih odluka, Veleučilište u Rijeci
7. Zakon o računovodstvu, NN 109/07
8. Žager, K., et al., 2008., Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb
9. Žager, K., Žager, L.,1999., Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb
10. http://www.efzg.unizg.hr/UserDocsImages/RAC/hpercevic/racunovodstvo/Financijski%20izvje%C5%A1taji.pdf
11. https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/brojke_i_cinjenice/podaci_tvrtke/
12. https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/o_nama/nacela/
13. https://www.dm-drogeriemarkt.hr/hr_homepage/odnosi_s_javnoscu/objave_za_medije/1091450/godisnje_izvjesce_o_poslovanju_2017.html

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS SLIKA

Slika 1. dm u Europi 14
Slika 2. dm prodavaonice 15
Slika 3. Zaposlenici dm-a 16
Slika 4. Promet dm Hrvatska do 30.9.2017. (u milijunima kuna) 18
Slika 5. Promet dm-a u Europi do 30.9.2017. (u milijunima EUR). 19

POPIS TABLICA

Tablica 1. Vertikalna analiza bilance 21
Tablica 2. Vertiklna analiza Računa dobiti i gubitka 22
Tablica 3. Horizontalna analiza bilance 24
Tablica 4. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka 26
Tablica 5. Pokazatelji likvidnosti 27
Tablica 6. Pokazatelji zaduženosti 29
Tablica 7. Pokazatelji aktivnosti 30
Tablica 8. Pokazatelji ekonomičnosti 31
Tablica 9. Pokazatelji profitabilnosti 31

POPIS SHEMA

Shema 1. Korisnici financijskih izvještaja 5