

ANALIZA POSLOVANJA NA PRIMJERU TVRTKE PODRAVKA D.D.

Gadže, Elena

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:094421>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-19**

Repository / Repozitorij:

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



VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENT
SPECIJALISTIČKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENTA

Elena Gadže

ANALIZA POSLOVANJA NA PRIMJERU TVRTKE
PODRAVKA D.D.

Diplomski rad

Šibenik, rujan 2018.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENT
SPECIJALISTIČKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENTA

ANALIZA POSLOVANJA NA PRIMJERU TVRTKE
PODRAVKA D.D.

Diplomski rad

Kolegij: Upravljanje troškovima

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

Student: Elena Gadže

Matični broj studenta: 13565121

Šibenik, rujan 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	5
2. FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	7
2.1. Bilanca.....	8
2.2. Račun dobiti i gubitka.....	9
2.3. Izvještaj o dobiti.....	11
2.4. Izvještaj o novčanom toku.....	14
2.5. Izvještaj o promjenama kapitala.....	17
2.6. Bilješke uz financijske izvještaje.....	18
2.7. Važnost financijskih izvještaja.....	19
3. FINANCIJSKA ANALIZA NA TEMELJU TVRTKE PODRAVKA D.D.	20
3.1. Opći podatci o tvrtci.....	20
3.1.1. Povijest.....	22
3.1.2. Sustav upravljanja	25
3.2. Temeljni instrumenti i postupci analize financijskih izvještaja.....	26
3.2.1. Horizontalna analiza.....	28
3.2.2. Vertikalna analiza.....	28
3.2.3. Horizontalna i vertikalna analiza bilance.....	29
3.2.4. Horizontalna i vertikalna analiza RDG-a.....	30
3.3. Analiza putem pokazatelja.....	34
3.3.1. Sustavi pokazatelja.....	38
4. ZAKLJUČNO RAZMATRANJE POSLOVANJA PODRAVKE D.D.	39
5. ZAKLJUČAK.....	41

Temeljna dokumentacijska kartica

Veleučilište u Šibeniku

Diplomski rad

Odjel menadžmenta

Specijalistički stručni studij Menadžment

Analiza poslovanja na primjeru tvrtke Podravka d.d.

ELENA GADŽE

Kaštel Sućurac, Put Dragočeva 11, elena.gadzee@gmail.com

Sažetak rada

Analiza poslovanja određene tvrtke se može mjeriti pomoću različitih alata. Analizom se utvrđuje sadašnje stanje poduzeća, iznose se realni i objektivni podaci o likvidnosti poduzeća, financijskoj stabilnosti, zaduženosti, učinkovitosti poslovanja i rentabilnosti te se definiraju simptomi i uzroci financijskih problema u poduzeću. Temeljna podloga za analizu su financijska izvješća: bilanca, račun dobiti i gubitka, izvješće o novčanom toku, izvješće o promjenama glavnice te bilješke uz financijska izvješća, koja su utvrđena Zakonom o računovodstvu.

Analiza poslovanja u ovom diplomskom radu će se raditi na primjeru tvrtke Podravka d.d.. Podravka prehrambena industrija d.d., Koprivnica osnovana je u Hrvatskoj. Danas se ubraja među vodeće kompanije u industriji u kojoj djeluje na području jugoistočne, srednje i istočne Europe. Osnovna poslovna aktivnost je proizvodnja širokog asortimana prehrambenih proizvoda i bezalkoholnih pića. Nastala je 1947. godine na temeljima nekadašnje tvornice pekmeza i prerade voća - Wolf, te kasnije postala poznata u zemlji i inozemstvu po proizvodnji univerzalnog dodatka jelima - Vegeti, koja se već pola stoljeća izvozi u više od 40 zemalja svijeta na svih pet kontinenata. Podravku danas kupci prepoznaju, ne samo po brandu Vegeta već i po nizu brandova; Dolcela, Lino, Eva, Fant, Kviki itd.

Dionice Društva kotiraju na Službenom tržištu Zagrebačke burze. Kao podloga istraživanju uzeti će se u obzir godišnja izvješća za 2015. godinu. Podaci će biti prikupljeni na stranicama Zagrebačke burze.

Ključne riječi: Analiza poslovanja, Podravka d.d., godišnja financijska izvješća

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

BASIC DOCUMENTATION CARD

Polytechnic of Šibenik
paper

Final

Department of Management

Undergraduate professional studies of Management

Elena Gadže

SPECIFICS MANAGEMENT COSTS IN THE CASE PODRAVKA D.D.

Put Dragočeva 11, Kaštel Sućurac, egadze@vus.hr

SUMMARY

Business analysis can be measured using various tools. The analysis identifies current state of the company, providing real and objective data on company liquidity, financial stability, indebtedness, business efficiency and profitability defining the symptoms and causes of financial problems in the enterprise. The underlying basis for the analysis is the financial statements: balance sheet, profit and loss account, cash flow statement, statement of changes in equity and notes to financial statements as set out in the Accounting Act.

The business analysis in this paper will be based on the example of Podravka d.d .. Podravka Food Industry d.d., Koprivnica was founded in Croatia. Today, it is one of the leading companies in the industry in South East, Central and Eastern Europe. The main business activity is the production of a wide assortment of food and non-alcoholic beverages. It was founded in 1947 on the foundations of the former fruit and vegetable processing plant - Wolf, and later became famous in the country and abroad by producing a universal food supplement - Vegeta, which has been exported to more than 40 countries in all five continents for half a century. Today, Podravka recognizes customers, not only for Vegeta's brand, but also for a number of brands; Dolcela, Lino, Eva, Fant, Kviki, etc.

The shares of the Company are quoted on the Official Market of the Zagreb Stock Exchange. As a basis for the research, annual reports for 2015 will be taken into account. The data will be collected on the website of the Zagreb Stock Exchange.

Key words: Business Analysis, Podravka dd, Annual financial statement

1. UVOD

Svrha ovog diplomskog rada je pomoću financijskih izvješća prikazati financijsku analizu poslovanja na primjeru tvrtke Podravka d.d.

Pri izradi teorijskog dijela ovog završnog rada kao i prilikom donošenja zaključka koristit će se sljedeće metode: metoda deskripcije, komparativna metoda te metoda analize. Metoda deskripcije je postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza. Komparativna metoda je postupak uspoređivanja istih ili srodnih činjenica, pojava procesa i odnosa, odnosno utvrđivanja njihove sličnosti u ponašanju i intezitetu i razlika među njima. Metoda analize je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjenja stvarnosti putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina (pojmova, sudova i zaključaka) na njihove jednostavne sastavne dijelove i elemente i izučavanje svakog dijela (i elementa) za sebe i u odnosu na druge dijelove. Što se tiče strukture rada završni rad je podjeljen na pet dijelova.

U drugom dijelu ovog rada pisat će se općenito o financijskim izvješćima. Pojasnit će se pojmovi poput bilanca, račun dobiti i gubitka, izvješće o novčanom toku, izvješće o promjenama glavnice te bilješke uz financijska izvješća.

U trećem dijelu završnog rada pisat će se o općim podacima tvrtke Podravka d.d. Opisat će se opći podaci osnivanja, sjedišta, poznatih brandova i poslovne aktivnosti. Također će se posvetiti pozornost analizi poslovanja tvrtke Podravka d.d., a kao podloga za provedbu istraživanja će biti godišnje financijsko izvješće iz 2015. godine, te će se iznijeti mišljenje o poslovanju tvrtke bazirano na provedenom istraživanju.

U četvrtom dijelu će se na temelju financijske analize napraviti zaključno razmatranje poslovanja Podravke d.d..

U završnom dijelu ovog rada navest će se zaključci proizašli iz napravljene analize te će se navesti korištena literatura.

Cilj ovog završnog rada je temeljito obraditi i prikazati analizu poslovanja poduzeća Podravka d.d. s posebnim naglaskom na vertikalnu i horizontalnu analizu, gdje će se usporediti poslovanje poduzeća iz 2015. godine sa onim u 2014. godini. Cilj rada je objasniti računovodstvene postupke horizontalne i vertikalne analize financijskih izvještaja na

praktičnom primjeru tvrtke Podravka d.d.. Podaci iz bilance i računa dobiti i gubitka će biti baza za obradu horizontalne i vertikalne analize.

2. FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI U REPUBLICI HRVATSKOJ

Financijski izvještaji su završna faza računovodstvene obrade podataka te su oni nosioci računovodstvenih informacija koje su u današnjem svijetu nužne kako bi odluke o poslovanju mogli donijeti dioničari, kupci, dobavljači, kreditori i sl.

Informirati korisnike znači prezentirati im sve relevantne i istovremeno pouzdane računovodstvene informacije u obliku i sadržaju koji je korisnicima kojima su te informacije potrebne razumljiv.

Kako bi izvještaji zadovoljili postavljene ciljeve, trebaju imati kvalitetna obilježja poput:¹

1) razumljivosti

Osnovna kvaliteta informacije koja je pružena u financijskim izvještajima jest da je odmah razumljiva korisnicima.

2) važnosti

Informacija mora biti važna za potrebe korisnika pri donošenju odluka kako bi bila korisna. Na važnost informacija utječe njena vrsta i značaj.

3) pouzdanosti

Ukoliko u informaciji nema značajne pogreške i pristranosti te ako se korisnici mogu pouzdati da informacija vjerno prikazuje ono što predstavlja ili bi se za nju moglo razložno očekivati da to predstavlja, tada informacija ima kvalitetu pouzdanosti.

4) usporedivosti

Korisnici moraju biti u mogućnosti usporediti financijske izvještaje subjekta kroz vrijeme kako bi identificirali trendove njegovog financijskog položaja i uspješnosti. Korisnici također moraju biti u mogućnosti usporediti financijske izvještaje različitih subjekata, kako bi mogli ocijeniti njihov relativni financijski položaj, uspješnost i promjene financijskog položaja.

Temeljni financijski izvještaji su međusobno povezani i može se reći da tek kada ih promatramo kao cjelinu pružaju kvalitetne informacije.

¹«Međunarodni standardi financijskog izvještavanja (MSFI) 2004.», HZRIF, Zagreb, 2005.

2.1. Bilanca

Bilanca je financijski izvještaj koji prikazuje položaj poduzeća. Prema MSFI čine ju sredstva, obveze i glavnica koja je u izravnom odnosu s mjerenjem financijskog položaja.

Elementi bilance su:²

- imovina (sredstvo) – resurs koji je pod kontrolom poduzeća, proizlazi iz prošlih događaja i od kojeg se očekuje buduća ekonomska korist;
- obveze – postojeći dugovi poduzeća, proizašli iz prošlih događaja, za njihovo podmirenje se očekuje smanjenje resursa koji utjelovljuju ekonomske korist;

Karakteristike bilance kao izvještaja su:³

- statičnost: Bilanca je izvještaj o financijskoj situaciji na točno određeni dan.
- kumulativnost: Bilanca prikazuje učinke svih odluka i transakcija koje su se dogodila, ali i obračunale do datuma njezine pripreme.
- Opisuje prošle događaje
- Bilančna ravnoteža: Pokazuje vezu između imovine i njenih izvora, predstavlja dvostruki prikaz imovine. Imovina se prikazuje na lijevoj strani dok se obveze i glavnica prikazuju na desnoj strani. Na ovaj način se imovina balansira sa izvorima. kapital (glavnica) – ostatak imovine nakon odbitka svih njegovih obaveza

Kako bi se utvrdio financijski položaj nekog poduzeća vrlo je bitna struktura imovine, obveza te kapitala pa je stoga važno da bilanca odgovori na još neka pitanja poput:⁴

- Kakva je financijska snaga poduzeća?
- Kakva je likvidnost?
- Kakva je zaduženost poduzeća?
- U kojem je omjeru imovina financirana iz vlastitih i tuđih izvora?
- Kakav je položaj promatranog poduzeća u odnosu na prethodno razdoblje ili u odnosu na poduzeća slične djelatnosti.

²Žager, K. et al. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 53.

³Đapić, M. (2011): Utjecaj računovodstvene politike potraživanja na financijski položaj i uspješnost poslovanja građevinskih poduzeća, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 41.

⁴Žager, K. et al. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 53.

Prema ZOR-u bilancu trebaju sastaviti sve pravne osobe bez obzira na svoju veličinu i djelatnost s kojom se bave, a obveza sastavljanja je prilikom osnivanja društva kao i na kraju obračunskog razdoblja na datum 31.12.

Tablica 1.: Shematski prikaz bilance

BILANCA	
AKTIVA	PASIVA
<p>A) DUGOTRAJNA IMOVINA</p> <p>1. nematerijalna imovina</p> <p>2. materijalna imovina</p> <p>3. financijska imovina</p> <p>4. dugoročna potraživanja</p> <p>B) KRATKOTRAJNA IMOVINA</p> <p>1. zalihe</p> <p>2. potraživanja</p> <p>3. kratkoročna financijska imovina</p> <p>4. novčana sredstva</p> <p>C) AVR</p>	<p>A) KAPITAL I PRIČUVE</p> <p>1. upisani kapital</p> <p>2. pričuve (zakonski i dr.)</p> <p>3. zadržana dobit, preneseni gubitak, dobit ili gubitak tekuće godine</p> <p>B) DUGOROČNA REZERVIRANJA</p> <p>C) DUGOROČNE OBVEZE</p> <p>D) KRATKOROČNE OBVEZE</p> <p>E) PVR</p>

Izvor: Aljinović Barać Ž.(2006):Materijali iz predmeta Osnove računovodstva, vježbe 2,Ekonomski fakultet Split, Split, str. 6

2.2. Račun dobiti i gubitka

Za razliku od bilance, koja prikazuje financijski položaj u određenom vremenskom trenutku, račun dobiti i gubitka prikazuje aktivnosti poduzeća u određenom razdoblju.⁵

Račun dobiti i gubitka jedno je od temeljnih financijskih izvješća koje ima značenje iskazivanja profitabilnosti poslovanja trgovačkog društva potkraj obračunskog razdoblja i pokazuje uspješnost poslovanja društva u određenom razdoblju. Račun dobiti i gubitka se sastoji od prihoda, rashoda, dobiti i gubitka ostvarenog tijekom obračunskog razdoblja.

⁵Žager K, Mamić Sačer I, Sever S, Žager L.(2008).:Analiza financijskih izvještaja, MASMEDIA d.o.o. Zagreb, str.67.

Tablica 2: Temeljne pozicije RDG-a

Račun dobiti i gubitka za razdoblje od 1.1. do 31.12.20xx.
1.Poslovni prihodi
2.Poslovni rashodi
3.Dobit iz poslovnih aktivnosti
4.Financijski prihodi
5.Financijski rashodi
6.Dobit iz financijskih aktivnosti
7.Izvanredni(ostali)prihodi
8.Izvanredni(ostali)rashodi
9.Dobit iz izvanrednih(ostalih)aktivnosti
10.Bruto dobit
11.Porez na dobit
12.Neto dobit

Izvor: Izrada autora prema Pravilniku o sadržaju i strukturi financijskih izvještaja.

Prihodi nastaju kao posljedica povećanja imovine ili smanjena obveze, i to onog dijela koji će poslije utjecati na promjene u visini kapitala.⁶

Dvije su vrste prihoda:

- Redoviti prihodi ili prihodi nastali iz redovitih aktivnosti kao što su prihodi prodaje roba ili pružanja usluga, kamata, dividendi itd. To su prihodi koji se javljaju svakodnevno i čine najvažniji dio u strukturi prihoda.
- Izvanredni prihodi ili prihodi koji ne potječu iz redovnih aktivnosti. Najčešći izvanredni prihodi javljaju se prilikom prodaje dugotrajne imovine, prodaje sirovina, inventurnih viškova, otpisa obveza i kod svih drugih izvanrednih oblika povećanja imovine ili smanjenja obveza.

Rashodi su suprotni od prihoda, pojavljuju se u obliku smanjenja imovine ili povećanja obveza, što rezultira smanjenjem vlasničkog kapitala.

⁶ Žager K, Mamić Sačer I, Sever S, Žager L. (2008).: Analiza financijskih izvještaja, MASMEDIA d.o.o. Zagreb, str.70.

Dvije su vrste rashoda:

- Poslovni rashodi nastaju kao posljedica obavljanja glavne djelatnosti poduzeća. Analogno poslovnim prihodima pojavljuju se redovito, a čine ih troškovi sadržani u prodanim proizvodima te ostali troškovi razdoblja, nabavna vrijednost prodane robe i tome slično.⁷
- Financijski rashodi ili rashodi financija nastaju uglavnom kao posljedica korištenja tuđih novčanih sredstava.⁸ Najčešći financijski rashodi su negativne tečajne razlike, smanjenje vrijednosti dugoročnih ili kratkoročnih ulaganja, gubici od financijske imovine i slično.

Financijski rezultat poslovanja ili dobit prije poreza predstavlja razliku ukupnih prihoda i ukupnih rashoda.

Porez na dobitak predstavlja poziciju u izvješću koja se odnosi na određenu svotu novca koju je poduzetnik dužan platiti prema Zakonu o porezu na dobit.

Dobit ili gubitak razdoblja je konačni rezultat financijskog poslovanja poduzeća.

2.3. Izvještaj o dobiti

Financijski izvještaj koji daje informacije o uspjehu poduzeća u određenom razdoblju naziva se izvještaj o dobiti ili račun dobiti i gubitka. Ovaj izvještaj pokazuje jesu li i u kojoj mjeri ostvareni ciljevi poduzeća dok se kao jedan od najvažnijih ciljeva ističe profitabilnost poduzeća.

Izvještaj o dobiti je prikaz prihoda, rashoda te poslovnog rezultata, ali za razliku od bilance koja prikazuje stanje poduzeća na određeni dan, izvještaj o dobiti se odnosi na određeno obračunsko razdoblje. Izvještaj o dobiti se sastavlja na temelju podataka koji se nalaze na

⁷ Žager K, Mamić Sačar I, Sever S, Žager L.(2008):.Analiza financijskih izvještaja, MASMEDIA d.o.o. Zagreb, str.72.

⁸Žager K, Mamić Sačar I, Sever S, Žager L.(2008):.Analiza financijskih izvještaja, MASMEDIA d.o.o. Zagreb, str.72.

kontima glavne knjige i na kojima su evidentirane promjene prihoda i rashoda (konta uspjeha).⁹

Postoje informacije koje je nužno objaviti u izvještaju o dobiti, njih propisuje točka 75. MRS-a 1, a one su:¹⁰

- prihodi,
- rezultati poslovnih aktivnosti,
- financijski troškovi,
- udjeli u dobiti ili gubitcima u povezanim društvima i zajedničkim pothvatima obračunati metodom udjela,
- porez na dobit,
- dobit ili gubitak od poslovnih aktivnosti,
- izvanredne stavke,
- manjinske interese (u slučaju konsolidiranih izvještaja),
- neto dobit ili gubitak razdoblja.

U izvještaju o dobiti zasebno se prate prihodi, rashodi, dobit ili gubitak iz redovnih, a zasebno oni iz izvanrednih aktivnosti.

Poslovni prihodi su oni koji nastaju prodajom proizvoda ili usluga. *Financijski prihodi* nastaju ukoliko se višak novčanih sredstava plasira u dionice, obveznice ili ukoliko se daju krediti trećim stranama. *Izvanredni prihodi* ne pojavljuju se redovito, a samim time ih je teško i predvidjeti. Izvanredni prihodi koji se najčešće javljaju su oni koji nastaju prilikom prodaje dugotrajne imovine ili sirovina. Također mogu se javiti prilikom inventurnih viškova, ali i prilikom otpisa obaveza.

Rashodi se mogu javiti u obliku poslovnih, financijskih i izvanrednih rashoda. *Poslovni rashodi* zapravo predstavljaju troškove koji su sadržani u prodanim proizvodima, uslugama i ostali opći troškovi poslovanja.¹¹ *Financijski rashodi* su zapravo kamate ili eventualne tečajne razlike koje se javljaju kao posljedica korištenja tuđih novčanih sredstava. *Izvanredni rashodi*

⁹Vašiček, V. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 75.

¹⁰Vujević, I. (2005): Financijska analiza u teoriji i praksi – 2. dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 90.

¹¹Vujević, I. (2005): Financijska analiza u teoriji i praksi – 2. dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 91.

ne nastaju redovito u poslovanju, a najčešće se javljaju u obliku raznih kazni, štete ili prilikom otuđenja imovine.

U dobit ili gubitak treba uključiti sve stavke prihoda ili rashoda, ali uz uvjet da te stavke udovoljavaju kriterijima prema kojima se priznaju prihodi i rashodi. Prema Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja, kod priznavanja prihoda te rashoda posebno se ističu sljedeća načela:¹²

- pretpostavka nastanka događaja – Prema ovoj pretpostavci prihodi i rashodi se priznaju i unose u financijske izvještaje u trenutku u kojem su stvarno i nastali (kad je roba prodana ili usluga izvršena), a ne onda kada je novac primljen ili isplaćen.
- načelo iskazivanja po bruto osnovi – Prema ovome načelu nužno je da se iskazuju posebno prihodi, a posebno rashodi kako bi se dobile kvalitetnija informacije.
- načelo sučeljavanja prihoda i rashoda – Prema ovom načelu prihodima se trebaju suprotstaviti jedino njihovi pripadajući rashodi.
- načelo opreznosti – Ovo načelo zahtjeva da se prihodi priznaju samo onda kada su stvarno sigurni, ali rashodi se priznaju i kad su samo mogući.

Prilikom utvrđivanja financijskog rezultata bitne su sljedeće relacije:¹³

PRIHODI – RASHODI = FINANCIJSKI REZULTAT

PRIHODI > RASHODI = DOBIT

RASHODI > PRIHODI = GUBITAK

¹²Žager, K. et al. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 75.

¹³Vujević, I. (2005): Financijska analiza u teoriji i praksi – 2. dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 90.

2.4. Izvještaj o novčanom toku

Izvještaj koji pruža informacije o novčanim primicima i izdacima te o stanju novca i novčanih ekvivalenata na početku i kraju razdoblja naziva se izvještaj o novčanom toku. Izvještaj o novčanom toku sadrži informacije koje su jako bitne pri ocjeni poslovanja poduzeća iz razloga jer se u izvještaju o dobiti iskazuje neto dobit, a zapravo poduzeće može imati velikih poteškoća u podmirivanju svojih obaveza.

Najvažnija svrha izvještaja o toku novca je ta da prikazuje kako poduzeće dolazi do novca ali i način na koji ga koristi, a to je vidljivo kroz promjene u strukturi imovine i izvora imovine poduzeća.¹⁴

Najvažnije kategorije ovog izvještaja su novac i njegovi ekvivalenti, to jest tokovi novca i novčanih ekvivalenata. Novac se odnosi na novac u blagajni ali i na potraživanje depozita (novac na računima uključujući prekoračenja) dok se novčani ekvivalenti odnose na kratkotrajna (rok dospijea do 3 mjeseca) visoko-likvidna ulaganja koja se brzo konvertiraju u novac te nisu podložna promjenama vrijednosti.

U izvještaju o novčanom toku potrebno je unutar određenog obračunskog razdoblja navesti novčane tokove razvrstane na:¹⁵

- poslovne aktivnosti,
- investicijske aktivnosti, i
- financijske aktivnosti.

Pod pojmom *poslovnih aktivnosti* podrazumijevaju se glavne aktivnosti koje donose prihod poduzeću, a samim time imaju i najveći utjecaj na poslovni rezultat poduzeća. Najčešći primjeri poslovnih aktivnosti su:¹⁶

- novčani primici prilikom prodaje robe ili pružanja usluga;
- novčani primici od tantijema, naknada, provizija uključujući i druge prihode;
- novčane isplate dobavljačima za isporučenu robu i pružene usluge;
- novčane isplate zaposlenima i za račun zaposlenih;

¹⁴Tušek, B. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 83.

¹⁵Tušek, B. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 84.

¹⁶Tušek, B. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 84.

- novčani primici i novčane isplate osiguravajućeg poduzeća za premije i odštetne zahtjeve, anuitete te druge police osiguranja;
- novčane isplate ili povrati poreza na dobit, osim ako se posebno ne mogu identificirati kao financijske i investicijske aktivnosti;
- novčani primici i isplate prema ugovorima koji služe za poslovne ili trgovačke svrhe.

Pojam *investicijskih aktivnosti* najviše je vezan za promjene na dugotrajnoj nematerijalnoj, materijalnoj, financijskoj imovini kao i potraživanjima. Rok dospijeca ovakvih aktivnosti je dulji od jedne godine. Primici i izdaci u slučaju investicijskih aktivnosti mogu se javiti:¹⁷

- novčani primici od prodaje nekretnina, opreme, postrojenja i druge materijalne i nematerijalne imovine;
- novčani primici od povrata danih kredita drugima;
- novčani primici od prodaje dionica, obveznica drugih poduzeća;
- novčani izdaci za nabavu nekretnina, opreme i druge materijalne i nematerijalne imovine;
- novčani izdaci na osnovu kredita danih drugima;
- novčani izdaci za kupovinu dionica ili obveznica drugih subjekata itd.

Financijske aktivnosti su one koje za posljedicu imaju promjenu veličine glavnice kao i njenog sastava, također to su primljeni krediti poduzeća bez kamata. Primjeri nekih od financijskih aktivnosti su:¹⁸

- novčani primici od izdavanja dionica i drugih glavničnih instrumenata;
- novčane isplate vlasnicima za stjecanje ili iskup dionica poduzeća;
- novčani primici od izdavanja zadužnica, zajmova, pozajmica, obveznica, hipoteke kao i druge kratkoročne ili dugoročne posudbe;
- novčane otplate posuđenih iznosa; i
- novčane otplate najmoprimca za smanjenje nepodmirene obveze koje se odnose na financijski najam.

Postoje dvije metode sastavljanja izvještaja o novčanom toku, a one su direktna ili indirektna metoda. Novčani tokovi koji nastaju od poslovnih aktivnosti mogu se sastavljati pomoću

¹⁷Žager, K. et al. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 84.

¹⁸Tušek, B. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 85.

direktne ili indirektne metode, međutim kod tokova investicijskih i financijskih aktivnosti nužno ih je uvijek utvrđivati i prezentirati prema direktnoj metodi.

U slučaju direktne metode objavljuju se glavne skupine bruto novčanih primitaka i isplata te se utvrđuje razlika u vidu povećanja ili smanjenja novca i novčanih ekvivalenata iz poslovnih aktivnosti. Direktna metoda, za razliku od indirektne je korisnija u procjenjivanju budućih novčanih tokova. Bruto novčani primici i isplate se prema direktnoj metodi mogu dobiti.¹⁹

- iz računovodstvenih evidencija poduzeća; ili
- usklađivanjem prihoda od prodaje, troškova prodaje i drugih stavaka izvještaja o dobiti za: promjene zaliha i poslovnih potraživanja i obveze tijekom razdoblja, druge nenovčane stavke i druge stavke za koje se ulažu novčani učinci ili financiranje novčanih tokova.

Prema indirektnoj se novčani tok od poslovnih aktivnosti utvrđuje neizravno usklađivanjem neto dobiti ili gubitka za učinke:²⁰

- promjena zaliha, potraživanja te obaveza tijekom nekog razdoblja;
- nenovčanih stavki kao što je amortizacija, provizija, odgođeni porezi, nerealizirani dobiti ili gubici u stranoj valuti, neraspodijeljeni profiti povezanih poduzeća i udjeli manjine;
- sve druge stavke za koje se novčani učinci ulažu ili financiraju novčani tokovi.

Polaznu stavku za sastavljane novčanih tokova čini neto dobitak ili gubitak koji se korigira i usklađuje za određene pozicije iz ostalih financijskih izvještaja. Prva kategorija usklađenja se odnosi na nenovčane prihode ili rashode. Nadalje, neto dobit se usklađuje za one elemente koji utječu na novčane tokove, ali ih se svrstava u okvir investicijskih i financijskih aktivnosti. Posljednju kategoriju usklađenja čine usklađenja za promjene konačnog i početnog salda na pojedinim bilančnim pozicijama. Posebna se pozornost pridodaje upravo ovoj trećoj kategoriji usklađenja.

¹⁹Tušek, B. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 87.

²⁰Tušek, B. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 87.

2.5. Izvještaj o promjenama kapitala

Izvještaj o promjenama kapitala bi trebao pokazati koje su se promjene na vlasničkoj glavnici dogodile tijekom dva razdoblja. U ovom izvještaju nužno je prema MRS-u 1 iskazati sljedeće pozicije:²¹

- dobit odnosno gubitak razdoblja;
- stavke prihoda, rashoda, dobitaka ili gubitaka koje treba prema zahtjevima ostalih standarda treba priznati u kapital;
- učinak promjena računovodstvenih politika i ispravke temeljnih pogrešaka;
- dodatna ulaganja vlasnika te visina izglasanih dividendi;
- iznos zadržane dobiti ili gubitka na početku i na kraju razdoblja te promjene unutar tog razdoblja;
- promjene svake druge pozicije kapitala poput premija na dionice i rezerve na početku i kraju razdoblja kao i zasebno prikazivanje tih promjena.

Najvažnija promjena u kapitalu nastaje iz zadržane dobiti. Njen iznos se povećava stvaranjem dobiti, a smanjuje se za iznos ostvarenog gubitka ili za iznos dividendi. Upravni odbor utvrđivanjem zadržane dobiti zapravo vodi politiku dividendi jer ukoliko se manji iznos dividendi isplaćuje, ostaje veći iznos dobiti na raspolaganju poduzeću. Zbog prethodno navedenog ovaj izvještaj izražava bit vlasničkog odnosa uvažavajući interese ulagača, vlasnika kao i samog poduzeća.²²Ovaj izvještaj se ponekad prikazuje u skraćenoj formi, dok se ostale informacije o promjenama na kapitalu prikazuju u bilješkama uz financijske izvještaje. U slučaju ovakvog prezentiranja nužno je da sve bitne informacije budu dostupne i prezentirane korisnicima.

²¹Žager, K. et al. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 87.

²²Žager, K. et al. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 88.

2.6. Bilješke uz financijske izvještaje

Bilješke uz financijske izvještaje su sastavni dio financijskih izvještaja jer pružaju korisnicima informacije koje su im potrebne kako bi mogli razumjeti same izvještaje. Bilješke predstavljaju kvalitetan izvor informacija koje su potrebne unutarnjim i vanjskim korisnicima kako bi potpunije, jednostavnije i lakše razumjeli podatke iz financijskih izvještaja.

Zakonskim okvirom su definirane obvezne bilješke uz financijske izvještaje, dok se njihova struktura i sadržaj određuju primjenom MSFI ili HSFI ovisno o veličini poduzetnika. Bilješke trebaju:²³

- pružiti korisnicima informacije o osnovi za sastavljanje financijskih izvještaja kao i o određenim računovodstvenim politikama;
- objaviti informacije prema zahtjevima Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja koje nisu prezentirane u bilanci, izvještaju o dobiti, izvještaju o promjenama glavnice ili izvještaju o novčanom toku;
- pružiti dodatne informacije koje nisu prezentirane u bilanci, izvještaju o dobiti, izvještaju o promjenama glavnice ili izvještaju o novčanom toku, a nužne su za razumijevanje bilo kojeg od ovih izvještaja.

Sadržaj bilješki nije posebno definiran niti formalno određen. Bilješke u sebi sadržavaju velik broj podataka te se mogu prezentirati u obliku grafikona, tablica, teksta i slično. Više od forme bilješki, važan je njihov sadržaj. Potrebno je da bilješke sadrže sve podatke koje će omogućiti da se dobro može sagledati financijski položaj i uspješnost poslovanja trgovačkog društva kao i uspješnije donošenje poslovnih odluka.

²³ Vašiček, V. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 101.

2.7. Važnost analize financijskih izvještaja

Pojam analize financijskih izvještaja može se opisati proces primjenjivanja različitih analitičkih tehnika pomoću kojih se podaci iz financijskih izvještaja pretvaraju u korisne informacije. Sredstva i tehnike koje se koriste u financijskoj analizi su:²⁴

- komparativni financijski izvještaji koji omogućuju uočavanje promjena tijekom vremena te uočavanje tendencija promjena pomoću serija indeksa,
- strukturni financijski izvještaji koji omogućuju uvid u strukturu,
- analiza pomoću pokazatelja,
- specijalizirane analize.

Važnost analize u prvom redu promatramo s aspekta upravljanja poslovanjem i razvojem poduzeća. Analiza se radi prije procesa planiranja, a sami proces planiranja je dio upravljanja. Kvalitetan financijski plan mora voditi računa o dobrim stranama poduzeća, ali i njegovim slabostima. Financijska analiza je ta koja prepoznaje osobine koje bi se mogle iskoristiti, ali i slabosti koje treba popraviti.

Analiza financijskih izvještaja zapravo, stvara informacije koje su podloga za upravljanje poduzećem. Iako su rezultat analize korisne informacije, treba voditi računa o tome da te informacije nisu sveobuhvatne, tj. ne osiguravaju razmatranje cjeline poslovanja poduzeća, a u ovome se mogu prepoznati ograničenja u primjeni financijske analize za potrebe odlučivanja. Nedostatak neće eliminirati financijsku analizu u svrhu potpore odlučivanju, ali treba voditi računa o ograničenju koje proizlazi iz parcijalnog pristupa problemu upravljanja.

Iako možemo reći da se financijska analiza najčešće provodi za menadžment u svrhu upravljanja, za informacije koje ona pruža zainteresirani su i drugi korisnici izvještaja. U njih se ubrajaju investitori, analitičari fuzije i akvizicije poduzeća, revizori i drugi.²⁵ U zavisnošću od pojedinog korisnika te njegovih interesa naglašava se značenje pojedinog segmenta cjelokupne analize. Menadžment je taj kojega zanimaju svi aspekti poslovanja i za njih je značajna analiza financijskih izvještaja kao cjelina.

²⁴ Žager, L. et al. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb, str. 32.

²⁵ Žager, L. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb, str. 559.

3. FINANCIJSKA ANALIZA NA TEMELJU TVRTKE PODRAVKA D.D.

Podravka, jedna od vodećih kompanija u jugoistočnoj, srednjoj i istočnoj Europi, nastala je 1947. godine, na temeljima nekadašnje tvornice pekmeza i prerade voća braće Wolf. Sa sjedištem u Koprivnici, danas posluje u dva glavna poslovna segmenta: prehrana i farmaceutika, a brojni potrošači prepoznali su vrijednost proizvoda te poklonili svoje povjerenje, u više od četrdeset država širom svijeta.

3.1. Opći podatci o tvrtci

Ime kompanije Podravka potječe od naziva za stanovnicu Podravskog kraja, u kojem se nalazi sjedište tvrtke. Nastala je 1947. godine na temeljima nekadašnje tvornice pekmeza i prerade voća - Wolf, te kasnije postala poznata u zemlji i inozemstvu po proizvodnji univerzalnog dodatka jelima - Vegeti, koja se već pola stoljeća izvozi u više od 40 zemalja svijeta na svih pet kontinenata. Podravku danas kupci prepoznaju, ne samo po brandu Vegeta već i po nizu brandova; Dolcela, Lino, Eva, Fant, Kviki itd.

Logotip Podravke mijenjao se tijekom godina. Dominantna boja, posebno u posljednjih trideset godina, je jarko crvena na bijeloj podlozi. Crvena u spektru boja spada u one tople, a kako je riječ o prehrambenoj industriji, posve je razumljiv odabir tople boje koja pozitivno utječe na emocije ljudi.

Najdugovječniji Podravkini slogani bili su „Od srca srcu“, te „Kompanija sa srcem“, a godinama se u kampanjama koristio slogan „Kad se sa srcem kuha, kuha se Podravka juha“. Srce je, osim u znaku kompanije, simbolički korišteno i kao izvor emocija čovjeka, a poznato je da hrana u životima mnogih ima i značenje izvora velikog spektra zadovoljstava.

Podravkine marke:

- **Vegeta i Warzywko** - originalni dodaci jelima
- **Studena i Studenac** - izvorska i mineralna voda
- **Eva** - riblji proizvodi
- **Talianetta** - umaci za tjesteninu
- **Lagris** - riža, tjestenine i grahorice
- **Fini-Mini** - mini juhe
- **Fant** -mješavine za pripremu jela
- **Belsad** - marmelade i džemovi
- **Provita** - žitarice
- **Lino, Čokolino i Čokolešnik** - dječja hrana, kremni namazi i žitarice
- **Dolcela** - slastice
- **Lero** - sirupi
- **Kviki** - grickalice
- **Žito** - pekarski proizvodi, zamrznuti proizvodi
- **Zlato polje** - riža i tjestenina
- **Maestro** - začini, mono začini, mješavine za pripremu jela
- **Natura** - bio proizvodi
- **1001 cvet** - čajevi
- **Šumi** - bomboni
- **Belupo** - farmaceutski proizvodi
- **Coolinarika.com** - kulinarska internet destinacija.

3.1.1. Povijest

Braća **Marijan** i **Matija Wolf** osnovali su tvrtku za preradu i prodaju voća 1934., poslije Drugog svjetskog rata 1947., tvrtka je nacionalizirana i dobila je današnje ime **Podravka**.^[3]. Nakon rata počinje se širiti proizvodnja:

- 1949. Podravka je počela proizvoditi pekmez
- 1952. na tržište su pušteni novi proizvodi: bivša tvornica voća Podravka sada je počela proizvoditi slatkiše, senf, ketchup, voćne rakije i konzervirano meso
- 1957. započeta proizvodnja instant-juha
- 1958. godine razvojni tim na čelu s profesoricom Zlatom Bartl izumili su Vegetu
- 1959. u prodaju je puštena Vegeta
- 1967. Podravka je ostvarila prvu suradnju s međunarodnim tvrtkama i prvi put izvezla Vegetu Mađarskoj i Sovjetskom Savezu
- 1972. Podravka je započela proizvodnju lijekova u Ludbregu osnivanjem podružnice Belupo
- 1981. otvara se nova tvornica lijekova u Danici
- 1982. Podravka osniva Muzej prehrane^[4]

Nakon što je Hrvatska stekla neovisnost 1991. godine, Podravka je privatizirana 1993. godine i pretvorena u dioničko društvo. Prodaja Podravkinih dionica na Zagrebačkoj burzi započela je 1998. godine. Sa zaradom od **130 milijuna eura na burzi**, izgrađene su **tri nove tvornice**.

- 2000. godine otvoreni su novi Vegetini proizvodni pogoni u Koprivnici i Poljskoj. Iste godine Podravka je preuzela isključivu prodaju proizvoda Barilla u Poljskoj, a godinu dana poslije ekskluzivnu prodaju za Kraš u Mađarskoj. U čast Zlate Bartl, odgovorne za razvoj Vegete 1959., tvrtka je osnovala **Zakladu Zlata Bartl 2001**.
- 2002. godine. Podravka je preuzela Ital-Ice i češku tvrtku Lagris. Iste godine Podravka je potpisala ugovore o partnerstvu s Nestleom, Heinzom i Unileverom te je pretvorila farmaceutsku podružnicu Belupo u dioničko društvo.

- 2003. godine Podravka je otvorila novu tvornicu u industrijskoj zoni Danica. Tri godine poslije preuzela je marku EVA.
- 2007. godine Podravka je kupila tvrtke Warzywko i Perfekt u Poljskoj te Lero u Hrvatskoj. Iste godine bečka burza uvrstila je Podravku u CROX-Indeks. Podravka je potpisala ugovor o korištenju imena s Paramount Picturesom 2008. Iste godine preuzela je marke Čokolešnik i Čoko.
- 2009. godine tvrtka se suočila s korupcijom i financijskim skandalom koji je doveo do uhićenja nekoliko članova odbora. Razlog je bilo korištenje 35 milijuna eura iz tvrtkinih sredstava radi pokušaja preuzimanja kontrole nad tvrtkom preko nezakonitih transakcija. Iste godine preuzet je Belsad i otvoren novi logistički centar u Dugopolju.
- 2010. godine Podravkini proizvodi prvi su put proizvedeni u Sjedinjenim Američkim Državama.
- 2012. godine Zvonimir Mršić postao je Podravkin predsjednik Uprave, a Dubravko Štimac izabran je za predsjednika nadzornog odbora.
- 2013. godine tvrtka je otvorila Centar za inovacije u hrani u suradnji s Institutom Ruđer Bošković. Iste je godine Podravka potpisala ugovor s hrvatskim proizvođačem alkoholnih pića Badel1862 d.d. za ekskluzivnu distribuciju Badelovih proizvoda u Sloveniji.
- 2014. godine Podravka je preuzela tvornicu za preradu ribe Mirna, a 2015. stekla je 51,55% većinskog udjela u slovenskoj prehrambenoj tvrtki Žito.

Slika 1: Podravkini proizvodi



izvor:https://www.google.com/search?client=opera&biw=1326&bih=631&tbm=isch&sa=1&ei=4P1_W7O6A7eAigP5aG1oAw&q=podravka+proiyvodi&oq=podravka+proiyvodi&gs_l=img.3...17666.33300.0.33632.0.0.0.0.0.0.0.0...0...1c.1.64.img..0.0.0....0.UxIHxCLeG7g#imgcr=IHGGLGZRL3xacM:

Slika 2: Podravka logo

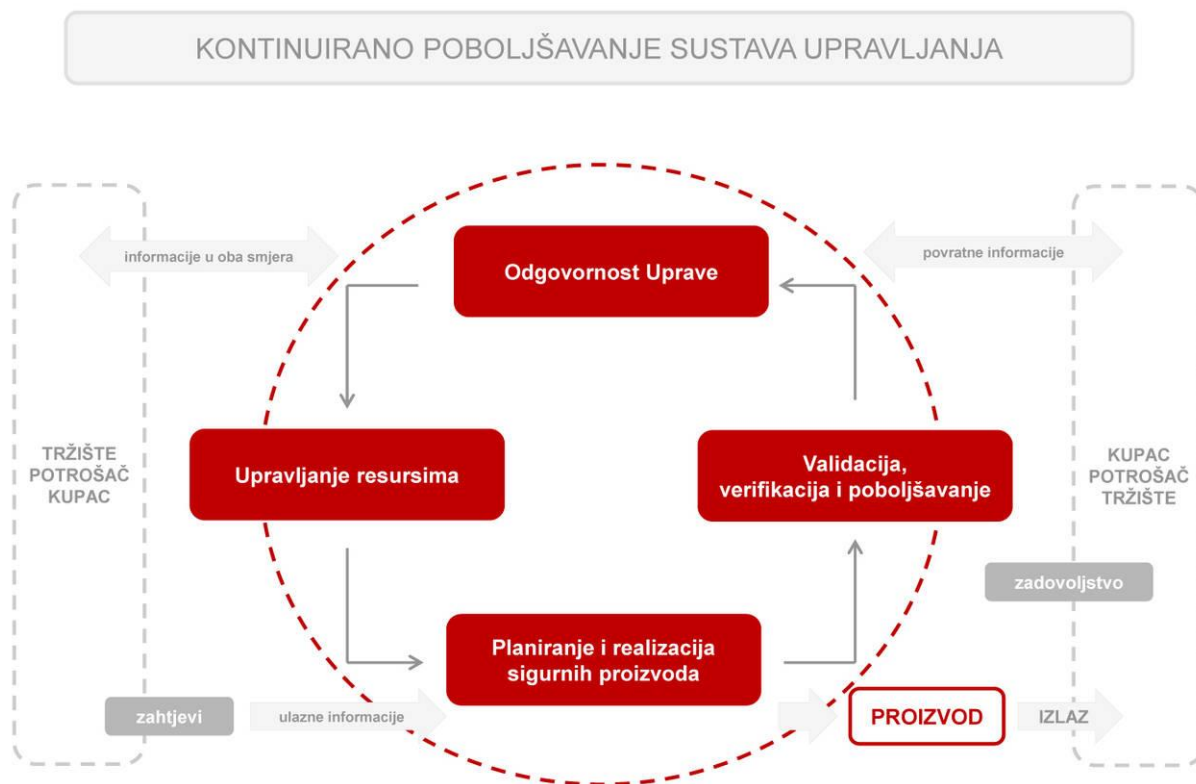


Izvor:

https://www.google.com/search?q=podravka&client=opera&hs=SE4&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj-76vN6bLdAhUQJ1AKHX5NBtQQ_AUICigB&biw=1326&bih=627#imgcr=hFNQyM1FURpJxM:

3.1.2. Sustav upravljanja

Slika 3: Shematski prikaz sustava upravljanja



Izvor: <https://www.podravka.hr/kompanija/odgovornost/kvaliteta-i-sigurnost-hrane/sigurnost-hrane/>

Vizija

Učinkovito primjenjivanje integriranih sustava upravljanja kompanije prepoznavanjem zahtjeva potrošača, kupaca i svih zainteresiranih strana u lancu hrane.

Misija

Kontinuirano primjenjivanje prepoznatih zahtjeva poboljšavajući postojeći sustav uz sudjelovanje i zalaganje svih zaposlenika kompanije.

Područje rada

Za sustavni pristup upravljanju, standardizaciju i poboljšavanje poslovnih procesa uspostavljena je služba Poslovna kvaliteta. Područje rada službe su implementacija, održavanje i razvoj integriranog sustava upravljanja koji se temelji na ISO 9001 (Sustav

upravljanja kvalitetom), ISO 14001 (Sustav upravljanja okolišem), FSSC 22000 (Sustav upravljanja sigurnošću hrane), OHSAS 18001 (Sustav upravljanja zaštitom zdravlja i sigurnošću na radu), zatim HACCP principima prema Codex Alimentarius (Analiza opasnosti i kritičnih kontrolnih točaka) te ostalim normama i propisima koji se odnose na prehrambenu industriju i njezina tržišta (IFS - International Food Standard, BRC - British Retail Consortium, NSF, Halal, Kosher i sl.). Uz to, služba Poslovna kvaliteta provodi osposobljavanje svih razina zaposlenika za spomenuta područja.

Predstavnici Podravkine službe Poslovna kvaliteta aktivni su u radu svih asocijacija koje se bave sustavnim pristupom kvaliteti u Hrvatskoj (HDK - Hrvatsko društvo za kvalitetu, HDMK - Hrvatsko društvo menadžera kvalitete), u kontaktu su i s europskim organizacijama kao što je to EOQ - European Organization for Quality, a sudjeluju i u kreiranju zakonske regulative na području sigurnosti hrane. Podravkin pristup sigurnosti hrane i kvaliteti definiran je i u Politici sustava sigurnosti hrane i kvalitete, jednom od temeljnih dokumenata sustava upravljanja.

Svojim aktivnostima i rezultatima na području sustava upravljanja Podravka dokazuje svoju sposobnost udovoljavanja zahtjevima globalnog tržišta uspostavom učinkovitijeg poslovanja.

3.1.3. Podravka „2015.“

Fokus u 2015. je bio na revitalizaciji ključnog portfelja kroz dodavanje vrijednosti postojećem portfelju, kao i kreiranje novih diferenciranih linija proizvoda, koje jačaju brandove Podravkinog portfelja, privlače nove potrošače i doprinose rastu ukupnih kategorija. Podravka je svoj bogati inovacijski ciklus implementirala na domaćim i internacionalnim tržištima, gdje je posebno bila aktivna kroz otvaranje novih tržišta. Jedan od najvažnijih marketinških događaja za kompaniju je bio početak renovacijskog programa na Podravkinom najinternationalnijem brandu - Vegeti, a koji se sastoji od nekoliko koraka: novog vizualnog identiteta koji brandu donosi suvremenost i prirodnost, novih formulacija asortimana specijalnih dodataka jelima (linije Vegeta Grill i Twist) u skladu s nutritivnom strategijom kompanije, te nove komunikacijske platforme, koja izuzetno uspješno koristi digitalne kanale komunikacije uz one klasične. Sve je to rezultat novog pozicioniranja, kojemu je cilj pomladiti brand, stvoriti emocionalnu povezanost s potrošačima i približiti ga generaciji tzv.

Millenialsa. Godina 2015. je bila i godina Podravka juha. Napravljen je veliki inovacijski iskorak u segmentu kremastih juha: relansiranje kremaste linije unaprijeđenih formulacija u skladu s nutritivnom strategijom i suvremenog vizualnog identiteta, nastavak izgradnje jedinstvene premium linije Bogatstvo povrća te relansiranje linije instant juha Fini-Mini. Veliki inovacijski ciklus napravljen je na brandu Lino – uveden je niz novih proizvoda u kategoriji Dječje hrane s novim pogodnostima za potrošače: asortiman 4+ obogaćen probioticima i bez glutena, asortiman namijenjen za pripremu s vodom kao rezultat ulaganja u novu tehnologiju, multigrain Junior linija te linija voćnih kašica. Brand Lino intenzivirao je i inovirao i komunikaciju s potrošačima u tzv. Kids asortimanu (žitarice i kremasti namazi), što se posljedično odrazilo na jačanje tržišnih pozicija u Adria regiji. U kategoriji Slastica, s Dolcela brandom, napravljena je revitalizacija portfelja pudinga kroz inovacije receptura, a istovremeno brand ulazi u kategoriju dekora za kolače s ciljem privlačenja novih potrošača i jačanja lojalnosti postojećih. U komunikaciji s potrošačima Dolcela je lansirajući originalnu mobilnu aplikaciju, potrošačima omogućila kontinuiranu i interaktivnu inspiraciju omiljenim slasticama za uživanje u malim trenucima. U 2015. zaokružen je rad na kreiranju Podravkine mediteranske platforme, koja objedinjuje kategorije rajčice, ribe, tjestenine i umaka na bazi rajčice. Novi vizualni identitet implementiran je na svim kategorijama, a kreirana je i nova komunikacijska platforma koja je koncept i Podravkinu mediteransku kulinarsku ekspertizu kao dodanu vrijednost približila potrošačima Adria regije kao i Srednje Europe. U kategoriji Mesnih proizvoda implementirana je integracija Piketa i Classic pašteta u Podravkin portfelj i vizualni identitet, a veliki fokus stavljen je na optimizaciju portfelja. U novoformiranoj kategoriji Food solution implementiran je pilot projekt pothlađenih gotovih jela za HORECA kanal na tržištu Hrvatske. Podravka gotova jela kupcu u HORECA kanalu omogućavaju da svojim gostima ponudi neka od najpoznatijih klasičnih hrvatskih jela kao što su dalmatinska paštica, sarma ili grah varivo, kao rezultat kreacije Podravkinih kulinarskih stručnjaka i tehnologa, što predstavlja pravu inovaciju u tom distributivnom kanalu. Belupov proizvodni portfelj u 2015. godini povećao se za 17 novih proizvoda. Osim potpuno novih brandova, i neki postojeći brandovi prošireni su novim dozama ili oblicima. Tijekom 2015. Godine vrlo aktivno se radilo i na uvođenju novih izvora aktivnih sirovina. Veliki fokus u 2015. bio je na otvaranju Novih tržišta kroz pripremu i prilagodbu asortimana. Ključni brand je Vegeta, pa su tako osim Vegeta univerzalnih i specijalnih dodataka, lansirane i Vegeta juhe. Osim Vegeta asortimana, pripremljen je i lansiran asortiman proizvoda iz kategorije Lino svijeta te

asortiman Dolcela slastica, koje posebno ciljaju tržišta MENA²⁶ regije. U travnju 2015. godine predstavništvo Podravke dobilo je sve potrebne dozvole za rad na kineskom tržištu. Za početak je odlučeno da će se na kineskom tržištu prvo plasirati voda, ledeni čaj, slastice i dječja hrana. Cilj da se uđe na ovo tržište ostvaren je nakon više od 20 godina pokušaja, zbog tradicionalnosti Kineza. Najveći uspjeh trebala bi polučiti dječja hrana, jer je njezina kvaliteta neupitna, a roditelji svojim jedincima žele pružiti samo ono najbolje. U 2015. godini napravljen je značajan napor vezan za daljnji razvoj digitalne komunikacije. Podignuto je 13 novih on line komunikacijskih platformi što uključuje nove jezične verzije korporativnih web stranica te lansiranje novih aplikacija i profila na etabliranim komunikacijskim platformama. Također je napravljen snažan iskorak u produkciji on line video sadržaja kroz snimanje video recepata i njihovo višestruko iskorištavanje kroz plasiranje na sve sadašnje Podravkine on line komunikacijske platforme.²⁷

3.2. Temeljni instrumenti i postupci analize financijskih izvještaja

U ovom poglavlju će se analizirati godišnja financijska izvješća za 2015. i 2016. godinu. Prikazat će se analiza putem vertikalne analize, horizontalne analize i putem financijskih pokazatelja kako bi se što bolje prikazala uspješnost poslovanja poduzeća.

3.2.1 Horizontalna analiza

Horizontalna analiza je analiza financijskih izvještaja koja omogućava uspoređivanje podataka kroz dulje vremensko razdoblje da bi se otkrile tendencije i dinamika promjena u apsolutnim i relativnim iznosima osnovnih financijskih izvještaja pozicija u tekućem razdoblju u odnosu na ono u prethodnoj godinu.

Najčešće se za prikaz dinamike koriste indeks i to bazni. Izabere se jedna godina da bude kao baza, a podaci iz ostalih godina se prikazuju u postotku u odnosu na baznu godinu,- što je

²⁶ Mena regija je termin koji se koristi za obuhvaćanje zone od Maroka do Irana, a također se povremeno naziva „Veliki Bliski istok“

²⁷ Uprava Podravke d.d., godišnje izvješće grupa Podravka 2015.

izuzetno lako interpretirati i preko čega se dobiju vrlo zahvalne pokazatelje. Osim baznih indeksa mogu se koristiti i verižni indeksi u slučaju kad se analizira više od dva razdoblja.²⁸

Horizontalna analiza kao varijacija je analiza trendova, kod koje se postoci promjene izračunavaju za nekoliko uzastopnih godina, umjesto za dvije godine. Znači da će se uz pomoć ove analize omogućiti uvid u način poslovanja. Na duži vremenski period i tako biti u stanju prikazati osnovne promjene.

Najveći problemi horizontalne analize jesu: inflacija, promjene obračunskog sustava kod izrade i predočenja izvješća, promjene u politici bilanciranja i sve ostale promjene koje izvješća čine neusporedivim.²⁹ Kada se događaju takvi slučajevi onda se izvješća moraju uskladiti prije uspoređivanja. Ako nije moguće, treba uskladiti samo bitne stavke ili bitne pokazatelje te ih onda usporediti.³⁰

3.2.2. Vertikalna analiza

Vertikalna analiza se provodi na strukturnim financijskim izvještajima kao npr. bilanci i računu dobiti i gubitka, gdje se uspoređuju podaci iz financijskih izvještaja prikupljeni tijekom jedne godine.

U vertikalnoj analizi bilance aktiva i pasiva se označavaju sa brojem 100 i predstavljaju konstantnu veličinu, a sve druge pozicije se stavljaju u odnos s njima kako bi se odredio postotni odnos svih ostalih varijabli. Dakle, to je usporedba pojedine pozicije iz financijskih izvještaja u odnosu na uzetu konstantnu varijablu.

U računu dobiti i gubitka se kao konstanta uzimaju prihod od prodaje ili ukupni prihod i označavaju se sa 100 pa se ostale pozicije uspoređuju s njim.³¹

Ovakva analiza je dobra kod uspoređivanja sa drugim društvima ili u slučajevima inflacije.

²⁸ 22 Brekalo F.(2007): Revizija financijskih izvještaja, Zgombić & Partneri d.o.o., Zagreb, str.47

²⁹ 23 Belak V.(1995): Menadžersko računovodstvo, RRI plus d.o.o., Zagreb, str.93

³⁰ 24 Belak V.(1995): Menadžersko računovodstvo, RRI plus d.o.o., Zagreb, str.93

³¹ Vuko T.(2016),Materijali iz kolegija Analiza financijskih izvještaja, Materijali s predavanja 5, Split,, str. 2. preuzeto sa <http://efst.hr> (08.07.2017.)

3.2.3. Horizontalna i vertikalna analiza bilance

Tablica 3: Bilanca tvrtke Podravka d.d.

BILANCA
stanje na dan 31.12.2015.

Obveznik: Podravka prehrambena industrija d.d., Koprivnica			u kunama	
Naziv pozicije	Prethodno razdoblje	Tekuće razdoblje	Promjena 2015/2014	Struktura 2015.
1	3	4		
AKTIVA				
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL	0	0		
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (003+010+020+029+033)	1.316.850.000	1.894.605.133	43,87%	58,13%
I. NEMATERIJALNA IMOVINA (004 do 009)	131.249.857	122.818.399	-6,42%	3,77%
1. Izdaci za razvoj	0	0		
2. Koncesije, patenti, licencije, robne i uslužne marke, softver i ostala prava	123.959.977	110.590.711	-10,79%	3,39%
3. Goodwill	0	0		
4. Predujmovi za nabavu nematerijalne imovine	0	0		
5. Nematerijalna imovina u pripremi	7.289.880	12.227.688	67,74%	0,38%
6. Ostala nematerijalna imovina	0	0		
II. MATERIJALNA IMOVINA (011 do 019)	696.007.450	829.594.913	19,19%	25,45%
1. Zemljište	39.690.515	43.034.502	8,43%	1,32%
2. Građevinski objekti	397.566.604	445.633.300	12,09%	13,67%
3. Postrojenja i oprema	190.426.114	250.256.948	31,42%	7,68%
4. Alati, pogonski inventar i transportna imovina	7.710.488	10.567.741	37,06%	0,32%
5. Biološka imovina	0	0		
6. Predujmovi za materijalnu imovinu	880.766	11.571.631	1213,81%	0,36%
7. Materijalna imovina u pripremi	58.995.088	67.808.592	14,94%	2,08%
8. Ostala materijalna imovina	737.875	722.199	-2,12%	0,02%
9. Ulaganje u nekretnine	0	0		
III. DUGOTRAJNA FINACIJSKA IMOVINA (021 do 028)	452.626.748	891.559.077	96,97%	27,36%
1. Udjeli (dionice) kod povezanih poduzetnika	372.392.313	791.517.561	112,55%	24,29%
2. Dani zajmovi povezanim poduzetnicima	73.250.000	95.481.262	30,35%	2,93%
3. Sudjelujući interesi (udjeli)	2.319.795	994.100	-57,15%	0,03%
4. Zajmovi dani poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi	0	0		
5. Ulaganja u vrijednosne papire	0	0		
6. Dani zajmovi, depoziti i slično	4.664.640	3.566.154	-23,55%	0,11%
7. Ostala dugotrajna financijska imovina	0	0		
8. Ulaganja koja se obračunavaju metodom udjela	0	0		
IV. POTRAŽIVANJA (030 do 032)	0	0		
1. Potraživanja od povezanih poduzetnika	0	0		

2. Potraživanja po osnovi prodaje na kredit	0	0		
3. Ostala potraživanja	0	0		
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA	36.965.945	50.632.744	36,97%	1,55%
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (035+043+050+058)	1.257.415.768	1.324.306.673	5,32%	40,63%
I. ZALIHE (036 do 042)	536.075.990	563.215.130	5,06%	17,28%
1. Sirovine i materijal	117.405.771	138.433.496	17,91%	4,25%
2. Proizvodnja u tijeku	27.484.468	44.585.030	62,22%	1,37%
3. Gotovi proizvodi	114.038.787	125.410.263	9,97%	3,85%
4. Trgovačka roba	67.434.594	55.062.839	-18,35%	1,69%
5. Predujmovi za zalihe	0	0		
6. Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	209.712.370	199.723.502	-4,76%	6,13%
7. Biološka imovina	0	0		
II. POTRAŽIVANJA (044 do 049)	574.902.173	614.044.171	6,81%	18,84%
1. Potraživanja od povezanih poduzetnika	358.862.505	359.347.835	0,14%	11,03%
2. Potraživanja od kupaca	176.896.430	216.209.194	22,22%	6,63%
3. Potraživanja od sudjelujućih poduzetnika	0	0		
4. Potraživanja od zaposlenika i članova poduzetnika	568.443	1.320.499	132,30%	0,04%
5. Potraživanja od države i drugih institucija	5.765.821	15.436.005	167,72%	0,47%
6. Ostala potraživanja	32.808.974	21.730.638	-33,77%	0,67%
III. KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA (051 do 057)	57.652.190	51.633.549	-10,44%	1,58%
1. Udjeli (dionice) kod povezanih poduzetnika	20.000	20.000	0,00%	0,00%
2. Dani zajmovi povezanim poduzetnicima	54.672.815	49.421.133	-9,61%	1,52%
3. Sudjelujući interesi (udjeli)	0	0		
4. Zajmovi dani poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi	0	0		
5. Ulaganja u vrijednosne papire	476.000	645.000	35,50%	0,02%
6. Dani zajmovi, depoziti i slično	2.483.375	1.332.498	-46,34%	0,04%
7. Ostala financijska imovina	0	214.918		
IV. NOVAC U BANCIMA I BLAGAJNI	88.785.415	95.413.823	7,47%	2,93%
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI	8.456.397	40.170.206	375,03%	1,23%
E) UKUPNO AKTIVA (001+002+034+059)	2.582.722.165	3.259.082.012	26,19%	100,00%
F) IZVANBILANČNI ZAPISI	608.580.439	980.151.421	61,06%	30,07%
PASIVA				
A) KAPITAL I REZERVE (063+064+065+071+072+075+078)	1.337.863.908	1.950.372.711	45,78%	59,84%
I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL	1.084.000.600	1.566.400.660	44,50%	48,06%
II. KAPITALNE REZERVE	45.763.751	184.178.962	302,46%	5,65%
III. REZERVE IZ DOBITI (066+067-068+069+070)	5.523.313	99.642.627	1704,04%	3,06%
1. Zakonske rezerve	2.568.306	12.651.998	392,62%	0,39%
2. Rezerve za vlastite dionice	67.604.502	147.604.502	118,34%	4,53%
3. Vlastite dionice i udjeli (odbitna stavka)	67.604.502	66.709.496	-1,32%	2,05%
4. Statutarne rezerve	0	0		
5. Ostale rezerve	2.955.007	6.095.623	106,28%	0,19%
IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE	0	0		

V. ZADRŽANA DOBIT ILI PRENESENI GUBITAK (073-074)	902.407	-56.821.344	-6396,64%	-1,74%
1. Zadržana dobit	902.407	0	-100,00%	0,00%
2. Preneseni gubitak	0	56.821.344		1,74%
VI. DOBIT ILI GUBITAK POSLOVNE GODINE (076-077)	201.673.837	156.971.806	-22,17%	4,82%
1. Dobit poslovne godine	201.673.837	156.971.806	-22,17%	4,82%
2. Gubitak poslovne godine	0	0		
VII. MANJINSKI INTERES	0	0		
B) REZERVIRANJA (080 do 082)	30.539.209	31.667.552	3,69%	0,97%
1. Rezerviranja za mirovine, otpremnine i slične obveze	14.460.800	17.013.353	17,65%	0,52%
2. Rezerviranja za porezne obveze	0	0		
3. Druga rezerviranja	16.078.409	14.654.199	-8,86%	0,45%
C) DUGOROČNE OBVEZE (084 do 092)	694.686.322	634.831.994	-8,62%	19,48%
1. Obveze prema povezanim poduzetnicima	0	0		
2. Obveze za zajmove, depozite i slično	0	0		
3. Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama	694.686.322	634.831.994	-8,62%	19,48%
4. Obveze za predujmove	0	0		
5. Obveze prema dobavljačima	0	0		
6. Obveze po vrijednosnim papirima	0	0		
7. Obveze prema poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi	0	0		
8. Ostale dugoročne obveze	0	0		
9. Odgođena porezna obveza	0	0		
D) KRATKOROČNE OBVEZE (094 do 105)	473.188.131	596.989.702	26,16%	18,32%
1. Obveze prema povezanim poduzetnicima	50.437.132	11.670.539	-76,86%	0,36%
2. Obveze za zajmove, depozite i slično	429.443	498.365	16,05%	0,02%
3. Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama	173.261.915	257.215.121	48,45%	7,89%
4. Obveze za predujmove	0	38.175		
5. Obveze prema dobavljačima	214.401.372	286.319.738	33,54%	8,79%
6. Obveze po vrijednosnim papirima	0	0		
7. Obveze prema poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi	0	0		
8. Obveze prema zaposlenicima	28.770.202	35.358.859	22,90%	1,08%
9. Obveze za poreze, doprinose i slična davanja	1.843.358	2.776.920	50,64%	0,09%
10. Obveze s osnove udjela u rezultatu	676.868	676.368	-0,07%	0,02%
11. Obveze po osnovi dugotrajne imovine namijenjene prodaji	0	0		
12. Ostale kratkoročne obveze	3.367.841	2.435.617	-27,68%	0,07%
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA	46.444.595	45.220.053	-2,64%	1,39%
F) UKUPNO – PASIVA (062+079+083+093+106)	2.582.722.165	3.259.082.012	26,19%	100,00%
G) IZVANBILANČNI ZAPISI	608.580.439	980.151.421	61,06%	30,07%
DODATAK BILANCI (popunjavanje poduzetnik koji sastavlja konsolidirani financijski izvještaj)				
A) KAPITAL I REZERVE				
1. Pripisano imateljima kapitala matice	0	0		
2. Pripisano manjinskom interesu	0	0		

Izvor: Vlastita izrada autora

Vrijednost dugotrajne imovine tvrtke Podravka d.d. se povećala za 43,87% u 2015. godini u odnosu na prethodnu godinu te dugotrajna imovina čini 58,13% ukupne aktive. Dugotrajna imovina se sastoji od materijalne, nematerijalne, ali najvećim dijelom od dugotrajne financijske imovine (27,36%).

Vrijednost kratkotrajne imovine Podravka d.d. se povećala za 5,32% u 2015. u odnosu na prethodnu godinu te kratkotrajna imovina predstavlja 40,63 % ukupne aktive poduzeća.

U kratkotrajnoj imovini vrijednost zaliha se povećala za 5,06 % u 2015. u odnosu na prethodnu godinu te zalihe čine 17,28 % ukupne aktive. Efikasnost naplate se pogoršala jer su potraživanja poduzeća povećana za 6,81 % u 2015 u odnosu na prethodnu godinu i čine 18,84 % ukupne aktive. Vrijednost kratkotrajne financijske imovine poduzeća bilježi pad od 10,44 % u 2015. u odnosu na 2014. godinu i ona čini 1,58 % ukupne aktive tvrtke Podravka d.d. Novčana sredstva u banci i blagajni u 2015 godini iznose 2,93 % ukupne aktive i bilježi značajan porast od 7,47 % u odnosu na prethodnu godinu.

Ukupna aktiva tvrtke Podravka d.d. je u 2015.godini iznosila približno 3,3 milijarde kuna i porasla je za 26,19 % u odnosu na 2014. godinu.

Vlastiti kapital tvrtke Podravka d.d. se povećao 45,78% te čini 59,84% ukupne pasive što bi značilo da se tvrtka Podravka d.d. financira iz drugih sredstava osim vlastitih.

Vlastite dionice i udjeli su se smanjili za 1,32% u odnosu na prethodnu godinu te čine 2,05% pasive.

Tvrtka Podravka d.d. je smanjila svoje dugoročne obveze za 8,62% u 2015. godini te one iznose 19,48% ukupne pasive. Kratkoročne obveze su se povećale za 26,12%.

Odgođeni troškovi i prihodi budućeg razdoblja su u 2015 godini smanjeni za 2,64 % i predstavljaju 1,39 % ukupne pasive poduzeća.

Ukupna pasiva tvrtke Podravka d.d. je u 2015.godini iznosila približno 3,3 milijarde kuna i porasla je za 26,19 % u odnosu na 2014. godinu.

3.2.4. Horizontalna i vertikalna analiza RDG-a

Tablica 4: Račun dobiti i gubitka tvrtke Podravka d.d.

Obveznik: Podravka prehrambena industrija d.d., Koprivnica			u kunama	
Naziv pozicije	Prethodna godina	Tekuća godina	Promjena 2015./2014.	Struktura 2015.
1	3	4		
I. POSLOVNI PRIHODI (112+113)	1.808.000.173	1.923.269.862	6,38%	94,62%
1. Prihodi od prodaje	1.755.983.329	1.870.592.974	6,53%	92,03%
2. Ostali poslovni prihodi	52.016.844	52.676.888	1,27%	2,59%
II. POSLOVNI RASHODI (115+116+120+124+125+126+129+130)	1.690.634.666	1.834.555.739	8,51%	90,26%
1. Promjene vrijednosti zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda	-17.602.358	4.698.992	-126,70%	0,23%
2. Materijalni troškovi (117 do 119)	1.129.844.118	1.243.529.377	10,06%	61,18%
a) Troškovi sirovina i materijala	621.546.584	691.584.432	11,27%	34,03%
b) Troškovi prodane robe	274.035.293	294.588.801	7,50%	14,49%
c) Ostali vanjski troškovi	234.262.241	257.356.144	9,86%	12,66%
3. Troškovi osoblja (121 do 123)	329.270.249	340.467.578	3,40%	16,75%
a) Neto plaće i nadnice	197.696.583	206.956.256	4,68%	10,18%
b) Troškovi poreza i doprinosa iz plaća	83.044.801	82.456.676	-0,71%	4,06%
c) Doprinosi na plaće	48.528.865	51.054.646	5,20%	2,51%
4. Amortizacija	76.457.368	84.203.492	10,13%	4,14%
5. Ostali troškovi	134.979.825	110.595.783	-18,06%	5,44%
6. Vrijednosno usklađivanje (127+128)	0	11.532.957	0%	1%
a) dugotrajne imovine (osim financijske imovine)	0	0		
b) kratkotrajne imovine (osim financijske imovine)	0	11.532.957		
7. Rezerviranja	0	0		
8. Ostali poslovni rashodi	37.685.464	39.527.560	4,89%	1,94%
III. FINANCIJSKI PRIHODI (132 do 136)	149.915.871	109.269.449	-27,11%	5,38%
1. Kamate, tečajne razlike, dividende i slični prihodi iz odnosa s povezanim poduzetnicima	120.022.743	93.760.567	-21,88%	4,61%
2. Kamate, tečajne razlike, dividende, slični prihodi iz odnosa s nepovezanim poduzetnicima i drugim osobama	29.890.863	14.718.676	-50,76%	0,72%
3. Dio prihoda od pridruženih poduzetnika i sudjelujućih interesa	0	0		
4. Nerealizirani dobiti (prihodi) od financijske imovine	2.265	790.206	34787,68%	0,04%
5. Ostali financijski prihodi	0	0		
IV. FINANCIJSKI RASHODI (138 do 141)	65.222.306	53.688.491	-17,68%	2,64%
1. Kamate, tečajne razlike i drugi rashodi s povezanim poduzetnicima	2.125.866	7.347.849	245,64%	0,36%
2. Kamate, tečajne razlike i drugi rashodi iz odnosa s nepovezanim poduzetnicima i drugim osobama	63.053.539	39.674.262	-37,08%	1,95%
3. Nerealizirani gubici (rashodi) od financijske imovine	42.901	11.690	-72,75%	0,00%
4. Ostali financijski rashodi	0	6.654.690		

V. UDIO U DOBITI OD PRIDRUŽENIH PODUZETNIKA	0	0		
VI. UDIO U GUBITKU OD PRIDRUŽENIH PODUZETNIKA	0	0		
VII. IZVANREDNI - OSTALI PRIHODI	0	0		
VIII. IZVANREDNI - OSTALI RASHODI	0	0		
IX. UKUPNI PRIHODI (111+131+142 + 144)	1.957.916.044	2.032.539.311	3,81%	100,00%
X. UKUPNI RASHODI (114+137+143 + 145)	1.755.856.972	1.888.244.230	7,54%	92,90%
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (146-147)	202.059.072	144.295.081	-28,59%	7,10%
1. Dobit prije oporezivanja (146-147)	202.059.072	144.295.081	-28,59%	7,10%
2. Gubitak prije oporezivanja (147-146)	0	0		
XII. POREZ NA DOBIT	385.235	-12.676.725	-3390,65%	-0,62%
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (148-151)	201.673.837	156.971.806	-22,17%	7,72%
1. Dobit razdoblja (149-151)	201.673.837	156.971.806	-22,17%	7,72%
2. Gubitak razdoblja (151-148)	0	0		
DODATAK RDG-u (popunjavanje poduzetnik koji sastavlja konsolidirani godišnji financijski izvještaj)				
XIV. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA				
1. Pripisana imateljima kapitala matice	0	0		
2. Pripisana manjinskom interesu	0	0		
IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVAATNOJ DOBITI (popunjavanje poduzetnik obveznik primjene MSFI-a)				
I. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (= 152)	201.673.837	156.971.806	-22,17%	7,72%
II. OSTALA SVEOBUHVAATNA DOBIT/GUBITAK PRIJE POREZA (159 do 165)	0	-49.469		
1. Tečajne razlike iz preračuna inozemnog poslovanja	0	0		
2. Promjene revalorizacijskih rezervi dugotrajne materijalne i nematerijalne imovine	0	0		
3. Dobit ili gubitak s osnove ponovnog vrednovanja financijske imovine raspoložive za prodaju	0	0		
4. Dobit ili gubitak s osnove učinkovite zaštite novčanog toka	0	0		
5. Dobit ili gubitak s osnove učinkovite zaštite neto ulaganja u inozemstvu	0	0		
6. Udio u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti/gubitku pridruženih poduzetnika	0	0		
7. Aktuarski dobici/gubici po planovima definiranih primanja	0	-49.469		
III. POREZ NA OSTALU SVEOBUHVAATNU DOBIT RAZDOBLJA	0	0		
IV. NETO OSTALA SVEOBUHVAATNA DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (158-166)	0	-49.469		
V. SVEOBUHVAATNA DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (157+167)	201.673.837	156.922.337	-22,19%	7,72%
DODATAK Izvještaju o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti (popunjavanje poduzetnik koji sastavlja konsolidirani godišnji financijski izvještaj)				
VI. SVEOBUHVAATNA DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA				
1. Pripisana imateljima kapitala matice				
2. Pripisana manjinskom interesu				

Izvor: Vlastita izrada autora

U 2015. godini poslovni prihodi tvrtke Podravka d.d. su iznosili približno 2 milijarde i porasli su za 6,38 % u odnosu na prethodnu godinu te su predstavljali 94,62 % ukupnih prihoda poduzeća. Poslovni rashodi približno su iznosili 1,8 milijardi kuna i bilježe porast od 8,51 % u odnosu na prethodnu godinu i činili su 90,26 % ukupnih prihoda. Materijalni troškovi su iznosili 61,18 % ukupnih prihoda u 2015. godini i porasli su za 10,06 % u odnosu na prethodnu godinu, troškovi osoblja su porasli za 3,40 % i čine 16,75 % ukupnih prihoda, 4,14% ukupnih prihoda otpada na amortizaciju koja je porasla za 10,13 % u 2015. godinu u odnosu na prethodnu godinu.

Financijski prihodi su u 2015 godini iznosili 5,38 % ukupnih prihoda i bilježe pad od 27,11 % u odnosu na prethodnu godinu.

Financijski rashodi bilježe pad u 2015. godinu u odnosu na 2014. godinu od 17,68% što predstavlja 2,64 % ukupnih prihoda.

Ukupni prihodi tvrtke Podravka d.d. su u 2015. godini bili veći u odnosu na prethodnu godinu za 3,81 % i iznosili su približno 2,032 milijarde kuna, dok su ukupni rashodi porasli za 7,54 % i iznosili približno 1,88 milijarde kuna. Na ukupne rashode otpada 92,90 % ukupnih prihoda tako da je dobit prije oporezivanja u 2015. godini iznosila približno 144 milijuna kuna i smanjila se u odnosu na prethodnu godinu za 28,59 %.

Nakon odbitka poreza neto dobit poduzeća je u 2015. godini iznosila približno 157 milijuna kuna što predstavlja 7,72 % ukupnih prihoda i smanjenje u odnosu na prethodnu godinu za 22,17%.

Iz navedenog se vidi da su prihodi tvrtke Podravka d.d. u 2015. godini rasli sporije od rashoda te se neto dobit smanjila.

3.3. Analiza putem pokazatelja

Pokazatelj je racionalni broj koji se dobije kada se jedna ekonomska veličina stavlja u odnos s drugom ekonomskom veličinom. Pokazatelj obično promatramo kao nosioce informacija koje su potrebne za upravljanje poslovanjem i razvojem poduzeća.³² Pokazatelji se formiraju i računaju upravo zbog toga da bi stvorila informacijska podloga potrebna za donošenje određenih odluka. Ovisi od toga koje se odluke žele donositi naglašava se važnost pojedinih vrsta pokazatelja.³³

3.3.1. Sustavi pokazatelja

Pod sustavom ili sistemom pokazatelja podrazumijeva se: „ izbor odgovarajućih pokazatelja, odgovarajući način njihovog povezivanja, odgovarajuća zavisnost i sveukupna zavisnost pojedinih pokazatelja i njihovog povezivanja s ciljem što boljeg detektiranja financijskog stanja u nekom poduzeću i davanja što boljih smjernica za uspješno poslovanje“.³⁴

Sustavi pokazatelja u osnovi se mogu podijeliti u dvije skupine:

1. Deduktivni
2. Induktivni

Deduktivni sustavi pokazatelja idu od vršnog pokazatelja. Oni predstavljaju najviši cilj poslovanja poduzeća i iz njih se izvode zahtjevi koji trebaju biti zadovoljeni na nižim razinama. Formiraju se u obliku piramide na način da se na vršne pokazatelje nadograđuju pomoćni pokazatelji koji se opet sastavljaju od pojedinačnih pokazatelja.

Najpoznatiji deduktivni sustav je DuPont-ov sustav. DuPont-ov sustav pokazatelja prikazuje veze između faktora koji utječe na rentabilnost ukupne imovine, te omogućava i delegiranje

³² Abramović K, Tominac Broz S, Cutvarić M, Čevizović I.(2008).:Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještaja, RRiF plus d.o.o.,Zagreb, str.620

³³ Abramović K, Tominac Broz S, Cutvarić M, Čevizović I.(2008).:Primjena hrvatskih standarda financijskog izvještaja, RRiF plus d.o.o.,Zagreb, str.620

³⁴ Brekalo F.(2007).: Revizija financijskih izvještaja, Zgombić & Partneri d.o.o., Zagreb, str.53

odgovornosti na niže upravljačke razine u poduzeću za postizanje što bolje rentabilnosti imovine.

Induktivni sustavi, ili, kako se još nazivaju: „sintetički pokazatelji“ - uz pomoć matematičko – statističkih metoda - biraju one pokazatelje, koji najbolje odgovaraju postavljenim ciljevima. Oni tako formiraju „zbrojne“ ili „skupne“ financijske pokazatelje i svi zajedno predstavljaju ponderirani zbroj više pojedinačnih pokazatelja. Najpoznatiji induktivni sustav je Altmanov z-score sustav. Potvrđeno je da je ovaj sustav, koji kombinira pet ključnih pokazatelja, dobar za razlikovanje društava koja uspješno posluju od onih koja su u krizi.³⁵

Tablica 5: Financijski pokazatelji 1.

u mil. Kuna	2015.	2014.	% Promje
Bruto marža	40,30%	0,42	-4,05%
EBITDA	478,5	319,6	49,72%
EBITDA marža	12,70%	9,10%	39,56%
Neto dobit nakon MI	398	92,5	330,27%
Neto dobit marža nakon MI	10,50%	2,60%	303,85%
Neto novčani tok iz poslovnih aktivnosti	273,6	286,9	-4,64%
Kapitalna ulaganja	27120,00%	163	66,38%

Izvor: Vlastita izrada autora

Tablica 6: Financijski pokazatelji 2.

tržišna kapitalizacija u kn	31. prosinca 2015.	31. prosinca 2014.	% promjena
Neto dug/EBITDA	1,9	2,7	-29,63%
Dobit po dionici	66,5	17,6	277,84%
Zadnja cijena dionice	334	293,5	13,80%
Tržišna kapitalizacija	2.378,20	1.590,60	49,52%
Povrat na kapital	14,50%	5,30%	173,58%
Povrat na imovinu	8,00%	2,60%	207,69%

Izvor: Vlastita izrada autora

³⁵ Brekalo F.(2007).: Revizija financijskih izvještaja, Zgombić & Partneri d.o.o., Zagreb, str.53

1. Bruto marža – U 2014. Godini na jednu jedinicu poslovnih prihoda se ostvaruje 42 % bruto dobiti, dok se u 2015. godini dogodio pad od 4,05 % te je u 2015. bruto dobit iznosila 40,30%.
2. EBITDA – Dobit prije kamata, poreza i amortizacije je u 2015 iznosila 478,5 milijuna kuna što je povećanje od 49,72 % u odnosu na 2014. godinu kada je ta dobit iznosila 319,6 milijuna kuna.
3. EBITDA marža – U 2015. godini se EBITDA marža povećala 39,56 % te iznosi 12,70% u odnosu na 2014. godinu kada je iznosila 9,10 %. EBITDA marža je pokazatelj koji nam govori koliko je prihoda Podravci d.d. ostalo nakon podmirenja redovnih troškova poslovanja.
4. Neto dug/ EBITDA – U 2014 godini je ovaj pokazatelj iznosio 2,7 dok se u 2015. smanjio za 29,63 % i iznosi 1,9. Ovaj pokazatelj nam govori koliko je vremena potrebno da se iz EBITDA vrati financijski dug
5. Dobit po dionici - U 2015. se dobit po dionici povećala za 277,84 % te iznosi 66,5 u odnosu na 2014. kada je iznosila 17,6. Sama cijena dionice se povećala sa 293,5 kn u 2015 na 334 kn što je povećanje od 13,80 %
6. Povrat na kapital (ROE) – Povećanje od 173,58% se dogodilo na pokazatelju povrat na kapital u 2015. godini kada je iznosio 14,50%, a u 2014. godini je bio 5,30%. Ovaj pokazatelj nam govori koliki je povrat novca na uloženi kapital. Za poslovanje kompanije bolje je da je ovaj pokazatelj što veći.
7. Povrat na imovinu (ROA) – U 2014. povrat na imovinu je iznosio 8%, što je povećanje od 207,69 % u odnosu na 2014. kada je iznosio 2,60 %. Ovaj pokazatelj nam govori koliko se dobiti prije oporezivanja i kamata ostvari na svaku jedinicu uloženu u imovinu. Također je i za ovaj pokazatelj bolji da je što veći.

4. ZAKLJUČNO RAZMATRANJE POSLOVANJA PODRAVKE D.D.

Podravka, jedna od vodećih kompanija u jugoistočnoj, srednjoj i istočnoj Europi, nastala je 1947. Fokus u 2015. je bio na revitalizaciji ključnog portfelja kroz dodavanje vrijednosti postojećem portfelju, kao i kreiranje novih diferenciranih linija proizvoda, koje jačaju brandove Podravkinog portfelja, privlače nove potrošače i doprinose rastu ukupnih kategorija. Podravka je svoj bogati inovacijski ciklus implementirala na domaćim i internacionalnim tržištima, gdje je posebno bila aktivna kroz otvaranje novih tržišta.

Podravka d.d. je u 2015. godini ostvarila 1.870,6 milijuna kuna prihoda od prodaje, što je rast od 6,5% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Rast prihoda od prodaje je ponajviše rezultat rasta prihoda od prodaje kategorije kulinarstvo te kategorije dječja hrana, hrana za doručak i ostala hrana. Ukupni poslovni rashodi Podravke d.d. u 2015. godini iznose 1.794,2 milijuna kuna što je 9,2% više u odnosu na 2014. godinu. Pritom su najveći rast zabilježili troškovi prodaje i distribucije te marketinga. Posljedično na kretanje poslovnih prihoda i rashoda, operativna dobit Podravke d.d. u 2015. godini iznosi 91,2 milijuna kuna, dok je u 2014. godini iznosila 130,3 milijuna kuna.

Što se tiče financijskih pokazatelja bruto marža je u 2014. godini na jednu jedinicu poslovnih prihoda ostvarila 42 % bruto dobiti, dok se u 2015. godini dogodio pad od 4,05 % te je u 2015. bruto dobit iznosila je 40,30%, smanjenje ovog pokazatelja upućuje na poteškoće u poslovanje te može predstavljati jedan od indikatora poslovne krize. Neto dug/ EBITDA je u 2014. godini ovaj pokazatelj iznosio 2,7 dok se u 2015. smanjio za 29,63 % i iznosi 1,9. Ovaj pokazatelj nam govori koliko je vremena potrebno da se iz EBITDA vrati financijski dug s obzirom da je gornja granica za ovaj pokazatelj 4,5 što bi značilo da Podravka ima još prostora za zaduživanje.

Glavna vizija je poboljšanje svakodnevne kvalitete života svih potrošača, kupaca i zaposlenika putem inovativnosti i internacionaliziranosti. Ujediniti istraživačko-razvojne aktivnosti s inovacijama, radi razvoja novih i inovativnih proizvoda i usluga na dobrobit zdravlja i povećanja svakodnevne kvalitete života potrošača.

Cilj tvrtke je rast i razvoj kompanije kroz kvalitetno upravljanje asortimanom s fokusom na ključne marke (Vegeta, Podravka, Lino i Dolcela), operativnu efikasnost te dugoročnu profitabilnost.

Glavne konkurentske prednosti Podravke su snažna distribucijska mreža (prodaja na 500 000 prodajnih mjesta diljem svijeta), veliki broj zaposlenih (Podravka grupa zapošljava oko 6 500 zaposlenih, a od toga u Hrvatskoj zapošljava oko 5500 ljudi u 2015. godini). Ukupno Podravka raspolaže sa preko 800 različitih artikala iz različitih segmenata. Brendovi koje je stvorila Podravka su: Podravka, Vegeta, Fini Mini, Dolcela, Lero, Eva, Lino (Čokolino), Talianetta, SMS, Salsa, Passata, Provita, Kviki, Studena, Studenac. Ovako veliki asortiman omogućava Podravka Grupi da uspješno balansira dobitima i gubicima između brendova i segmenata asortimana. To znači da ima mogućnost da neuspjeh određenog proizvoda nadoknadi uspjehom drugog, ali i da daljnjim ulaganjem u slabiji segment ostvari dobitke u budućnosti.

Najveća prednost Podravke uspoređujući sa drugim sličnim kompanijama i multinacionalnim kompanijama je proizvodnja i uprava kompanije koja je smještena u Koprivnici. Proizvodnja u Hrvatskoj u vlastitim tvornicama znači da Podravka može puno brže reagirati na promjene na tržištu. Put koji informacija treba prijeći od istraživanja tržišta ili reakcija potrošača do donositelja odluka i proizvodnih linija u tvornicama je puno kraći nego kod konkurenata, te se određene promjene mogu napraviti jako brzo.

5. ZAKLJUČAK

Financijski izvještaji su jedni od glavnih izvora uspješnosti poslovanja jednog poduzeća, i predstavljaju jedne od glavnih alata kojima različiti subjekti mogu doći do potrebnih informacija za donošenje odluka. Rezultati financijskih izvještaja omogućuju menadžmentu da utvrde razloge pozitivnog ili negativnog poslovanja i da na temelju tih rezultata donesu odluke koje će unaprijediti poslovanje. Uz financijske izvještaje moguće je vršiti usporedbu ostvarenih rezultata u odnosu na konkurenciju i postavljene ciljeve. Važnost analize u prvom redu promatramo s aspekta upravljanja poslovanjem i razvojem poduzeća. Analiza se radi prije procesa planiranja, a sami proces planiranja je dio upravljanja. Kvalitetan financijski plan mora voditi računa o dobrim stranama poduzeća, ali i njegovim slabostima. Financijska analiza je ta koja prepoznaje osobine koje bi se mogle iskoristiti, ali i slabosti koje treba popraviti. Cilj ovog istraživanja bio je analizirati vertikalnu i horizontalnu analizu na financijskim izvještajima poduzeća Podravka d.d. kako bi se utvrdila financijska uspješnost poduzeća. Ovim radom obuhvaćeno je poslovanje poduzeća u 2014. i 2015. godina kako bi se moglo utvrditi da li poduzeće tijekom godina posluje u dobitku ili gubitku. Što se tiče poslovanja Grupe Podravka, može se zaključiti kako grupa posluje uspješno kroz sva promatrana razdoblja. Stanje poslovanja poduzeća računalo se prema financijskim pokazateljima. Također, na temelju horizontalne i vertikalne analize dobio se pregled stanja poslovanja. S obzirom na dostupnu literaturu prikazao se teorijski dio čije su se informacije iskoristile za prikaz empirijskog dijela završnog rada te su se u tom dijelu analizirali godišnji financijski izvještaji grupe Podravka kroz 2014. i 2015. godinu. Pozornost se posebno skrenula na vertikalnu i horizontalnu analizu bilance i računa dobiti i gubitka za spomenuta razdoblja. Ključni cilj Podravke je razvijati se u visoko diferenciranim te strateškim poslovnim programima kao što su dodaci jelima, polugotova jela, dječja hrana, pića te farmaceutski proizvodi. Izgradnjom jakih marki i brendova težiti će dugoročnoj profitabilnosti kompanije. Vizija Podravke je da inovativnošću i kreativnošću poboljšava svakodnevnu kvalitetu života svojih potrošača, kupaca i zaposlenika, a misija joj je da na tržištu ponudi inovativno kulinarsko iskustvo i zdrava životna rješenja za svoje kupce.

Iz svega prije navedenog može se uočiti, odnosno zaključiti kako je grupa Podravka u navedenom periodu poslovala uspješno prema određenim segmentima poslovanja, te da će se takvo učinkovito poslovanje nastaviti i u budućnosti s ciljem još boljeg profitiranja prema svim segmentima poslovanja.

LITERATURA:

KNJIGE:

1. Aljinović Barać Ž.(2006):Materijali iz predmeta Osnove računovodstva, vježbe 2,Ekonomski fakultet Split, Split
2. Belak V.(1995): Menadžersko računovodstvo, RRiF plus d.o.o., Zagreb
3. Brekalo F.(2007): Revizija financijskih izvještaja, Zgombić & Partneri d.o.o., Zagreb
4. Đapić, M. (2011): Utjecaj računovodstvene politike potraživanja na financijski položaj i uspješnost poslovanja građevinskih poduzeća, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
5. Tušek, B. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb
6. Vašiček, V. et al. (2010): Računovodstvo, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika, Zagreb
7. Vujević, I. (2005): Financijska analiza u teoriji i praksi – 2. dopunjeno izdanje, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
8. Vuko T.(2016),Materijali iz kolegija Analiza financijskih izvještaja
9. Žager, K. et al. (2008): Analiza financijskih izvještaja, Masmedia d.o.o., Zagreb

INTERNETSKE STRANICE:

1. <http://www.podravka.hr/>_posjećeno: 28.07. 2018.
2. <https://www.google.com/search?q=podravka&client=opera&hs=SE4&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj->_posjećeno: 28.07. 2018.
3. <http://zse.hr/default.aspx?id=10006&dionica=PODR-R-A>_posjećeno: 30.07. 2018.
4. 76vN6bLdAhUQJ1AKHX5NBtQQ_AUICigB&biw=1326&bih=627#imgrc=hFNQyM1FURpJxM: posjećeno: 01.08. 2018.
5. <https://www.podravka.hr/kompanija/odgovornost/kvaliteta-i-sigurnost-hrane/sigurnost-hrane/>_posjećeno: 03.08. 2018.

TABLICE:

1. Tablica 1.: Shematski prikaz bilance
2. Tablica 2: Temeljne pozicije RDG-a
3. Tablica 3: Bilanca tvrtke Podravka d.d.
4. Tablica 4: Račun dobiti i gubitka tvrtke Podravka d.d.
5. Tablica 5: Financijski pokazatelji 1.
6. Tablica 6: Financijski pokazatelji 2.

SLIKE:

1. Slika 1: Podravkine proizvodi
2. Slika 2: Podravka logo
3. Slika 3: Shematski prikaz sustava upravljanja