Izvještaji o poslovanju kao element eksterne komunikacije poslovnih subjekata

Janžek, Sanja

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:128:548873

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU

POSLOVNI ODJEL

STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Sanja Janžek

IZVJEŠTAJI O POSLOVANJU KAO ELEMENT EKSTERNE KOMUNIKACIJE POSLOVNIH SUBJEKATA

ZAVRŠNI RAD

Karlovac, studeni, 2016.

Sanja Janžek

IZVJEŠTAJI O POSLOVANJU KAO ELEMENT EKSTERNE KOMUNIKACIJE POSLOVNIH SUBJEKATA

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu
Poslovni odjel
Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Osnove menadžmenta
Mentor: Lahorka Halmi, dipl. oec.
Matični broj: 0618607095

SAŽETAK

Komunikacija predstavlja važan dio menadžmenta a očituje se kroz sve segmente poslovanja od planiranja, organiziranja, brige o ljudskim resursima, vođenja i kontroliranja. Suvremeni menadžer se danas oslanja na interne i eksterne informacije poslovne organizacije te na temelju njih usmjerava, koordinira, formira poslovne strategije i akcije radi ostvarenja poslovnog cilja. Dio komunikacije predstavljaju i financijski izvještaji, odnosno računovodstvene informacije. Poduzeća sastavljaju godišnje financijske izvještaje kako bi vanjske i unutarnje korisnike upoznali s poslovanjem poduzeća. Kao što je već navedeno financijski izvještaji omogućuju korisnicima pristup realnim i objektivnim informacijama o učinkovitosti poslovanja poduzeća, a upravo su te informacije bitne za donošenje poslovnih odluka. Ona su glavni nositelji računovodstvenih informacija i konačni rezultat računovodstvenog procesiranja podataka o nastalim poslovnim događanjima u poduzeću. Uobičajeno se smatra da su financijski izvještaji podloga za niže razine upravljanja i za kraće razdoblje, međutim ona su osnova strateškog planiranja svakog menadžerskog pothvata.

Ključne riječi: komunikacija, informacije, financijski izvještaji, poslovne odluke, strateško planiranje

SUMMARY

Communication is a very important part of management and it is manifested through business segments such as planning, organizing, human resources, managing and controlling. Today modern manager relies on internal and external informations in business organization and based on that he directs, coordinates, forms business strategies and actions to achieve a business goal. Financial statements or accounting reports represent the part of communication. Companies draw up the annual financial statements to inform external and internal users about the operations of the company. As it is already mentioned, financial statements give users real and objective informations about the effectiveness of operations that are significant to the large number of users for making business decisions. Financial statements are the main providers of accounting information and the final result of the accounting data processing of business events occurring in the organization. It is usually considered that financial statements are the basis for the lower levels of management and for a shorter period, however they are the basis of strategic planning of the management of each organization.

Key words: communication, informations, financial statements, business decisions, strategic planning

SADRŽAJ

1. UVOD 1
    1.1. Predmet i cilj rada 1
    1.2. Izvor i metode prikupljanja podataka 1
    1.3. Struktura i sadržaj rada 1
2. POJMOVNO ODREĐIVANJE MENADŽMENTA 3
    2.1. Stilovi menadžmenta 4
    2.2. Funkcije menadžmenta 7
3. KOMUNIKACIJA 10
    3.1. Vrste komunikacije 12
    3.2. Komunikacija u organizaciji 13
        3.2.1. Formalna komunikacija 13
        3.2.2. Neformalna komunikacija 15
        3.2.3. Interna komunikacija 15
        3.2.4. Eksterna komunikacija 18
4. FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI „VALAMAR RIVIERA D.D.“ 20
    4.1. Komunikacija kroz financijske izvještaje 20
    4.2. Financijski izvještaji i pokazatelji 21
    4.3. Horizontalna i vertikalna analiza 28
    4.4. Kombinirani financijski pokazatelji 37
    4.5. Donošenje odluka temeljem pokazatelja u financijskim izvještajima 39
5. ZAKLJUČAK 41
POPIS LITERATURE 43
POPIS ILUSTRACIJA 45

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Tema ovog završnog rada su izvještaji o poslovanju kao element eksterne komunikacije poslovnih subjekata. Bitan pojam za objasniti je komunikacija i što je čini ključnim elementom organizacije. Komunikaciju sačinjava razmjena informacija, mišljenja, stajališta, osjećaja, vizija i ideja na verbalan i neverbalan način. Komunikacija je osnovni uvjet uspjeha svih međuljudskih poslovnih i privatnih odnosa. Izuzetno je bitna jer njome se ne prenose samo informacije, već se govori kako i što se želi postići te na koji je način poželjno da se odvija situacija. Organizacija bez komunikacije ne bi mogla nastati, djelovati niti se održati, time komunikacija predstavlja preduvjet bez kojeg se u organizaciji ne može. Cilj ovog rada je prikazati oblik eksterne komunikacije koja se ostvaruje kroz izvještaje o poslovanju i koliko je ta vrsta komunikacije u nekoj organizaciji efikasna.

1.2. Izvor i metode prikupljanja podataka

Prilikom izrade rada korištena je stručna literatura te službene internetske stranice koji obrađuju problematiku analize financijskih izvještaja. U prikazu teoretskih spoznaja korištene su dostupne knjige, znanstveni i stručni članci te internetske stranice koje obrađuju problematiku menadžmenta, komunikacije i financijskih izvještaja poslovnih subjekata. U obzir su uzeti i stručni statistički izvještaji kao i druge analize financijskih izvještaja odabranog primjera iz poslovne prakse. Prilikom izrade završnog rada korištena je deskriptivna metoda kojom su opisani i raščlanjeni elementi cjelina obrađivanih u ovom radu, zatim metoda klasifikacije, metodom kompilacije prikazani su citati i grafički prikazi preuzeti iz korištene literature, metoda komparacije, te metoda analize i sinteze u aplikativnom dijelu rada.

1.3. Struktura i sadržaj rada

Završni rad se sastoji od 5 cjelina. Nakon uvodnog djela u radu se obrađuje pojmovno određenje menadžmenta, odnosno objašnjavaju se stilovi, razine i funkcije menadžmenta. Zatim slijedi treća cjelina u kojoj se navode oblici menadžerske komunikacije, te detaljno razrađuje svaka pojedinost iste. U četvrtoj cjelini iznosi se detaljan pregled financijskih

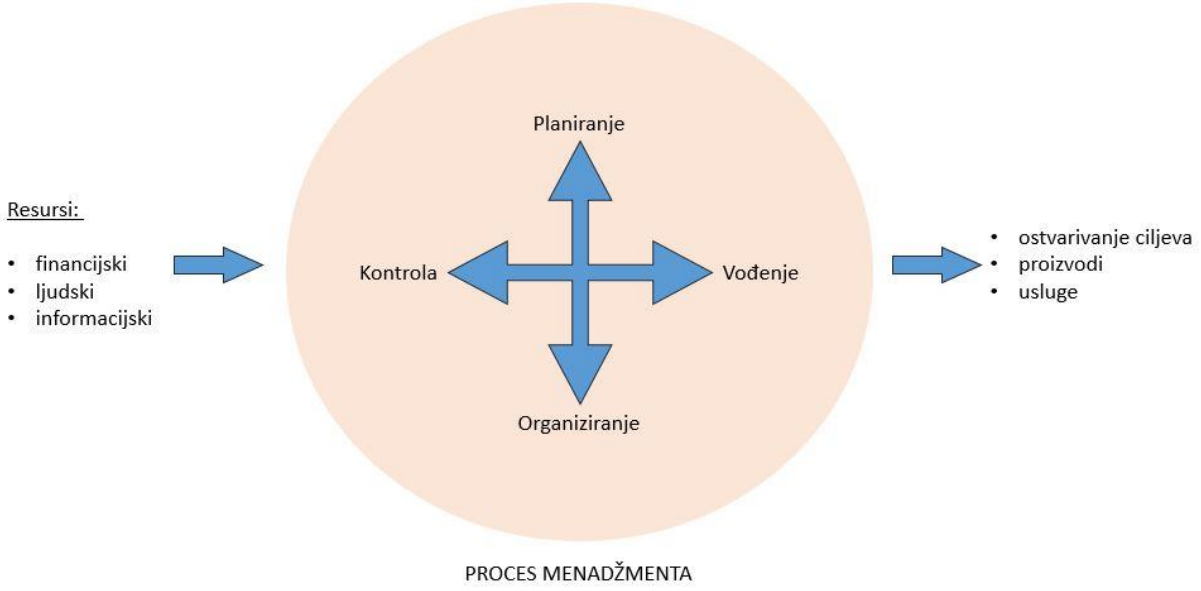
izvještaja, navode se vrste izvještaja, njihove karakteristike, svrha i funkcija u planiranju poslovnih odluka. Također, u četvrtoj cjelini teorijski dio rada je potkrijepljen konkretnim primjerom iz prakse. Na primjeru Valamar Riviera d.d. detaljno se razrađuje analiza financijskih izvještaja te iznose najvažniji podaci. Zadnjom petom cjelinom zaključen je završni rad iznošenjem najvažnijih činjenica završnog rada.

2. POJMOVNO ODREĐIVANJE MENADŽMENTA

Riječ menadžment potječe od engleske riječi *management*, a pojmovno određivanje menadžmenta se provodi na tri različita načina, a to su upravljanje, organizacija i rukovođenje.[1] Definiranje menadžmenta može bit vrlo kompleksno. Većina teoretičara smatra da se menadžment odnosi na proces, vještinu, znanstvenu profesiju i disciplinu, nosioce određenih funkcija, kao i na funkciju u poduzeću.[2]

Menadžment je proces u kojem se oblikuje i održava željeno okruženje u svrhu efikasnog ostvarenja odabranih ciljeva (Shematski prikaz 1.).[3] Cilj svim menadžerima je postizanje optimalnog odnosa inputa i outputa u određenom vremenu, a da se pritom vodi briga o kvaliteti.[4] U praksi menadžment predstavlja vještinu, a kao znanost predstavlja organizirano znanje.[5]

Shematski prikaz 1.: Proces menadžmenta



Izvor: autorova izrada

[1] Dujanić, M.: Menadžment, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, 2007. g., str. 20.
[2] Managerski stilovi, www.poslovniforum.hr (26.08.2016.)
[3] Weihrich, H., Koontz, H.: Menedžment, Zagreb, Mate, 1994., str. 4.
[4] Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F.: Menadžment, Teorija menadžmenta i veliko empirijsko istraživanje u Hrvatskoj, Zagreb, Masmedia, 2004., str. 141.
[5] Managerski stilovi, www.poslovniforum.hr (26.08.2016.)

Menadžer je osoba koja alocira ljudske i materijalne resurse te usmjerava operacije u poduzeću:

„On planira budućnost i pokušava odrediti najefikasniji put ostvarenja ciljeva. U obavljanju ovih funkcija svi menadžeri reagiraju prema izazovima koji se stavljaju pred njih. Oni moraju naći put da motiviraju zaposlene, i da povećavaju ukupnu efikasnost, efikasnost i proizvodnost svoje kompanije. Oni također, moraju prihvatiti odgovornost za utjecaj na društvo“.[6]

Menadžer je usmjeren na koordinaciju tima, suradnju i komunikaciju sa zaposlenicima radi uspješnog odrađivanja zadataka. Ciljevi poduzeća, efikasnost i efektivnosti, rad s drugima i putem drugih, ograničeni resursi i promjenjiva okolina predstavljaju obilježja menadžmenta.

Na najnižoj razini menadžmenta nalaze se menadžeri koji su izravno odgovorni za sve događaje koji su u korelaciji sa proizvodnjom dobara i usluga. Temeljni je zadatak menadžera na toj razini implementiranje pravila i procedura da bi se na što uspješniji način ostvarila učinkovita proizvodnja, omogućila tehnička potpora i da bi se motiviralo zaposlenike.

Srednju razinu menadžmenta čine oni menadžeri koji odgovaraju za glavne odjele u poslovnim jedinicama poduzeća, te implementiraju skupne ideologije i strategije poduzeća.

Na najvišoj razini menadžmenta se nalaze menadžeri čija je temeljna odgovornost poduzeće kao cjelina. Takvi menadžeri su obično u ulozi izvršnog direktora, predsjednika uprave, izvršnog potpredsjednika i njihova je uloga da postavljaju ciljeve poduzeća, te definiraju potrebne strategije za ostvarenje postavljenih ciljeva.

2.1. Stilovi menadžmenta

Menadžerski stil se ne odnosi samo na upravljanje ljudima, nego isto tako i na planiranje, organiziranje i vrednovanje ostvarenih rezultata. Stil upravljanja može se definirati kao poseban način ponašanja menadžera u radnom procesu koji utječe na rezultate rada u određenoj organizaciji.[7]

[6] Jurin, S., op. cit., str. 19.
[7] Managerski stilovi, www.poslovniforum.hr (27.8.2016.)

Upravljanje i rukovođenje ulaze u znanstveni prostor menedžmenta i organizacije, a to predstavlja i segmente koji djeluju i na komunikaciju, informatiku i područje ekonomije. Uspješnost menadžmenta se bazira na stalnim promjenama i reakcijama menadžera. Kreativnost i inovativnost predstavljaju temelj svih promjena. Kako u teoriji, tako se i u praksi javljaju različiti stilovi upravljanja i vođenja u menadžmentu i oni se međusobno razlikuju po mnogim obilježjima. Menadžerov odnos prema zaposlenicima te način na koji koristi svoju poziciju i moć predstavljaju osobine menadžera, koje su bitne za određivanje karakteristika pojedinačnog stila.[8]

U menadžmentu se stilovi razvrstavaju na temelju razine autoriteta koju menadžer ima u organizaciji, odnosno na temelju odnosa menadžera prema zaposlenicima. Prema toj podjeli postoje autokratski, demokratski i laissez-faire stil vođenja.[9]

Autokratski stil je stil vođenja gdje je sva vlast u rukama jedne osobe koja ima neograničenu moć donošenja odluka.[10] U ovom stilu rukovođenja postoji rukovoditelj koji ima zadatak sve aktivnosti planirati sam i donositi poslovne odluke. Autokratski rukovoditelj određuje zadatke za sve zaposlenike i kontrolira provođenje tih zadataka.

Vođa-autokrat pri zapovijedanju i davanju zadataka zaposlenicima koristi instrumente prisile više nego instrumente za motiviranje.[11] Jednosmjerne veze su karakteristične za ovakav stil vođenja, a menadžeri su ti koji daju zadatke i naloge podređenima. U slučaju kada se autokratski stil odnosi na cijelu organizaciju, tada menadžer kao vođa koristi sustav kazni i prijetnji, što nažalost može rezultirati strahom zaposlenika. Takav pretežno negativan stav prema podređenima se najčešće iskazuje kroz omalovažavanje, nepovjerenje i aroganciju rukovoditelja. Zagovornici ovakvog stila vođenja smatraju da je njegova pozitivna strana činjenica da rukovoditelj ima dominantan položaj, te da mu takav povećava moć, a time ima značajan utjecaj na izvršavanje zadataka, profitabilnost i proizvodnost. Konstantna komunikacija sa zaposlenicima i brzo izvršavanje radnih zadataka je prednost autokratskog stila. Komunikacija u autokratskom stilu je učinkovita ukoliko su namjere menadžera poštene i dobronamjerne i ukoliko su upute koje daje za izvršavanje postavljenih zadataka jasne. Vođa-

[8] Ibidem
[9] Ibidem
[10] Ibidem
[11] Ibidem

autokrat nakon uspješno odrađenog zadatka nagrađuje svoje zaposlenike. Zagovornici autokratskog stila imaju.

Nedostatak autokratskog stila je slaba mogućnost rukovođenja većeg broja podređenih. U ovom stilu rukovođenja nedostaje inovativnosti, kreativnosti, te se često teško ostvaruje dvosmjerna komunikacija između rukovoditelja i podređenih. Autokratski stil omogućuje donošenje brzih odluka i efikasno kontroliranje na koji se način izvršavaju zadaci. Autoritet rukovoditelju omogućuje usmjeravanje podređenih na izvršavanje određenih zadataka i time autoritet u ovom stilu predstavlja jaku organizacijsku moć potrebnu za funkciju menadžera.

Autoritet se dijeli na formalni i osnovni.[12] Formalni je autoritet određen položajem u organizacijskoj strukturi, a pojavljuje se u obliku autorizacije podređenima, te se na njega vrlo često može nadograđivati autokratski stil. Za razliku od formalnog autoriteta, osobni autoritet ovisi isključivo o osobnim karakteristikama rukovoditelja, te se ne može koristiti na podređenima.

Demokratski stil vođenja suprotan je autokratskom stilu, te je za taj stil karakteristično sudjelovanje svih suradnika u procesu donošenja odluka. Zaposlenici u ovom stilu vođenja nisu podređeni, već njih rukovoditelj redovito konzultira i oni sudjeluju u zajedničkom donošenju odluka. U demokratskom je stilu rukovoditelj taj koji većinu aktivnosti planira sa svojim timom, te oni zajedno donose poslovne odluke. Demokratski rukovoditelj svojim radom potiče inovativnost i kreativnost podređenih radnika.

Bitna razlika između autokratskog stila vođenja i demokratskom stila su dvosmjerne veze između menadžera i podređenih, kao i između osoblja, koje u demokratskom stilu postoje, a u autokratskom ne. Međuljudski odnosi su temelj ovog stila, te je veliki naglasak stavljen upravo na međuljudske odnose. Mišljenja pobornika ovog stila su da kvalitetni međuljudski odnosi mogu dovesti do većeg zadovoljstva zaposlenika, a u konačnici to omogućuje bolje rezultate poslovanja. Rukovoditelji demokratskog stila imaju razumijevanja i toleranciju, pozitivno su orijentirani prema zaposlenicima i radnim zadacima, te se trude svojim zaposlenicima pružati podršku i ohrabrivati ih.

[12] Ibidem

„*Laissez-faire*“ je francuska fraza, koja zapravo znači prepuštanje drugima da nešto učine. Iz tog razloga se taj stil još naziva i delegacijski stil ili slobodni stil vodstva. Ponekad se koristi i naziv Free Rein ili stil odriješenih ruku“.[13] *Laissez-faire* stil vođenja karakterizira vođenje sa minimalnim uplitanjem menadžera u rad zaposlenika.[14] U ovom stilu menadžerima su odriješene ruke i imaju visok stupanj slobode u odlučivanju o vlastitom postupanju u radu, a svoju moć iskorištavaju u vrlo maloj mjeri, te time podređenima pružaju visok stupanj neovisnosti u njihovom radu. Takvi vođe omogućavaju podređenima da samostalno postavljaju vlastite ciljeve i određuju koja su sredstava potrebna za njihovo ostvarenje, stoga je uloga menadžera da pomaže u radu prikupljanjem potrebnih informacija za rad i povezivanjem sa vanjskim okruženjem. *Laissez-faire* stil se može primjenjivati u tvrtkama čiji je kadar visokoobrazovan i gdje su zaposlenici zapravo ljudi koji su stručnjaci u svom području i kojima je potrebna sloboda u njihovom stručnom djelovanju. Odnos menadžera i zaposlenika uvjetuje učinkovitost rukovođenja, ali je to uvjetovano i okolnostima u kojima djeluju. Nedostaci ovog stila su prevelika sloboda poslovnih suradnika koju je moguće zloupotrebljavati, te učestalo ignoriranje doprinosa vođe.[15]

2.2. Funkcije menadžmenta

„Funkcije menadžmenta su ključne aktivnosti koje definiraju proces menadžmenta te uloge i djelovanje menadžera u poslovnom procesu i okolini poduzeća“.[16]

Funkcije menadžmenta su :[17]

- planiranje: izbor ciljeva i predodređivanje očekivanih količina i kvalitete poslova koje treba učiniti,
- organiziranje: specificiranje načina i sredstava za obavljanje svakog planiranog posla,
- vođenje i motiviranje: stimuliranje djelatnika na ostvarenje očekivanih rezultata,

[13] Belak, V.: Menadžment u teoriji i praksi, Biblioteka Excellens, 2014., str. 322.
[14] Ibidem, str. 322.
[15] Ibidem, str. 322.
[16] Ibidem, str. 115.
[17] Pfeifer S.: Interna skripta za kolegij „Menadžment“, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, EFOS, Osijek, 2012., str 4. Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/menadzment/wpcontent/uploads/sites/205/2013/04/Interna_skripta_Menadzment_1.pdf (28.08.2016.)

- kontroliranje: vrednovanje odgovaraju li realizirani poslovi očekivanjima u količini i kvaliteti,
- upravljanje ljudskim resursima: najnovija funkcija menadžmenta koja se odnosi na privlačenje, održavanje i kompenziranje djelatnika.

Navedene funkcije prikazane su na Shematskom prikazu broj 2.

Menadžment također predstavlja proces oblikovanja okruženja gdje pojedinci rade zajedno u skupinama i efikasno ostvaruju ciljeve. Menadžment, kao i druge profesije, čini specifičnu diskursnu zajednicu, grupu koja posjeduje zajedničke društvene norme i slična pravila uporabe jezika.[18]

Shematski prikaz 2.: Temeljne funkcije menadžmenta

Izvor: autorova izrada (09. 09. 2016.)

Jedna od najvažnijih vještina ili alata menadžera za efikasno funkcioniranje menadžmenta u cjelini jest komunikacija. U menadžmentu je komunikacija ključna jer se njome

[18] Ibidem

omogućava poučavanje zaposlenika, dogovaranje, sudjelovanje u raspravama, manipulacija i sl. Komunikacija je istovremeno integralni dio menadžmenta i njegov medij, odnosno njegov život i njegova srž.

Menadžerski posao zahtijeva korištenje 3 specifične vrste vještina: [19]

- Tehničke vještine: sposobnost vještog korištenja tehnika i alata karakterističnih za određeni tip proizvodnje ili usluga. U ekonomiji je važna sposobnost korištenja temeljnih financijskih izvještaja kao što su bilance ili račun dobiti i gubitka, dok je za neke druge struke karakteristično poznavanje rada nekog stroja ili modela. Tehničke vještine su potrebne za lakše upotrebljavanje modela i tehnika.

- Komunikacijske vještine: sposobnost kreiranja okruženja u kojem se ljudi osjećaju sigurno i ugodno i u kojem imaju slobodu izražavaju svojih stavova. Komunikacijske vještine predstavljaju i sposobnost jasnog izgovaranja i izražavanja osobnih stavova i sl. Te vještine značajno olakšavaju uspostavljanje kvalitetnih odnosa među zaposlenicima.

- Koncepcijske vještine: umijeće integriranja i fokusiranja organizacijskih interesa i aktivnosti prema postavljenim ciljevima. Koncepcijske vještine pružaju mogućnost sagledavanja šire slike i prepoznavanje bitnih elemenata i njihove međuovisnosti u odnosu na finalne rezultate. Te vještine olakšavaju pronalazak ideja, inovacija i sl.

[19] Škrtić, M.: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2005.

3. KOMUNIKACIJA

Komunikacija je proces prijenosa informacija od jedne osobe drugoj, od jednog predmeta drugom, od jednog poduzeća drugom, jednostavno rečeno, prijenos informacija od pošiljatelja prema primatelju. Iako se govori o komunikaciji u poduzećima, korporacijama i institucijama, da bi se mogla razumjeti važnost komunikacije u menadžmentu, potrebno je promotriti što se pod komunikacijom podrazumijeva u lingvistici.[20]

Proces komunikacije odvija se u nekoliko faza: [21]

- potreba za komunikacijom (ideje, osjećaji)
- prebacivanje misli u oblik prikladan za prijenos poruke
- odašiljanje poruke
- primanje poruke - prijem
- pretvaranje poruke u ideje i osjećaje primatelja
- potreba za odgovorom na primljenu poruku

Komunikacija je važna u svim segmentima društvenog života, poslovanju te zanimanjima, a za uspješnu komunikaciju je bitno značenje poruke, kako je oblikovana te način na koji se ta poruka distribuira. Menadžer kroz komunikaciju obavještava javnost o svojoj kvaliteti, etičnosti, društvenim aktivnostima i postignutim poslovnim uspjesima.

Kako bi što bolje shvatila važnost komunikacije, potrebno je obratiti pažnju na pojavu koja je u današnje doba sveprisutna, a to je globalizacija. Današnje poslovanje svih tvrtki prešlo je međunarodne granice, a sve iz razloga da se uspije u plasiranju proizvoda, da se sklope partnerstva sa drugim tvrtkama, te da se zaposli stručan kadar. Veliki broj tvrtki iz cijelog svijeta vode utrku u kojoj imaju cilj osvojiti udio na velikom tržištu. Iz tog razloga tvrtke posvećuju sve više pažnje zapošljavanju što raznolikije radne snage; ljude različite obrazovne, dobne, kulturne i religijske pripadnosti, te različitog životnog iskustva. Uspješne kompanije shvaćaju dvije važne činjenice. Takva raznolika radna snaga omogućuje bitnu konkurentsku prednost prihvaćanjem novih komunikacijskih vještina i ideja. Raznolikost radne snage stvara

[20] Jurin, S., op. cit., str. 8.
[21] Fox, R.: Poslovne komunikacije, Pučko otvoreno učilište, Zagreb, 2006., str. 25.

potrebu za posvećivanjem više pažnje komunikaciji.[22] Poslovna komunikacija se koristi kako bi se promovirali proizvodi, usluge ili sama organizacija. To je način na koji se prenose informacije u poslovnom svijetu.

Poslovna komunikacija se realizira: [23]

- Unutar organizacije - proces u kojem sudjeluju svi djelatnici organizacije i svrha te komunikacije je realizacija plana. Unutarnja komunikacija obuhvaća vertikalnu komunikaciju prema dolje (nalozi, upute), vertikalnu komunikaciju prema gore (povratna informacija na naloge i upute, mišljenja), horizontalnu i lateralnu komunikaciju (razmjena informacija među djelatnicima).

- Izvan organizacije - proces u kojem sudjeluju samo neki djelatnici organizacije, komunikacija organizacije s vanjskim okruženjem, tj. poslovnim partnerima, potrošačima i širom društvenom zajednicom, obuhvaća svu komunikaciju (neposrednu, usmenu, telefonsku, pisanu, elektronsku itd.) u vezi s nastajanjem i plasmanom proizvoda i usluga.

Komunikacija je posebno potrebna za: [24]

- uspostavljanje i provođenje ciljeva tvrtke
- razvoj planova za njihovo ostvarenje
- organiziranje ljudskih i drugih resursa na najuspješniji i najdjelotvorniji način
- izbor, razvitak i ocjenjivanje članova organizacije
- vođenje, usmjeravanje, motiviranje i kreiranje klime u kojoj ljudi žele doprinositi
- kontrolu ostvarenja

[22] Bovee, C., L., Thill, J.V., Suvremena poslovna komunikacija, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb, 2012., str 21.
[23] Poslovna komunikacija, www.koprivnicki-poduzetnik.hr (29.8.2016.)
[24] Weihrich , K., Garača, N., Kadlec, Ž., Komunikacija u procesu menadžmenta, 1994., str. 120.

3.1. Vrste komunikacije

Komunikacija u menadžmentu se pojavljuje u dva osnovna oblika, a to su verbalna i neverbalna komunikacija.[25] Kako u verbalnoj, tako i u neverbalnoj komunikaciji bitnu ulogu imaju interna i eksterna komunikacija.

Verbalna komunikacija može biti u pisanom i usmenom obliku.[26] Usmenom verbalnom komunikacijom se postižu ciljevi uz pomoć izgovaranja riječi, a kod pisane se to ostvaruje putem pisanog medija kao što su: tekst, tablica, slika i sl. Ti se mediji pojavljuju u obliku tekstualnih vrsta kao npr. pismo, izvještaj, oglas, plakat i sl. Pisana verbalna komunikacija se koristi u korporacijama i poduzećima gdje je hijerarhijska razgranatost veća od prosjeka. Pisana komunikacija je znatno sporija od usmene, međutim ona postaje sve brža porastom tehnologije.

Uz verbalni oblik komunikacije, postoji i neverbalna komunikacija, te ona čini veliki postotak cjelokupnog sadržaja poruke. U sociološkom pogledu, funkcije komunikacije u poduzeću određuje kakav je odnos korporacije prema okolini. Stoga, s obzirom na okolinu razlikujemo internu i eksternu komunikaciju u okolini.

Eksternu okolinu čine sve socijalne snage koje izvana indirektno utječu na poslovanje, komunikaciju i ostvarivanje ciljeva organizacije. Eksterna komunikacija u odnosu na okolinu razlikuje opću ili socijalnu okolinu i poslovnu ili okolinu zadataka. Opća ili socijalna okolina u literaturi se naziva i makrookolina. U nju se ubrajaju svi događaji i situacije izvan korporacije na koje ona nema nikakav utjecaj, ali je nužno da na njih reagira. Kroz eksternu komunikaciju promatra se i poslovna okolina ili okolina zadataka. To se naziva još i mikroklima korporacije, a čine ju svi sudionici u neposrednoj okolini organizacije, a oni utječu na sposobnost te korporacije da pruža usluge okolini. Zbog toga je komunikacija u okolini zadataka svakodnevna i česta, jer se odvija u svakodnevnoj interakciji i o njoj ima puno informacija i saznanja.

[25] Jurin, S., op. cit., str. 12.
[26] Pejić Bach, M., Murgić, J.: Poslovne komunikacije 2, udžbenik za 2. razred srednje strukovne škole, 2013., str. 14.

Interna komunikacija je komunikacija u okviru interne okoline, tj. u okviru organizacije, pa se na nju može u potpunosti utjecati. Menadžment konstantno provodi takvu komunikaciju i u potpunosti pokušava kontrolirati njezino provođenje.[27]

3.2. Komunikacija u organizaciji

Niti jedna organizacija ne bi postojala bez ljudi, a jednako tako odnosi među ljudima ne bi postojali bez komunikacije. Sve su organizacije su osnovane i oblikovane putem komunikacijskog procesa, te ih održavaju ljudi među kojima se odvija komunikacija. Organizacija predstavlja okruženje u kome se odvija komunikacija. Međutim, organizacija nije samo to; ona je okruženje koje utvrđuje što se i na koji se način komunicira. Među osnovnim vrstama komuniciranja u poslovnom organizacijama nalaze se interna i eksterna komunikacija.

Unutar svake organizacije postoji komunikacijska mreža sačinjena od davanja i primanja informacija, planiranja i donošenja odluka, uvjeravanja i davanja zadataka, te ostvarenja poslovnih transakcija. Komunikacija u organizaciji je složen sustav protoka informacija, želja, naloga i natuknica što ga čine dva djelomično komplementarna sustava: mreža formalne i mreža neformalne komunikacije.[28]

3.2.1. Formalna komunikacija

Problemi formalne komunikacije odnose se na: [29]

- pretrpanost informacijama,
- nedostatak otvorenosti između rukovoditelja i djelatnika,
- filtriranje.

Do pretrpanosti informacija u formalnoj komunikaciji dolazi kada se javlja višak informacija u sustavu i to može biti posljedica loše informiranosti zaposlenika u situaciji kada prima velik opseg informacija i teško razlučuje važnu informaciju od nevažne. Nedostatak otvorenosti između rukovoditelja i djelatnika je posljedica uskraćivanja ključnih informacija od

[27] Jurin, S., op. cit., str. 13.
[28] Ibidem, str. 10.
[29] Fox, R., op. cit., str. 45.

strane rukovoditelja zbog nedostatka vremena, nepovjerenja, podcjenjivanja i sl. Filtriranje informacija predstavlja problem formalne komunikacije zbog toga što informacije deformiraju ili gube dok putuju kroz brojne organizacijske razine. Struktura bliža horizontalnoj organizacijskoj strukturi omogućava učinkovitiju komunikaciju.[30]

S obzirom da integralna komunikacija predstavlja povezivanje svih subjekata u organizaciji, kako bi se ostvarila što bolja i efikasnija komunikacija,, u organizacijama se komunikacija odozgo prema dolje zamjenjuje integralnom komunikacijom zbog pokušaja realizacije maksimalne kvalitete komunikacije u kojoj svatko informira svakoga i sudjeluju svi.[31] Glavni zadatak menadžmenta je efikasna formalna komunikacija u poduzeću. Takva se komunikacija može realizirati putem formalnih i neformalnih komunikacijskih kanala.

Dva su formalna komunikacijska kanala putem kojih se osigurava adekvatan protok bitnih informacija, a to su vertikalni koji ide od vrha prema bazi, te natrag od baze prema vrhu, i horizontalni ili dijagonalni formalni komunikacijski kanal.[32] Menadžment bira najadekvatniji oblik komunikacije, u skladu s potrebama i ciljevima organizacije, kako bi omogućio pravovremeni protok informacija.

U vertikalnoj komunikaciji od vrha prema bazi se prenose poruke zaposlenicima ili nižem menadžmentu, a taj se prijenos vrši na sljedeće načine:[33]

- *briefing* grupama,
- sastancima štaba,
- neposredno licem u lice,
- telefonom,
- telefaksom,
- e-mailom,
- pismenim oblicima-raznim tekstnim vrstama.

[30] Ibidem
[31] Ibidem
[32] Jurin, S., op. cit., str. 10.
[33] Ibidem

U vertikalnoj komunikaciji od vrha prema bazi putuju: [34]

- nalozi i upute (što i kako činiti),
- informacije i objašnjenja u vezi s radnim zadacima,
- informacije o ciljevima i ideologiji organizacije,
- informacije o politici i uobičajenim postupcima organizacije,
- povratne informacije podređenima o kvaliteti njihova rada.

3.2.2. Neformalna komunikacija

Neformalni putovi komunikacije su uvijek popratna pojava formalne komunikacije.[35] Neformalna komunikacija predstavlja svojevrsni odraz percepcije djelatnika o organizaciji. Neformalan stil komuniciranja koriste mnoge organizacije. Izborom određenog modela organizacije uspostavlja se harmonizacija strukture organizacije, djelatnosti i zaposlenika, te njezine okoline.

Potenciranje neformalnog stila komunikacije pod nazivom „*grapevine*“ tj. vinova loza u korist menadžmenta izrazito je raširena u anglosaksonskom poslovnom svijetu. Ipak taj stil komunikacije u germanskom i hrvatskom poslovnom svijetu gotovo uopće nije u upotrebi. Ona je sekundarna i vrlo složena komunikacijska mreža koja počiva na osobnim dodirima i koja, za razliku od sustava formalne komunikacije, ne slijedi unaprijed određenu liniju.[36]

3.2.3. Interna komunikacija

Interna komunikacija predstavlja planirano korištenje komunikacijskih radnji radi sustavnog utjecanja na znanja, stavove i ponašanje sadašnjih zaposlenika.[37] Interna komunikacija je komunikacija u okviru interne okoline, tj. u okviru organizacije, pa se na nju može u potpunosti utjecati. Menadžment konstantno provodi takvu komunikaciju i u potpunosti pokušava kontrolirati provođenje takve komunikacije.[38]

---

[34] Jurin, S., op. cit., str. 11.
[35] Fox, R., op. cit., str. 47.
[36] Jurin, S., op. cit., str. 12.
[37] Borovec, K., Balgač, I., Karlović, R.: Interna komunikacija u Ministarstvu unutarnjih poslova, Zagreb, 2011., str. 9.
[38] Jurin, S., op. cit., str. 13.

Internu komunikaciju čini razmjenjivanje informacija i ideja unutar organizacije. Poruke koje se prenose mogu se razmjenjivati osobnim kontaktom, putem telefona, dopisom, faksom, e-mailom i dr. Interna komunikacija je bitna zaposlenicima za što bolje obavljanje posla i ispunjavanje radnih zadataka, za razvijanje jasne misije organizacije, te za što brže identificiranje i na posljetku reagiranje na potencijalne probleme. Ovaj se tip komunikacije može realizirati u formalnom i neformalnom obliku. Uspješna interna komunikacija rezultira uspjehom organizacije, stoga je ključan element za povećavanje uspješnosti organizacije. Međutim u praksi je malo vremena i resursa uloženo u razvoj i strategiju ovakvog oblika komuniciranja.

S aspekta organizacije glavni cilj komunikacije je njezino uspješno funkcioniranje. Formalna se komunikacija u organizaciji ostvaruje u vertikalnom, horizontalnom i dijagonalnom smjeru. Vertikalna komunikacija sadrži dva toka: silazni (top-down) i uzlazni (bottom-up) i koristi se u hijerarhijski formiranim sustavima.[39]

Silazni tok vertikalne komunikacije počinje od top-menadžera, te prolazi kroz sve niže rukovodeće razine do izvršnih radnika na dnu hijerarhijske ljestvice. Glavni cilj silaznog toka komunikacije je vođenje i upravljanje zaposlenicima koji se nalaze na nižim hijerarhijskim razinama.

Uzlazni tok vertikalne komunikacije se ostvaruje od nižih prema višim hijerarhijskim strukturama. Osnovni cilj ove komunikacije je informiranje zaposlenika na višim nivoima o tome šta se događa na nižim. Na taj se način može provjeravati efikasnost silazne komunikacije, kao i ukupna efikasnost djelovanja organizacije ispod određenog nivoa. Informacije koje se prenose uzlazno su informacije o provođenju zadataka.

Za razliku od vertikalne komunikacije, gdje su angažirani zaposlenici na različitim pozicijama, horizontalna komunikacija se odnosi na komunikaciju između zaposlenika koji se nalaze na istoj hijerarhijskoj razini. Iz tog razloga je komunikacija lakša i prijateljski intonirana. Horizontalna komunikacija predstavlja najčešći i najadekvatniji komunikacijski tok u

[39] Mikić A. (2010) Uloga interne i eksterne komunikacije u menadžmentu poslovnih komunikacija. Međunarodna naučna konferencija, Kruševac 17.-18. March, 2010., Srbija. Dostupno na: http://www.meste.org/konf/Arhiva/Man_2010/pdf/1_MenadzmentProces/Mikic.pdf (10.09.2016.)

organizaciji.[40] Ovom vrstom komunikacije se stvaraju mogućnosti integriranja i usklađivanja sektora i odjela koji izvršavaju relativno međusobno nezavisne poslove. Horizontalna interna komunikacija se najčešće odvija putem neformalnih sastanaka, poruka, telefonskih razgovora i sl.

Najmanje upotrebljavan komunikacijski tok u organizaciji je dijagonalna komunikacija.[41] Ova vrsta komunikacije značajna je u okolnostima kada je nemoguće kroz alternativne tokove uspješno ostvariti komunikaciju (u smislu minimalne upotrebe vremena i energije), ali i u situacijama kada je potrebno popuniti vertikalni (silazni i uzlazni) kanali.

Uz formalne kanale, u okviru organizacije postoje i neformalni načini komuniciranja. Takav način komuniciranja sadrži bitan tok informacija unutar organizacije zbog toga što zaposlenici prenose informacije drugima sa kojima dolaze u dodir i na taj način stvaraju određene kanale kroz koje poruke putuju. Zaposlenici najčešće komuniciraju s osobama s kojima su u istoj dobnoj skupini i s kojima provode određeno vrijeme na poslu. U organizacijama se na taj način stvara sklonost formiranja mnogih neformalnih mreža, koje najčešće bivaju određene spolom. Neformalnim načinom komunikacije poništava se autoritet osoba i omogućuje povezivanje članova organizacije u horizontalnom, vertikalnom i dijagonalnom smjeru. Stoga neformalnim putem komunikacije zaposlenici mogu prenositi bilo kakvu neformalnu informaciju bilo kome u organizacijskoj strukturi.

[40] Ibidem
[41] Ibidem

3.2.4. Eksterna komunikacija

Eksterna okolina sačinjena je od svih socijalnih snaga koje izvana indirektno utječu na komunikaciju, poslovanje i ostvarivanje ciljeva organizacije. U odnosu na okolinu eksterna komunikacija razlikuje opću ili socijalnu okolinu i poslovnu ili okolinu zadataka.[42]

Opća ili socijalna okolina se naziva i makrookolina. U nju se ubrajaju sve situacije i događaji izvan organizacije na koje ona ne može imati nikakav utjecaj, ali je neophodno da na njih reagira. U eksternoj komunikaciji se promatra i poslovna okolina ili okolina zadataka, što je poznato i pod nazivom mikroklima organizacije. Mikroklimu organizacije čine svi sudionici u neposrednoj okolini koji djeluju na mogućnost te organizacije da pruža usluge okolini. Stoga je komunikacija u okolini zadataka česta, jer se odvija u svakodnevnoj interakciji, i o njoj je dostupno puno saznanja i informacija.

Eksterna komunikacija omogućava unos informacija u organizaciju i iznošenje informacija izvan organizacije. Na taj način poduzeća komuniciraju sa svojim kupcima, distributerima, razmjenjuju poruke sa investitorima i konkurentima, te daju informacije o poslovanju novinarima, državnim institucijama i dr. Takva vrsta komunikacije se također provodi na formalan i neformalan način.

U organizacijama se poseban naglasak stavlja na pripremanje i provođenje formalne eksterne komunikacije, a ona se provodi telefonski, putem faksa, e-maila, službenog pisma, web stranica i sl. Ukoliko je formalna eksterna komunikacija učinkovita, omogućuje stvaranje željenog imidža organizacije putem kvalitetno kreirane web stranice, prezentacije, iscrpnih i detaljnih izvještaja ili službenog pisma upućenog eksternom okruženju. Na taj način organizacija može na brz i efikasan način eksternoj okolini pružiti važne informacije o kvaliteti poslovanja.

Neformalno eksterno komuniciranje u organizaciji se ostvaruje kroz svakodnevne rutinske poslovne radnje. Zaposlenici u organizaciji predstavljaju važan neformalni kanal komunikacije sa vanjskom okolinom na način da kroz obavljanje svakodnevnih rutinskih poslovnih zadataka automatski i nesvjesno primaju informacije, koje im mogu biti od značaja

[42] Ibidem

u smislu poboljšanja njihovog znanja. Proces neformalne eksterne komunikacije se odvija kada netko od zaposlenika prenosi informacije o svojoj organizaciji i na taj način eksterna okolina kreira svoje mišljenje i stavove o organizaciji. Menadžeri informacije koje su bitne za njihove organizacije prikupljaju kroz neformalnu eksternu komunikaciju sa vanjskim okruženjem. Veliki udio eksterne neformalne komunikacije i stvaranja neformalnih mreža menadžeri ostvaruju interakcijom sa menadžerima iz drugih organizacija, stoga je neformalni eksterni oblik komunikacije najčešći način razmjenjivanja informacija u okviru dviju organizacija.

Menadžeri shvaćaju koliko je dobivanje povratnih informacija iz vanjskog okruženja bitno za prepoznavanje potreba potrošača, te za stvaranje efikasne strategije pozicioniranja na određenom tržištu. Njima je bitno održavati kontakte sa vanjskim okruženjem na način da stvaraju mogućnosti za razgovore , te na taj način dobivaju povratne informacije od svojih zaposlenika i potrošača.

4. FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI „VALAMAR RIVIERA D.D.“

Valamar Riviera d. d. sa sjedištem u Poreču jedna je od najvećih turističkih grupacija i društava u Republici Hrvatskoj. Na području Republike Hrvatske posjeduje 43 smještajna objekta na obali jadranskog mora. Od 43 receptivna kapaciteta, većina, odnosno 30 čine hotele i ljetovališta, dok 13 objekata sačinjavaju kampove na području od Kvarnera i Istre do krajnjeg juga Dalmacije. Sveukupno, grupacija posjeduje kapaciteta za oko 48.000 gostiju.[43]

Valamar Riviera d.d. začetnik je vlastitog branda Valamar, koji je primjer prvog hrvatskog hotelskog branda. Taj hotelski brand objedinjuje autohtonost i kvalitetu hrvatske gastronomije, kulturne vrijednosti i gostoprimstva, te spoj tradicije i suvremenog načina života. Osim branda Valamar, Valamar Riviera je vlasnik i branda Camping Adriatic by Valamar koji obuhvaća kampove nagrađivane velikim brojem nagrada, priznanja i certifikata koji potvrđuju njihovu kvalitetu i vodeći položaj na hrvatskom hotelskom, odnosno turističkom tržištu.

Temeljne vrijednosti društva su predanost i briga za svakog gosta s ciljem postizanja nezaboravnog doživljaja.[44] Svoju poslovnu strategiju odnosa prema gostima, kako bi postali i ostali prvi izbor putnika, temelji na osjetljivosti prema potrebama i željama gostiju, fleksibilnosti i kreativnosti u stvaranju novih doživljaj, odnosno nove turističke ponude. Okosnica poslovanja je također i provođenje profesionalne etike poslovanja. Vizija društva je „Nezaboravna sjećanja, svakog dana, za svakog gosta“, a misija je „Biti turističko – ugostiteljska kompanija koja je prvi izbor putnika, partnera i zaposlenika na hrvatskom djelu Jadrana“.[45]

4.1. Komunikacija kroz financijske izvještaje

Kako bi poduzeće opstalo u uvjetima tržišnog okruženja potrebno je upravljanje poslovanjem i razvojem. Pri tome se uočava značenje analize poslovanja poduzeća koja „proizvode“ informacije potrebne za upravljanje. Cjelovita analiza pruža sve relevantne podatke i informacije, koje čine vrijednosni ili količinski podaci. Analizom financijskih izvještaja stavlja se fokus na vrijednosne ili novčane podatke, te se analiza orijentira na

[43] Preuzeto sa: Valamar Riviera d.d., www.valamar.com (29. 09. 2016.)
[44] Ibidem
[45] Ibidem

kvalitativne financijske informacije i zbog toga se naziva financijska analiza. Uobičajeno se ističe kako postoje tri aktivnosti koje opredjeljuju postanak i razvoj analize financijskih izvještaja. To je financijsko upravljanje, upravljačko računovodstvo i financijsko računovodstvo. Računovodstvo predstavlja svojevrsni alat poslovanja, a financijska analiza, čiji je temelj računovodstvo i financijsko računovodstvo, omogućava primjenu tog alata u svim poslovnim situacijama.[46]

Analiza financijskih izvještaja je orijentirana na budućnost i naglašava sigurnost i uspješnost poslovanja kao aspekte karakteristične za preživljavanje organizacije. Ako se promatra sa financijskog aspekta, analiza poslovanja, za potrebe menadžera, mora obuhvatiti analizu financijskih rezultata, financijskih uvjeta, financijske strukture i promjena na financijskoj strukturi. U analizi financijskih izvještaja koriste se različita analitička sredstva i tehnike pomoću kako bi se podaci iz financijskih izvještaja pretvorili u iskoristive informacije potrebne za upravljanje. Postupci koji su uobičajeni u analizi financijskih izvještaja su:[47]

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

Financijska analiza prethodi procesu planiranja koji čini sastavni dio upravljanja. Dobar financijski plan mora uvažavati dobre osobine poduzeća i njegove slabosti. Zadatak financijske analize je da prepozna dobre osobine poduzeća da bi se te prednosti mogle iskoristiti, ali i da prepoznate slabosti budu uklonjene konkretnim akcijama.[48]

4.2. Financijski izvještaji i pokazatelji

Za promišljanje poslovanja nekog poduzeća važna je adekvatna informacijska potpora. Veći dio takvih informacija nastaje u računovodstvu i zapisan je u financijskim izvještajima. Temeljnu zadaću računovodstva predstavlja skupljanje i obrađivanje financijskih podataka, kao

[46] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L.: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008., str. 32.
[47] Ibidem
[48] Ibidem., str. 33.

i prikazivanje dobivenih konačnih podataka krajnjim korisnicima. Stoga, financijski izvještaj prikazuje završnu fazu računovodstvene obrade podataka, te se pojavljuju kao nositelji računovodstvenih informacija. Za informiranje korisnika potrebne su vjerodostojne i pouzdane informacije, koje moraju sadržajem i oblikom biti jasne korisnicima kojima su namijenjene. Takve su informacije sadržane u temeljnim financijskim izvještajima:[49]

- bilanci,
- računu dobiti i gubitka,
- izvještaju o promjenama vlasničke glavnice,
- izvještaju o novčanom toku,
- i bilješkama uz financijske izvještaje.

Tablica 1.: Usporedni prikaz naziva temeljnih financijskih izvještaja

Bilanca	Izvještaj o financijskom položaju na kraju razdoblja
Račun dobiti i gubitka	Izvještaj o sveobuhvatnoj dobiti razdoblja
Izvještaj o promjenama vlasničke glavnice	Izvještaj o promjenama kapitala tijekom razdoblja
Izvještaj o novčanom toku	Izvještaj o novčanim tokovima tijekom razdoblja
Bilješke uz financijske izvještaje	Bilješke, koje obuhvaćaju sažetak važnih računovodstvenih politika i druga objašnjenja

Izvor: Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L.: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008., str. 52., Narodne novine, Odluka o objavljivanju Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja, broj 136, Zagreb, 2009., str. 3.

Izmijenjeni nazivi temeljnih financijskih izvještaja su prikazani u Tablici 1., te se za potrebe ovog rada ovi nazivi naizmjenično koriste.

Bilanca, kao financijski izvještaj statističkog karaktera, prikazuje stanje u točno definiranom vremenu, dok su financijski izvještaji u obliku računa dobiti i gubitka dinamičkog karaktera, te prikazuju ekonomske promjene u određenom vremenskom razdoblju.[50] Svi financijski izvještaji se međusobno isprepliću i ukoliko se promatraju zajedno, u međusobnoj

[49] Ibidem., str. 52.
[50] Ibidem

interakciji, govore o „zdravstvenom stanju“ poduzeća, a utvrditi i razumjeti navedene podatke znači imati mogućnost donositi pravovremene, primjerene i racionalne poslovne odluke.

Bilanca je jedno od temeljnih računovodstvenih, odnosno financijskih izvještaja. Bilanca je statički financijski izvještaj kojim se predočava vrijednosno stanje imovine i njezinih izvora na određeni dan, odnosno dan bilanciranja, a sastoji se od aktivnog i pasivnog dijela. U aktivnom se dijelu proučava vrijednosno stanje imovine, a u pasivnom dijelu stanje vlasničkog kapitala i obveza.[51]

Račun dobiti i gubitka jest računovodstveni izvještaj o prihodima i rashodima poduzeća u izvještajnom razdoblju – suprotne ekonomske kategorije (prihodi i rashodi) sučeljavaju se s ciljem utvrđivanja njihove razlike – financijskog poslovanja. Ukoliko su iskazani prihodi veći od rashoda, rezultat poslovanja je pozitivan (dobit), a ukoliko su iskazani rashodi veći od prihoda, rezultat poslovanja je negativan (gubitak). [52]

Izvještaj o promjeni kapitala (glavnice) iskazuje povećanje ili smanjenje ukupne imovine koja pripada dioničarima, članovima trgovačkog društva. Navedene promjene mogu potjecati iz kapitalnih doprinosa odnosno uplata ili smanjenja kapitala odnosno isplata, kao i biti rezultat poslovnih aktivnosti tijekom razdoblja, odnosno između dva datuma bilance.[53]

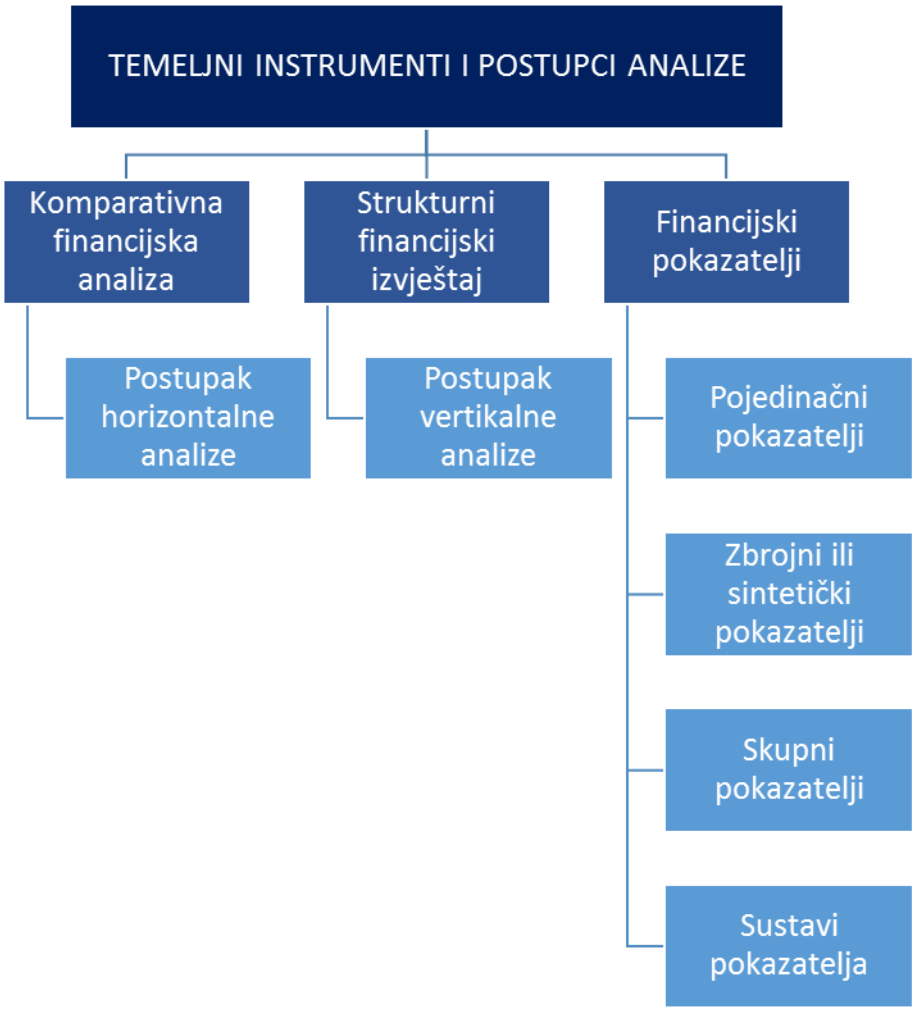
Izvještaj o novčanom toku pruža informacije o tokovima novca, odnosno primicima i izdatcima, stanju novca i novčanih ekvivalenta na početku i kraju promatranog obračunskog razdoblja, a time i informacije o mogućnosti poduzeća da ostvaruje trajnu likvidnost i solventnost kao temelj opstanka. [54]

Bilješke uz financijske izvještaje predstavljaju detaljniju razradu i dopunu podataka iz navedenih obveznih financijskih izvještaja, neophodnu za postizanje fer prezentacije. One moraju sadržavati sve one informacije koje nisu izravno uočljive u temeljnim izvještajima, a prijeko potrebne su za njihovo razumijevanje i ocjenu poslovanja. [55]

---

[51] Kravaica, A., Aidone, E., Krivačić, D: Abeceda računovodstva u teoriji i praski, Veleučilište u Rijeci, Veleučilište u Karlovcu, Rijeka – Karlovac, 2007., str. 128.
[52] Ibidem., str. 148.
[53] Ibidem., str. 167.
[54] Ibidem., str. 158.
[55] Ibidem., str. 174.

Shematski prikaz 3.: Klasifikacija temeljnih instrumenata i postupaka analize financijskih izvještaja



Izvor: : Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L.: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008., str. 224.

Kao što je prikazano na Shematskom prikazu 3., u procesu analize financijskih izvještaja koriste se različiti postupci. Komparativnim financijskim izvještajima se horizontalna analiza može uspoređivati, dok strukturni financijski izvještaji omogućavaju provedbu vertikalne analize i takva analiza daje uvid u samu strukturu financijskih izvještaja. Analiza financijskih izvještaja se ne provodi isključivo horizontalnim i vertikalnim postupkom analize, naime bitnu ulogu u tome imaju i financijski pokazatelji, koje čine pojedinačni, skupni pokazatelji, sustavi pokazatelja i sintetički ili zbrojni pokazatelji.[56]

[56] Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L., op. cit., str. 224.

Horizontalna analiza je analiza financijskih izvještaja u kojoj se uspoređuju podaci duljeg vremenskog razdoblja, sa svrhom otkrivanja promjena pojedinačnih financijskih podataka u bilanci.[57] Vertikalna analiza je postupak u kojem se uspoređuju pozicije financijskih izvještaja kroz razdoblje od jedne godine.[58] Za taj postupak potrebna je struktura bilance i izvještaj o dobiti.

Pokazatelj je racionalni ili odnosni broj, što podrazumijeva da se jedna ekonomska veličina stavlja u odnos s drugom ekonomskom veličinom.[59] Financijski se pokazatelji, s obzirom na vremenski interval, mogu podijeliti na pokazatelje koji obuhvaćaju analiziranje poslovanja poduzeća u određenom vremenskom razmaku i pokazatelje koji se odnose na točno definiran trenutak. Pokazatelji u određenom vremenskom razmaku temelje se na podacima dobivenih iz izvještaja o dobiti, a pokazatelji koji se odnose na točno definiran trenutak moraju se poklapati sa trenutkom sastavljanja bilance. Pokazatelji su nositelji informacija i potrebni su za upravljanje poslovanjem i rastom poduzeća. Oni se formiraju i računaju kako bi se stvorio informacijski temelj za donošenje poslovnih odluka. Skupine financijskih pokazatelja su:[60]

- Pokazatelji likvidnosti – mjere koliko je poduzeće sposobnost podmiriti svoje kratkoročne obveze,
- Pokazatelji zaduženosti – mjere koliko poduzeće koristi tuđe izvore sredstava financiranja,
- Pokazatelji aktivnosti – mjere efikasnost upotrebljavanja resursa poduzeća,
- Pokazatelji ekonomičnosti – mjere koliko je prihoda ostvareno po jedinici rashoda,
- Pokazatelji profitabilnosti – mjere koliki je povrat uloženog kapitala poduzeća,
- Pokazatelji investiranja – mjere koliko je efikasno ulaganje u obične dionike.

Za dobro upravljanje u poslovanju trebaju biti zadovoljena dva kriterija, i to kriterij sigurnosti (likvidnost, financijska stabilnost i zaduženost), i kriterij uspješnosti, odnosno efikasnosti (profitabilnost, odnosno rentabilnost).[61] Na temelju tih kriterija pokazatelji likvidnosti i zaduženosti se smatraju pokazateljima sigurnosti poslovanja. Pokazatelji

[57] Ibidem, str. 228.
[58] Ibidem, str. 230.
[59] Ibidem, str. 243.
[60] Ibidem, str. 243., 244.
[61] Ibidem

ekonomičnosti, profitabilnosti i investiranja zapravo prikazuju koliko je uspješno poslovanje. Pokazatelji aktivnosti su ujedno i pokazatelji sigurnosti i pokazatelji uspješnosti jer koeficijent obrtanja sredstva s jedne strane ima utjecaj na likvidnost i financijsku stabilnost, a s druge strane ima direktan utjecaj na rentabilnost poslovanja. Kriteriji sigurnosti i uspješnosti u kratkom su roku suprotstavljeni, ali dugoročno sigurnost uvjetuje uspješnost i obrnuto.[62]

U skupinu pokazatelja likvidnosti najznačajniji su pokazatelji:[63]

- koeficijent trenutne likvidnosti = novac/kratkoročne obveze)
- koeficijent ubrzane likvidnosti = (novac + potraživanja)/kratkoročne obveze
- koeficijent tekuće likvidnosti = kratkotrajna imovina/kratkoročne obveze
- koeficijent financijske stabilnosti = dugotrajna imovina/(kapital i dugoročne obveze)

Najznačajniji pokazatelji zaduženosti su:[64]

- koeficijent zaduženosti = ukupne obveze/ukupna imovina
- koeficijent vlastitog financiranja = glavnica/ukupna imovina
- koeficijent financiranja = ukupne obveze/glavnica
- pokriće troškova kamata = dobit prije poreza i kamata/kamate
- faktor zaduženosti = ukupne obveze7 (zadržana dobit + amortizacija)
- stupanj pokrića I = glavnica/dugotrajna imovina
- stupanj pokrića II = (glavnica + dugoročne obveze)/dugotrajna imovina)

U mjerenju aktivnosti poduzeća uobičajeno se koriste sljedeći pokazatelji:[65]

- koeficijent obrta ukupne imovine = ukupni prihodi/ukupna imovina
- koeficijent obrta kratkotrajne imovine = ukupni prihodi/kratkotrajna imovina
- koeficijent obrta potražnje = prihodi od prodaje/potraživanja
- trajanje naplate u danima = broj dana u godini (365)/koeficijent obrta potraživanja

[62] Ibidem, str. 244., 245.
[63] Ibidem, str. 245.
[64] Ibidem
[65] Ibidem., str. 246.

Pri promatranju ekonomičnosti najčešće se koriste sljedeći pokazatelji:[66]

- ekonomičnost ukupnog poslovanja = ukupni prihodi/ukupni rashodi
- ekonomičnost poslovanja (prodaje) = prihodi od prodaje/rashodi po prodaje
- ekonomičnost financiranja = financijski prihodi/financijski rashodi
- ekonomičnost izvanrednih aktivnosti = izvanredni prihodi/izvanredni rashodi

Za mjerenje stope povrata uobičajeno se koriste sljedeći pokazatelji (izražavaju se u postotku):[67]

- neto marža profita = (neto dobit + kamate)/ukupni prihodi
- bruto marža profita = (dobit prije poreza + kamate)/ukupni prihodi
- neto rentabilnost imovine = (neto dobit + kamate)/ukupna imovina
- bruto rentabilnost imovine = (dobit prije poreza + kamate)/ukupna imovina
- rentabilnost vlastitog kapitala = neto dobit/vlastiti kapital

Prilikom razmatranja problematike investiranja najčešće se koriste sljedeći pokazatelji:[68]

- dobit po dionici (EPS) = neto dobit/broj dionica
- dividenda po dionici (DPS) = dio neto dobiti za dividende/broj dionica
- odnos isplate dividendi (DPR) 0 dividenda po dionici (DPS)/dobit po dionici (EPS)
- ukupna rentabilnost dionice = dobit po dionici (EPS)/tržišna cijena dionice (PPS)
- dividenda rentabilnosti dionice = dividenda po dionici (DPS)/tržišna cijena dionice (PPS)

[66] Ibidem
[67] Ibidem
[68] Ibidem

4.3. Horizontalna i vertikalna analiza

U sljedećim tablicama prikazani su izračuni horizontalne i vertikalne analize na temelju bilance i računa dobiti i gubitka društva Valamar Riviera d.d., za 2014. i 2015. godinu.

Kod horizontalne analize bilance (2014. i 2015. godina) može se primijetiti da je vrijednost aktive bilance porasla za 18.28% u odnosu na prethodnu promatranu 2014. godinu. Najveći rast u vrijednosti aktive bilježi pozicija kratkotrajne imovine (rast od 48.94%) koju sačinjavaju zalihe, potraživanja, kratkotrajna financijska imovine te novac u blagajni. Unutar same pozicije najveći postotak rasta bilježi porast novca u blagajni (63,30%) te porast zalihe (34.11%), odnosno porast sirovina i materijala (41.43%) kao sastavnice tih zaliha. Dugotrajna imovina bilježi rast u iznosu od 15,94 postotna poena. Pasiva bilance bilježi rast od 18,28 postotnih poena u donosu na 2014. godinu. Najveći rast u strukturi pasive bilježi porast dugoročnih obaveza koju sačinjavaju obveze prema bankama, odgođene porezne obveze i ostala dugoročne obveze. U 2015. godini pad bilježi pozicija rezervi (67,28%) koju sačinjavaju rezerve za porezne obveznike te druge rezerve. Pad rezervi za porezne obveznike iznosio je 71,19 postotna poena (39.563,00 kuna) dok su se druge rezerve smanjile za 66,24 postotna poena (139.681,00 kuna). Ukupni kapital i rezerve bilježe rast od 0,95 postotna poena, te kratkoročne obveze za 4,60 postotna poena što je rezultat povećanja obveza prema bankama i predujmova te pada obveza prema dobavljačima, zaposlenicima i pad obveza za porez, odnosno doprinose i slična davanja (Tablica 2. i 3.).

Tablica 2.: Horizontalna analiza bilance

BILANCA stanje na dan 31.12.2015. Valamar Riviera d.d.			
Naziv pozicije	2014. godina	2015. godina	HORIZONTALNA ANALIZA
1	3	4	
			%
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL			
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (003+010+020+029+033)	**2.751.488.491**	**3.190.008.042**	**15,94**
I. NEMATERIJALNA IMOVINA (004 do 009)	15.086.357	17.006.943	12,73
1. Izdaci za razvoj			
2. Koncesije, patenti, licencije, robne i uslužne marke, softver i ostala prava	8.512.338	6.446.204	-24,27
3. Goodwill	6.567.609	6.567.609	0,00
4. Predujmovi za nabavu nematerijalne imovine			
5. Nematerijalna imovina u pripremi	6.410	111.766	1643,62
6. Ostala nematerijalna imovina		3.881.364	
II. MATERIJALNA IMOVINA (011 do 019)	2.608.821.021	3.065.294.774	17,50
1. Zemljište	584.990.827	659.328.328	12,71
2. Građevinski objekti	1.632.961.854	2.052.868.793	25,71
3. Postrojenja i oprema	165.833.466	203.822.037	22,91
4. Alati, pogonski inventar i transportna imovina	51.856.611	64.897.404	25,15
5. Biološka imovina			
6. Predujmovi za materijalnu imovinu	20.807.049	5.072.180	-75,62
7. Materijalna imovina u pripremi	107.706.274	32.731.559	-69,61
8. Ostala materijalna imovina	21.732.890	24.833.592	14,27
9. Ulaganje u nekretnine	22.932.050	21.740.881	-5,19
III. DUGOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA (021 do 028)	43.432.067	46.547.373	7,17
1. Udjeli (dionice) kod povezanih poduzetnika	1.339.638	1.241.421	-7,33
2. Dani zajmovi povezanim poduzetnicima			
3. Sudjelujući interesi (udjeli)	140.000	140.000	0,00
4. Zajmovi dani poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi			
5. Ulaganja u vrijednosne papire	41.952.429	44.761.794	6,70
6. Dani zajmovi, depoziti i slično		404.158	
7. Ostala dugotrajna financijska imovina			
8. Ulaganja koja se obračunavaju metodom udjela			
IV. POTRAŽIVANJA (030 do 032)	732.724	645.153	-11,95
1. Potraživanja od povezanih poduzetnika			
2. Potraživanja po osnovi prodaje na kredit	372.432	286.116	-23,18
3. Ostala potraživanja	360.292	359.037	-0,35
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA	83.416.322	60.513.799	-27,46
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (035+043+050+058)	**238.600.677**	**355.363.412**	**48,94**
I. ZALIHE (036 do 042)	7.278.488	9.761.018	34,11
1. Sirovine i materijal	6.329.111	8.951.383	41,43
2. Proizvodnja u tijeku			
3. Gotovi proizvodi			
4. Trgovačka roba	204.383	64.641	-68,37
5. Predujmovi za zalihe			
6. Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	744.994	744.994	0,00
7. Biološka imovina			
II. POTRAŽIVANJA (044 do 049)	34.888.703	26.681.432	-23,52
1. Potraživanja od povezanih poduzetnika		458	
2. Potraživanja od kupaca	19.301.006	13.147.988	-31,88
3. Potraživanja od sudjelujućih poduzetnika		253	
4. Potraživanja od zaposlenika i članova poduzetnika	345.834	485.727	40,45
5. Potraživanja od države i drugih institucija	10.641.936	9.285.057	-12,75
6. Ostala potraživanja	4.599.927	3.761.949	-18,22
III. KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA (051 do 057)	1.231.982	165.680	-86,55
1. Udjeli (dionice) kod povezanih poduzetnika			
2. Dani zajmovi povezanim poduzetnicima			
3. Sudjelujući interesi (udjeli)			
4. Zajmovi dani poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi			
5. Ulaganja u vrijednosne papire	1.091.162		-100,00
6. Dani zajmovi, depoziti i slično	140.820	24.845	-82,36
7. Ostala financijska imovina		140.835	
IV. NOVAC U BANCI I BLAGAJNI	195.201.504	318.755.282	63,30
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI	**25.415.099**	**21.247.239**	**-16,40**
E) UKUPNO AKTIVA (001+002+034+059)	**3.015.504.267**	**3.566.618.693**	**18,28**
F) IZVANBILANČNI ZAPISI	54.834.429	54.717.679	-0,21

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Tablica 3.: Horizontalna analiza bilance (nastavak)

PASIVA			
A) KAPITAL I REZERVE (063+064+065+071+072+075+078)	**1.883.736.622**	**1.901.690.680**	**0,95**
I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL	1.672.021.210	1.672.021.210	0,00
II. KAPITALNE REZERVE	-18.596.391	-373.815	-97,99
III. REZERVE IZ DOBITI (066+067-068+069+070)	94.257.647	62.737.202	-33,44
1. Zakonske rezerve	60.724.657	61.906.040	1,95
2. Rezerve za vlastite dionice	24.344.407	34.344.407	41,08
3. Vlastite dionice i udjeli (odbitna stavka)	13.303.107	33.513.245	151,92
4. Statutarne rezerve			
5. Ostale rezerve	22.491.690		-100,00
IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE	29.413.744	31.189.526	6,04
V. ZADRŽANA DOBIT ILI PRENESENI GUBITAK (073-074)	55.168.035	30.576.912	-44,57
1. Zadržana dobit	55.168.035	30.576.912	-44,57
2. Preneseni gubitak			
VI. DOBIT ILI GUBITAK POSLOVNE GODINE (076-077)	51.381.272	105.441.776	105,21
1. Dobit poslovne godine	51.381.272	105.441.776	105,21
2. Gubitak poslovne godine			
VII. MANJINSKI INTERES	91.105	97.869	7,42
B) REZERVIRANJA (080 do 082)	**266.430**	**87.186**	**-67,28**
1. Rezerviranja za mirovine, otpremnine i slične obveze			
2. Rezerviranja za porezne obveze	55.574	16.011	-71,19
3. Druga rezerviranja	210.856	71.175	-66,24
C) DUGOROČNE OBVEZE (084 do 092)	**828.398.720**	**1.331.861.034**	**60,78**
1. Obveze prema povezanim poduzetnicima			
2. Obveze za zajmove, depozite i slično			
3. Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama	822.163.177	1.306.223.976	58,88
4. Obveze za predujmove			
5. Obveze prema dobavljačima			
6. Obveze po vrijednosnim papirima			
7. Obveze prema poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi			
8. Ostale dugoročne obveze	3.937.690	2.833.087	-28,05
9. Odgođena porezna obveza	2.297.853	22.803.971	892,40
D) KRATKOROČNE OBVEZE (094 do 105)	**219.471.425**	**229.556.759**	**4,60**
1. Obveze prema povezanim poduzetnicima	108.119	70.585	-34,72
2. Obveze za zajmove, depozite i slično			
3. Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama	103.814.699	139.838.023	34,70
4. Obveze za predujmove	12.627.056	14.788.881	17,12
5. Obveze prema dobavljačima	77.024.650	47.731.018	-38,03
6. Obveze po vrijednosnim papirima			
7. Obveze prema poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi			
8. Obveze prema zaposlenicima	15.929.103	15.738.902	-1,19
9. Obveze za poreze, doprinose i slična davanja	9.009.700	7.870.246	-12,65
10. Obveze s osnove udjela u rezultatu	12.418	45.653	267,64
11. Obveze po osnovi dugotrajne imovine namijenjene prodaji		2.832	
12. Ostale kratkoročne obveze	945.680	3.470.619	267,00
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA	**83.631.070**	**103.423.034**	**23,67**
F) UKUPNO – PASIVA (062+079+083+093+106)	**3.015.504.267**	**3.566.618.693**	**18,28**
G) IZVANBILANČNI ZAPISI	54.834.429	54.717.679	-0,21
DODATAK BILANCI (popunjava poduzetnik koji sastavlja konsolidirani godišnji financijski izvještaj)			
A) KAPITAL I REZERVE			
1. Pripisano imateljima kapitala matice	1.883.645.517	1.901.592.811	0,95
2. Pripisano manjinskom interesu	91.105	97.869	7,42

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Kao što je prikazano u Tablici 4. i 5., kod vertikalne analize bilance, najveći udio u aktivi zauzima dugotrajna imovina. Tijekom 2014. godine dugotrajna imovina zauzima ukupno 91,24% ukupne aktive, dok je taj postotak nešto manji 2015. godine (pad za 555.114.426,00 kuna). Poziciju dugotrajne imovine u najvećem postotku sačinjava materijalna imovina (86,51 % 2014. godine i 85,94% 2015. godine). Dugotrajna financijska imovina bilježi pad u sastavu aktive prije svega zbog pada ulaganja u vrijednosne papire (pad za 0,13%). Kratkotrajna imovina je 2014. godine sačinjavala 7,91%, dok je 2015. godine sačinjavala 9,96% ukupne aktive. Rast udjela pozicije očituje se u povećanju nabave sirovina i materijala te povećanju

zaliha. Pasivu bilance u najvećoj mjeri sačinjavaju kapital i rezerve. U 2014. godini pasivu bilance su u najvećoj mjeri sačinjavali kapital i rezerve, odnosno sačinjavali su ukupno 62,47% pasive (1.883.736.622,00 kuna od ukupne vrijednosti pasive od 3.015.504.267,00 kuna). Godinu dana kasnije udio je pao na 53,32% (1.901.690.680,00 kuna vrijednosti kapitala i rezervi u odnosu na ukupnu pasivu od 3.566.618.693,00 kuna) što je rezultat pada temeljnog kapitala. Dugoročne obveze su u 2015. godini povećale svoj udio u pasivi, sa 27,47% 2014. godine na 37,34% 2015. godine. Pad obveza prema dobavljačima rezultirao je i padom udjela kratkoročnih obveza u sastavu pasive sa 7,28% na 6,44% 2015. godine.

Tablica 4.: Vertikalna analiza bilance

BILANCA stanje na dan 31.12.2015. Valamar Riviera d.d.				
Naziv pozicije	2014. godina	2015. godina	VERTIKALNA ANALIZA	
1	3	4		
			2014.	2015.
A) POTRAŽIVANJA ZA UPISANI A NEUPLAĆENI KAPITAL				
B) DUGOTRAJNA IMOVINA (003+010+020+029+033)	**2.751.488.491**	**3.190.008.042**	**91,24%**	**89,44%**
I. NEMATERIJALNA IMOVINA (004 do 009)	15.086.357	17.006.943	0,50%	0,48%
1. Izdaci za razvoj			0,00%	0,00%
2. Koncesije, patenti, licencije, robne i uslužne marke, softver i ostala prava	8.512.338	6.446.204	0,28%	0,18%
3. Goodwill	6.567.609	6.567.609	0,22%	0,18%
4. Predujmovi za nabavu nematerijalne imovine			0,00%	0,00%
5. Nematerijalna imovina u pripremi	6.410	111.766	0,00%	0,00%
6. Ostala nematerijalna imovina		3.881.364	0,00%	0,11%
II. MATERIJALNA IMOVINA (011 do 019)	2.608.821.021	3.065.294.774	86,51%	85,94%
1. Zemljište	584.990.827	659.328.328	19,40%	18,49%
2. Građevinski objekti	1.632.961.854	2.052.868.793	54,15%	57,56%
3. Postrojenja i oprema	165.833.466	203.822.037	5,50%	5,71%
4. Alati, pogonski inventar i transportna imovina	51.856.611	64.897.404	1,72%	1,82%
5. Biološka imovina			0,00%	0,00%
6. Predujmovi za materijalnu imovinu	20.807.049	5.072.180	0,69%	0,14%
7. Materijalna imovina u pripremi	107.706.274	32.731.559	3,57%	0,92%
8. Ostala materijalna imovina	21.732.890	24.833.592	0,72%	0,70%
9. Ulaganje u nekretnine	22.932.050	21.740.881	0,76%	0,61%
III. DUGOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA (021 do 028)	43.432.067	46.547.373	1,44%	1,31%
1. Udjeli (dionice) kod povezanih poduzetnika	1.339.638	1.241.421	0,04%	0,03%
2. Dani zajmovi povezanim poduzetnicima			0,00%	0,00%
3. Sudjelujući interesi (udjeli)	140.000	140.000	0,00%	0,00%
4. Zajmovi dani poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi			0,00%	0,00%
5. Ulaganja u vrijednosne papire	41.952.429	44.761.794	1,39%	1,26%
6. Dani zajmovi, depoziti i slično		404.158	0,00%	0,01%
7. Ostala dugotrajna financijska imovina			0,00%	0,00%
8. Ulaganja koja se obračunavaju metodom udjela			0,00%	0,00%
IV. POTRAŽIVANJA (030 do 032)	732.724	645.153	0,02%	0,02%
1. Potraživanja od povezanih poduzetnika			0,00%	0,00%
2. Potraživanja po osnovi prodaje na kredit	372.432	286.116	0,01%	0,01%
3. Ostala potraživanja	360.292	359.037	0,01%	0,01%
V. ODGOĐENA POREZNA IMOVINA	83.416.322	60.513.799	2,77%	1,70%
C) KRATKOTRAJNA IMOVINA (035+043+050+058)	**238.600.677**	**355.363.412**	**7,91%**	**9,96%**
I. ZALIHE (036 do 042)	7.278.488	9.761.018	0,24%	0,27%
1. Sirovine i materijal	6.329.111	8.951.383	0,21%	0,25%
2. Proizvodnja u tijeku			0,00%	0,00%
3. Gotovi proizvodi			0,00%	0,00%
4. Trgovačka roba	204.383	64.641	0,01%	0,00%
5. Predujmovi za zalihe			0,00%	0,00%
6. Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	744.994	744.994	0,02%	0,02%
7. Biološka imovina			0,00%	0,00%
II. POTRAŽIVANJA (044 do 049)	34.888.703	26.681.432	1,16%	0,75%
1. Potraživanja od povezanih poduzetnika		458	0,00%	0,00%
2. Potraživanja od kupaca	19.301.006	13.147.988	0,64%	0,37%
3. Potraživanja od sudjelujućih poduzetnika		253	0,00%	0,00%
4. Potraživanja od zaposlenika i članova poduzetnika	345.834	485.727	0,01%	0,01%
5. Potraživanja od države i drugih institucija	10.641.936	9.285.057	0,35%	0,26%
6. Ostala potraživanja	4.599.927	3.761.949	0,15%	0,11%
III. KRATKOTRAJNA FINANCIJSKA IMOVINA (051 do 057)	1.231.982	165.680	0,04%	0,00%
1. Udjeli (dionice) kod povezanih poduzetnika			0,00%	0,00%
2. Dani zajmovi povezanim poduzetnicima			0,00%	0,00%
3. Sudjelujući interesi (udjeli)			0,00%	0,00%
4. Zajmovi dani poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi			0,00%	0,00%
5. Ulaganja u vrijednosne papire	1.091.162		0,04%	0,00%
6. Dani zajmovi, depoziti i slično	140.820	24.845	0,00%	0,00%
7. Ostala financijska imovina		140.835	0,00%	0,00%
IV. NOVAC U BANCI I BLAGAJNI	195.201.504	318.755.282	6,47%	8,94%
D) PLAĆENI TROŠKOVI BUDUĆEG RAZDOBLJA I OBRAČUNATI PRIHODI	**25.415.099**	**21.247.239**	**0,84%**	**0,60%**
E) UKUPNO AKTIVA (001+002+034+059)	**3.015.504.267**	**3.566.618.693**	**100,00%**	**100,00%**
F) IZVANBILANČNI ZAPISI	54.834.429	54.717.679		

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Tablica 5.: Vertikalna analiza bilance (nastavak)

PASIVA				
A) KAPITAL I REZERVE (063+064+065+071+072+075+078)	**1.883.736.622**	**1.901.690.680**	**62,47%**	**53,32%**
I. TEMELJNI (UPISANI) KAPITAL	1.672.021.210	1.672.021.210	55,45%	46,88%
II. KAPITALNE REZERVE	-18.596.391	-373.815	-0,62%	-0,01%
III. REZERVE IZ DOBITI (066+067-068+069+070)	94.257.647	62.737.202	3,13%	1,76%
1. Zakonske rezerve	60.724.657	61.906.040	2,01%	1,74%
2. Rezerve za vlastite dionice	24.344.407	34.344.407	0,81%	0,96%
3. Vlastite dionice i udjeli (odbitna stavka)	13.303.107	33.513.245	0,44%	0,94%
4. Statutarne rezerve			0,00%	0,00%
5. Ostale rezerve	22.491.690		0,75%	0,00%
IV. REVALORIZACIJSKE REZERVE	29.413.744	31.189.526	0,98%	0,87%
V. ZADRŽANA DOBIT ILI PRENESENI GUBITAK (073-074)	55.168.035	30.576.912	1,83%	0,86%
1. Zadržana dobit	55.168.035	30.576.912	1,83%	0,86%
2. Preneseni gubitak			0,00%	0,00%
VI. DOBIT ILI GUBITAK POSLOVNE GODINE (076-077)	51.381.272	105.441.776	1,70%	2,96%
1. Dobit poslovne godine	51.381.272	105.441.776	1,70%	2,96%
2. Gubitak poslovne godine			0,00%	0,00%
VII. MANJINSKI INTERES	91.105	97.869	0,00%	0,00%
B) REZERVIRANJA (080 do 082)	**266.430**	**87.186**	**0,01%**	**0,00%**
1. Rezerviranja za mirovine, otpremnine i slične obveze			0,00%	0,00%
2. Rezerviranja za porezne obveze	55.574	16.011	0,00%	0,00%
3. Druga rezerviranja	210.856	71.175	0,01%	0,00%
C) DUGOROČNE OBVEZE (084 do 092)	**828.398.720**	**1.331.861.034**	**27,47%**	**37,34%**
1. Obveze prema povezanim poduzetnicima			0,00%	0,00%
2. Obveze za zajmove, depozite i slično			0,00%	0,00%
3. Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama	822.163.177	1.306.223.976	27,26%	36,62%
4. Obveze za predujmove			0,00%	0,00%
5. Obveze prema dobavljačima			0,00%	0,00%
6. Obveze po vrijednosnim papirima			0,00%	0,00%
7. Obveze prema poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi			0,00%	0,00%
8. Ostale dugoročne obveze	3.937.690	2.833.087	0,13%	0,08%
9. Odgođena porezna obveza	2.297.853	22.803.971	0,08%	0,64%
D) KRATKOROČNE OBVEZE (094 do 105)	**219.471.425**	**229.556.759**	**7,28%**	**6,44%**
1. Obveze prema povezanim poduzetnicima	108.119	70.585	0,00%	0,00%
2. Obveze za zajmove, depozite i slično			0,00%	0,00%
3. Obveze prema bankama i drugim financijskim institucijama	103.814.699	139.838.023	3,44%	3,92%
4. Obveze za predujmove	12.627.056	14.788.881	0,42%	0,41%
5. Obveze prema dobavljačima	77.024.650	47.731.018	2,55%	1,34%
6. Obveze po vrijednosnim papirima			0,00%	0,00%
7. Obveze prema poduzetnicima u kojima postoje sudjelujući interesi			0,00%	0,00%
8. Obveze prema zaposlenicima	15.929.103	15.738.902	0,53%	0,44%
9. Obveze za poreze, doprinose i slična davanja	9.009.700	7.870.246	0,30%	0,22%
10. Obveze s osnove udjela u rezultatu	12.418	45.653	0,00%	0,00%
11. Obveze po osnovi dugotrajne imovine namijenjene prodaji		2.832	0,00%	0,00%
12. Ostale kratkoročne obveze	945.680	3.470.619	0,03%	0,10%
E) ODGOĐENO PLAĆANJE TROŠKOVA I PRIHOD BUDUĆEGA RAZDOBLJA	**83.631.070**	**103.423.034**	**2,77%**	**2,90%**
F) UKUPNO – PASIVA (062+079+083+093+106)	**3.015.504.267**	**3.566.618.693**	**100,00%**	**100,00%**
G) IZVANBILANČNI ZAPISI	54.834.429	54.717.679		
DODATAK BILANCI (popunjava poduzetnik koji sastavlja konsolidirani godišnji financijski izvještaj)				
A) KAPITAL I REZERVE				
1. Pripisano imateljima kapitala matice	1.883.645.517	1.901.592.811		
2. Pripisano manjinskom interesu	91.105	97.869		

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Kod horizontalne analize računa dobiti i gubitka (2014. i 2015 godine) ukupni prihodi su se povećali za 19,32 %, dok su se rashodi povećali za 13,42%. Poslovni prihodi koje sačinjavaju prihodi od prodaje i ostali poslovni prihodi povećali su za 17,92 postotna poena. Financijski prihodi zabilježili su najveći rast u iznosu od 95,38% što je rezultat povećanja prihoda od kamata, rast prihoda od nerealizirane dobiti od financijske imovine te pada kamate, tečajne razlike i drugih rashoda s povezanim poduzetnicima. Poslovni rashodi društva Valamar Riviera d.d. povećali su se za 10,26%. Najveći porast na navedenoj poziciji bilježi porast pozicije vrijednosnog usklađenja. Također, valja napomenuti kako su se i izdaci za zaposlenike povećali za 8,54 postotan poena u vidu povećanja neto plaća i nadnica za 10,17%. Također

porastom poslovanja povećali su se i materijalni troškovi za 6,45%,a najveću stavku date pozicije bilježe troškovi prodane robe (rast za 203.068,00 kuna). Sukladno financijskim prihodima porasli su i financijski rashodi za 92,55%. Navedenu stavku su sačinjavali nerealizirani gubitci od financijske imovine, kamate, tečajne razlike i drugi rashodi sa povezanim poduzetnicima i ostali financijski rashodi (Tablica 6.).

Tablica 6.: Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka

RAČUN DOBITI I GUBITKA u razdoblju 01.01.2015. do 31.12.2015. Valamar Riviera d.d.			
Naziv pozicije	2014. godina	2015. godina	HORIZONTALNA ANALIZA
1	3	4	
			%
I. POSLOVNI PRIHODI (112+113)	**1.097.382.614**	**1.294.036.934**	**17,92**
1. Prihodi od prodaje	1.077.699.851	1.268.724.937	17,73
2. Ostali poslovni prihodi	19.682.763	25.311.997	28,60
II. POSLOVNI RASHODI (115+116+120+124+125+126+129+130)	**1.017.848.271**	**1.122.244.561**	**10,26**
1. Promjene vrijednosti zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda			
2. Materijalni troškovi (117 do 119)	**374.042.936**	**398.167.101**	**6,45**
a) Troškovi sirovina i materijala	182.536.649	210.542.502	15,34
b) Troškovi prodane robe	1.235.445	1.438.513	16,44
c) Ostali vanjski troškovi	190.270.842	186.186.086	-2,15
3. Troškovi osoblja (121 do 123)	**302.091.412**	**327.901.582**	**8,54**
a) Neto plaće i nadnice	177.435.116	195.479.135	10,17
b) Troškovi poreza i doprinosa iz plaća	82.137.302	86.030.732	4,74
c) Doprinosi na plaće	42.518.994	46.391.715	9,11
4. Amortizacija	202.977.083	232.922.484	14,75
5. Ostali troškovi	105.527.945	124.793.680	18,26
6. Vrijednosno usklađivanje (127+128)	**1.403.031**	**18.650.013**	**1229,27**
a) dugotrajne imovine (osim financijske imovine)	0	16.839.165	
b) kratkotrajne imovine (osim financijske imovine)	1.403.031	1.810.848	29,07
7. Rezerviranja	10.442.566	5.353.888	-48,73
8. Ostali poslovni rashodi	21.363.298	14.455.813	-32,33
III. FINANCIJSKI PRIHODI (132 do 136)	**20.194.911**	**39.456.545**	**95,38**
1. Kamate, tečajne razlike, dividende i slični prihodi iz odnosa s povezanim poduzetnicima	1.901.631		-100,00
2. Kamate, tečajne razlike, dividende, slični prihodi iz odnosa s nepovezanim poduzetnicima i drugim osobama	13.351.684	32.029.548	139,89
3. Dio prihoda od pridruženih poduzetnika i sudjelujućih interesa			
4. Nerealizirani dobici (prihodi) od financijske imovine	3.169.081	5.496.413	73,44
5. Ostali financijski prihodi	1.772.515	1.930.584	8,92
IV. FINANCIJSKI RASHODI (138 do 141)	**40.677.273**	**78.322.140**	**92,55**
1. Kamate, tečajne razlike i drugi rashodi s povezanim poduzetnicima	3.694.418	0	-100,00
2. Kamate, tečajne razlike i drugi rashodi iz odnosa s nepovezanim poduzetnicima i drugim osobama	33.248.744	72.055.572	116,72
3. Nerealizirani gubici (rashodi) od financijske imovine	2.002.193	4.722.854	135,88
4. Ostali financijski rashodi	1.731.918	1.543.714	-10,87
V. UDIO U DOBITI OD PRIDRUŽENIH PODUZETNIKA			
VI. UDIO U GUBITKU OD PRIDRUŽENIH PODUZETNIKA			
VII. IZVANREDNI - OSTALI PRIHODI			
VIII. IZVANREDNI - OSTALI RASHODI			
IX. UKUPNI PRIHODI (111+131+142 + 144)	**1.117.577.525**	**1.333.493.479**	**19,32**
X. UKUPNI RASHODI (114+137+143 + 145)	**1.058.525.544**	**1.200.566.701**	**13,42**
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (146-147)	59.051.981	132.926.778	125,10
1. Dobit prije oporezivanja (146-147)	59.051.981	132.926.778	125,10
2. Gubitak prije oporezivanja (147-146)	0	0	
XII. POREZ NA DOBIT	7.657.770	27.465.300	258,66
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (148-151)	51.394.211	105.461.478	105,20
1. Dobit razdoblja (149-151)	51.394.211	105.461.478	105,20
2. Gubitak razdoblja (151-148)	0	0	
DODATAK RDG-u (popunjava poduzetnik koji sastavlja konsolidirani godišnji financijski izvještaj)			
XIV. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA			
1. Pripisana imateljima kapitala matice	51.381.272	105.441.776	105,21
2. Pripisana manjinskom interesu	12.939	19.702	52,27
IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVATNOJ DOBITI (popunjava poduzetnik obveznik primjene MSFI-a)			
I. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (= 152)	51.394.211	105.461.478	105,20
II. OSTALA SVEOBUHVATNA DOBIT/GUBITAK PRIJE POREZA (159 do 165)	4.089.608	2.203.517	-46,12
1. Tečajne razlike iz preračuna inozemnog poslovanja			
2. Promjene revalorizacijskih rezervi dugotrajne materijalne i nematerijalne imovine			
3. Dobit ili gubitak s osnove ponovnog vrednovanja financijske imovine raspoložive za prodaju	4.089.608	2.203.517	-46,12
4. Dobit ili gubitak s osnove učinkovite zaštite novčanog toka			
5. Dobit ili gubitak s osnove učinkovite zaštite neto ulaganja u inozemstvu			
6. Udio u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti/gubitku pridruženih poduzetnika			
7. Aktuarski dobici/gubici po planovima definiranih primanja			
III. POREZ NA OSTALU SVEOBUHVATNU DOBIT RAZDOBLJA	817.922	427.734	-47,70
IV. NETO OSTALA SVEOBUHVATNA DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (158-166)	3.271.686	1.775.783	-45,72
V. SVEOBUHVATNA DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (157+167)	54.665.897	107.237.261	96,17
DODATAK Izvještaju o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti (popunjava poduzetnik koji sastavlja konsolidirani godišnji financijski izvještaj)			
VI. SVEOBUHVATNA DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA			
1. Pripisana imateljima kapitala matice	54.652.958	107.217.559	96,18
2. Pripisana manjinskom interesu	12.939	19.702	52,27

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Tablica 7.: Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka

RAČUN DOBITI I GUBITKA u razdoblju 01.01.2015. do 31.12.2015. Valamar Riviera d.d.				
Naziv pozicije	2014. godina	2015. godina	VERTIKALNA ANALIZA	
1	3	4		
			2014.	2015.
I. POSLOVNI PRIHODI (112+113)	**1.097.382.614**	**1.294.036.934**	**98,19%**	**97,04%**
1. Prihodi od prodaje	1.077.699.851	1.268.724.937	96,43%	95,14%
2. Ostali poslovni prihodi	19.682.763	25.311.997	1,76%	1,90%
II. POSLOVNI RASHODI (115+116+120+124+125+126+129+130)	**1.017.848.271**	**1.122.244.561**	**96,16%**	**93,48%**
1. Promjene vrijednosti zaliha proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda			0,00%	0,00%
2. Materijalni troškovi (117 do 119)	**374.042.936**	**398.167.101**	**35,34%**	**33,16%**
a) Troškovi sirovina i materijala	182.536.649	210.542.502	17,24%	17,54%
b) Troškovi prodane robe	1.235.445	1.438.513	0,12%	0,12%
c) Ostali vanjski troškovi	190.270.842	186.186.086	17,98%	15,51%
3. Troškovi osoblja (121 do 123)	**302.091.412**	**327.901.582**	**28,54%**	**27,31%**
a) Neto plaće i nadnice	177.435.116	195.479.135	16,76%	16,28%
b) Troškovi poreza i doprinosa iz plaća	82.137.302	86.030.732	7,76%	7,17%
c) Doprinosi na plaće	42.518.994	46.391.715	4,02%	3,86%
4. Amortizacija	202.977.083	232.922.484	19,18%	19,40%
5. Ostali troškovi	105.527.945	124.793.680	9,97%	10,39%
6. Vrijednosno usklađivanje (127+128)	**1.403.031**	**18.650.013**	**0,13%**	**1,55%**
a) dugotrajne imovine (osim financijske imovine)	0	16.839.165	0,00%	1,40%
b) kratkotrajne imovine (osim financijske imovine)	1.403.031	1.810.848	0,13%	0,15%
7. Rezerviranja	10.442.566	5.353.888	0,99%	0,45%
8. Ostali poslovni rashodi	21.363.298	14.455.813	2,02%	1,20%
III. FINANCIJSKI PRIHODI (132 do 136)	**20.194.911**	**39.456.545**	**1,81%**	**2,96%**
1. Kamate, tečajne razlike, dividende i slični prihodi iz odnosa s povezanim poduzetnicima	1.901.631		0,17%	0,00%
2. Kamate, tečajne razlike, dividende, slični prihodi iz odnosa s nepovezanim poduzetnicima i drugim osobama	13.351.684	32.029.548	1,19%	2,40%
3. Dio prihoda od pridruženih poduzetnika i sudjelujućih interesa			0,00%	0,00%
4. Nerealizirani dobici (prihodi) od financijske imovine	3.169.081	5.496.413	0,28%	0,41%
5. Ostali financijski prihodi	1.772.515	1.930.584	0,16%	0,14%
IV. FINANCIJSKI RASHODI (138 do 141)	**40.677.273**	**78.322.140**	**3,84%**	**6,52%**
1. Kamate, tečajne razlike i drugi rashodi s povezanim poduzetnicima	3.694.418	0	0,35%	0,00%
2. Kamate, tečajne razlike i drugi rashodi iz odnosa s nepovezanim poduzetnicima i drugim osobama	33.248.744	72.055.572	3,14%	6,00%
3. Nerealizirani gubici (rashodi) od financijske imovine	2.002.193	4.722.854	0,19%	0,39%
4. Ostali financijski rashodi	1.731.918	1.543.714	0,16%	0,13%
V. UDIO U DOBITI OD PRIDRUŽENIH PODUZETNIKA				
VI. UDIO U GUBITKU OD PRIDRUŽENIH PODUZETNIKA				
VII. IZVANREDNI - OSTALI PRIHODI				
VIII. IZVANREDNI - OSTALI RASHODI				
IX. UKUPNI PRIHODI (111+131+142 + 144)	**1.117.577.525**	**1.333.493.479**	**100,00%**	**100,00%**
X. UKUPNI RASHODI (114+137+143 + 145)	**1.058.525.544**	**1.200.566.701**	**100,00%**	**100,00%**
XI. DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA (146-147)	59.051.981	132.926.778		
1. Dobit prije oporezivanja (146-147)	59.051.981	132.926.778		
2. Gubitak prije oporezivanja (147-146)	0	0		
XII. POREZ NA DOBIT	7.657.770	27.465.300		
XIII. DOBIT ILI GUBITAK RAZDOBLJA (148-151)	51.394.211	105.461.478		
1. Dobit razdoblja (149-151)	51.394.211	105.461.478		
2. Gubitak razdoblja (151-148)	0	0		

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

U Tablici 7. prikazano je da je najveći udio u ukupnim prihodima u obje promatrane godine čine prihodi od prodaje, udjelom od 97% do 99%. Financijski prihodi u 2014. godini zauzimaju ukupno 1,81% prihoda koji sa poslovnim prihodima od 98,19% čine cjelokupni prihod godine. U odnosu na 2014. godinu 2015. godina bilježi blagi pad udjela prihoda od prodaje te rast financijskih prihoda na 2,96%. Poslovni rashodi zauzimaju 96,16% odnosno 97,04% ukupnih rashoda u promatranim razdobljima. Najveću stavku rashoda predstavljaju materijalni troškovi koji imaju udio u rashodima od 33% do 35%. Financijski rashodi imaju manjinski udio u ukupnim rashodima sa svega 3,84% u 2014. te 6,52% u 2015. godini.

4.4. Kombinirani financijski pokazatelji

U nastavku završnog rada prikazani su i analizirani financijski pokazatelji društva Valamar Riviera d.d.

Tablica 8.: Pokazatelji likvidnosti

Naziv pokazatelja	2014.	2015.
Koeficijent trenutne likvidnosti	0,89	1,39
Koeficijent ubrzane likvidnosti	1,05	1,50
Koeficijent tekuće likvidnosti	1,09	1,55
Koeficijent financijske stabilnosti	1,10	1,06

Izvor: Obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Koeficijent trenutne likvidnosti u 2014. godini je zadovoljavajući te društvo uspijeva pokriti većinu svojih dospjelih kratkoročnih obaveza raspoloživim novcem. U 2015. godini došlo je do drastičnog povećanja novca na žiro računu, stoga je koeficijent značajno porastao na 1,39. Mogućnost da društvo ostane bez sredstava za podmirenje kratkoročnih obaveza se znatno smanjio. Koeficijent ubrzane likvidnosti u 2014. godini je iznosio 1,05 što premašuje minimalnu vrijednost ovog koeficijenta od 0,9. Poduzeće 2014. i 2015. godine sa 1,50. posjeduje dovoljno kratkoročnih sredstava da podmiri dospjele obveze bez prodaje zaliha. Koeficijent financijske stabilnosti je veći od jedan što znači da je dugotrajna imovina financirana iz kratkoročnih obaveza, odnosno postoji deficit radnog kapitala (Tablica 8.).

Tablica 9.: Pokazatelji zaduženosti

Naziv pokazatelja	2014.	2015.
Koeficijent zaduženosti	0,35	0,44
Koeficijent vlastitog financiranja	0,65	0,56
Stupanj pokrića 1	60,77	52,41
Stupanj pokrića 2	90,88	94,17

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Koeficijent zaduženosti društva Valamar Riviera d.d. je manji od 50% tokom 2014. i 2015. godine što je dobar financijski pokazatelj. Pokazatelj ukazuje na činjenicu da društvo ne

koristi zaduživanje kao oblik financiranja, odnosno u maloj mjeri je imovina nabavljena zaduživanjem. Koeficijent vlastitog financiranja je iznad 50% odnosno 2014. godine iznosio je 65%, dok je 2015. godine iznosio nešto manje 56%. većinski dio imovine je financiran iz vlastitog kapitala (glavnice). Stupanj pokrića troškova I i II govori o pokriću dugotrajne imovine glavnicom, odnosno glavnicom uvećanom za dugoročne obaveze (Tablica 9.).

Tablica 10.: Pokazatelji aktivnosti

Naziv pokazatelja	2014.	2015.
Koeficijent obrata ukupne imovine	0,37	0,36
Koeficijent obrata kratkotrajne imovine	4,60	3,64
Koeficijent obrata potraživanja	30,89	47,55
Trajanje naplate potraživanja u danima	11,82	7,70

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Koeficijent obrta imovine kroz dva promatrana razdoblja se kreće u rasponu od 0,36 do 0,37, što znači da se ukupna imovina društva obrne 0,37 odnosno 0,36 puta u poslovnom ciklusu odnosno društvo na uloženu 1 kunu imovine ostvaruje 0,36 kn prihoda. Koeficijent obrata kratkotrajne imovine se kreće od 3,64 2015. godine do 4,60 2014. godine što znači da društvo na uloženu kunu kratkotrajne imovine ostvaruje 4,64, odnosno 5,60 kn prihoda. Koeficijent obrata potraživanja bi trebao biti što veći, kako bi vrijeme naplate potraživanja bilo kraće. Kod Valamar Riviera d.d. vrijeme naplete iznosi 7 do 11 dana (Tablica 10.).

Tablica 11.: Pokazatelji ekonomičnosti

Naziv pokazatelja	**2014.**	**2015**
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,06	1,11
Ekonomičnost poslovanja (prodaje)	1,06	1,13
Ekonomičnost financiranja	0,50	0,50

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

Kod ekonomičnosti ukupnog poslovanja društvo ostvaruje 1,06 ukupnih prihoda na jednu jedinicu ukupnih rashoda. U 2014. godini društvo je ostvarilo 0,50 kuna financijskih prihoda na uloženu 1 kunu financijskih rashoda. Tokom dvije godine društvo nije imalo dovoljno financijskih prihoda za pokriće financijskih rashoda (Tablica 11.).

Tablica 12.: Pokazatelji profitabilnosti

Naziv pokazatelja	2014.	2015.
Neto marža profita	2%	3%
Bruto marža profita	6%	10%
Rentabilnost vlastitog kapitala	0%	0%

Izvor: obrada autora temeljem godišnjeg izvještaja Valamar Riviera d.d.

U društvu je ostalo ukupno 2% i 3% dobiti u odnosu na ostvarene prihode. Kod neto rentabilnosti imovine društvo ostvaruje 1 kn na uloženu (Tablica 12.).

4.5. Donošenje odluka temeljem pokazatelja u financijskim izvještajima

Individualni pristup turistima i uvrštavanje njihovih želja i potreba u centar poslovanja pokazao se ključnim pothvatom u daljnjem razvoj poslovanja Valamar društva. Implementacija inovativne, kvalitetne i raznovrsne ponude u vlastiti obim poslovanja rezultirao je dugogodišnjim stabilnim i liderski položajem društva u segmentu turističkog poslovanja.

Detaljnom analizom financijskih izvještaja Valamar Riviera d.d. stvoren je uvid u financijski aspekt poslovanja društva. Na osnovu financijskih izvještaja donose se odluke na temelju kojih se provode konkretne aktivnosti analize kretanja cijena i općih kretanja na tržištu ponude i potražnje. Aktivnosti društva svakodnevno su pod utjecajem brojnih financijskih rizika, učestalih u segmentnu turističkih društava nacionalne ekonomije. Navedeni rizici se uglavnom odnose na tržišni rizik koji uključuje valutni rizik, kamatni rizik, cjenovni rizik, kreditni rizik te rizik likvidnosti.

Društvo Valamar Riviera d.d. je u 2015. godini ostvarilo prihode u visini od 1.269,3 milijuna kuna, odnosno 15.4% više prihoda nego 2014. godine. Raspodjelom navedenih prihoda dobiva se detaljan uvid u svaki segment prihodovne strane. Od prodaje svojih usluga društvo je ostvarilo prihode u vrijednosti 1.183,2 kuna. Glavninu prihoda činili su prihodi ostvareni na inozemnom tržištu, odnosno 85,6% ukupnih prihoda, dok su prihodi od prodaje na domaćem tržištu sačinjavali 7,6% ukupnih prihoda.

Sukladno rastu prihoda rasli su i rashodi poslovanja. U 2015. godini materijalni troškovi poslovanja su sačinjavali 38,2% rashoda iste godine, također troškovi ljudskog kapitala povećali su se za 18% u odnosu na prethodno promatrano vrijeme. Financijski rashodi poslovanja povećali su se za 38 milijuna kuna u odnosu na 2014. godinu te su u 2015. godine iznosili 71,0 milijun kuna. Strateškim planiranjem poslovnih pothvata ostvarena je dobit prije oporezivanja u iznosu od 126,8 milijuna kuna, dok je operativni dobitak povećan na 133,5 milijuna kuna. Dana 31. prosinca vrijednost ukupne imovine Valamar Riviera d.d. iznosila je 3.557 milijuna kuna što je porast za 361,0 milijuna kuna. Tijekom 2015. godine društvo je uložilo ukupno 310 milijuna kuna u unapređenje svoje turističke ponude. Daljnje aktivnosti planiraju se nastaviti i u 2016. godini kada Valamar Riviera d.d. planira nastaviti s investicijskim projektima s ciljem podizanja kvalitete usluga i sadržaja svojih kapaciteta.

Društvo Valamar Riviera d.d. koristi financijske izvještaje kao način eksterne komunikacije sa menadžerima i potencijalnim ulagačima kao i samim zainteresiranim gostima, te na temelju tih izvještaja efikasno kreira svoju politiku poslovanja.

5. ZAKLJUČAK

Komunikacija čini osnovni segment vođenja ljudi, te je usko povezana sa organizacijom poduzeća. Uspješna komunikacija rezultat je uspješnog provođenja funkcija menadžmenta. S obzirom na sveprisutnost komunikacije, ona predstavlja ključnu ulogu u procesu menadžmenta.

Uloga koju imaju interna i eksterna komunikacija u menadžmentu poslovnih organizacija je od velikog značaja. Formalni aspekti komuniciranja su najčešće najbitniji oblici komuniciranja, međutim ne smije se izuzeti činjenica da to mogu biti samo pojedinačni faktori unutar cjelokupne komunikacije u organizaciji. Svi službeni kanali komunikacije u organizaciji djeluju u sprezi sa vrlo širokim neformalnim tokovima informacija koji mogu pomoći i pojedincima i grupama u ostvarenju ciljeva. Komunikacija u hijerarhijskim kategorijama je izuzetno kompleksna, ali zajedničkim trudom svih zaposlenika koji su svjesni koliko je komunikacija neophodna i značajna, i koji u pravcu njenog poboljšanja angažirano ulažu odgovarajuće napore, moguće je ostvariti potrebnu optimalnu komunikaciju i stvoriti skladnu radnu atmosferu.

Zadaća i cilj financijskog računovodstva je pružanje korisnicima informacije o poslovanju poduzeća, odnosno izrada financijskih izvještaja. Sukladno Međunarodnim računovodstvenim standardima financijski izvještaji moraju korisnicima pružiti informacije relevantne za donošenje poslovnih odluka što znači da informacije moraju biti istinite, pouzdane i nepristrane u smislu vjernog predočavanja rezultata i financijskog položaja poduzeća. Financijski izvještaji se sastavljaju za godinu koja je ujedno i kalendarska, s iznimkom djelatnosti sezonske prirode, kada mogu biti sastavljeni za poslovnu godinu koja je različita od kalendarske. Oblik i sadržaj financijskih izvještaja sukladan je odredbama Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja ili odredbama posebnih propisa koji uređuju poslovanje pojedinih obveznika primjene Zakona o računovodstvu. U temeljne financijske izvještaje se ubrajaju bilanca, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanom tijeku, izvještaj o promjeni kapitala i bilješke uz financijske izvještaje.

Analiza poslovanja Valamar Riviere d.d. obrađena je postupkom horizontalne i vertikalne analize i financijskih pokazatelja, temeljem podataka dostupnih u bilanci i računu dobiti i gubitka, a koji su promatrani kao medij eksterne komunikacije. Temeljem analize

izvještaja i financijskih pokazatelja vidljivo je da je ostvarena uspješnost zadovoljavajuća sigurnost poslovanja. Poslovanje Valamar Riviere d.d. razmatrano je kroz razdoblje od dvije godine, te svi analizirani pokazatelji upućuju na dobro poslovanje. Analizom pokazatelja koji su obrađeni u ovom radu, može se zaključiti da je Valamar Riviera d.d., unatoč lošijim gospodarskim uvjetima, financijski stabilno društvo. Ulaganjem u zaposlenike, poslovne procese i usluge koje pruža, efikasno povećava svoju konkurentnost na tržištu.

POPIS LITERATURE

Knjige

1. Certo C., S., Certo S., T.: Moderni menadžment, Mate, Zagreb, 2009.
2. Belak, V.: Menadžment u teoriji i praksi, Belak Excellens d.o.o., Zagreb, 2014.
3. Borovec, K., Balgač, I., Karlović, R.: Interna komunikacija u Ministarstvu unutarnjih poslova, Zagreb, 2011.
4. Bovee, C., L., Thill, J. V.: Suvremena poslovna komunikacija, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb, 2012
5. Buble, M.: Osnove menadžmenta, Zagreb, Sinergija nakladništvo d.o.o., 2016.
6. Dujanić, M.: Menadžment, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, 2007. g.
7. Fox, R.: Poslovne komunikacije, Pučko otvoreno učilište, Zagreb, 2006.,
8. Jurin, S.: Tekstne vrste u korporativnom menadžmentu, Doktorska disertacija, 2009.
9. Jurković Majić, O.: Poslovne komunikacije, Školska knjiga, Zagreb, 2008.
10. Kravaica, A., Ribarić, E., Krivačić, D: Abeceda računovodstva u teoriji i praksi, Veleučilište u Rijeci i Veleučilište u Karlovcu, Rijeka – Karlovac, 2007.
11. Pejić Bach, M., Murgić, J.: Poslovne komunikacije 2, udžbenik za 2. razred srednje strukovne škole, 2013.
12. Robbins P, S.: Bitni elementi organizacijskog ponašanja, Mate, Zagreb, 1996.
13. Sikavica, P., Bahtijarević-Šiber, F.: Menadžment, Teorija menadžmenta i veliko empirijsko istraživanje u Hrvatskoj, Zagreb, Masmedia, 2004.
14. Škrtić, M.: Osnove poduzetništva i menadžmenta, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2005.
15. Vlahović, M.: Komunikacijski menadžment, Visoka škola za poslovanje i upravljanje „BaltazarAdam Krčelić“, Zaprešić, 2015.
16. Weihrich, H., Koontz, H.: Menedžment, Zagreb, Mate, 1994.
17. Weihrich, K.,: Garača, N., Kadlec, Ž.: Komunikacija u procesu menadžmenta, 1994.
18. Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever, S., Žager, L.: Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 2008.

Ostali izvori

1. Mikić A.: Uloga interne i eksterne komunikacije u menadžmentu poslovnih komunikacija. Međunarodna naučna konferencija, Kruševac, Srbija, 2010.
2. Pfeifer S.: Interna skripta za kolegij „Menadžment“, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, EFOS, Osijek, 2012.

Internet stranice

1. Poslovna komunikacija, www.koprivnicki-poduzetnik.hr (29.8.2016.)
2. Valamar Riviera d.d, www.valamar.hr (28. 09. 2016.)
3. Zagrebačka burza, www,zse.hr (10. 09. 2016.)
4. Managerski stilovi, www.poslovniforum.hr (27.9.2016.)

POPIS ILUSTRACIJA

Shematski prikazi

Shematski prikaz 1.: Proces menadžmenta 3
Shematski prikaz 2.: Temeljne funkcije menadžmenta 8
Shematski prikaz 3.: Klasifikacija temeljnih instrumenata i postupaka analize financijskih izvještaja 24

Tablični prikazi

Tablica 1.: Usporedni prikaz naziva temeljnih financijskih izvještaja 22
Tablica 2.: Horizontalna analiza bilance 29
Tablica 3.: Horizontalna analiza bilance (nastavak) 30
Tablica 4.: Vertikalna analiza bilance 32
Tablica 5.: Vertikalna analiza bilance (nastavak) 33
Tablica 6.: Horizontalna analiza računa dobiti i gubitka 35
Tablica 7.: Vertikalna analiza računa dobiti i gubitka 36
Tablica 8.: Pokazatelji likvidnosti 37
Tablica 9.: Pokazatelji zaduženosti 37
Tablica 10.: Pokazatelji aktivnosti 38
Tablica 11.: Pokazatelji ekonomičnosti 38
Tablica 12.: Pokazatelji profitabilnosti 39