

Analiza rentabiliteta proizvodnje proizvodnog poduzeća „Kraš“

Kikić Maračić, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic Nikola Tesla in Gospić / Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:107:931041>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-22**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic Nikola Tesla in Gospić - Undergraduate thesis repository](#)



VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Lucija Kikić Maračić

**ANALIZA RENTABILITETA PROIZVODNJE
PROIZVODNOG PODUZEĆA „KRAŠ“**

Završni rad

Gospić, 2015.

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Poslovni odjel

Ekonomika poduzetništva

ANALIZA RENTABILITETA PROIZVODNJE

PROIZVODNOG PODUZEĆA „KRAŠ“

Završni rad

MENTOR:

Mehmed Alijagić

STUDENT:

Lucija Kikić Maračić

MBS2962000131/07

Gospić, rujan 2015.

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

Prilog 1

POSLOVNI odjel

Gospić, 15.05 2015.

ZADATAK

za završni rad

Pristupniku LUCIJA KIKIĆ MARAČIĆ MBS: 2362000131/07

Studentu stručnog studija ECONOMIKE PODUZETNIŠTVA izdaje se tema završnog rada pod nazivom

ANALIZA RENTABILITETA PROIZVODNJE PROIZVODNOG PODUZETCA „KRAŠ“

Sadržaj zadatka:

UVOD, POJAM I ZNAČENJE RENTABILITETA,
TEMELJNI FINANCISKI IZVEŠTAJI, PODUZETAC „KRAŠ“ d.o.o.,
ANALIZA POSLOVANJA PODUZETCA „KRAŠ“, POKAZATELJI
USPJEŠNOSTI POSLOVANJA, ANALIZA PROIZVODNJE, ANALIZA
PRODAJE, ANALIZA NETO DOBITI, POKAZATELJI RENTABILNOSTI,
ANALIZA PREMA GLAVNIM KONKURENTIMA, UTJECAJ GOSPODARSK
KEIZE NA POSLOVANJE PODUZETCA „KRAŠ“, ZAKLJUČAK.

Završni rad izraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta „Nikola Tesla“ u Gospiću.

Mentor: _____ zadano: _____
(ime i prezime) (nadnevak) potpis

Pročelnik odjela: ZORAN ŽIČIĆ predati do: _____
(ime i prezime) (nadnevak) potpis

Student: LUCIJA KIKIĆ MARAČIĆ primio zadatak: _____
(ime i prezime) (nadnevak) potpis

Dostavlja se:

- mentoru
- pristupniku

IZJAVA

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom „*Analiza rentabiliteta proizvodnje proizvodnog poduzeća KRAŠ*“ izradila samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora Mehmeda Alijagića.


Mehmeda Alijagić

SAŽETAK RADA

Analizom rentabiliteta poduzeća dolazimo do podataka potrebnih za detaljnije razumijevanje poslovanja tvrtke i donošenje relevantnih poslovnih odluka. Analizom ključnih pokazatelja uspješnosti poslovanja poduzeća, analizirane su ključne vrijednosti financijskih izvještaja Kraš d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine. kako bi se ocijenila uspješnost poslovanja te utvrdili trendovi koji opisuju financijski položaj tvrtke. Statističkim testovima utvrđeno je da ni globalna ekonomska kriza nije značajno utjecala na poslovanje Kraša d.d. Unatoč negativnim vrijednostima pojedinih pokazatelja u proteklim godinama, nakon provedenih analiza može se zaključiti da je Kraš d.d. stabilna tvrtka koja pokazuje pozitivan rast u svim segmentima poslovanja, što je dovodi u mogućnosti da ulazak Hrvatske u Europsku Uniju iskoristi kao priliku za rast i razvoj.

Danas se poduzeće Kraš razvija kao suvremeno organizirana i tržišno orijentirana kompanija čiji su proizvodi prisutni i priznati na svjetskim tržištima. Kraš danas posluje kao suvremena, tržišno orijentirana kompanija. Godišnja proizvodnja Društva premašuje količinu od 33.000 tona konditorskih proizvoda, od kojih se skoro polovina uspješno izvozi na sva svjetska tržišta. Razvojni planovi usmjereni su prema snažnoj zveznoj orijentaciji, uz naglasak na jačanju vodeće pozicije na tržištima regije, na kojima Kraš već posluje putem vlastitih komercijalnih podružnica.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

- 1.1. Predmet i cilj rada 1
- 1.2. Svrha i ciljevi istraživanja 2
- 1.3. Metode istraživanja 3

2. POJAM I ZNAČENJE RENTABILITETA 4

- 2.1. Vrste i izračun rentabiliteta 5
- 2.2. Rezultati poslovanja poduzeća 7
- 2.3. Vrste rentabiliteta 8

3. TEMELJNI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI 10

- 3.1. Podloga za izradu finansijskih izvještaja 10
- 3.2. Vrste, sadržaj i struktura finansijskih izvještaja 11
 - 3.2.1. Finansijska izvješća 11
 - 3.2.2. Vrste i značajke temeljnih finansijskih izvještaja 11
 - 3.2.3. Račun dobiti i gubitka 15

4. PODUZEĆE "KRAŠ" d.d. 16

- 4.1. Osnovni podatci 16
- 4.2. Zanimljivosti 17
 - 4.2.1. "KRAŠ" d.d. 18
 - 4.2.1. Tradicija i kvaliteta 19
- 4.3. Vizija poslovanja 21
 - 4.3.1. Misija "Kraša" 21

5. ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA "KRAŠ" d.d. 22

- 5.1. Pokazatelji uspješnosti poslovanja 22

- 5.1.1. Analiza proizvodnje 24
- 5.1.2. Analiza prodaje 25
- 5.1.3. Analiza neto dobiti 26
- 5.2. Pokazatelj rentabilnosti 27
 - 5.2.1. Analiza rentailnosti ulaganja 27
- 5.3. Pokazatelji ekonomičnosti 28

6. ANALIZA PREMA GLAVNIM KONKURENTIMA 27

6.1. Odabrani konkurenti 28

6.1.2. "Kraš" d.d. 29

6.1.2. "Podravka" d.d. 30

6.1.3 "Franck" d.d. 31

6.1.4. "Zvečevo" d.d. 32

6.2. Analiza rentabilnosti vlastitog kapitala prema odabranim konkurentima 34

6.3. Analiza rentabilnosti imovine prema odabranim konkurentima 35

7. UTJECAJ GOSPODARSKE KRIZE NA POSLOVANJE PODUZEĆA "KRAŠ"

36

7.1. Prijedlog mjera za uspješnije poslovanje 37

8. ZAKLJUČAK 39

9. LITERATURA 40

10. POPIS TABLICA 42

11. POPIS GRAFIKONA 43

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Odveć nam je poznata činjenica da je cilj ekonomije kao znanstvene discipline proučavanje mogućnosti racionalnog korištenja ograničenih resursa koji nam stoje na raspolaganju, kako bi se na optimalan način zadovoljile u velikoj mjeri izrazito neograničene ljudske potrebe. Glavna zadaća ekonomije, po mome mišljenju, bi trebala biti pronalazak najboljeg načina raspolaganjem i upotrebom svih dostupnih resursa. Ona također proučava i odluke koje se donose u vezi s proizvodnjom dobara i usluga te načinom na koji se distribuiraju spomenuta dobra i usluge između pojedinih članova društva i šire zajednice općenito.

Ekonomika poduzeća je jedna od ključnih dijelova mikroekonomske znanosti te kao takva proučava gospodarenje na razini poduzeća kao temeljne jedinice nacionalnog gospodarstva. U svom opisu ona je zadužena za proučavanja glavnih pitanja učinkovitosti proizvodnje na razini određenih gospodarskih subjekata. Svrha tih proučavanja je otkrivanje sve boljih načina ostvarivanja ciljeva poduzeća odnosno poboljšanje proizvodnje njihovih glavnih proizvoda i usluga.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Svrha i ciljevi ovoga istraživanja: analiza strukture pozicija u financijskim izvještajima poduzeća Kraš d.d. prema utvrđenim kriterijima kako bi se utvrdile značajke i trendovi koji pokazuju i opisuju financijsko stanje ovog poduzeća. U skladu s time ću nastojati podrobije prikazati poslovanje same kompanije, kao i rezultate njenog gospodarsko-privrednog značaja tablično-grafičkim prikazima.

Budući da je tema ovog završnog rada „rentabilitet proizvodnje“ proizvodnog poduzeća Kraš d.d. fokus svoga istraživačkog rada usmjerit ću na raznolikosti definiranja rentabiliteta te na njihovom međusobnom koincidiranju. Dakako, radi se o "rentabilitetu poslovanja" i "rentabilitetu proizvodnje". Nadalje, u vremenima u kojima živimo moramo biti svjesni gospodarskog sloma koji je zahvatio, ne samo Hrvatsku, nego i cijeli svijet. I

onda kada u svjetlu toga navedemo rezultate poslovanja "Kraš" d.d. vidjet ćemo da je kompanija i dalje gospodarski stabilna i da je njena budućnost neupitna. Uzimajući u obzir izrazito veliki broj konkuranata na svjetskom tržištu "Kraš" d.d. se zahvaljujući kvaliteti svojih proizvoda uspio preko pojedinih svojih proizvoda brendirati te na taj način već desetljećima ostati vjeran svojim kupcima i potrošačima diljem tržišta na kojem je zastupljen.

Sažeti ciljevi ovoga rada su:

- definiranje pojma i značenja rentabiliteta,
- definiranje pojma financijskih izvještaja,
- utvrđivanje metoda za analiziranje financijskih izvještaja,
- analiziranje financijskih izvještaja poduzeća "Kraš" d.d. putem pokazatelja,
- utvrđivanje uspješnosti poslovanja u promatranom razdoblju,
- usporedba financijske uspješnosti "Kraš" d.d. s glavnim konkurentima na domaćem tržištu.

1.3. Metode istraživanja

Sa ciljem pronalaženja odgovora na postavljena pitanja i potvrđivanja postavljenih hipoteza provest će se teorijsko i empirijsko istraživanje pri čemu će se koristiti neke od znanstveni metoda: statističke metode, metode deskripcije, metoda komparacije te metode analize i sinteze.

Metodom deskripcije će se provoditi opisivanje pojava i tijek razvoja pojava. Analiziranje podataka provodit će se pomoću grafikona i pokazatelja. Tim postupkom otkrivamo njihove karakteristike, zakonitosti i uzročno-posljedične veze u promatranim vremenskim intervalima, a provodit će se statističkim metodama. Odabranim neparametrijskim testovima testirat će se karakteristike varijabli istraživanja. Regresijskim modelima utvrdit će se utjecaj nezavisne/ih varijabli na definiranu zavisnu varijablu.

Usporedbom više pokazatelja istovremeno izvršit će se klasifikacija promatranih poduzeća prehrambene industrije.

Raščlanjivanje složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove te proučavanje svakog dijela za sebe i u odnosu na druge dijelove obaviti će se uz primjenu metode analize. Komparativnom analizom sintetizirati će se svi dobiveni rezultati. Postupak znanstvenog istraživanja putem spajanja dijelova ili elemenata u cjelinu, sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i složenih u još složenije provoditi će se metodom sinteze.

2. POJAM I ZNAČENJE RENTABILITETA

Rentabilitet ili rentabilnost (profitabilnost) (engl. *profitability*, njem. *Rentabilität*) je po službenoj definiciji uspješnost poslovanja. Prema novolatinskoj riječi (**rentabilitas**, **rentabilitatis** - unosnost, poslovna uspješnost), korisnost, ostvarenje dobiti, u privrednom poslovanju odnos ostvarenog dohotka (dobitka), prema uložnim ili utrošenim sredstvima, izražen obično u obliku postotka (DRAGIČEVIĆ, 1991.).

Poslovni uspjeh može se kvantificirati i izražavati na nekoliko različitih načina. Prvenstveno ako je riječ o razlici vrijednosti prihoda i rashoda, uspjeh se izražava bilančnim dobitkom ili gubitkom, s druge strane ako je riječ o razlici vrijednosti troškova i učinaka, uspjeh se izražava izričito kalkulativnim dobitkom, no ukoliko je posrijedi razlika vrijednosti primitaka i izdataka, tada se uspjeh izražava neto novčanim tokom. Stavimo li u odnos tako kvantificirani izraz uspjeha poduzeća prema uložnom kapitalu, dobiva se pokazatelj rentabiliteta. Budući da se ukupni uloženi kapital sastoji od vlastitog te, jasno, tuđeg kapitala, tada govorimo o rentabilitetu vlastitog ali i tuđeg kapitala. Pokazatelji rentabiliteta govore o tome koliki je povrat u odnosu na ulog, nadalje govore u kojoj se visini ukamatio uloženi kapital u nekom razdoblju kroz godinu. Budući da se uspjeh ostvaruje tek preko prometa, to se onda stavljanjem u odnos kvantificiranog izraza uspjeha i prometa dobiva pokazatelj rentabilnosti prometa.

Prema Šimunu Babiću izraz "rentabilitet" /ili profitabilnost, op.a./ u uskoj je vezi s pojmom dobitka (BABIĆ, 1973.). U kapitalističkim ekonomijama razvijenog zapadnog svijeta oba izraza upotrebljavaju se za označavanje iste stvari, na posve dva različita načina. Formalna razlika između njih je u tome što se dobitak ustanovljuje oduzimanjem

jedne veličine od druge, a rentabilitet dijeljenjem jedne veličine s drugom (BABIĆ, 1973.). Odveć nam je poznato da se dobitak može ustanoviti na dva glavna načina. Prvi od njih je taj kod kojeg se dobivena razlika do koje se dolazi kada se od vrijednosti neke imovine iskazane na kraju obračunskog razdoblja odbije početna vrijednost imovine. Tu se, naravno, pretpostavlja da je konačna vrijednost imovine bila veća od početne.

U drugom slučaju, koji je oprečan prvom, razlika bi predstavljala gubitak. Jednako se može reći da je dobitak razlika do koje se dolazi kada se od prihoda, ostvarenih u nekom razdoblju odnosno na nekom poslu, oduzmu rashodi. I tu se, de facto, pretpostavlja da su prihodi bili veći od rashoda. Ako su prihodi manji od rashoda razlika jasno opet predstavlja gubitak. Ovaj dvostruki način ustanovljavanja dobitka odnosno gubitka je uvjetovan činjenicom da su upravo rashodi i prihodi ono što u toku razdoblja djeluje u smjeru promjene početnog stanja neke imovine. Sukladno tome, dobitak odnosno gubitak, jednak je razlici imovine na kraju obračunskog razdoblja i imovine na početku obračunskog razdoblja ili dobitak odnosno gubitak jednak je razlici između prihoda i rashoda u nekom obračunskom razdoblju. Kada se tako izračunati dobitak ili gubitak stavi u odnos s početnom imovinom, dobivamo pokazatelj rentabiliteta. Primjerice, ako je ostvareni dobitak u nekom obračunskom razdoblju 40 kuna, a imovina na početku obračunskog razdoblja 200 kuna, stopa rentabiliteta iznosi 20% $\{(40*100)/200\}$.

Pokazatelj rentabiliteta, a često se zove i stopa povrata, koja pokazuje za koliko se godina poslovanjem vraćaju uložena sredstva, u investicijskoj i razvojnoj politici, odnosno alokaciji kapitala najvažniji je pokazatelj. Naime, tamo gdje je stopa rentabiliteta ili povrata izrazito niska, tamo ulagači baš i ne jurišaju i obratno. Moglo bi se reći da su stope rentabiliteta hrvatskih poduzetnika u cjelini iznimno niske, a u dosta su slučajeva i negativne. Općenito, takozvani realni sektor u hrvatskoj ekonomiji ispodprosječno je rentabilan u usporedbi i s tranzicijskim, da i ne govorimo o razvijenim ekonomijama. Niska stopa rentabiliteta posljedica je strukturne i tržišne neprilagođenosti glavnine hrvatskih poduzetnika, tehnološke zaostalosti, nedovoljne inovativnosti i slabe radne motiviranosti. Osim toga, porezna presija je također velika, što vrijedi i za doprinose koji čine troškove osoblja odnosno bruto plaće također visokim. Postoje i brojni drugi posebni razlozi niske stope rentabiliteta hrvatskih poduzetnika, ali sve se u

biti svodi uglavnom na nezadovoljavajuće prihode i previsoke troškove poslovanja, što za posljedicu ima i nisku ekonomičnost rentabiliteta.

Treba upozoriti da su moguće brojne manipulacije u iskazivanju rentabiliteta poslovanja i u brojniku i u nazivniku. Tako se primjerice neutemeljenim revalorizacijama imovine ili nerealnim iskazivanjem amortizacije može manipulirati s financijskim rezultatom poslovanja, dakle dobitkom ili gubitkom. Ako se početna imovina koja je u nazivniku razlomka kojim se mjeri rentabilnost poslovanja potcijeni u odnosu na imovinu na kraju obračunskog razdoblja i na takav se način može povećati dobitak i rentabilnost poslovanja, iako pokazatelj kao takav ne možemo smatrati vjerodostojnim.

2.1. Vrste i izračun rentabiliteta

Opći obrazac mjerenja rentabiliteta. Zove se račun rentabiliteta ili *rentabilnost ulaganja*: (Klarić 2002.).

$$R_u = \frac{P \text{ (Profit)} * 100}{K \text{ (Kapital)}}$$

Drugi obrazac se zove *rentabilnost poslovanja*:

$$R_p = \frac{P \text{ (Profit)} * 100}{R \text{ (Rashodi)}}$$

Poduzeća ne raspolažu s bruto nego s neto dobiti (profit). Ako se rentabilnost računa pomoću neto dobiti, od bruto dobiti se moraju odbiti porezi i slično te dodati rashodima.

Rentabilnost je dinamička pojava. Ako se želi usporediti promjena rentabilnosti između dva razdoblja, računaju se *indeksi rentabilnosti*:

$$I_R = \frac{R_1 * 100}{R_2}$$

Prag rentabilnosti je situacija kada su troškovi taman pokriveni prihodima. Tada vrijedi da je:

$$\mathbf{Pr = Ra}$$

Ako je $Pr = KP$ (količina proizvoda) * PC (prodajna cijena)

a $Ra = FT$ (fiksni trošak) + VT (varijabilni trošak) * KP

onda vrijedi ako tražimo *količinu proizvoda* (X) koju treba proizvesti da bi se dostigao prag rentabilnosti:

$$\mathbf{PC * X = FT + VT * X}$$

iz čega proizlazi:

$$\mathbf{X = \frac{FT}{PC - VT}}$$

Odnosom praga rentabilnosti i punog kapaciteta izračunavamo koliki postotak kapaciteta trebamo iskoristiti za postizanje praga:

$$\mathbf{\frac{X * 100}{\text{kapacitet}}}$$

Prag rentabilnosti se može izračunati i *pomoću prihoda*. Postavlja se pitanje koji prihod treba ostvariti:

$$D = P \text{ (planirani prihod) } - UT \text{ (ukupni troškovi)} \qquad UT = \text{(fiksni + var. troškovi)}$$

2.2. Rezultati poslovanja poduzeća

Temeljni cilj poslovanja nekog poduzeća je ostvariti što pozitivniji odnos između prihoda i rashoda. Rezultatom se također može smatrati određena količina proizvodnje, robe u prometu ili određeni opseg usluga. Ovako promatran rezultat može biti pozitivan ili negativan. Rezultat treba promatrati tako da se od prihoda odbiju rashodi i dobije pozitivna razlika:

$$P - R = D$$

Krajem svake godine poduzeće utvrđuje svoj *račun dobiti ili gubitka*. O raspoređivanju dobiti odlučuje fizička osoba ili institucije upravljanja poduzećem. Pojednostavljeni račun dobitka izgleda ovako:

Prihodi

- Troškovi

Bruto dobitak

- Porez i druge obveze (kamate)

Neto dobitak

Pored toga, poduzeće godišnje iskazuje i *bilancu stanja*. Ona se sastoji od aktive (kratkoročna i dugoročna imovina) i pasive (obveze, vlastiti kapital) (Klarić 2002.).

Međutim, na ukupni rezultat djeluje i čitav niz unutarnjih (rad i njegov udio, trošenje materijala...), kao i vanjskih uvjeta poslovanja (cijene, uvjeti kreditiranja...). Cijena je važan čimbenik koji utječe na poslovni rezultat, a nju formira međuodnos ponude i potražnje. Ponuda i potražnja nisu dvije neovisne kategorije, već veličine koje svoj smisao imaju tek kada se susretnu odnosno kada se promatraju u međosobnoj interakciji.

"Potražnja postoji tek kada imate cijenu," pa je cijena važna da se odredi koliko dobro će se određeni proizvod prodavati, iako to, očito, nije jedini čimbenik (MALCOLM, 2004.). Odluka o cijenama je važna zbog dva glavna razloga: (MALCOLM, 2004.)

- ne samo da cijena utječe na maržu putem utjecaja na prihode
- utječe i na prodajnu količinu putem utjecaja na potražnju.

Određeni iznos rezultata poslovanja može imati različitu relativnu vrijednost s obzirom na različitost uvjeta u kojima je ostvaren. Pravu vrijednost rezultata dobit ćemo preciznim mjerenjem učinkovitosti poslovanja stavljanjem u odnos ostvarenog rezultata i

svih elemenata koji su na njega utjecali. To ćemo izvesti mjerenjem rentabilnosti, ekonomičnosti i proizvodnosti rada.

Ovdje je važno naglasiti činjenicu u kojem poduzeće ukoliko želi gledati na svoje poslovanje kao na fizičke proizvode i usluge, umjesto kroz korist za klijente, moglo izgubiti položaj na tržištu ugrožen od strane konkurentnih kompanija (MALCOLM, 2004.).

2.3. Vrste rentabiliteta

Opći obrazac mjerenja rentabiliteta. Zove se račun rentabiliteta ili *rentabilnost ulaganja*: (Klarić 2002.).

$$R_u = \frac{P \text{ (Profit)} * 100}{K \text{ (Kapital)}}$$

Drugi obrazac se zove *rentabilnost poslovanja*:

$$R_p = \frac{P \text{ (Profit)} * 100}{R \text{ (Rashodi)}}$$

Poduzeća ne raspolažu s bruto nego s neto dobiti (profit). Ako se rentabilnost računa pomoću neto dobiti, od bruto dobiti se moraju odbiti porezi i slično te dodati rashodima.

Rentabilnost je dinamička pojava. Ako se želi usporediti promjena rentabilnosti između dva razdoblja računaju se *indeksi rentabilnosti*:

$$I_R = \frac{R_1 * 100}{R_2}$$

Prag rentabilnosti je situacija kada su troškovi taman pokriveni prihodima. Tada vrijedi da je:

$$\mathbf{Pr = Ra}$$

Ako je $Pr = KP$ (količina proizvoda) * PC (prodajna cijena)

a $Ra = FT$ (fiksni trošak) + VT (varijabilni trošak) * KP

onda vrijedi ako tražimo *količinu proizvoda* (X) koju treba proizvesti da bi se dostigao prag rentabilnosti:

$$\mathbf{PC * X = FT + VT * X}$$

iz čega proizlazi:

$$\mathbf{X = \frac{FT}{PC - VT}}$$

Odnosom praga rentabilnosti i punog kapaciteta izračunavamo koliki postotak kapaciteta trebamo iskoristiti za postizanje praga:

$$\mathbf{\frac{X * 100}{\text{kapacitet}}}$$

Prag rentabilnosti se može izračunati i *pomoću prihoda*. Postavlja se pitanje koji prihod treba ostvariti:

$D = P$ (planirani prihod) - UT (ukupni troškovi)

$UT =$ (fiksni + var. troškovi) (Klarić 2002.).

3. TEMELJNI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI

3.1. Podloga za izradu financijskih izvještaja

Podloga za izradu financijskih izvještaja je uredno vođenje poslovnih knjiga-glavne knjige i dnevnika, u skladu s važećim zakonima odnosno računovodstvenim standardima i politikama. Osnova za vođenje financijskog računovodstva u Republici Hrvatskoj, a unutar toga i za sastavljanje financijskih izvještaja je Zakon o računovodstvu - ZOR. Prema čl. 18., ZOR-a u Republici Hrvatskoj u vođenju financijskog računovodstva kao i u izradi financijskih izvještaja obveznici primjenjuju:

1. Međunarodne standarde financijskog izvještavanja (MSFI) ili
2. Standarde financijskog izvještavanja (SFI).

Primjena pojedine vrste standarda ovisi o veličini poslovnih subjekata odnosno specifičnosti njihova poslovanja.

3.2. Vrste, sadržaj i struktura financijskih izvještaja

3.2.1. Financijska izvješća

Cilj svakog poduzeća je uspješno i sigurno poslovanje jer su to jedine garancije opstanka i napretka poduzeća. U svrhu ostvarivanja svoga cilja, poduzeće mora imati kvalitetne upravljačke strukture koje će donositi planove i programe poslovanja. Zbog toga je menadžmentu potrebna podloga za donošenje tih planova i programa, a nju pronalaze u informacijama koje su zapisane upravo u financijskim izvještajima.

3.2.2. Vrste i značajke temeljnih financijskih izvještaja

Osnovni zadatak računovodstva, kao uslužne funkcije neophodne za upravljanje poduzećem, jest prikupljanje i obrada podataka financijske prirode te prezentiranje tako dobivenih informacija zainteresiranim korisnicima. Sukladno tome, financijski izvještaji

predstavljaju **završnu fazu** računovodstvenog procesuiranja podataka i pojavljuju se kao nositelji računovodstvenih informacija.

Kako bi financijski izvještaji bili kvalitetni moraju biti razumljivi, vjerodostojni, važni i usporedivi. Pri tome razumljivost zahtijeva određenu razinu računovodstvenog znanja od strane korisnika kako bi mogao razumjeti informacije sadržane u izvještajima. Vjerodostojnost izvještaja postiže se primjenom općeprihvaćenih načela, poput načela nabavne vrijednosti, načela objektivnosti, načela realizacije, načela sučeljavanja prihoda i rashoda, načela materijalnosti, načela potpunosti, načela konzistentnosti i načela opreznosti. Važnost informacije sadržane u financijskim izvještajima temelj je za donošenje poslovnih odluka.

Klasifikacija financijskih izvještaja prema našem Zakonu o računovodstvu obuhvaća:

- bilancu,
- račun dobiti i gubitka,
- izvještaj o novčanom tijeku,
- izvještaj o promjenama kapitala
- bilješke uz financijske izvještaje.

Svi su ti financijski izvještaji povezani i upućeni jedni na druge, a promatrani u međusobnoj interakciji pokazuju položaj i poslovno stanje nekog poduzeća, a sposobnost njihovog „čitanja“ i razumijevanja omogućuje donošenje primjerenih i racionalnih poslovnih odluka.

Bilanca etimološki potječe od latinskih riječi *bi* - dvostruki i *lanx* - zdjela vage, što upućuje na jednakost između lijeve i desne strane, odnosno aktive i passive bilance. Bilanca je financijski izvještaj poduzeća koja pokazuje pregled **imovine, kapitala i obveza NA ODREĐENI DAN**. S jedne strane bilanca prikazuje imovinu s kojom poduzeće raspolaže (*AKTIVA*), dok s druge strane prikazuje izvore iz kojih je ta imovina financirana (*PASIVA*).

Aktiva i pasiva **uvijek** moraju biti jednake odnosno u ravnoteži. Pošto se bilanca sastavlja na određeni dan ona ima *svojstvo statičnosti* odnosno pregled imovine i izvora točno na određeni dan.

Bilanca kao financijski izvještaj se obično sastavlja na kraju fiskalne godine i pokazuje financijsku sliku poduzeća na kraju obračunskog razdoblja. Neka poduzeća sastavljaju svoju bilancu i češće, za 3, 6 i 9 mjeseci ili pak mjesečno. Informativna snaga izvještaja ovisi o načinu sistematizacije osnovnih elemenata bilance odnosno o sistematizaciji imovine, obveza i kapitala, dok bilančne sheme mogu biti propisane zakonom ili samo preporučene nekim od računovodstvenih propisa.

U teoriji i praksi postoje različite vrste bilanci s obzirom na formu, vrijeme i razloge sastavljanja kao što su početna, završna, pokusna, bruto, neto, konsolidirana bilanca, bilanca fuzije, sanacije, likvidacije, razdvajanja, itd.

Najznačajnije su **početna bilanca**, koja se sastavlja prilikom osnivanja tvrtke i na početku svake poslovne godine, i **završna bilanca**, koja se sastavlja na zadnji dan poslovne godine, pri čemu je najčešće početna bilanca ustvari završna bilanca prethodnog razdoblja (ŽAGER 1999.).

Aktiva bilance prikazuje vrijednosti svih vrsta sredstava kojima raspolaže poduzeće, pri čemu se dijeli na dvije osnovne funkcionalne skupine: na kratkotrajnu i na dugotrajnu imovinu. Kratkotrajna imovina predstavlja onaj dio imovine za koji se očekuje da se pretvori u novčani oblik u razdoblju jedne poslovne godine. Ona obuhvaća novac (u banci i blagajni), potraživanja (od kupaca, zaposlenih, države te ostala potraživanja), financijsku imovinu (dani kratkoročni krediti, kupljeni vrijednosni papiri, dani depoziti i kaucije te ostala kratkoročna ulaganja) te zalihe (sirovina i materijala, proizvodnje, gotovih proizvoda te trgovačke robe).

S druge strane, dugotrajna imovina je onaj dio imovine koji se pretvara u novčani oblik u razdoblju dužem od jedne godine. Uobičajeno se prikazuje u četiri osnovna podoblika: materijalna imovina (zemljišta, šume, zgrade, postrojenja i oprema, alati, uredski i pogonski inventar, vozila i sl.), nematerijalna imovina (osnivački izdaci, izdaci za istraživanje i razvoj, patenti, licence, koncesije, goodwill i sl.), financijska imovina (dati krediti, depoziti i kaucije, vrijednosni papiri, dugoročni depoziti kod banaka, te ostala dugoročna ulaganja) te potraživanja (prodaja na kredit, od povezanih poduzeća, te ostala potraživanja). Uvažavajući kriterije za razvrstavanje ukupne imovine poduzeća na kratkotrajnu i dugotrajnu, pojavljuje se i imovina koju nije moguće dosljedno uvrstiti ni u

jedan od navedenih oblika. Tu pripadaju plaćeni troškovi budućeg razdoblja i nedospjela naplata prihoda. Ove pozicije mogu biti uključene u tekuću imovinu, ali mogu biti iskazane i zasebno (ŽAGER 1999.).

Pasiva balance je sva imovina kojom neko poduzeće raspolaže i koju kontrolira te mora imati svoje porijeklo odnosno izvore od kojih je pribavljena. Izvori imovine dijele se prema vlasništvu na vlastite izvore (kapital ili glavnica) i tuđe izvore (obveze). Prema roku dospijea razlikuju se: kratkoročni izvori (kratkoročne obveze), dugoročni izvori (dugoročne obveze) te trajni izvori (kapital ili glavnica). Kratkoročne obveze čine one obveze koje je potrebno podmiriti u kraćem roku, tj. u roku do godine dana te se tu ubrajaju obveze prema dobavljačima za nabavljeni materijal, robu i sl., obveze za izvršene nam usluge, primljeni kratkoročni krediti s rokom otplate kraćim od godine dana, emitirani kratkoročni vrijednosni papiri, itd (ŽAGER 1999.).

S druge strane, dugoročne obveze obuhvaćaju sve one obveze koje dospijevaju na naplatu u roku duljem od jedne godine te su to najčešće obveze za primljene dugoročne kredite od banaka ili drugih financijskih institucija te obveze po emitiranim obveznicama. Kapital je vlastiti izvor imovine i s aspekta dospijea trajni izvor. U normalnim uvjetima poslovanja vlasnici ne mogu povući svoj ulog, osim u uvjetima likvidacije kada se ukupna imovina dijeli izvorima, s time da se prvo podmiruju obveze prema kratkoročnim izvorima, zatim dugoročnim izvorima i tek na kraju ostaje onaj dio imovine koji pripada samim vlasnicima. Kapital se primarno formira ulaganjem vlasnika pri samom osnivanju poduzeća, s time da se on može povećati kroz dodatna ulaganja vlasnika i zadržane dobitke (zarade), a na njegovo smanjenje utječu raspodjele vlasnicima i ostvareni gubici u poslovanju (ŽAGER 1999.).

Temeljna bilančna odnosno računovodstvena ravnoteža može se izraziti na slijedeće načine i to:

AKTIVA = PASIVA

ili

IMOVINA = KAPITAL + OBVEZE

Račun dobiti i gubitka je financijsko izvješće koje pokazuje profitabilnost poslovnih operacija tijekom jedne godine. Ono prikazuje prihode i rashode (uključivši i poreze) tijekom izvještajnog razdoblja te razliku prihoda i rashoda tj. dobitak ili gubitak te se razlikuje u strukturi pozicija ovisno o djelatnostima čije rezultate poslovnih operacija iskazuje.

Proces priznavanja prihoda i rashoda odvija se prema sljedećim pravilima: prihodi se priznaju samo onda kad su stvarno izvjesni, sigurni, a rashodi se priznaju i kad su mogući (načelo opreznosti). Oblik, odnosno shema računa dobiti i gubitka, jednako kao i kod bilance, može biti propisana zakonom, a može biti i predložena uz znatnu slobodu u kreiranju forme računa dobiti i gubitka. Njegov prikaz može biti u obliku jednostranog ili dvostranog računa. Zbog veće iskazane moći uobičajeno se u svijetu koristi jednostrani račun. Takav stupnjeviti oblik omogućuje segmentiranje prihoda i rashoda odnosno iskazivanje rezultata prema vrstama aktivnosti.

Prihodi se, ovisno o tome nastaju li redovito u poslovanju ili se javljaju samo povremeno, dijele na redovne i izvanredne. U sastavu redovnih prihoda pojavljuju se poslovni prihodi koji se ostvaruju prodajom proizvoda odnosno njihovom realizacijom na tržištu. Oni nastaju i prodajom trgovačke robe ili pružanjem usluga, ovisno o prirodi poslovanja poslovnog subjekta. Zapravo se tu radi o prihodima iz svakodnevnog poslovanja i u strukturi zauzimaju najveći dio. Osim poslovnih, u redovne prihode uključuju se i financijski prihodi koji su rezultat plasiranja viška raspoloživa novca. (dionice, obveznice, kamate, pozitivne tečajne razlike).

Izvanredni prihodi su oni prihodi koji se ne pojavljuju redovito pa se stoga ne mogu ni planirati ni predvidjeti. Najčešće se javljaju prilikom prodaje dugotrajne imovine, prodaje sirovina, inventurnih viškova, otpisa obveza kao i kod svihpovećanja imovine ili smanjenja obveza (ŽAGER 1999.).

Rashodi čine negativnu komponentu financijskog rezultata te nastaju kao posljedica trošenja, odnosno smanjenja imovine ili povećanja obveza. Kao i prihodi, ukupni rashodi se također raščlanjuju i u izvještajima prikazuju kao redovni i izvanredni.

Redovni rashodi obuhvaćaju poslovne i financijske rashode. Poslovni rashodi su posljedica obavljanja djelatnosti poduzeća, redovito se pojavljuju a čine ih troškovi sadržani u prodanim proizvodima te ostali troškovi razdoblja, nabavna vrijednost prodane robe i sl. Struktura poslovnih rashoda ovisi od vrste djelatnosti i metode obračuna troškova. Financijski rashodi nastaju kao posljedica korištenja tuđeg novca. Najčešći oblici ovih rashoda su kamate za korištena tuđa sredstva, negativne tečajne razlike, smanjenje financijskih plasmana i sl.

Izvanredni rashodi pak obuhvaćaju rashode koji ne nastaju redovito u poslovanju, teško se predviđaju, ali ipak za posljedicu imaju smanjenje imovine ili povećanje obveza. Primjeri tih rashoda su: otuđenja imovine, kazne, korekcije rashoda itd.

Izvještaj o novčanom tijeku ili izvještaj o tijeku gotovine sastavni je dio temeljnih financijskih izvještaja. Dužna su ga sastavljati sva poduzeća, osim onih koji ulaze u skupinu malih poduzeća prema Zakonu o računovodstvu, ali ga i većina malih poduzeća ipak sastavlja upravo zbog koristi koje taj izvještaj pruža. Ovaj izvještaj pokazuje izvore novčanih sredstava kao i način njihove uporabe. Izvještaj o tijeku gotovine treba prezentirati za svako razdoblje za koje se donosi izvještaj o dobiti u kojem su iskazana sredstva ostvarena poslovanjem ili se koriste u poslovanju poduzeća odvojeno od drugih izvora ili uporabe sredstava. Novčani tijek sadržava primitke i izdatke gotovine te novčanih ekvivalenata u određenom razdoblju, pri čemu novčani ekvivalenti podrazumijevaju kratkoročna visokolikvidna ulaganja koja se mogu lako i bez rizika unovčiti radi plaćanja dospjelih obveza. Prihodi i rashodi su obračunske kategorije koje ne prate odgovarajući primitci i izdatci novčanih sredstava pa je razlikovanje prihoda i rashoda te primitaka i izdataka ključno pitanje za razumijevanje izvještaja o novčanom tijeku. Svaki novčani primitak ne mora istovremeno biti i prihod niti svaki rashod predstavlja novčani izdatak. Primitci uključuju naplaćenu realizaciju, naplaćenu prodaju stvarnih materijalnih sredstava i amortizaciju, a u izdatke ulaze plaćeni troškovi realiziranih proizvoda, plaćene nabavke stvarnih materijalnih sredstava i otplata anuiteta. Izvještaj o novčanom tijeku sastavlja se prema načelu naplate, stoga daje puno preciznije informacije o stanju solventnosti i likvidnosti poduzeća.

Izveštaj o novčanom toku prezentira se u nekoliko segmenata kako bi osigurao što kvalitetniju informacijsku podlogu. Primitci i izdatci novca selektiraju se i u izvještaju prikazuju kao primitci i izdatci novca iz tri vrste aktivnosti, i to:

1. poslovne aktivnosti,
2. investicijske aktivnosti i
3. financijske aktivnosti.

Ovakav način omogućuje bolju podlogu za procjenjivanje budućeg novčanog toka.

Izveštaj o promjenama kapitala - Izrada ovog izvješća postala je obvezna od 1999. godine te on prikazuje glavne promjene na računima vlasničkog kapitala. Na promjene vlasničke glavnice mogu utjecati: dobit ili gubitak tekućeg razdoblja, odluke menadžementa o isplataima dividendi, otpisi ili usklađivanja vrijednosti imovine te operacije usklađivanja pri mijenjanju stranih valuta i slično. Sastavlja se za određeno obračunsko razdoblje, najčešće za jednu godinu, tj. za isti period kao i ostali financijski izvještaji. Po svojoj vanjskoj formi jednostavnog je oblika te iako sadrži malo informacija, one su vrlo značajne.

Važnost je ovog izvještaja u tome što daje podlogu upravljačkom kadru za vođenje strategije razvoja i politike raspodjele dividendi.

Bilješke uz temeljne financijske izvještaje imaju veliko značenje za sve korisnike jer bez bilježaka nije moguće ispravno razumjeti sadržaj pozicija i kriterije kojima je iskazano imovinsko i financijsko stanje te rezultat poslovanja za razdoblja izvješćivanja. Bilješke uz financijske izvještaje nisu unificirane nego je ostavljena sloboda glede njihova sadržaja i izgleda bilježaka.

Sastavljaju se s ciljem objašnjavanja računovodstvenih informacija u:

- u bilanci
- računu dobiti i gubitka
- izvještaju o novčanim tijekovima
- ostalim financijsko – računovodstvenim izvještajima,

tako da se detaljno prikažu primijenjene računovodstvene politike i odstupanja od njih. Obveza sastavljanja bilježaka propisana je ZOR36 – om za sve poduzetnike: male, srednje i velike.

U bilješkama se obvezno moraju objaviti :

1. primjenjivanje računovodstvene politike,
2. promjene u računovodstvenim politikama i razlozi promjena, posebice onih koje imaju znatan učinak u tekućem bilančnom razdoblju ili koje mogu imati značajan učinak na buduće razdoblje kao i na protekla razdoblja,
3. učinak promjene, ako je bitan, treba i kvantificirati.

Bilješke o financijskim izvještajima sastavljaju računovodstveni djelatnici ili osobe koje je ovlastio menadžment poduzetnika.

4. PODUZEĆE "KRAŠ" d.d.

4.1. Osnovni podatci

"Kraš" d.d. je industrijski gigant koji je na hrvatskom tržištu upisan kao dioničko društvo i kao takav ima upisan i temeljni kapital u iznosu od 549.448.400,00 kuna koji je podijeljen na 1.373.621 dionicu nominalne vrijednosti 400,00 kuna. Dionica Kraša je uključena u strukturu službenog indeksa Zagrebačke burze CROBEX od samog početka njegova postojanja, tj. od 01. srpnja 1997. godine. Sjedište kompanije je u Zagrebu u ulici Ravnice 48.

U sklopu kompanije nalazi se još nekoliko specijaliziranih tvrtki proizvođača koje proizvode pod logom industrije Kraš, a to su:

- Mira a.d. Prijedor, BiH
- Kraš - trgovina d.o.o. Zagreb
- Krašcommerce d.o.o. Ljubljana, Slovenija
- Kraš trgovina d.o.o. Široki Brijeg, BiH
- Kraškomerc doel Skopje, Makedonija

- Kraš Slovakia s r.o. Bratislava, Slovačka
- Kraš CZ spol. s r.o. Prag, Češka
- Kraš Commerce d.o.o. Beograd, Srbija
- Kraš centar d.o.o Osijek.

"Kraš" d.d. Zagreb je najveća hrvatska tvrtka koja se bavi proizvodnjom konditorskih proizvoda te ujedno jedna od najvećih u jugoistočnoj Europi čija godišnja proizvodnja prelazi 33.000 tona. "Kraš" d.d. kao poslovni subjekt koji djeluje i razvija svoje poslovanje na hrvatskom i inozemnom tržištu, svjesno je važnosti odgovornog i etički utemeljenog ponašanja poslovnih subjekata kao nužnog preduvjeta za razvijanje kvalitetnih odnosa i lojalne konkurencije između poslovnih partnera te za učinkovito funkcioniranje tržišta i integraciju hrvatskog gospodarstva u međunarodne tokove. U tom smislu, "Kraš" d.d. se razvija i djeluje u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja te nastoji svojom poslovnom strategijom, poslovnom politikom, ključnim internim aktima i poslovnom praksom doprinijeti transparentnom i učinkovitom poslovanju i kvalitetnijim vezama s poslovnom sredinom u kojoj djeluje (<http://www.kras.hr/index.>).

4.2. Zanimljivosti

Od početaka proizvodnje 1911. godine pa do danas, "Kraš" sustavno razvija proizvodnju sve tri grupe konditorskih proizvoda - kakao proizvoda, keksa, vafla i bombonskih proizvoda. Dugogodišnja usmjerenost prema proizvodnji originalnih, visokokvalitetnih proizvoda i ispunjavanju želja ipotreba potrošača osigurala su Krašu vodeću poziciju konditorskog proizvođača u regiji. O Krašu najbolje govore sami njegovi brandovi poput Bajadere, Griotte deserta, Dorina čokolade, Životinjskog carstva, Domaćice, Napolitanki, Kiki i Bronhi bombona te ostali proizvodi dobro poznati brojnim potrošačima.

Cjelokupna proizvodnja organizirana je na način da bude u skladu sa svjetskim konditorskim standardima, pri čemu se ispunjavaju najstroži zahtjevi postizanje visoke kvalitete. "Kraš" danas posluje kao moderna, tržišno orijentirana kompanija. Godišnja proizvodnja Društva premašuje količinu od 33.000 tona konditorskih proizvoda, od kojih

se skoro polovina uspješno izvozi na sva svjetska tržišta. Razvojni planovi usmjereni su prema snažnoj izvoznoj orijentaciji, uz naglasak na jačanju vodeće pozicije na tržištima regije, na kojima "Kraš" već posluje putem vlastitih komercijalnih podružnica i "MIRE" - najveće tvornice keksa i vafla u Prijedoru. Visoka očekivanja pri ostvarenju postavljenog cilja temelje se na bogatom iskustvu i visoko motiviranim ljudskim potencijalima, kreativno usmjerenim na razvoj kompanije. Poslovanje razvija uz primjenu etičkih načela i odgovornog odnosa prema sredinama u kojima posluje.

4.2.1. "KRAŠ" d.d.– tradicija i kvaliteta

Kraševa proizvodnja širokog asortimana čokolada, keksa i bombona, razvijana kroz gotovo cijelo stoljeće, osigurala je Krašu vodeću ulogu hrvatskog proizvođača konditorskih proizvoda te ga svrstala uz bok svjetski poznatih proizvođača slastica. Od samog početka industrijske konditorske proizvodnje, posebna pozornost poklanjala se vrhunskoj kvaliteti proizvoda. Dvadesetih godina prošlog stoljeća započela je proizvodnja čokolada i deserta, koji su i do današnjih dana ostali najznačajniji dio i ponos Kraševе proizvodnje. U ta davna vremena čokolada se izrađivala iz nekoliko vrsta kakao zrna, a same recepture bile su strogo čuvana tajna. Stari majstori - konditori ubrzo su po početku proizvodnje razvili cijelu paletu čokolade koja je uz Kraševu mliječnu čokoladu i čokoladu s lješnjacima obuhvaćala punjene i krem čokolade različitih aroma. Današnji, raznovrsni asortiman Kraševih čokolada, poznat je pod imenom Dorina čokolada, a u sebi na najbolji način objedinjuje tradiciju proizvodnje, usklađenu sa zahtjevima potrošača. Kraševi deserti također su dio povijesti. Uz početak proizvodnje čokolade vezana je i izrada najfinijih deserta i nougat proizvoda, među kojima se posebno ističu Griotte i Bajadera. Griotte desert originalno je izrađivan s pravim konjakom, višnjom i fondanom pažljivo izlivenim u čokoladnu čahuru. I danas Griotte sadrže sočnu mediteransku višnju i omiljeni su proizvod brojnih potrošača.

Tijekom više od 50 godina proizvodnje nougat proizvoda, Bajadera je zadržala svoj izvorni način proizvodnje i kvalitetu te je postala najpoznatije ime Kraševog asortimana. Bajadera je širom svijeta stekla status vrhunskog, ekskluzivnog deserta i prepoznatljivog Kraševog proizvoda.

Pedesetih godina prošlog stoljeća započinje i proizvodnja jednog od najstarijih proizvoda dječjeg asortimana – čokolade Životinjsko carstvo. Već od tog vremena djeca su prva saznanja o svijetu životinja stjecala ispunjavajući istoimeni album sličicama zapakiranim u čokoladice, a i danas, u svom suvremenom i novim generacijama prilagođenom obliku, Životinjsko carstvo pobuđuje nesmanjeni interes djece u brojnim zemljama širom svijeta. Proizvodnja Kraševih keksa i čajnih peciva također se razvila na najboljoj tradiciji majstorske proizvodnje. Od prvih mješavina keksa za koju se izrađivalo čak 82 artikla, uz šlager proizvodnje keks Petit Beurre, tijekom godina razvio se bogati asortiman keksa i čajnih peciva. Među njima poseban status zauzima Domaćica, danas sinonim za čokoladirano čajno pecivo, na tržištu prisutno već pola stoljeća. Jedan od najvećih hitova među novijim Kraševim proizvodima su Krašuljci, Krašotice i Krašopisi, proizvodi koji su u iznimno kratkom vremenskom roku odlično prihvaćeni od strane potrošača.

Govoreći o tradiciji Kraševe proizvodnje, spomenimo i Napolitanke, još jedan od svjetski priznatih Kraševih brandova. Ovaj tradicionalni proizvod, zahvaljujući vrhunskoj kombinaciji prhkih vafli listova i raznovrsnih ukusnih krema, postao je sinonim za cijelu kategoriju proizvoda.

U bogatoj ponudi Kraševih bombona posebno mjesto zauzimaju karamele KIKI i Bronhi. U cjeniku iz 1935. godine poznata Kraševa karamela KIKI već se reklamira sloganom „Bilo kuda Kiki svuda“, dok je slogan za karamelu Bronhi glasio „Kašalj manji ili veći Bronhi uspješno liječi“.

Tridesetih godina prošlog stoljeća započinje proizvodnja bombona 505 sa crtom za što su nabavljeni i specijalni strojevi koji su mogli izrađivati bombone s tamnom crtom. Prema promidžbenom sloganu, samo proizvod s crtom bio je garancija originalne europske kvalitete.

Poput ostalih proizvoda i asortiman bombona se tijekom godina sustavno nadopunjuje novitetima među kojima je posebno zapažena Slatka tajna, bombon punjen različitim voćnim okusima (<http://www.kras.hr/index.>).

4.3. Vizija poslovanja

"Kraš" d.d. očekuje da će u srednjoročnom razdoblju zadržati vodeću poziciju na tržištu regije jačanjem svojih brandova kroz razvoj i rast kompanije, strateške saveze i akvizicije te učinkovito upravljanje ljudskim potencijalima sve u cilju osiguranja pretežno radničkog vlasništva. No hoće li do planiranog rasta i uspjeha kompanije i doći teško je sa sigurnošću reći budući da i najmanji poremećaj na tržištu može dovesti do destabilizacije planiranog razvojnog procesa.

Kraševi poslovni planovi usmjereni su prema jačanju konkurentnosti kako na domaćem tako i na inozemnom tržištu, kao i jačanju svih poslovnih aktivnosti usmjerenih prema postizanju što većeg zadovoljstva Kraševih kupaca i potrošača. Unatoč stalnom povećanju strane konkurencije na domaćem tržištu, kompanija ostvaruje stabilan organski rast. Brži rast inozemne prodaje u odnosu na domaću rezultat je izvozne orijentacije Kraša. Glavni generator rasta izvozne prodaje su tržišta srednje i istočne Europe na kojima je kompanija tradicionalno prisutna, te zadnjih godina sve značajniji porast izvoza na tržišta zapadnoeuropskih zemalja i SAD-a.

Među značajnijim obilježjima Kraševog poslovanja je kontinuirano ulaganje u razvoj asortimana i plasiranje novih i inoviranih proizvoda na tržište. Dio te strategije je i otvaranje Kraševih čoko barova, čime je započeo marketinški iskorak s ciljem osmišljavanja novog koncepta komunikacije s tržištem, s naglaskom na vrhunskoj kvaliteti. Već gotovo 100 godina mnogobrojni pojedinci, a i čitave generacije, doprinose izrastanju Kraša u modernu konditorsku kompaniju.

Kraševa "slatka" povijest počinje 1911. godine kada je tvornica "UNION" u Zagrebu započela s radom kao prvi industrijski proizvođač čokolade u jugoistočnoj Europi. Već od samog početka, slastice proizvedene u ovoj tvornici primaju najveće priznanje - "UNION" postaje carski i kraljevski dobavljač bečkog dvora. Godine 1923. u Zagrebu, na Savskoj cesti, tvrtka "BIZJAK" započinje proizvodnju dvopeka, keksa i vafla. Zahvaljujući umješnosti svog vlasnika, tvrtka je ubrzo postala poznata po svojim domaćim keksima na tržištu šire regije.

Do 1950. godine dolazi do ujedinjenja UNIONA, BIZJAKA i ostalih manjih proizvođača konditorskih proizvoda iz Zagreba. (<http://www.kras.hr/index.>) Te godine tvrtka dobiva ime "JOSIP KRAŠ" po antifašističkom borcu i istaknutom rukovodiocu tadašnjeg sindikalnog pokreta. Od trenutka ujedinjenja kompanija počinje svoj razvoj kao proizvođač sve tri grupe konditorskih proizvoda: kakao proizvoda, keksa i vafla i bombonskih proizvoda. Godine koje dolaze obilježene su ulaganjima u modernizaciju proizvodnje.

Nove generacije Kraševih stručnjaka na temeljima originalnih konditorskih receptura primjenjuju nova znanja u izradi slastica, zahvaljujući kojima se sustavno povećava ponuda asortimana i dalje zadržava vodeć pozicijama prostoru regije. Društveno poduzeće se 1992. godine transformira u dioničko društvo "Kraš". Od tada pa do danas "Kraš" se razvija kao suvremeno organizirana i tržišno orijentirana kompanija čiji su proizvodi prisutni i priznati na svjetskim tržištima. Pri tome poštujemo i njegujemo svoju bogatu prošlost temeljenu na vrhunskoj kvaliteti proizvoda koju su svojom vjernošću nagradile generacije Kraševih potrošača.

4.3.1. Misija Kraša

Stvarati originalne brandove visoke kvalitete koji svojim okusom povezuju generacije potrošača misija je Kraša. Njihova najveća vrijednost su njihovi zaposlenici i bogato iskustvo stoljetne tradicije. Svoje poslovanje razvijaju kroz samostalni razvoj kompanije i transparentan odnos s poslovnim partnerima i zajednicama s kojima posluje – vodilja je ovog poduzeća.

Kraš d.d. će u srednjoročnom razdoblju zadržati vodeću poziciju na tržištu regije jačanjem svojih brandova kroz razvoj i rast kompanije, strateške saveze i akvizicije te učinkovito upravljanje ljudskim potencijalima u cilju osiguranja pretežno radničkog vlasništva.

5. ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA "KRAŠ" d.d.

5.1. Pokazatelji uspješnosti poslovanja

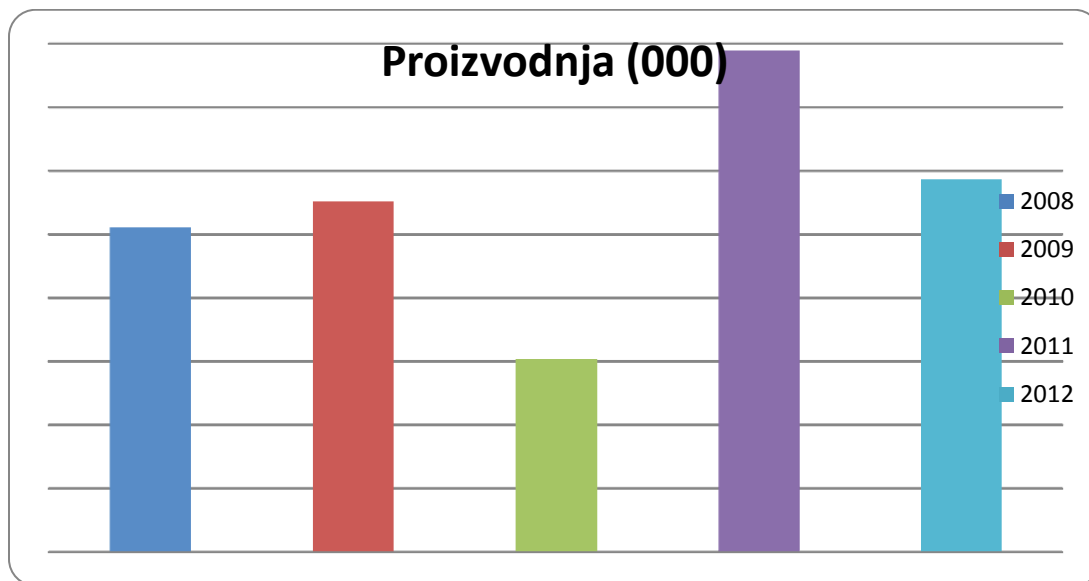
Tablica 1.: osnovni podatci i pokazatelji poslovanja

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Proizvodnja (tone)	33.110	33.578	31.035	36.178	22.776
Prodaja - ukupno (tone)	33.619	34.322	32.903	35.895	33.862
Prodaja na tržištu Hrvatske (tone)	19.369	19.315	18.672	19.836	18.887
Prodaja na inozemnom tržištu (tone)	14.250	15.007	14.231	16.059	14.975
Broj radnika na dan 31.12.	2.538	1.748	1.694	1.629	1509
Prihodi od prodaje (ooo kn)	1.023.980	1.024.566	992.977	1.116.280	1.020.366
EBITDA (ooo kn)	98.807	113.906	82.627	96.597	73.117
Dobit prije poreza (ooo kn)	23.326	52.216	28.259	21.534	11.686
Neto dobit (ooo kn)	14.026	37.942	18.810	24.414	21.098
Ukupna imovina (ooo kn)	1.173.450	1.140.940	1.123.619	1.307.763	1.205.936
Kapital i rezerve (ooo kn)	639.576	641.263	631.570	639.158	617.539

Izvor: Izračun autora prema podacima sa <http://zse.hr/>

5.1.1. Analiza proizvodnje

Graf 1.: proizvodnja izražena u tonama

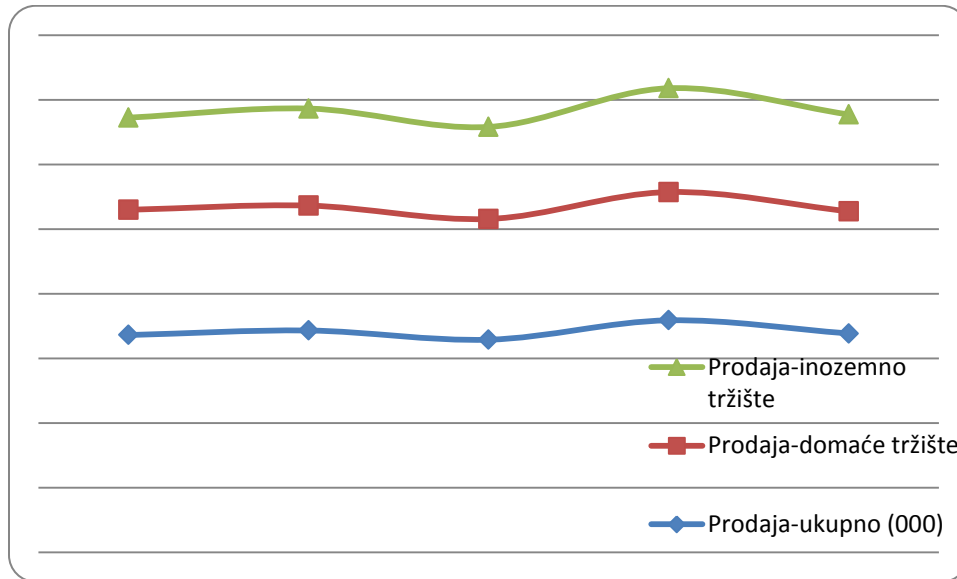


Izvor: Izračun autora prema podacima sa <http://zse.hr/>

Proizvodnja u razdoblju od gore analizirane četiri godine je umjereno varirala od minimalne, koja je ostvarena 2008. godine, do maksimalne koja je zabilježena 2007. godine. Osim osnovnih podataka koji se navode u samoj grafičkoj obradi, a koji govore o tome da je godina 2007. bila iznimno proizvodno uspješna, možemo zaključiti i da je u samom svjetskom gospodarstvu navedena godina bila posljednja koja je imala značajni rast. Naročito je to evidentno iz podatka da već u 2008. godini dolazi do značajnog pada proizvodnje same kompanije, ali i svjetskog gospodarstva uopće.

5.1.2. Analiza prodaje

Graf 2.: prodaja izražena u tonama (ukupna prodaja, domaće i inozemno tržište)



Izvor: Izračun autora prema podacima sa <http://zse.hr/>

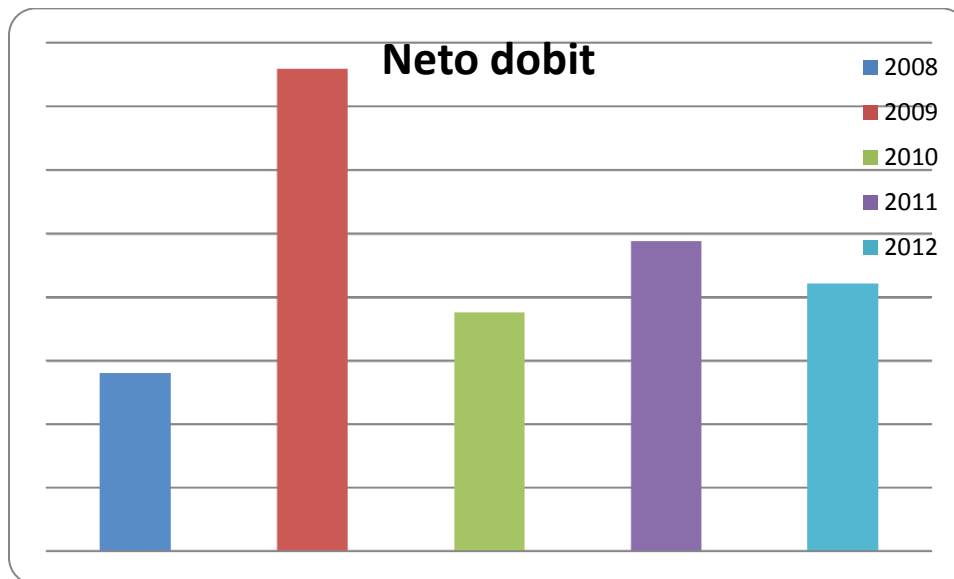
U 2008. godini "Kraš" grupa je ostvarila prodaju od 33.619 tone gotovih proizvoda, što je nešto manje u odnosu na 2007. godinu. To je relativno dobro poslovanje, unatoč sve složenijim uvjetima rada na svim tržištima. Godinu dana kasnije zabilježen je lagani rast proizvodnje, a najveća ostvarena prodaja ako analiziramo prodaju od 2008 do 2012 godine zabilježen je 2011.godine. Za razliku od 2007. godine koja je bila dosta uspješna u 2008. godini možemo primjetiti znatniji pad prodaje (<http://www.kras.hr/index.>).

Prihodi od prodaje godine 2011. ostvareni su u vrijednosti od 1 116 280 000 što je značajan porast iznad ostvarenja prethodne godine. Porast realizacije u odnosu na prethodnu godinu ostvaren je kroz zajednički, timski rad prodajne operative usmjeren prvenstveno na prodajna mjesta i krajnjeg potrošača na svim tržištima, daljnje jačanje marketinških aktivnosti, ulaganja u nove proizvode te razvoj i inovaciju postojećih proizvoda. Kontinuiran rad na unapređenju prodaje i razvoju distributivnih kanala rezultirao je ovako pozitivnim rezultatom. Od ukupno prodanih količina, na tržištu

Hrvatske na kojem "Kraš" ima vodeću poziciju, realiziran je većinski udjel u prodaji, a na izvoznim tržištima nešto manja količina. Povećanje udjela izvoza u ukupnoj realizaciji ostvareno je sukladno Kraševoj dugoročnoj prodajnoj strategiji.

5.1.3. Analiza neto dobiti

Graf 3.: neto dobit izražena u tisućama kuna



Izvor: Izračun autora prema podacima sa <http://zse.hr/>

Analizirajući grafički prikaz neto dobiti u razdoblju od 2009. godine zabilježena je najveća dobit 2009. godine. Bez obzira što je u proizvodnom smislu 2011. godina bila najbolja, nedvojbeno se nameće činjenica, izvučena na temelju gore navedenog, da je godina 2009. najprofitabilnija ako gledamo neto dobit same kompanije Kraš d.d.

5.2. Pokazatelj rentabilnosti

$$Ru = \frac{P \text{ (Profit)} * 100}{K \text{ (Kapital)}} =$$

$$Ru = \frac{14\,026 * 100}{641\,263} = 2.19\% \quad \text{rentabilnost ulaganja u 2008. godini}$$

$$Ru = \frac{37\,942 \cdot 100}{641\,263} = 5,92\% \quad \text{rentabilnost ulaganja u 2009. godini}$$

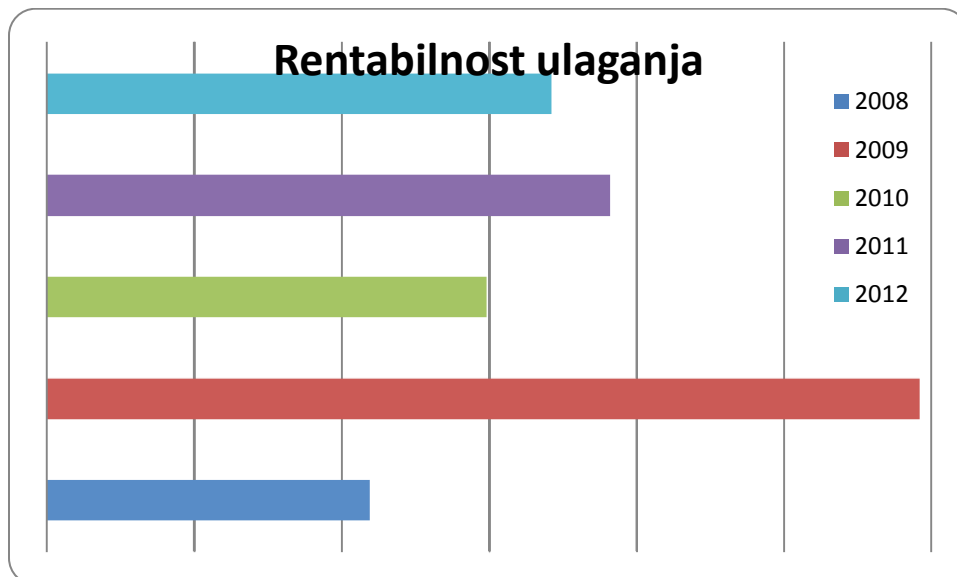
$$Ru = \frac{18\,810 \cdot 100}{631\,570} = 2,98\% \quad \text{rentabilnost ulaganja u 2010. godini}$$

$$Ru = \frac{24\,414 \cdot 100}{639\,158} = 3,82\% \quad \text{rentabilnost ulaganja u 2011. godini}$$

$$Ru = \frac{21\,098 \cdot 100}{617\,539} = 3,42\% \quad \text{rentabilnost ulaganja u 2012. godini}$$

5.2.1. Analiza rentailnosti ulaganja

Graf 4.: rentabilitet ulaganja izražen u %



Izvor: Izračun autora prema podacima sa <http://zse.hr/>

Iz rezultata jednadžbi kao iz grafičkog prikaza vidljivo je da je 2009. godine ostvarena najviša stopa rentabiliteta ulaganja kada je iznosila 5,92%, zatim slijedi 2011. godina sa 3,82% pa slijedi 2012. godina sa 3,42% te na kraju i sa najnižom stopom stopom rentabiliteta ulaganja od 2,98 % i 2,19 % 2010. i 2008. godina.

Najpoznatija su dva oblika rentabilnosti i to: rentabilnost poslovanja i rentabilnost kapitala uloženog u poduzeće. Rentabilnost poslovanja se izračunava stavljanjem u odnos ostvarenog dobitka i tržišne vrijednosti proizvodnje. Stopa rentabilnosti poslovanja pokazuje koliko se na 100 novčanih jedinica tržišne vrijednosti ostvaruje čistog (neto) financijskog rezultata.

Umjesto tržišne vrijednosti može se koristiti veličina ukupnog prihoda (KLARIĆ 2002.). Rentabilitet investiranog kapitala (uloženih sredstava) izračunava se kao omjer između godišnjeg financijskog rezultata (dobitka, profita) i prosječne vrijednosti uloženih ili korištenih sredstava (KLARIĆ 2002.).

5.3. Pokazatelji ekonomičnosti

Pod pojmom ekonomičnosti podrazumijeva se stupanj štedljivosti u ostvarivanju učinaka, a predstavljena je odnosom prihoda i rashoda tj. koliko prihoda ostvarujemo po jedinici rashoda. Dakako da je poželjno da koeficijent bude što veći jer je to znak veće apsolutne razlike između prihoda i rashoda odnosno dobiti. Ako je koeficijent manji od 1 poduzeće je u promatranom razdoblju ostvarilo gubitak.

Analiza ekonomičnosti obuhvaća slijedeće pokazatelj (ŽAGER 1999.):

NAZIV POKAZATELJA	BROJNIK	NAZIVNIK	GRANIČNA VRIJEDNOST
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	ukupni prihodi	ukupni rashodi	što veći
Ekonomičnost poslovanja (prodaje)	prihodi od prodaje	rashodi od prodaje	što veći
Ekonomičnost financiranja financijski	financijski prihodi	financijski rashodi	što veći
Ekonomičnost izvanrednih aktivnosti	izvanredni prihodi	izvanredni rashodi	što veći

U tablici 2 su prikazani pokazatelji ekonomičnosti.

Tablica 2.: Pokazatelji ekonomičnosti Kraš d.d.

NAZIV POKAZATELJA	2008	2009.	2010.	2011.	2012.
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,023	1,051	1,028	1,018	1,024
Ekonomičnost poslovanja (prodaje)	1,627	1,666	1,645	1,489	1,439
Ekonomičnost financiranja	0,462	0,69	0,688	0,638	0,618

Izvor: Izračun autora prema podacima sa <http://zse.hr/>

Pokazatelj ekonomičnosti ukupnog poslovanja prikazuje odnos između ukupnih prihoda i ukupnih rashoda te je poželjna njegova što veća vrijednost odnosno minimalno 1 jer to označava jednaku vrijednost prihoda i rashoda – poslovanje s nulom. U 2008. godini pokazatelj ekonomičnosti ukupnog poslovanja iznosio je 1,023 što pokazuje da ukupni prihodi premašuju ukupne rashode za 2,3% i to predstavlja pozitivno poslovanje tvrtke. Vrijednost pokazatelja je varirala do 2008. godine te je u 2012. porasla na istu i višu razinu u odnosu na iznos iz 2008. godine.

Prosječna stopa pada pokazatelja ekonomičnosti ukupnog poslovanja u promatranom periodu iznosila je 0,09% na godišnjoj razini.

6. ANALIZA PREMA GLAVNIM KONKURENTIMA

U prehrambenoj industriji u Hrvatskoj bavi se oko 1274 poduzetnika sa ukupno 45.400 zaposlenih.

6.1. Odabrani konkurenti

U ovom radu poduzeće Kraš d.d. će se analizirati prema odabranim konkurentima iz prehrambene industrije na hrvatskom tržištu. Kako bi se dobili što zorniji rezultati analize u obzir su uzeta samo velika dionička poduzeća koja kotiraju na Zagrebačkoj

burzi. U analizi su za Kraš, kao i za sva ostala poduzeća korištena revidirana konsolidirana financijska izvješća.

Odabrani konkurenti s kojima će se vršiti usporedba Kraš d.d. su:

- *Podravka d.d.*
- *Franck d.d.*
- *Zvečevo d.d.*

6.1.1. Kraš d.d.

Kraš danas posluje kao suvremena, tržišno orijentirana kompanija. Godišnja proizvodnja Društva premašuje količinu od 33.000 tona konditorskih proizvoda, od kojih se skoro polovina uspješno izvozi na sva svjetska tržišta. Razvojni planovi usmjereni su prema snažnoj izvoznoj orijentaciji, uz naglasak na jačanju vodeće pozicije na tržištima regije, na kojima Kraš već posluje putem vlastitih komercijalnih podružnica (www.kras.hr/hr/kras_danas)

Tablica 3.: Odabrani pokazatelji poslovanja Kraša d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Povrat na kapital ROE	2,416	6,060	3,002	3,824	0,288
Povrat na imovinu ROA	1,317	3,492	1,733	1,922	0,152
Koef.tekuće likvidnosti	1,600	1,634	1,517	1,372	1,398
Koef. financiranja	0,802	0,718	0,715	0,961	0,863
Koef.obrtaja uk. imovine	0,896	0,940	0,920	0,873	0,861
Ekonomičnost uk.poslovanja	3,254	1,051	1,028	1,030	1,006
Koef. zaduženosti	0,437	0,414	0,413	0,483	0,455

Izvor: Izračun autora prema podacima sa www.zse.hr

U tablici 3 prikazani su pokazatelji poslovanja Kraša d.d. za razdoblje od 2008. do 2012. godine. Povrat na kapital i povrat na imovinu 2012. značajno je manji nego 2008. i pao je ispod 1%. Koeficijent tekuće likvidnosti u svim promatranim godinama ispod je

granične vrijednosti 2, što ukazuje na moguće probleme u podmirivanju obveza u kratkom roku, no dugoročna stabilnost nije upitna. Koeficijent financiranja i koeficijent zaduženosti rastu u promatranom razdoblju, no i dalje su ispod granične vrijednosti pa solventnost nije upitna. Koeficijent obrtaja ukupne imovine kreće se na istoj razini kroz cijelo razdoblje, dok je ekonomičnost ukupnog poslovanja 2012. godine pala u odnosu na 2008. jer su se ukupni prihodi gotovi izjednačili s ukupnim rashodima.

6.1.2. Podravka d.d.

Podravka prehrambena industrija d.d. najveća je hrvatska prehrambena tvrtka i jedna je od najvećih poduzeća prehrambene industrije na području središnje, istočne i jugoistočne Europe. Osnovana je 1934. godine kada su braća Wolf u Koprivnici pokrenula radionicu za preradu voća, što je bila preteča današnje Podravke.

Danas se u Podravci d.d. izdvajaju tri glavna poslovna segmenta: prehrana, pića i farmaceutika. Osim u Hrvatskoj, Podravkini proizvodi prodaju se u preko 40 zemalja svijeta, uključujući Rusiju, SAD, Kanadu, Australiju, zemlje Afrike i Bliskog Istoka.

Tablica 4.: Odabrani pokazatelji poslovanja Podravka d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Povrat na kapital ROE	2,468	-24,742	5,265	2,493	-0,950
Povrat na imovinu ROA	1,024	-9,206	2,115	1,072	-0,427
Koef.tekuće likvidnosti	1,345	1,132	1,100	1,588	1,568
Koef. financiranja	1,410	1,688	1,489	1,325	1,222
Koef.obrtaja uk. imovine	0,824	0,924	0,942	0,992	1,003
Ekonomičnost uk.poslovanja	1,009	0,913	1,030	1,016	1,008
Koef. zaduženosti	0,607	0,644	0,653	0,688	0,815

Izvor: Izračun autora prema podacima sa www.zse.hr

Rentabilnost vlastitog kapitala pokazuje prinos koji dioničari ostvaruju na iznos svog financijskog uloga pa je poželjno da i ova vrijednost bude što veća. Ovaj pokazatelj

najveću vrijednost ima također u 2010. godini kada je iznosio 5,26 što znači da je stopa povrata na kapital 5,26%. Neto rentabilnost imovine - ROA pokazuje produktivnost ukupne imovine te je poželjno da je vrijednost ovog pokazatelja što veća. Kao i kod ostalih pokazatelj profitabilnosti, i ovaj najveću vrijednost dostiže u 2010.godini kada iznosi 2,11 što znači da je stopa povrata na ukupnu imovinu koju tvrtka posjeduje 2,11%.

6.1.3. Franck d.d.

Franck d.d. je jedan od najuspješnijih hrvatskih proizvođača i izvoznika prehrambenih proizvoda s vodećom pozicijom u kategorijama kava, čajeva i grickalica. Povijest tvrtke Franck započela je prije 120 godina, 1892. u Zagrebu, utemeljenjem podružnice njemačkog poduzeća Heinrich Franck Söhne. Zagrebačka tvornica počela je s radom 21. lipnja 1893. godine na periferiji Zagreba, a istovremeno su moslavačka polja zasadena plemenitom cikorijom dok su otkup i sušionica organizirani u Bjelovaru. Do Drugoga svjetskog rata Franck se bavio proizvodnjom kavovina. Zadnjih 50 godina, vođen željom za stalnim inovacijama, Franck je proširio svoj asortiman kavom, čajevima, snackovima, začinima, praškastim proizvodima, proizvodima za kolače, šećerom i priložima jelima.

Nakon privatizacije 1992. godine Franck je postao 100-postotno vlasništvo zaposlenika i započeo eru modernizacije. Danas tvrtka ima oko 600 zaposlenika. Na tržište izlazi direktnom distribucijom kroz 5 regionalnih centara - u Zagrebu, Rijeci, Splitu, Dubrovniku i Đakovu. Također ima i veleprodajnu mrežu putem koje proizvode pribavljaju maloprodajne trgovine, ugostitelji i veliki kupoprodajni centri (www.franck.hr/o_nama/povijest/).

Tablica 5.: Odabrani pokazatelji poslovanja Francka d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Povrat na kapital ROE	6,245	5,755	5,218	7,653	6,003
Povrat na imovinu ROA	4,618	4,306	3,721	3,994	3,505
Koef.tekuće likvidnosti	2,728	3,590	2,751	1,166	1,245
Koef. financiranja	0,352	0,337	0,402	0,917	0,713
Koef.obrtaja uk. imovine	0,548	0,595	0,560	0,836	0,846
Ekonomičnost uk.poslovanja	1,123	1,104	1,096	1,068	1,043
Koef. zaduženosti	0,261	0,252	0,287	0,478	0,416

Izvor: Izračun autora prema podacima sa www.zse.hr

Iz tablice je vidljivo da je povrat na kapital (ROE) i povrat na imovinu (ROA) bio najveći na početku promatranog razdoblja, 2008. godine, nakon čega slijedi postupni pad ovih vrijednosti. 2011. godine ROE i ROA rastu u odnosu na prethodnu da bi 2012. ponovno pale, no njihov je iznos kroz cijelo razdoblje iznimno velik što ukazuje na velike i stabilne prinose kako na imovinu, tako i na kapital ove tvrtke. Slično se kretao i koeficijent obrtaja ukupne imovine, koji je nakon postepenog pada u odnosu na prvu promatranu godinu zadnje dvije godine zabilježio najveće vrijednosti. Koeficijent tekuće likvidnosti, koeficijent financiranja, ekonomičnost ukupnog poslovanja i koeficijent zaduženosti najbolje su vrijednosti imali u 2008. godini, nakon čega je uslijedio negativan trend. Unatoč tomu, svi pokazatelji i dalje su iznimno dobri i nalaze se iznad, odnosno ispod graničnih vrijednosti pa se može zaključiti da je Franck d.d. kroz cijelo promatrano razdoblje poslovao iznimno dobro, pri čemu su najbolji rezultati zabilježeni u prvoj, 2008. godini.

6.1.4. Zvečevo d.d.

Povijest Zvečeva započinje 1921.godine kada je u Požegi osnova tvornica Stock cognac Medicinal koja je proizvodila voćne rakije, vinjak i domaći brandy. 1936. u tvornici se, u suradnji s švicarskim Nestlé-om, počinje proizvoditi čokolada i konditorski proizvodi, a od 1951. tvornica posluje pod nazivom „Zvečevo“. Od 1975. do 1980.

godine provodi se snažan investicijski ciklus u sva tri pogona u sklopu Zvečeva: tvornici konditorskih proizvoda, jakih alkoholnih pića i tvornici mlijeka u prahu. Od 3.rujna 1994. godine Zvečevo posluje kao dioničko društvo. Krovni brand Zvečeva je Mikado – prva u svijetu čokolada s rižom. Mikado postaje svjetski poznata i priznata marka te se distribuira na tržištima diljem svijeta, na području Sjeverne Amerike, Australije, Novog Zelanda, Austrije, Njemačke, Mađarske pa čak i Švicarske.

Kvaliteta i tradicija su temelji na kojima Zvečevo bazira svoje poslovanje, a oni su garancija ulaska tvrtke u novo tisućljeće. Na tom putu permanentna je i briga o zdravom okolišu. Zvečevo ulazi u kategoriju „čistih tehnologija“ i postiže značajne rezultate u području zaštite okoliša, a Ministarstvo zaštite okoliša i prostornog uređenja RH dodijelilo je Zvečevu 2001. godine nagradu „Hrvatski Oskar“ u kategoriji „Industrija i energetika“. U poslovnoj politici Zvečevo uvažava svjetske norme održivog razvoja imajući na umu preventivnu strategiju čiste proizvodnje (www.zvecevo.hr/onama/povijest/).

Tablica 6.: Odabrani pokazatelji poslovanja Zvečeva d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
Povrat na kapital ROE	0,758	0,377	0,511	0,434	-22,618
Povrat na imovinu ROA	0,293	0,132	0,174	0,133	-4,092
Koef.tekuće likvidnosti	1,226	1,088	1,169	1,094	0,997
Koef. financiranja	1,570	1,844	1,921	2,249	4,507
Koef.obrtaja uk. imovine	0,875	0,848	0,928	0,778	0,533
Ekonomičnost uk.poslovanja	1,007	1,009	1,002	1,008	0,929
Koef. zaduženosti	0,607	0,644	0,653	0,688	0,815

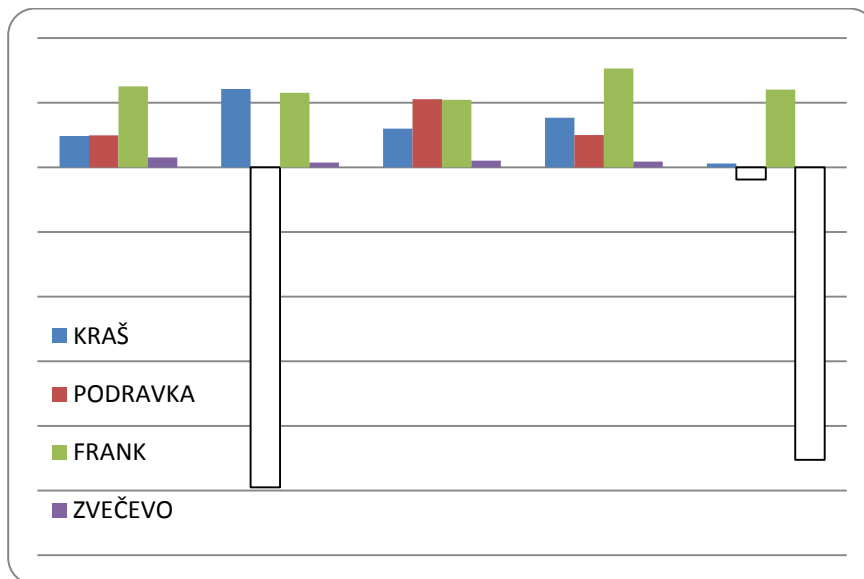
Izvor: Izračun autora prema podacima sa www.zse.hr

Pokazatelji poslovanja Zvečeva d.d. od 2008. do 2012. godine ukazuju na negativne trendove koji dovode u pitanje budućnost ove tvrtke. U 2008. godini većina pokazatelja kretala se oko granične vrijednosti i poslovanje je bilo relativno stabilno. No već 2009.

godine stope povrata na imovinu i kapital znatno su se smanjila, baš kao i tekuća likvidnosti i ekonomičnost ukupnog poslovanja. Negativan trend nastavio se i u narednim godinama, a 2012. zabilježen je negativan financijski rezultat pa su i vrijednosti odabranih pokazatelja iznimno loše. U promatranom periodu rasla je i zaduženost tvrtke pa su koeficijenti financiranja i zaduženosti naveliko premašili granične vrijednosti.

6.2. Analiza rentabilnosti vlastitog kapitala prema odabranim konkurentima

Graf 5.: grafički prikaz poslovanja odabranih poduzeća u razdoblju od 2008. do 2012. godine



Izvor: Izračun autora prema podacima sa <http://zse.hr/>

Iz grafičkog prikaza jasno je vidljivo da se rentabilitet vlastitog kapitala u uspoređivanim poduzećima različito mjenjao kroz promatrano razdoblje. Najveće oscilacije vidljive su u poduzeću Podravka i Zvečevo. Rentabilnost vlastitog kapitala koji pokazuje prinos koji dioničari ostvaruju na iznos svog financijskog uloga u poduzeću Podravka, najveću vrijednost ima u 2010. godini kada iznosi 5,26 što znači da je stopa povrata na kapital 5,26%, dok je samo godinu ranije tj. 2009. godine ista iznosila -24,74 što je ujedno i najniža stopa rentabiliteta odabranih poduzeća u promatranom razdoblju. Nakon toga

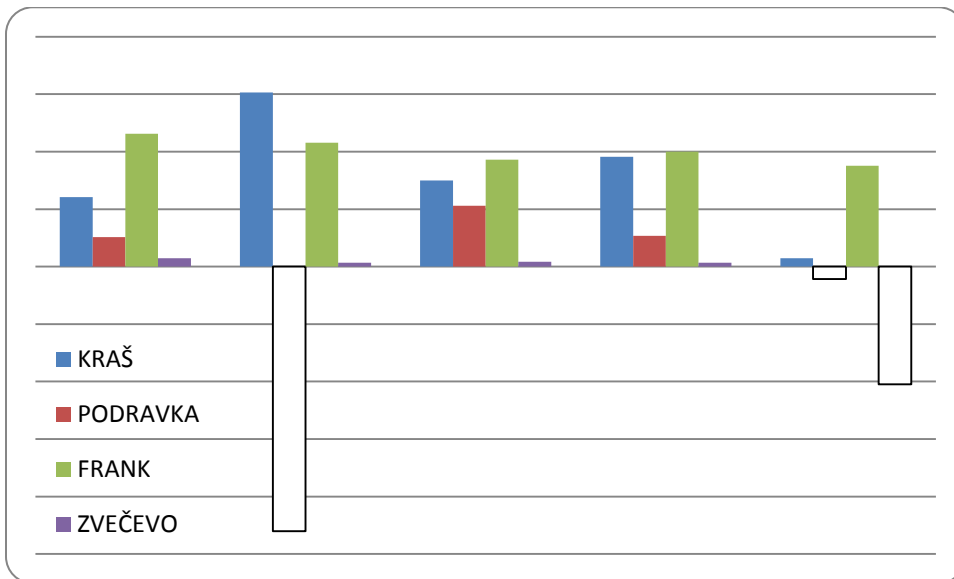
slijedi lagani oporavak. U 2012. godini u poduzeću Zvečevo ostvaren je negativan financijski rezultat od -22,62% povrata vlastitog kapitala što je pokazatelj iznimno lošeg poslovanja.

Kraš d.d. je u razdoblju od 2008. do 2012. godine imao relativno stabilno poslovanje ali stopa povrata na kapital u 2012. značajno je manja nego li 2008. i pala je ispod 1%.

Najbolji poslovni rezultat i najstabilnije poslovanje u promatranom razdoblju ima poduzeće Franck koje konstantno ima stabilan i pozitivan postotak povrata vlastitog kapitala.

6.3. Analiza rentailnosti imovine prema odabranim konkurentima

Graf 6.: grafički prikaz neto rentabilnosti imovine poduzeća u razdoblju od 2008. do 2012. godine



Izvor: Izračun autora prema podacima sa <http://zse.hr/>

Promatrajući grafički prikaz rentabilnosti imovine odabranih poduzeća možemo zaključiti da su rezultati jako slični kao i kod rentabiliteta vlastitog kapitala.

Neto rentabilnost imovine poduzeća Podravka koja pokazuje produktivnost ukupne imovine je jako varirala tj. najveću vrijednost dostiže u 2010.godini kada iznosi 2,11 što

znači da je stopa povrata na ukupnu imovinu koju tvrtka posjeduje 2,11% a najmanu 2009. godine kada iznosi -9,21%.

Poduzeća Franck i Kraš imaju relativno stabilan postotak rentabilnosti imovine i stabilno poslovanje, dok poduzeće Zvečevo i ovdje ima negativan poslovni rezultat i neto rentabilnost imovine kod njega iznosi -4,09% čime se dovodi u pitanje i opstanak poduzeća.

7. PROCJENA UTJECAJA GOSPODARSKE KRIZE NA POSLOVANJE PODUZEĆA "KRAŠ" d.d.

Iz provedene analize na temelju pokazatelja može se zaključiti da poduzeće posluje sigurno i uspješno. Takav zaključak možemo donijeti na osnovu činjenice da je financijska stabilnost poduzeća relativno dobra te ostvaruje stabilne stope profitabilnosti imovine i kapital usprkos uvjetima nemilosrdne konkurencije i gospodarske krize koja se posljednjih godina značajno osjeća na svim gospodarskim područjima.

Gospodarskom krizom se općenito u znanosti o gospodarstvu naziva razdoblje značajnog negativnog razvoja u gospodarstvu. Osim toga, gospodarskom krizom se naziva i postojanje negativnog razvoja i drugih makroekonomskih pokazatelja (npr. razina cijena, zaposlenost, tokovi kapitala). Ona može zahvatiti privredu jedne države ili više njih, a može zahvatiti jednu gospodarsku granu širom svijeta, gospodarstvo više država ili cjelokupno svjetsko gospodarstvo. Narodno gospodarstvo koje pogodi gospodarska kriza trpi najviše zbog posljedica nezaposlenosti i osiromašenja širokih slojeva stanovništva, što može dovesti do socijalnih nemira. Može se reći da je gospodarska kriza osnovni razlog laganog pada ili osciliranja u rentabilitetu poslovanja.

S obzirom na gospodarsku konjunkturu, postoje tri nepoželjna oblika: *stagnacija*, *recesija* i *depresija*. Stagnacijom se naziva razdoblje u kojem gospodarstvo ne raste, što znači da izlazne vrijednosti (output) gospodarstva unutar nekog razdoblja ostaju jednake. Prema općeprihvaćenoj definiciji, recesijom se smatra vrijeme kad se izlazne vrijednosti narodnog gospodarstva smanjuju tijekom dva uzastopna kvartala. Depresija nastupa kad

ovo smanjenje outputa traje duže od navedenog razdoblja od dva uzastopna kvartala. Na osnovu toga možemo zaključiti da je poduzeće doživjelo stagnaciju ali ne i teži oblik krize.

Poduzetnici prehrambene industrije značajan su segment prerađivačke industrije te značajan segment ukupnog poduzetništva zbog svog doprinosa u zapošljavanju, proizvodnji i izvozu.

Poduzetnici u hrvatskoj prehrambenoj industriji, poslujući u uvjetima recesije, u 9 mjeseci 2009. godine ostvarili su bruto dobit odnosno višak prihoda nad rashodima, što je pokazatelj stabilnosti poduzeća i u ovako teškim gospodarskim uvjetima.

Podatci pokazuju kako je prehrambena industrija u odnosu na druge djelatnosti u tom razdoblju zadržala relativnu stabilnost poslovanja, povećana je zaposlenost za 2%, smanjeni su ukupni prihodi za svega 0,5%, rashodi za 1%, što je uslijed većeg smanjenja rashoda od prihoda doprinijelo povećanju bruto dobiti za 12,4%. Ipak, učinci gospodarske krize u ovoj djelatnosti imali su negativan utjecaj na investicije u dugotrajnu imovinu koje su smanjene za 25,4%.

Prema podacima "Fine", 1.274 poduzetnika u prehrambenoj industriji sa ukupno 45.400 zaposlenih u prvih je devet mjeseci 2009. godine ostvarilo ukupne prihode od 22,7 milijardi kuna, dok su njihovi ukupni rashodi iznosili 21,7 milijardi kuna, a investicije u dugotrajnu imovinu 973 milijuna kuna.

7.1. Prijedlog mjera za uspješnije poslovanje

Kraševi poslovni planovi trebaju biti usmjereni prema jačanju konkurentnosti na domaćem i inozemnom tržištu, jer je već poznato da je vrijeme nemilosrdne konkurencije. Također naglasak treba dati i na jačanju svih poslovnih aktivnosti usmjerenih prema postizanju što većeg zadovoljstva Kraševih kupaca i potrošača. Unatoč stalnom povećanju strane konkurencije na domaćem tržištu, kompanija ostvaruje stabilan rast, a cilj je i zadržati takav trend ili ga još poboljšati. Brži rast inozemne prodaje u odnosu na domaću trebao bi biti prioritet i orijentacija Kraša. Glavni generator rasta izvozne prodaje su tržišta srednje i istočne Europe na kojima je kompanija već

tradicionalno prisutna te zadnjih godina sve značajniji porast izvoza na tržišta zapadnoeuropskih zemalja i SAD-a potrebno je nastaviti.

Ono što bi trebao biti prioritet poduzeća je stvarati originalne brandove visoke kvalitete koji svojim okusom povezuju generacije potrošača jer zadovoljstvo potrošača je jedina sigurna garancija nastavka uspješnog poslovanja poduzeća. Najveća vrijednost poduzeća su ljudski potencijali odnosno njeni zaposlenici te bogato iskustvo stoljetne tradicije. Potrebno je poslovanje razvijati kroz samostalni razvoj kompanije i transparentan odnos s poslovnim partnerima i zajednicama s kojima posluje poduzeće i u kojoj egzistira.

Vjerujem da će Kraš d.d. u srednjoročnom razdoblju zadržati vodeću poziciju na tržištu regije jačanjem svojih brandova kroz razvoj i rast kompanije, strateške saveze i akvizicije te učinkovito upravljanje ljudskim potencijalima u cilju osiguranja pretežno radničkog vlasništva.

ZAKLJUČAK

Iz prethodno analiziranih podataka (prikupljenih, obrađenih, dobivenih i grafički prikazanih rezultata) možemo zaključiti da je proizvodno poduzeće Kraš d.d. u razdoblju od 2008. godine do 2012. godine odnosno u razdoblju od pet godina poslovalo sa pozitivnim poslovnim rezultatom. Temeljem toga možemo tvrditi da je samo poduzeće u tom periodu bilo rentabilno. Govorimo li o rentabilnosti nekog poduzeća podrazumijevamo neki rezultat u nekom razdoblju. Poslovni rezultat je u ovom periodu od pet godina bio pozitivan. To objašnjavamo činjenicom da je prihod u prosjeku bio veći od rashoda. Rentabilitet ujedno podrazumijeva i uspješnost poslovanja poduzeća. S obzirom da je poduzeće Kraš jedno od najpoznatijih poduzeća u proizvodnji slastica u Republici Hrvatskoj a i šire nimalo ne bi trebao čuditi podatak koji govori o izrazitom poslovnom plusu i gospodarsko proizvodnom razvoju.

Dugogodišnja tradicija i renomirano ime nas obvezuje da više pozornosti posvetimo njegovom razvoju i analizi poslovnih rezultata. Analizom podataka sam došla do zaključka da je u periodu od 2008. do 2012. najbolji poslovni rezultat tvrtka Kraš d.d. ostvarila u 2009. godini. No važno je naglasiti da 2012. godine Kraš d. d. bilježi osjetan pad u proizvodnji ali i dalje uspijeva poslovati sa pozitivnom bilancom. Rezultat smanjenja proizvodnje je bilo nužno restrukturiranje koje za posljedicu imalo smanjenje broja zaposlenih. Evidentno je da je na taj pad proizvodnje utjecao dolazak konkurentskih proizvoda na naše tržište, koja su nerijetko imala manju cijenu i bitno lošiju kvalitetu.

Sve razloge pada poslovanja teško je dokučiti. Iz javnosti dostupnih podataka tvrtke Kraš d.d., koji su šturi i veoma skromni teško je dokučiti sve razloge oscilacija u poslovanju. Iako je to poduzeće koje je kao i ostala dionička društva obvezno javnosti prezentirati rezultate svog poslovanja, ono je u većinskom privatnom vlasništvu i dostupni su samo osnovni podatci, a svi ostali podatci i detalji o poslovanju spadaju u domenu poslovnih tajni te su dostupni i poznati samo najužem timu vodstva poduzeća.

Zbog tih razloga teško mogu reći što bih ja osobno poduzela i promijenila u poslovnim planovima te time pridonijela poboljšanju rentabiliteta proizvodnje i poslovanja. No zasigurno bi posvetila veliku pozornost kvaliteti proizvoda, zbog toga što je to jedini način dugoročnog poslovnog uspjeha. Smatram da se kvaliteta proizvoda ne

smije žrtvovati za kratkoročne ciljeve i brzu zaradu. Oglašavanje je također od ključne važnosti posebno danas kad je priljev supstituta izrazito velik, čiju pojavu često ne prati visok stupanj kvalitete ali zato prati gotovo uvijek niža cijena zamjenskog proizvoda te na kraju, ali ne manje bitno, naglasila bi važnost ljudskih potencijala i zadovoljstvo djelatnika kao bitan preduvjet dugoročnog opstanka i napretka poduzeća. Nadam se da će ovaj pisani rad poslužiti kao skromni doprinos istraživanju ekonomskih procesa na konkretnom primjeru.



8. LITERATURA

1. **BABIĆ**, Šimun, *Uvod u ekonomiku poduzeća*, Školska knjiga, Zagreb, 1973.
2. **DRAGIČEVIĆ**, Adolf, *Ekonomski leksikon*, Informator, Zagreb, 1991.
3. **KLARIĆ**, Marijan., *Ekonomika poduzeća*, Grafika., Osijek, 2002.
4. **MC'DONALD**, Malcolm, *Marketinski planovi*, Masmedia, Zagreb, 2004.
5. **MARUŠIĆ-VRANEŠEVIĆ**, *Istraživanje tržišta*, Adeco-V. Izmjenjeno i dopunjeno izdanje, Zagreb, 2001.
6. **PINDYCK S.**, **RUBINFELD L.**, *Mikroekonomija*, Mate, Zagreb, 2005.
7. **SKUPINA AUTORA**, *Mikroekonomija, Slobodna Dalmacija*, Split, 2006.
8. **STARČEVIĆ**, Ante, *Proizvodnja i promet prehrambenim proizvodima i pićima u Republici Hrvatskoj*, Tipograf d.d., Rijeka, 1994.
9. **ŽAGER K.**, **ŽAGER L.**: *Analiza financijskih izvještaja*, Masmedia, Zagreb, 1999.,

1. <http://bs.wikipedia.org/w/index.php>
2. <http://www.kras.hr/index>
3. www.podravka.hr
4. www.frank.hr
5. www.zvecevo.hr
6. www.zse.hr
7. <http://bs.wikipedia.org/wiki/>

9. POPIS TABLICA

Tablica 1.: Osnovni podatci i pokazatelji poslovanja

Tablica 2.: Pokazatelji ekonomičnosti Kraš d.d.

Tablica 3.: Odabrani pokazatelji poslovanja Kraša d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine

Tablica 4.: Odabrani pokazatelji poslovanja Francka d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine

Tablica 5.: Odabrani pokazatelji poslovanja Francka d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine

Tablica 6.: Odabrani pokazatelji poslovanja Zvečeva d.d. u razdoblju od 2008. do 2012. godine

10. POPIS GRAFIKONA

Graf 1.: proizvodnja izražena u tonama

Graf 2.: prodaja izražena u tonama (ukupna prodaja, domaće i inozemno tržište)

Graf 3.: neto dobit izražena u tisućama kuna

Graf 4.: rentabilitet ulaganja izražen u %

Graf 5.: grafički prikaz poslovanja odabranih poduzeća u razdoblju od 2008. do 2012. godine

Graf 6.: grafički prikaz neto rentabilnosti imovine poduzeća u razdoblju od 2008. do 2012. godine