

ANALIZA POSLOVANJA ODABRANIH MALOPRODAJNIH PODUZEĆA MJEŠOVITOM ROBOM U REPUBLICI HRVATSKOJ PRIJE I POSLIJE POJAVE PANDEMIJE COVID- 19

Šakić, Jelena

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:208583>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

**ANALIZA POSLOVANJA ODABRANIH
MALOPRODAJNIH PODUZEĆA MJEŠOVITOM
ROBOM U REPUBLICI HRVATSKOJ PRIJE I
POSLIJE POJAVE PANDEMIJE COVID-19**

Mentorica:

prof.dr.sc. Branka Ramljak

Studentica:

univ.bacc.oec. Jelena Šakić

Split, srpanj 2022.

ZAHVALA

Koristim ovu priliku da se prije svega zahvalim svojim najodanijim i najnesebičnijim životnim partnerima koji su mi oduvijek bili oslonac, ruka vodilja, rame za plakanje i utjeha u situacijama u kojima sam mislila da ne postoji svjetlo na kraju tunela – svojim roditeljima i sestri. Hvala vam na znanju, iskustvu i mudrosti koju ste mi dali. Hvala što ste uvijek bili uz mene, motivirali me u teškim trenucima i bez skrivenih namjera podržavali moje postupke kada su bili ispravni, a ukazivali na greške kada sam ih nesvjesno pravila!

Isto tako, zahvaljujem se mojoj mentorici prof. dr. sc. Branki Ramljak na mentorstvu za vrijeme pisanja diplomskog rada, ali i znanju pruženom na kolegijima na kojima smo se susreli tijekom studija. Njezino strpljenje, brza i jednostavna komunikacija i znanje učinili su proces pisanja rada mnogo jednostavnijim. Također, hvala svim djelatnicima Fakulteta s kojima se moj akademski put barem jednom tijekom studiranja presjekao.

Naravno, hvala mojim prijateljima i prijateljicama, radnim kolegama i svim kolegicama koji su me podržavali u teškim trenucima, ali se i veselili sa mnom kada smo imali razloga za veselje.

SADRŽAJ:

1. UVOD	5
1.1. Problem istraživanja.....	5
1.2. Predmet istraživanja.....	6
1.3. Istraživačka pitanja	7
1.4. Ciljevi istraživanja	8
1.5. Metode istraživanja	8
1.6. Doprinost istraživanja	9
1.7. Struktura diplomskog rada	9
2. FINANCIJSKO IZVJEŠTAVANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	10
2.1. Zakonska regulativa u Republici Hrvatskoj	10
2.2. Temeljni financijski izvještaji	12
2.2.1. Izvještaj o financijskom položaju (Bilanca).....	14
2.2.2. Račun dobiti i gubitka	15
2.2.3. Izvještaj o sveobuhvatnoj dobiti	17
2.2.4. Izvještaj o novčanom toku.....	18
2.2.5. Izvještaj o promjenama kapitala	19
2.2.6. Bilješke uz financijske izvještaje	20
3. ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA.....	20
3.1. Vertikalna analiza financijskih izvještaja	21
3.2. Horizontalna analiza financijskih izvještaja	22
3.3. Analiza pomoću financijskih pokazatelja	24
4. TRGOVINA KAO DJELATNOST	27
4.1. Definicija i uvjeti obavljanja trgovine	27
4.2. Način obavljanja trgovine	29
4.2.1. Trgovina na malo (maloprodaja)	29

4.2.2. Trgovina na veliko (veleprodaja).....	31
4.3. Koncentracija i značaj trgovine u Republici Hrvatskoj.....	31
4.4. Utjecaj pojave pandemije COVID-19 na sektor trgovine u Republici Hrvatskoj ...	33
5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE NA ODABRANIM TRGOVINSKIM	
 PODUZEĆIMA	38
5.1. Odabrana maloprodajna trgovinska poduzeća	38
5.1.1. Konzum plus	39
5.1.2. LIDL.....	41
5.1.3. SPAR Hrvatska.....	42
5.2. Individualna financijska analiza svakog odabranog poduzeća	43
5.2.1. Financijska analiza poduzeća Konzum plus.....	43
5.2.2. Financijska analiza poduzeća LIDL.....	47
5.2.3. Financijska analiza poduzeća SPAR Hrvatska	51
5.3. Komparativna analiza poslovanja odabranih trgovinskih poduzeća	55
5.4. Rezultati provedene analize poslovanja na temelju analize financijskih izvještaja.	62
6. ZAKLJUČAK	67
LITERATURA.....	69
POPIS TABLICA	73
POPIS SLIKA	74
POPIS GRAFIKONA	74
SAŽETAK	75
SUMMARY	75

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Neočekivana pojava i strahovito širenje virusa COVID-19 stvorila je novu gospodarsku krizu i fluktuacije na svjetskom tržištu. Stvorene su mnoge promjene u strukturi i obujmu nacionalnih ekonomija diljem svijeta. Ugrožena je stabilna ekonomska situacija i gospodarski rast. U pokušaju sprječavanja širenja virusa i povećanja broja žrtava, aktualizirane su brojne mjere prevencije i zaštite od širenja zaraze. Na početku je bila riječ o minimalnim restrikcijama kao što su nošenje zaštitnih maski, redovita dezinfekcija ruku ili smjenski rad od kuće. Međutim, s vremenom su uvedene novosti koje su zahtijevale drastičnu reorganizaciju, u cilju nastavka normalnog poslovanja i konačnog opstanka.

Prve rigorozne mjere sprječavanja širenja virusa stigle su u ožujku 2020. godine kada je Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske donio „Odluku o mjerama ograničavanja društvenih okupljanja, rada u trgovini, uslužnih djelatnosti i održavanja sportskih i kulturnih događanja“ (Civilna zaštita, 2020). Donošenjem navedene odluke otkazana su brojna društvena, sportska i politička događanja, te je društvo počelo funkcionirati u skladu s “novim normalnim”. Nužne epidemiološke mjere donijele su smanjenje ekonomske aktivnosti na globalnoj razini i nepouzdanost prognoza za gospodarski rast i razvoj.

Gospodarska aktivnost cijeloga svijeta, pa tako i Hrvatske, znatno je poremećena. Neočekivane promjene u gospodarstvu manifestirale su se kroz zatvaranje poduzeća, porast stope nezaposlenosti, smanjenje kupovne moći stanovnika i brojne druge negativne ekonomske trendove. Međutim, gospodarski sektori kao što su farmaceutska industrija i trgovina medicinskom opremom i lijekovima zabilježe su višemilijunski porast prihoda i ukupnog profita, pa se može zaključiti da pojava pandemije nije jednako utjecala na sve.

Konkretno, djelatnost trgovine doživjela je razne poremećaje poslovnih planova. Novo normalno uzrokovalo je neizvjesnost i strah kod potrošača, što je sa sobom donijelo i promjenu potrošačkih navika krajnjih kupaca. Prodajna poduzeća suočena s brojnim rizicima i neizvjesnosti bila su prisiljena prilagoditi poslovnu strategiju.

Konačno, u jednom je trenutku postalo poprilično jasno da će velika kriza još jednom pogoditi Hrvatsku.

S obzirom na stalno unaprjeđenje trenutnih i uvođenje novih epidemioloških mjera, zbog rasta broja oboljelih, kupci se okreću internetskoj kupovini, a maloprodajni trgovci i domaći proizvođači traže nove modele suradnje, pri čemu uspješnost prodaje putem interneta ovisi prije svega o standardima dostave robe“ (Ja trgovac, 2020b).

Iako je „kupovina iz očajja“ zbog stvaranja zaliha namirnica kratkoročno trgovcima donijela povećanje prihoda u prodaji prehrambenih i higijenskih proizvoda, konačno povećanje zarade je upitno. U pokušaju prilagodbe na novonastalu situaciju, trgovci restrukturiraju postojeće poslovne planove i stvaraju nove oblike komunikacije s potrošačima, kako bi bili u mogućnosti neometane distribuirati proizvode i zadovoljiti potrošačke potrebe na novouređenom tržištu.

Može se reći da je 2020. godinu pogodila recesija koja je nepovoljno utjecala na ukupni maloprodajni promet i dovela do sniženja bruto domaćeg proizvoda. Eventualno produženje trajanja pandemije povećavat će negativni utjecaj na financijski sustav i gospodarski rast, u budućnosti. S obzirom da je jako teško predvidjeti širenje i razvoj virusa, nestabilne su prognoze za kretanje prometa u trgovini (Ja trgovac, 2020a).

Problem koji će rad tematizirati je utjecaj pandemije na trgovinu odabranih maloprodajnih poduzeća mješovitom robom u Republici Hrvatskoj, a istraživanje će se obaviti na uzorku od tri tržišna trgovinska „lidera“.

1.2. Predmet istraživanja

Odabrana maloprodajna poduzeća svake godine u „Registru godišnjih financijskih izvještaja“ javno objavljuju svoja financijska izvješća, pa će se u ovom radu analizirati objavljeni godišnji financijski izvještaji odabranih društava, uz dostupna revizorska izvješća koja sadrže mišljenje o istinitosti i pouzdanosti financijskih izvještaja. Društva čije će se poslovanje analizirati bave se maloprodajnom distribucijom robe široke potrošnje u Republici Hrvatskoj. To u najvećoj mjeri podrazumijeva prodaju hrane, pića i higijenskih proizvoda za domaćinstvo.

Veliki poduzetnici zakonski su obveznici sastavljanja svih godišnjih financijskih izvještaja, vlasnici srednjih poduzeća ne sastavljaju izvještaj o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti, a mali i mikro poduzetnici obvezni sastavljati „samo“ bilancu, račun dobiti i gubitka te bilješke uz financijske izvještaje.

Prema Zakonu o računovodstvu (2020), financijski izvještaji trebaju istinito i fer prikazivati financijsko stanje poduzeća, te objektivno i formalno informirati unutarnje i vanjske korisnike o financijskom stanju poduzeća. Informiranje korisnika podrazumijeva pružanje relevantnih i pouzdanih računovodstvenih informacije, onako kako je jasno i razumljivo osobama kojima se informacije pružaju (Žager K., Žager L., 1999).

Predmet istraživanja je analiza stavki financijskih izvještaja odabranih trgovinskih poduzeća uz komparaciju s društvima koja se bave istom djelatnosti. Korištenjem različitih vrsta analize utvrdit će se promjene nastale u poslovanju u pandemijskom periodu, a razdoblja odabrana za analizu su 2019. i 2020. godina - godina prije i poslije pojave virusa u Hrvatskoj. Za svako poduzeće individualno će se utvrditi konačna ocjena uspješnosti i usporedit će se s preostalim poduzećima o kojima će biti riječ u radu, a rezultati istraživanja donijet će konkretan zaključak o događanjima u prošlosti, kao i sadašnjoj situaciji.

1.3. Istraživačka pitanja

Nakon što su definirani problem i predmet istraživanja mogu se odrediti istraživačka pitanja.

Cilj ovoga rada bit će odgovoriti na sljedeća pitanja:

- Može li se analiza financijskih izvještaja smatrati relevantnim pokazateljem uspješnostiposlovanja maloprodajnih poduzeća mješovitom robom?
- Kako je i u kojoj mjeri pojava pandemije COVID-19 utjecala na promjenu poslovnihrezultata maloprodajnih poduzeća mješovitom robom?
- Kakve je rizike i poteškoće u poslovanju maloprodajnih trgovinskih poduzeća uzrokovala pojava pandemije COVID-19?
- Kakve promjene u poslovanju mogu očekivati trgovinska poduzeća nakon završetkaCOVID krize?
- Koji se financijski pokazatelj najviše promijenio, odnosno na koji je financijski pokazatelj pojava pandemije COVID-19 imala najveći utjecaj?
- Je li pandemija COVID-19 pozitivno ili negativno promijenila financijske pokazatelje?

1.4. Ciljevi istraživanja

Cilj ovog istraživačkog rada je putem analize financijskih izvještaja nekoliko poduzeća koja djeluju u istom gospodarskom sektoru ispitati učinak pandemije COVID-19 i donijeti zaključak o utjecaju na sektor trgovine.

Istražit će se kako je „novo normalno“, definirano strogim epidemiološkim mjerama i promijenjenim rada većine trgovina, konačno utjecalo na poslovni rezultat 2020. godine, u usporedbi s 2019. godinom. Prezentirat će se promjene nastale u navedenim godinama i donijeti zaključak o utjecaju pojave i širenja virusa na promjene poslovne aktivnosti maloprodajnih trgovinskih poduzeća.

Dodatno, ciljevi istraživanja podrazumijevaju pronalazak odgovora na navedena istraživačka pitanja, pomoću kojih će se zaključiti kakve su financijske i organizacijske posljedice doživjela maloprodajna trgovinska poduzeća, te kako bi zbog nastale štete trebalo djelovati u budućnosti.

1.5. Metode istraživanja

U radu su za potrebe istraživanja korištene različite metode i izvori podataka, ovisno o potrebama pojedinih dijelova. Ponajviše su korišteni sekundarni podaci sakupljeni iz knjiga, znanstvenih članaka, te službenih web stranica poduzeća o kojima je riječ. Teorijski okvir prikupljen je metodama indukcije, dedukcije, klasifikacije, prikupljanja podataka, deskripcije, sinteze, analize, komparacije i kompilacije.

Spomenuta metodologija korištena je kako bi se usvojila specifična znanja bitna za samo istraživanje (Zelenika, 2000):

1. Induktivna metoda - temelji se na postupku zaključivanja od pojedinačnog prema općem.
2. Deduktivna metoda - temelji se na zaključivanju od općih sudova prema pojedinačnim ili prema drugim općim sudovima.
3. Metoda klasifikacije - sistemska i potpuna podjela općeg pojma na zasebne elemente.
4. Metoda prikupljanja podataka – podrazumijeva prikupljanje većine informacija s internetskih izvora.

5. Metoda deskripcije - postupak jednostavnog opisa ili očitavanja činjenica, te empirijsko potvrđivanje njihovih veza i odnosa.
6. Metoda sinteze - postupak spajanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i složenih u još složenije.
7. Metoda analize - postupak raščlanjivanja složenih pojmova na jednostavnije elemente.
8. Metoda komparacije - postupak kojim se uspoređuje dvaju ili više događaja ili pojava.
9. Metoda kompilacije – postupak uspoređivanja podataka i informacija s dosadašnjim istraživanjima i stavovima.

1.6. Doprinos istraživanja

Temeljni doprinos istraživanja je uočavanje i prezentacija utjecaja pojave pandemije na promjene u poslovanju odabranih hrvatskih maloprodajnih distributera mješovite robe. Istraživanje se provodi s ciljem pronalaska zajedničke veze između promjena koja poduzeća unutar istog sektora doživljavaju i novonastale globalne situacije. Informacije dobivene analizom financijskih izvještaja poslužit će kao izvrsna podloga za dobivanje novih spoznaja i donošenje zaključaka o poslovnim pitanjima.

Odgovori na postavljena istraživačka pitanja definirat će utjecaj proteklih događanja na trenutno poslovanje, ali i projicirati izazove koje neizvjesna budućnost nosi. S obzirom da se ovakva pandemija pojavila tek nedavno, ne postoji prevelik broj provedenih analiza utjecaja na različite gospodarske grane. Upravo zbog toga, ključni doprinos ovoga rada proizlazi iz prikaza (ne)ovisnosti spomenutih čimbenika i usporedbe s drugim poduzećima u istoj industriji.

1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad podijeljen je u šest dijelova, pri čemu je prvo poglavlje uvod, a zadnje zaključak cijelog rada. Također, svako poglavlje podijeljeno na nekoliko manjih poglavlja.

Uvodno, odnosno prvo, poglavlje rada definira problem i predmet istraživanja, utvrđuje ciljeve istraživanja i znanstveno – istraživače metode kojima će se utvrđen cilj biti ostvaren. Konkretiziraju se istraživačka pitanja i definira doprinos ovoga rada.

Za kraj, opisuje se struktura koju će rad u konačnici imati.

Drugo poglavlje rada definira zakonsku regulativu u Republici Hrvatskoj, te nabraja i objašnjava karakteristike temeljnih financijskih izvještaja.

Treće poglavlje teorijski obrađuje tehnike analize financijskih izvještaja. Definira pojam i svrhu analize financijskih izvještaja. Isto tako, obrađuje se vertikalna i horizontalna analiza financijskih izvještaja proširena analizom pomoću izračuna financijskih pokazatelja.

Četvrto poglavlje donosi definiciju pojma i prikaz razvoja trgovine, te podjelu i način obavljanja trgovine. Obrađuje se koncentracije trgovine, kao i promjene unutar trgovine i značaj za ukupno gospodarstvo Hrvatske..

Peti dio sadrži empirijsko istraživanje obavljeno na uzorku od tri odabrana poduzeća. Provodi se analiza poslovnog stanja poduzeća prije i poslije pojave COVID-a za svako poduzeće pojedinačno. Nastavno, provest će se analiza odabranih pokazatelja uspješnosti nakon čega će se usporediti s rezultatima konkurentskih poduzeća.

Posljednje poglavlje donosi konačan zaključak provedenoga istraživanja, uz priložen popis korištene literature i ostalih priloga.

2. FINANCIJSKO IZVJEŠTAVANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

2.1. Zakonska regulativa u Republici Hrvatskoj

Regulativni okvir za sastavljanje i objavljivanje financijskih izvještaja važan je dio legislative u svijetu. Razlikuju se tri razine regulative koje definiraju računovodstveni sustav, a to su (Barać Aljinović, 2021):

- Zakonodavna tijela - izravno reguliraju računovodstvenu materiju donošenjem zakona, imenovanjem nadležnih tijela i određivanjem njihovih ovlasti.
- Tijela imenovana od strane zakonodavnih tijela - reguliraju računovodstvenu materiju praktičnom razradom akata zakonodavnih tijela (npr. komisija za vrijednosne papire ili odbor za računovodstvene standarde).
- Profesionalci - reguliraju računovodstvenu materiju donošenjem pravila struke i nadgledanjem provođenja zakona (npr. računovođe i revizori).

Zakonski okvir računovodstvenog izvještavanja poduzetnika u Hrvatskoj definiran je:

- **Zakonom o računovodstvu (ZOR)** - (NN 78/2015, 134/2015, 120/2016, 116/18, 42/20, 47/20)
- **Pravilnikom o strukturi i sadržaju godišnjih financijskih izvještaja** (NN 95/2016, 144/2020) – predstavlja izmjenu pozicije i strukture Izvještaja o novčanim tokovima kako bi se uskladili sa zahtjevima MRS 7.
- **Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI)** uključivo i Međunarodnim računovodstvenim standardima (MRS) koji se primjenjuju u Hrvatskoj, a definirani su Uredbom Europske komisije br. 1126/2008 od 3. studenog 2008. o usvajanju određenih Međunarodnih računovodstvenih standarda u skladu s Uredbom (EZ) br. 1606/2002 Europskog parlamenta i Vijeća.
- **Hrvatskim standardima financijskog izvještavanja (HSFI)** koji se objavljuju temeljem Odluke o objavljivanju Hrvatskih standarda financijskog izvještavanja (NN 86/2015) donesene od strane Odbora za standarde financijskog izvještavanja.

Prema Zakonu o računovodstvu (NN 120/16), svi poduzetnici sa sjedištem u Republici Hrvatskoj obvezni su voditi poslovne knjige i sastavljati financijske izvještaje prema načelima „urednog knjigovodstva“ koje podrazumijeva da spomenuti dokumenti jasno prikazuju poslove i imovinsko stanje poduzeća. Isto tako, ZOR (NN 78/15) nalaže da su mikro, mali i srednji poduzetnici prilikom sastavljanja i prezentacije godišnjih financijskih izvještaja dužni primjenjivati Hrvatske standarde financijskog izvještavanja (HSFI). Suprotno, veliki poduzetnici moraju sastavljati i prezentirati godišnje financijske izvještaje primjenom Međunarodnih standarda financijskih izvještavanja (MSFI).

Hrvatski standardi financijskog izvještavanja (HSFI) predstavljaju skup računovodstvenih načela i pravila priznavanja, mjerenja i klasifikacije poslovnih događaja, kao i sastavljanja te objave i tumačenja financijskih izvještaja. Detaljan sadržaj i strukturu godišnjih financijskih izvještaja propisuje ministar financija donošenjem pravilnika na prijedlog Odbora za standarde financijskog izvještavanja. Navedeni pravilnik objavljuje se u „Narodnim novinama“.

Dodatno, Međunarodni standardi financijskog izvještavanja (MSFI) su skup usvojenih i primjenjivih međunarodnih računovodstvenih standarda koji su uređeni člankom 2. Uredbe (EZ) br. 1606/2002 (NN 120/16).

2.2. Temeljni financijski izvještaji

Sastavljanje financijskih izvještaja završna je faza obrade i prezentiranja računovodstvenih podataka, zbog čega su financijski izvještaji nositelji relevantnih financijskih informacija. Prema Žager et al. (2008), računovodstveni se sustav može definirati kao najznačajniji dio informacijskog sustava nekog društva, odnosno kao proces prikupljanja i procesiranja financijskih podataka, to jest obrade i sastavljanja računovodstvenih informacija. Na temelju navedenoga, sastavljaju se relevantni financijski izvještaji koji imaju široku primjenu. Najčešće se koriste za zadovoljavanje potreba vanjskih korisnika kao što su kupci, kreditori, državna tijela, ulagači ili konačno javnost. Cilj sastavljanja financijskih izvještaja je pružanje jasne i objektivne slike o realnom poslovanju nekog poslovnog subjekta, kako bi korisnici izvještaja bili u mogućnosti donijeti ispravne poslovne odluke. Ali, kako bi vanjski korisnici mogli adekvatno analizirati i koristiti podatke koje financijski izvještaji nude, potrebno je imati određena znanja i vještine koje bi im omogućile izvlačenje potrebnih podataka.

Može se reći da regulativni okvir ima ulogu "posrednika" između interesa menadžera i ostalih korisnika financijskih izvještaja. Dakle, uloga regulativnog uređenja računovodstva je dvojaka (Barać Aljinović, 2021):

- Racionaliziranje i koordiniranje ekonomskih aktivnosti
- Uspješna organizacija ponašanja pojedinca ili tvrtke zbog problema postojanja informacijske asimetrije

Eksterni i interni korisnici u sličnoj mjeri zahtijevaju kvalitetne financijske informacije bitne za donošenje odluka, pri čemu te informacije u najvećoj mjeri proizlaze iz procesa financijskog izvještavanja. Cilj financijskog izvještavanja pomoću detaljnog praćenja poslovnih transakcija kroz prihode, rashode i vrijednost različite imovine je zadovoljiti rastuće zahtjeve za informacijama (Ramljak, 2010.)

Isto tako, treba naglasiti činjenicu da, kako bi mogli na pravi način zadovoljiti potrebe subjekata koji od analize financijskih izvještaja imaju neki interes, financijski izvještaji moraju biti sastavljeni po standardiziranom obliku i sadržaju koje je definirala Europska unija. Odnosno moraju ih sastavljati u obliku, sadržaju i načinu koji propisuje Zakon o računovodstvu (Klikovac, 2009).

Godišnji financijski izvještaji su:

- Izvještaj o financijskom položaju (Bilanca)
- Račun dobiti i gubitka
- Izvještaj o sveobuhvatnoj dobiti
- Izvještaj o novčanom toku
- Izvještaj o promjenama kapitala
- Bilješke uz financijske izvještaje

Svi navedeni financijski izvještaji predstavlja samostalnu cjelinu, međutim postoji veza između svih financijskih izvještaja, pa se može reći da se oni sadržajno nadopunjuju. Iako se mogu individualno analizirati, važne i kvalitetne i podatke, bitne za donošenje poslovnih zaključaka i odluka, krajnji će korisnik dobiti tek kada se zajedno promotre i analiziraju svi financijski izvještaji zajedno, zbog čega se može zaključiti da izvještaje ipak treba promatrati kao dijelove neke veće cjeline, a ne kao potpuno zasebne dokumente.

Veliki poduzetnici obavezni su sastavljati i objavljivati sve navedene izvještaje, srednji nemaju obvezu sastavljanja izvještaja o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti, dok su mali i mikro poduzetnici dužni sastavljati samo račun dobiti i gubitka, bilancu i bilješke uz financijske izvještaje.

Kako bi bilo jasnije koje poduzeće kamo pripada, podijelit ćemo ih u sljedećoj tablici po veličini na temelju tri različita kriterija:

- iznos ukupne aktive
- iznos prihoda
- godišnji prosjek broja radnika

Tablica 1. Podjela poduzeća po veličini

Veličina poduzeća	MIKRO PODUZEĆE	MALO PODUZEĆE	SREDNJE PODUZEĆE	VELIKO PODUZEĆE
IZNOS UKUPNE AKTIVE (KN)	2 600 000	30 000 000	150 000 000	Ono koje prelazi granične pokazatelje u barem dva uvjeta
IZNOS PRIHODA (KN)	5 200 000	60 000 000	300 000 000	
PROSJEČAN BROJ RADNIKA	do 10	do 50	do 250	

Izvor: izrada autora prema zahtjevima Zakona o računovodstvu

2.2.1. Izvještaj o financijskom položaju (Bilanca)

Izvještaj o financijskom položaju, odnosno bilanca, financijski je izvještaj koji poduzeća obavezno sastavljaju na godišnjoj razini, neovisno o veličini poduzeća. Pruža sustavni pregled imovine, obveza i kapitala poduzeća na određeni dan, najčešće na posljednji dan poslovne godine (Vidučić et al., 2015). Sastavljen je od dva dijela: aktive i pasive, a strukturiran je na način da se imovina uvijek nalazi u aktivi bilance, dok se kapital i obveze (kao potencijalni izvori imovine) nalaze u pasivi bilance. Obzirom da je bilančna ravnoteža osnova računovodstva, bilanca uvijek mora biti u ravnotežnom stanju - što znači da ukupan iznos aktive mora uvijek mora biti jednak ukupnom iznosu pasive.

Tablica 2. Shematski prikaz bilance

AKTIVA	PASIVA
POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL	KAPITAL I REZERVE
DUGOTRAJNA IMOVINA	<ul style="list-style-type: none">• Temeljni kapital
<ul style="list-style-type: none">• Materijalna imovina	<ul style="list-style-type: none">• Kapitalne rezerve
<ul style="list-style-type: none">• Nematerijalna imovina	<ul style="list-style-type: none">• Rezerve iz dobiti
<ul style="list-style-type: none">• Dugotrajna financijska imovina	<ul style="list-style-type: none">• Revalorizacijske rezerve
<ul style="list-style-type: none">• Potraživanja	<ul style="list-style-type: none">• Rezerve fer vrijednosti
<ul style="list-style-type: none">• Odgođena porezna imovina	<ul style="list-style-type: none">• Zadržana dobit ili preneseni gubitak
KRATKOTRAJNA IMOVINA	<ul style="list-style-type: none">• Dobit ili gubitak poslovne godine
<ul style="list-style-type: none">• Zalihe	<ul style="list-style-type: none">• Manjinski (nekontrolirajući) interes - NKI
<ul style="list-style-type: none">• Potraživanja	REZERVIRANJA
<ul style="list-style-type: none">• Kratkotrajna financijska imovina	DUGOROČNE OBVEZE
<ul style="list-style-type: none">• Novac	KRATKOROČNE OBVEZE
PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA	ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEG RAZDOBLJA
<u>UKUPNO AKTIVA</u>	<u>UKUPNO PASIVA</u>
IZVANBILANČNI ZAPISI	IZVANBILANČNI ZAPISI

Izvor: izrada autora prema podacima iz Zakona o računovodstvu

Kao što je vidljivo u tablici, aktiva bilance ispunjena je imovinom koja je podijeljena prema kriteriju ročnosti. Prvo je navedena dugotrajna imovina (svi oblici u kojima se može pojaviti), odnosno imovina koja se više od jedne godine zadržava u poslovnom procesu poduzeća. Nakon dugotrajne, slijedi kratkotrajna imovina, to jest ona koja se u poslovnom procesu zadržava kratko, najčešće do godinu dana.

U pasivi bilance nalaze se svi izvori dugotrajne i kratkotrajne imovine. Navode se vlastiti izvori, to jest temeljni ili upisani kapital društva, a nakon toga i obveze poduzeća koje s obzirom na rok dospijea možemo podijeliti na dugoročne i kratkoročne.

Dugoročne i kratkoročne obaveze, navedene u pasivi bilance, predstavljaju tuđa sredstva pozajmljena na kraći ili duži vremenski period. Kratkoročne obaveze su one obaveze koje se potpuno podmiruju u roku kraćem od jedne godine. To su najčešće primljeni kratkoročni krediti, obaveze prema dobavljačima ili emitirani kratkoročni vrijednosni papiri.

Suprotno tome, za potpuno podmirenje dugoročnih obaveza potrebno je vrijeme duže od godine dana, jer se najčešće radi o obvezama kao što su primljeni dugoročni krediti ili dugoročno emitirane obveznice. Razlika između ukupne imovine i ukupnih obaveza jest imovina koja pripada vlasnicima društva nakon podmirenja svih obaveza.

Iz podataka koje nam bilanca nudi, korisnik koji posjeduje određeno razumijevanje financijskih izvještaja može pregledati i analizirati financijski sastav, te ocijeniti likvidnost i solventnost odabranog poduzeća, kao i njegovu spremnost za prilagodbu potencijalnim poslovnim promjenama u budućnosti.

Kako bi to bio u mogućnosti napraviti, bilanca mora prikazivati fer i realno poslovno stanje poduzeća, te prema Žager et al. (2008) dati odgovore na brojna pitanja među kojima valja izdvojiti:

- Kolika je zaduženost poduzeća?
- Kakva je likvidnost?
- Kolika je financijska snaga?
- Kakav je položaj društva sada u usporedbi s nekim prethodnim relevantnim razdobljem?
- U kakvom je stanju promatrano poduzeće u usporedbi s drugim tvrtkama koje se bave istom djelatnosti?

2.2.2. Račun dobiti i gubitka

Račun dobiti i gubitka (RDG) drugi je temeljni financijski izvještaj široke namjene, kojeg u Hrvatskoj sastavljaju svi poduzetnici, neovisno o veličini i sektoru u kojem posluju. Pruža uvid u informacije o uspješnosti poslovanja poduzeća, odnosno ostvarenoj profitabilnosti na kraju poslovne godine, na temelju čega raznim korisnicima omogućava bolje i preciznije donošenje poslovnih odluka. Obuhvaća sve prihode i rashode ostvarene tijekom određenog obračunskog razdoblja, odnosno jedne poslovne godine. Sastavlja se na temelju glavne knjige u kojoj se bilježe svi prihodi i rashodi poduzeća.

Prihodi se stvaraju kao rezultat povećanja nekog dijela imovine ili smanjenja iznosa obveza, do čega najčešće dolazi prodajom određenih proizvoda ili usluga iz ponude poduzeća. Isto tako, poduzeće bilježi povećanje prihoda kao rezultat primitka određene kamate ili dividende nakon ulaganja u vrijednosne papire, ili ostvarivanja pozitivne tečajne razlike prilikom različitih međunarodnih transakcija. Povećanje prihoda kasnije se evidentira kao povećanje kapitala.

S druge strane, rashodi se stvaraju zbog smanjenja imovine i/ili povećanja obaveza poduzeća, obavljanjem uobičajenih djelatnosti poduzeća ili korištenjem tuđih izvora financiranja. Stvaranje rashoda kasnije rezultira smanjenjem ukupnog kapitala poduzeća.

Odnos ostvarenih prihoda i rashoda tijekom poslovne godine daje odgovor na pitanje o ostvarenom financijskom rezultatu. Ukoliko stećeni prihodi poduzeća nadmašuju ostvarene rashode, govori se o pozitivnom financijskom rezultatu, odnosno dobitku tekućeg razdoblja. Sukladno tome, kada rashodi koje je poduzeće stvorilo premašuju ostvarene prihode, govori se o negativnom financijskom rezultatu, to jest riječ je o gubitku poduzeća u određenom obračunskom razdoblju.

Tablica 3. Prikaz računa dobiti i gubitka

Poslovni prihodi
Poslovni rashodi
Financijski prihodi
Financijski rashodi
Udio u dobiti od društava povezanih sudjelujućim interesom
Udio u dobiti od zajedničkih pothvata
Udio u gubitku od društava povezanih sudjelujućim interesom
Udio u gubitku od zajedničkih pothvata
Ukupni prihodi
Ukupni rashodi
DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA
Porez na dobit
DOBITAK ILI GUBITAK RAZDOBLJA

Izvor: izrada autora prema podacima iz Zakona o računovodstvu

2.2.3. Izvještaj o sveobuhvatnoj dobiti

Izvještaj o sveobuhvatnoj dobiti dodatak je računu dobiti i gubitka i dužni su ga sastavljati veliki poduzetnici, kao i poduzetnici čiji vrijednosni papiri kotiraju na organiziranom tržištu vrijednosnih papira. Pokazuje prihode, rashode i financijski rezultat u određenom razdoblju, a samim time i učinkovitost poslovanja društva.

Pojam sveobuhvatne dobiti može se podijeliti na:

- Dobitak ili gubitak: nastaju zbog aktivnosti menadžmenta
- Ostalu sveobuhvatnu dobit: rezultat ekonomskih uvjeta poslovanja.

Izvještaj o sveobuhvatnoj dobiti prema Pervan (2020) treba uključivati najmanje:

- Prihode
- Financijski troškove
- Udjele u dobiti ili gubicima pridruženih društava i zajedničkih pothvata
- Porezni rashod
- Zbroj dobiti/gubitka nakon poreza proizašlog iz prestanka poslovanja i dobiti/gubitka nakon poreza priznat mjerenjem fer vrijednosti
- Dobitak ili gubitak
- Sastavne dijelove ostale sveobuhvatne dobiti razvrstan po vrsti
- Udio u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti pridruženih društava i zajedničkih pothvata
- Ukupna sveobuhvatna dobit.

Poslovni subjekt je obavezan u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti objaviti stavke koje se odnose na raspoređivanje dobiti ili gubitka razdoblja, a to su (NN 136/09):

- Dobit ili gubitak razdoblja pripisan vlasnicima manjinskih udjela i vlasnicima matice.
- Ukupnu sveobuhvatnu dobit razdoblja pripisanu vlasnicima manjinskih udjela i vlasnicima matice.

2.2.4. Izvještaj o novčanom toku

Novčane tokove moguće je definirati kao priljeve i odljeve novca i novčanih ekvivalenata koji se stvaraju prilikom obavljanja investicijskih, poslovnih i financijskih aktivnosti, pa se prema tome kriteriju i definiciji MRS-a 7 dijele na:

- Novčane tokove od poslovnih aktivnosti: nastaju pri glavnim poslovnim aktivnostima subjekta.
- Novčane tokove od investicijskih aktivnosti: javljaju se vezano za investicije i izdatke nastale tijekom nabave dugotrajnih resursa pomoću kojih je cilj stvaranje buduće dobiti i budućih novčanih tokova.
- Novčane tokovi od financijskih aktivnosti: javljaju se pri obavljanju transakcija s vlasnicima i kreditorima tvrtke.

Prema Standardima financijskog računovodstva, Standard 95 mjerodavan je za sastavljanje i prezentaciju izvještaja o novčanom toku. Objavljen je u studenom 1987. godine (FAS 95:34). Međutim, Hrvatski standardi financijskog izvještavanja ne sadrže standard koji se bavi sastavljanjem Izvještaja o novčanom toku, već se kratke upute o sastavljanju izvještaja nalaze u HSFI-1 – Financijski izvještaji, točke 1.25. do 1.35, pa se u skladu s tim ovaj izvještaj sastavlja prema MRS 7 (Dropulić, 2011).

Izvještaj o novčanim tijekovima prezentira sve priljeve novca i odljeve novca, te njihov međuodnos u određenom izvještajnom razdoblju. Sastavlja se u svrhu pružanja informacija eksternim korisnicima (npr. investitori, menadžeri ili kreditori) o kvaliteti ostvarenog novčanog toka u obračunskom razdoblju. Rezultat promjene novca može biti neto povećanje ili neto smanjenje novca. Ovaj financijski izvještaj upotrebljava se za analizu informacija o izvorima i korištenju gotovine u prošlom razdoblju. Također, pomaže u donošenju zaključaka i planiranju gotovinskih tijekova i potreba za financiranjem u budućnosti poduzeća, kao i mogućnosti stvaranja dodatnog priljeva novca (Vidučić et al., 2015).

Budući da su sadržaj i oblik izvještaja zakonski propisani (NN 144/2020), ne postoji sloboda prilikom izvještavanja o novčanim tokovima, nego novčani tokovi moraju biti jasno razvrstani prema aktivnostima iz kojih se novčani tokovi stvaraju. Oni koji nastaju od investicijskih i financijskih aktivnosti moraju se uvijek iskazivati izravno, odnosno direktnom metodom.

Kada je riječ o novčanim tokovima od poslovnih aktivnosti, poduzeća imaju slobodu samostalno odabrati između direktne ili indirektno metode iskazivanja. Uzevši u obzir da iskazivanje novčanih tokova direktnom metodom traži veći utrošak vremena i novca, u praksi se ustalilo sastavljanje izvještaja indirektnom metodom, koja je efikasnija s aspekta menadžera poduzeća. Ipak, korisnici izvještaja preferiraju sastavljanje direktnom metodom, zato što je informacijski efikasnija odnosno omogućava detaljniji i precizniji uvid u poslovne aktivnosti.

2.2.5. Izvještaj o promjenama kapitala

Sukladno HSFI-ju (2008), izvještaj o promjenama kapitala pruža prikaz strukture kapitala poduzeća i svih promjena u stavkama kapitala koje su se dogodile u periodu između dva sastavljanja bilance. Sastavlja se temeljem podataka iz bilance te računa dobiti i gubitka, ali isto tako i podataka koji se sastavljaju isključivo za potrebe sastavljanja ovog izvještaja.

Prema MRS-u 1, ovim se izvještajem zasebno moraju iskazati pozicije (Žager et al., 2008):

- Dobit ili gubitak razdoblja
- Iznos zadržane dobiti/gubitka na početku i kraju razdoblja i promjene unutar razdoblja
- Dodatna ulaganja vlasnika i visina izglasanih dividendi
- Sve stavke prihoda ili rashoda, dobitaka ili gubitaka koje prema zahtjevima drugih standarda treba direktno priznati u kapital te njihov ukupni iznos
- Učinak promjena računovodstvenih politika i ispravke temeljnih pogrešaka

Prema MSFI-ju (2009), u izvještaju o promjenama kapitala poslovni subjekt treba iskazati:

- Ukupnu sveobuhvatnu dobit razdoblja: pri čemu obavezno iskazuje odvojeno ukupne iznose raspodjeljive vlasnicima matice i vlasnicima manjinskih udjela)
- Iznose transakcija s vlasnicima u njihovom svojstvu kao vlasnika (prikazujući odvojeno uplate uloga vlasnika i raspodjele vlasnicima.
- Učinke retroaktivne promjene računovodstvenih politika ili retroaktivnog prepravljavanja iznosa priznatih u skladu s MRS-8
- Usklađenje između knjigovodstvenog iznosa svake komponente kapitala na početku i na kraju razdoblja

Veliki i srednji poduzetnici su poslovni subjekti koji su obavezni sastavljati izvještaj o promjenama kapitala, za razliku od malih i mikro poduzetnika koji samostalno odlučuju u sastavljanju.

2.2.6. Bilješke uz financijske izvještaje

Bilješke uz financijske izvještaje dodatna su dokumentacija koja sadrži podatke koji se ne nalaze u ostalim financijskim izvještajima. Sastavljaju se kako bi precizno pojasnili stavke u temeljnim financijskim izvještajima, a trebale bi prikazivati metode procjene bilančnih pozicija, odstupanja (ako ih ima) i razloge odstupanja.

Sastavljanje i prezentiranje bilješki doprinosi kvaliteti i upotrebljivosti financijskih informacija. Bilješke pružaju podatke koji nisu izravno vidljivi u glavnim financijskim izvještajima, ali također moraju pojasniti pozicije u izvještajima koje su ključne za razumijevanje, kako bi se temeljni financijski izvještaji mogli potvrditi i kako bi se temeljem njih mogle donositi optimalne poslovne odluke (Vujević, 2003).

3. ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

Bolfek et al. (2012) analizu financijskih izvještaja opisuju kao postupak primjene raznovrsnih tehnika i analitičkih sredstava pomoću kojih se ocjenjuje prethodno poslovanje odabranog društva, pri čemu se informacije iz financijskih izvještaja mogu pretvoriti u upotrebljive informacije ključne za upravljanje.

Utvrđuju se rizični sektori poslovanja i smišlja metoda kojom se mogu postići učinkovitiji poslovni rezultat u narednom periodu. Pri tome, financijski menadžment mora analizirati proteklo poslovanje kako bi, na temelju onoga što se ostvarilo u prethodnim razdobljima, mogli planirati poslovna za budućnost.

Analiza financijskih izvještaja ključan je postupak u ocjeni poslovanja nekog poduzeća i donošenju poslovnih odluka.

Velik je izbor tehnika i metoda koje se mogu koristiti za analizu financijskih izvještaja, ali zajedničko im je to da su sve utemeljene na podjelama u različite skupine i uspoređivanju, pri čemu je osnovna podjela na (Abramović et al., 2008):

- Komparativne financijske izvještaje – podloga horizontalnoj analizi pomoću koje prepoznamo dinamiku kretanja pozicija tijekom vremena.
- Strukturne financijske izvještaje - podloga vertikalnoj analizi čiji je cilj uvid u strukturu financijskih izvještaja.
- Financijske pokazatelje – razlikuju se pojedinačni i zbrojni pokazatelji, skupine pokazatelja i sustavi pokazatelja.

Krajnja odluka o načinu analize financijskih izvještaja pripada onome koje je ta analiza potrebna. Premda će jedan dio korisnika financijskih izvješća negodovati zato što analizom izvještaja ne mogu ocijeniti bonitet odabranog poduzeća nego samo zadovoljiti zakonske uvjete, dobra i kvalitetna analiza može u velikoj mjeri pomoći pri donošenju suda o bonitetu promatranog društva. Uz pomoć analize rezultata poslovanja iz prethodnih razdoblja, može se lakše pronaći način na koji se može poboljšati poslovni rezultat u narednim periodima.

3.1. Vertikalna analiza financijskih izvještaja

Vertikalna analiza jedna je od metoda analize financijskih izvještaja u kojoj je svaka stavka prikazana kao određeni postotak osnovne brojke. Najčešće se koristi unutar financijskih izvještaja za jedno izvještajno razdoblje. Provedbom vertikalne analize financijskih izvještaja mogu se spoznati glavni izvori novca i novčanih ekvivalenata, to jest moguće je zaključiti kako se upotrebljavaju najvažnija novčana sredstva. (Barać Aljinović, 2019.)

Provedbom vertikalne analize, svaka se stavka u računu dobiti i gubitka i bilanci pretvara u postotak ukupne prodaje, odnosno postotak od ukupne imovine.

$$\text{postotni udio} = \frac{\text{vrijednost odabrane stavke financijskog izvještaja}}{\text{ukupna vrijednost novčanih primitaka}} * 100$$

$$\text{postotni udio} = \frac{\text{vrijednost odabrane stavke financijskog izvještaja}}{\text{ukupno stanje novca}} * 100$$

Kao prednosti vertikalne analize mogu se navesti (Belak, 1995):

- Dublji uvid u sastav poduzeća - omogućuje se bolje razumijevanje financijskih izvještaja.
- Analiza ključnih trendova - vertikalna analiza korisna je za analizu trendova.
- Lagana usporedba podataka iz više različitih godina - može se provesti usporedna analiza izvještaja kako bi se poboljšala učinkovitost vertikalne analize.
- Analiza među poduzećima - moguće je usporediti financijske izvještaje različitih tvrtki, što pomaže u procjeni relativne profitabilnosti, učinkovitosti i konkurentnosti promatranog poduzeća.
- Sastav financijskih izvještaja - može se procijeniti strukturni sastav stavki iz financijskih izvještaja poduzeća.

Žager et.al (2008) navode kako vertikalna analiza ima dva temeljna cilja i to:

- Promatranje izvora imovine društva (npr. kratkoročne i dugoročne obveze, te vlastiti izvori imovine) kako bi se dobili podaci o zaduženosti poduzeća.
- Analizu strukture imovine, to jest odnosa kratkotrajne i dugotrajne imovine.

3.2. Horizontalna analiza financijskih izvještaja

Belak (1995) horizontalnu analizu definira kao paralelni prikaz apsolutnih svota najvažnijih pozicija bilance i računa dobiti i gubitka, te promjene tih vrijednosti kroz više vremenskih perioda. Koristi se kao jedna od tehnika analize financijskih izvještaja, a obuhvaća set mjera i tehnika koje se koriste za usporedbu različitih vrijednosti kroz više razdoblja. Pri tome, analizirane se vrijednosti pretvaraju u podatke relevantne za donošenje poslovnih odluka.

Ukratko, svrha ove analize je dobivanje informacija o promjenama pojedinih novčanih tokova kroz različita promatrana razdoblja (Barać Aljinović, 2019.)

Horizontalna analiza može upotrebljavati postotne ili apsolutne usporedbe. Ukoliko se prikazuje dinamika u odnosu na izabrano bazno razdoblje, koristi se **bazni indeks**. Izabere se jedna godina za bazu, dok se podaci iz ostalih godina prikazuju kao postotak bazne godine. Takav prikaz je jako jednostavno interpretirati i pružaju se zahvalni i lako razumljivi pokazatelji. Upravo zbog takvog načina mjerenja, ova vrsta analize korisnicima omogućava lagano uočavanje trendova, te obrasca rasta ili pada neke vrijednosti u različitim periodima.

Ova vrsta analiza među širom populacijom je poznata i kao „analiza bazne godine“.

$$\Delta\% = \frac{\text{vrijednost u tekućem razdoblju} - \text{vrijednost u baznom razdoblju}}{\text{vrijednost u baznom razdoblju}} * 100$$

Izuzev baznih indeksa, moguće je upotrebljavati i **verižne indekse** onda kada se analizira više od dva razdoblja, ili onda kada se trenutne vrijednosti uspoređuju s prethodnim, a ne baznim razdobljem (Brekalo, 2007).

$$\Delta\% = \frac{\text{vrijednost u tekućem razdoblju} - \text{vrijednost u prethodnom razdoblju}}{\text{vrijednost u prethodnom razdoblju}} * 100$$

Prema dostupnoj ekonomskoj literaturi, može se reći da se prilikom analize uspješnosti poduzeća ipak češće koristi bazni indeks, dok se u svrhu forenzične analize ipak više koristi verižni indeks.

Unatoč brojnim koristima horizontalne analize, potrebno je istaknuti i nedostatke iste. Belak (1995) navodi da su najveći problemi:

- Inflacija
- Promjene obračunskog sustava kod izrade i predočjenja izvješća
- Promjene u politici bilanciranja
- Promjene zbog kojih su izvješća čine neusporediva

U takvim situacijama, izvješća se moraju uskladiti prije uspoređivanja. Ukoliko potpuno usklađenje nije moguće, treba barem uskladiti važne stavke ili pokazatelje prije usporedbe. Također, valja naglasiti da je horizontalnom analizom relativno jednostavno manipulirati. Ukoliko postoji nakana da se trenutno razdoblje prikaže boljim nego što zaista jest, potrebno je samo za usporedbu odabrati određena povijesna razdoblja loše poslovne izvedbe poduzeća.

Kako bi se dobili kvalitetni rezultati koji će kasnije pomoći u donošenju dobrih zaključaka, potrebno je koristiti minimalno podatke od tri godine, iako neki autori tvrde da je nužno koristiti minimalno četiri do pet godina (Šlibar, 2010). Iako se jasno može zaključiti da će korištenje podataka iz što većeg broja godina osigurati bolje rezultate, konačni izbor o količini korištenih podataka ovisit će o preferencijama korisnika horizontalne analize.

3.3. Analiza pomoću financijskih pokazatelja

Analiza uz pomoć financijskih pokazatelja može se definirati kao utvrđivanje odnosa između različitih elemenata temeljnih financijskih izvještaja. Financijski pokazatelj je racionalni broj koji prezentira neku ekonomsku veličinu stavljenu u odnos s drugom. Samim tim, pokazatelji su nosioci informacija relevantnih za donošenje budućih poslovnih odluka.

Sasvim je jasno da je potrebno voditi računa o veličinama koje se uspoređuju, odnosno nemoguće je dovoditi u vezu bilo koje dvije, nasumično odabrane, ekonomske veličine. U tom kontekstu, treba se naglasiti preduvjet ispravnosti pokazatelja – ukoliko omjer brojnika i nazivnika ne može opisati neki ekonomski međuodnos, tada se ne može reći da numerička vrijednost predstavlja financijski pokazatelj (Žager et al., 2008).

Financijske pokazatelje uglavnom je vrlo jednostavno izračunati, međutim može biti problematična interpretacija i razumijevanje dobivenih informacija. Bez obzira o kojim se izračunatim pokazateljima radi, oni sami za sebe ne otkrivaju puno informacija. Kako bi kvalitetnije ocijenilo poslovanje poduzeća, dobivene vrijednosti nužno je usporediti s nekim pokazateljima iz prethodnih godina, ili standardnim veličinama, te donijeti sud o tome jesu li izračunati pokazatelji ispravni i zadovoljavajući.

Analiza financijskih izvještaja pomoću financijskih pokazatelja radi se kako bi se mogao utvrditi trend kretanja odabranih pojava unutar poduzeća, odnosno kako bi se dobiveni pokazatelji usporedili s industrijskim prosjekom.

Financijski pokazatelji koji će se koristiti u ovom radu su:

- Koeficijent tekuće likvidnosti
- Koeficijent zaduženosti
- Ekonomičnost ukupnog poslovanja
- Neto profitna marža (%)

Koeficijent tekuće likvidnosti prikazuje omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza. To jest, prikazuje mogućnost da poduzeće iz kratkotrajne imovine podmiri kratkoročne obveze. Kontrolna vrijednost koeficijenta tekuće likvidnosti iznosi 2, što znači da bi poduzeće trebalo imati dvostruko više gotovine, potraživanja i zaliha kako bi bilo u mogućnosti optimalno poslovati i adekvatno pokriti kratkoročne obveze.

Ukoliko je vrijednost pokazatelja između 1.00 i 2.00, dovodi se u pitanje likvidnost poduzeća, a o kritičnoj je vrijednosti riječ kada je koeficijent tekuće likvidnosti manji od 1.00.

Ukoliko je vrijednost obrtnih sredstava veća od vrijednosti tekućih obveza, može se smatrati da će dospjele obveze biti pravovremeno podmirene. Međutim, ako poduzeće ima brz obrtaj zaliha i može naplatiti vlastitu realizaciju bez poteškoća, prihvatljivi odnos tekućih sredstava i obveza može biti ispod kontrolne vrijednosti. Ali, ukoliko je pokazatelj znatno niži od industrijskog prosjeka postoji mogućnost da poduzeće ostane bez sredstava za podmirenje kratkoročnih obveza. Takva situacija implicira na nužnost povećanja nekog oblika kratkotrajne imovine i/ili smanjenje nekih kratkoročnih obveza.

Dodatno, ako je pokazatelj tekuće likvidnosti znatno viši od prosjeka industrije, ukazuje se na neefikasno korištenje vlastitih sredstava od strane poduzeća (Markin, 2012).

$$\textit{koeficijent tekuće likvidnosti} = \frac{\textit{kratkotrajna imovina}}{\textit{kratkoročne obveze}}$$

Koeficijent zaduženosti pokazuje u kojoj mjeri društvo upotrebljava zaduživanje kao oblik financiranja, odnosno, definira postotak imovine stečen zaduživanjem. Veći odnos duga i imovine podrazumijeva veći rizik da poduzeće ne bude u mogućnosti vratiti dug.

Kontrolna vrijednost utvrđena na temeljem praktičnog iskustva iznosi 0,50 (50 %), iako je u praksi vrijednost ovog pokazatelja jako često iznad navedene granice.

Granične vrijednosti zaduženosti uvelike ovise o djelatnosti u kojoj društvo posluje, ali nekakav prihvatljivi rizik je onaj kada se 2/3 imovine financira iz tuđih izvora.

Također, treba napomenuti da pojam zaduženosti ne podrazumijeva samo kreditne obveze, nego i obveze prema dobavljačima, državi, pozajmicama, povezanim društvima i slično (Mesarić, 2009.).

$$\textit{koefficient zaduženosti} = \frac{\textit{ukupne obveze}}{\textit{ukupna imovina}}$$

Ekonomičnost ukupnog poslovanja mjeri odnos ukupnih prihoda i ukupnih rashoda, odnosno pokazuje količinu prihoda ostvarenu po jednoj jedinici rashoda. Ako je vrijednost navedenog pokazatelja manja od 1, odabrano poduzeće posluje s gubitkom. Suprotno tome, ukoliko je veća od 1, prihodi nadmašuju rashode i poduzeće ostvaruje dobitak. Svi parametri potrebni za izračun pokazatelja ekonomičnosti ukupnog poslovanja mogu se pronaći u računu dobiti i gubitka (Mesarić, 2009.)

$$\textit{ekonomičnost ukupnog poslovanja} = \frac{\textit{ukupni prihodi}}{\textit{ukupni rashodi}}$$

Neto profitna marža (%) mjeri koliko je od ukupno realiziranog prihoda na tržištu ostvareno „čiste dobiti“, odnosno neto profita kojim poduzeće može neometano raspolagati. Taj dio profita, koji možemo nazvati i „dobit nakon oporezivanja“, može biti isplaćen vlasnicima u adekvatnim omjerima, ili sačuvan u bilanci kao zadržana dobit (Mesarić, 2009).

$$\textit{neto profitna marža}(\%) = \frac{\textit{dobit nakon oporezivanja}}{\textit{prihod od prodaje}} * 100$$

4. TRGOVINA KAO DJELATNOST

4.1. Definicija i uvjeti obavljanja trgovine

Trgovina je gospodarska djelatnost u kojoj trgovac nabavlja, odnosno kupuje, robu s ciljem daljnje prodaje krajnjim kupcima (Belak, 2006). Značajna je za proizvođače zato što im omogućava brzu i jednostavnu prodaju, olakšava im komunikaciju s tržištem, daje informacije o trendovima na tržištu i novim potrebama kupaca, a u isto vrijeme im omogućava neometanu i neprekidnu masovnu proizvodnju.

Moglo bi se reći da trgovina predstavlja sponu između proizvodnje i potrošnje jer različitim aktivnostima, kao što su unaprjeđenje asortimana i konstantno korigiranje cijena, povezuje navedene dvije strane (Grabovac, 2002). Nositelji trgovine kao gospodarske grane su trgovinska poduzeća, koja se mogu definirati kao radne organizacije koje se bave trgovinskom djelatnosti, s krajnjim ciljem stjecanja dobiti pomoću prodaje različite vrste roba i usluga na tržištu.

Dakako, osim trgovinskih poduzeća, prema Zakonu (NN br.30/14) djelatnost trgovine osim trgovca mogu obavljati i drugi gospodarski subjekti kao što su:

- pravna ili fizička osoba koja nema obvezu upisa u Upisnik dobavljača sadnog materijala u skladu s posebnim propisima
- nositelj ili član obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva upisan u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava u skladu s posebnim propisima
- pravna ili fizička osoba koja posjeduje povlasticu za gospodarski ribolov na moru, na slatkim vodama, uzgoj ribe i drugih morskih organizama
- pravna ili fizička osoba registrirana za obavljanje proizvodne djelatnosti
- pravna ili fizička osoba upisana u Upisnik šumo posjednika, kad šumske proizvode prodaje na malo izvan prodavaonice
- pravne osobe (udruge, zadruge, ustanove i sl.) koje prema posebnim propisima radi ostvarivanje svojih ciljeva, svoje proizvode prodaje na malo izvan prodavaonica

U Hrvatskoj je obavljanje trgovine regulirano Zakonom o trgovini (2020), prema kojem je trgovac fizička ili pravna osoba registrirana za obavljanje kupnje i prodaje robe i/ili pružanja usluga u trgovini.

Zakonom o trgovini svim je trgovcima omogućeno obavljanje trgovine uz jednake uvjete na tržištu, pri čemu se u posebnim okolnostima trgovcu može ograničiti pravo djelovanja na tržištu, odnosno zabraniti tržišno natjecanje ili ponašanje koje bi nanosilo štetu potrošačima.

Zakon o trgovini jasno je utvrdio uvjete koji moraju biti ispunjeni kako bi se legalno mogla obavljati djelatnost trgovine. Prema Zakonu (NN 30/14), nužno je da su ispunjeni:

- opći sanitarni i zdravstveni uvjeti i uvjeti sukladni propisima o hrani
- minimalni tehnički uvjeti

Osim Zakona o trgovini, trgovinska poduzeća su obvezna poštivati čitav niz drugih pravilnika, zakona i propisa među kojima valja izdvojiti:

- Zakon o računovodstvu (NN 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20)
- Zakon i Pravilnik o porezu na dobit
(NN 177/04, 90/05, 57/06, 146/08, 80/10, 22/12, 148/13, 143/14, 50/16, 115/16, 108/18, 121/19, 32/20, 138/20)
- Zakon i Pravilnik o PDV-u
(NN 73/13, 99/13, 148/13, 153/13, 143/14, 115/16, 106/18, 121/19, 138/20, 39/22)
- Međunarodni računovodstveni standardi (s naglaskom na MRS 2)
- Hrvatski standardi financijskog izvještavanja (s naglaskom na HSFI 10 - Zalihe)
- Zakon i pravilnik o porezu na dohodak (NN 115/16, 106/18, 121/19, 32/20, 138/20)
- Zakon o zaštiti potrošača (NN 79/07, 125/07, 79/09, 89/09.)
- Pravila o ambalaži i ambalažnom otpadu (NN 97/05, 115/05, 81/08, 156/09.)
- Pravilnik o minimalnim tehničkim i drugim uvjetima koje se odnose na prodajne objekte, opremu i sredstva u prodajnim objektima i uvjetima za prodaju robe izvan prodavaonica (NN 66/09)
- Kolektivni ugovor za djelatnost trgovine (NN 41/1998, 79/2005)
- Zakon o elektroničkoj trgovini (NN 173/03, 67/08, 36/0)

4.2. Način obavljanja trgovine

Trgovina kao gospodarska djelatnost može se kategorizirati prema više različitih kriterija. S obzirom da će ovaj rad najvećim dijelom tematizirati trgovinu na malo, uz povremeno spominjanje trgovine na veliko, ovdje ćemo spomenuti samo tu podjelu.

Iako nisu pravi sinonimi, trgovine na malo i veliko često se nazivaju maloprodajom i veleprodajom. Sami ti pojmovi navode nas na definiciju i shvaćanje razlike između njih. Sasvim logično, trgovina na veliko (veleprodaja) znači prodaju veće količine robe, dok se trgovina na malo (maloprodaja) definira kao prodaja u manjim količinama krajnjem kupcu.

Premda navedene dvije trgovine imaju jednu veliku sličnost, a to je očito djelatnost kojom se bave, ipak postoji brojne su razlike među njima. Sljedeća tablica donosi nam usporedbu trgovine na veliko s trgovinom na malo.

Tablica 4. Usporedba trgovine na malo (maloprodaja) i trgovine na veliko (veleprodaja)

	TRGOVINA NA MALO (MALOPRODAJA)	TRGOVINA NA VELIKO (VELEPRODAJA)
SVRHA	Kupovina manje količine dobara u svrhu preprodaje krajnjim potrošačima	Kupovina/uvoz velike količine robe s ciljem prodaje trgovcima na malo/veletrgovcima
POVEZUJE	Veleprodaju i krajnjeg kupca	Proizvođača i trgovca na malo
PRODAJNE VJEŠTINE	Obavezne	Nisu nužne
CIJENA	Viša od veleprodajne, ovisi o konkurenciji	Niža od one po kojoj krajnji kupac kupuje
KAPITALNI ZAHTJEV	Niži od veleprodajnog	Visok
LOKACIJA	Veoma bitna za uspjeh u prodaji	Uopće nije bitna
OGLAŠAVANJE	Nužna za privlačenje kupaca	Nema velike potrebe

Izvor: izrada autora prema podacima s <https://hr.weblogographic.com/difference-between-wholesale>

4.2.1. Trgovina na malo (maloprodaja)

Trgovina na malo se prema Zakonu o trgovini može definirati kao kupovina dobara u svrhu preprodaje potrošačima, te profesionalnim korisnicima, ukoliko nije nužno ispuniti dodatne uvjete nametnute posebnim zakonima, aktima, propisima i/ili odlukama (Brkanić et al., 2014). Temeljna karakteristika trgovine na malo je osluškivanje i ispunjavanje niza jednostavnih i kompliciranih potreba potrošača, kao i poduzimanje aktivnosti koje utječu na korekciju potrošačkih navika i afiniteta.

Segetlija (1999) donosi pregled trgovine na malo kroz dvije različite perspektive:

- institucijsku
- funkcijsku

Institucijski pogled trgovine na malo analizira je kroz nositelje čija se gospodarska aktivnost isključivo svodi na maloprodaju, pri čemu među navedenim nositeljima treba istaknuti:

- prodavaonice
- poduzeća trgovine na malo
- pogon trgovine na malo

S druge strane, funkcijska perspektiva trgovinu na malo promatra kao gospodarsku aktivnost nabavke i preprodaje robe i usluga, neovisno o subjektu koji je provodi.

Trgovina na malo može se obavljati u specijaliziranim prodavaonicama ili izvan njih, uz uvjet da su zadovoljeni svi uvjeti zadani Zakonom o trgovini, ali i ostalim posebnim propisima kojima djelatnost trgovine podliježe (Brkanić et al., 2014).

Poslovni ciklus trgovine na malo obavlja se kroz tri faze:

- nabava robe: otkupom od veletrgovina, uvozom ili nabavom direktno od proizvođača
- skladištenje robe: prema Grabovac (2002) može se obavljati:
 - ✓ u centralnom skladištu: robu koja se dostavlja dobavljač grupira, pakira i dostavlja specijaliziranim trgovinama
 - ✓ u prostorima dobavljača: odakle se nakon kontrole i sortiranja direktno šalje u trgovinu, na osnovu dogovora i naloga trgovca na malo
- prodaja robe krajnjem potrošaču: izvršava se različitim metodama prodaje, ovisno o metodi koju maloprodajno poduzeće koristi kao način poslovanja (online, internetska i telefonska prodaja, samoposluga...)

Trgovci na malo kupljenu robu nude i prodaju potrošačima u različitim vrstama prodavaonica, pri čemu se kao najčešće korištene mogu navesti: kiosci, mini/maxi/super marketi, diskonti, samoposlužni automati i slično.

Konačno, potrebno je napomenuti razliku u pojmovima maloprodaje i trgovine na malo. Iako se navedeni pojmovi često koriste kao sinonimi, ipak postoji određena razlika. Trgovina na malo podrazumijeva kompletnu djelatnost koja obuhvaća period od nabave do prodaje kupljene robe. Međutim, maloprodaja se može definirati kao dio trgovine na malo zato što podrazumijeva samo kupnju robe radi daljnje radi preprodaje krajnjem potrošaču koji će je koristiti u privatne ili profesionalne svrhe. To jest, maloprodaja ne sadrži proces nabave, već samo prodaje kupljene robe (Belak i dr., 2021).

4.2.2. Trgovina na veliko (veleprodaja)

Prema Zakonu o trgovini (NN 30/14), trgovina na veliko može se definirati kao gospodarska aktivnost čija je primarna funkcija nabava robe direktno od proizvođača ili iz uvoza, s ciljem preprodaje kupljene robe profesionalnim korisnicima. Profesionalnim korisnicima smatraju se pravne ili fizičke osobe koje se bave različitim registriranim i zakonski odobrenim djelatnostima, a bez direktne prodaje nabavljene robe krajnjim potrošačima. Najčešće se obavlja u prodajnim objektima i na tržnicama na veliko, koje ispunjavaju Zakonom propisane uvjete.

Kao i u trgovini na malo, trgovina na veliko odvija se u tri različite faze:

- nabava robe: direktno od proizvođača, iz uvoza, od drugog trgovca na veliko
- skladištenje robe
- prodaja robe. trgovcima na malo ili drugim trgovinama na veliko

S obzirom na naglo povećanje konkurencije i ponude na tržištu općenito, u zadnje vrijeme se sve češće preskaču veleprodaje kao posrednici između proizvođača i trgovina na malo. S obzirom da se zbog razvoja moderne tehnologije i transporta robe uvelike olakšala komunikacija s proizvođačima, trgovci na malo se sve više i češće odlučuju na nabavu robe direktno od proizvođača, po nižim cijenama i bez troška posrednika veletgovca (Bucić, 2016).

4.3. Koncentracija i značaj trgovine u Republici Hrvatskoj

Pojam koncentracije u ekonomiji može se definirati kao tendencija centraliziranja aktivnosti u nekom prostoru ili širenje kontrole pojedinaca ili manjih skupina, nad vlasništvom ili nekim aktivnostima.

Prema tome, koncentracija industrije predstavlja namjeru smještanja većega dijela industrije na određenome mjestu, dok koncentracija kapitala podrazumijeva prelazak kontrole većeg dijela kapitala u mali broj ruku. Pojačana koncentracija može nastati zbog lokacijske prednosti neke industrije, uspješnijega poslovanja nekoga društva, ali i kao rezultat različitih odluka o investicijama, organizaciji, poslovnom povezivanju (Enciklopedija.hr).

Koncentracija jača širenjem poduzeća internim rastom ili poslovnim spajanjima, pri čemu obje metode rasta imaju svoje prednosti i mane. Ako se poduzeće odluči na jačanje koncentracije metodom poslovnog spajanja, to može učiniti koristeći sljedeće strategije (Digman, 1990):

- Strategija vertikalnog rasta: predstavlja proširenje poslovanja poslovnim spajanjem s drugim poduzećem unutar industrije.
 - ✓ prema natrag – spajanje s proizvođačem inputa za proizvode kojima trguju
 - ✓ prema naprijed – spajanje s prodajnim poduzećima
- Strategija horizontalnog rasta: podrazumijeva poslovno spajanje konkurentnih poduzeća, odnosno društava koja posluju u istoj djelatnosti (npr. spajanje Ribole i Studenca).
- Strategija diverzifikacije:
 - ✓ povezana - širenje poslovne aktivnosti kroz spajanje s poduzećima čije se poslovanje barem u određenoj mjeri podudara s postojećim poslovanjem
 - ✓ nepovezana – proširenje obujma poslovanja kroz poslovna spajanja s poduzećima iz potpuno drugačijih industrija

Kada je riječ o sektoru trgovine, koncentracija znači smanjenje cjelokupnog broja poduzeća koja se bave trgovinom, uz paralelan rast snage i značaja velikih poduzeća u industriji u odnosu na mala, što konačno rezultira stvaranjem monopola ili, u najboljem slučaju, uskog oligopola.

Koncentracija u trgovini mjeri se različitim metodama, no u najčešćoj su uporabi Koeficijent koncentracije i Herfindahl Hirschmanov indeks (HHI). Ovim se metodama može dosta precizno izračunati visina koncentracije na tržištu koja može biti visoka, umjerena i slaba (Peršić, 2015).

S obzirom da snažna koncentracija potencijalno može stvoriti nepravdu potrošačima i negativni utjecaj na uvjete tržišnog natjecanja, uspostavljeni su posebni antitrustovski zakoni čiju provedbu nadzire Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN).

Ukupna djelatnost trgovine, s naglaskom na trgovinu na malo, ima značajan utjecaj na gospodarstvo Republike Hrvatske u cjelini. Napredna trgovina donosi ubrzanu globalizaciju i urbanizaciju državi, ali isto tako indicira nužnost napretka i prilagodbe situaciji na nacionalnom i globalnom tržištu, koja se stalno mijenjaju. Značaj trgovine ponajviše je vidljiv u segmentima:

- doprinosa stvaranju ukupnog BDP-a
- doprinos povećanju zaposlenosti stanovništva

Može se reći da je najveći iskorak u sektoru trgovine, posebice međunarodne, napravljen u trenutku pridruživanja Europskoj uniji 2013. godine. Nakon pridruživanja Europskoj uniji, započelo je zastupanje interesa hrvatskog gospodarstva u stvaranju i provođenju Zajedničke trgovinske politike EU. Zbog zahtjeva koje je bilo nužno ispuniti za ulazak u EU, Hrvatska je unaprijedila čak 33 čimbenika gospodarstva, među kojima treba najviše istaknuti: slobodu kretanja robe, javnu nabavu, informacijsko društvo, obrazovanje i kulturu, te vanjsku, sigurnosnu i obrambenu politiku (Europska komisija, 2005).

4.4. Utjecaj pojave pandemije COVID-19 na sektor trgovine u Republici Hrvatskoj

Pandemija koronavirusa (COVID-19) stvorila je neočekivane promjene u svim gospodarskim sektorima, te kreirala dosad neviđene izazove za nacionalnu, zdravstvenu, gospodarsku i financijsku stabilnost države. Volatilnost tržišta je drastično porasla, a nesigurnost i nepredvidivost budućih događanja u poslovnom svijetu i kućanstvima postali su svakodnevica (IMF, 2020). Učinak navedenih promjena oslikavao se i u trgovini. Brojne epidemiološke mjere, među kojima valja najviše istaknuti preporuku o konstantnom držanju fizičke udaljenosti, prisilile su poduzeća na prilagodbu načina ponude i prodaje svog asortimana. Kupovinu u fizičkim trgovinama sve su više zamijenili različiti online shopovi.

Prema podacima Hrvatske narodne banke (HNB, 2020) tijekom 2020. i 2021. godine, posljedice koje će nastati u gospodarstvu Republike Hrvatske bilo je jako teško pouzdano predvidjeti, prvenstveno zbog nepoznate brzine, širenja i mogućeg trajanja pandemije, kao i mjera koje će državni vrh pogođenih zemalja primjenjivati pri suzbijanju krize. Pogoršanjem gospodarskih okolnosti uslijed širenja pandemije, a uzevši u obzir da su epidemijom pogođena vodeća gospodarstva EU-a (posebice Italija koja je važan vanjskotrgovinski partner), već početkom 2020. godine, očekivano je odstupanje realnog BDP-a u Hrvatskoj 2020. od ranije predviđenog.

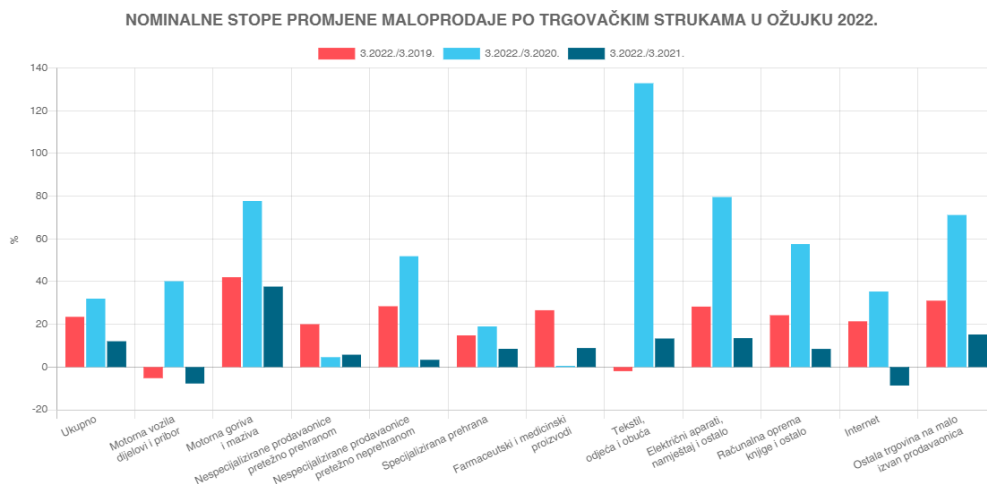
Pretpostavljalo se da će se oslabljena inozemna potražnja najviše odraziti na turističku djelatnost i robni izvoz, s obzirom da te djelatnosti u Hrvatskoj znatno pridonose kumuliranju domaćeg proizvoda. Međutim, za slučaj da se epidemija znatno proširi na nacionalnoj i globalnoj razini, očekuje se da će ekonomski biti pogođene i druge djelatnosti, što će vrlo vjerojatno utjecati i na kretanje domaće potražnje i potrošnje.

Ograničavanje rada trgovina i općenite preporuke o fizičkom distanciranju potaknule su mnoga poduzeća na ponudu proizvoda kroz druge kanale – s obzirom da su fizičke trgovine neko vrijeme bile zatvorene, kupci su se okrenuli kupovini putem interneta. Poduzeća su osmislila nove promotivne akcije, započela su suradnje s logističkim tvrtkama i orijentirala se na unaprjeđenje ponude i prodaju u virtualnom prostoru.

Uvidom u Grafikon 1. može se zaključiti kako je došlo do neznatne promjene nominalnih stopa svih navedenih sektora u ovoj godini odnosno na 2019. koja je službeno označena kao godina početka pandemije (s obzirom da je pandemija nastupila na samom kraju 2019., nije došlo do značajnih promjena nominalnih stopa). Isto tako, došlo je do neznatnih promjena nominalnih stopa za tekuću godinu u odnosu prethodnu ukoliko izuzmemo prodaju motornih goriva i maziva na čije cijene više utječe rusko-ukrajinski oružani sukob negoli pandemija Covid-19.

Nasuprot tome, vidljiva promjena nastupila je uspoređujemo li tekuću 2022. s 2020. godinom, koja je prema svim parametrima bila godina najvećih pandemijskih iskušenja, kako u zdravstvenom tako i u svim ostalim sektorima. Sumarno, svi sektori doživjeli su drastične promjene izuzmemo li sektore povezane s prehranom i medicinskim uslugama koje su neophodne za opstanak.

Samoizolacije, karantene i preporuke zdravstvenih organizacija da se u što većoj mjeri poslovi obavljaju od kuće doprinijeli su smanjenju potrošnje goriva, kupovine odjeće i dr., dok se s druge strane povećala uporaba interneta koji je neophodan za rad od kuće.



Grafikon 1. Nominalne stope promjene maloprodaje po trgovačkim strukama u ožujku 2022.

Izvor: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr

Pandemija je imala direktan utjecaj na međunarodnu trgovinu robom, stoga su u 2020. godini uočljive posljedice na vanjskotrgovinsku robnu razmjenu RH. Prema podacima državnog zavoda za statistiku (2022), u 2021. g. ukupan izvoz RH iznosio je 112,0 milijardi kuna. Odnosno, ukupan je izvoz 2021. g. manji je za 912,4 milijuna kuna (0,8%) u usporedbi s istim razdobljem 2019. U tom periodu, ukupan uvoz Republike Hrvatske iznosio je 171,7 milijardi kuna, što predstavlja pad od 13,5 milijardi kuna ili 7,3% u odnosu na isto razdoblje 2019.

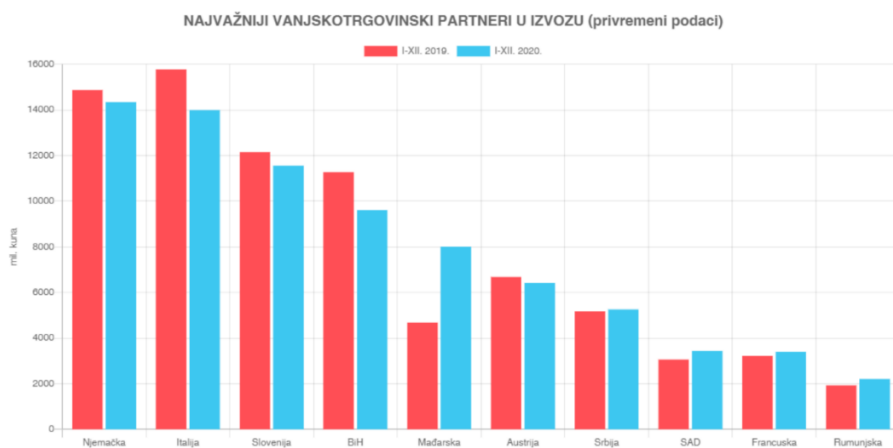
Vanjskotrgovinski deficit Republike Hrvatske od siječnja do prosinca 2020. iznosio je 59,8 milijardi kuna, što je za 12,5 milijardi kuna ili 17,4% manje nego u istom razdoblju 2019.

Najvažniji vanjskotrgovinski partneri u izvozu Republike Hrvatske jesu države članice EU-a, pri čemu izvoz u države članice EU-a u 2020. čini 69,7% ukupnog izvoza i veći je za 1,2% u odnosu na 2019. godinu. Najveći vanjskotrgovinski partneri u izvozu među članicama EU-a u 2020. bile su:

- Njemačka – pad izvoza od 3,6% (udio u ukupnom izvozu od 12,8%)
- Italija – pad izvoza od 11,3% (udio u ukupnom izvozu od 12,5%)
- Slovenija – pad izvoza od 4,8% (udio u ukupnom izvozu od 10,3%)

Među najvećim vanjskotrgovinskim partnerima u izvozu od država koje su izvan EU-a, a s kojima je RH ostvarila robnu razmjenu u 2020. bile su susjedne države:

- Bosna i Hercegovina – pad izvoza od 14,8% (udio u ukupnom izvozu od 8,6%)
- Srbija – porast izvoza za 1,7% (udio u ukupnom izvozu od 4,7%)



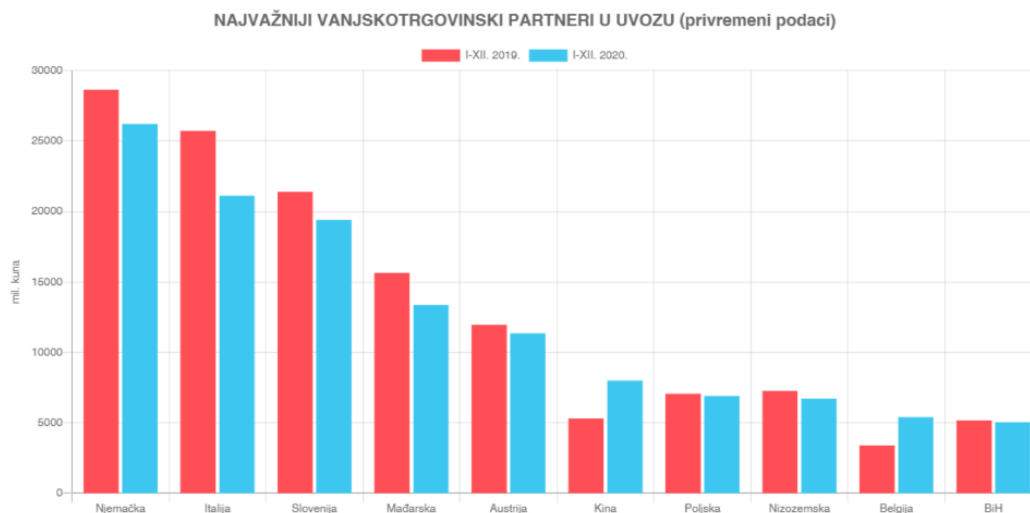
Grafikon 2: Najveći vanjsko trgovinski partneri u izvozu

Izvor: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr

Kada je riječ o uvozu robe u Republiku Hrvatsku, zaključak je relativno sličan.

Najvažniji vanjskotrgovinski partneri također su države članice EU-a, pri čemu uvoz iz država članica EU-a u 2020. čini 80,2% ukupnog uvoza i pao je za 7,6% u odnosu na 2019. Uvoz iz država izvan EU-a od siječnja do prosinca 2020. činio je 19,8% ukupnog uvoza Republike Hrvatske i pao je za 6,0% u odnosu na isto prošlogodišnje razdoblje. Isto tako, pao je i uvoz od najvažnijih partnera izvan EU-a, kao što je Bosna i Hercegovina – pad uvoza od 2,5% (udio u ukupnom uvozu od 2,9%).

Treba napomenuti da se najznačajniji pad bilježi kod uvoza iz Italije, čak 18,0% (udio u ukupnom uvozu od 12,3%), Njemačke, za 8,5% (udio u ukupnom uvozu od 15,3%) te Slovenije, za 9,3% (udio u ukupnom uvozu od 11,3%).



Grafikon 3. Najvažniji vanjskotrgovinski partneri u uvozu

Izvor: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr

Iako je trenutna gospodarska situacija u Republici Hrvatskoj demotivirajuća, očekuje se gospodarski oporavak u budućnosti uz određena pravila ponašanja i popravljavanje epidemiološke situacije. Svjetska zdravstvena organizacija, u suradnji s brojnim drugim europskim i svjetskim organizacijama, na različite načine podupire države da odgovore na pandemiju COVID-19 na načine koji spašavaju živote, istovremeno smanjujući socioekonomske učinke mjera odgovora. To uključuje operativna ažuriranja i tehničke smjernice, kao i alate i obuke za ugrađivanje dokaza, naučenih lekcija i najboljih praksi u njihove planove i akcije (WHO, 2020).

Međutim, razvijena fiskalna, financijska i monetarna politika, uz snažnu međunarodnu suradnju, ključne su stavke za očuvanje financijske, ekonomske i demografske stabilnosti, kao i sprječavanje potencijalne pojave novih nepovoljnih faktora (IMF, 2020).

Konačno, poboljšanje epidemiološke situacije trebalo bi rezultirati povratku svakodnevnim aktivnostima, kako fizičkih tako i pravnih osoba. Isto tako, otkriće i uvođenje cjepiva otvara mogućnost ukidanja nužnih strogih mjera, koje bi potakle povratak na „staro normalno“, odnosno povećanje potražnje, potrošnje i gospodarskih aktivnosti u cjelini.

5. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE NA ODABRANIM TRGOVINSKIM PODUZEĆIMA

5.1. Odabrana maloprodajna trgovinska poduzeća

Maloprodaja kao dio lanca opskrbe, u kojem maloprodajna poduzeća kupuju robu u velikim količinama te ih preprodaju krajnjem kupcu u manjim količinama, vrlo je razvijena na području Republike Hrvatske (Poslovni FM, 2021).

Kada ih poredamo prema kriteriju ukupno ostvarenih prihoda, vodeće pozicije u Republici Hrvatskoj zauzimaju maloprodajni lanci:

1. Konzum plus
2. LIDL
3. SPAR

Tablica 5. Ukupni prihodi maloprodajnih lanaca

Poduzeće	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2020 /19.
KONZUM plus	10.563,7	9.348,0	9.532,2	7.657,4	10.034,8	31,0%
LIDL	4.050,7	4.718,0	5.265,7	5.966,4	6.055,4	1,5%
SPAR	2.585,2	3.761,9	4.523,7	4.805,9	4.962,6	3,3%
PLODINE	3.868,7	4.239,7	4.220,3	4.372,5	4.536,6	3,8%
KAUFLAND	3.387,3	3.633,0	3.653,8	3.937,3	3.918,9	-0,5%
TOMMY	2.362,4	2.700,4	2.853,0	3.129,7	3.153,8	0,8%
STUDENAC	1.490,6	1.657,3	1.615,4	1.697,7	1.856,0	9,3%
KTC	1.355,9	1.478,6	1.548,0	1.625,7	1.602,4	-1,4%
NTL	933,3	1.040,8	1.072,4	1.085,1	1.164,5	7,3%
BOSO	551,9	592,7	640,1	668,8	708,2	5,9%
LONIA	515,0	602,4	592,8	626,6	503,8	-19,6%
GAVRANOVIĆ	427,8	449,2	432,2	447,6	481,5	7,6%
RIBOLA	402,7	474,3	493,0	511,3	472,4	-7,6%
METSS	451,6	472,9	463,7	463,2	470,0	1,5%
TRGOCENTAR	310,3	331,9	337,9	380,4	429,3	12,9%
TRGOVINA KRK	303,1	399,9	431,5	428,0	384,1	-10,2%
TP VARAŽDIN	250,1	270,8	287,6	322,3	344,0	6,7%
BAKMAZ	286,6	305,9	305,8	315,4	318,5	1,0%
PEMO	331,9	366,0	370,5	367,7	283,0	-23,0%
LONIA TRGOVINA					258,1	
BILLA	1.714,5	700,0				

Izvor: Poslovni FM

Na temelju ostvarenja ukupnih prihoda u posljednjih nekoliko godina, za potrebe empirijskog dijela diplomskog rada analizirano je poslovanje poduzeća Konzum plus, LIDL te SPAR Hrvatska.

5.1.1. Konzum plus

Prema službenoj stranici poduzeća, društvo Konzum tradicionalno posluje dulje od 65 godina, čime kontinuirano potvrđuje vodeću poziciju na domaćem tržištu. Trenutno je vodeći maloprodajni lanac u Hrvatskoj s više od 600 prodavaonica diljem države u kojima svakodnevno kupuje više od pola milijuna ljudi. Proizvode i usluge Konzum nudi u prodavaonicama različitih veličina: manje prodavaonice u susjedstvu su odličan izbor za svakodnevnu nabavku, u Konzum Maxi najčešće se ide u veće tjedne kupnje, dok se u Super Konzumu zahvaljujući bogatoj ponudi može pronaći sve potrebno za kućanstvo na jednom mjestu.

Osim klasičnih prodavaonica, Konzum ima internetsku prodavaonicu putem koje kupac može iz kuće naručiti namirnice, higijenske i kućanske potrepštine. Prilikom kupovine putem web stranice trgovine, moguće je odabrati opciju dostave robe na kućni prag, te opciju „Pokupi“ koja omogućava preuzimanje narudžbe u željenoj prodavaonici ili pak opciju dostave na željenu adresu preko Ubera ili opcije Drive-in.

Misija i vizija Konzuma su sljedeće (Konzum.hr,2022):

- ✓ *„Naša misija je izborom namirnica pomoći svojim kupcima u poboljšanju kvalitete njihovih života.“*
- ✓ *„Biti neosporivi lider na tržištu i prvi izbor radnicima i kupcima dok promoviramo naše korporativne vrijednosti.“*

Kao temeljne vrijednosti, poduzeće ističe prvenstveno odlučnost, s obzirom da se Konzum u svojoj povijesti puno puta pokazao i dokazao kao uspješan u određenim izazovima, a sve zahvaljujući odlučnom poslovanju koje se vodi s ciljem da Konzum (p)ostane prvi izbor kupcima, zaposlenicima i partnerima. Profesionalnim pristupom poslovanju Konzum teži biti izvrstan, neprestano radeći na zadovoljstvu uključenih dionika procesa.

Sustav poslovanja Konzuma uključuje preko 4.000 dobavljača i preko 10.000 zaposlenika s kojima se njeguje pošten, otvoren i transparentan odnos. Jedna od temeljnih vrijednosti Konzuma je i timski rad. Nastoji se privući najkvalitetnije zaposlenike i vjerodostojne partnere, kako bi zajednički postavljali trendove u maloprodaji (Konzum.hr, 2022).



Slika 1. Tehnološke inovacije i napredna rješenja

Izvor: izrada autora prema podacima s Konzum.hr

Konzum danas u suradnji s domaćim dobavljačima stvara proizvode Konzum robne marke, među kojima je najpoznatija robna marka K Plus s asortimanom od preko 2.000 prehrambenih artikala u različitim kategorijama. U asortimanu mliječnih i pekarskih proizvoda nude se proizvodi linije Active Zone Protein+, u asortimanu organske proizvodnje i uzgoja proizvodi Bio Zone, u asortimanu orašastih plodova, sušenog voća, sjemenki i sl. marka Garden Good, itd. Zbog krize poslovanja u bivšem koncernu Agrokor, a temeljem predstečajne nagodbe (Agrokor.hr, 2018), Agrokor prelazi u Fortenova grupu i Konzum d.d. nastavlja poslovati kao Konzum plus d.o.o., od 1. travnja 2019. godine.

Godine 2022. Konzum je obilježio 65 godina poslovanja. U 2021. godini ostvario je ukupni godišnji prihod u iznosu od 10.712.106.251,00 kn, što predstavlja relativnu promjenu od 677.269.510,00 kn u odnosu na prethodno razdoblje kada je društvo ostvarilo 10.034.836.741,00 kn ukupnih godišnjih prihoda. U 2021. godini Konzum je poslovao s neto dobiti za razliku od godine prije kada je poslovao s neto gubitkom. U 2021. godini Konzum je smanjivao broj zaposlenih, te je imao 9.881 zaposlenika (Poslovna Hrvatska, 2022).

5.1.2. LIDL

LIDL je grupacija uspješnih trgovina prehrambenih proizvoda koja ostvaruje rast u cijeloj Europi, pa tako i u Hrvatskoj u kojoj je poslovanje započelo 2002.godine. Svoje poslovanje započinje tridesetih godina 20. stoljeća kada je u mjestu Schwäbischen osnovana tvrtka LIDL & Schwarz Lebensmittel-Sortimentsgroßhandlung. Kasnije se poslovanje razvija na više diskontnih trgovina i trgovačkih centara.

Danas je LIDL dio grupacije Schwarz sa sjedištem u Neckarsulmu i spada u 10 vodećih njemačkih maloprodajnih trgovina (LIDL.hr, 2022).

Godine 2006. otvara se 13 trgovina, te od tada LIDL kontinuirano provodi strategiju ulaganja u širenje svoje prodajne mreže. S godinama je od početnih 13 trgovina, LIDL u Hrvatskoj narastao na poduzeće koje u svojoj mreži ima 106 trgovina, 2 logističko distributivna centra i zapošljava oko 3200 zaposlenika. Temeljna načela tvrtke su najbolji odnos cijene i kvalitete, konstantan rast, odgovorno poslovanje i poticajno radno okruženje (LIDL.hr, 2022). Ključ poslovanja je koncept jednostavnosti, prema kojem se kreira politika cjelokupnog djelovanja. U svojoj ponudi LIDL nudi više od tisuću (ne)prehrambenih proizvoda. Ukupni asortiman proizvoda uključuje robu široke potrošnje i zadovoljavajuće kvalitete po povoljnim cijenama, uz ravnopravni odnos domaćih i stranih proizvoda koji redovito prolaze zahtjevne provjere svježine i kvalitete proizvoda. Snažan fokus poslovanja je na kvalitetnim svježim proizvodima poput povrća i voća, kruha, peciva, mesa i mliječnih proizvoda.

Uvidom u web stranicu tvrtke, uočava se da je LIDL Hrvatska 2021. ostvario ukupni godišnji prihod u iznosu od 6.561.064.001,00 kn, što znači relativnu promjenu od 459.693.319,00 kn u odnosu 2020. kada je društvo ostvarilo ukupne godišnje prihode u iznosu od 6.101.370.682,00 kn. Tijekom posljednje dvije godine poduzeće je poslovalo s dobiti te je u 2021. smanjivao broj zaposlenih i ima 2.537 zaposlenika.

Prema podacima dostupnim na web stranici poduzeća, vodeći moto poduzeća "Više za vas" ističe interes i brigu za kupce i njihove potrebe, te nastoji pobuditi emociju i potaknuti pozitivnu povratnu informaciju. Brigu za svoje kupce, ali i širu zajednicu, LIDL iskazuje putem suradnje s lokalnim dobavljačima i ponudom širokog asortimana domaćih proizvoda u trgovinama, kao i tematskim tjednima uz redovitu ponudu proizvoda sniženih cijena.

5.1.3. SPAR Hrvatska

Uvidom u interne stranice poduzeća, saznaje se da je SPAR Hrvatska osnovan 2004. godine kao dio SPAR Austria Grupe. Prvi INTERSPAR hipermarket otvoren je 2005. godine u Zadru, a danas različiti marketi posluju u 118 trgovina u 36 različitih gradova diljem Hrvatske, te zapošljavaju više od 4600 djelatnika. SPAR i INTERSPAR osim bogate ponude različitih proizvoda mnogobrojnih prodajnih marki, nude vrhunske proizvode vlastite robne marke.

Robne marke S-Budget, SPAR, vlastiti bio i vege proizvodi, te Vital i SPAR Premium linije proizvoda čine širok asortiman kvalitetnih proizvoda koji su dostupni po prihvatljivim cijenama. Raznolikom ponudom kvalitetnih proizvoda po prilagođenim cijenama, SPAR Hrvatska odgovara zahtjevima kupaca kao i tržišnim trendovima. Također, brojnim i čestim promotivnim ponudama i pogodnostima kontinuirano osigurava odlične kupovne prilike.

SPAR Hrvatska drugi je najbrže rastući trgovac i treći po veličini trgovački lanac u zemlji. Uz takav trend rasta, SPAR je pružio priliku hrvatskim proizvođačima i doprinio razvoju brojnih domaćih proizvoda. Uključivanjem proizvoda hrvatskih proizvođača i dobavljača u svoj asortiman, poduzeće je stavilo naglasak na kvalitetu hrvatskih proizvoda i time značajno doprinio domaćem gospodarstvu. Plasirajući njihove proizvode kroz vlastitu prodajnu mrežu i na inozemna tržišta, omogućio je pojavljivanje hrvatskih proizvoda na policama trgovina u Austriji, Mađarskoj, Sloveniji i Italiji. Na taj je način SPAR pomogao domaćim proizvođačima i prodavačima osigurati otvaranje novih radnih mjesta i zapošljavanje većeg broja djelatnika, te daljnji rast i razvoj. Strateškom odlukom uvrštavanja hrvatskih proizvoda svoju bogatu ponudu, društvo naglašava hrvatsku kvalitetu i značajno doprinosi domaćem gospodarstvu. Tome svjedoči činjenica da je SPAR već drugi put i ove godine proglašen je najboljim trgovcem u zemlji prema izboru specijaliziranog magazina Ja Trgovac, uz napomenu da je 2021. još jednom povećao broj zaposlenih (SPAR.hr).

Prema podacima portala Poslovna Hrvatska (2022), SPAR Hrvatska 2021. ostvario je ukupni godišnji prihod u iznosu od 5.370.088.229,00 kn, što znači relativnu promjenu ukupnih prihoda od 407.448.157,00 kn u odnosu na prethodno razdoblje kada su ostvareni ukupni godišnji prihodi u iznosu od 4.962.640.072,00 kn. Godine 2021. SPAR je poslovao s dobiti na kraju poslovne godine, dok je prethodne godine ostvario gubitak.

5.2. Individualna financijska analiza svakog odabranog poduzeća

5.2.1. Financijska analiza poduzeća Konzum plus

Vertikalna analiza je često korištena tehnika u slučajevima kada je potrebno brzo i jednostavno analizirati udjele pojedinih stavki u ukupnim vrijednostima, primjerice, aktive ili pasive poduzeća. Unutar ukupne aktive poduzeća, s najvećim udjelom prevladava dugotrajna imovina čiji se udio kreće od 77,81% 2019. godine, preko 76,41% 2021. g., do 78,61% 2021. godine. U kategoriji dugotrajne imovine, materijalna imovina je stavka s najvećim udjelom koji je gotovo konstantan sve promatrane godine i kreće se oko 81%. Kratkotrajna imovina 2019. čini 21,79% aktive, 2021. g. 23,23%, te 2021. 21.02%, uz dominantan udio zaliha i to zaliha trgovačke robe, čiji su udjeli u 2019. i 2021. godini preko 50%, dok je 2020. njihov udio pao na 45,57%.

U pasivi, prvu promatranu godinu prevladavaju dugoročne obveze (49,01%), dok druge dvije najznačajniji udio imaju kratkoročne obveze, s 56,93, odnosno 56,44%. Godine 2019. dugoročne obveze čine 49,01% ukupne pasive, dok 2021. g. udio pada na 45,91% i u konačnici 2021.g čini dosad najnižih 45,73%. Unutar dugoročnih obveza prevladavaju obveze za zajmove, depozite i slično. S druge strane, kratkoročne obveze u 2021. g. rastu za 10,33 postotna poena u usporedbi s godinom prije, dok u 2021. bilježe blagi rast i čine 45,73% ukupne pasive.

Prvu promatranu godinu prevladavajuća stavka kratkoročnih obveza su obveze za depozite i zajmove poduzetnika unutar grupe, dok zadnje dvije godine prevladavaju obveze prema dobavljačima čiji udio blago raste u 2021. g. u usporedbi s prethodnom godinom. Promatrajući stavku kapital i rezerve, mogu se uočiti negativne vrijednosti sve tri godine. Razlog toga leži u činjenici da je poduzeće poslovalo s gubitkom, uz zabilježeni preneseni gubitak.

Tablica 6. Vertikalna analiza bilance poduzeća Konzum Plus

AKTIVA	2019. (%)	2020. (%)	2021. (%)
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL (u kn)	0,00	0,00	0,00
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (u kn)	77,81	76,41	78,61
I. nematerijalna imovina (u kn)	14,71	14,29	14,66
II. materijalna imovina (u kn)	81,46	81,57	81,00
III. dugotrajna financijska imovina (u kn)	3,00	2,84	2,78
IV. potraživanja (u kn)	0,17	0,11	0,01
V. odgođena porezna imovina (u kn)	0,66	1,20	1,55
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (u kn)	21,79	23,23	21,02
I. zalihe (u kn)	51,19	45,57	57,51
II. potraživanja (u kn)	24,35	28,53	28,87
III. kratkotrajna financijska imovina (u kn)	2,21	1,36	0,65
IV. novac u banci i blagajni (u kn)	22,25	24,54	12,96
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI (u kn)	0,40	0,36	0,37
E) UKUPNO AKTIVA (u kn)	100,00	100,00	100,00
F) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	0,28	5,22	0,00
PASIVA			
A) KAPITAL I REZERVE (u kn)	-0,04	-7,08	-7,10
I. temeljni (upisani) kapital (u kn)	-0,80	0,00	0,00
II. kapitalne rezerve (u kn)	-4726,39	-27,98	-30,24
III. rezerve iz dobiti (u kn)	0,00	-3,51	-3,79
IV. revalorizacijske rezerve (u kn)	0,00	-0,12	-0,13
V. rezerve fer vrijednosti (u kn)	0,00	0,00	0,00
VI. zadržana dobit ili preneseni gubitak (u kn)	229,12	75,16	143,88
VII. dobit ili gubitak poslovne godine (u kn)	4598,08	56,45	-9,71
VIII. manjinski (nekontrolirajući) interes (u kn)	0,00	0,00	0,00
B) REZERVIRANJA (u kn)	1,46	1,82	2,17
C) DUGOROČNE OBVEZE (u kn)	49,01	45,91	45,73
D) KRATKOROČNE OBVEZE (u kn)	46,60	56,93	56,44
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA (u kn)	2,97	2,42	2,75
F) UKUPNO – PASIVA (u kn)	100,00	100,00	100,00
G) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	0,28	5,22	0,00

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Dominantna sastavnica u kategoriji ukupnih prihoda poduzeća su poslovni prihodi, koji sve promatrane godine iznose preko 99% ukupno ostvarenih prihoda. U stavci poslovnih prihoda najveći udio imaju prihodi od prodaje izvan grupe koji čine 96,79% ukupnih poslovnih prihoda u 2021. godini. Nadalje, poslovni rashodi čine 97,41% ukupnih rashoda u 2021. godini, pri čemu najveći udio zauzimaju materijalni troškovi s udjelom višim od 80%, tijekom cijelog promatranog razdoblja.

Financijski prihodi su u 2021. godini narasli u usporedbi s prethodne dvije godine te iznose 0,14% u ukupnih prihoda. Tečajne razlike i ostali slični financijski prihodi su prevladavajući u financijskim приходima sve godine s najvećim udjelom 2020. godine kada iznose čak 78,47%. Financijski rashodi čine udio od 3,04% 2019. g., 3,52% 2021. g., te 2,59% 2021. godine. Rashodi povezani s kamatama su prevladavajući, uz napomenu da se njihov udio povećao u 2021. godini, što implicira zaključak o pojačanom zaduživanju u 2021. g.

Tablica 7. Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća Konzum Plus

GODINA	2019. (%)	2020. (%)	2021. (%)
I. POSLOVNI PRIHODI (u kn)	99,97	99,97	99,86
II. POSLOVNI RASHODI (u kn)	96,96	96,48	97,41
III. FINANCIJSKI PRIHODI (u kn)	0,03	0,03	0,14
IV. FINANCIJSKI RASHODI (u kn)	3,04	3,52	2,59
IX. UKUPNI PRIHODI (u kn)	100	100	100
X. UKUPNI RASHODI (u kn)	100	100	100

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Horizontalnom analizom promatra se rast ili pad vrijednosti pojedinih stavki u jednoj godini u odnosu na prethodnu. Ukupna aktiva i pasiva poduzeća su bilježile pad u 2020. i u 2021. godini u usporedbi s prethodnom godinom, s napomenom da je veći pad zabilježen u 2021. g. od čak – 7,68%. Sve stavke u 2021. bilježe pad osim zaliha čija vrijednost raste za 5,41%. Dugotrajna imovina pada u obje godine u usporedbi s prethodnim, ali u 2021. g. bilježi veći pad od 5,03%, dok se kratkotrajna imovina smanjuje za 16,48%. Nadalje, najveći pad u 2021. g. definitivno bilježe potraživanja unutar dugotrajne imovine, sa smanjenjem od 95,62%.

Unutar pasive poduzeća vidljivo je da u 2021. g. vrlo veliki pad bilježi stavka kapital i rezerve, kao i zadržana dobit ili preneseni gubitak. Dugoročne i kratkoročne obveze u 2021. bilježe pad od oko 8%.

Tablica 8. Horizontalna analiza bilance poduzeća Konzum Plus

AKTIVA	2020. (%)	2021. (%)
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL (u kn)	0,00	0,00
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (u kn)	-1,99	-5,03
I. nematerijalna imovina (u kn)	-4,80	-2,53
II. materijalna imovina (u kn)	-1,86	-5,69
III. dugotrajna financijska imovina (u kn)	-7,26	-6,82
IV. potraživanja (u kn)	-35,48	-95,62
V. odgođena porezna imovina (u kn)	76,38	22,71
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (u kn)	6,41	-16,48
I. zalihe (u kn)	-5,28	5,41
II. Potraživanja (u kn)	24,70	-15,50
III. kratkotrajna financijska imovina (u kn)	-34,78	-59,67
IV. novac u banci i blagajni (u kn)	17,38	-55,88
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI (u kn)	-10,59	-3,12
E) UKUPNO AKTIVA (u kn)	-0,19	-7,68
F) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	1787,68	-100,00
PASIVA		
A) KAPITAL I REZERVE (u kn)	-17877,41	7,47
I. temeljni (upisani) kapital (u kn)	0,00	0,00
II. kapitalne rezerve (u kn)	6,41	0,00
III. rezerve iz dobiti (u kn)	0,00	0,00
IV. revalorizacijske rezerve (u kn)	0,00	0,00
V. rezerve fer vrijednosti (u kn)	0,00	0,00
VI. zadržana dobit ili preneseni gubitak (u kn)	-5797,46	-77,12
VII. dobit ili gubitak poslovne godine (u kn)	-120,72	115,92
VIII. manjinski (nekontrolirajući) interes (u kn)	0,00	0,00
B) REZERVIRANJA (u kn)	24,43	10,15
C) DUGOROČNE OBVEZE (u kn)	-6,51	-8,04
D) KRATKOROČNE OBVEZE (u kn)	21,93	-8,48
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA (u kn)	-18,60	4,94
F) UKUPNO – PASIVA (u kn)	-0,19	-7,68
G) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	1787,68	-100,00

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Poslovni prihodi narasli su obje promatrane godine u usporedbi s prethodnima, s većim rastom 2020.g kada iznosi 31,05%, dok 2021. rast iznosi 6,62% odnosno na prethodnu godinu. Nadalje, poslovni rashodi rastu 31,79% u 2021. g., te 4,60% u 2021.godini u odnosu na prethodnu. Financijski prihodi bilježe rast od iznimno velikih 469,57% u 2021.godini, dok financijski rashodi iste godine padaju za 23,73%. Prihodi u 2021. g. rastu za 6,75%, a rashodi „samo“ 3,60%. Za kraj, vidljivo je da 2021. g. poduzeće posluje s gubitkom, dok 2021. godine ostvaruje dobit.

Tablica 9. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća Konzum Plus

GODINA	2020. (%)	2021. (%)
I. POSLOVNI PRIHODI (u kn)	31,05	6,62
II. POSLOVNI RASHODI (u kn)	31,79	4,60
III. FINANCIJSKI PRIHODI (u kn)	19,91	469,57
IV. FINANCIJSKI RASHODI (u kn)	53,44	-23,73
IX. UKUPNI PRIHODI (u kn)	31,05	6,75
X. UKUPNI RASHODI (u kn)	32,44	3,60
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (u kn)	-115,03	109,75
1. Dobit prije oporezivanja (u kn)		
2. Gubitak prije oporezivanja (u kn)	115,03	-
XII. POREZ NA DOBIT (u kn)	-70,66	47,56
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (u kn)	-120,72	115,92
1. Dobit razdoblja (u kn)		
2. Gubitak razdoblja (u kn)	120,72	-

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

5.2.2. Financijska analiza poduzeća LIDL

Unutar ukupne aktive poduzeća LIDL prevladava dugotrajna imovine sve promatrane godine. Materijalna imovina čini više od 97% ukupne dugotrajne imovine s najvećim udjelom 2019.g. kada je iznosila 99,23%. Nadalje, kratkotrajna imovina se kreće u rasponu od 19,78% 2019.godine, te se smanjuje do 18,55% u 2021g. Unutar kratkotrajne imovine prevladava novac u banci i blagajni koji bilježi najveći postotak zadnju promatranu godinu s udjelom od 54%.

Zabilježen je rast udjela dugoročnih obveza koje najmanji udio imaju prvu promatranu godinu od samo 15,23%, te iduće dvije godine rastu pa tako 2021.godinu zauzimaju čak 27.05% ukupne pasive.. Kratkoročne obveze pak 2019. čine 19,46%, da bi 2020. porastao udio na 23,00% te u konačnici 2021. opet pao na 19,98%.

Kapital i rezerve čine najveći udio pasive poduzeća, te 2019.g. imaju udio od 65,24%, 2021. g. 59,11% i konačno 46,01% 2021. godine. Unutar kapitala i rezervi prevladava temeljni kapital.

Tablica 10. Vertikalna analiza bilance poduzeća LIDL

AKTIVA		2019. (%)	2020. (%)	2021. (%)
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL (u kn)		0,00	0,00	0,00
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (u kn)		80,19	80,29	81,40
I. nematerijalna imovina (u kn)		0,02	1,51	1,44
II. materijalna imovina (u kn)		99,23	97,87	98,04
III. dugotrajna financijska imovina (u kn)		0,26	0,19	0,12
IV. potraživanja (u kn)		0,04	0,03	0,03
V. odgođena porezna imovina (u kn)		0,45	0,39	0,37
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (u kn)		19,78	19,66	18,55
I. zalihe (u kn)		41,69	41,19	42,21
II. potraživanja (u kn)		8,43	7,54	3,50
III. kratkotrajna financijska imovina (u kn)		0,29	0,29	0,29
IV. novac u banci i blagajni (u kn)		49,60	50,98	54,00
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI (u kn)		0,04	0,05	0,05
E) UKUPNO AKTIVA (u kn)		100,00	100,00	100,00
F) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)		0,00	0,00	0,00
PASIVA				
A) KAPITAL I REZERVE (u kn)		65,24	59,11	46,01
I. temeljni (upisani) kapital (u kn)		73,29	60,86	38,60
II. kapitalne rezerve (u kn)		0,00	0,00	0,00
III. rezerve iz dobiti (u kn)		0,00	0,00	0,00
IV. revalorizacijske rezerve (u kn)		0,00	0,00	0,00
V. rezerve fer vrijednosti (u kn)		0,00	0,00	0,00
VI. zadržana dobit ili preneseni gubitak (u kn)		14,45	29,07	44,44
VII. dobit ili gubitak poslovne godine (u kn)		12,26	10,07	16,97
VIII. manjinski (nekontrolirajući) interes (u kn)		0,00	0,00	0,00
B) REZERVIRANJA (u kn)		0,08	0,09	6,96
C) DUGOROČNE OBVEZE (u kn)		15,23	17,80	27,05
D) KRATKOROČNE OBVEZE (u kn)		19,45	23,00	19,98
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA (u kn)		0,00	0,00	0,00
F) UKUPNO – PASIVA (u kn)		100,00	100,00	100,00
G) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)		0,00	0,00	0,00

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Vertikalnom analizom računa dobiti i gubitka može se zaključiti je da poslovni prihodi čine većinu ukupnih prihoda sve promatrane godine, kao što i poslovni rashodi čine većinu rashoda. Obje stavke tijekom svih promatranih godina imaju udjel veći od 99%.

U sklopu poslovnih prihoda prevladavaju prihodi od prodaje, a unutar poslovnih rashoda materijalni rashodi točnije troškovi prodane robe.

Tablica 11: Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća LIDL

GODINA	2019. (%)	2020. (%)	2021. (%)
I. POSLOVNI PRIHODI (u kn)	99,90	99,80	99,73
II. POSLOVNI RASHODI (u kn)	99,69	99,29	99,50
III. FINANCIJSKI PRIHODI (u kn)	0,10	0,20	0,27
IV. FINANCIJSKI RASHODI (u kn)	0,31	0,71	0,50
IX. UKUPNI PRIHODI (u kn)	100	100	100
X. UKUPNI RASHODI (u kn)	100	100	100

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Nakon obavljene horizontalne analize bilance poduzeća LIDL, uočava se da ukupna aktiva, odnosno pasiva poduzeća, rastu u obje promatrane godine i to za 1,42% u 2021. g., te 3,70% u 2021. g. Dugotrajna imovina poduzeća bilježi rast od 1,55% u 2021. g., te 5,13% u 2021. u odnosu na prethodne godine. Najveći rast zabilježen je kod stavke nematerijalna imovina - 2020. godine rast iznimno visokih 7880,22%. Unutar dugotrajne imovine, dugotrajna financijska imovina bilježi pad u obje godine, s izraženijim padom od -36,27% u 2021. g. Kratkotrajna imovina raste za 0,83% 2020. u usporedbi s prethodnom godinom, dok 2021. bilježi pad od 2,16% u odnosu na prethodnu 2020. godinu. Najveći pad unutar kategorije kratkotrajne imovine bilježe potraživanja koja 2021. g. padaju za 9,78% , odnosno ostvaruju - 54,64% 2021. godine u usporedbi s prethodnom.

U pasivi poduzeća kapital i rezerve padaju i to za 8,11% u 2021. g., te 19,28% u 2021.godini. Dugoročne obveze poduzeća rastu obje godine, a kratkoročne obveze 2020. rastu, dok 2021. padaju. Najveći pad unutar stavke kapital i rezerve bilježi temeljni kapital s padom od 48,81% u 2021. godini. Stavka rezerviranja u 2021. g. bilježi značajan rast od iznimno velikih 7998,76% u odnosu na 2020.godinu.

Tablica 12. Horizontalna analiza bilance poduzeća LIDL

AKTIVA	2020. (%)	2021. (%)
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL (u kn)		
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (u kn)	1,55	5,13
I. nematerijalna imovina (u kn)	7880,22	0,05
II. materijalna imovina (u kn)	0,15	5,31
III. dugotrajna financijska imovina (u kn)	-25,49	-36,27
IV. potraživanja (u kn)	0,46	0,00
V. odgođena porezna imovina (u kn)	-11,48	0,00
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (u kn)	0,83	-2,16
I. zalihe (u kn)	-0,38	0,27
II. potraživanja (u kn)	-9,78	-54,64
III. kratkotrajna financijska imovina (u kn)	0,00	0,00
IV. novac u banci i blagajni (u kn)	3,65	3,63
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI (u kn)	40,45	6,90
E) UKUPNO AKTIVA (u kn)	1,42	3,70
F) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)		
PASIVA		
A) KAPITAL I REZERVE (u kn)	-8,11	-19,28
I. temeljni (upisani) kapital (u kn)	-23,70	-48,81
II. kapitalne rezerve (u kn)	0,00	0,00
III. rezerve iz dobiti (u kn)	0,00	0,00
IV. revalorizacijske rezerve (u kn)	0,00	0,00
V. rezerve fer vrijednosti (u kn)	0,00	0,00
VI. zadržana dobit ili preneseni gubitak (u kn)	84,89	23,40
VII. dobit ili gubitak poslovne godine (u kn)	-24,53	35,96
VIII. manjinski (nekontrolirajući) interes (u kn)	0,00	0,00
B) REZERVIRANJA (u kn)	10,64	7997,76
C) DUGOROČNE OBVEZE (u kn)	18,57	57,59
D) KRATKOROČNE OBVEZE (u kn)	19,93	-9,92
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA (u kn)	0,00	0,00
F) UKUPNO – PASIVA (u kn)	1,42	3,70
G) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	0,00	0,00

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Poslovni prihodi poduzeća u 2021. g. rastu za 2,16%, dok u 2021. godine rastu za 7,46% u odnosu na prethodno promatranu godinu. Stavka poslovnih rashoda također bilježi rast obje godine i to za 3,40% 2021. g., odnosno 6,14% 2021. g. Financijski prihodi poduzeća značajno rastu 2020. u odnosu na 2019. – čak 112,02%, dok 2021. rastu 44,81%. Financijski rashodi također rastu u 2020. u odnosu na 2019. – visokih 134,33%, dok 2021. padaju za 25,68% u odnosu na 2020. Ukupni prihodi su za 2,26% veću u 2020. te za 7,53% u 2021. Ukupni rashodi rastu za 3,81% u 2020. te za 5,91% u 2021. Dobit razdoblja pada 2020. za 23,53%, dok 2021. raste za 35,96% .

Tablica 13. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća LIDL

GODINA	2020. (%)	2021. (%)
I. POSLOVNI PRIHODI (u kn)	2,16	7,46
II. POSLOVNI RASHODI (u kn)	3,40	6,14
III. FINANCIJSKI PRIHODI (u kn)	112,02	44,81
IV. FINANCIJSKI RASHODI (u kn)	134,33	-25,68
IX. UKUPNI PRIHODI (u kn)	2,26	7,53
X. UKUPNI RASHODI (u kn)	3,81	5,91
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (u kn)	-18,14	34,61
1. Dobit prije oporezivanja (u kn)	-18,14	34,61
2. Gubitak prije oporezivanja (u kn)		
XII. POREZ NA DOBIT (u kn)	28,90	28,81
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (u kn)	-24,53	35,96
1. Dobit razdoblja (u kn)	-24,53	35,96
2. Gubitak razdoblja (u kn)		

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

5.2.3. Financijska analiza poduzeća SPAR Hrvatska

U ukupnoj aktivi poduzeća prevladava dugotrajna imovina koja čini 78,06% u 2021. godini, dok prethodne dvije godine čini nešto manji udio. Unutar dugotrajne imovine prevladava materijalna imovina, s najvećim naglaskom na zemljištu i građevinskim objektima.

Stavka materijalne imovine bilježi rast udjela za 4,81 postotni poen u 2021. g. u usporedbi s prethodnom 2020. godinom. Unutar kratkotrajne imovine prevladavaju zalihe. Udio zaliha u kratkotrajnoj imovini pada za 5,14 postotnih bodova 2020. u odnosu na 2019. dok 2021. raste za 9,95 postotnih bodova u odnosu na 2020. godinu.

Dugoročne obveze poduzeća u 2019. čine 46,55% ukupne pasive, 2021. g. imaju udio od 45,63%, dok 2021. udio pada na 39,17%. Unutar dugoročnih obveza prevladavaju obveze za zajmove, depozite i slično poduzetnika unutar grupe, dok unutar kratkoročnih obveza prema dobavljačima. Udio kratkoročnih obveza raste sa 28,52% u 2019.g. na 35,00% u 2021. godini.

Kapital i rezerve poduzeća imaju udio u rasponu od 20,86% 2019.g., preko 19,73% u 2020. do 21,60% u 2021.godini

Tablica 14. Vertikalna analiza bilance poduzeća SPAR

AKTIVA	2019. (%)	2020. (%)	2021. (%)
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL (u kn)	0,00	0,00	0,00
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (u kn)	76,82	74,55	78,06
I. nematerijalna imovina (u kn)	34,30	29,50	24,84
II. materijalna imovina (u kn)	65,70	69,56	74,37
III. dugotrajna financijska imovina (u kn)	0,00	0,08	0,44
IV. potraživanja (u kn)	0,00	0,00	0,00
V. odgođena porezna imovina (u kn)	0,00	0,86	0,35
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (u kn)	22,58	25,05	21,57
I. zalihe (u kn)	60,26	55,12	65,07
II. potraživanja (u kn)	22,01	23,45	27,97
III. kratkotrajna financijska imovina (u kn)	1,96	13,18	0,15
IV. novac u banci i blagajni (u kn)	15,77	8,25	6,81
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI (u kn)	0,61	0,40	0,37
E) UKUPNO AKTIVA (u kn)	100,00	100,00	100,00
F) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	0,18	0,18	0,20
PASIVA			
A) KAPITAL I REZERVE (u kn)	20,86	19,73	21,60
I. temeljni (upisani) kapital (u kn)	294,45	306,62	277,80
II. kapitalne rezerve (u kn)	0,00	0,00	0,00
III. rezerve iz dobiti (u kn)	34,04	35,45	30,87
IV. revalorizacijske rezerve (u kn)	34,04	35,45	30,87
V. rezerve fer vrijednosti (u kn)	0,00	0,00	0,00
VI. zadržana dobit ili preneseni gubitak (u kn)	-224,31	-237,93	-210,79
VII. dobit ili gubitak poslovne godine (u kn)	-4,19	-4,13	2,12
VIII. manjinski (nekontrolirajući) interes (u kn)	0,00	0,00	0,00
B) REZERVIRANJA (u kn)	0,00	0,00	0,00
C) DUGOROČNE OBVEZE (u kn)	46,55	45,63	39,17
D) KRATKOROČNE OBVEZE (u kn)	28,52	30,84	35,00
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA (u kn)	4,07	3,81	4,23
F) UKUPNO – PASIVA (u kn)	100,00	100,00	100,00
G) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	0,18	0,18	0,20

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Uvidom u račun dobiti i gubitka poduzeća SPAR i provođenjem vertikalne analize, može se zaključiti da u ukupno stečenim prihodima i stvorenim rashodima prevladavaju poslovni prihodi i poslovni rashodi, s udjelom od preko 99%. Najvećim udio unutar poslovnih prihoda su prihodi od prodaje, a unutar poslovnih rashoda prevladavaju materijalni troškovi, odnosno troškovi prodane robe. Unutar financijskih prihoda prevladavaju prihodi od tečajnih razlika, najveći udio financijskih rashoda zauzimaju rashodi s osnove kamata.

Tablica 15. Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća SPAR

GODINA	2019. (%)	2020. (%)	2021. (%)
I. POSLOVNI PRIHODI (u kn)	99,97	99,94	99,98
II. POSLOVNI RASHODI (u kn)	99,42	99,21	99,65
III. FINANCIJSKI PRIHODI (u kn)	0,03	0,06	0,02
IV. FINANCIJSKI RASHODI (u kn)	0,58	0,79	0,35
IX. UKUPNI PRIHODI (u kn)	100	100	100
X. UKUPNI RASHODI (u kn)	100	100	100

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Horizontalna analiza bilance sugerira da dugotrajna imovina poduzeća u 2020. pada za 1,43% u odnosu na prethodnu godinu, dok 2021. raste za 9,81%. Kod dugotrajne imovine najveći rast ostvaruje financijska imovina s rastom od 17545,00% u 2020. i 522,30% u 2021. godini, dok najveći pad u 2021. ostvaruje odgođena porezna imovina. Materijalna imovina raste obje godine s izraženijim rastom 2021. godine kada raste za 17,40%. Kratkotrajna imovina poduzeća prvu godinu raste za 12,71%, dok 2021. pada za 9,71%. Najveći rast u 2021. bilježe izvanbilančni zapisi s povećanjem od 12,37%, dok najveći pad bilježi kratkotrajna financijska imovina 98,97%. Važno je naglasiti da stavka novac u banci i blagajni bilježi pad obje godine.

Unutar pasive poduzeća, kapital i rezerve u 2020. bilježe pad 3,97% dok 2020. bilježe rast od 14,84% u odnosu na prethodne godine. Najveći rast bilježi stavka dobit poslovne godine, koja je u 2021. godini, u odnosu na prethodnu, narasla čak 159,06%. Dugoročne obveze padaju za 0,43% u 2020., dok u 2021. padaju za 9,96%. Kratkoročne obveze pak rastu kao posljedica rasta obveze prema bankama i ostalim financijskim institucijama. To jest, zbog intenzivnijeg zaduživanja poduzeća dolazi do porasta stavke kratkoročnih obveza.

Tablica 16. Horizontalna analiza bilance poduzeća SPAR

AKTIVA	2020. (%)	2021. (%)
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL (u kn)	0,00	0,00
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (u kn)	-1,43	9,81
I. nematerijalna imovina (u kn)	-15,23	-7,52
II. materijalna imovina (u kn)	4,36	17,40
III. dugotrajna financijska imovina (u kn)	17545,00	522,30
IV. potraživanja (u kn)	0,00	0,00
V. odgođena porezna imovina (u kn)	0,00	-55,34
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (u kn)	12,71	-9,71
I. zalihe (u kn)	3,09	6,59
II. potraživanja (u kn)	20,07	7,71
III. kratkotrajna financijska imovina (u kn)	657,58	-98,97
IV. novac u banci i blagajni (u kn)	-40,99	-25,55
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI (u kn)	-32,39	-3,82
E) UKUPNO AKTIVA (u kn)	1,58	4,86
F) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	3,91	12,37
PASIVA		
A) KAPITAL I REZERVE (u kn)	-3,97	14,84
I. temeljni (upisani) kapital (u kn)	0,00	4,04
II. kapitalne rezerve (u kn)	0,00	0,00
III. rezerve iz dobiti (u kn)	0,00	0,00
IV. revalorizacijske rezerve (u kn)	0,00	0,00
V. rezerve fer vrijednosti (u kn)	0,00	0,00
VI. zadržana dobit ili preneseni gubitak (u kn)	-1,87	-1,74
VII. dobit ili gubitak poslovne godine (u kn)	5,20	159,06
VIII. manjinski (nekontrolirajući) interes (u kn)	0,00	0,00
B) REZERVIRANJA (u kn)	0,00	0,00
C) DUGOROČNE OBVEZE (u kn)	-0,43	-9,96
D) KRATKOROČNE OBVEZE (u kn)	9,82	19,02
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA (u kn)	-4,76	16,21
F) UKUPNO – PASIVA (u kn)	1,58	4,86
G) IZVANBILANČNI ZAPISI (u kn)	3,91	12,37

Izvor: izrada autora prema podacima s Fina (www.fina.hr)

Poslovni prihodi poduzeća SPAR u 2020. godini rastu za 3,23%, a naredne se godine povećavaju za 8,25% u usporedbi s prethodnim razdobljem. Poslovni rashodi pak u 2020. rastu u većoj mjeri od poslovnih prihoda, dok je u 2021. situacija obrnuta – porast poslovnih rashoda manji je nego porast poslovnih prihoda. Financijski prihodi u 2020. bilježe rast od visokih 133,68%, što je posljedica rasta prihoda s osnove kamata i prihoda s osnove tečajnih razlika, ali 2021. g. padaju za 66,72%.

Financijski rashodi, baš kao i financijski prihodi, također u 2020. bilježe rast, a u 2021. pad. Ukupni prihodi 2020. godine rastu manje (3,26%) nego ukupni rashodi koji rastu 3,62%. Ali, sljedeće je godine situacija obrnuta - u 2021. godini ukupni prihodi rastu za 8,21%, dok ukupni prihodi rastu po manjoj stopi od 6,73%.

Tablica 17. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća SPAR

GODINA	2020. (%)	2021. (%)
I. POSLOVNI PRIHODI (u kn)	3,23	8,25
II. POSLOVNI RASHODI (u kn)	3,40	7,21
III. FINANCIJSKI PRIHODI (u kn)	133,68	-66,72
IV. FINANCIJSKI RASHODI (u kn)	41,29	-52,84
IX. UKUPNI PRIHODI (u kn)	3,26	8,21
X. UKUPNI RASHODI (u kn)	3,62	6,73
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (u kn)	-69,69	157,42
1. Dobit prije oporezivanja (u kn)		
2. Gubitak prije oporezivanja (u kn)	69,69	-100,00
XII. POREZ NA DOBIT (u kn)		155,34
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (u kn)	5,20	159,06
1. Dobit razdoblja (u kn)		
2. Gubitak razdoblja (u kn)	-5,20	-100,00

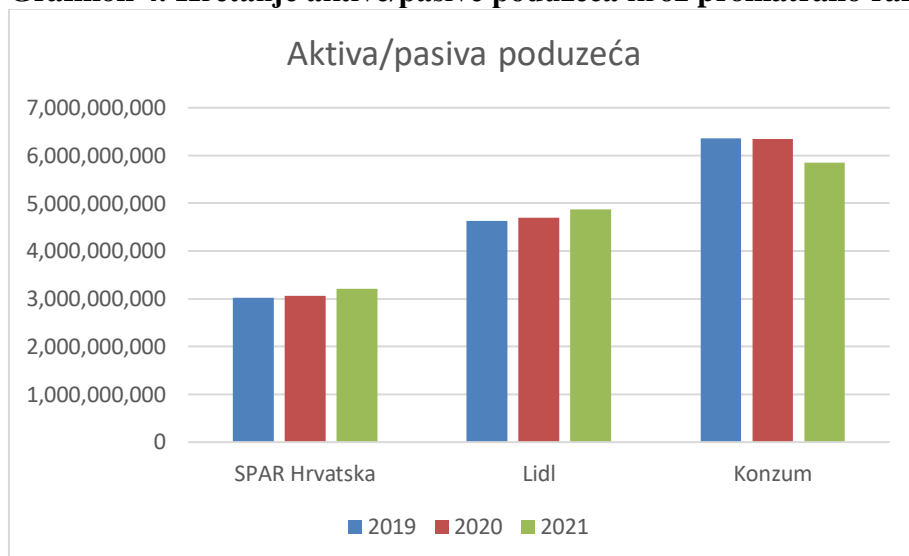
Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

5.3. Komparativna analiza poslovanja odabranih trgovinskih poduzeća

Kako bi se napravila usporedna analiza poslovanja tri promatrana maloprodajna poduzeća, analizirat će se glavne stavke bilance, računa dobiti i gubitka, te ključni financijski pokazatelji poslovanja. S obzirom na veličinu aktive, odnosno pasive poduzeća, analizira se kretanje poduzeća kroz promatrano razdoblje, odnosno promatra se je li poduzeće ostvarilo rast ili pad ukupne aktive i pasive kroz tri promatrane godine.

U ovom slučaju, od odabrana tri poduzeća SPAR Hrvatska i LIDL zabilježili su rast aktive/pasive poduzeća tijekom promatranih godina, uz napomenu da se iz dostupnih podataka može zaključiti da veći postotni rast bilježi poduzeće SPAR Hrvatska u odnosu na poduzeće LIDL. Kada je riječ o poduzeću Konzum Plus, ono bilježi pad u svim promatranim godinama i to za 0,19% u 2020. i 7,68% u 2021. godini.

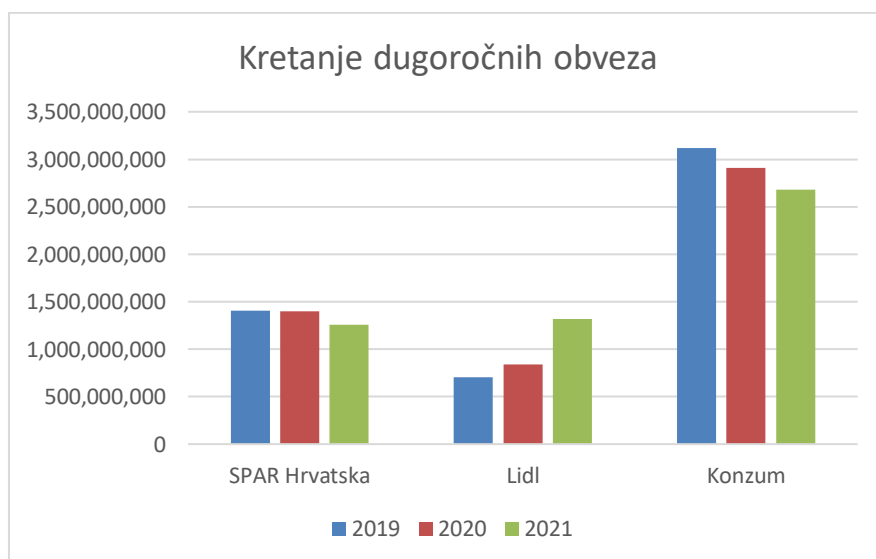
Grafikon 4. Kretanje aktive/pasive poduzeća kroz promatrano razdoblje



Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

U analizi obveza poduzeća, vidljivo je da dugoročne obveze poduzeća SPAR i Konzum konstantno padaju od 2019. do 2021. g., pri čemu veći postotni pad dugoročnih obveza bilježi poduzeće Konzum. Pad iznosa dugoročnih obveza dogodio se kao posljedica razduživanja poduzeća, odnosno smanjenja obveza prema bankama i ostalim financijskim institucijama. Iste obveze poduzeća LIDL rastu kao rezultat dodatnog i većeg zaduživanja - 2021. g. poduzeće se zadužuje u banci ili nekoj drugoj financijskoj instituciji, dok se 2021. bilježi rast obveza za depozite, zajmove i sl.

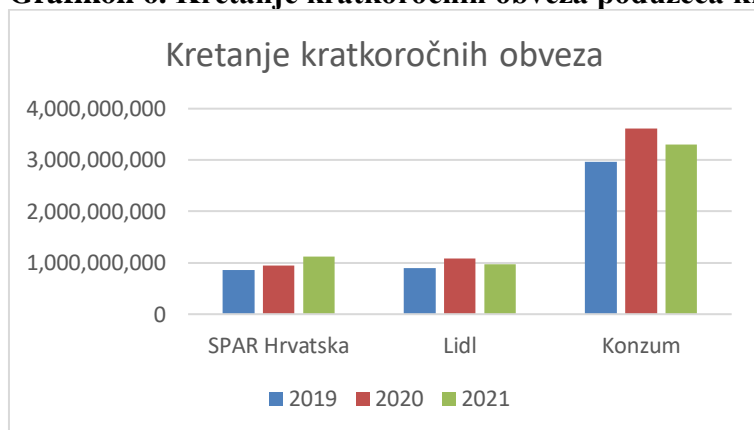
Grafikon 5. Kretanje dugoročnih obveza poduzeća kroz promatrano razdoblje



Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Poduzeće SPAR sve promatrane godine bilježi rast kratkoročnih obveza s izraženijim rastom u 2021. u odnosu na dvije prethodne godine. S druge strane, LIDL i Konzum bilježe rast kratkoročnih obveza u 2020. u odnosu na 2019., uz napomenu da je veći postotni pad zabilježen kod poduzeća Konzum. Nakon toga, kratkoročne obveze u 2021. bilježe pad, ali ipak ostaju na višoj razini 2019. godine..

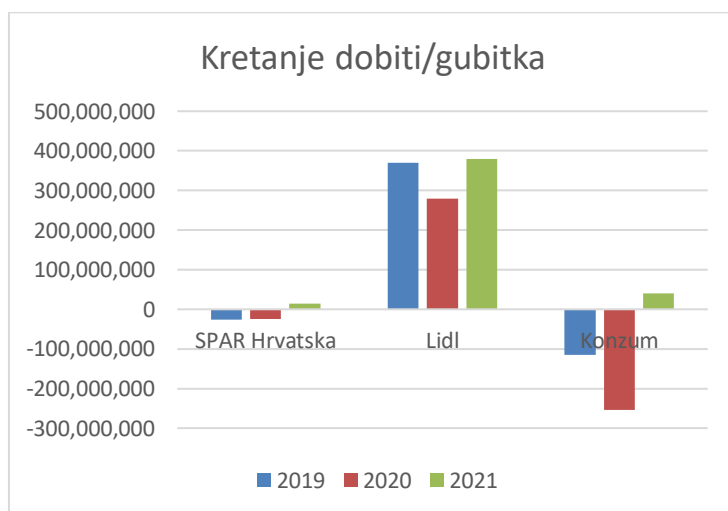
Grafikon 6. Kretanje kratkoročnih obveza poduzeća kroz promatrano razdoblje



Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Na grafikonu 7 može se vidjeti je da poduzeća SPAR Hrvatska i Konzum u 2019. i 2020. godini posluju s gubitkom, a u 2021. s dobiti, pri čemu veće gubitke kroz dvije godine, ali i veću dobit u 2021. bilježi poduzeće Konzum. Suprotno tome, poduzeće LIDL tijekom sve tri promatrane godine ostvaruje dobit.

Grafikon 7. Kretanje dobiti/gubitka poduzeća kroz promatrano razdoblje



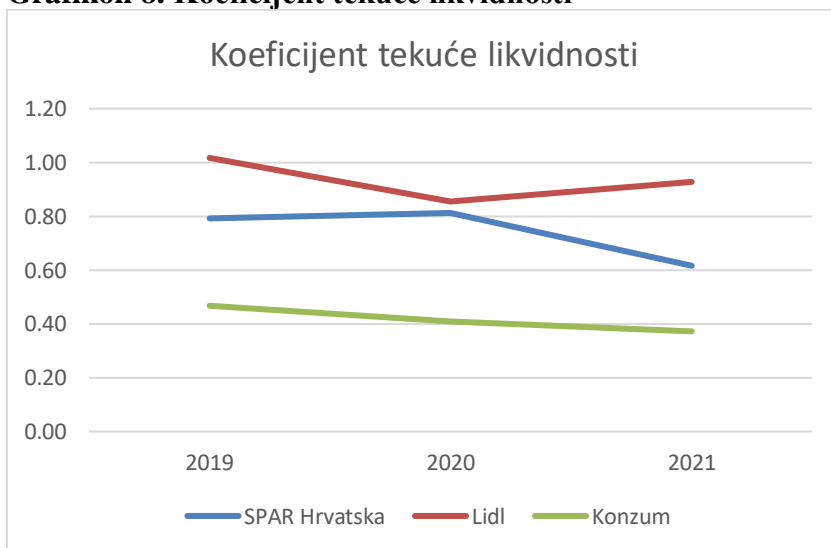
Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Kao što je u prvom dijelu rada rečeno, koeficijent tekuće likvidnosti implicira sposobnost poduzeća da iz kratkotrajne imovine podmiri kratkoročne obveze i njegova kontrolna vrijednost iznosi 2 – što znači da tvrtka mora posjedovati minimalno dvostruko više kratkotrajne imovine u usporedbi s kratkoročnim obvezama, s sve kako bi poduzeće bilo u mogućnosti podmiriti tekuće obveze. U ovom slučaju, nijedno od promatrana tri poduzeća taj uvjet nije ispunilo.

Poduzeće SPAR bilježi rast likvidnosti u 2020. u odnosu na 2019. dok u 2021. bilježi pad u odnosu na 2020. LIDL pak bilježi pad likvidnosti u 2020. dok u 2021. bilježi rast. Najmanju vrijednost ovog pokazatelja ima poduzeće Konzum, kojeg je pogodio trend pada likvidnosti pa ono bilježi najniži koeficijent likvidnosti u promatranom razdoblju. S obzirom na prikazani koeficijent tekuće likvidnosti, može se zaključiti da je poduzeće Konzum najmanje, a LIDL najviše likvidno poduzeće.

Međutim, s obzirom da vrijednost pokazatelja iznosi između 1.00 i 2.00 dovodi u pitanje likvidnost tvrtke, a o kritičnoj je vrijednosti riječ kada je koeficijent tekuće likvidnosti manji od 1.00 – može reći da promatrana tri poduzeća imaju ozbiljnih problema s tekućom likvidnosti u analiziranom razdoblju.

Grafikon 8. Koeficijent tekuće likvidnosti



Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

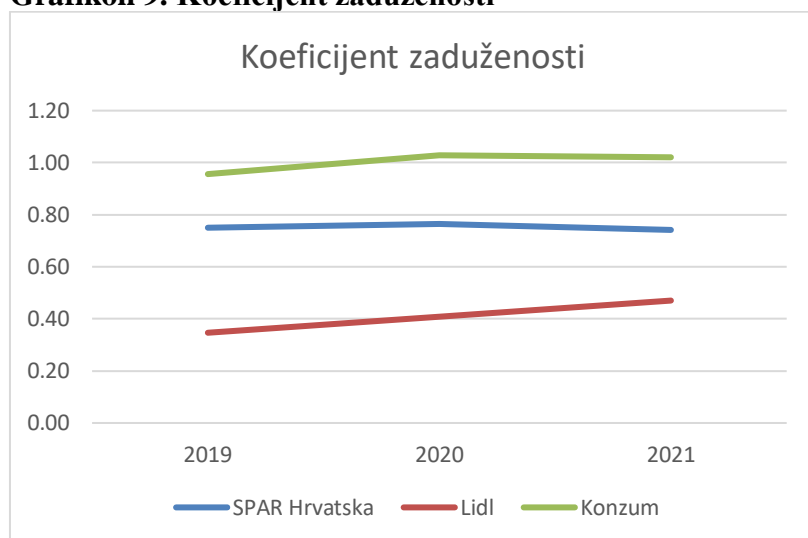
Glavni pokazatelj zaduženosti je koeficijent zaduženosti prema kojem se može zaključiti u kojoj se mjeri poduzeće koristi zaduživanjem kao oblikom financiranja, to jest definira koliko je imovine nabavljano zaduživanjem.

Iako kontrolna vrijednost ovog pokazatelja iznosi 0,5, granične vrijednosti zaduženosti ovise o djelatnosti kojom se poduzeće bavi, pa je u skladu s tim prihvatljivi rizik onaj kada se 2/3 imovine financira iz tuđih izvora. Također, treba još jednom napomenuti da pojam zaduženosti ne podrazumijeva samo kreditne obveze, nego i obveze prema dobavljačima, državi, pozajmicama, povezanim društvima i slično.

Temeljem koeficijenta zaduženosti na grafikonu 9, može se zaključiti da poduzeće LIDL najmanje imovine financira iz tuđih izvora, s tim da bilježi trend rasta zaduženosti. U ovom je slučaju Konzum najviše zadužen s koeficijentom zaduženosti većim od 1, uz napomenu da dvije godine zaredom bilježi gotovo jednaku zaduženost s blagim trendom pada u 2021. godini.

Koeficijent zaduženosti poduzeća SPAR se kreće oko 0,75 sve promatrane godine, što implicira na to da se poduzeće nalazi na krajnjoj granici zaduženosti.

Grafikon 9. Koeficijent zaduženosti

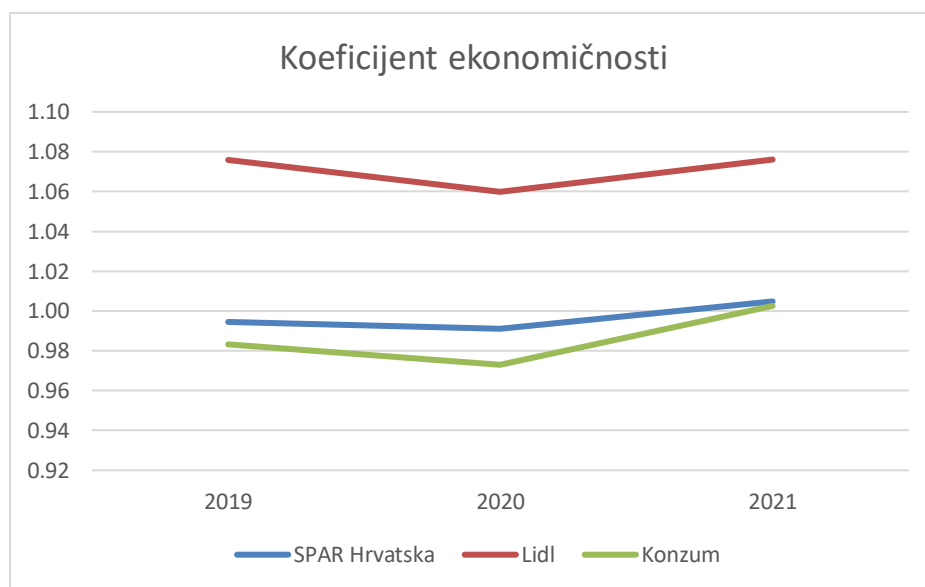


Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Ekonomičnost ukupnog poslovanja pokazuje količinu ostvarenih prihoda po jednoj jedinici rashoda. Ukoliko je vrijednost navedenog pokazatelja ispod 1, odabrano poduzeće ostvaruje gubitak. Suprotno tome, ukoliko je preko 1, prihodi nadmašuju rashode i poduzeće ostvaruje dobitak.

Prikazani koeficijent ekonomičnosti ukazuje da poduzeće LIDL sve promatrane godine posluje ekonomično, odnosno s prihodima većim od rashoda koji rezultiraju koeficijentom ekonomičnosti većim od 1. U slučaju poduzeća SPAR i Konzum to nije tako. U 2019. i 2020. godini posluju s gubitkom, dok 2021. posluju s dobiti, uz napomenu da je koeficijent ekonomičnosti na granici s 1. Također, valja napomenuti da sva poduzeća bilježe pad ekonomičnosti u 2020. godini u usporedbi s prethodnom 2019., nakon čega nastupa porast ekonomičnosti poslovanja u 2021. godini.

Grafikon 10. Ekonomičnost ukupnog poslovanja

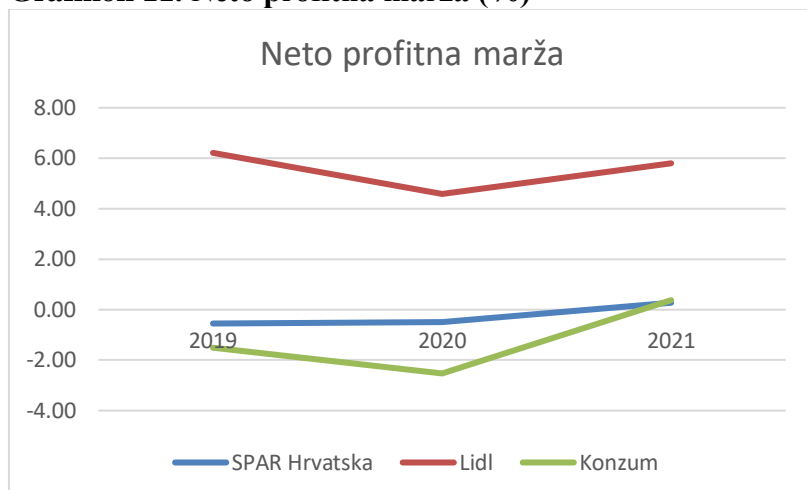


Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

Neto profitna marža je vrijednost koja pokazuje koliko je neto profita ostvareno od ukupno realiziranog posla na tržištu. Poduzeća SPAR i Konzum posluju s gubitkom prve dvije godine pa zbog toga ostvaruju negativnu profitnu maržu. U 2021. bilježe oporavak te poduzeće SPAR ostvaruje 0,27% neto dobiti, a Konzum 0,38%.

Poduzeće LIDL posluje s dobiti sve promatrane godine, s tim da u 2020. dobit pada i samim time i neto profitna marža koja je 2019. iznosila 6,21% u 2020. pada na 4,59% i u konačnici u 2021. raste na 5,80%.

Grafikon 11. Neto profitna marža (%)



Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

S obzirom na poslovanje s ostvarenim gubitkom dvaju promatranih poduzeća, ključni usporedni pokazatelj poslovanja bit će omjer EBITDA¹ i poslovnih prihoda.

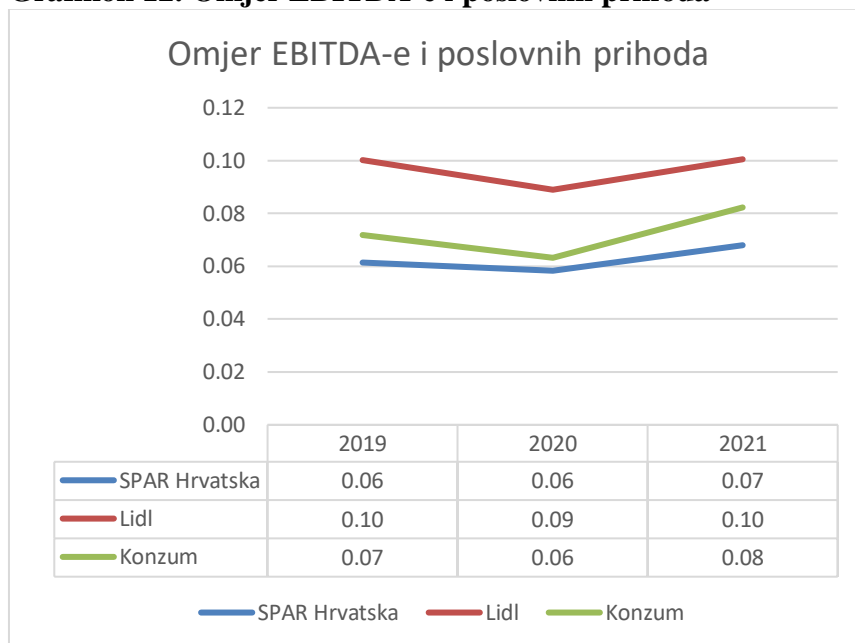
$$\text{pokazatelj poslovanja} = \frac{\text{EBITDA}}{\text{poslovni prihod}}$$

Prema omjeru EBITDA-e i poslovnih prihoda, vidljivo je da poduzeće LIDL najuspješnije posluje sve promatrane godine, odnosno da na jednu jedinicu poslovnih prihoda ostvaruje najveću dobit prije kamata, poreza i amortizacije. Suprotno LIDL-u, poduzeće SPAR ostvaruje najmanje dobiti. Treba istaknuti da je zajedničko svim poduzećima činjenica da u 2020. godini svi bilježe pad ostvarene dobiti po jedinici poslovnih prihoda, nakon čega se u 2021. slijedi porast navedenog parametra.

Može se reći da su navedene promjene u trendu (ne)ostvarivanja dobiti usko povezane s pojavom i razvojem pandemije koronavirusa, koja je stvorila brojne promjene na nacionalnom tržištu.

¹ EBITDA, odnosno dobit prije kamata, poreza i amortizacije, jedan je od pokazatelja poslovne uspješnosti tvrtke s naglaskom na likvidnost, koji uzima u obzir amortizaciju kao nenovčani trošak.

Grafikon 12. Omjer EBITDA-e i poslovnih prihoda



Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

5.4. Rezultati provedene analize poslovanja na temelju analize financijskih izvještaja

Temeljem provedenog istraživanja, moguće je dati odgovore na ranije postavljena istraživačka pitanja.

- Može li se analiza financijskih izvještaja smatrati relevantnim pokazateljem uspješnostiposlovanja maloprodajnih poduzeća mješovitom robom?

Analiza financijskih izvještaja jedan je od najvažnijih dijelova financijske analize uz pomoć koje je moguće dobiti detaljnije informacije o poslovanju i „financijskom zdravlju“ poduzeća. U ovom su radu prikazani rezultati vertikalne i horizontalne analize, kao i analize uz pomoć izabranih financijskih pokazatelja. Prikazani izračuni pružili su uvid u likvidnost i zaduženost poduzeća, omjer prihoda i profita, te promjene u imovini i obvezama poduzeća tijekom nekoliko promatranih godina. Podaci dobiveni ovim analizama adekvatni su i relevantni kao pomoć u donošenju financijskih odluka svim interesnim skupinama. Međutim, problem se očituje u činjenici da se svi financijski izvještaji sastavljaju periodično – mjesečno, kvartalno, polugodišnje ili godišnje. U trenutku procesuiranja podataka dobivenih nekom vrstom financijske analize, promatra se period koji je završen i uglavnom je kasno za stvaranje utjecaja na postojeće stanje – najbolje je te podatke iskoristiti za djelovanje u budućnosti.

Stoga, može se zaključiti da se analiza financijskih izvještaja može smatrati relevantnim pokazateljem uspješnosti poslovanja maloprodajnih poduzeća mješovitom robom, međutim treba pripaziti na vremensko odstupanje i pravilno povezivanje dostupnih podataka s razdobljem o kojem je riječ.

- Kako je i u kojoj mjeri pojava pandemije COVID-19 utjecala na promjenu poslovnih rezultata maloprodajnih poduzeća mješovitom robom?

Kao što je već ranije u radu navedeno, promatrana maloprodajna poduzeća uvelike ovise o turističkoj sezoni na koju je pandemija imala značajan utjecaj. Za početak, treba napomenuti da se na poslovanje poduzeća Konzum Plus u 2019. godini, osim pandemije, uvelike odrazila i Nagodba (Agrokor.hr, 2018) koja je usvojena u postupku izvanredne uprave nad društvom Agrokor d.d. i drugima. Dana 1. travnja 2019. godine preuzeto je poslovanje društva Konzum d.d., s posebnim naglaskom na Konzum maloprodajne dućane. Zbog poslovnog spajanja Društvo je steklo Velpro – centar plus d.o.o. poduzeće koje je od strateškog značaja. Zbog navedenih činjenica, financijski izvještaji društva Konzum plus za 2019. ne sadrže prihode i rashode ostvarene u prvom kvartalu 2019, pa poslovni rezultati 2019. nisu u potpunosti usporedivi s 2020. Ipak, neke je činjenice moguće spoznati.

U 2020. godini poslovni i financijski rashodi rasli su u većoj mjeri nego poslovni i financijski prihodi. Smanjenje prihoda od prodaje rezultat je specijalnih uvjeta poslovanja nametnutih u tijeku pandemije. Iako je društvo kroz državne poticaje i mjere subvencioniranja uspjelo ostvariti određene uštede, uz porast financijskih rashoda (zbog povećanja tečaja, kratkoročnog financiranja i poreznog prihoda) ostvaren je gubitak od 253.473.700 kuna, što je 120,72% veći gubitak nego u 2019.godini. Međutim, valja napomenuti da je na ukupni godišnji financijski rezultat osim pandemije utjecao i snažan potres koji je u ožujku 2020. pogodio Zagreb i napravio razarajuću štetu na infrastrukturi. Zbog toga su brojne trgovine na tom području uslijed oštećenja zahtijevale sanaciju, a neke čak nije bilo moguće brzo sanirati pa su u potpunosti zatvorene. Navedeni scenarij zahtijevao je dodatni angažman i ulaganja u sanaciju štete i prilagodbu novim okolnostima rada, pa se može reći da je za iznimno loš financijski rezultat na kraju godine „zaslužna“ kombinacija više čimbenika. Ipak, 2021. godine dolazi do oporavka poslovanja. Smanjuju se dugoročne i kratkoročne obveze, te se nadoknađuje gubitak iz prethodne godine i ostvaruje se dobit od 40.341.900 kuna.

Poduzeće LIDL je u 2020. povećalo ukupne prihode za 2,26% u usporedbi s 2019.godinom, dok su rashodi rasli za 3,81%. Veći porast ukupnih rashoda u odnosu na prihode rezultat je kompleksnih uvjeta poslovanja izazvanih pandemijom COVID-19 i ekspanzivnim politikama društva, te cjelokupne situacije na maloprodajnom tržištu. Unatoč povećanim ukupnim prihodima u 2020. godini, društvo LIDL u 2020. posluje s dobiti manjom za 24,53% od one koja je ostvarena u 2019.godini, uz napomenu da se poduzeće 2020. godine dodatno zadužilo kratkoročno i dugoročno. 2021. godine ponovno rastu dugoročne obveze, ali se smanjuju kratkoročne obveze i ostvaruje se dobit od 380.344.400kn, što je 35,96% više nego prethodne godine.

Izvanredne okolnosti poslovanja imale su utjecaj i na poslovanje poduzeća SPAR, što se jasno vidi kroz pad prihoda od prodaje i istovremeni porast ukupnih troškova uslijed prilagodbe nametnutim epidemiološkim mjerama. Tijekom pandemije poduzeće je poduzelo niz različitih mjera optimiziranja i prilagodbe poslovanja, a sve s ciljem dodatne zaštite djelatnika, kupaca i poslovnih partnera. Na primjer, poslovnim partnerima su korigirani dogovoreni rokovi plaćanja ukoliko je to potrebno, malim domaćim poljoprivrednim proizvođačima ponuđen je plasman proizvoda u trgovinama, najmoprimcima u objektima u vlasništvu poduzeća nisu zaračunate najamnine itd.

Oscilacije tečaja kune u odnosu na euro rezultirale su negativnim tečajnim razlikama što je još dodatno pojačalo negativan efekt na ukupan rezultat poslovanja poduzeća. Treba istaknuti da su dvije godine zaredom (2020. i 2021.) rasle kratkoročne obveze poduzeća, ali i padale dugoročne. Utjecajem svih navedenih čimbenika, poduzeće je zabilježilo neto gubitak poslovanja 2019. i 2020. godine, nakon čega se 2021. napokon ostvaruje dobitak od 14.760.700 kn. Uprava društva procjenjuje da će 2021. godine društvo moći podmiriti svoje tekuće obveze kroz novčani tijek iz poslovnih aktivnosti i povećanje temeljnog kapitala od strane matičnog društva, pri čemu bi se trebao smanjiti rizik likvidnosti i neizvjesnosti poslovanja, te nastaviti uspješno poslovanje s pozitivnim financijskim rezultatom na kraju poslovne godine.

- Kakve je rizike i poteškoće u poslovanju maloprodajnih trgovinskih poduzeća uzrokovala pojava pandemije COVID-19?

Promatrana poduzeća posluju u sektoru maloprodaje koji je obilježen značajnim promjenama uzrokovanim pojavom pandemije. COVID-19 u svijetu se pojavio krajem 2019., a u Hrvatskoj početkom 2020. godine. 2019. godine turistička je sezona srušila brojne rekorde, što je ostavilo pozitivan utjecaj na maloprodaju, dok se 2020.godina pokazala kao razdoblje brojnih neuobičajenih i neočekivanih izazova. Najavom "lockdown-a" u Hrvatskoj dosta je jasno bilo da će se jedan (duži) vremenski period ograničiti rad trgovina i mogućnost odlaska u iste. U tom trenutku, ljudi su pohrlili u trgovine kako bi što prije stvorili veću količinu zaliha i time uzrokovali prekid lanca opskrbe i nestajanja zaliha u maloprodajnim poduzećima. Poduzeća su bila prisiljena u što kraćem roku reagirati na nove epidemiološke mjere kao i na novi model ponašanja i kupovne navike novih i starih kupaca. Samo neke u nizu nametnutih restrikcija bile su ograničenje maksimalnog broja kupaca u trgovi, propisana pauza za dezinfekciju, ograničenje radnog vremena, zabrana rada nedjeljom i slično. Isto tako, za neke vrste proizvoda uvela se kontrola cijena koje su definirane na maksimalnoj razini 30. siječnja 2020. godine (NN 30/2020). Navedeni faktori, u kombinaciji s nedostatkom prodavača i smanjenjem broja dostavljača zbog uvođenja karantene i samoizolacije, kreirali su brojne izazove s kojima su se poduzeća morala što prije i uspješnije izboriti, a sve u svrhu stvaranja što manjih rizika, poteškoća i posljedica za ukupno poslovanje.

- Kakve promjene u poslovanju mogu očekivati trgovinska poduzeća nakon završetka COVID krize?

Od pojave pandemije koronavirusa, promatrana poduzeća s poslovanjem u maloprodajnom sektoru ostvarila su značajno niže prihode u 2020. u odnosu na 2019.godinu. Zbog mjera socijalnog distanciranja i ograničenja uvjeta rada poslovnica, unaprijedila se online prodaja koja je ostvarila značajni rast u 2020. Potrošači se okreću nekim novim proizvodima i načinu kupovine, te stvaranju novih kupovnih navika. Iako se sredinom 2021. godine situacija značajno popravila, poslovanje se još nije vratilo u "normalu". Nakon završetka COVID krize očekuje se stabiliziranje poslovanja i prihoda, uz pretpostavku se da će, uslijed globalizacije i ponašanja naučenog za vrijeme pandemije, sve veći značaj za ukupne prihode imati online prodaja ispred standardne prodajne u trgovinama. Međutim, baš kao što je i pandemija stigla nenadano, upravo u periodu iščekivanja kraja nestabilnog razdoblja stigao je novi set izazova.

Inflacija, rast cijena i rat u Ukrajini, u kombinaciji s „ostacima“ problema koje je donijela pandemija, zasigurno će stvoriti mnoge otegotne okolnosti za trgovinu ali i gospodarstvo u cjelini. U ovom trenutku, moguće je napraviti neke prognoze, ali ipak ostaje za vidjeti što budućnost donosi i kako će se poduzeća nositi i izboriti s novim izazovima na tržištu.

- Koji se financijski pokazatelj najviše promijenio, odnosno na koji je financijski pokazatelj pojava pandemije COVID-19 imala najveći utjecaj?

Odgovor na ovo pitanje jedinstven je za sva tri promatrana poduzeća. Najveće promjene, odnosno najveći utjecaj pandemije vidljiv je na pokazatelju neto profitne marže (%), to jest na omjeru dobiti nakon oporezivanja i prihoda od prodaje. Kretanje neto profitne marže prikazano je u tablici:

Tablica 18. Kretanje pokazatelja neto profitne marže svih poduzeća u promatranim godinama

Neto profitna marža (%)	SPAR Hrvatska	LIDL	Konzum plus
2019.	- 0,55	6,21	- 1,5
2020.	- 0,5	4,59	- 2,53
2021.	0,38	5,80	0,38

Izvor: izrada autora prema podacima s Fine (www.fina.hr)

- Je li pandemija COVID-19 pozitivno ili negativno promijenila financijske pokazatelje?

Pandemija je definitivno negativno, uz minimalne pozitivne „bljeskove“, utjecala na odabrane i promatrane financijske pokazatelje – koeficijent tekuće likvidnosti, koeficijent zaduženosti, koeficijent ekonomičnosti i pokazatelj neto profitne marže. U 2020. godini, poduzeća Konzum plus i LIDL bilježe pad svih financijskih vrijednosti osim zaduženosti. Međutim, koeficijent zaduženosti ima obrnutu matematičku logiku prema kojoj povećanje tog pokazatelja implicira negativan trend. Prema tome, može se zaključiti da kretanje navedenih parametara znači definitivno pogoršanje poslovne situacije. Kod SPAR Hrvatska, stanje je u nekoj mjeri drugačije. Za razliku od LIDL-a i Konzuma, SPAR je u 2020. godini zabilježio blagi rast koeficijenta likvidnosti i pokazatelja neto profitne marže, dok je zaduženost rasla i ekonomičnost padala baš kao i kod preostala dva poduzeća.

6. ZAKLJUČAK

Sektor trgovine značajan je za ukupno gospodarstvo Republike Hrvatske s obzirom na broj poslovnih subjekata koji se natječu na tržištu, te ulogu trgovine u stvaranju BDP-a i zapošljavanju stanovništva. Poslovanje maloprodajnih i veleprodajnih trgovinskih poduzeća regulirano je brojnim Zakonima, pravilima, uredbama i propisima, među kojima treba istaknuti Zakon o trgovini i Zakon o računovodstvu.

Posljednjih nekoliko godina, nacionalno i globalno tržište pogođeno je brojnim neočekivanim situacijama. Razorne poplave, požari, potresi, teroristički napadi i razvoj pandemije samo su neki od mnogobrojnih čimbenika koji su se odrazili na trgovinu na veliko i malo. Isto tako, pad BDP-a, visoka stopa nezaposlenosti, inflacija te zaduženost (stanovništva i države) utjecali su na smanjenje osobne potrošnje, a samim tim i smanjenje trgovačkog prometa. Zbog navedenoga, trgovinska poduzeća bila su prisiljena prilagoditi se situaciji na tržištu. Smanjenje trgovačke marže, korekcija cijena i veća tržišna ponuda popraćena raznim pogodnostima, samo su neki od poteza koje su trgovci napravili u pokušaju prilagodbe uvjetima na tržištu i privlačenja kupaca.

S obzirom na važnost trgovine za gospodarstvo države, sve više i češće se provode različite financijske analize koje pružaju bolji uvid u kvalitetu poslovanja poduzeća. U ovom su radu odabrana tri maloprodajna poduzeća čiji su se poslovni rezultati promatrali prije i za vrijeme pandemije: LIDL, SPAR Hrvatska i Konzum plus.

Rezultati vertikalne i horizontalne analize, te analize putem pokazatelja, dali su odgovore na postavljena istraživačka pitanja postavljena na početku rada. Cilj pronalaska odgovora na istraživačka pitanja je utvrđivanje i pojašnjavanje veze između promjena u poslovnim rezultatima odabranih poduzeća i pojave nepoznatog virusa koji se pojavio i proširio po svijetu. Odnosno, odgovaranje na istraživačka pitanja pruža zaključak o financijskim i organizacijskim posljedicama koje su proživjela odabrana poduzeća – višegodišnji lideri na tržištu.

Završetkom provedene analize, može se zaključiti da promatrana poduzeća imaju problema s likvidnosti i zaduženosti tijekom svih promatranih godina, a posebno u pandemijskoj 2020. godini.

Unatoč tome što poduzeća pokazuju različite rezultate analize, jasna je činjenica da u 2020. godini sva promatrana društva bilježe pad ostvarene dobiti po jedinici poslovnih prihoda, nakon čega iduće godine, zahvaljujući popuštanju strogih epidemioloških mjera i uspješnoj turističkoj sezoni, slijedi porast navedenog parametra. Također, treba napomenuti da je LIDL jedino promatrano poduzeće koje ostvaruje dobit sve tri godine (2019., 2020., 2021.), za razliku od SPAR-a i Konzuma koji je ostvaruju samo 2021. godine.

Unatoč svemu, navedena tri poduzeća su godinama vodeći trgovački lanci u Republici Hrvatskoj, te kontinuirano unaprjeđuju svoje infrastrukture, šire poslovanja i redovito povećavaju broj zaposlenih. Upravo zbog toga, analiza poslovanja ovakvih poduzeća korisna je eksternim i internim korisnicima financijskih izvještaja, ali i svim ostalim interesnim skupinama koji mogu nešto iz njihovog poslovanja naučiti.

Za kraj, valja napomenuti da, uz provedene analize koje mogu otkriti trend poslovanja, postoji čitavi niz faktora koji neočekivano i brzo mogu promijeniti industriju i poslovno okruženje u kojem poduzeće posluje.

LITERATURA

Knjige i članci:

1. Abramović, K. i dr. (2008): Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja s poreznim propisima, Rif, Zagreb:
2. Barać Aljinović, Ž. (2019): Računovodstvo novčanih tijekova, Analiza financijskih izvještaja, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
3. Barać Aljinović, Ž. (2019): Računovodstvo novčanih tijekova, Analiza financijskih izvještaja – II. dio, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
4. Barać Aljinović, Ž. (2021): Računovodstvo novčanih tijekova, Regulativni okvir izvještavanja o novčanim tokovima, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
5. Belak, V. (1995): Menadžersko računovodstvo, RRiF, Zagreb
6. Belak, V (2006): Profesionalno računovodstvo, Zgombid&Partneri d.o.o., Zagreb
7. Belak, V. i dr. (2021): Računovodstvo poduzetnika s primjerima knjiženja, XII izmijenjeno i dopunjeno izdanje, RriF plus d.o.o., Zagreb
8. Bolfek, B., Stanić, M., Knežević, S.: Vertikalna i horizontalna financijska analiza poslovanja tvrtke, Ekonomski Vjesnik, UDK 336.012.23., str. 146.
9. Brekalo F. (2007): Revizija financijskih izvještaja, Zgombić & Partneri d.o.o., Zagreb
10. Brkanić, V. (2014): Računovodstvo poduzetnika s primjerima knjiženja, RRIF, Zagreb
11. Bucić, D. (2016): Financijska analiza poslovanja odabranih trgovinskih poduzeća putem financijskih pokazatelja, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet
12. Digman, L.,A. (1990): Strategic management: concepts, decisions, cases. Boston: Irwin
13. Dunković, D. (2015): Poslovno upravljanje u trgovini, Ekonomski fakultet – Zagreb
14. Dropulić, I. (2011): Menadžersko računovodstvo I, Nastavni materijali, EFST, Split

15. Grabovac, N. (2002) : Upravljanje trgovinskim poduzećima, Sarajevo
16. Klikovac, A. (2009): Financijsko izvještavanje u EU, MATE d.o.o., Zagreb
17. Markin, A. (2012): Financijski pokazatelji, pokazatelji likvidnosti, dostupno na <https://profitiraj.hr/financijski-pokazatelji-pokazatelji-likvidnosti/> (pristupljeno 01.06.2022.)
18. Mesarić, P. (2009): Temeljni pokazatelji analize financijskih izvještaja, Zagreb
19. Pepur, P., Laca, S., Basic, I., (2021): THE IMPACT OF COVID-19 ON THE COMPANY'S LIQUIDITY. Interdisciplinary Management Research Xvii, pp.757-769
20. Peršić, S.,S., (2015): Koncentracija u trgovini na malo kao determinanta profitabilnosti maloprodajnih preduzeća, Doktorska disertacija, Sveučilište u Beogradu, Ekonomski fakultet
21. Pervan, I. (2020); MRS-1 prezentiranje financijskih izvještaja, Računovodstvo i revizija, Sveučilište u Splitu, Split, materijali s predavanja
22. Ramljak, B. (2010): Financijsko izvještavanje po segmentima, Brela, Hrvatska
23. Segetlija, Z. (1999): Maloprodaja u Republici Hrvatskoj, Ekonomski fakultet, Osijek
24. Vidučić, Lj., Pepur, S., Šimić, M. (2015): Financijski menadžment, RRiF Plus d.o.o., Zagreb
25. Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela, Sveučilište u Rijeci, Rijeka
26. Žager, K., Žager, L. (1999): "Analiza financijskih izvještaja", Masmedia, Zagreb
27. Žager, K. i dr. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb
28. Vujević, I. (2003): Financijska analiza, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 120

Pravilnik/Zakon

1. Narodne novine, (2008): Hrvatski standardi financijskog izvještavanja, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 30/2008
2. Narodne novine, (2009): Međunarodni standardi financijskog izvještavanja, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 29/2009

3. Narodne novine, (2020): Odluka o iznimnim mjerama kontrole cijena za određene proizvode, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 30/2020
4. Narodne novine, (2009): Odluka o objavljivanju Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 136/09
5. Narodne novine, (2020): Pravilnik o izmjenama i dopunama pravilnika o strukturi i sadržaju godišnjih financijskih izvještaja, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 144/2020
6. Narodne novine, (2015): Zakon o računovodstvu, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 78/15
7. Narodne novine, (2020): Zakon o računovodstvu, Narodne novine d.d., Zagreb, broj 120/16
8. Narodne novine (2020): Zakon o trgovini, Narodne novine d.d. Zagreb, broj 68/13
9. Narodne novine, (2020): Zakon o računovodstvu, Narodne novine d.d. Zagreb, broj 120/16, 116/18

Izvori s Interneta:

1. Agrokor.hr (2018): Nagodba u Postupku izvanredne uprave nad Agrokor d.d. i dr. Trgovački sud u Zagrebu posl.br. 47.St-1138/17, dostupno na <https://nagodba.agrokor.hr/wp-content/uploads/2018/06/Prijedlog-Nagodbe.pdf> (pristupljeno 01.06.2022.)
2. Civilna zaštita (2020): Odluka o mjerama ograničavanja društvenih okupljanja, rada u trgovini, uslužnih djelatnosti i održavanja sportskih i kulturnih događanja, dostupno na: https://civilnazastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%20TITA/PDF_ZA%20WEB/Odluka%20%20mjere%20ograni%20davanja%20dru%20tvenih%20okupljanja,%20rada%20trgovina.pdf (pristupljeno 10.05.2021.)
3. Državni Zavod za statistiku (2020): Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, Bruto domaći proizvod, dostupno na: https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/trgovina_3_20.html (pristupljeno 14.06.2022.)
4. Državni Zavod za statistiku (2020): Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, Robna razmjena s inozemstvom, dostupno na https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/robna_razmjena_12_20.html (pristupljeno 14.06.2022.)

5. Državni Zavod za statistiku (2020): Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, Trgovina na malo u 2022. (užujak), dostupno na https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/trgovina_3_22.html (pristupljeno na 14.06.2022.)
6. Europska unija (2022), dostupno na https://european-union.europa.eu/index_hr (pristupljeno 14.06.2022.)
7. Europska zajednica (2002): Uredba (EZ) br. 1606/2002 europskog parlamenta i vijeća od 19. srpnja 2002. o primjeni međunarodnih računovodstvenih standarda, dostupno na <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R1606&from=LV> (pristupljeno 01.05.2022.)
8. Fina.hr, dostupno na www.fina.hr (pristupljeno 01.05.2022.)
9. HNB (2020): Odgovor HNB-a na krizu COVID-19; Mjere monetarne politike, dostupno na: <https://www.hnb.hr/javnost-rada/covid-19/mjere-monetarne-politike> (pristupljeno 07.09.2020.)
10. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2021): Koncentracija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, dostupno na <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=32707> (pristupljeno 25.04.2022.)
11. International Monetary Fund (2020): Global Financial Stability Report: Markets in the time of COVID-19, Washington, DC, dostupno na <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR/Issues/2020/04/14/global-financial-stability-report-april-2020> (pristupljeno 14.04.2022.)
12. Jatrgovac (2020a): Povećana prodaja zbog panike od koronavirusa neće povećati zaradu trgovcima. Dostupno na: <https://www.jatrgovac.com/povecana-prodaja-zbog-panike-odkoronavirusa-neze-povecati-zaradu-ducanima/> (pristupljeno 30.04.2021.)
13. Jatrgovac (2020b): Nielsen: Rast prodaje najveći u drugom tjednu ožujka. Dostupno na: <https://www.jatrgovac.com/nielsen-rast-prodaje-najveci-u-drugom-tjednu-ozujka/> (pristupljeno 30.04.2021.)
14. Konzum.hr (2022): O nama, dostupno na <https://tvrtka.konzum.hr/o-nama/o-konzumu/> (pristupljeno 10.6.2022.)
15. LIDL.hr (2022): O nama, dostupno na <https://www.LIDL.hr/o-nama> (pristupljeno 10.6.2022.)

16. Poslovna Hrvatska, dostupno na <https://www.poslovna.hr/lite/konzum-plus/1587723/subjekti.aspx> (pristupljeno 10.6.2022.)
17. Poslovna Hrvatska: LIDL Hrvatska, dostupno na <https://www.poslovna.hr/lite/LIDL-hrvatska-d-o-o-/402316/subjekti.aspx> (pristupljeno 10.6.2022.)
18. Poslovna Hrvatska: SPAR Hrvatska, dostupno na <https://www.poslovna.hr/lite/SPAR-hrvatska/5705/subjekti.aspx> (pristupljeno 10.6.2022.)
19. PoslovniFM (2021): Financijska analiza grupe velikih trgovačkih društava iz djelatnosti maloprodaje za razdoblje 2016. – 2020., dostupno na: https://www.poslovnifm.com/bizblog/pod-povecalom-nikola-niksic/financijska-analiza-grupe-velikih-trgovackih-drustava-iz-djelatnosti-maloprodaje-za-razdoblje-2016-2020/?fbclid=IwAR3tJ3vzfBbS7bUtKQpcy05YeUT5WNAseMJBLiOeFpyY9IY5M_tjlnwykU (pristupljeno 15.6.2022.)
20. SPAR.hr (2022): O nama, dostupno na: <https://www.SPAR.hr/o-nama> (pristupljeno na 10.6.2022.)
21. World Health organizations (2020): Coronavirus disease (COVID-19), Geneva, dostupno na: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19> (pristupljeno 13.05.2021.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Podjela poduzeća po veličini

Tablica 2. Shematski prikaz bilance

Tablica 3. Prikaz računa dobiti i gubitka

Tablica 4. Usporedba trgovine na malo (maloprodaja) i trgovine na veliko (veleprodaja)

Tablica 5. Ukupni prihodi maloprodajnih lanaca

Tablica 6. Vertikalna analiza bilance poduzeća Konzum Plus

Tablica 7. Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća Konzum Plus

Tablica 8. Horizontalna analiza bilance poduzeća Konzum Plus

Tablica 9. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća Konzum Plus

Tablica 10. Vertikalna analiza bilance poduzeća LIDL

Tablica 11. Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća LIDL

Tablica 12. Horizontalna analiza bilance poduzeća LIDL

Tablica 13. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća LIDL

Tablica 14. Vertikalna analiza bilance poduzeća SPAR

Tablica 15. Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća SPAR

Tablica 16. Horizontalna analiza bilance poduzeća SPAR

Tablica 17. Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka poduzeća SPAR

Tablica 18. Kretanje pokazatelja neto profitne marže svih poduzeća u promatranim godinama

POPIS SLIKA

Slika 1. Tehnološke inovacije i napredna rješenja

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Nominalne stope promjene maloprodaje po trgovačkim strukama u ožujku 2022.

Grafikon 2. Najveći vanjsko trgovinski partneri u izvozu

Grafikon 3. Najvažniji vanjskotrgovinski partneri u uvozu

Grafikon 4. Kretanje aktive/pasive poduzeća kroz promatrano razdoblje

Grafikon 5. Kretanje dugoročnih obveza poduzeća kroz promatrano razdoblje

Grafikon 6. Kretanje kratkoročnih obveza poduzeća kroz promatrano razdoblje

Grafikon 7. Kretanje dobiti/gubitka poduzeća kroz promatrano razdoblje

Grafikon 8. Koeficijent tekuće likvidnosti

Grafikon 9. Koeficijent zaduženosti

Grafikon 10. Ekonomičnost ukupnog poslovanja

Grafikon 11. Neto profitna marža (%)

Grafikon 12. Omjer EBITDA-e i poslovnih prihoda

SAŽETAK

Diplomski rad „Analiza poslovanja odabranih maloprodajnih poduzeća mješovitom robom u Republici Hrvatskoj prije i poslije pojave virusa COVID-19“ definira ulogu i značaj trgovine za gospodarstvo Hrvatske, te pomoću analize poslovanja odabrana tri poduzeća ukazuje na trendove prije pojave i za vrijeme pandemije. Svrha istraživanja obavljenog u radu je prikaz i pojašnjenje značaja neočekivane pojave kao što je virus koji se proširio na globalnoj razini. S obzirom da je gospodarska kriza prouzročena pandemijom jedinstvena u modernoj ekonomskoj povijesti, uočava se nagli pad svih gospodarskih aktivnosti, na čelu sa sektorima proizvodnje i prodaje koji su podnijeli brojne šokove i promjene uzrokovane oscilacijama u ponudi i potražnji specifičnih proizvoda. Za analizu su odabrana tri maloprodajna poduzeća koja ostvaruju najveće prihode na tržištu posljednjih nekoliko godina u Hrvatskoj – Konzum plus, SPAR Hrvatska i LIDL. Analizom financijskih izvještaja dobivene su različite spoznaje, među kojima treba istaknuti da je zajednički faktor u poslovanju svih poduzećima problem s likvidnosti i zaduženosti, kao i značajan pad ostvarenog prihoda u 2020. u odnosu na prethodnu godinu.

Ključni pojmovi: pandemija, trgovina, analiza financijskih izvještaja

SUMMARY

Master's thesis "Business analysis of selected retail companies in the Republic of Croatia before and after the occurrence of the COVID-19 pandemic" defines the role and importance of trade for the Croatian economy. Also, business analysis for selected three companies indicates trends before and during the pandemic. The purpose of the research carried out in this paper is to present and clarify the significance of an unexpected factor such as a virus that has spread globally. Given that the economic crisis caused by the pandemic is unique in modern economic history, there is a sharp decline in all economic activities, led by the manufacturing and sales sectors that have endured numerous shocks and changes caused by huge fluctuations in supply and demand for specific products. For research purposes, three retail companies that generate the highest revenues in the last few years in Croatia have been selected. The analysis of financial statements provided various insights, among which it should be noted that a common factor in the operations of all companies is problem with liquidity and indebtedness, as well as a significant decline in revenue in 2020 compared to the previous 2019.

Key terms: pandemic, retail, analysis of financial statements