

Analiza uspješnosti poslovanja na primjeru malog poduzeća AUTO SET d.o.o.

Papić, Marin

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:555769>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-21**

Repository / Repozitorij:

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



**EKONOMSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE U SPLITU**

ZAVRŠNI RAD

**ANALIZA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA NA PRIMJERU
MALOG PODUZEĆA – AUTO SET D.O.O.**

Mentor:

prof.dr.sc. Dragana Grubišić

Student:

Marin Papić

Split, svibanj 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Marin Papić, OIB 63414637423

izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 12.05.2023. godine

Vlastoručni potpis : M. Papić

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
1.1 Definiranje problema istraživanja.....	1
1.2 Cilj rada.....	1
1.3 Metode rada.....	1
1.4 Struktura rada.....	2
2. VAŽNOST SEKTORA MSP I NJEGOVA USPJEŠNOST	3
2.1 MSP sektor.....	3
2.1.1 MSP sektor u EU.....	5
2.2 Uspješnost MSP.....	5
2.2.1 Financijski pokazatelji.....	7
2.2.2 Pokazatelji likvidnosti.....	8
2.2.3 Pokazatelji zaduženosti.....	9
2.2.4 Pokazatelji aktivnosti.....	11
2.2.5 Pokazatelji ekonomičnosti.....	12
2.2.6 Pokazatelji profitabilnosti.....	13
2.2.7 Pokazatelji investiranja.....	14
3. ANALIZA USPJEŠNOSTI PODUZEĆA AUTO SET D.O.O.	16
3.1 Osnovne informacije o poduzeću.....	16
3.2 Financijski podatci poduzeća AUTO SET d.o.o.....	17
3.3 Analiza pokazatelja likvidnosti.....	20
3.4 Analiza pokazatelja zaduženosti.....	21
3.5 Analiza pokazatelja profitabilnosti.....	22
3.6 Analiza pokazatelja aktivnosti.....	24
4. ZAKLJUČAK	26
LITERATURA	28
PRILOZI	30
SAŽETAK	31
SUMMARY	32

1. UVOD

Poznato je da su MSP-ovi unaprjeđivači konkurentnosti, gospodarskog rasta i zaposlenosti. Malo gospodarstvo je jedan od najznačajnijih segmenata poduzetničkog djelovanja kako u svijetu tako i u Republici Hrvatskoj. Prema Zakonu o računovodstvu poduzetnik mora izrađivati financijske izvještaje, voditi poslovne knjige, te prikupljati i sastavljati knjigovodstvene isprave. Sva poduzeća trebaju godišnje sastavljati financijske izvještaje koji će biti javni. Ovaj rad će se temeljiti na prikazu i analizi financijskih pokazatelja na primjeru malog poduzeća AUTO SET d.o.o. Uspješnost poslovanja će se prikazati pokazateljima: likvidnosti, zaduženosti, profitabilnosti i aktivnosti. Kako bi se izračunali svi pokazatelji koristiti će se bilanca, te račun dobiti i gubitka poduzeća AUTO SET d.o.o.

1.1 Definiranje problema istraživanja

Problem ovog istraživanja je analiza uspješnosti poslovanja na primjeru malog poduzeća AUTO SET d.o.o. AUTO SET je poduzeće koje obavlja djelatnost prodaje auto dijelova i opreme za motorna vozila. Uz pomoć ovog istraživanja utvrditi će se kako poduzeće posluje, korištenjem financijskih pokazatelja koji su dobiveni od izvora koji radi u poduzeću, a također su vidljivi i na stranicama Financijske agencije, odnosno FINA-e (www.fina.hr).

1.2 Cilj rada

Teorijski cilj rada je pokazati značaj MSP sektora, njegovu ulogu u gospodarstvu Hrvatske, te njegovu uspješnost. U empirijskom dijelu je cilj analizirati uspješnost poslovanja malog poduzeća AUTO SET d.o.o. u periodu od 2017. do 2021. godine korištenjem financijskih pokazatelja uspješnosti poslovanja. Sukladno dobivenim rezultatima donijeti će se stav u kakvoj poziciji se poduzeće trenutno nalazi i moći će se predvidjeti što će se s poduzećem događati u budućnosti.

1.3 Metode rada

U ovom radu koristiti će se primarni i sekundarni izvori, te znanstvene metode komparacija, deskripcija, dedukcija, studija slučaja, analiza dokumentacije i matematičko-statističke metode. Primarni podaci su oni izvori podataka koji su izravno povezani s istraživanjem koje se provodi. Precizniji su od sekundarnih i usmjereni su na određeni problem i cilj, tj. prilagođeni su istraživanju koje se provodi. Sekundarni izvori podatka obuhvaćaju podatke prikupljene za potrebe nekog ranijeg istraživanja, s nekom drugom

svrhom. Dostupniji su od primarnih podataka, brzo se pribavljaju i objektivni su. Ponekad je vrlo teško pronaći sekundarne podatke koji odgovaraju potrebama istraživanja koje se trenutno provodi (Tkalec Verčić et al, 2010). Komparacijom će se usporediti rezultati koji su dobiveni korištenjem godišnjih izvještaja koji su dostupni. Metoda deskripcije se ne temelji na znanstvenom tumačenju i objašnjavanju, već na opisivanju i očitavanju činjenica. Deskripcijom će se opisati financijski pokazatelji kako bi se utvrdilo financijsko stanje poduzeća AUTO SET d.o.o. Metodom dedukcije će se objasniti činjenice i zakoni. Studijom slučaja analizirati će se poslovanje poduzeća AUTO SET d.o.o. na osnovu dostupnih godišnjih izvještaja. Analizom dokumentacije se analiziraju godišnji izvještaji. Matematičko-statistička metoda služi kako bi se izračunali najznačajniji pokazatelji uspješnosti poslovanja.

1.4 Struktura rada

Ovaj rad sastoji se od 4 dijela, a to su *Uvod, MSP sektor i njegova uspješnost, Analiza uspješnosti poduzeća AUTO SET d.o.o. i Zaključak.*

U uvodnom dijelu se skraćeno definira koji je problem istraživanja, koji su ciljevi rada, objašnjavaju se metode rada koje se koriste i prikazuje se struktura rada.

U drugom dijelu će se objasniti kolika je važnost MSP sektora i kolika je njegova uspješnosti, te koji su izvori financiranja sektora na primjeru Hrvatskog i gospodarstva Europske Unije. Također, objasniti će se pokazatelji uspješnosti poslovanja.

Treći dio rada prikazati će analizu uspješnosti poslovanja na primjeru malog poduzeća AUTO SET d.o.o. korištenjem financijskih pokazatelja likvidnosti, zaduženosti, profitabilnosti i aktivnosti u razdoblju od 2017. do 2021. godine.

Četvrti dio rada odnosi se na zaključak u kojem će se napraviti osvrt na cijeli rad i gdje će se predložiti rezultati do kojih se došlo tijekom istraživanja.

2. VAŽNOST SEKTORA MSP I NJEGOVA USPJEŠNOST

Sukladno Zakonu o poticanju razvoja malog gospodarstva (2016) malo gospodarstvo je djelatnost kojom se mogu baviti fizičke i pravne osobe koje mogu samostalno i trajno obavljati poslove s ciljem ostvarivanja dobiti (NN br. 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16). Glavne karakteristike malih poduzeća uglavnom se odnose na broj zaposlenika i na visinu ostvarenih prihoda. Mogu biti u vlasništvima obrtnika, obitelji, u obliku partnerstva ili dio korporacije. Fokusirani su na lokalno ili globalno tržište. Definicija malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj je usklađena sa europskim normama. Kriterij za određivanje MSP u Hrvatskoj su određena Zakonom o računovodstvu, te Zakonom o poticanju razvoja malog gospodarstva. U Zakonu se malo gospodarstvo dijeli na mikro, male i srednje subjekte. Mikro poduzeća malog gospodarstva zapošljavaju do 10 radnika godišnje, te ostvaruju godišnji promet ne preko 2 milijuna eura. Mala poduzeća zapošljavaju do 50 radnika godišnje, nisu ovisni o drugim subjektima, te im godišnji promet ne ide preko 10 milijuna eura. Srednja poduzeća zapošljavaju do 250 zaposlenika godišnje i godišnji promet im ne ide preko 50.000.000,00 eura (NN br. 29/02, 63/07, 53/12, 56/13, 121/16). U Tablici 1 prikazati će se koji su kriteriji za raspodjelu MSP-a. Malo gospodarstvo je najperspektivniji dio gospodarstva u svijetu, pa i u Hrvatskoj, potiče privatno vlasništvo, kreira zapošljavanje, pridonosi povećanju proizvodnje i izvoza. MSP doprinose inovaciji, ispunjavaju tržišne segmente, uvećavaju pritiske kod konkurencije, te tako promoviraju ekonomsku efikasnost. Ovo tržište ima veliku sposobnost prilagođavanja i brzog odgovaranja na promjene u gospodarstvu, što ga čini dragocjenim segmentom gospodarstva. U Tablici 1 dani su kriteriji za raspodjelu MSP-ova.

Tablica 1.

Kriterij za raspodjelu MSP-a

VELIČINA PODUZEĆA	BROJ ZAPOSLENIH	GODIŠNJI PROMET
MIKRO	<10	≤2.mil.€
MALA	<50	≤10.mil.€
SREDNJA	<250	≤50.mil.€

Izvor: Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, Narodne novine 29/02, 2002

2.1 MSP sektor

Prilikom definiranja MSP-a ne postoji jedna definicija iz razloga što se poduzeća različito klasificiraju (imaju različiti broj zaposlenih, ne ostvaruju svi jednak godišnji promet, imaju različiti kapital itd.). C. Senuil definira poduzeće kao svaku ljudsku aktivnost koja se služi različitim silama da bi došla do svog cilja (Senuil prema Buble, 2000, str. 22). Pojam malog poduzeća prvi put se pojavljuje kada su bankari pozajmljivali novac ljudima uz predviđenu kamatu. Mala poduzeća su se mijenjala i razvijala kroz

stoljeća, ali značajni procvat se dogodio 1980. godine kada je Kongres na konferenciji u Bijeloj kući donio zakonske regulative. Mala poduzeća se mogu osnovati u raznim djelatnostima, ali se ona najbolje snalaze u trgovini, uslugama, te proizvodnji (npr. proizvodnji građevinskog materijala) iz razloga što te djelatnosti zahtijevaju manje uloženog kapitala, te su pristupačnija prilikom pokretanja biznisa. Njihova proizvodnja je usmjerena na tržište. Poduzeće se može definirati kao organizacijska jedinica koja za cilj ima ostvarivanje dobiti putem proizvodnje ili pružanjem usluga.

Prilikom osnivanja poduzeća poduzetnik treba odraditi određene aktivnosti kako bi osnovao poduzeće sa što manjim rizikom. S obzirom na kompleksnost osnivanja poduzeća neke od aktivnosti koje je potrebno odraditi su one iz aspekta marketinga, financija, računovodstva, ekonomije. Kod provođenja procesa osnivanja poduzeća potrebna je koordinacija svih navedenih aspekata. Osnovne aktivnosti za osnivanje poduzeća su poduzetnička ideja, određivanje djelatnosti koju će poduzeće obavljati, te izračun ekonomske isplativosti posla.

MSP sektor u Republici Hrvatskoj je definiran Zakonom o računovodstvu (NN br. 78/15, 134/15), te Zakonom o poticanju razvoja malog gospodarstva (NN br. 29/02, 63/07, 53/12, 56/13). MSP čine osnovu poduzetništva i razvoja. Malo gospodarstvo je najperspektivniji dio gospodarstva u svijetu, pa tako i u Hrvatskoj. Ono potiče privatno vlasništvo, kreira zapošljavanje, pridonosi povećanju proizvodnje i izvoza. MSP doprinose inovaciji, ispunjavaju tržišne segmente, uvećavaju pritiske kod konkurencije, te tako promoviraju ekonomsku efikasnost. MSP su potencijalni izvori energije koja doprinosi dinamici u razvoju Hrvatskog gospodarstva (Bistričić, Agatić, 2011). Iskustva iz razvijenih europskih zemalja pokazuju da su mala gospodarstva pokretači razvoja cjelokupnog gospodarstva i pokretači novih radnih mjesta. MSP su ključna za ostvarivanje snažnog rasta, stvaranje novih i kvalitetnijih radnih mjesta. Kako bi se povećala učinkovitost, poduzeće koristi inovacije kako bi osnažilo svoj položaj u odnosu na konkurenciju. Tržište MSP sektora ima veliku sposobnost prilagođavanja i brzog odgovaranja na promjene u gospodarstvu, što ga čini dragocjenim segmentom gospodarstva. Fleksibilnost MSP-ova također omogućava njihovu brzu reakciju na probleme i prilike koje se mogu pojaviti u poslovanju. MSP sektor ima bolju povezanost s lokalnom zajednicom iz razloga što su vlasnici često lokalni stanovnici i aktivno sudjeluju u lokalnoj zajednici. To može biti vrlo važno za stvaranje pozitivne poslovne klime i podrške MSP-ovima. Analizom poduzetničke problematike u Hrvatskoj došlo se do zaključka da brzina kojom se pokreće poduzetnička inicijativa i financijska snaga MSP-ova nije zadovoljavajuća. Osim svojih osnovnih nedostataka MSP sektor karakterizira nedostatak obrazovnog programa za poduzetništvo, administrativne barijere u svim etapama životnog ciklusa poduzeća i slaba razvijenost tržišta kojim bi se zadovoljile potrebe MSP-ova. Hrvatsko gospodarstvo prvenstveno je obilježeno dominantnom ulogom privatiziranih poduzeća koja posluju u djelatnostima kao što su

trgovina, građevinarstvo, industrija za preradu, skladištenje i prijevoz malog i srednjeg poduzetništva (<https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>). Visoki troškovi u kombinaciji s niskom dodanom vrijednošću čine slabu vanjskotrgovinsku i unutrašnju konkurentnost Hrvatske. U Republici Hrvatskoj MSP sektor čini 99,7% registriranih poslovnih subjekata (Alpeza et al., 2020).

2.1.1 MSP sektor u EU

MSP sektor u Europskoj Uniji je određen kao sektor koji zapošljava manje od 250 ljudi, ne ovisi o drugim tvrtkama, te godišnji promet ne prelazi 50 milijuna eura, a ukupni godišnji prihodi ne idu preko 43 milijuna eura. Mikro poduzeća u Europskoj Uniji zapošljavaju do 10 zaposlenika, te imaju godišnje prihode do 2.000.000,00 eura. Mala poduzeća su ona poduzeća koja zapošljavaju do 50 djelatnika, te im aktiva ne prelazi 10.000.000,00 eura. Srednja poduzeća zapošljavaju manje od 250 zaposlenika, te godišnje njihov promet ne pređe 43.000.000,00 eura. Prema preporukama Europske komisije MSP sektor se u Europskoj Uniji dijeli na tri osnovne kategorije, a to su mikro, mala i srednja poduzeća. Broj zaposlenih je jedan od glavnih kriterija kako bi se poduzeće raspodijelilo u neke od ovih kategorija. Uz taj, dodatni kriteriji su godišnji prihod poduzeća, te veličina dugotrajne imovine. Mikro poduzeća, te mala i srednja poduzeća predstavljaju 99% svih poduzeća u Europskoj Uniji. Konkretnije rečeno MSP-ovi osiguravaju 2/3 radnih mjesta na tržištu privatnog sektora, te imaju zasluge za više od pola ukupne dodane vrijednosti koju ostvaruju poduzeća na razini Europske Unije. Osmišljeni su različiti programi u cilju povećanja konkurencije između subjekata, tome su pridonijela istraživanja i inovacije (European Commission, 2011).

2.2 Uspješnost MSP

MSP predstavljaju važan dio gospodarstva većine europskih zemalja jer čine nositelje gospodarskog razvoja. U ukupnom broju poduzeća u Hrvatskoj MSP čine 99,7% svih poduzeća. Unatoč važnim promjenama u poslovanju koje su nastale kao posljedica pandemije u 2020. godini u Hrvatskoj se bilježi rast ukupnog broja poduzeća za nešto više od 2% naspram 2019. godine (Alpeza et al., 2022).

U 2019. godini broj poduzeća dostiže rast od 3,9% u odnosu na godinu prije, te pokazuje da se nastavlja rastući trend broja poduzeća u Hrvatskoj, ali po značajno nižoj stopi nego što je ta stopa bila u 2018. i 2017. godini kada je iznosila 9,2%. U razmaku od 2015. do 2019. godine povećao se broj poduzeća za 27,9% (Alpeza et al., 2020). MSP sektor čine oko tri četvrtine osoba koje su zaposlene u poduzećima u Republici Hrvatskoj u 2019. godini.

U 2020. godini sektor malog i srednjeg poduzeća zapošljavao je više od 2/3 svih zaposlenih u Republici Hrvatskoj, ali se ipak vidio pad broja zaposlenih za 2,2% s obzirom na predpandemijsku 2019. godinu. Prema CEPOR-u MSP sektor ostvario je u 2020. godini 58% ukupnog prihoda i 53% ukupnog izvoza na razini države. Pandemija COVID-19 utjecala je negativno na sektor malih i srednjih poduzeća u vidu zaposlenosti, te stvaranja ukupnog prihoda koji je 2019. godine iznosio 60,3%, ali je udio u izvozu Hrvatske ostao isti kao i 2019. godine. Unutar sektora malog i srednjeg poduzeća zapošljava se veliki broj ljudi, te je taj sektor stvaratelj novih radnih mjesta. Rezultati u poslovanju MSP sektora imaju veliki značaj u ukupno ostvarenim prihodima države. Ova skupina poduzeća utječe na povećanje ekonomskog blagostanja Hrvatske.

Kao prednosti malih i srednjih poduzeća navode se: imaju mogućnost zapošljavati više od velikih poduzeća, ostvaruju veću stopu povrata, lakše uvode inovacije u posao, osobe ženskog spola imaju veće mogućnosti zaposliti se nego u velikim poduzećima, lakše stvaraju nova radna mjesta, fleksibilniji su prilagođavanju promjenama koje se događaju na tržištu. Kao što imaju prednosti tako imaju i svoje nedostatke. Kod MSP sektora ne rijetko se događa da je vlasnik poduzeća u isto vrijeme menadžer, vođa, organizator, a često vodi i brigu o nabavi, marketingu i sličnim poslovima. Mala i srednja poduzeća imaju veće izgleda od neuspjeha i propadanja, teže dolaze do izvora financiranja, imaju slabu pregovaračku moć kao i proizvodnost, osnivačima nedostaju poduzetničke vještine i nemaju dovoljno iskustva u kadroviranju.

Glavni uzroci neuspjeha malih poduzeća proizlaze iz razloga što dosta novoosnovanih poduzeća nije profitabilno pa moraju prestati s poslovanjem. U Tablici 2 se mogu vidjeti koji su glavni uzroci prekida poslovanja poduzeća u Republici Hrvatskoj u 2018. godini.

Tablica 2.

Razlozi prekida poslovanja poduzeća u Republici Hrvatskoj u 2018. godini (%)

Glavni uzrok	Postotak (%)
Mogućnost prodaje poduzeća	0,6
Ne profitabilnost poduzeća	19,7
Otežan pristup financiranja poduzeća	7,4
Druga poslovna prilika	18,5
Umirovljenje	9,1
Osobni razlozi	16,5
Politika poreza	19,2

Izvor: Prilagođeno prema Alpeza, M., Has, M., Oberman Peterka, S., et al. (2019). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019. CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva

U Tablici 2 je primjetno vidjeti kako mogućnost prodaje poduzeća (0,6%) ne predstavlja značajan razlog kako bi se poduzetnik odlučio za prekid poslovanja, dok neprofitabilnost poduzeća (19,7%) i politika poreza (19,2%) predstavljaju glavne razloge zašto se poduzetnici odluče za prekid poslovanja. Kao značajniji razlog za prekid poslovanja javlja se druga poslovna prilika (18,5%). To je slučaj kada poduzetnik vidi priliku u nekoj drugoj mogućnosti zarade, odnosno promjene djelatnosti kojom će se baviti. Također poduzetnici se često odlučuju za prekid poslovanja zbog osobnih razloga (16,5%), kao što su na primjer problemi u obitelji.

2.2.1 Financijski pokazatelji

Financijski pokazatelji koriste se kako bi se dobile dodatne informacije pomoću kojih bi donijeli ispravnu odluku. Oni su najefikasniji kada se dobiveni podaci usporede s podacima druge slične tvrtke. Bilanca i izvještaj o dobitku i gubitku su ključni kako bi se ovi pokazatelji mogli izračunati. Pokazatelj je racionalni broj koji se dobije stavljanjem u odnos jedne ekonomske veličine s drugom ekonomskom veličinom (Abramović et al, 2008). Pokazatelji se najčešće izražavaju u postotcima ili kao decimalni broj. Izračune pokazatelja rade banke, revizori i ulagači kako bi saznali financijski položaj tvrtke. Također ih rade i same tvrtke, a služe im za internu upotrebu. Sposobnost dobrog managera i njegovih vještina može se ogledati u izboru ovih pokazatelja. Kako bi manager odabrao najbolje moguće pokazatelje mora se konzultirati s osobama kojima je u cilju da poduzeće posluje uspješno. Te osobe mogu biti vlasnici, osobe koje rade u menadžmentu poduzeća i svi ostali koji mogu imati neku korist od toga da poduzeće uspije.

Bilanca je jedan od financijskih izvještaja u kojem je prikazan financijski status poduzeća u određenom trenutku, obično na kraju fiskalne godine. Prikazuje svu imovinu, obveze i vlasnički kapital poduzeća. Aktiva se sastoji od svega što poduzeće posjeduje i što ima vrijednost poput novca, zaliha, nekretnina, vozila, opreme i slično. Obveze se sastoje od svega što poduzeće duguje drugima, kao što su dugovi prema dobavljačima, krediti, porezi, plaće i slično. Vlasnički kapital predstavlja kapital koji je uložen u poduzeće od strane vlasnika ili dioničara, te ostvareni dobitak koji se reinvestira u poslovanje. Bilanca mora biti uvijek u ravnoteži, što bi značilo da je vrijednost imovine jednaka vrijednosti obveza zbrojeno sa vlasničkim kapitalom. Ako bilanca nije ujednačena to znači da postoji greška u knjigovodstvu. Bilancasluži za procjenu solventnosti poduzeća, te je li sposobno platiti svoje obveze. Koristan je alat za upravljanje financijama i provođenje poslovnih odluka.

Račun dobiti i gubitka je jedan od financijskih izvještaja gdje su prikazani prihodi i rashodi poduzeća tijekom određenog razdoblja. To je jedan od najvažnijih izvještaja u financijskim izvještajima jer pruža informacije o financijskoj uspješnosti poduzeća. Obično prikazuje prihode kao prvu stavku, a zatim oduzima sve rashode kako bi se došlo do dobiti ili gubitka. Prihodi poduzeća mogu uključivati ​​prihode od prodaje proizvoda ili usluga, kamate, dividende ili bilo kojeg drugog izvora prihoda. Rashodi mogu uključivati ​​troškove nabave proizvoda ili usluga, plaće i naknade radnika, troškove marketinga, amortizaciju imovine i bilo koji drugi trošak koji je nastao tijekom razdoblja koje se prikazuje. Kada se dogodi da su prihodi veći od rashoda, poslovni subjekt ima dobit. Kada se dogodi da su rashodi veći od prihoda, poslovni subjekt ostvaruje gubitke. Ovi podatci su vrlo važni za investitore, jer pomažu u procjeni financijske stabilnosti poduzeća i njegove sposobnosti da ostvari dobit u budućnosti.

Financijski pokazatelji, koji se koriste za analizu uspješnosti, su:

- pokazatelji likvidnosti
- pokazatelji zaduženosti
- pokazatelji aktivnosti
- pokazatelji ekonomičnosti
- pokazatelji profitabilnosti
- pokazatelji investiranja

Ovi pokazatelji prikazuju smjer kojim bi se trebale kretati poduzetničke aktivnosti, te pomažu poduzetniku kako bi donio najbolju moguću odluku u kojem smjeru ići u budućnosti.

2.2.2 Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost se koristi kako bi se procijenilo može li tvrtka sa svojim sposobnostima zadovoljiti kratkoročne obveze korištenjem kratkotrajne imovine. Uz likvidnost ovi pokazatelji pokazuju i stabilnost poslovanja. Svim poduzećima je cilj sačuvati likvidnost kako bi na vrijeme mogli podmiriti svoje obveze. Likvidnost se sastoji od tekuće, ubrzane i trenutne likvidnosti, te koeficijenta financijske stabilnosti. Najznačajniji su pokazatelji tekuće i ubrzane likvidnosti.

Pokazatelj tekuće likvidnosti je najbolji pojedinačni pokazatelj likvidnosti poduzeća. Kada je pokazatelj prevelik to govori da poduzeće loše upravlja svojom imovinom, ima nekonkurentne zalihe ili loše koristi kratkoročne kredite. Ako je pokazatelj nizak poduzeće ne ulaže dovoljno, te treba povisiti ulaganje u kratkotrajnu imovinu ili treba smanjiti kratkoročne obveze. Minimalni iznos ovog pokazatelja bi trebao biti 2.

Pokazatelj ubrzane likvidnosti se koristi kod procjene ispunjavanja svojih kratkoročnih obveza sa svojom najlikvidnijom imovinom. On pokazuje posjeduje li subjekt dovoljan broj kratkoročnih sredstava pomoću kojih bi podmirio svoje obveze, a da ne mora prodavati zalihe. Iznos ovog pokazatelja trebao bi iznositi ≥ 1 . Kao minimalna preporučena vrijednost uzima se 0.9. Tablica 3 prikazuje kako se računaju pokazatelji likvidnosti.

Pokazatelj trenutne likvidnosti je financijski omjer koji se koristi za procjenu sposobnosti tvrtke da ispuni svoje kratkoročne obveze. Izračunava se tako da se novac podijeli s kratkoročnim obvezama. U slučaju da je koeficijent veći od 1, to znači da poduzeće ima dovoljno novca kako bi ispunilo svoje kratkoročne obveze. Idealni koeficijent koje bi poduzeće trebalo imati je između 1,5 i 2, što ukazuje na to da poduzeće ima dovoljno sredstava kako bi ispunilo svoje kratkoročne obveze i da ima određeni iznos likvidnih sredstava na raspolaganju za neočekivane potrebe.

Koeficijent financijske stabilnosti koristi se za procjenu financijske stabilnosti i sigurnosti poduzeća. Računa se kao omjer dugotrajne imovine podijeljene s kapitalom koji je uvećan za dugoročne obveze. Pokazatelj treba biti manji od 1 iz razloga što se poduzeće mora financirati putem dugoročnih izvora, a ne samo iz kratkoročne imovine. U Tablici 3 dani su pokazatelji likvidnosti.

Tablica 3.

Pokazatelji likvidnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
Koeficijent tekuće likvidnosti	Kratkotrajna imovina	Kratkoročne obveze
Koeficijent ubrzane likvidnosti	Novac + potraživanja	Kratkoročne obveze
Koeficijent trenutne likvidnosti	Novac	Kratkoročne obveze
Koeficijent financijske stabilnosti	Dugotrajna imovina	Kapital + dugoročne obveze

Izvor: Prilagođeno prema Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L. (2008). Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str. 248

2.2.3 Pokazatelji zaduženosti

Pokazatelji zaduženosti ili pokazatelji menadžmenta duga pokazuju funkciju kapitala, te puteve pomoću kojih poduzeće financira svoju imovinu (Žager, Žager, 1999). Pokazuju koliki je udio sredstava osiguran od strane kreditora, a koliki je udio vlastitog kapitala. Također ovi pokazatelji pružaju podatke upravlja li društvo svojim dugovima, a ta informacija je jako bitna za dužnike i dioničare iz razloga što može doći do bankrota poduzeća. Poduzeća koja imaju visoku stopu zaduženosti gube na financijskoj

stabilnosti, imaju poteškoća kod traženja ulagača. Pokazatelji zaduženosti i pokazatelji profitabilnosti su usko povezani. Pokazatelji zaduženosti ne bi trebali prelaziti iznos koji je veći od 50%, odnosno to je njihova gornja granica. Što je postotak viši to govori da je poduzeće prekomjerno zaduženo i da je poduzeće rizičnije (Žager, i et al., 2008).

Koeficijent zaduženosti pokazuje u kojem obujmu poduzeće koristi zaduženost kako bi se financiralo, to jest koliko se imovine nabavilo uz pomoć zaduživanja.

Stupanj pokrića I i II računaju se uz pomoć bilance. Pokazatelji prikazuju pokrivanje dugotrajne imovine korištenjem kapitala koji se uveća za iznos dugoročnih obveza. Prvi stupanj se dobije tako da se glavnica podijeli s dugotrajnom imovinom, dok se drugi stupanj dobije tako da se glavnica uvećana za dugoročne obveze podijeli s dugotrajnom imovinom. Oba stupnja bi trebala iznositi minimalno 1.

Faktor zaduženosti izračunava se tako da se ukupne obveze poduzeća podijele sa zadržanim dobitkom kojem se dodaje amortizacija. On služi da se vidi koliko je poduzeću potrebno vremenskog perioda da od zadržane dobiti i amortizacije naplati ukupne obveze poduzeća. Prema pravilu on treba biti što niži, dok se gornjom granicom smatra 5.

Koeficijent vlastitog financiranja se računa tako da se glavnica podijeli s ukupnom imovinom. On nam govori koliko se imovine poduzeća financira putem kanala vlasničkog kapitala. Koeficijent bi trebao iznositi >50% kako bi bio pozitivan za poduzeće. Tablica 4 prikazuje kako se računaju pokazatelji zaduženosti.

Tablica 4.

Pokazatelji zaduženosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
Koeficijent zaduženosti	Ukupne obveze	Ukupna imovina
Koeficijent vlastitog financiranja	Glavnica	Ukupna imovina
Koeficijent financiranja	Ukupne obveze	Glavnica
Stupanj pokrića I	Glavnica	Dugotrajna imovina
Stupanj pokrića II	Glavnica + dugoročne obveze	Dugotrajna imovina
Pokriće troškova kamata	Dobit prije poreza i kamata	Kamate
Faktor zaduženosti	Ukupne obveze	Zadržana dobit + amortizacija

Izvor: Prilagođeno prema Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L. (2008). Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str. 251

2.2.4 Pokazatelji aktivnosti

Pokazatelji aktivnosti odnose se na frekvenciju protoka imovine u poslovanju, odnosno govore koliko poduzeću treba vremena da plati svoje obveze. Služe za ocjenu učinkovitosti gdje menadžment koristi imovinu koju su dali vlasnici. Do potrebnih podataka se dolazi kroz aktivu bilance i temeljem podataka o prihodima.

Koeficijent obrta ukupne imovine je najčešći pokazatelj aktivnosti, a s njim se može vidjeti koliko puta će se ukupna imovina obrnuti u razdoblju od 1 godine. Također pokazuje koristi li poduzeće svoju imovinu uspješno kako bi došlo do prihoda. Računa se tako da se ukupne prihode podijeli s ukupnom imovinom poduzeća.

Koeficijent obrta dugotrajne imovine ukazuje na to koliko dobro poduzeće koristi dugotrajnu imovinu radi ostvarivanja profita. Vrijednost pokazatelja bi trebala biti što veća, zato što bi onda trebalo manje novca da ostvarimo profit. Ako pokazatelj ima opadajuću krivulju to može značiti da je poduzeće uložilo u novu opremu, nove strojeve i sl.

Koeficijent obrta dugotrajne imovine računa se tako da se ukupni prihod podijeli s dugotrajnom imovinom.

Koeficijent obrta kratkotrajne imovine govori koliko će se puta kratkotrajna imovina obrnuti u razdoblju do 1 godine. Rezultat se dobije tako da se ukupne prihode podijeli s kratkotrajnom imovinom.

Koeficijent obrtaja potraživanja se koristi kako bi se izračunalo koliko je dana u prosjeku potrebno poduzeću kako bi naplatilo svoja potraživanja. Potrebno je da koeficijent bude što veći, a da je vrijeme vezivanja u danima što kraći. Dobije se tako da se prihodi od prodaje podijele sa ukupnim potraživanjima od kupaca.

Pokazatelji će biti prikazani u Tablici 5.

Tablica 5.*Pokazatelji aktivnosti*

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	Ukupni prihodi	Ukupna imovina
Koeficijent obrtaja dugotrajne imovine	Ukupni prihodi	Dugotrajna imovina
Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine	Ukupni prihodi	Kratkotrajna imovina
Koeficijent obrtaja potraživanja	Ukupni prihodi od prodaje	Potraživanja od kupaca
Trajanje naplate potraživanja u danima	Broj dana u godini (365)	Koeficijent obrtaja potraživanja

Izvor: Prilagođeno prema Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L. (2008). Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str. 252

2.2.5 Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji ekonomičnosti mjere omjer prihoda i rashoda, ili drugačije rečeno pokazuju koliko poduzeće ostvaruje prihoda po jednoj jedinici rashoda. Govore koliko je novca zaradila tvrtka s obzirom na uloženi novac. Oni se koriste za procjenu učinkovitosti ulaganja u neki projekt, poduzeće. Računaju se uz pomoć podataka koji se mogu pronaći u računu dobiti i gubitka. Vrijednost pokazatelja trebala bi biti >1. Veća vrijednost pokazatelja ekonomičnosti ukazuje na veću financijsku učinkovitost i sposobnost poduzeća da ostvaruje prihode. Kada je pokazatelj ispod 1 to znači da je investicija manje uspješna. Međutim treba pogledati i druge razloge, kao što su rizik, trajanje projekta, vrijeme potrebno za povrat ulaganja. Najčešći pokazatelji ekonomičnosti su:

- ekonomičnost ukupnog poslovanja
- ekonomičnost poslovnih aktivnosti
- ekonomičnost financijskih aktivnosti
- ekonomičnost izvanrednih aktivnosti

Način izračunavanja ovih pokazatelja nalazi se u Tablici 6.

Tablica 6.*Pokazatelji ekonomičnosti*

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	Ukupni prihodi	Ukupni rashodi
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	Poslovni prihodi	Poslovni rashodi
Ekonomičnost financijskih aktivnosti	Financijski prihodi	Financijski rashodi
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	Izvanredni prihodi	Izvanredni rashodi

Izvor: Prilagođeno prema Žager, K.; et al (2017) Analiza financijskih izvještaja, 3. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, HZRFD, Zagreb, str. 52

2.2.6 Pokazatelji profitabilnosti

Ovi pokazatelji su jedan od najznačajnijih segmenata financijske analize svakog poduzeća. Pokazuju cjelokupnu učinkovitost poslovanja poduzeća. Profitabilnost je odnos obujma prodaje i odnosa ulaganja. Prikazuje se postotkom ako je stopa profitabilnosti niža, to znači da je poduzeće na putu ostvarivanja gubitka. Mjeri razinu sposobnosti poduzeća kako bi ostvarilo određeni nivo dobitka u odnosu na prihod, imovinu, te kapital.

Bruto profitna marža se koristi za procjenu financijskog zdravlja i poslovnog modela poduzeća. Ona nam pokazuje koliko posto prihoda ostaje poduzeću kada podmiri osnovne troškove poslovanja. Pomoću bruto profitne marže investitori uspoređuju tvrtke koje su slične jedna drugoj po veličini. Bruto profitna marža ukazuje menadžmentu treba li poduzeti odgovarajuće mjere kako bi smanjili troškove. Dobije se tako da se dobit prije poreza uračunat s kamatama podijeli s ukupnim prihodom.

Neto profitna marža pokazuje kontrolu troškova, prihoda i rashoda. Ona mjeri profitabilnost poduzeća, omogućuje učinkovito kontroliranje troškova. Ukazuje na to koliko će % prihoda poduzeću ostati nakon što podmiri sve troškove i plati porez na dobitak. Prihod koji je preostao je dobitak, kojeg poduzeće samo raspodjeljuje i odlučuje hoće li taj novac uložiti u neku investiciju ili će dati novac vlasnicima. Dobije se tako da se neto dobit podijeli s ukupnim prihodom.

Povrat na ukupnu imovinu pokazuje sposobnost tvrtke da upotrebom vlastite imovine ostvari dobit. Mjeri jačinu prihoda tvrtke, a računa se tako da se neto dobit podijeli s ukupnom imovinom.

Povrat na vlastiti kapital pokazuje snagu zarade u odnosu na ulaganja dioničara. On je među najznačajnijim pokazateljima. Može se dobiti tako da se neto dobit podijeli s vlastitim kapitalom i rezervama.

U Tablici 7 će biti prikazani načini kako se računaju pokazatelji profitabilnosti.

Tablica 7.

Pokazatelji profitabilnosti

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
Neto marža profita	Neto dobit	Ukupni prihodi
Bruto marža profita	Dobit prije poreza + kamate	Ukupni prihodi
Neto rentabilnost imovine	Neto dobit	Ukupna imovina
Bruto rentabilnost imovine	Dobit prije poreza + kamate	Ukupna imovina
Rentabilnost glavnice	Neto dobit	Vlastiti kapital

Izvor: Prilagođeno prema Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager L. (2008). Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str. 253

2.2.7 Pokazatelji investiranja

Ovi pokazatelji služe kako bi se izračunalo ulaže li se dobro u dionice, te daju informacije dioničarima isplati li im se ulagati u dionice. Kako bi se dobili izračuni ovih pokazatelja koriste se podaci dobiveni iz financijskih izvještaja, te podaci o dionicama. Ovi pokazatelji su najkorisniji dioničarima i ulagačima u poduzeće.

Zarada po dionici računa se tako da se neto dobit podijeli s brojem dionica. Iznos se izražava novčanim jedinicama dobiti ostvarene po jednoj dionici. Ovaj pokazatelj pokazuje ima li poduzeće vještinu kako bi ostvarivalo dobit.

Dividenda po dionici je druga po interesu običnih dioničara, a pokazuje koliku će dividendu dobiti dioničar za svaku dionicu koju posjeduje. Računa se dijeljenjem neto dobiti za dividendu s brojem dionica. Dobit po dionici bi trebao biti veći od dividende, a ako to nije slučaj onda nam to govori da su dividende isplaćene iz dobiti koje je poduzeće zadržalo.

Ukupna rentabilnost dionice je najznačajniji pokazatelj investiranja. Njen iznos se dobije tako da se dobit po dionici podijeli s vrijednosti dionice koja je na tržištu.

Dividenda rentabilnosti ide uz bok ukupnoj rentabilnosti dionice i najznačajniji je pokazatelj investiranja. Računa se tako da se dividenda po dionici podijeli s tržišnom cijenom dionice. U Tablici 8 su prikazani izračuni pokazatelja investiranja.

Tablica 8.

Pokazatelji investiranja

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK
Zarada po dionici	Neto dobit	Broj dionica
Dividenda po dionici	Dio neto dobiti za dividende	Broj dionica
Ukupna rentabilnost dionice	Dobit po dionici	Tržišna cijena dionice
Dividenda rentabilnosti dionice	Dividenda po dionici	Tržišna cijena dionice

Izvor: Prilagođeno prema Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L. (2008). Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, str. 254

3. ANALIZA USPJEŠNOSTI PODUZEĆA AUTO SET D.O.O.

3.1 Osnovne informacije o poduzeću

Poduzeće AUTO SET d.o.o. je poduzeće koje se bavi prodajom dijelova za automobile i priborom za motorna vozila. Osnovano je 26. 07. 2005. godine u Šibeniku gdje mu je i danas sjedište. Grafički prikaz 1 je fotografski prikaz prostora u kojem djeluje AUTO SET d. o. o. Registrirano je kao malo poduzeće s početnim kapitalom od 20.000,00 kuna. Prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti AUTO SET pripada skupini G45.31 – trgovina na veliko dijelovima i priborom za motorna vozila (Narodne novine, 58/07, 2007).

U zadnjoj obračunskoj godini poduzeće je ostvarilo prihod od 1.080.882,00 kuna što je 143.279,00 kuna manje naspram 2020. godine, dok je u 2019. godini ostvaren prihod od 1.349.686,00 kuna. Kada se govori o rashodima oni su u 2021. godini iznosili 1.058.965,00 kuna odnosno 89.200,00 kuna manje nego u pandemijskoj 2020. godini. Godine 2019. poslovni rashodi su iznosili 1.242.396,00 kuna. Iz ovoga je vidljivo da je u posljednjoj obračunskoj godini poduzeće ostvarilo dobit od 21.917,00 kuna. Poduzeće trenutno zapošljava 3 zaposlenika. Od toga je jedan trgovac koji radi u prodavaonici, jedan je prokurist¹, te direktor koji je ujedno i knjigovođa. Poduzeće ne planira zapošljavanje novih osoba u skorije vrijeme.

Djelatnosti kojima se poduzeće bavi su: prodaja i kupnja robe, trgovinsko posredovanje na domaćem i stranom tržištu, proizvodnja opreme za motore i vozila, nuđenje usluga u nautičkom, seljačkom, športskom, lovnom i drugim oblicima turizma. Podaci o poduzeću dobiveni su direktno od izvora iz poduzeća te s poslovne platforme za provjeru financijskih podataka za poslovne subjekte na području Republike Hrvatske pod nazivom CompanyWall business.

¹ Prokurist je osoba koja radi na pola radnog vremena i ima ovlasti kao što je sklapanje ugovora, zastupanje poduzeća, obavlja pravne radnje u ime i za račun društva.

Grafički prikaz 1.

Poduzeće AUTO SET D.O.O.



Izvor: www.google.hr

3.2 Financijski podatci poduzeća AUTO SET d.o.o.

Kako bi se prikazali financijski pokazatelji poduzeća AUTO SET d.o.o. u periodu od 2017. do 2021. godine koristiti će se bilanca, te račun dobiti i gubitka. Skupine financijskih pokazatelja koji će se izračunati su: likvidnosti, zaduženosti, profitabilnosti i aktivnosti, a za svaku skupinu pokazatelja izračunat će se njihovi pojedinačni pokazatelji. Izračunom ovih pokazatelja i njihovom analizom prikazati će se ostvaruje li poduzeće svoje ciljeve, odnosno u kojoj mjeri ih ostvaruje. Bilanca poduzeća AUTO SET d.o.o. dana je u Tablici 10.

Tablica 10.

Bilanca poduzeća AUTO SET d.o.o., u kn (2017.-2021.)

	2017	2018	2019	2020	2021
AKTIVA					
DUGOTRAJNA IMOVINA	4.958,00	7.929,00	5.271,00	3.050,00	7.685,00
Nematerijalna imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

MATERIJALNA IMOVINA	4.958,00	7.929,00	5.271,00	3.050,00	7.685,00
Alati, pogonski inventar, i transportna imovina	4.958,00	7.929,00	5.271,00	3.050,00	7.685,00
KRA TKOTRAJNA IMOVINA	1.242.444,00	1.071.139,00	1.243.328,00	1.141.937,00	1.087.436,00
Zalihe	447.885,00	415.526,00	394.612,00	359.074,00	344.904,00
POTRAŽIVANJA	269.404,00	233.623,00	327.538,00	240.941,00	194.239,00
Potraživanja od kupaca	265.574,00	232.112,00	327.402,00	240.941,00	188.148,00
Potraživanja od države i drugih institucija	3.830,00	1.511,00	136,00	0,00	6.091,00
Kratkotrajna financijska imovina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Novac u banci i blagajni	525.155,00	421.990,00	521.178,00	541.922,00	548.293,00
UKUPNA AKTIVA	1.247.402,00	1.079.068,00	1.248.599,00	1.144.987,00	1.095.121,00
PASIVA					
KAPITAL I REZERVE	486.859,00	539.407,00	632.321,00	701.887,00	720.613,00
Temeljni kapital	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Zadržana dobit ili preneseni gubitak	409.759,00	466.859,00	519.407,00	612.321,00	681.886,00
Dobit/gubitak poslovne godine	57.100,00	52.248,00	92.914,00	69.566,00	18.727,00
DUGOROČNE OBVEZE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
KRATKOROČNE OBVEZE	760.543,00	539.661,00	616.278,00	443.100,00	374.508,00
Obveze za zajmove, depozite i slično	525.415,00	465.415,00	440.415,00	330.415,00	330.415,00
Obveze prema dobavljačima	200.921,00	46.639,00	143.153,00	76.520,00	14.644,00
Obveze prema zaposlenicima	14.208,00	13.239,00	12.520,00	12.743,00	13.500,00
Obveze za poreze, doprinosе i slična davanja	19.999,00	14.368,00	20.190,00	23.422,00	15.949,00
ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEG RAZDOBLJA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UKUPNA PASIVA	1.247.402,00	1.079.068,00	1.248.599,00	1.144.987,00	1.095.121,00

Izvor: Prikaz autora uz pomoć podataka sa stranice CompanyWall (<https://www.companywall.hr/>)

Račun dobiti i gubitka za poduzeće AUTO SET d.o.o. dan je u Tablici 11.

Tablica 11.*Račun dobiti i gubitka poduzeća AUTO SET d.o.o., u kn (2017.-2021.)*

RAČUN DOBITI I GUBITKA	2017	2018	2019	2020	2021
POSLOVNI PRIHOD	1.309.392,00	1.312.417,00	1.349.686,00	1.224.161,00	1.080.882,00
PRIHOD OD PRODAJE	1.309.392,00	1.312.740,00	1.349.686,00	1.191.395,00	1.080.689,00
OSTALI POSLOVNI PRIHODI	0,00	0,00	0,00	32.766,00	193,00
POSLOVNI RASHOD	1.243.119,00	1.251.067,00	1.242.396,00	1.148.165,00	1.058.965,00
Troškovi prodane robe	811.768,00	808.104,00	843.169,00	728.683,00	636.567,00
OSTALI POSLOVNI RASHODI	8.315,00	5.291,00	9.544,00	3.934,00	7.245,00
FINANCIJSKI PRIHOD	441,00	323,00	48,00	14,00	6,00
FINANCIJSKI RASHOD	0,00	9,00	1,00	7,00	0,00
UKUPNI PRIHOD	1.309.833,00	1.312.740,00	1.349.734,00	1.224.175,00	1.080.888,00
UKUPNI RASHOD	1.243.119,00	1.251.076,00	1.242.397,00	1.148.172,00	1.058.965,00
Dobit/gubit prije oporezivanja	66.714,00	61.664,00	107.337,00	76.003,00	21.923,00
Porez na dobit	9.614,00	9.116,00	14.423,00	6.437,00	3.196,00
DOBIT/GUBIT FINANCIJSKE GODINE	57.100,00	52.548,00	92.914,00	69.566,00	18.727,00

Izvor: Prikaz autora uz pomoć podataka sa stranice CompanyWall (<https://www.companywall.hr/>)

3.3 Analiza pokazatelja likvidnosti

U Tablici 12 prikazati će se izračuni pokazatelja tekuće i ubrzane likvidnosti poduzeća.

Tablica 12.

Pokazatelji likvidnosti za poduzeće

POKAZATELJI	2017	2018	2019	2020	2021
TEKUĆA LIKVIDNOST	1,63	1,98	2,02	2,57	2,90
UBRZANA LIKVIDNOST	1,04	1,21	1,38	1,77	1,98
TREKUTNA LIKVIDNOST	0,69	0,78	0,85	1,22	1,46
FINANCIJSKA STABILNOST	0,24	0,40	0,26	0,15	0,38

Izvor: Prikaz autora uz pomoć podataka sa stranice CompanyWall (<https://www.companywall.hr/>)

Iz Tablice 12, koja prikazuje izračunate vrijednosti likvidnosti možemo donijeti zaključak da tekuća likvidnost ima konstantan rast. To dovodi do zaključka da poduzeće dobro koristi imovinu, zalihe, te bankarske kredite i da ne treba povećavati ulaganje u kratkotrajnu imovinu ili da bi bilo kakve kratkoročne obveze trebalo smanjiti. **Primjer:** Poduzeće u prvoj promatranoj godini ima vrijednost 1,63 čime dolazimo do toga da poduzeće ima veću kratkotrajnu imovinu od kratkoročnih obveza, te je upitno hoće li ih poduzeće moći podmiriti na vrijeme. To nije dobro jer je idealna iskustvena vrijednost 2, ali se već u idućoj godini ta vrijednost približila na skoro idealnu iskustvenu vrijednost, dok u sljedeće tri godine prelazi tu granicu, te nam to govori da poduzeće može ispuniti na vrijeme svoje kratkoročne obveze korištenjem kratkotrajne imovine.

Pokazatelj ubrzane likvidnosti pokazuje također konstantan rast kao i kod tekuće likvidnosti. Poduzeće može bez ikakvih problema ispuniti svoje obveze korištenjem svoje najlikvidnije imovine. **Primjer:** Koeficijent ubrzane likvidnosti mora minimalno iznositi 1, a u ovom primjeru pokazatelji za svih pet godina su iznad 1 i konstantno rastu, što dovodi do zaključka da poduzeće ima sposobnost osiguranja dovoljne količine novca u kratkom roku.

Dobiveni izračuni koeficijenta trenutne likvidnosti pokazuju kako je poduzeće sposobno iz svojih najlikvidnijih sredstava podmiriti sve svoje kratkoročne obveze.

Koeficijent financijske stabilnosti bi trebao biti manji od 1, jer poduzeće mora financirati svoju kratkotrajnu i dugotrajnu imovinu iz dijela dugoročnih izvora. Koeficijent financijske stabilnosti za poduzeće je u svim izračunatim godinama povoljan, jer je u svim godinama manji od 1.

3.4 Analiza pokazatelja zaduženosti

U Tablici 13 biti će prikazani izračuni pokazatelja zaduženosti za poduzeće.

Tablica 13.

Pokazatelji zaduženosti za poduzeće

POKAZATELJI ZADUŽENOSTI	2017	2018	2019	2020	2021
Koeficijent zaduženosti	5,89	0,50	0,49	0,39	0,34
Koeficijent vlastitog financiranja	0,39	0,50	0,51	0,61	0,66
Koeficijent financiranja	1,56	1,00	0,97	0,63	0,52
Stupanj pokrića I	98,20	68,03	119,96	230,13	93,77
Stupanj pokrića II	98,20	68,03	119,96	230,13	93,77
Pokriće troškova kamata	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Faktor zaduženosti	1,81	1,15	1,16	0,72	0,55

Izvor: Prikaz autora uz pomoć podataka sa stranice CompanyWall (<https://www.companywall.hr/>)

Kod koeficijenta zaduženosti vidljivo je da je poduzeće u prvoj promatranoj godini financirano putem tuđih izvora, odnosno da se poduzeće zadužilo. U svim ostalim godinama koeficijent zaduženosti je ispod 50% što je jako dobar rezultat.

Kod koeficijenta vlastitog financiranja primjetno je vidjeti kako poduzeće u prvoj promatranoj godini koristi 39% imovine financirane iz vlastitog kapitala, što nije dobro ali već u idućoj i u svim ostalim godinama poduzeće prelazi minimalnu granicu od 50% financiranja imovine iz vlastitog kapitala što je pozitivno. Gledajući podatke dolazi se do zaključka da je rizik poslovanja nizak.

Dobiveni rezultati koeficijenta financiranja ukazuju na to da poduzeće nema problema u vraćanju duga i plaćanju kamata u svim promatranim godinama.

Kod Stupnja pokrića I i II može se vidjeti da je u 2017., 2018. i 2021. godini pokazatelj manji od 1 što je idealno jer je zaduženost poduzeća niža, a likvidnost veća. U 2019. i 2020. godini je pokazatelj iznad 1, što govori da se dio dugoročnih izvora financiranja koristi kako bi se financirala kratkotrajna imovina. Zaključak je da poduzeće nakon nešto lošije dvije godine nastavlja u pozitivnom smjeru jer je likvidnost veća u odnosu na zaduženost.

Promatranjem faktora zaduženosti može se zaključiti da poduzeće može pokriti svoje obveze iz neto dobiti i amortizacije. Rok pokrića zaduženosti u prvoj godini je nešto manji od 2 godine, dok u iduće

dvije godine rok pokrića pada, ali je i dalje preko godine dana, te u 2020. i 2021. godini doseže rok od pola godine. Za poduzeće su ovo jako dobri podaci jer je gornja granica 5 godina, a kod ovog poduzeća je najveća bila do 2 godine, što dovodi do zaključka da je poduzeće solventno i nije zaduženo.

3.5 Analiza pokazatelja aktivnosti

U Tablici 14 biti će prikazani izračuni pokazatelji aktivnosti poduzeća.

Tablica 14.

Pokazatelji aktivnosti za poduzeće

POKAZATELJI AKTIVNOSTI	2017	2018	2019	2020	2021
Koeficijent obrta ukupne imovine	1,05	1,23	1,09	1,07	0,99
Koeficijent obrta dugotrajne imovine	264,19	165,56	256,07	401,37	140,65
Koeficijent obrta kratkotrajne imovine	1,05	1,23	1,09	1,07	0,99
Koeficijent obrta potraživanja	4,93	5,66	4,12	4,95	5,74
Trajanje naplate potraživanja u danima	75,10	64,95	88,59	73,89	65,65

Izvor: Prikaz autora uz pomoć podataka sa stranice CompanyWall (<https://www.companywall.hr/>)

Pokazatelj obrta ukupne imovine je najmanji u 2021. godini, te se dolazi do zaključka da će poduzeću trebati više vremena da se naplati, dok je u 2018. trebalo najmanje vremena da obrne imovinu. Poduzeće svoju imovinu u 2021. godini obrne 0,99 puta, a to je za 0,08 manje nego za razliku od prijašnje godine.

Pokazatelj obrtaja dugotrajne imovine najviši je u 2020. godini kada na 1 uloženu kunu dugotrajne imovine stvara 401 kunu prihoda od prodaje.

Pokazatelj obrta kratkotrajne imovine svoj vrhunac dostiže u 2018. godini, a najmanji je u 2021. **Primjer:** poduzeće u 2018. godini na jednu uloženu kunu kratkotrajne imovine stvara 1,23 kuna prihoda od prodaje. Poduzeće bi trebalo poboljšati obrtaj imovine u jednoj godini iz razloga što ovi pokazatelji nisu pretjerano visoki. Poduzeće je u 2021. godini svoju imovinu obrnulo 0,99 puta. Rezultati pokazatelja obrtaja kratkotrajne imovine pokazuju da poduzeće učinkovito koristi kratkotrajnu imovinu kako bi ostvarivalo prihode.

Koeficijent obrtaja potraživanja je omjer ukupnih prihoda od prodaje robe i potraživanja, te je potrebno da on bude što veći. Najveću vrijednost ima u zadnjoj promatranoj godini, dok je najniža vrijednost u 2019. godini.

Poduzeću je najviše vremena trebalo da naplati svoja potraživanja u 2019. godini. Tada je poduzeću trebalo skoro 90 dana kako bi došlo do novca. U narednim godinama se broj dana značajno smanjio, te poduzeće brže dolazi do novca.

3.6 Analiza pokazatelja ekonomičnosti

Rezultati pokazatelja ekonomičnosti prikazani su u Tablici 15.

Tablica 15.

Pokazatelji ekonomičnosti za poduzeće

POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI	2017	2018	2019	2020	2021
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,05	1,05	1,09	1,06	1,02
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	1,05	1,05	1,09	1,06	1,02
Ekonomičnost financijskih aktivnosti	0,00	35,89	48,00	2,00	0,00
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: Prikaz autora uz pomoć podataka sa stranice CompanyWall (<https://www.companywall.hr/>)

Vrijednost ekonomičnosti ukupnog poslovanja kod poduzeća je pozitivna u svim promatranim godinama jer prelazi minimalnu granicu od 1, a ona govori da su prihodi jednaki rashodima. Što govori da je poduzeće u svim godinama imalo veće prihode od ukupnih rashoda od prodaje.

Ekonomičnost poslovnih aktivnosti u promatranim godinama je dobra. Iz dobivenih rezultata može se zaključiti da su u promatranom razdoblju prihodi od prodaje bili veći od rashoda od prodaje.

Kod ekonomičnosti financijskih aktivnosti primjetno je vidjeti kako poduzeće u razdoblju od 2018. do 2019. godine ostvaruje više financijskih prihoda od financijskih rashoda. Nakon 2019. godine dolazi do smanjenja vrijednosti pokazatelja, što može dovesti do toga da dođe do rasta zaduženosti poduzeća. Poduzeće nema izvanredne prihode ni rashode.

3.7 Analiza pokazatelja profitabilnosti

Izračuni pokazatelja profitabilnosti za poduzeće biti će prikazani u Tablici 16.

Tablica 16.

Pokazatelji profitabilnosti za poduzeće

POKAZATELJI PROFITABILNOSTI	2017	2018	2019	2020	2021
Neto profitna marža	4,36	4,00	6,88	5,68	1,73
Bruto profitna marža	38,00	38,00	37,00	40,00	41,00
Neto rentabilnost imovine (ROA)	4,58	4,87	7,44	6,08	1,71
Bruto rentabilnost imovine	5,13	5,72	8,59	6,64	2,00
Rentabilnost glavnice(ROE)	11,73	9,74	14,69	9,91	2,60

Izvor: Prikaz autora uz pomoć podataka sa stranice CompanyWall (<https://www.companywall.hr/>)

Neto profitna marža za promatranu 2017. godinu pokazuje da poduzeće uprihoduje 4,36% neto dobiti na 1 kunu ostvarene prodaje. Poduzeće dostiže svoj vrhunac neto profitne marže u 2019. godini koji iznosi 6,88%, te nakon toga slijedi lagani pad u 2020., dok u zadnjoj godini ostvaruje najnižu neto dobit od samo 1,73% neto dobiti na 1 kunu ostvarene prodaje.

Gledajući rezultate bruto profitne marže poduzeću nakon što pokrije sve troškove proizvodnje i troškove robe najviše novca ostaje u 2021. godini kada zarađuje 41 lipu po jednoj kuni u bruto marži. Sve promatrane godine imaju sličnu zaradu pa i nije velika razlika u odnosu na 2021. godinu.

Kod povrata na ukupnu imovinu (ROA) vidimo opadajući trend u promatranim godinama. Najbolja godina je bila 2019. kada je poduzeće korištenjem svoje imovine ostvarivalo 7,44 kn neto dobitka. Dok je najlošija godina bila 2021. u kojoj je neto dobitak bio 1,71 kn. **Primjer:** Podaci pokazuju da je u 2021. godini proizašla 1,71 kn operativnog dobitka iz 100 kn ukupnog uloženog kapitala u imovinu.

Gledajući dobivene rezultate bruto rentabilnosti imovine dolazi se do zaključka da poduzeće u svojoj najboljoj godini (2019.) ostvaruje 8,59 kuna dobiti na 100 kuna.

Poduzeće je najviše povrata na vlastiti kapital ostvarilo u 2019. god. gdje je iz 100 kuna vlastitog kapitala nastalo 14,69 kn neto dobiti. U najlošijoj 2021. godini iznos neto dobiti je 2,60 kuna. Što je s

prethodnim godinama neusporedivo, te govori da je pandemijska godina značajno utjecala na poduzeće.

3.8 Analiza pokazatelja investiranja

Izračuni pokazatelja investiranja dani su u Tablici 17.

Tablica 17.

Pokazatelji investiranja za poduzeće

POKAZATELJI INVESTIRANJA	2017	2018	2019	2020	2021
Zarada po dionici	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dividenda po dionici	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukupna rentabilnost dionice	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Dividenda rentabilnosti dionice	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Izvor: Prikaz autora uz pomoć podataka sa stranice CompanyWall (<https://www.companywall.hr/>)

Pokazatelji investiranja za poduzeće AUTO SET d.o.o. se ne mogu izračunati iz razloga što poduzeće nema investitore, te nemaju dionice na tržištu.

4. ZAKLJUČAK

MSP sektor je najveći inicijator gospodarskog razvoja svake zemlje, potiče zaposlenost, te unaprjeđuje konkurentnost. Iz tog razloga bi svaka zemlja trebala voditi posebnu pažnju o njemu. Mala poduzeća su obično karakterizirana po broju zaposlenika i prihodima. Mogu biti u vlasništvima obrtnika, obitelji, u obliku partnerstva ili dio korporacije. Fokusirani su na lokalno ili globalno tržište. Kako bi se mala poduzeća održala u poslovanju države im nude potpore u vidu subvencija, mentorstva, zajmova. Prednosti MSP-ova naspram velikih poduzeća su te što su mala i srednja poduzeća mnogo fleksibilnija što omogućava bolju komunikaciju unutar poduzeća, lakše se prilagođavaju tržištu i tržišnoj situaciji, jednostavnija su za osnivanje, lakše primjenjuju novu tehnologiju i sl. Čine većinu u broju registriranih poduzeća, omogućuju najviše novih radnih mjesta, potiču razvoj ekonomije itd.

MSP-ovi u Republici Hrvatskoj se većinskim dijelom financiraju putem bankarskih izvora. U Hrvatskoj bi se trebala popraviti brzina kojom se pokreće poduzetnička inicijativa. Kako u Hrvatskoj tako i Europskoj Uniji MSP je jedan od najvažnijih sektora u ekonomiji. Od svih poduzeća unutar EU, 99% otpada na MSP-ove. Osiguravaju 2/3 svih radnih mjesta. Europska Unija vodi snažnu politiku za još veću snagu i unaprjeđenje MSP sektora. Iako su MSP-ovi jako bitni za tržišni svijet, te doprinose jako mnogo i oni imaju svoje nedostatke. Ti nedostaci se mogu ogledati u nedovoljnom iskustvu, nedostatku početnog kapitala itd. Sve u svemu, MSP-ovi su važni za rast i razvoj gospodarstva, zapošljavanje i održavanje konkurencije na tržištu. Stoga, podrška MSP-ovima je važna za snažno i održivo gospodarstvo.

U ovom radu se analizira uspješnost poslovanja na primjeru malog poduzeća AUTO SET d.o.o. služeći se financijskim pokazateljima uspješnosti. Analiza se vrši u razdoblju od 2017. do 2021. godine s pokazateljima likvidnosti, zaduženosti, profitabilnosti i aktivnosti. Također koriste se i financijski izvještaji kao što su: bilanca, te račun dobiti i gubitka.

Analiza pokazatelja likvidnosti pokazuje kako malo poduzeće AUTO SET d.o.o. posluje likvidno, te da dobro koristi svoju kratkoročnu imovinu kako bi pokrila svoje kratkoročne obveze u promatranom razdoblju od 2017. do 2021. godine.

Analiza pokazatelja zaduženosti za poduzeće AUTO SET pokazuje jako dobre podatke. Poduzeće se financira putem vlastitog kapitala, te nije zaduženo.

Analiza pokazatelja aktivnosti pokazuje koliko dobro poduzeće koristi svoju imovinu. AUTO SET poprilično dobro koristi svoju imovinu sve do 2021. godine kada se dešava određeni pad. Koeficijent obrta dugotrajne imovine pokazuje izuzetno dobre rezultate što govori da poduzeće dobro koristi dugotrajnu imovinu kako bi ostvarilo profit. Najveći rast se ostvaruje u 2020. godini.

Analiza pokazatelja ekonomičnosti pokazuje koliko poduzeće ostvari prihoda po jednoj jedinici rashoda. Kod AUTO SET-a primjetno je da poduzeće po svim pokazateljima ekonomičnosti ostvaruje prihode.

Analiza pokazatelja profitabilnosti je jedan od najbitnijih kako za sva poduzeća pa tako i za AUTO SET. Poduzeće ostvaruje dobre rezultate sve do zadnje promatrane godine kada se može primijetiti značajan pad kod skoro svih pokazatelja.

Poduzeće nema investitore, kao ni dioničare pa se iz tog razloga pokazatelji investiranja nisu mogli izračunati.

Zaključak je da poduzeće posluje izuzetno dobro s izvrsnim rezultatima na svim razinama sve do 2021. godine kada se počinju osjećati lošiji rezultati koji su uzrokovani pandemijom. Poduzeće je najbolje poslovalo u 2019. godini. Ukoliko ne bude više ograničenja u poslovanju uzrokovanih pandemijom poduzeće će se vratiti na dobar put koje je imalo prije pandemije.

LITERATURA

- Abramović, K., Tominac Broz, S., Cutvarić, M., Čevizović, I., et al. (2008). Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještavanja – s poreznim propisima -. Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika
- Alpeza, M., Has, M., Oberman Peterka, S., et al. (2019) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2019. CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva.
- Alpeza, M., Delić, A., Has, M., et al. (2020). Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. CEPOR
- Audretsch, D., van der Horst, R., Kwaak, T., Thurik, R. (2009). First Section of the Annual Report on EU Small and Medium-sized Enterprises. EIM Business & Policy Research
- Bistričić, A., Agatić, A. (2011). Značaj poslovanja malih i srednjih poduzeća u gospodarstvu Republike Hrvatske i gospodarstvima zemalja Europske unije. Pomorstvo – Scientific Journal of Maritime Research. 25 (1): 154-158
- Buble, M. (2000). Management. Ekonomski fakultet Split
- CompanyWall Business – Bonitetne informacije tvrtki (2022, 07. srpnja). CompanyWall, <https://www.companywall.hr/>
- European Commission: Eurostat (2011). Key figures on European business with a special feature on SMEs – 2011 edition. Luxembourg: Publications Office of the European Union
- European Commission (2010) Communication from the commission to the European parliament, the council, the economic and social committee and the committee of the regions. Brussels: European Commission
- EUR-Lex. (2022, 17. ožujka). <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>
- Financijska agencija (2022, 07. srpnja). FINA, <https://www.fina.hr/>
- Nanić, A. (2013). Mala i srednja poduzeća kao nosilac razvoja privrede Europske unije. Tranzicija. 15 (31): 96-106
- Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, NN 29/02 (2002)
- Odluka o Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007. – NKD 2007., NN 58/07 (2007)
- Zakon o dopuni Zakona o poticanju razvoja malog gospodarstva, NN 121/16 (2016)

- Tkalec Verčič, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010). Priručnik za metodologiju istraživačkog rada – Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje. M.E.P. d.o.o.
- Vujević, M. (2002). Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti – VI. Dopunjeno izdanje. Školska knjiga
- Žager, K., Žager, L. (1999). Analiza financijskih izvještaja. Masmedia
- Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L. (2008). Analiza financijskih izvještaja – 2. prošireno izdanje. Masmedia
- Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever Mališ, S., Ježovita, A., Žager, L. (2017). Analiza financijskih izvještaja: načela, postupci, slučajevi; treće izmijenjeno i dopunjeno izdanje. HZFRD

PRILOZI

Popis grafičkih prikaza

Grafički prikaz 1: Poduzeće AUTO SET D.O.O.

Popis tablica

Tablica 1: Kriterij za raspodjelu MSP-a

Tablica 2: Razlozi prekida poslovanja poduzeća u Republici Hrvatskoj u 2018. godini

Tablica 3: Pokazatelji likvidnosti

Tablica 4: Pokazatelji zaduženosti

Tablica 5: Pokazatelji aktivnosti

Tablica 6: Pokazatelji ekonomičnosti

Tablica 7: Pokazatelji profitabilnosti

Tablica 8: Pokazatelji investiranja

Tablica 9: Odobravanje kredita

Tablica 10: Bilanca poduzeća AUTO SET d.o.o.

Tablica 11: Račun dobiti i gubitka poduzeća AUTO SET d.o.o.

Tablica 12: Pokazatelji likvidnosti za poduzeće

Tablica 13: Pokazatelji zaduženosti za poduzeće

Tablica 14: Pokazatelji aktivnosti za poduzeće

Tablica 15: Pokazatelji ekonomičnosti za poduzeće

Tablica 16: Pokazatelji profitabilnosti za poduzeće

Tablica 17: Pokazatelji investiranja za poduzeće

SAŽETAK

AUTO SET d.o.o. je malo poduzeće locirano u Šibeniku. Bavi se prodajom auto dijelova i pribora za motorna vozila. Primarne djelatnosti poduzeća su: kupnja i prodaja robe, proizvodnja opreme za motore i vozila.

Cilj ovog rada je prikazati uspješnost poslovanja poduzeća služeći se financijskim pokazateljima i financijskim izvještajima. Analiza se radi u razdoblju od 2017. do 2021. godine. Poslovni subjekt posluje s izuzetno dobrim rezultatima sve do zadnje promatrane 2021. godine, kada se osjećaju lošiji rezultati uzrokovani pandemijom. Iako je poduzeće lošije poslovalo u toj godini, ono i dalje ostvaruje dobit. Dolazi se do zaključka da poduzeće posluje zadovoljavajuće, te da ako se uspije oporaviti od pandemije čeka ga svijetla budućnost.

Ključne riječi: MSP sektor, malo poduzeće, analiza uspješnosti poslovanja, financijski pokazatelji uspješnosti

SUMMARY

AUTO SET d.o.o. is small business company located in Šibenik. It sell auto parts and accessories for motor vehicles. The primary activities of the company are: purchase and sale of goods, production of equipment for engines and vehicles.

The goal of this paper is to successfully present the company's operations using financial indicators and financial statements. The analysis is done in the period from 2017 to 2021. The company operates with extremely good results until the last observed year which is 2021., when worse results are felt caused by the pandemic. Although the company performed worse that year, it still makes a profit. It can be concluded that the company is operating satisfactorily and that if it manages to recover from the pandemic, a bright future awaits it.

Keywords: SME sector, small business, business performance analysis, financial performance indicators