

# Poslovna analiza na primjeru poduzeća Mojowine bar

---

**Barić, Anđelo**

**Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni**

**2018**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Polytechnic of Šibenik / Veleučilište u Šibeniku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:775004>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-02-25**

*Repository / Repozitorij:*

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova Veleučilišta u Šibeniku](#)



Image not found or type unknown

**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU**  
**ODJEL MENADŽMENT**  
**SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ**  
**MENADŽMENT**

**Andelo Barić**

**POSLOVNA ANALIZA NA PRIMJERU PODUZEĆA**  
**MOJO WINE BAR**

**Završni rad**

**Šibenik, 2018.**

**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU**  
**ODJEL MENADŽMENT**  
**SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ**  
**MENADŽMENT**

**POSLOVNA ANALIZA NA PRIMJERU PODUZEĆA**  
**MOJO WINE BAR**

**Završni rad**

**Kolegij: Upravljanje troškovima**

**Mentor: Anita Grubišić, mag. oec. v, pred.**

**Student: Anđelo Barić**

**Matični broj studenta: 1219040288**

**Šibenik, rujan, 2018.**

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
1.1. Problem istraživanja .....	1
1.2. Cilj rada .....	2
1.3. Metode rada .....	2
1.4. Struktura rada .....	2
2. PROCJENA POSLOVANJA PODUZEĆA NA TEMELJU FINANCIJSKIH INSTRUMENTATA 4	
2.1. Pojam i značenje procjene uspješnosti poslovanja .....	4
2.1.1. Horizontalna analiza .....	13
2.1.2. Vertikalna analiza .....	13
2.2. Procjena prema pokazateljima .....	14
2.2.1. Pokazatelji zaduženosti .....	15
2.2.2. Pokazatelji ekonomičnosti .....	16
2.2.3. Pokazatelji profitabilnosti .....	17
2.2.4. Pokazatelji likvidnosti .....	19
2.3. Swot analiza .....	23
2.4. Pest analiza .....	25
3. ANALIZA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA NA PRIMJERU PODUZEĆA MOJO WINE BAR28	
3.1. Vertikalna i horizontalna analiza .....	28
3.2. Analiza na temelju pokazatelja financijskih izvještaja .....	32
3.2.1. Pokazatelj zaduženosti .....	32
3.2.2. Pokazatelj ekonomičnosti .....	33
3.2.3. Pokazatelj profitabilnosti .....	34
4. ZAKLJUČNO RAZMATRANJE O POSLOVANJU PODUZEĆA .....	36
5. ZAKLJUČAK .....	38
LITERATURA .....	39
POPIS ILUSTRACIJA .....	40



## **POSLOVNA ANALIZA NA PRIMJERU PODUZEĆA MOJO WINE BAR**

ANĐELO BARIĆ

Ive Družića 45, 22000 Šibenik, [abaric@gmail.com](mailto:abaric@gmail.com)

### Sažetak rada

Tema mog završnog rada je „ Poslovna analiza na primjeru poduzeća Mojo wine bara“. Ovu temu sam izabrao zbog tog što je ugostiteljstvo jedno od najrazvijenijih i najraširejinih djelatnosti na svijetu. U današnje vrijeme konkurencija u uslužnim djelatnostima je sve veća te je vrlo važno napraviti dobru poslovnu analizu i poslovni plan koji će omogućiti uspješan ulazak na tržište te zadržavanje na njemu. Cilj ovog istraživanja je utvrđivanje trenutnog stanja na tržištu pružanja ugostiteljskih usluga i anticipiranja budućeg poslovanja potrebno je provesti analizu okoline, potencijalne prilike i prijetnje, analizirati konkurenciju i zasićenost tržišta.

**Ključne riječi: poslovna analiza, ugostiteljstvo, upravljanje, trošak, tržište.**

( 45stranica / 13 tablica / 29 literaturnih navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u: Knjižnici Veleučilišta u Šibeniku

**Ključne riječi: poslovna analiza, ugostiteljstvo, upravljanje, trošak, tržište.**

Mentor: Anita Grubišić, mag.oec., v.pred.

Rad je prihvaćen za obranu:

## Professional Undergraduate Studies of Management

### MANAGEMENT OF COSTS ON EXAMPLE OF REANTING APARTMENTS IN ŠIBENSKO-KNINSKA COUNTY

ANDELO BARIĆ

Ive Družića 45, 22000 Šibenik, [abaric@gmail.com](mailto:abaric@gmail.com)

#### Abstract

The subject of my final work is "Business Analysis on the Example of a Mojo Wine Bar Company". I have chosen this topic because catering is one of the most developed and the most common activities in the world. Today, competition in service activities is growing and it is very important to make a good business analysis and business plan that will enable successful entry into the market and keep it on the market. The aim of this research is to determine the current situation in the market for the provision of catering services and to anticipate the future business, to analyze the environment, potential opportunities and threats, analyze competition and market saturation.

(45 pages // 13 tables / 29 references / original in Croatian language)

Paper deposited in: Library of Polytechnic in Šibenik

Keywords: **business analysis, catering industry, management, cost, market.**

Supervisor: Anita Grubišić, mag.oec., v.pred.

Paper accepted:

## **1. UVOD**

### **1.1. Problem istraživanja**

Ugostiteljski obrti općenito predstavljaju najzastupljeniju formu pravnog oblika kojom poslovni subjekti nastupaju na tržištima malog gospodarstva. Zbog jednostavnog osnivanja, doprinosa stvaranju novih vrijednosti i novih radnih mjesta u društvu kao i mogućnosti samozapošljavanja stvara se velika konkurencija na mikro i makro lokaciji

Svako poduzeće, ukoliko želi biti konkurentno, mora koristiti određenu poslovnu strategiju u razvoju svog proizvoda i poduzeća.

Između informacija i odlučivanja postoji međuzavisnost zbog čega se odluke, u pravilu, donose na temelju informacija. Temeljni izvor informacija potrebnih za upravljanje potječe iz računovodstva. Već se temeljna financijska ograničenja pri uravnoteženom rastu i razvoju poduzeća mogu prepoznati putem financijskih izvještaja. Temeljni kriteriji dobrog upravljanja su sigurnost i efikasnost mjerena rentabilnošću a upravo financijski izvještaji omogućavaju spoznavanje ta dva kriterija.

Nadalje, poduzeća bez adekvatne analize tržišta i okoline ne mogu postaviti realne ciljeve i razviti strategiju koji su od krucijalne važnosti za opstanak poduzeća. Bez angažmana menadžera u iterativnom procesu strateškog menadžmenta poduzeće neće biti sposobno odgovoriti na zahtjeve promjenjive okoline što znači da poduzeće neće moći formulirati i implementirati adekvatnu strategiju. Stoga će određene etape u procesu strateškog menadžmenta biti teoretski razrađene kao temeljni problem ovog rada.

Na temelju navedenog se kao problematika istraživanja ovog završnog rada postavlja analiza poslovanja ugostiteljskog objekta u cilju razvoja efikasne strategije poduzeća i njihovih proizvoda koja bi im omogućila proboj, rast i opstanak na tržištu.



## **1.2.Cilj rada**

Cilj ovog istraživanja je napraviti procjenu uspješnosti poslovanja na temelju analize okoline i financijskih izvještaja u razdoblju od 2012. do 2015. godine uz primjenu pripadajućih metoda i tehnika. Na temelju provedene analize donijet će se zaključak o financijskom zdravlju poduzeća i mogućnosti daljnjeg razvoja na tržištu.

## **1.3.Metode rada**

Ovaj rad se temelji na deduktivnom pristupu istraživanja s obzirom na prirodu problema i mogućnosti definiranja početnog teorijskog okvira. Deduktivnom logikom se razvijaju teorijske tvrdnje te ih se potom empirijski provjerava. Deduktivni pristup se primarno oslanja na prikupljanje kvantitativnih podataka te iz kojih proizlazi potreba objašnjenja uzročnih odnosa među varijablama. Ovom metodologijom omogućava se sažimanje velikog broja podatka i stvaranje informacija kojima se omogućuje komparacija među različitim pozicijama i kroz vrijeme. Kvantitativnim metodama pruža se i veći stupanj objektivnosti i točnosti rezultata.

U ovom radu korišteni su metode: kompilacija, klasifikacija, komparacije, statističke metode i grafičko prikazivanje u Microsoft Office Excel-u.

## **1.4.Struktura rada**

Rad se sastoji od šest dijelova: U uvodu se definira problem i predmet istraživanja, navedeni su ciljevi rada, pojašnjene su metode rada i dan je kratak pregled rada.

U drugom poglavlju provedena je analiza okoline, te su navedene metode i tehnike kojima se provodi analiza okoline. Definira se i izvodi SWOT i Pest analiza.

U trećem poglavlju su navedene metode i tehnike kojima se provodi procjena uspješnosti poslovanja. Definira se horizontalna i vertikalna analiza, pokazatelji uspješnosti poslovanja te njihova interpretacija.

U četvrtom poglavlju je izvedena procjena uspješnosti poslovanja na primjeru Mojo wine baratemeljem metoda i tehnika navedenih u prethodnom poglavlju. Na početku poglavlja su izneseni i osnovni podaci o poduzeću.

U petom poglavlju navedeno je zaključno razmatranje o poslovanju poduzeća.

U zadnjem dijelu je donesen zaključak u kojem su iznesene glavne spoznaje i rezultati do kojih se došlo temeljem istraživanja te je navedena korištena literatura.

## **2. PROCJENA POSLOVANJA PODUZEĆA NA TEMELJU FINANCIJSKIH INSTRUMENATA**

Ako se želi promišljati poslovanje nekog poduzeća, neophodna je odgovarajuća informacijska podloga. Znatan dio takvih informacija nastaje u računovodstvu i zapisan je u financijskim izvještajima. Osnovni zadatak računovodstva, kao uslužne funkcije neophodne za upravljanje poduzećem, jest prikupljanje i obrada podataka financijske prirode te prezentiranje tako dobivenih informacija zainteresiranim korisnicima. U tom su kontekstu financijski izvještaji završna faza računovodstvenog procesiranja podataka i pojavljuju se kao nosioci računovodstvenih informacija.

### **2.1. Pojam i značenje procjene uspješnosti poslovanja**

Cilj financijskog izvještavanja je informiranje zainteresiranih korisnika o financijskom položaju poduzeća kao i o uspješnosti poslovanja. Informirati korisnike znači prezentirati im sve relevantne i istovremeno pouzdane računovodstvene informacije u obliku i sadržaju prepoznatljivom i razumljivom osobama kojima su namijenjene.<sup>1</sup>

U suvremenim uvjetima poslovanja komunikacija poduzeća i okoline postala je nezaobilazan čimbenik svakodnevnog poslovanja poduzeća. Poduzeća sa svojom okolinom kontinuirano izmjenjuju informacije, pojedine, jasno, u skladu zakonskim obavezama poslovanja, kao što su to informacije u obliku periodičkih izvješća koja je potrebno dostavljati ustanovama poput Ministarstva financija, Državnog zavoda za statistiku, Odjela za statistiku Narodne banke Hrvatske, izvješća Gospodarskoj komori te drugim agencijama.<sup>2</sup>

Informacije o rezultatima poslovanja poduzeća najvažnije su informacije koje poduzeće razmjenjuje sa svojom okolinom koje omogućuju pravilnu ocjenu učinkovitosti te vrijednosti poduzeća. Potrebno je da informacije budu adekvatne tj. da se mogu upotrijebiti u svrhu za koju su namijenjene. Iznimno su bitne za široki krug korisnika informacije o financijskom položaju, financijskoj snazi, a prije svega budućim potencijalima zarađivanja poduzeća koje se dobivaju kao posljedica obveznih te općeprihvaćenih standarda evidencije poslovnih događaja.

---

<sup>1</sup> Žager, K., Žager, L. (1999) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb., str. 33.

<sup>2</sup> Dvorski, S., Ruža, F., Kovšca, V. (2007) Poslovna ekonomija, Tivatiskara, Varaždin., str. 39.

Menadžmentu poduzeća je od presudne važnosti interno izvješćivanje koje ga opslužuje brojnim upotrebljivim informacijama. Interno izvješćivanje nije strogo regulirano u svom formatnom obliku, ali se od poduzeća do poduzeća bitno ne razlikuje jer je riječ o gotovo standardiziranim postupcima.

Uloga internog izvještavanja je opskrbljivanje menadžmenta potrebnim informacijama za planiranje najboljeg mogućeg korištenja raspoloživih kapaciteta, ali je i kontrola ostvarenja zadanih poslovnih planova. Za uspješan proces upravljanja potreban je dobar upravljački informacijski sustav koji će obrađivati čitav niz financijskih ali i nefinancijskih podataka koji se pretvaraju u informacije u cilju donošenja ispravnih odluka.

Neovisno o tome o kojoj je razini upravljanja riječ, pretpostavka racionalnog upravljanja su informacije, a upravljane nije moguće zamisliti bez informacija koje se temelje na financijskim izvještajima i koje procesira računovodstvo poduzeća. Financijski izvještaji moraju biti objektivni i realni i moraju prikazivati stvarno poslovanje poduzeća. Financijski izvještaji služe kao podloga za niže razine upravljanja i za kraće razdoblje. Međutim i strategijsko se upravljanje koristi financijskim izvještajima kao značajnim izvorom informacija.<sup>3</sup>

Analiza financijskih izvještaja najvažniji je dio cjelokupne analize poslovanja poduzeća. U vrijeme donošenja godišnjih temeljnih financijskih izvještaja javlja se pojačan interes za analizom tih izvještaja. Mnogi korisnici financijskih izvještaja često kažu da iz njih ne mogu ocijeniti bonitet poduzeća. Ova analiza preduvjet je racionalnog upravljanja poslovanjem i razvojem poduzeća. Poduzeća se osnivaju radi ostvarivanja što veće dobiti. Maksimizacija dobiti predstavlja težnju postizanju što većih prihoda i što manjih rashoda. Analiza financijskih izvještaja prvenstveno je orijentirana na vrijednosne ili novčane podatke i informacije. Takva analiza je usmjerena na kvantitativne financijske informacije i zbog toga se često naziva još i financijskom analizom.

Međutim, da bi se dobile kvalitetne i cjelovite informacije za upravljanje, provode se cjelovite analize svih podataka i informacija bilo da se radi o vrijednosnim ili količinskim podacima i informacijama. Analiza financijskih izvještaja može se opisati kao proces primjene različitih

---

<sup>3</sup> Gulin, D., Tušek, B., Žager, L. (2004) Poslovno planiranje, kontrola i analiza, Sveučilišna tiskara, Zagreb., str. 14.

analitičkih sredstava i tehnika pomoću kojih se podaci iz financijskih izvještaja pretvaraju u upotrebljive informacije relevantne za upravljanje.<sup>4</sup>

Analiza financijskih izvještaja prethodi procesu upravljanja. Ona prethodi procesu planiranja koji čini sastavni dio upravljanja. Za dobro upravljanje planiranje je vrlo važno. Zasigurno je planiranje važno kako bi financijski menadžeri bili uspješniji. Zadatak analize financijskih izvještaja upravo je u tome da prepozna dobre osobine poduzeća da bi se te prednosti mogle iskoristiti, ali i da prepozna slabosti poduzeća kako bi se mogla poduzeti korektivna akcija. Financijski menadžer mora planirati svoje buduće financijske uvjete, a njegovo planiranje mora započeti analizom financijskih izvještaja i to sve kako bi se osigurala financijska stabilnost poduzeća.

Analiza financijskih izvještaja stvara, dakle, informacijsku podlogu za potrebe upravljanja, tj. odlučivanja. Međutim, potrebno je voditi računa o tome da je pristup analize financijskih izvještaja problematici odlučivanja parcijalan pristup, koji premda obuhvaća bitne elemente za donošenje poslovne odluke, ipak ne obuhvaća cjelinu. S tim u vezi potrebno je naglasiti da je poslovna odluka determinirana namjerom, odnosno svrhom koja se želi postići, raspoloživim informacijama i promišljanjem, tj. prosuđivanjem o sadašnjem i budućem poslovanju.<sup>5</sup>

Temeljni financijski izvještaji su<sup>6</sup>:

- 1) Bilanca (eng. *Balance Sheet* ili *Statement of Financial Position*),
- 2) Račun dobiti i gubitka (eng. *Income Statement* ili *Statement of Earnings* ili *Profitand Loss Statement* ili *P & L Statement*),
- 3) Izvještaj o zadržanoj dobiti (eng. *Statement of Retained Earnings*),
- 4) Izvještaj o novčanom toku (eng. *Statement of Cash Flow*).

U članku 15. Zakona računovodstvu, obvezni financijski izvještaji su:

- bilanca, račun dobiti i gubitka,
- izvještaj o novčanom toku,
- izvještaj o promjenama na glavnici i
- bilješke uz financijske izvještaje.

---

<sup>4</sup> Ibid., str. 177.

<sup>5</sup> Ibid., str. 178.

<sup>6</sup> Žager, K., Žager, L. (1999) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb., str. 33.

Financijski položaj uobičajeno se odnosi na stanje i međuodnos imovine, obveza i kapitala pojedinog poduzeća. Prema Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja elementi koji su u izravnom odnosu s mjerenjem financijskog položaja su sredstva ( imovina), obveze i glavnica ( kapital).<sup>7</sup>

Slijedom navedenoga, bilanca se definira kao sustavni pregled stanja imovine, obveza i kapitala u određenom vremenskom periodu. Dakle, bilanca prikazuje imovinu kojom poduzeće raspolaže i obveze prema izvorima u određenom momentu. Iz podataka prikazanih u bilanci moguće je sagledati financijski sastav, likvidnost, solventnost ali i sposobnost poduzetnika na prilagodbu promjenama nastalim u njegovom okruženju.<sup>8</sup>

Bilanca, osim prethodno navedenoga, čini i podlogu analize financijskog položaja, a uzevši u obzir da ista prikazuje imovinu određenog poduzeća promatrano s dva različita aspekta, isto upućuje i na potrebu postojanja vrijednosne jednakosti, odnosno bilančne ravnoteže između aktive i pasive. Tako je u aktivi prikazana imovina, a u pasivi izvori imovine. Obveze prema izvorima imovine, ovisi o kvaliteti te obveze se dijele na obveze prema vlasniku i obveze prema ostalim kreditorima.

Nadalje, bilančne sheme mogu biti zakonski regulirane ili u obliku preporuke dane od strane jedne od računovodstvenih regulativa. U praksi razlikujemo različite vrste bilanci kao što su početne, pokusne, konsolidirane, zbrojne, diobene i sanacijske bilance. Navedene se bilance diferenciraju prema načinu sastavljanja, formi ili pak vremenu nastajanja, pa se početna bilanca sastavlja prilikom osnivanja poduzeća.

Račun dobiti i gubitka ili, drugim riječima, izvještaj o dobiti temeljni je financijski izvještaj opće namjene u koji sadrži informacije o uspješnosti poduzetnika velikom broju korisnika pri donošenju poslovnih odluka.

---

<sup>7</sup> Ibid., str. 53.

<sup>8</sup> Gulin, D., i sur. (2008) Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb., str. 48.

Račun dobiti i gubitka obuhvaća prihode, rashode, dobit i gubitak ostvaren tijekom određenog obračunskog razdoblja a sastavlja se na temelju podataka iz računa glavne knjige u kojima se evidentiraju prihodi i rashodi.<sup>9</sup>

Međunarodnim računovodstvenim standardima se prihodi i rashodi promatraju uzimajući u obzir njihov utjecaj na povećanje ili smanjenje ekonomske koristi, zbog čega su prihodi povećanje ekonomske koristi tijekom obračunskog razdoblja u obliku priljeva ili povećanja sredstava odnosno smanjenja obveza što rezultira povećanjem glavnice, ali ne ono u svezi s uplatama od strane vlasnika, dok je rashod suprotna kategorija i odnosi se na smanjenje ekonomske koristi kroz obračunsko razdoblje u obliku odljeva, odnosno iscrpljenja sredstava što rezultira smanjenjem glavnice, ali ne one u svezi s raspodjelom glavnice vlasnicima. Dakle, prihodi nastaju kao posljedica povećanja imovine ili smanjenja obveza, dok su rashodi posljedica smanjenja imovine i povećanja obveza.<sup>10</sup>

Prihodi i rashodi se promatraju kroz njihov utjecaj na povećanje ili smanjenje ekonomske koristi, a razlika prihoda i rashoda utječe na povećanje odnosno smanjenje kapitala. U slučaju da su prihodi poduzeća veći od rashoda, riječ je o pozitivnom financijskom rezultatu odnosno o dobiti tekuće godine. S druge strane, u slučaju da su prihodi manji od rashoda ostvaren je negativan financijski rezultat poduzeća odnosno gubitak tekućeg razdoblja.

Izvještaj o novčanom toku je financijski izvještaj kojisadržava podatke o novčanim priljevima i odljevima, s ciljem pružanja informacija o uspješnosti poduzeća u upravljanju novčanim sredstvima. Poduzeće rabi novac za nabavu imovine i za prodaju vlastitih proizvoda zbog čega ne začuđuje da su vlasnici poduzeća, zajedno s ostalim korisnicima, zainteresirani odakle poduzeću pristiže određeni novac i na koji se način taj novac troši. Navedeno je primarni razlog zbog kojeg je potrebno sastavljati izvještaj koji prikazuje izvore i uporabu novca.

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

- 1) Direktna metoda iskazivanja odnosi se na objavljivanje glavnih skupina bruto novčanih primitaka i izdataka pri čemu je potrebno iskazati sve novčane primitke i izdatke za poslovne, investicijske i financijske aktivnosti te prikazati rezultat promjene novca u neto iznosu.

---

<sup>9</sup> Ibid., str. 45.

<sup>10</sup> Žager, K., Žager, L. (1999) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb., str.45.

- 2) Indirektna metoda iskazivanja podrazumijeva da se neto gotovinski tijek izračunava tako da se dobitak ili gubitak nakon poreza usklađuje za sve transakcije nenovčane prirode te prihode i rashode vezane za financiranje novčanog tijeka.

Promjene u kapitalu zabilježene između dva datuma bilance, u najvećem broju slučajeva između tekuće i prethodne godine, ukazuju na povećanje ili smanjenje kapitala nastalo u promatranom razdoblju, a izvještaj o promjeni kapitala upućuje na promjene nastale u svim dijelovima kapitala.<sup>11</sup>

Bitno je naglasiti kako uz osnovne financijske izvještaje postoji čitav niz dopunskih izvještaja, a jedan od njih su bilješke uz financijske izvještaje čiji je cilj detaljnije pojašnjenje strukture, vrijednosti i obilježja pojedinih stavaka navedenih u njima. Navedeno prije svega znači da je riječ o razradi i dopuni podataka iz ostalih financijskih izvještaja. Bilješke moraju sadržavati one informacije koje se izravno ne iščitavaju iz temeljnih izvještaja, a koje su nužne za njihovo razumijevanje i ocjenu poslovanja. Sastavljanje i prezentiranje dodatnih informacija u formi bilješki povećava kvalitetu i upotrebljivost računovodstvenih informacija.

Bilješke su komplementarne s bilancom, računom dobiti i gubitka kao i izvještajem o novčanom toku jer isti sadrže informacije koje detaljnije objašnjavaju vrijednost i prirodu pojedinih pozicija u spomenutim izvještajima.

Gore navedena financijska izvješća predstavljaju temeljna financijska izvješća u Republici Hrvatskoj prema Zakonu o računovodstvu. Prema istom zakonu, mali poduzetnici nisu dužni sastavljati izvješća o novčanom toku, a sastavljaju i skraćena financijska izvješća.

Veliki su poduzetnici obvezni sastaviti i godišnje izvješće u kojem se prikazuju podaci o bitnim poslovnim događajima u poslovnoj godini, vjerodostojnom i vjerojatnom budućem razvoju poslovanja, aktivnostima istraživanja i razvoja te informacije o stjecanju vlastitih dionica. Veliki i srednje veliki poduzetnici organizirani kao dionička društva obvezni su jednom godišnje javno objaviti financijska izvješća (u obliku propisanom za male poduzetnike) i mišljenje revizora.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Ibid., str. 63.

<sup>12</sup> Vidučić, Lj., Pepur, S., Šimić Šarić, M. (2015) Financijski menadžment, RRIF, Zagreb., str. 424.



Najveći dio podataka koji se koristi za izračunavanje pokazatelja nalazimo u temeljnim financijskim izvještajima (bilanci, računu dobiti i gubitka, te izvješću o novčanim tokovima), a izbor pokazatelja koji će se računati i tumačiti ovisi upravo o tome kakvu odluku je potrebno donijeti.

Financijski pokazatelji, s obzirom na vremensku dimenziju, u osnovi se mogu podijeliti na dvije skupine. Jedna skupina financijskih pokazatelja odnosi se na razmatranje poslovanja društva unutar određenog vremenskog razmaka (najčešće je to godina dana) i temelji se na podacima iz računa dobiti i gubitka, a druga skupina financijskih pokazatelja odnosi se na točno određeni trenutak koji se podudara s trenutkom sastavljanja bilance i govori o financijskom položaju društva u tom trenutku.

Procjena uspješnosti poslovanja se temelji na analizi financijskih izvještaja. Analiza financijskih izvještaja je usmjerena na kvantitativne financijske informacije, te kao takva daje informacijsku podlogu za potrebe upravljanja, tj. odlučivanja. Da bi se došlo do financijskih informacija relevantnih za odlučivanje i upravljanje, koriste se metode koje su, prije svega, bazirane na raščlanjivanju i uspoređivanju. Uobičajene metode za analizu financijskih izvještaja su:<sup>13</sup>

- 1) Horizontalna analiza: na temelju komparativnih financijskih izvještaja i sagledavanja tendencija na temelju baznih indeksa.
- 2) Vertikalna analiza: na temelju strukturnih financijskih izvještaja.
- 3) Analiza pomoću pokazatelja: pojedinačni pokazatelji, skupine pokazatelja, sustavi pokazatelja i zbrojni ili sintetski pokazatelji.

Financijski izvještaji su finalni proizvod financijskog računovodstva, a namijenjeni su prvenstveno vanjskim korisnicima, iz čega se nameće zaključak kako je financijsko računovodstvo prvenstveno eksterno orijentirano. Vanjski korisnici financijskih izvještaja su, među ostalima, trenutni i eventualni ulagači, kreditori, vlada, vladine organizacije, kupci, dobavljači i ostali vjerovnici, burza, profesionalne institucije, stručne udruge itd. Navedeno čini financijske izvještaje nositeljima računovodstvenih informacija.

---

<sup>13</sup>Zager, K., Žager, L. (1999) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb., str. 157.-159.

Sadržaj i oblik objavljivanja financijskih izvještaja je u skladu s odredbama Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja odnosno s odredbama posebnih propisa koji određuju poslovanje pojedinih obveznika primjene Zakona o računovodstvu.

Financijsko je izvještavanje bitno jer je računovodstveni sustav najznačajniji dio informacijskog sustava poduzeća čija je zadaća prikupljanje i procesuiranje podataka pomoću kojih će se sastaviti financijski izvještaji koji se pak koriste radi zadovoljenja informacijskih potreba korisnika koji će na temelju dobivenih podataka donositi poslovne odluke.

Financijski izvještaji su potrebni i kao podloga za analizu cjelokupnog poslovanja poduzeća putem analize financijskih izvještaja koje će također pomoći u odlučivanju. Poduzeća imaju višestruke koristi od izrade financijskih izvještaja, neovisno o tome što izradom temeljnih financijskih izvještaja izvršavaju i zakonom utvrđenu dužnost.

Tri su prioritetna cilja financijskog izvještavanja<sup>14</sup>:

- 1) Financijsko izvještavanje mora osigurati upotrebljive informacije sadašnjim i potencijalnim kreditorima i investitorima te ostalim korisnicima za donošenje racionalnih odluka o investiranju, kreditiranju, i slično. Informacija mora biti razumljiva svim korisnicima.
- 2) Financijsko izvještavanje mora osigurati informacije koje će pomoći sadašnjim i potencijalnim investitorima i kreditorima i ostalim korisnicima u procjenjivanju iznosa, vremena i neizvjesnosti budućih primitaka od dividendi, kamata, prodaje, i sl. Dakle, moraju se osigurati informacije o novčanim tokovima (eng. *cash flows*).
- 3) Financijsko izvještavanje mora osigurati informacije o ekonomskim resursima poduzeća, funkciji tih resursa i načinu upotrebe, efektima transakcija i promjeni resursa, o potrebama za dodatnim resursima, i sl.

Korisnici financijskih izvještaja su aktualni i potencijalni ulagači, zaposlenici, zajmodavci, dobavljači i drugi poslovni vjerovnici, kupci, države i njene agencije te javnost, koji koriste financijske izvještaje kako bi zadovoljili svoje različite potrebe za informacijom. Navedene potrebe uključuju<sup>15</sup>:

---

<sup>14</sup> Gulin, D., i sur. (2008) Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb., str. 154.

<sup>15</sup> Habek, M. (2000) Međunarodni računovodstveni standardi, RRIF, Zagreb., str. 5.

- 1) **Ulagачi.** Pružatelji rizičnog kapitala i njihovi savjetnici u konstantnoj su brizi zbog rizika svojstvenog ulaganjima te prihodima od tih ulaganja. Navedenima je potrebna informacija pomoću koje će se uvjeriti o ispravnosti pojedine odluke, primjerice o kupnji, zadržavanju ili prodaju. Dioničari su u istoj mjeri zainteresirani za informaciju pomoću koje će procijeniti sposobnost poduzeća za isplate dividendi.
- 2) **Zaposlenici.** Zaposlenici i njihove predstavničke skupine zainteresirani su za informaciju o stabilnosti i profitabilnosti vlastitih poslodavaca, kao i za informaciju uz koju će procijeniti sposobnosti poduzeća da osigura nagrađivanje, mirovine i mogućnosti zapošljavanja.
- 3) **Zajmodavci.** Zajmodavci su zainteresirani za informaciju pomoću koje će odrediti hoće li se njihovi zajmovi i pripadajuće kamate pravodobno platiti.
- 4) **Dobavljači i drugi poslovni vjerovnici.** Dobavljače i druge poslovne vjerovnike zanima informacija pomoću koje će odrediti hoće li se svote koje im se duguju pravodobno platiti. Poslovne vjerovnike zanima poslovanje poduzeća za kraće razdoblje od zajmodavaca, osim ako su kontinuirano ovisni o tom poduzeću kao njihovom glavnom kupcu.
- 5) **Kupci.** Kupci su zainteresirani za informaciju o stalnosti poslovanja poduzeća, osobito ako su dugoročno poslovno povezani ili su ovisni o tom poduzeću.
- 6) **Države i njihove agencije.** Države (vlade) i njihove agencije zainteresirane su za raspored resursa odnosno za aktivnost poduzeća. Isti zahtijevaju informaciju kako bi uredili aktivnosti poduzeća, odredili porezne politike i osnovicu za statistiku nacionalnog dohotka i druge slične statistike.
- 7) **Javnost.** Poduzeća utječu na pojedince u javnosti na brojne načine. Primjerice, poduzeća mogu značajno pridonijeti lokalnom gospodarstvu, prije svega zapošljavanjem većeg broja ljudi te brigom nad lokalnim opskrbljivačima. Financijski izvještaji pomažu javnosti pružajući informaciju o trendovima i posljednjim dostignućima poduzeća te o raznolikosti njegovih aktivnosti.

Najznačajniji interni korisnik financijskih izvještaja je menadžment poduzeća, kojem su za sve kategorije iz financijskih izvještaja značajne, a osim toga isti ima prioritarnu odgovornost za sastavljanje i prezentiranje financijskih izvještaja poduzeća. Menadžment je zainteresiran za informacije iz financijskih izvješća neovisno o tome što on za svoje potrebe ima pristup dodatnim upravljačkim i financijskim informacijama.

Računovodstvo je dužno osigurati korisnicima informacije (financijske izvještaje) koje su im potrebne za mnogostruke namjene. Iz navedenoga proizlazi kako računovodstvo mora biti orijentirano ka korisnicima, iz čega se nameće da mora zadovoljiti očekivanja raznovrsnih interesnih grupa. Menadžment je ovlašten odrediti oblik i sadržaj dodatnih informacija ukoliko mu informacije iz financijskih izvještaja nisu dostatne. Takve dodatne informacije pomažu mu pri planiranju, odlučivanju i kontroli.

### **2.1.1. Horizontalna analiza**

Horizontalna analiza je analiza financijskih izvještaja koja omogućava uspoređivanje podataka kroz dulji vremenski period s ciljem evidentiranja tendencija i dinamike promjena u apsolutnim i relativnim iznosima osnovnih financijskih izvještaja pozicija u tekućem razdoblju u odnosu na ono u prethodnoj godinu.

Ova analiza omogućuje pregled i usporedbu financijskih izvještaja kroz duže vremensko razdoblje kako bi se utvrdio trend promjena pojedinih pozicija tih izvještaja. Ključna varijabla u ovoj analizi je vrijeme, stoga je prvenstveno potrebno napraviti komparacijske financijske izvještaje za duže vremensko razdoblje kako bi se utvrdila apsolutna i relativna promjena pozicija.<sup>16</sup>

Kod analize u dužem vremenskom razdoblju, da bi se otkrile tendencije i dinamika pojedinih pozicija, koriste se i bazni indeksi, gdje se bazna godina uobičajeno izjednačava sa 100. Cilj horizontalne analize je utvrditi pozitivne i negativne promjene, koji je njihov uzrok i procijeniti vjerojatnost da se takav trend nastavi.<sup>17</sup>

### **2.1.2. Vertikalna analiza**

Pod vertikalnom se analizom podrazumijeva najčešće uspoređivanje financijskih podataka iz financijskih izvještaja u jednoj godini. Da bi mogli provesti vertikalnu analizu potrebe su nam podloge koje omogućuju uvid u strukturu bilance i izvještaja o dobiti. Problematika analize financijskih izvještaja ne iscrpljuje se postupkom horizontalne i vertikalne analize. U tom

---

<sup>16</sup> Šodan, S. (2015) Nastavni materijal - Financijska analiza poslovanja, Ekonomski fakultet, Split, P6 i P7, str. 1.

<sup>17</sup> Ibid, str. 1.

kontekstu najznačajniji su pokazatelji analize financijskih izvještaja pa se obično govori o pojedinačnim pokazateljima, skupinama pokazatelja, sustavima pokazatelja i zbrojnim ili sintetskim pokazateljima. Postupak horizontalne analize usmjeren je na razmatranje tendencija i dinamike promjene pojedinih pozicija financijskih izvještaja tijekom razdoblja (primjerice dvije ili više godina). Nasuprot tome, vertikalna analiza usmjerena je na razmatranje strukture financijskih izvještaja. Međutim, postupak vertikalne i horizontalne analize potrebno je razmatrati povezano, i to posebice u slučajevima kada postoji inflacija. Kao što je poznato, u takvim uvjetima nema smisla uspoređivati apsolutne iznose prethodne i tekuće godine, već je tu usporedbu moguće ograničiti samo na strukturu, tj. na relativni iskaz.<sup>18</sup>

Vertikalna analiza usmjerena je na razmatranje strukture financijskih izvještaja tj. uspoređuje pozicije financijskih izvještaja u jednoj godini. Dakle, uspoređuje pojedine pozicije iz financijskih izvještaja s povezanim pozicijama u istom izvještaju. Uobičajeno se kod bilance aktiva i pasiva izjednačavaju sa 100, a kod računa dobiti i gubitka prihodi od prodaje ili ukupni prihodi, što znači da se pojedine pozicije bilance odnosno računa dobiti i gubitka izražavaju kao postotak od ukupne aktive ili pasive odnosno prihoda od prodaje ili ukupnih prihoda. Stoga razlikujemo vertikalnu analizu bilance i vertikalnu analizu računa dobiti i gubitka.<sup>19</sup>

## **2.2.Procjena prema pokazateljima**

Na temelju financijskih izvještaja izračunat će se financijske pokazatelje preko koji se može vidjeti kakav je trend poslovanja. U ekonomskoj teoriji danas financijske pokazatelje efikasnosti poslovanja i efikasnosti financiranja najčešće klasificiramo kroz:

- pokazatelje likvidnosti,
- pokazatelje zaduženosti,
- pokazatelje aktivnosti,
- pokazatelje ekonomičnosti,
- pokazatelje profitabilnosti.

Za navedeno poduzeće su uzeti pokazatelji zaduženosti, profitabilnosti i ekonomičnosti.

---

<sup>18</sup> Žager, K., Žager, L. (1999) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb., str. 166.

<sup>19</sup> Ibid., str. 164.

### 2.2.1. Pokazatelji zaduženosti

Pomoću pokazatelja zaduženosti je vidljiva struktura kapitala, kao i načini na koje poduzeće financira vlastitu imovinu. Pokazatelji zaduženosti svojevrsna su mjera stupnja rizika ulaganja u poduzeće, odnosno pokazatelji zaduženosti određuju stupanj korištenja posuđenih financijskih sredstava. Najčešće korišteni pokazatelji zaduženosti su<sup>20</sup>:

1. koeficijent zaduženosti,
2. koeficijent vlastitog financiranja,
3. koeficijent pokrića kamata,
4. odnos duga i glavnice.

Koeficijent zaduženosti pokazuje koliki udio sredstava su osigurali vjerovnici te bi u pravilu vrijednost ovog pokazatelja trebala biti 0,5 ili niža. Koeficijent vlastitog financiranja prikazuje udio vlastitih sredstava u ukupnoj imovini poduzeća, stoga je poželjna jednaka ili veća vrijednost od 0,5.

Koeficijent pokrića kamata daje informaciju o tome koliko su troškovi kamata pokriveni s dobiti prije oporezivanja. Iz faktora zaduženosti proizlazi koliko godina je potrebno da se iz ostvarene zadržane dobiti uvećane za amortizaciju podmire ukupne obveze. Jasno je kako manji faktor zaduženosti označava manju zaduženost poslovnog subjekta. Temelje se na podacima iz bilance i računa dobiti i gubitka.

Izračun i najčešći pokazatelji zaduženosti su prikazani u Ilustraciji 3.

Tablica 1. Pokazatelj zaduženosti

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

<sup>20</sup> Šarlija (2009) Financijska analiza. Dostupno na:  
[http://www.mathos.unios.hr/analizapp/Files/Financijska\\_analiza.doc.pdf](http://www.mathos.unios.hr/analizapp/Files/Financijska_analiza.doc.pdf) (19.9.2018.)

koeficijent financiranja	ukupne obveze	glavnica
pokriće troškova kamata	dobit prije poreza i kamata	kamate
faktor zaduženosti	ukupne obveze	zadržana dobit+amortizacija
stupanj pokrića I.	glavnica	dugotrajna imovina
stupanj pokrića II.	glavnica+dugoročne obveze	dugotrajna imovina

Izvor: Žager, K., Žager, L. (1999): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.177.

Prva tri navedena pokazatelja u tablici odražavaju statičku zaduženost jer se temelje na podacima iz bilance. Pokriće troškova kamata i faktor zaduženosti upozoravaju na dinamičku zaduženost jer uvažavaju vremenski aspekt podmirenja duga, odnosno sposobnost poduzeća da servisira dug. Oni se utvrđuju na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka.

### 2.2.2. Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji ekonomičnosti mjere odnos prihoda i rashoda. Takav odnos pokazuje koliko se prihoda ostvaruje po jedinici rashoda, stoga se pokazatelji ekonomičnosti računaju na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka. Zbog navedenoga se ti pokazatelji računaju na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka. Najčešći pokazatelji ekonomičnosti su<sup>21</sup>:

- ekonomičnost ukupnog poslovanja,
- ekonomičnost poslovanja,
- ekonomičnost financiranja.

Tablica 2. Pokazatelji ekonomičnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
-------------------	---------	----------

<sup>21</sup> Žager, K., Žager, L. (1999) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb., str. 252.

Ekonomičnost ukupnog poslovanja	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi
Ekonomičnost poslovanja (prodaje)	Prihodi od prodaje	Rashodi prodaje
Ekonomičnost financiranja	Financijski prihodi	Financijski rashodi

Izvor: Žager, K., Žager, L. (2008) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb., str.252.

### 2.2.3. Pokazatelji profitabilnosti

Pokazatelji profitabilnosti mjere povrat uloženog kapitala, a uobičajeno se razmatraju pokazatelji marže profita, rentabilnost imovine i rentabilnost glavnice. Pokazatelji se računaju na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka i bilance.

Analiza profitabilnosti poslovanja pojedinog poduzeća najvažniji je dio financijske analize, a riječ je o odnosima koji povezuju profit s prihodima iz prodaje i investicijama, a ukupno promatrani pokazuju ukupnu učinkovitosti poslovanja poduzeća. Što je viša vrijednost bruto marže profita, poduzeće je uspješnije u ostvarivanju zarade.

Najčešće korišteni pokazatelji profitabilnosti su<sup>22</sup>:

1. neto marža profita,
2. bruto marža profita,
3. povrat na ukupnu imovinu – ROA,
4. rentabilnost vlastitog kapitala.

Temeljni pokazatelji profitabilnosti i njihov postupak izračunavanja prikazani su u Ilustraciji 4.

---

<sup>22</sup> Ibid., str. 253.



Tablica 3. Pokazatelj profitabilnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
bruto marža profita	dobit prije poreza i kamata	ukupni prihod
neto marža profita	neto dobit + kamate	ukupni prihod
rentabilnost imovine (ROA)	dobit prije poreza i kamata	ukupna imovina
rentabilnost glavnice (ROE)	neto dobit	vlastiti kapital (glavnica)

Izvor: Žager, K., Žager, L. (1999): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.180.

Profitna marža nam pokazuje koliko poduzeće ostvaruje dobiti na 1 kunu prihoda. Bruto i neto profitna marža se razlikuju po poreznom opterećenju. Ako se profitna marža pomnoži sa koeficijentom obrtaja ukupne imovine dobit ćemo pokazatelj rentabilnosti imovine koji pokazuje koliko se dobiti ostvaruje na 1 kunu aktive. Rentabilnost glavnice pokazuje koliko se dobiti ostvaruje na 1 kn glavnice, tj. koliki je povrat na uloženi kapital. Za sve navedene pokazatelje je bolje da budu što veći.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Šodan, S., op. cit., str. 9.

#### 2.2.4. Pokazatelji likvidnosti

Ovi pokazatelji mjere sposobnost društva da podmiri svoje kratkoročne obveze iz brzo raspoloživih novčanih izvora. U odnos se stavljaju pozicije aktive i pasive bilance. Izračun i najčešći pokazatelji likvidnosti su prikazani u Ilustraciji 6.

Tablica 4. Pokazatelj likvidnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
koeficijent trenutne likvidnosti	novac	kratkoročne obveze
koeficijent ubrzane likvidnosti	kratkotrajna imovina - zalihe	kratkoročne obveze
koeficijent tekuće likvidnosti	kratkotrajna imovina	kratkoročne obveze
koeficijent financijske stabilnosti	dugotrajna imovina	kapital + dugoročne obveze

Izvor: Žager, K., Žager, L. (1999): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str.176.

**Koeficijent tekuće likvidnosti** pokazuje koliko su kratkoročne obveze društva pokrivena kratkotrajnom imovinom. Koeficijent bi trebao biti veći od 2, tj. kratkotrajna imovina bi trebala biti minimalno dvostruko veća od kratkoročnih obveza. Razloge tome je postojanje rizika unovčavanja kratkotrajne imovine, prvenstveno zaliha i potraživanja. Nasuprot tome, ovaj pokazatelj ne bi trebao biti ni prevelik, jer to upućuje na neefikasno upravljanje zalihama ili korištenje novca.

**Koeficijent ubrzane likvidnosti** pokazuje koliko su kratkoročne obveze pokrivena kratkotrajnom imovinom umanjenom za zalihe. Ističe se da bi ovaj koeficijent trebao biti 1 ili veći od 1, tj. poduzeće bi trebalo imati brzo unovčive imovine minimalno koliko ima i kratkoročnih obveza.

Okolinu predstavljaju utjecaji koji djeluju na poslovanje poduzeća i njih menadžment mora uvažavati u procesu odlučivanja. Okolina kontinuirano stvara nove prilike i opasnosti za poduzeće zbog čega je potrebno okolinu motriti i na vrijeme uočiti tekuće potencijalne prilike i prijetnje.<sup>24</sup> S jedne strane poduzeće utječe na okolinu, a s druge strane okolina utječe na poduzeće. Bitno je naglasiti da, kada utjecaj okoline postane dominantan u odnosu na poduzeće, tada ono upada u krizu iz koje teško može izaći.<sup>25</sup>

Analiza okoline je skup metoda i pristupa kojim poduzeće povećava svoju informacijsku spoznaju ili akcijsku osposobljenost. Svrha analize okoline je otkriti strateške faktore i ocijeniti njihov učinak.

Analiza okoline potencijalno zauzima glavnu ulogu u poslovnom uspjehu poduzeća. Tri su uloge analize okoline:

- 1) uloga orijentirana politici (najobuhvatnija, ali najslabije povezana s formalnim organizacijskim planiranjem),
- 2) uloga integrirajućeg strateškog planiranja (naglašava zatvorene odnose između analize okoline i formalnog organizacijskog planiranja),
- 3) uloga orijentirana funkcijski (specifično usmjerena na pojedina organizacijska pitanja).

Nadalje, dva su segmenta okoline zbog čega govorimo o eksternoj odnosno vanjskoj, i internoj ili unutarnjoj okolini. Eksterna ili vanjska okolina sadržana je od faktora koji indirektno, izvana, utječu na poduzeće a za eksternu su okolinu specifične brze, burne i neočekivane promjene koje utječu na pojavu tzv. Organizacijskog darvinizma u kojem se opstanak poduzeća veže za sposobnost istoga za kontinuirano praćenje promjena i za razvoj poduzeća koji se vezuje za sposobnost adaptacije poduzeća okolini.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Buble, M. (2003) Management malog poduzeća, II.dio: Osnove managementa, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 39.

<sup>25</sup> Buble, M. (2005) Strateški menadžment, Sinergija, Zagreb, str. 14.

<sup>26</sup> Ibid., str. 13.

Dva su ključna segmenta okoline – opća ili socijalna okolina te poslovna odnosno okolina zadatka. Opću ili socijalnu okolinu predstavljaju četiri snage neovisne o snazi konkretnog poduzeća, koje je zbog toga potrebno promatrati i adekvatno i pravovremeno na njih reagirati. Opću ili socijalnu okolinu čine komponente političko – pravne okoline, ekonomske okoline, socijalno-kulturne okoline te tehnološke okoline.

Političko pravna okolina sadržana je od mjera pomoću kojih država utječe na poduzeće, prije svega zakonskih i podzakonskih akata kao i mjera monetarne i fiskalne politike pomoću kojih se nastoji utjecati na ekonomsku stabilizaciju. Država ima posebnu ulogu u stvaranju političko-pravne okoline a manifestira se u sljedećem:

- 1) Utvrđivanje zakona i propisa izravno i neizravno utječu na poslovanje poduzeća. Nadalje, zakoni se mogu podijeliti na opće i posebne. Opći zakoni odnose se na sva poduzeća neovisno o djelatnosti, lokaciji ili veličini a to su Zakon o radu, Zakon o porezu i brojni drugi. Posebni se zakoni odnose na pravni oblik poduzeća, djelatnost poduzeća i slično (Zakon o obrtu, Zakon o ugostiteljstvu i slično), u pravilu je takvih zakona mnogo više. Osim toga, zakonima se regulira tržišna konkurencija, zaštita potrošača te se štiti okoliš.
- 2) Provođenje monetarne i fiskalne politike u svrhu makroekonomske stabilizacije. Cilj je svake države smanjiti stope nezaposlenosti, stabilizirati tečaj, ostvariti gospodarski rast i stabilnu razinu cijena, a monetarna i fiskalna politika ključni su instrumenti za postizanje istih koje zajedničkim mjerama nastoje ostvariti zacrtane ciljeve.
- 3) Preraspodjela nacionalnog dohotka u smislu financiranja zdravstva, školstva, mirovinskog osiguranja i znanosti. Da bi osigurala financijske resurse za navedene izdatke država uvodi razne doprinose, poreze na plaće i iz plaće, poreze na dobit i slično.

Ekonomska je okolina cjelokupnost prostora u kojemu poduzeće djeluje, a u kontekstu menadžmenta ekonomsku okolinu čine faktori inflacije, kamatne stope testope nezaposlenosti i potražnje.

Ekonomska okolina se odnosi na složeni ekonomski sustav u kojem djeluje određeno poduzeće. Najvažniji čimbenici u okolini su:

- 1) Poslovni ciklus
- 2) Inflacija
- 3) Ograničenost resursa i proizvodnost
- 4) Politika kamatnih stopa.

Socijalno-kulturnu okolinu čine četiri ključne dimenzije a riječ je o demografskim promjenama, vrijednostima i uvjerenjima ljudi, njihovih stavova prema radu te obrazovna struktura stanovništva.<sup>27</sup> Društvo u kojem ljudi žive stvara njihova temeljna uvjerenja, vrijednosti i norme. Oni usvajaju, gotovo nesvjesno, pogled na svijet koji određuje njihov odnos prema njima samima, prema drugima, prema prirodi i prema svijetu.<sup>28</sup>

Jedna od dimenzija okoline je demografija odnosno demografske promjene, a najznačajnija demografska obilježja su dobna struktura, prirodni rast/pad stanovništva, bračni status, religija, etničko podrijetlo i migracije. Tri su glavna ekonomska trenda koja utječu na poslovanje poduzeća - rast broja stanovništva, promjene u dobnoj strukturi i povećanje broja kućanstava s dva prihoda.

Tehnološka okolina su znanja o načinu obavljanja zadataka u poduzeću, prije svega pronalasci, tehnike i druga znanja koja se rabe u proizvodnji, distribuciji i prodaji proizvoda. Ista se provodi pomoću PEST analize čija je zadaća utvrditi prilike i prijetnje koje proizlaze iz djelovanja političko-pravne (P), ekonomske (E), socijalno-kulturne (S) i tehnološke (T) okoline.

Tehnologija je sveukupno znanje o načinu obavljanja stvari, ono omogućuje poboljšanje kvalitete proizvoda, proizvodnje, distribucije proizvoda i slično. Tehnološki napredak je taj koji omogućuje stvaranje novih proizvoda, proizvodnih tehnika i novih načina upravljanja. Razvoj jedne tehnologije u čestim slučajevima može dovesti do razvoja drugih tehnologija.

Koristi tehnologije su veća proizvodnost, viši standard, više slobodnog vremena i veća raznovrsnost proizvoda. Tehnologija ima brojne koristi ali ona također može stvoriti i probleme kao što su onečišćenje okoliša i zraka, gubitak privatnosti kroz upotrebu računalne tehnologije i brojni drugi.

---

<sup>27</sup> Buble, M. (2003) Management malog poduzeća, II.dio: Osnove managementa, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split., str. 40.

<sup>28</sup> Kotler, P. (1988) Upravljanje marketingom, Informator, Zagreb, str. 70.

Poslovnu okolinu odnosno okolinu zadatka sačinjavaju akteri iz neposredne okoline poduzeća, a jasno je kako je riječ o okolini u neposrednoj blizini poduzeća. Iz tog su razloga sva poduzeća u većoj mjeri orijentirana ka poslovnoj okolini koju čine konkurenti, kupci, dobavljači, vladine organizacije i interesne grupe, sindikati, vlasnici i partneri. Analizu poslovne okoline moguće je provesti na nekoliko načina, primjerice putem analize zainteresiranih grupa (eng. *stakeholders*) ili pomoću analize konkurentske okoline.<sup>29</sup>

### **2.3.Swot analiza**

Najjednostavnija metoda za analizu okruženja je Swot. Identificira pozitivne unutarnje sposobnosti poduzeća (snage) kao i unutarnje nesposobnosti koje značajno ometaju ili potpuno onemogućavaju ostvarenje utvrđenih ciljeva poduzeća (slabosti), te povezuje utjecaje koji pomažu poduzeću u ostvarivanju njegovih ciljeva (prilike) i utjecaje koji mogu potpuno onemogućiti ostvarenje ciljeva, pa čak i dovesti u pitanje opstanak i razvitak poduzeća (prijetnje).

Iz navedenoga proizlazi kako je Swot analiza sustavno prikupljane podataka koji se odnose na unutarnje faktore poduzeća, a riječ je o snagama (eng. *strengths*) kao pozitivnim faktorima i slabostima (eng. *weaknesses*) kao negativnima te eksternim faktorima sačinjenim od prilika (eng. *opportunities*) i prijetnji (eng. *threats*) s kojima se poduzeće suočava u svom okruženju. Analizirajući navedene faktore, zadaća je poduzeća kontinuirano unaprjeđivati utvrđene slabosti i prijetnje kako bi ih pretvorilo u snage i prilike pomoću kojih će poduzeće postići određene konkurentske prednosti na tržištu.

---

<sup>29</sup>Buble, M. (2003) Management malog poduzeća, II.dio: Osnove managementa, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split., str. 43.

Tablica 5. . SWOT analiza

<b>Snage</b>	<b>Prilike</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kvalitetna usluga</li> <li>- Ugodan dizajn objekta</li> <li>- Cijene prilagođene svakom gostu</li> <li>- Lojalnost gostiju</li> <li>- Dobra lokacija objekta</li> <li>- Organiziranje specijalnih događaja (koncerti, vinski festivali)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Smanjenje poreza na dobit</li> <li>- Porezne olakšice</li> </ul>
<b>Slabosti</b>	<b>Prijetnje</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zastarijela vanjska terasa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Širenje konkurenata i njihovih proizvodnih linija</li> <li>- Vladini zakoni</li> </ul>

Izvor: Izrada autora

Snage poduzeća su prije svega kvaliteta usluge i omogućavanje kupcu da dobije „vrijednost za novac“, što se ogleda u lojalnosti gostiju čija je usmena preporuka ponekad najbolja reklama. Nadalje, cijene su prilagođene gostima prosječne kupovne moći zbog čega je lokal privlačan različitim tipovima posjetitelja. Dobra i povezana lokacija objekta uz ugodan interijer i ljubazno i uslužno osoblje garant su dobre usluge. Povremena organizacija koncerata, vinskih festivala i sličnih okupljanja prilika su zadobivanja novih gostiju, što je svakako konkurentna prednost. Prilike se odnose prije svega na minimiziranje administrativnih i legislativnih poteškoća i prepreka, a veliku bi priliku predstavljalo smanjenje poreza na dobit kao i porezne olakšice.

Slabosti se ogledaju u dizajnu eksterijera, točnije u zastarijeloj vanjskoj terasi koja ne udovoljava zahtjevima suvremenog potrošača zbog čega je potrebno izdvojiti značajna financijska sredstva

za njeno preuređenje. Osim toga, vrijeme preuređenja ne smije biti tijekom intenzivne sezone jer bi poduzeće pretrpjelo gubitke.

## 2.4. Pest analiza

Pest analiza je alat za mjerenje poslovanja. PEST predstavlja akronim za političke, ekonomske, socijalne i tehnološke faktore koji se koriste da bi se procijenilo tržište iz aspekta poduzeća.

Tablica 6. Prikaz PEST analize

The image shows a 2x2 grid table titled "Vanjsko okruženje – PEST analiza". The quadrants are: Top-left: "Političko-pravni" with bullet points: "Vladine zabrane", "Stalni rast cijena" (sub-bullets: "Zakoni", "Zakonodavstvo"), "Ulazak u EU". Top-right: "Ekonomski" with bullet points: "Pad BDP-a", "Nezaposlenost", "Izvoz derivata", "Niske plaće", "Visoka cijena energenata", "Konkurencija". Bottom-left: "Socijalni" with bullet points: "Kvaliteta života" (sub-bullets: "Štednja", "Životne navike"), "Mediji". Bottom-right: "Tehnološki" with bullet points: "Standardi poslovanja", "Istraživanje i razvoj" (sub-bullets: "Tehnologija", "Poboljšanja").

Političko-pravni	Ekonomski
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vladine zabrane</li><li>• Stalni rast cijena<ul style="list-style-type: none"><li>• Zakoni</li><li>• Zakonodavstvo</li></ul></li><li>• Ulazak u EU</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pad BDP-a</li><li>• Nezaposlenost</li><li>• Izvoz derivata</li><li>• Niske plaće</li><li>• Visoka cijena energenata</li><li>• Konkurencija</li></ul>
Socijalni	Tehnološki
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kvaliteta života<ul style="list-style-type: none"><li>• Štednja</li><li>• Životne navike</li></ul></li><li>• Mediji</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Standardi poslovanja</li><li>• Istraživanje i razvoj<ul style="list-style-type: none"><li>• Tehnologija</li><li>• Poboljšanja</li></ul></li></ul>

Izvor: <https://image.slidesharecdn.com/ina-131119013046-phpapp01/95/ina-strateka-analiza-poduzea-3-638.jpg?cb=1384825163>

Svaki od navedenih tipova okoline se podijeli na odgovarajuće ključne komponente, nakon čega se promatra njihov mogući utjecaj na konkretno poduzeće.

Nakon opisa elemenata dimenzija okoline utvrđuje se da li svaki navedeni element čini priliku ili prijetnju za poduzeće.



Zatim se u sljedećim koracima ocjenjuje utjecaj faktora i važnost faktora da bi se dobila konačna ocjena težine prilike ili prijetnji svakog elementa ili utjecajnog faktora i prosječna ocjena svake dimenzije.

Utjecajni faktori se ocjenjuju prema sljedećoj skali:

- 1) prijetnje ocjenjuju ocjenama od -5 do 0,
- 2) prilike ocjenjuju ocjenama od 0 do +5

Faktor važnosti se ocjenjuje u intervalu od 0 do 10.

Političko – pravni čimbenici su nepovoljni prije svega zbog brojnih prepreka u vidu Vladinih zabrana i kontinuiranog rasta cijena. Navedeno utječe na cijene veleprodajnih artikala što pak nameće nužno poskupljenje asortimana. Nadalje, kontinuirano poskupljenje troškova komunalnih naknada i režija velika su prepreka poduzeću. Sve veći porezni nameti i stope PDV-a negativno se odražavaju na poslovanje.

S druge strane, u Republici Hrvatskoj kao punopravnoj članici Europske unije, donio je određene prednosti u vidu nepostojanja carina no odljev radne snage prepreka je poduzeću kojemu je sve teže pronaći adekvatan zaposlenički kadar.

Izrazita sezonalnost hrvatskog turizma također nije povoljna jer postoji izuzetan nerazmjer u ostvarenoj dobiti tijekom jednogodišnjeg razdoblja. Mjere iz Strategije razvoja turizma ne utječu u velikoj mjeri na poslovanje promatranog objekta.

Ekonomsko okruženje predstavljaju gospodarski čimbenici koji utječu na kupovnu moć potrošača i njihovu strukturu trošenja. Promjene u gospodarstvu slijede opće modele, često zvane gospodarski ciklusi. U tradicionalnom smislu, gospodarski ciklus ima tri faze – prosperitet, recesiju i oporavak. Može se reći da je u promatranom slučaju riječ o fazi oporavka no i dalje su prisutni veliki problemi u vidu pada bruto domaćeg proizvoda, velike i rastuće nezaposlenosti, izvozima derivata, niskim plaćama a posljedično i smanjenom kupovnom moći pri čemu su posjeti ugostiteljskim objektima namijenjenima razonodi svedeni na minimalnu mjeru, a osim toga povećanje konkurentskih objekata dovodi u pitanje opstojnost poduzeća.

Govoreći o socijalnom okruženju, rastući je problem u Republici Hrvatskoj demografski pad, iseljavanje stanovništva, odljev radne snage i opća demotiviranost naroda.

Tehnološko okruženje teoretski nameće brojne visoke standarde i informatizaciju poslovanja, što se u praksi pokazalo gotovo neizvedivim, prije svega zbog nedostatka financijskih sredstava. Ipak, mjesta za poboljšanje ima, a priliku čine poticaji i mjere javnih i državnih institucija, kao i mogućnost dobivanja projektnih sredstava Europskih fondova.

### 3. ANALIZA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA NA PRIMJERU PODUZEĆA MOJO WINE BAR

Mojo wine bar osnovan je na Trgovačkom sudu 2012. godine u Zagrebu. Nalazi se u samom centru grada u Martičevoj ulici. Mojo wine bar je u 100% privatnom vlasništvu, te prosječno zapošljava 10 radnika tokom cijele godine. Prema veličini u skladu sa zakonom o računovodstvu (članak 5.) Mojo wine bar je rangiran kao Mikro poduzeće.

#### 3.1. Vertikalna i horizontalna analiza

Slijedeća tablica prikazuje usporedbu pozicija aktive bilance, u periodu od 2012.-2015. godine te vertikalnu analizu aktive bilance u svakoj od tih godina.

Tablica 7. Komparativni prikaz i vertikalna analiza aktive bilance Mojo wine bara

Stavka	2012.		2013.		2014.		2015.	
	Svota (000)	%	Svota (000)	%	Svota (000)	%	Svota (000)	%
I. DUGOTRAJNA IMOVINA	108.889	24,93	168.106	24,71	159.472	28,50	108.006	22,51
1. Nematerijalna imovina	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Materijalna imovina	108.889	24,93	168.106	24,71	159.472	28,50	108.006	22,51
3. Financijska imovina	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Potraživanja	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Odgođena porezna imovina	0	0	0	0	0	0	0	0

II. KRATKOTRAJNA IMOVINA	327.785	75.06	511.980	75,28	400.018	71,49	371.621	77,48
1. Zalihe	59.097	13.53	92.800	13,64	163.398	29,20	138.204	28,81
2. Potraživanja	117.588	26.92	84.443	12,41	100.245	17,91	80.268	16,73
3. Financijska imovina	51.036	11.68	56.036	8,23	56.036	10,01	116.336	24,25
4. Novac u banci i blagajni	100.064	22.91	278.701	40,68	80.339	14,35	36.813	7,67
III. PL.TR.BUD.RAZ. I OBR. PH.	0	0	0	0	0	0	0	0
IV. UKUPNO AKTIVA	436.674	100	680.086	100	559.490	100	479.627	100

Izvor: izračun autora prema financijskim izvještajima

U 2012. godini najveći udio aktive čini kratkotrajna imovina s 75 % od čega su potraživanja otprilike 27%. Dugotrajna imovina čini otprilike 25% ukupne imovina od čega sve otpada na materijalnu imovinu koja čini otprilike 25%. Podaci su uobičajeni s obzirom da se radi o ugostiteljskom objektu koji je tek krenuo s radom. U sljedećim godinama nema bitnih promjena osim što se novac u banci i blagajni značajno mijenja, bitan je za likvidnost poduzeća, te se može mijenjati na dnevnoj bazi, ali nije značajna pozicija kod aktive bilance poduzeća.

Stavka	2012.		2013.		2014.		2015.	
	Svota (000)	%	Svota (000)	%	Svota (000)	%	Svota (000)	%
I. KAPITAL I REZERVE	69.255	15.86	218.329	32.10	287.912	51.45	294.862	61.47
1. Temeljni kapital	20.000	4.58	20.000	2.94	20.000	3.57	20.000	4.16
2. Kapitalne rezerve	11.381	2.60	11.381	1.67	11.381	2.03	11.381	2.37
3. Rezerve iz dobiti	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Revalorizacijske rezerve	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Zadržana dobit ili preneseni gubitak	18.471	4.22	37.874	5.56	186.948	33.41	256.531	53.48
6. Dobit ili gubitak poslovne godine	19.403	4.44	149.074	21.91	69.583	12.43	6.950	1.44
7. Manjinski interes	0	0	0	0	0	0	0	0
II. Rezerviranja	0	0	0	0	0	0	0	0
III. Dugoročne obveze	0	0	0	0	0	0	7.052	1.47
IV. Kratkoročne obveze	369.419	84.14	461.757	67.89	271.578	48.54	177.713	37.05
V. Odgođeno plaćanje troškova i prihod budućeg plaćanja	0	0	0	0	0	0	0	0
IV. UKUPNO PASIVA	436.674	100	680.086	100	559.490	100	479.627	100

Izvor: izračun autora prema financijskim izvještajima

Iz pasive bilance bitno je razmotriti omjer duga i kapitala. Na temelju vertikalne analize pasive bilance od 2012. do 2015. godine moguće je uočiti kontinuirano smanjenje udjela obveza u strukturi izvora imovine (pasive), i sukladno tome kontinuirano povećanje vlastitih izvora. Vlastiti kapital se najviše povećava zahvaljujući profitabilnom poslovanju, tj. prenošenjem dobiti tekućih godina u zadržanu dobit društva. Dakle pozitivan je trend strukture izvora imovine.

Tablica 9. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Mojo wine bara

Stavka	2013.-2012.		2014.-2013..		2015.-2014.	
	Apsolutna promjena (000)	Relativna promjena (%)	Apsolutna promjena (000)	Relativna promjena (%)	Apsolutna promjena (000)	Relativna promjena (%)
I. POSLOVNI PRIHODI	2.125.510	394%	37.812	1.41%	-274.109	-10.14%
II. POSLOVNI RASHODI	1.963.186	381.23%	137.387	5.54%	-198.372	-7.58%
III. FINANCIJSKI PRIHODI	408	949%	-322	-71.39%	126	97.67%
IV. FINANCIJSKI RASHODI	183	52.43%	-449	-84.39%	2.967	3.575%
V. UDIO U DOBITI OD PRIDR. POD.	0	0	0	0	0	0
VI. IZVANREDNI - OSTALI PRIHODI	/	/	/	/	/	/
VII. IZVANREDNI - OSTALI RASHODI	/	/	/	/	/	/
VIII. UKUPNI PRIHODI	2.125.918	394%	37.490	1.40%	-273.983	-10.13%
IX. UKUPNI RASHODI	1.963.369	381%	136.938	5.52%	-195.405	-7.47%
X. DOBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	162.546	669.49%	-99.448	-53.23%	-78.578	-90%
XI. POREZ NA DOBIT	32.878	674.69%	-19.957	-53%	-15.944	-89.60%
XII. DOBITAK RAZDOBLJA	129.671	668.30%	-79.491	-53.32%	-62.634	-90%

Izvor: izračun autora prema financijskim izvještajima

Nakon 1 godine poslovanja (od 2013. godine) poduzeće je povećalo svoje prihode za 394% i od tada do 2015. godine ostvaruje prihode na sličnim razinama. U 2015. godini ostvaruje blagi pad prihoda od 10%. Društvo je poslovalo s dobiti u svim poslovnim godinama od 2012. do 2015. godine s tim da u 2013. godini imalo najveću dobit, a u 2015. najmanju dobit.

### 3.2. Analiza na temelju pokazatelja financijskih izvještaja

U ovom djelu su obrađeni pokazatelji sigurnosti i uspješnosti poslovanja kao temeljni kriteriji dobrog poslovanja. Pokazatelji su izračunati na temelju financijskih izvještaja Mojo wine bara.

#### 3.2.1. Pokazatelj zaduženosti

Pokazatelji zaduženosti daju informacije o tome koliko intenzivno poduzeće koristi financijske poluge. Slijedeća tablica daje uvid u pojedine pokazatelje zaduženosti u periodu od 2012.-2015. godine.

Tablica 10. Pokazatelj zaduženosti

POKAZATELJI ZADUŽENOSTI	2012.	2013.	2014.	2015.
Koeficijent zaduženosti	0.841	0.678	0.485	0.385
Koeficijent vlastitog financiranja	0.158	0.321	0.514	0.614
Koeficijent financiranja	5.30	2.11	0.94	0.62

Izvor: izračun autora prema financijskim izvještajima

Koeficijent zaduženosti ne bi trebao biti veći od 0,5. Ovaj koeficijent je kod poduzeća Mojo wine bar u 2012. godini 0,84 što znači da 84% imovine financira iz tuđih izvora, a samo 16% iz vlastitih izvora što nam pokazuje koeficijent vlastitog financiranja. Poduzeće od 2013. godini

bilježi blagi pad koeficijenta zaduženosti, a u 2015. godini je najmanji te iznosi 0,38 što je dobro pošto se poduzeće financira iz vlastitih izvora sa 62%.

Koeficijent financiranja u 2012. godini je 5,30%, a ne bi trebao biti veći od 1. To znači da su ukupne obveze veće od glavnice 5, što znači da poduzeće previše koristi financijsku polugu. Od 2013. godine koeficijent financiranja se smanjuje, a najmanji je 2015 godine kada iznosi 0,62%, što je manje od 1.

Na temelju pokazatelja zaduženosti može se zaključiti da je poduzeće bilo prezaduženo u 2012. i 2013. godini. Od 2014. godine pokazuje pozitivan trend u strukturi korištenog kapitala (pasive). Povećava se dio vlastitog kapitala, a smanjuju se tuđi izvori.

### **3.2.2. Pokazatelj ekonomičnosti**

Pokazatelji ekonomičnosti daju informacije o tome koliko se prihoda ostvari po jedinici rashoda. Slijedeća tablica daje uvid u pokazatelje ekonomičnosti u periodu od 2012.-2015. godine.

Tablica 11. Pokazatelj ekonomičnosti

POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI	2012.	2013.	2014.	2015.
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,04	1,07	1,03	1,004

Izvor: Izračun autora prema financijskim izvještajima

Ekonomičnost ukupnog poslovanja pokazuje koliko poduzeće ostvaruje ukupnih prihoda na jednu kunu ukupnih rashoda. Bilo bi poželjno da budu što veći, a barem veći od 1. U 2012. godini poduzeće je ostvarilo 1,04 kunu ukupnih prihoda na jednu kunu ukupnih rashoda. U 2013. godini poduzeće je postiglo najbolju ekonomičnost poslovanja ostvarivši 1,07 ukupnih prihoda na jednu kunu ukupnih rashoda. Poduzeće u narednim godinama drži identičan omjer prihoda i rashoda kao i početnička 2012. godina.



### 3.2.3. Pokazatelj profitabilnosti

Pokazatelji profitabilnosti daju informaciju o tome koliko poduzeće ostvaruje profita u odnosu na prihod, imovinu ili glavnice. Sljedeća tablica daje uvid u pojedine pokazatelje profitabilnosti u periodu od 2012.-2015. godine.

Tablica 12. Pokazatelj profitabilnosti

POKAZATELJI PROFITABILNOSTI	2012.	2013.	2014.	2015.
Bruto marža profita	0.04	0.07	0.03	0.003
Neto marža profita	0.03	0.05	0.02	0.02
Rentabilnost imovine (ROA)	0.05	0.27	0.15	0.01
Rentabilnost glavnice (ROE)	0.28	0.68	0.24	0.02

Izvor: Izračun autora prema financijskim izvještajima

Bruto marža profita pokazuje koliko poduzeće ostvari dobiti prije poreza i kamata na jednu kunu ukupnih prihoda. U 2012. godini bruto marža profita iznosi 0,04 što nam govori da poduzeće na jednu kunu ukupnog prihoda ostvarilo 0,04 kune dobiti prije poreza i kamata. U 2013. godini bruto marža profita je najveća, te iznosi 0,07. Od 2013. godine bilježi značajan pad, te u 2015. Godini iznosi 0,003.

Neto marža profit pokazuje koliko poduzeće ostvaruje neto dobiti uvećane za kamate na jednu kunu ukupnog prihoda. U 2012. godini pokazatelj neto marža profita iznosi 0,03 što znači da je poduzeće na jednu kunu ukupnih prihoda ostvarilo 0,03 kune dobiti uvećane za kamate. U 2013. godine bilježi se najveći pokazatelj koji iznosi 0,05. Od 2013. godine neto marža profita pada na 0,02 te se taj iznos zadržava u sljedeće dvije godine.

Rentabilnost imovine (ROA) pokazuje koliko poduzeće ostvaruje dobiti prije poreza i kamata na jednu kunu ukupne imovine. U 2012. godini pokazatelj rentabilnosti imovine iznosi 0,05, što znači da je poduzeće na jednu kunu ukupne imovine ostvarilo 0,05 kuna dobiti prije poreza i kamata. U slijedećoj godini pokazatelj bilježi najveći rast u iznosu od 0,27. U 2014. i 2015. godini pokazatelji padaju, te je najmanji u 2015. godini kada iznosi 0.01.

Rentabilnost glavnice (ROE) pokazuje koliko poduzeće ostvaruje neto dobiti na jednu kunu vlastitog kapitala. U 2012. godini pokazatelj rentabilnosti glavnice iznosi 0,28, što znači da je poduzeće na jednu kunu vlastitog kapitala ostvarilo 0,28 kuna neto dobiti. Rentabilnost glavnice je porasla u 2013. godini za 0,68, a zatim bilježi konstantan pad te u 2015. godini iznosi 0,02.

Tablica 13. Koeficijent tekuće likvidnosti

Koeficijent tekuće likvidnosti	0.88	1.10	1.47	2.09
--------------------------------	------	------	------	------

Izvor: Izračun autora prema financijskim izvještajima

Koeficijent tekuće likvidnosti u 2012. godini je 0,88, što znači da je tekuća pasiva pokrivena tekućom aktivom 0,88 puta. Koeficijent bi trebao biti minimalno 2, zbog čega se može reći da ovaj pokazatelj nije dobar jer je tekuća pasiva duplo veća od tekuće aktive, a trebalo bi biti obrnuto. Koeficijent tekuće likvidnosti bilježi blagi rast te u 2015. godini iznosi 2,09.

Koeficijent ubrzane likvidnosti pokazuje koliko je tekuća pasiva pokrivena brzom aktivom. U 2012. godini. tekuća pasiva je pokrivena 0,72 puta brzom aktivom što nije dobro jer bi ovaj koeficijent trebao biti minimalno 1. Koeficijent ubrzane likvidnosti se slijedećih godina povećava, a u 2015. godini iznosi 1.31 što znači da je poduzeće u 2015. godini bilo sposobno iz brzo unovčive imovine podmiriti kratkoročne obveze.

Na temelju pokazatelja likvidnosti može se zaključiti da poduzeće bilježi blagi rast te je likvidno u 2015. godini.

#### 4. ZAKLJUČNO RAZMATRANJE O POSLOVANJU PODUZEĆA

Svrha financijskog izvještavanja je informiranje zainteresiranih korisnika o financijskom stanju poduzeća kao i o uspješnosti poslovanja, što znači prezentirati sve relevantne i istovremeno pouzdane računovodstvene informacije u prepoznatljivom i razumljivom obliku i sadržaju onima kojima su namijenjene.

Temeljni financijski izvještaji su bilanca, račun dobiti i gubitka, izvještaj o zadržanoj dobiti i izvještaj o novčanom toku, dok su bilješke uz izvještaje detaljna razrada i dopuna podataka iz ostalih financijskih izvještaja, u svojoj suštini ne predstavljaju financijski izvještaj nego objašnjenje i dopunu istoga. Financijski izvještaji međusobno su povezani pa su neki od izvještaja statičkog karaktera, primjerice bilanca, jer prikazuju situaciju u određenom vremenskom intervalu, dok drugi upućuju na promjene ekonomskih kategorija određenog razdoblja što im daje dinamički karakter, primjerice, račun dobiti i gubitka.

Prema prethodnim analizama financijskih izvještaja i financijskih pokazatelja, vidljivo je kako je poduzeće Mojo wine bar u početnim godinama poslovanja imalo problema i sa likvidnošću i zaduživanjem, što nikako nije bilo dobro za samo poslovanje poduzeća, međutim nakon toga bilježi blagi rast te u zadnjoj godini bilježi pozitivne rezultate tj. nema problema sa likvidnošću i zaduženosti. Kroz provedenu horizontalnu analizu računa dobiti i gubitka može se utvrditi da je poduzeće nakon prve godine poslovanja ostvarilo značajan rast ukupnih prihoda te do 2015. godine ostvaruje slične rezultate kada bilježi blagi pad prihoda od 10%.

Bitno je naglasiti da poduzeće ostvaruje dobit u svim godinama poslovanja. Na temelju svega navedenog može se zaključiti da kriza nije utjecala na poslovanje poduzeća te će poduzeće u budućnosti i dalje rasti te ostvarivati sve veću dobit, a kojemu u korist ide i poboljšanje gospodarske situacije.

Osobno mišljenje autora kao voditelja navedenog ugostiteljskog objekta za boljitak poslovanja i još većeg zadovoljstva zaposlenika i kupaca je:

- Nedjelju bi uveo kao slobodan dan budući da poduzeće tim danom ostvaruje jako mali promet, a samim tim stvara i trošak
- Uveo bih „happy hour“ na određena pića kako bih smo privukli još klijenata

- Osim organiziranja koncerata uveo bi i održavanje npr. izložbu slika
- Uložio bi novcu novu moderniju terasu, budući da je sadašnja zastarjela.

## 5. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada je bio prikupiti i analizirati podatke vezane za poslovanje Mojo wine bara za vremensko razdoblje od 2012. – 2015. godine. Glavni cilj pokretanja poslovanja svakog poduzeća je stvaranje visokih prihoda i u konačnici dobiti poslovanja. Pritom, vrlo je važno imati dobar menadžment u ovom slučaju voditelja ugostiteljskog objekta koji će poslovanje voditi pošteno i učinkovito. Temelj analize financijskih izvještaja predstavljaju bilanca i račun dobiti i gubitka čije se stavke analiziraju. Pomoću dobivenih pokazatelja moguće je ocijeniti kakvo je financijsko stanje poslovanja poduzeća, a posebice njegova likvidnost i zaduženost. Tako analizirani financijski izvještaji i pokazatelji temelj su za donošenje dobrih poslovnih odluka i vrlo važne za uspjeh poslovanja u promjenjivim tržišnim uvjetima. Analiza financijskih izvješća najvažniji je dio cjelokupne analize poslovanja društva te na temelju dobre analize može se donijeti kompletan sud o poslovanju promatranog društva. Analiza omogućava odgovor na pitanje kako je poduzeće poslovalo u prethodnim godinama i kako postići bolji rezultat u narednom razdoblju. Ova analiza preduvjet je racionalnog upravljanja poslovanjem i razvojem društva, a upravo se društva osnivaju radi ostvarivanja što veće dobiti. Maksimalizacija dobiti predstavlja težnju postizanju što većih prihoda i što manjih rashoda. Iskazana dobit u financijskim izvješćima može znatno odstupati od realnog stanja, međutim što je financijski rezultat realnije utvrđen to će biti bolje i kvalitetnije odluke. Prema tome potrebno je primijeniti takav način utvrđivanja prihoda i rashoda koji će dati realan financijski rezultat.

## LITERATURA

1. Buble, M. (2003) Management malog poduzeća, II.dio: Osnove managementa, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split
2. Buble, M. (2005) Strateški menadžment, Sinergija, Zagreb
3. Dvorski, S., Ruža, F., Kovšca, V. (2007) Poslovna ekonomija, Tivatiskara, Varaždin
4. Financijska agencija (2018) Godišnji financijski izvještaji. Dostupno na: [www.fina.hr](http://www.fina.hr) (17.9.2018.)
5. Grubišić, D. (2004) Poslovna ekonomija, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split
6. Gulin, D., Tušek, B, Žager, L. (2004) Poslovno planiranje, kontrola i analiza, Sveučilišna tiskara, Zagreb
7. Kotler, P. (1988) Upravljanje marketingom, Informator, Zagreb
8. Međunarodni standardi financijskog izvještavanja (MSFI), NN 136/2009
9. Omega-software.eu (2018) Analiza. Dostupno na: <http://www.omega-software.eu/UserDocsImages/Clanci/Financije%20-%20Analiza%20FI.pdf> (17.9.2018.)
10. Reić, Z., Mihaljević, M. Zorić, M. (2007) Ekonomija, drugo dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Split
11. Skupina autora (2008) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb
12. Žager, K., Žager, L. (1999) Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb

## POPIS ILUSTRACIJA

Tablica 1. Pokazatelj zaduženosti .....	15
Tablica 2. Pokazatelji ekonomičnosti.....	16
Tablica 3. Pokazatelj profitabilnosti.....	18
Tablica 4. Pokazatelj likvidnosti .....	19
Tablica 5. . SWOT analiza .....	24
Tablica 6. Prikaz PEST analize .....	25
Tablica 7. Komparativni prikaz i vertikalna analiza aktive bilance Mojo wine bara .....	28
Tablica 8. Vertikalna analiza pasive bilance Mojo wine bara.....	29
Tablica 9. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka Mojo wine bara .....	31
Tablica 10. Pokazatelj zaduženosti .....	32
Tablica 11. Pokazatelj ekonomičnosti.....	33
Tablica 12. Pokazatelj profitabilnosti.....	34
Tablica 13. Koeficijent tekuće likvidnosti .....	35