

# ANALIZA USPJEŠNOSTI PODUZEĆA U DJELATNOSTI TRGOVINE NA PRIMJERU DM-DROGERIE MARKT D.O.O. ZAGREB

---

Pritula, Teodora

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:561069>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-22**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Poslovne informatike

Teodora Pritula

**ANALIZA USPJEŠNOSTI PODUZEĆA U DJELATNOSTI  
TRGOVINE NA PRIMJERU DM-DROGERIE MARKT D.O.O.  
ZAGREB**

Završni rad

Osijek, 2022.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Preddiplomski studij Poslovne informatike

Teodora Pritula

**ANALIZA USPJEŠNOSTI PODUZEĆA U DJELATNOSTI  
TRGOVINE NA PRIMJERU DM-DROGERIE MARKT D.O.O.  
ZAGREB**

Završni rad

**Kolegij: Analiza financijskih izvješća**

JMBAG: 0010229187

e-mail: tpritula@efos.hr

Mentor: izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić

Osijek, 2022.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Economics in Osijek  
Undergraduate Study of Business Informatics


Teodora Pritula

**ANALIZA USPJEŠNOSTI PODUZEĆA U DJELATNOSTI  
TRGOVINE NA PRIMJERU DM-DROGERIE MARKT D.O.O.  
ZAGREB**

Final paper

Osijek, 2022.

**IZJAVA**  
**O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,**  
**PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,**  
**SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA**  
**I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA**

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. Izjavljujem da sam autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

**Ime i prezime studentice:** Teodora Pritula

**JMBAG:** 0010229187

**OIB:** 82075899173

**e-mail za kontakt:** teodora1344@gmail.com

**Naziv studija:** Poslovna informatika

**Naslov rada:** Analiza uspješnosti poduzeća u djelatnosti trgovine na primjeru dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb

**Mentorica završnog rada:** izv. prof. dr. sc. Blaženka Hadrović Zekić

U Osijeku, 13. rujna 2022. godine

Potpis Teodora P.

## **Analiza uspješnosti poduzeća u djelatnosti trgovine na primjeru dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb**

### **SAŽETAK**

Razvoj tehnologije i česte promjene trendova na tržištu prisiljavaju poduzetnike na kontinuirano praćenje poslovnih rezultata ukoliko želi opstati na tržištu. Ovaj završni rad daje prikaz poslovnih rezultata poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb u razdoblju od 2016. do 2020. godine. Rad sadrži osnovne podatke o poduzeću dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb, bilancu i račun dobiti i gubitka za promatrano razdoblje, horizontalnu i vertikalnu analizu kroz svih pet godina, te analizu pomoću pokazatelja likvidnosti, zaduženosti, aktivnosti, ekonomičnosti i profitabilnosti. Analiza tvrtke temeljila se na nekonsolidiranim financijskim izvješćima. Po završetku rada, čitatelj će dobiti osnovne informacije o poslovanju dm-drogerie markt, najvećeg drogerijskog lanca u Europi, te će dobiti detaljniji uvid u poslovanje dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb.

**Ključne riječi:** financijska izvješća, bilanca, račun dobiti i gubitka, financijski pokazatelji

## **Analysis of a company's success in the trade business, using the example of dm drogerie markt d.o.o. Zagreb**

### **ABSTRACT**

The development of technology and frequent changes in market trends force entrepreneurs to continuously monitor business results to ensure their survival in the market. This final paper presents the business results of dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb in the period from 2016 to 2020. The paper contains basic information about dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb, balance sheet and profit and loss statement for the observed period, horizontal and vertical analysis throughout all five years, and analysis using liquidity, indebtedness, activity, economy, and profitability indicators. The company's analysis was based on unconsolidated financial statements. By the end of this paper, the reader will receive basic information about the business of dm-drogerie markt, the largest drugstore chain in Europe, and will gain further insight into the business of dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb.

**Keywords:** financial reports, balance sheet, profit and loss statement, financial indicators

# SADRŽAJ

<b>1</b>	<b>Uvod.....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Poslovanje dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb.....</b>	<b>2</b>
2.1	Povijest dm-drogerie markt.....	2
2.2	dm-drogerie markt u Republici Hrvatskoj .....	4
<b>3</b>	<b>Struktura temeljnih financijskih izvještaja dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb.....</b>	<b>5</b>
3.1	Bilanca .....	5
3.2	Račun dobiti i gubitka .....	7
3.3	Izvještaj o novčanom toku .....	8
3.4	Izvješće o promjeni glavnice.....	9
3.5	Bilješke uz financijska izvješća .....	9
<b>4</b>	<b>Temeljni instrumenti i postupci analize financijskih izvještaja na primjeru dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb.....</b>	<b>10</b>
4.1	Vertikalna analiza bilance i računa dobiti i gubitka .....	10
4.2	Horizontalna analiza bilance i računa dobiti i gubitka.....	12
<b>5</b>	<b>Analiza pomoću financijskih pokazatelja na primjeru dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb .....</b>	<b>16</b>
5.1	Pokazatelji likvidnosti .....	16
5.2	Pokazatelji zaduženosti .....	18
5.3	Pokazatelji aktivnosti .....	19
5.4	Pokazatelji ekonomičnosti .....	21
5.5	Pokazatelji profitabilnosti.....	22
<b>6</b>	<b>Zaključak.....</b>	<b>24</b>
	<b>Literatura .....</b>	<b>26</b>
	<b>Popis tablica.....</b>	<b>27</b>
	<b>Popis grafikona.....</b>	<b>27</b>
	<b>Prilozi .....</b>	<b>28</b>

# 1 Uvod

Zadatak računovodstva nije samo sebi svrha, ono mora zadovoljavati potrebe za informacijama različitih interesnih skupina te se stoga može nazivati i poslovnim jezikom. Kako bi ono zaista bilo poslovni jezik, financijska izvješća se moraju prilagoditi potrebi korisnika kako bi on mogao razumjeti poslovanje koje je evidentirano u financijskom izvješću jer bi se analizom trebalo omogućiti „čitanje“ financijskih izvješća korisniku. Ovaj rad je fokusiran na predstavljanje klasičnih financijskih pokazatelja koji glase za najznakovitiji alat prilikom analize financijskih izvješća.

Predmet istraživanja je analiza uspješnosti poduzeća u djelatnosti trgovine koja će biti prikazana na primjeru dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb (dalje u radu Društvo). Razdoblje promatranja i analiziranja je od 2016. do 2020., pet godina, gdje će se prikazati uspješnost Društva s financijske i poslovne strane. U radu je korištena metoda deskripcije i kompilacije zbog potrebe rukovanja tuđim rezultatima znanstveno-istraživačkih radova te zbog opisivanja činjenica i uzročnih veza. Induktivna metoda i metoda kauzalne indukcije su se koristile zbog istraživanja službenih članaka i dokumenata, kao i istraživanja terminologije i uzoraka.

U prvom dijelu rada opisuje se predmet istraživanja, cilj i korištene metode. Drugi dio sadržava profil dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb. Treći, četvrti i peti dio sadrže primarno i sekundarno istraživanje. U trećem dijelu sekundarnim su istraživanjem detaljnije opisani temeljni financijski izvještaji i korisnici koji se njima služe, dok primarno sadrži analizu financijske uspješnosti Društva. Četvrti dio sadrži informacije o temeljnim instrumentima i postupcima analize financijskih izvještaja na primjeru dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb. U petom dijelu su predstavljeni financijski pokazatelji, uz interpretiranje dobivenih rezultata na primjeru Društva. U zadnjem, šestom dijelu, donesen je zaključak na temelju provedenih istraživanja. Rad sadrži i prilog u kojem se mogu pronaći temeljni financijski izvještaji, instrumenti i postupci analize promatranog Društva.



## 2 Poslovanje dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb

dm-drogerie markt nosi titulu jednog od najvećih drogerijskih lanaca srednje i jugoistočne Europe, dok je najveći njemački trgovački lanac s prometom od 12.265 milijardi eura. Ponuda asortimana je veća od 20.000 drogerijskih proizvoda za zdravlje i ljepotu, dječju hranu i njegu, domaćinstvo, foto usluge i dodatnih asortimana kao što su hrana za kućne ljubimce, tekstil, sezonski proizvodi i drugi. Gotovo sav asortiman pokriva 30 vlastitih i tri ekskluzivne robne marke. Posluje u 13 europskih zemalja s više od 3.800 prodavaonica i 66.000 zaposlenih. Fokus poslovanja je Njemačka, gdje je zaposleno više od 42.000 zaposlenika i ostvaren je promet od 9,04 milijarde eura u financijskoj godini 2020./21.

Prema rezultatima neovisnog istraživanja potrošača „Customer Monitor“, dm-drogerie markt je u vrhu nacionalnih drogerija već gotovo 20 godina. Održivo djelovanje duboko je ukorijenjeno u dm-u, a to je bitan dio slike tvrtke. Također uzima u obzir održivost ne samo u ekonomskoj dimenziji, već i u ekološkom, društvenom i kulturnom aspektu. dm-drogerie markt je posebno uložio u svoju ekološku predanost i objavio prvo izvješće o održivosti u ožujku 2021. s posebnim naglaskom na osam područja djelovanja. U fokusu Društva su djelatnici i kupci, što govori i sama parola „Tu sam čovjek. Tu kupujem.“ Svoju ponudu nastoji prilagoditi svakom čovjeku kako bi se istakla njegova individualnost. Filozofiju živi širokim visokokvalitetnim asortimanom, djelatnicima koji su u svakom trenutku spremni pomoći kompetentnim i susretljivim savjetovanjima. Društvo nastoji pružati mogućnosti daljnjeg usavršavanja svojim djelatnicima te biti uzorna zajednica svoje okoline.

### 2.1 Povijest dm-drogerie markt

U Njemačkoj je, 70-ih godina prošlog stoljeća, postojao velik broj drogerija, no osnivanjem prve prodavaonice 1973. u Karlsruheu dotadašnji klasičan način posluživanja kupaca odlazi u povijest. dm-drogerie markt je osnovao Götz Wolfgang Werner, a trenutni CEO je Christoph Werner. Osnivanjem tvrtke dm-drogerie markt pojavljuje se koncept samoposluživanja, a dotad uobičajeno donošenje željenih proizvoda kupcu postaje prošlost. Riječ *markt* na njemačkom jeziku predstavlja tržnicu, no i prodavaonicu s mogućnošću samoposluge, i iz toga proizlazi naziv dm-drogerie markt.

Tri godine nakon osnivanja otvara se prva prodavaonica u Linzu, Austrija, čime se počinje razvijati filozofija i princip dm-drogerie markt. 80-ih godina prošlog stoljeća uvode se novi koncepti i originalne usluge kao što je kozmetički studio gdje se prvi puta pojavljuje stalak s ponudom dekorativne kozmetike. Mađarska, Slovenija i Češka 1993. godine dobivaju svoje prve prodavaonice. Dotadašnji slogan „Velike marke – male cijene“ mijenja se u parolu „Tu me cijene, tu kupujem“ čime strategiju reklamiranja i komuniciranja usmjeravaju na kupce. Svoje prve marke linije prirodne kozmetike dm-drogerie markt uvodi 1995., a 1996. otvara prvu prodavaonicu u Hrvatskoj, kako bi kasnije, 2002., bila otvorena prva prodavaonica na otoku. Nakon 2002. poslovanje se širi na dalje, otvaraju se prodavaonice u Srbiji, Bosni i Hercegovini, Bugarskoj i Rumunjskoj. Početkom 2005. dm-drogerie markt uvodi program lojalnosti kojim se kupca, za potrošenih 50 kuna, nagrađuje s jednom naljepnicom, a za skupljenih 10 ili više naljepnica, kupci su mogli ostvariti brojne uštede pri kupnji. Kasnije se poslovanje širi na Rumunjsku i dm-drogerie markt uvodi kartice lojalnosti kao zamjenu dotadašnjem načinu skupljanja bodova.



Slika 1 Logo dm-drogerie markt

Izvor: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/5/51/Dm-drogerie\\_markt\\_logo.svg/1280px-Dm-drogerie\\_markt\\_logo.svg.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/5/51/Dm-drogerie_markt_logo.svg/1280px-Dm-drogerie_markt_logo.svg.png)

Od 2010. dm-drogerie markt niže brojne nagrade na različitim područjima čime se drži na vrhu ljestvice najboljih drogerijskih lanaca u Europi. Trenutno posljednja, odnosno 13. zemlja na čije tržište širi poslovanje je Italija na čijem su području 2017. godine otvorene četiri prodavaonice.

## 2.2 dm-drogerie markt u Republici Hrvatskoj

Otvaranjem prve prodavaonice 9. svibnja 1996. u Zagrebu na tržnici u Dubravi, dm-drogerie markt započinje svoju povijest u Hrvatskoj. Na otoku Krku je 27. lipnja 2002. otvorena i prva prodavaonica, u povijesti, na otoku. Od tada pa sve do 2017. godine otvorene su prodavaonice i na otoku Rabu, Hvaru, Lošinju i Braču. Jubilarna 100. prodavaonica otvorena je 2008. godine. Od 2018. godine započet je program školovanja zaposlenika u područjima botanike, kemije, farmakologije, kozmetike i drugih, čijim se pohađanjem educira za novo zanimanje drogerista. U Zagrebu se nalazi upravno-distributivni centar i on je središte za Hrvatsku.

Posljednje dvije godine dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb bilježi napredak na financijskom području zahvaljujući *online* trgovini kojom kupcima omogućuju dostupnost proizvoda i usluga diljem Hrvatske. Internet trgovina broji promet od preko milijun posjetitelja mjesečno i nudi više od 12.500 proizvoda. Trenutno dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb broji 164 prodavaonice s 1.677 zaposlenih čija je prosječna neto plaća 10.787,52 kune.

Prema rezultatima poslovne godine 2020./21. dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb bilježi porast prometa od 4,47 %, odnosno 2,36 mlrd., dok je 1995./96. promet iznosio 4.119.050 kuna. U posljednjih pet godina broj prodavaonica porastao je sa 157 na 164 u 2021. U 2016. godini broj zaposlenih iznosi 1.399, a do 2021. je ta brojka narasla na 1.677 zaposlenika. dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb pripada podružnici dm-drogerie markt GmbH sa sjedištem u Austriji. Prema posljednjem izvještajnom razdoblju, 2020./21., član uprave je Mirko Mrakužić zajedno s pet prokurista. Fokus ulaganja usmjeren je na modernizaciju i kvalitativno širenje prodajne mreže kako bi se kupcima osiguralo ugodno iskustvo kupovine. Kroz čitavu povijest postoje tvrtke koje smatraju da im je osnovna funkcija maksimizacija profita, no s druge strane postoje i one koje provode društveno dogovorno poslovanje kao što je dm-drogerie markt.

Na portalu MojPosao svake se godine provodi nezavisno istraživanje za najpoželjnijeg poslodavca, a tu je titulu Društvo osvojilo i 2022. godine, trinaesti put zaredom. Društvo do 2022. godine niže i druge nagrade kao što su nagrade za najboljeg poslodavca, nagrada *Value4Money*, Zlatna košarica, *Woman's Choice Award* i drugi.

### **3 Struktura temeljnih financijskih izvještaja dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb**

Kako bi se poduzeće uspješno vodilo potrebne su adekvatne financijske podloge, a najviše se takvih informacija nalazi u računovodstvu i zapisani su u financijskim izvještajima. Žager i drugi (2020:91) navode kako je cilj financijskog izvještaja „informiranje zainteresiranih korisnika o financijskom položaju poduzeća i o uspješnosti poslovanja.“ On mora biti realan i istinit s jasnim i razumljivim informacijama. Financijski izvještaji se sastavljaju prikupljanjem, evidentiranjem, analiziranjem i obradom podataka iz nastalih poslovnih događaja promatranog poduzeća, a u velikoj mjeri se upotrebljavaju za predviđanje poslovnih rezultata u budućnosti. Interni korisnici na temelju tih podataka mogu razraditi poslovni plan za nadolazeća razdoblja te usporediti odstupanja planiranih od izvedenih događaja. Eksterni korisnici, kao što su kupci i investitori, na temelju financijskih izvještaja mogu dobiti potpuni prikaz poslovanja i sigurnosti ulaganja.

Temeljni financijski izvještaj čine (Zakon o računovodstvu, čl. 19.):

- „izvještaj o financijskom položaju (bilanca),
- račun dobiti i gubitka,
- izvještaj o novčanim tokovima,
- izvještaj o promjenama kapitala i
- bilješke uz financijske izvještaje.“

#### **3.1 Bilanca**

„Bilanca je temeljni financijski izvještaj koji prikazuje imovinu, obveze i kapital na određeni dan“ (Žager i dr., 2020:93). Većina autora navodi kako naziv bilanca proizlazi iz latinskog gdje riječ *bilanx* predstavlja ravnotežu, dok se u francuskom rječniku može pronaći riječ *billan* što predstavlja godišnji račun. Treća tumačenje kaže kako riječ bilanca proizlazi iz talijanske riječi *bilancia* što znači vaga.

Sastavni dio bilance čine imovina, obveze i kapital sa sljedećim definicijama (IASB, 2010, navedeno u Žager i dr., 2020:93):

- a. „imovina (sredstvo) je resurs koji je pod kontrolom poduzeća, koji proizlazi iz prošlih događaja i od kojeg se očekuju buduće ekonomske koristi,

- b. obveza je postojeći dug poduzeća, proizašao iz prošlih događaja, za čije se podmirenje očekuje smanjenje resursa koji utjelovljuju ekonomske koristi,
- c. kapital (glavnica) je ostatak imovine nakon odbitka svih obveza.“

Bilanca se sastoji od dva dijela, prvi dio čini imovina poduzeća koja se još naziva aktivom, a drugi dio su izvori te imovine, drugim nazivom pasiva. Na osnovu njih se analizira financijski položaj poduzeća stoga je bitno dobro poznavanje osnovnih oblika imovine i izvora te imovine. Žager i drugi (2020) navode dvije vrste imovine:

- a. „imovina prema pojavnom obliku
- b. imovina prema vremenu transformacije u novčani oblik.“

Imovinu prema pojavnom obliku čine materijalna i nematerijalna imovina. Materijalna imovina ima fizički oblik i najčešće su to zgrade, postrojenja, oprema, zalihe i slično. Suprotno tome postoji imovina koja nije vidljiva, najčešće patenti, licencije, koncesije i razna prava, i ona čine nematerijalnu imovinu. Imovina prema vremenu transformacije u novčani oblik čine kratkotrajna i dugotrajna imovina. „Kratkotrajnu imovinu čini onaj dio ukupne imovine za koji se očekuje da će se pretvoriti u novčani oblik u vremenu kraćem od jedne godine, dok je dugotrajna imovina ona imovina koja u tom obliku ostaje duže vezana i očekuje se da će se pretvoriti u novac u roku dužem od godine dana“ (Žager i dr., 2020:96). Kako bi se mogla razumjeti analiza financijskog položaja poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb, potrebno je objasniti sistematizirane podoblike imovine.

Žager i drugi (2020:97-99) navode kako je kako kratkotrajnu imovinu čine novac, potraživanja, financijska imovina i zalihe. Novac čine gotovina u blagajni i sredstva na računima u banci. Potraživanja se, kao osnovni oblik kratkotrajne imovine, naplaćuju u kraćem roku i najčešće su to potraživanja od kupaca za prodane proizvode ili izvršene usluge, potraživanja od zaposlenih, od države i druga financijska imovina predstavlja plasmane novca koji se najčešće ostvaruju kupovinom vrijednosnih papira i danim zajmovima. Zalihe je najčešće moguće vidjeti kao zalihe sirovina i materijala, proizvodnje, gotovih proizvoda i drugo. Dugotrajna imovina također ima svoje podoblike, to su nematerijalna imovina, materijalna imovina, financijska imovina i dugotrajna potraživanja. Dugotrajna imovina će se pretvoriti u novčani oblik nakon više od godine dana.

Nadalje, izvori imovine čine drugi dio bilance. Žager i drugi navode kako su izvori imovine „različite pravne i fizičke osobe koje svoju imovinu ulažu u neko poduzeće. To su, prije svega, vlasnici, druga poduzeća (koja uobičajeno zovemo dobavljači), banke i druge financijske

institucije, građani itd.“ (Žager i dr., 2020:99). Imovina nabavljena od tih izvora naziva se obveza i ona je uglavnom novčana protuvrijednost ili uvećava uloženu vrijednost. Prema Žager, K. i drugi (2020, 100) izvori imovine se klasificiraju prema određenim kriterijima:

- a. „klasifikacija izvora imovine prema vlasništvu i
- b. klasifikacija izvora imovine prema roku dospjeća.“

Kada se govori o vlasništvu, poduzeće može imati vlastite izvore imovine, koji čine kapital ili glavnica, i tuđe izvore imovine koji onda čine obveze. „Prema roku dospjeća razlikujemo kratkoročne izvore (kratkoročne obveze), dugoročne izvore (dugoročne obveze) i trajne izvore (kapital ili glavnica)“ (Žager i dr., 2020:100). Oduzimanjem ukupnih obveza od ukupne imovine nastaje kapital i on pripada vlasnicima poduzeća. On se sastoji od dva dijela, uloženog i zarađenog kapitala.

Tintor navodi da „temeljna značajka bilance jest koncept dvostranog promatranja odnosno bilančna ravnoteža imovine s jedne strane i kapitala i obveza s druge strane. Navedena ravnoteža ne govori ništa o financijskom stanju poduzetnika. Tek izučavanje njezine strukture upućuje na određena stanja poduzetnika“ (Tintor, 2020).

Za potrebe analize dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb sastavljena je bilanca (vidi prilog) i iz nje vidljivo da ukupna aktiva, odnosno pasiva rastu u razdoblju od 2016. do 2018. godine, dok je u 2019. godini uočljiv manji pad. No, u 2020. dolazi do velikog porasta aktive za više od 50 % što je posljedica rasta dugotrajne imovine, odnosno u prethodnim godina Poduzeće nije imalo imovine s pravom upotrebe, dok u 2020. ona iznosi 612.597.000 kuna. Također, Poduzeće u toj godini ima 539.397.000 kuna obveza temeljem najma, što do tada nije bio slučaj. Naime, na sve to je utjecala primjena MSFI 16, odnosno priznavanje Prava korištenja imovine i Obveza za najam po osnovi najmova poslovnih prostora i vozila.

### **3.2 Račun dobiti i gubitka**

„Račun dobiti i gubitka jedan je od temeljnih financijskih izvještaja, koji prikazuje učinke ranijih poslovnih odluka na poslovanje. Pokazuje obujam i strukturu prihoda i rashoda i dobit odnosno gubitak kao financijski rezultat njihova sučeljavanja u određenom obračunskom razdoblju, najčešće tijekom kalendarske godine“ (Tintor, 2020). Sučeljavanjem poslovnih i financijskih prihoda s jedne strane i poslovnih i financijskih rashoda s druge strane nastaje dobit ili gubitak prije oporezivanja, a nakon oporezivanja neto dobit ili gubitak. Stoga, račun dobiti u gubitka čine prihodi i rashodi, s tim da (Žager i dr., 2020:110):

- „prihodi predstavljaju povećanje ekonomske koristi tijekom obračunskog razdoblja u obliku priljeva ili povećanja sredstava ili smanjenja obveza, što ima kao posljedicu povećanje glavnice, ali ne ono u svezi s uplatama vlasnika
- i rashodi predstavljaju smanjenje ekonomske koristi tijekom obračunskog razdoblja u obliku odljeva ili iscrpljenja sredstava, što ima kao posljedicu smanjenje glavnice, ali ne one u svezi s raspodjelom glavnice.“

Prihodi i rashodi su također dodatno klasificirani u podoblike. Obzirom da račun dobiti i gubitka prikazuje rashode klasificirane po prirodnim vrstama troškova, financijska analiza i interpretacija rezultata može biti otežana.

Za potrebe analize Društva sastavljen je račun dobiti i gubitka (vidi prilog) iz kojeg je moguće vidjeti kako neto dobit pada u promatranom razdoblju, najmanja je u 2020. zbog iznimnog porasta financijskih rashoda čiji je rast velikim djelom prouzročen primjenom MSFI 16. Također, nema drugih značajnijih promjena tokom promatranog razdoblja.

### **3.3 Izvještaj o novčanom toku**

„Izvještaj o novčanom toku jedan je od temeljnih financijskih izvještaja, koji pokazuje obujam i strukturu priljeva i odljeva novca i novčanih ekvivalenata u obračunskom razdoblju“ (Tintor, 2020). On, kao i račun dobiti i gubitka, prikazuje promjene u financijskim položajima poduzeća koji su rezultat donošenja odluka u promatranim obračunskim razdobljima.

Postoje situacije u kojima poduzeće ostvaruje visoke prihode i dobit koje ne prati tekuća likvidnost, što je najčešće rezultat nepodmirivanja potraživanja, a s druge strane postoji situacija kada poduzeća imaju pozitivne novčane tokove uz istodobni gubitak u poslovanju zbog naplate ranijih potraživanja. Svi novčani tokovi klasificiraju se u tri skupine aktivnosti kao novčani tokovi od (Tintor, 2020):

- a. „poslovnih aktivnosti,
- b. investicijskih aktivnosti i
- c. financijskih aktivnosti.“

Usporedbom početnih i konačnih stanja u bilanci sastavlja se izvještaj o novčanom toku, s time da se mogu koristiti i podaci sadržani u izvještaju o poslovanju. Izvještaj o novčanom toku se može sastaviti primjenjivanjem direktne ili indirektne metode. Ukoliko se želi prikazati bruto novčani primitak i izdatak za svaku aktivnost, koristi se direktna metoda, a ukoliko se koristi

indirektna metoda potrebno je korigirati neto financijski rezultat za iznos amortizacije i promjene nenovčanih bilančnih stavki.

### **3.4 Izvješće o promjeni glavnice**

„Izvještaj o promjenama kapitala čini sastavni dio temeljnih financijskih izvještaja. U njemu treba prikazati promjene koje su se na kapitalu dogodile između dva obračunska razdoblja“ (Žager i dr., 2020:131). Kapital se dijeli na uloženi i zarađeni, a svaki od njih ima dodatne podjele koje trebaju biti sadržane u izvještaju o promjeni glavnice ukoliko je na kojima od njih došlo do promjene. Najčešći utjecaj na promjene kapitala imaju rezultati poslovanja iskazani u računu dobiti i gubitka, no na promjene utječu i isplate dividendi, dokapitalizacije, dekapitalizacije i slično. Izvještaj o promjeni glavnice sadrži određene podatke i informacije o financijskim stanjima poduzeća, no na njega se gleda isključivo kao pomoć pri boljem razumijevanju bilance.

### **3.5 Bilješke uz financijska izvješća**

„Bilješke uz financijske izvještaje jedan su od temeljnih financijskih izvještaja, koje sadrže dodatne i dopunske informacije koje nisu prezentirane u prednjim financijskim izvještajima“ (Tintor, 2020). One svojim sadržajem dodatno objašnjavaju strukture, vrijednosti i obilježja temeljnih financijskih izvještaja. Ne koriste se direktno pri analiziranju izvješća niti pri interpretiranju rezultata, no one itekako pridonose razumijevanju podataka i informacija sadržanim u financijskom izvješću. Ponekad subjekti informacije sadržane u temeljnim financijskim izvješćima prikazuju pomoću grafova i tablica kako bi korisnici bilješki lakše razumjeli informacije. Također, u bilješkama uz financijske izvještaje bitno je navesti sve one informacije koje nije moguće vidjeti iz temeljnih financijskih izvještaja.



## **4 Temeljni instrumenti i postupci analize financijskih izvještaja na primjeru dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb**

Temeljni instrumenti i postupci analize financijskih izvještaja su horizontalna i vertikalna analiza. Analiza se provodi kako bi se dobile informacije o poslovanju poduzeća, financijskom položaju, također rezultati analize financijskih izvješća olakšava korisnicima, posebice menadžerima i vlasnicima, lakše donošenje određenih odluka. Vukoja navodi kako „analiza uvijek prethodi procesu planiranja, a potom i upravljanja. Dobro planiranje, kao i upravljanje, ključ je uspjeha financijskih službi.

Zadatak analize financijskih izvješća je upravo u tome da prepozna slabosti pravnog lica, kako bi se mogle na vrijeme poduzeti adekvatne mjere, kao da prepozna i prednosti koje bi se mogle iskoristiti“ (Vukoja, 2018). Što bi značilo da se dobrom analizom financijskih izvješća mogu dobro isplanirati financijski uvjeti. Također je bitno za naglasiti kako bi se postupci vertikalne i horizontalne analize trebali promatrati povezano te da oni nisu dovoljni za analizu financijskih izvještaja već bi se, pri izradi dobre analize, trebali koristiti i pokazatelji, što pojedinačni, a što skupni.

### **4.1 Vertikalna analiza bilance i računa dobiti i gubitka**

#### Poslovno razdoblje od 1. 9. 2015 do 31. 8. 2016

Dugotrajna imovina, u aktivi, za 2016. godinu iznosi 21,69 % ukupne aktive, a najveći udio ima materijalna imovina koja u promatranom razdoblju iznosi 13,27 %, a ona se sastoji se zemljišta, građevinskih objekta, opreme i namještaja, vozila, investicija u tijeku i predujmova. Najmanji udio imaju potraživanja za dane depozite koja nose svega 0,41 % aktive. Kratkotrajna imovina u 2016. iznosi 78,31 % ukupne aktive, a najveći udio imaju zalihe, 63,82 %. Društvo nema kratkotrajne financijske imovine u 2016. godini te stoga ona ima najmanji udio u kratkotrajnoj imovini. Najveći dio ukupne pasive u promatranom razdoblju imaju kapital i rezerve koje 2016. iznose 49,27 %, od čega 47,97 % nosi zadržana dobit. U računu dobiti i gubitka su za bazu uzeti prihodi od prodaje i iz tog razloga udio poslovnih prihoda u prihodima od prodaje, u 2016., iznosi 105,02 %. Najveći udio poslovnih rashoda čini nabavna vrijednost prodane robe, 63,55 %. No, Društvo ima velike troškove materijala i usluga, oni nose 15,27 % poslovnih rashoda. Njih čine sirovine i materijali, od kojih, u 2016. godini, najviše troškove

imaju uredski i potrošni materijal, te struja. Troškove materijala i usluga čine i vanjske usluge od kojih troškovi zakupnina značajno povećavaju udio. Također, troškovi zaposlenih čine 13,77 % rashoda gdje najveći dio čine neto plaće i porezi i doprinosi na iste. Nema financijskih prihoda niti rashoda. Neto dobit u 2016. godini iznosi 4,67 %.

#### Poslovno razdoblje od 1. 9. 2016. do 31. 8. 2017.

Bilanca 2017. godine ne bilježi velike promjene, dugotrajna imovina čini 20,40 % aktive, od čega 11,25 % odlazi na materijalnu imovinu. Najveći dio aktive čini kratkotrajna imovina, gdje ponovno zalihe imaju najveći udio od 51,85 %. No, 2017. aktivu čini 12,52 % financijske imovine. Ona se odnosi na zajam dan matičnom poduzeću dm-drogerie markt GmbH. U slučaju pasive, i u 2017. godini kapital i rezerve imaju veći udio, od čega zadržana dobit 48,78 %, dok 43,38 % kratkoročnih obveza čine obveze prema dobavljačima i ostale obveze. Neto dobit u 2017. iznosi 4,29 %.

#### Poslovno razdoblje od 1. 9. 2017. do 31. 8. 2018.

U sljedećoj godini, 2018., Društvo bilježi male promjene. Smanjuje se udio materijalne imovine i samim time dugotrajna imovina iznosi 17,31 %. Potraživanja za dane depozite imaju najmanji udio, 0,02 %. Najveći dio kratkotrajne imovine, koja u 2018. godini nosi 82,69 % ukupne aktive, imaju zalihe. Financijska imovina ima 14,38 % udjela, dok novac i novčani ekvivalenti bilježe najmanji udio, 8,77 %. Najveći udio u pasivi imaju kratkoročne obveze, od kojih 53,77 % obveze prema dobavljačima i ostale obveze, gdje su se povećali porezi i doprinosi iz i na plaće. Pri analizi računa dobiti i gubitka, 2018. godina bilježi promjenu samo kod odgođenog poreza. Od ukupnog iznosa odgođenog poreza na dobit u iznosu od 2.397 tisuća kuna, 110 tisuća kuna se odnosi na odgođeni porez s temelja troškova rezerviranja za jubilarne nagrade i otpremnine. Neto dobit u 2018. godini iznosi 2,98 %.

#### Poslovno razdoblje od 1. 9. 2018. do 31. 8. 2019.

Pri analizi bilance za 2019. godinu, Društvo bilježi određene promjene. I dalje najveći udio u aktivni ima kratkotrajna imovina, dok je dugotrajna imovina nešto manja u odnosu na prijašnje godine, pa tako najveći udio u dugotrajnoj imovini ponovno ima materijalna imovina, 9,92 %, a najmanji potraživanja za dane depozite, 0,03 %. Nadalje, kratkotrajna imovina čini

82,24 % aktive, a 61,92 % odlazi na zalihe. Obzirom da je u 2017. godini sklopljen ugovor o okvirnom zajmu u visini 10.000 tisuća eura, u 2018. godini on je iznosio 74.244 tisuća kuna te je naplaćen tijekom 2019. godine. Stoga financijska imovina u 2019. godini ima 0 % udjela u aktivi. Pri analizi pasive nisu utvrđene velike promjene. Kao i u 2018. godini, veći udio u pasivi imaju kratkoročne obveze, 53,91 %, od čega 49,81 % obveze prema dobavljačima i ostale obveze. Račun dobiti i gubitka također ne prikazuje znatne promjene, no udio ostalih neto dobitaka u poslovnim rashodima je 0 % zato što Društvo ima 114 tisuća kuna neto gubitka od tečajnih razlika i razlika na kasi iz poslovanja. Neto dobit u 2019. godini iznosi 3,09%

#### Poslovno razdoblje od 1. 9. 2019. do 31. 8. 2020.

Nakon 2019. Društvo bilježi znatne promjene u bilanci i računu dobiti i gubitka, a sve to se može pripisati pandemiji COVID-19. Dugotrajna imovina sada čini veći dio aktive, 60,41 %. Materijalna i nematerijalna imovina iznose 2,78 % i 1,51 % respektivno, što je znatno manje od prethodno promatranih godina. Zbog primjene MSFI 16, odnosno zbog priznavanje Prava korištenja imovine i Obveza za najam po osnovi najmova poslovnih prostora i vozila, Društvo od 2020. godine ima imovine s pravom upotrebe čiji je udio u aktivi 54,95 %. Kratkotrajna imovina nosi 39,59 % udjela u aktivi, a najveći udio u kratkotrajnoj imovini ponovno imaju zalihe. U pasivi najveći udio sada imaju dugoročne obveze, 48,38 % od čega 47,48 % odnose obveze temeljem najma zbog prethodno navedenog MSFI 16. Račun dobiti i gubitka bilježi pojavu financijskih rashoda od 1,33 % i to je ponovno rezultat primjene MSFI 16. Društvo u 2020. godini ima 12.519 tisuća kuna kamata s osnove leasinga i 11.717 tisuća kuna neto gubitka od tečajnih razlika s osnove financiranja. Neto dobit na kraju godine iznosi 2,18 %.

#### **4.2 Horizontalna analiza bilance i računa dobiti i gubitka**

„Horizontalna analiza je usporedni prikaz apsolutnih iznosa najvažnijih pozicija bilance i računa dobitka/gubitka i promjena tih iznosa tijekom vremena (za više uzastopnih godišnjih izvješća)“ (Vukoja, 2018:4). Da bi se horizontalna analiza mogla provesti, potrebno je imati financijske izvještaje za najmanje dvije godine. Vukoja (2020:4) naglašava kako je računanje promjena u apsolutnim novčanim iznosima i strukturama tekućih i proteklih izvještajnih perioda upravo osobitost ove analize. Također navodi kako je potrebno definirati bazno razdoblje iz razloga što je kod usporedbe bitna strukturalna promjena u odnosu na baznu godinu.

Potrebno je naglasiti i da „ se podaci o promjenama između razdoblja mogu izraziti u relativnom i apsolutnom obliku, kao povećanje ili smanjenje iz godine u godinu, ili u usporedbi sa baznom godinom“ (Radoš, 2019:12). Vrijednosti horizontalne analize Društva, sastavljene iz bilance i računa dobiti i gubitka za razdoblje od 2016. do 2020., izražene su u apsolutnim i postotnim promjenama (vidi prilog).

#### Usporedba poslovanja za razdoblje 2016./2017.

U 2017. godini se vrijednost ukupne aktive Društva povećala za 29,55 % u odnosu na prethodnu godinu. Dugotrajna imovina bilježi porast od 21,87 %, a od toga najviše odnosi nematerijalna imovina koja se povećava za 58,80 %. Najveći pad imaju potraživanja za dane depozite i on iznosi 93,76 % u odnosu na 2016. godinu. Kratkotrajna imovina se u promatranom razdoblju povećala za 31,68 % ponajviše zbog velikog povećanja novca u blagajni koji se povećao za 72,73 %. Pasiva se također povećala za 29,55 %. Kapital i rezerve bilježe sličan porast kao i kratkoročne obveze, 30,91 % i 30,89 %, respektivno. Zadržana dobit se povećala za 31,75 %, a rezerviranja za ostale obveze i naknade su porasla za 72,16 %

U računu dobiti i gubitka poslovni prihodi bilježe porast od 4,93 % u odnosu na prethodnu godinu, od toga najviše nosi porast prihoda od prodaje, 5,40 %. Ostali prihodi bilježe pad od 4,45 %. Kod poslovnih rashoda je također prisutan rast od 5,31 %. Naime, amortizacija u 2017. godini raste za 34,36 %. U 2016. godini Društvo nema financijskih prihoda niti rashoda, oni se pojavljuju u 2017. godini te povećanje iznosi 100 %. Ukupni prihodi su se povećali za 4,93 %, a ukupni rashodi 5,31 %. Smanjenje dobiti u 2017. godini iznosi 2,65 %.

#### Usporedba poslovanja za razdoblje 2017./2018.

Godine 2018. Društvo bilježi porast aktive od 7,70 % u odnosu na 2017. godinu, na što je najviše utjecao rast potraživanja od kupaca i ostalih potraživanja od 29,46 %. Najveći pad ima odgođena porezna imovina, 27,86 % što je utjecalo i na smanjenje dugotrajne imovine za 8,63 %. Pasiva također bilježi porast od 7,70 %. I u ovoj godini kratkoročne obveze bilježe rast od 26,33 %, nešto malo manje u odnosu na prošlo promatrano razdoblje. No, ovaj put zadržana dobit ima manji iznos u odnosu na 2017. godinu i evidentira pad od 10,29 %. Dugoročne obveze također bilježe pad od 2,08 %

Račun dobiti i gubitka evidentira neke promjene u odnosu na prošlo promatrano razdoblje. Primjerice, iznos dobiti i redovnog poslovanja se u 2018. smanjio za 30,59 % u odnosu na 2017. godinu. Financijski prihodi se smanjuju za 84 %, no smanjuju se i financijski rashodi, odnosno u 2018. godini Društvo nema financijskih rashoda te je stoga zabilježen pad od 100 %. Neto dobit se smanjila za 28,58 %.

#### Usporedba poslovanja za razdoblje 2018./2019.

U 2019. godini, u odnosu na 2018., aktiva Društva pada za 17,38 % i to je jedini pad zabilježen u razdoblju od 2016. do 2020. godine. Razlog tome je smanjenje kako dugotrajne tako i kratkotrajne imovine za 15,21 % i 17,84 %, respektivno. Najveći udio u padu dugotrajne imovine nosi nematerijalna imovina, i on iznosi 24,38 %, dok jedini porast evidentiran ima odgođena porezna imovina, 15,37 %. Društvo u 2019. nema kratkotrajne financijske imovine, stoga ona bilježi pad za 100 %. Također padaju i kratkotrajna potraživanja za 20,74 %. Pasiva Društva također pada za 17,38 %. Zadržana dobit i u ovoj godini bilježi pad od 12,85 %. Dugoročne obveze se povećavaju za 8,28 %. Iznos kratkoročnih obveza se smanjuje za 21,63 % zbog smanjenja obveza prema dobavljačima i ostalih obveza koje se u 2018. godini smanjuju za 23,48 %.

U računu dobiti i gubitka poslovni prihodi rastu za 4,67 %, ali se povećavaju i poslovni rashodi za 4,56 %. Društvo u 2019. godini nema financijskih prihoda niti rashoda. Ukupni prihodi na kraju godine bilježe porast od 4,67 %, a rashodi 4,56 %. Dobit razdoblja se povećava za 8,19 % i to je prvi pozitivan rast od 2016. godine.

#### Usporedba poslovanja za razdoblje 2019./2020.

U 2020. godini Društvo bilježi vrtoglavi rast aktive u odnosu na 2019. godinu, a taj rast iznosi 161,45 %. Dugotrajna imovina bilježi porast od 789,14 %. Razlog tome je primjena MSFI 16, odnosno priznavanje Prava korištenja imovine i Obveza za najam po osnovi najmova poslovnih prostora i vozila. Kratkotrajna imovina, nakon razdoblja pada, ponovno bilježi rast od 25,86 %. Pasiva Društva raste također za 161,45 %. Dugoročne obveze se povećavaju za 5.955,18 % zbog obveza temeljem najma. Kratkoročne obveze rastu za 51,39 % zbog porasta rezerviranja za ostale obveze i naknade, čiji porast iznosi 90,62 %

Račun dobiti i gubitka bilježi porast poslovnih prihoda i poslovnih rashoda za 1,71 % i 1,45 % respektivno. To je najmanji porast poslovnih prihoda i rashoda zabilježen u periodu od 2016. do 2020. godine. Financijski prihodi i rashodi nisu evidentirani, no ukupni prihodi bilježe manji rast od ukupnih rashoda koji rastu za 2,79 %. Ovo razdoblje bilježi gubitak od 26,37 %.

## 5 Analiza pomoću financijskih pokazatelja na primjeru dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb

Najpopularniji računovodstveni postupak u svijetu je upravo analiza poslovne uspješnosti koja se sastoji od analize financijskih izvještaja, analize tržišnih pokazatelja i utvrđivanja pokazatelja ključnih za financijsku performansu. Ona služi za procjenu financijskih stanja i kretanja poduzeća i procjenu njihove poslovne sposobnosti. Internim korisnicima ona omogućuje spoznaju rezultata dosadašnjih aktivnosti i omogućuje stalno unapređenje vještina upravljanja performansama. Eksternim korisnicima pomaže pri odluci o mogućem poslovanju s poduzećem i načinom na koji će s njim poslovati kako bi se smanjio rizik poslovanja.

Naime, ukoliko poduzeće ima slabu financijsku performansu, sklapanje poslova može povećati rizik gubitka. Cilj ovog rada je usporediti prikaze najvažnijih financijskih pokazatelja na primjeru poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb (dalje u tekstu Društvo). „Pokazatelj je racionalni ili realni broj, što podrazumijeva da se jedna ekonomska veličina stavlja u odnos s drugom ekonomskom veličinom“ (Žager, 1999, navedeno u Varga, 2010). Pokazatelji na temelju kojih će se analizirati Društvo su:

- pokazatelji likvidnosti,
- pokazatelji zaduženosti,
- pokazatelji aktivnosti,
- pokazatelji ekonomičnosti i
- pokazatelji profitabilnosti.

### 5.1 Pokazatelji likvidnosti

„Pokazatelji likvidnosti mjere sposobnost poduzeća u kontekstu sposobnosti podmirenja kratkoročnih obaveza“ (Žager, 1999, navedeno u Varga, 2010). Pokazatelji koji će se u radu analizirati su:

- neto poslovni kapital (obrotni kapital) = *kratkotrajna imovina – kratkoročne obveze*
- koeficijent trenutne likvidnosti = *novac / kratkoročne obveze*
- koeficijent tekuće likvidnosti = *kratkotrajna imovina / kratkoročne obveze*
- koeficijent ubrzane likvidnosti = *(kratkotrajna imovina - zalihe) / kratkoročne obveze*
- koeficijent financijske stabilnosti = *dugotrajna imovina / (kapital + dugoročne obveze)*

Pokazatelji likvidnosti	2016	2017	2018	2019	2020
KOEFICIJENT TRENUTNE LIKVIDNOSTI	0,12	0,16	0,15	0,21	0,27
KOEFICIJENT TEKUĆE LIKVIDNOSTI	1,63	1,64	1,45	1,53	1,27
KOEFICIJENT UBRZANE LIKVIDNOSTI	0,30	0,57	0,57	0,38	0,49
KOEFICIJENT FINANCIJSKE STABILNOSTI	0,42	0,40	0,40	0,39	0,88

Tablica 1 Pokazatelji likvidnosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb za period 2016. – 2020.

Izvor: izrada autora prema rezultatima dobivenim iz godišnjih financijskih izvještaja

Koeficijent trenutne likvidnosti Društva se kroz cijelo promatrano razdoblje kreće od 0,12 do 0,27, a kontrolna mjera je jedan, iz čega je moguće zaključiti kako ono nije dovoljno likvidno. Najbolju trenutnu likvidnost je Društvo imalo 2020. godine kada je 27 % kratkoročnih obveza moglo podmiriti raspoloživim novcem. U ovom slučaju se radi o niskoj vrijednosti pokazatelja što znači da Društvo ne zadržava previše likvidnih sredstava. U teoriji bi vrijednost koeficijenta tekuće likvidnosti trebala biti dva, tj. kratkoročne obveze bi trebale biti dvostruko manje od kratkotrajne imovine. Društvo kroz cijelo promatrano razdoblje ne doseže kontrolnu mjeru, no to ne znači da nije likvidno obzirom da se vrijednosti koeficijenata kreću ne tako daleko od poželjne razine, posebice ako se uzme u obzir da Društvo svoju kratkotrajnu imovinu obrne u prosjeku 4,8 puta. Koeficijenti ubrzane likvidnosti kroz cijelo razdoblje imaju vrijednost manju od jedan što znači da Društvo nije u mogućnosti sve svoje kratkoročne obveze podmiriti pomoću brzo unovčive kratkotrajne imovine te da Društvo nema brzo unovčivih sredstava kao rezervu likvidnosti. Vrijednost koeficijenta financijske stabilnosti bi trebala biti manja od jedan. U tablici je moguće vidjeti kako se ovaj koeficijent od 2016. do 2019. kreće oko 0,40, dok u 2020. on iznosi 0,88. Razlog porasta koeficijenta u 2020. je primjena MSFI 16 zbog čega Društvo ima 612.597 tisuća kuna imovine s pravom upotrebe, a samim time 529.361 tisuću kuna obveza temeljem najma što povećava dugoročne obveze. Stoga se može zaključiti kako Društvo ne financira dugotrajnu imovinu iz dugoročnih izvora financiranja.



## 5.2 Pokazatelji zaduženosti

„Pokazateljima zaduženosti prikazuje se struktura kapitala tj. pasive; na koji način se poduzeće financiralo, odnosno koji je stupanj korištenja vlastitih, a koji tuđih financijskih sredstava“ (Radoš, 2019). Ovu grupu pokazatelja je moguće izračunati na temelju podataka iz bilance i računa dobiti i gubitka. U radu će se koristiti sljedeći pokazatelji:

- koeficijent zaduženosti = *ukupne obveze / ukupna imovina*
- koeficijent vlastitog financiranja = *glavnica / ukupna imovina*
- koeficijent financiranja = *ukupne obveze / glavnica*
- omjer duga i glavnice = *dugoročne obveze / glavnica*
- faktor zaduženosti = *ukupne obveze / zadržana dobit i amortizacija*
- stupanj pokrića I = *glavnica / dugotrajna imovina*
- stupanj pokrića II = *glavnica i dugoročne obveze / dugoročna imovina*

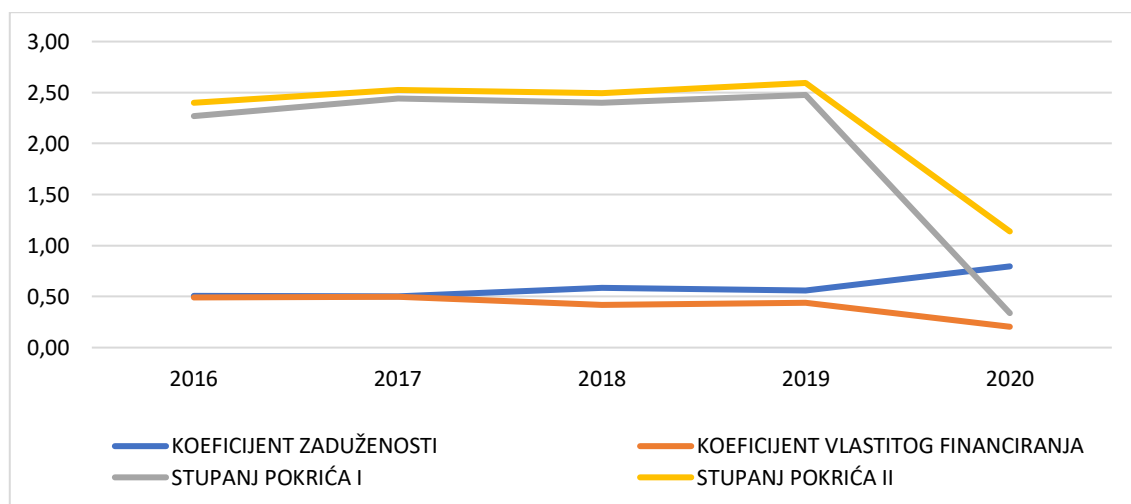
U ovu skupinu pokazatelja pripada i pokriće troškova i kamata, no obzirom da Društvo nema troškove kamata, vrijednosti za promatrana razdoblja iznose nula.

Pokazatelji zaduženosti	2016	2017	2018	2019	2020
KOEFICIJENT FINANCIRANJA	1,03	1,01	1,41	1,27	3,90
OMJER DUGA I GLAVNICE	0,06	0,04	0,04	0,05	2,37
FAKTOR ZADUŽENOSTI	1,38	1,35	2,12	2,01	11,18

Tablica 2 Pokazatelji zaduženosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb za period 2016. – 2020.

Izvor: izrada autora prema rezultatima dobivenim iz godišnjih financijskih izvještaja

Grafikon 1 Pokazatelji zaduženosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb za period 2016. – 2020.



Izvor: izrada autora prema rezultatima dobivenim iz godišnjih financijskih izvještaja

Od 2016. do 2019. godine Društvo većinski dio imovine financira iz vlastitih izvora. Prosjek udjela je 46 %, a u 2020. se on smanjuje na 20 %. Razlog smanjenja je primjena MSFI 16 zbog kojeg se povećala dugotrajna imovina pa samim time i ukupna aktiva. Istovjetno s tim je u prosjeku 54 % financirano tuđim izvorima u prve četiri godine, dok je u 2020. udio povećan na 80 %. Koeficijent financiranja u 2019. iznosi 1,27, dok se u 2020. on povećava na 3,90 zbog povećanja dugoročnih i kratkoročnih obveza. Stoga se može zaključiti kako se vlastiti izvori financiranja sastoje od 390 % tuđih izvora financiranja te bi Društvo moglo imati poteškoća prilikom vraćanja posuđenih sredstava. Stupanj pokrića I. u prve četiri godine promatranog razdoblja u prosjeku iznosi 2,40, dok u 2020. godini on pada zbog povećanja dugotrajne imovine prilikom primjene novog standarda, što govori da Društvo 34 % dugotrajne imovine financira vlastitim izvorima, a 66 % iz tuđih izvora. Stupanj pokrića II. pokazuje da se u 2020. 14 % dugoročnih izvora financiranja koristilo kako bi se financirala kratkotrajna imovina, odnosno u ovom slučaju se naziva radni kapital.

### 5.3 Pokazatelji aktivnosti

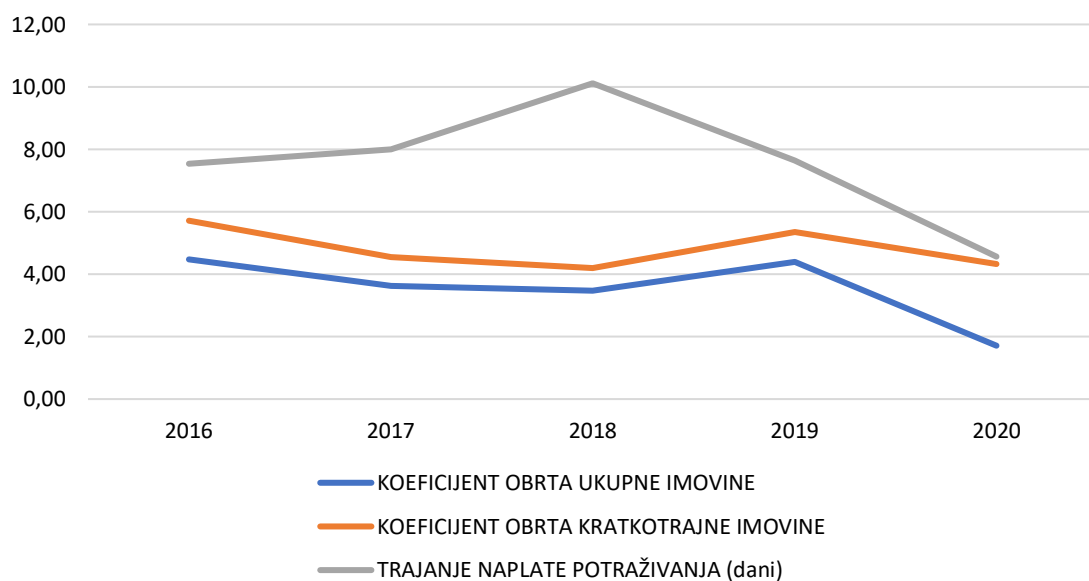
Pokazatelji aktivnosti mjere se temeljem podataka iz bilance i računa dobiti i gubitka te se mjere putem koeficijenata obrta. U radu će se, za analizu Društva, koristiti sljedeći koeficijenti:

- koeficijent obrta ukupne imovine =  $ukupni\ prihod / ukupna\ aktiva$
- koeficijent obrta dugotrajne imovine =  $ukupni\ prihod / dugotrajna\ imovina$

- koeficijent obrta kratkotrajne imovine =  $ukupni\ prihod / kratkoročna\ imovina$
- trajanje naplate potraživanja u danima =  $broj\ dana / koeficijent\ obrtaja\ potraživanja$
- prosječna starost zaliha u danima =  $broj\ dana / koeficijent\ obrtaja\ zaliha$

Analiza pomoću pokazatelja aktivnosti zanimljiva je kratkoročnim kreditorima, bankama ili dobavljačima potencijalnim partnerima, upravo iz razloga što prikazuje sposobnost u generiranju dovoljne količine obrtnih sredstava koja se upotrebljavaju pri redovitom plaćanju tekućih obveza. Tintor definira obrtna sredstva (radni kapital) kao „višak tekuće imovine iznad tekućih obveza poduzetnika“ (Tintor, 2020).

Grafikon 2 Pokazatelji aktivnosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb za period 2016. – 2020.



Izvor: izrada autora prema rezultatima dobivenim iz godišnjih financijskih izvještaja

Društvo je u 2016. godini ostvarilo 4,47 kuna ukupnih prihoda na jednu kunu imovine. U 2020. ukupni prihodi su pali na 1,71 kunu. No, dobro je što je koeficijent tokom cijelog razdoblja veći od jedan. Tokom prve četiri godine, od jedne kune dugotrajne imovine ostvarivalo je u prosjeku 20,80 kuna prihoda, dok u 2020. pada na 2,83 ponovno zbog povećanja dugotrajne imovine, odnosno imovine s pravom upotrebe. Društvo je u 2020. povratilo dugotrajnu imovinu za 129 dana. Nadalje, koeficijent obrta kratkotrajne imovine pokazuje da Društvo u prosjeku ostvari 4,82 kune prihoda od jedne kune koja je uložena u kratkotrajnu imovinu. Što znači da je u promatranom razdoblju prosjek povrata kratkotrajne imovine iznosio 77 dana. Pri analizi trajanja naplate potraživanja može se uočiti kako se broj dana kreće od 4,56

u 2020. do 10,11 dana u 2018. godini. Prihodi od prodaje su porasli, dok su se potraživanja smanjila u 2020. što znači da je prosjek vremena u kojem se vrati analizirana dugotrajna imovina 8 dana. Također, u analiziranom vremenu je Društvo držalo zalihe na skladištu u prosjeku 55 dana.

#### 5.4 Pokazatelji ekonomičnosti

Analizom pokazatelja ekonomičnosti može se doći do zaključka u kojoj će mjeri i koliko svaka jedinica rashoda generirati ostvarenjem većih prihoda. Ovi pokazatelji se izračunavaju temeljem računa dobiti i gubitka. „Prema tome oni upućuju na odnos prihoda i rashoda, odnosno pokazuju koliko se prihoda ostvari na svaku jedinicu rashoda“ (Tintor, 2020). Kako bi se na svaku jedinicu rashoda ostvario veći prihod, ovi pokazatelji bi trebali imati vrijednost veću od jedan. U radu će se, za analizu Društva koristiti sljedeći pokazatelji:

- ekonomičnost ukupnog poslovanja = *ukupni prihod / ukupni rashod*
- ekonomičnost poslovanja = *poslovni prihodi / poslovni rashodi*
- ekonomičnost prodaje = *prihod od prodaje / rashod od prodaje*

Osim gore navedenih pokazatelja, postoje i pokazatelj ekonomičnost financiranja te pokazatelj ekonomičnost ostalih poslovnih aktivnosti, no oni se za potrebe ovoga rada neće analizirati jer je njihova vrijednost za poduzeće nula.

Pokazatelji ekonomičnosti	2016	2017	2018	2019	2020
EKONOMIČNOST UKUPNOG POSLOVANJA	1,06	1,06	1,04	1,04	1,03
EKONOMIČNOST POSLOVANJA	1,06	1,06	1,04	1,04	1,04
EKONOMIČNOST PRODAJE	1,57	1,59	1,59	1,58	1,57

Tablica 3 Pokazatelji ekonomičnosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb za period 2016. – 2020.

Izvor: izrada autora prema rezultatima dobivenim iz godišnjih financijskih izvještaja

Kroz cijelo analizirano razdoblje, vrijednosti pokazatelja Društva prelaze graničnu vrijednost koja za pokazatelje ekonomičnosti iznosi jedan. Pokazatelj ekonomičnosti ukupnog

poslovanja najniži je u 2020. godini jer su rashodi porasli više od prihoda, no i dalje su ukupni prihodi veći za 3 % od ukupnih rashoda. U prethodnim godinama bili su veći za 6 % i 4 %. Tokom 2016. i 2017. godine poslovni prihodi su za 6 % veći od poslovnih rashoda, dok je u preostale tri godine ekonomičnost poslovanja narušena i iznosi 1,04. Prosjek ekonomičnosti prodaje svih pet promatranih godina iznosi 1,58 što znači da su prihodi od prodaje u prosjeku za 58 % veći od rashoda od prodaje.

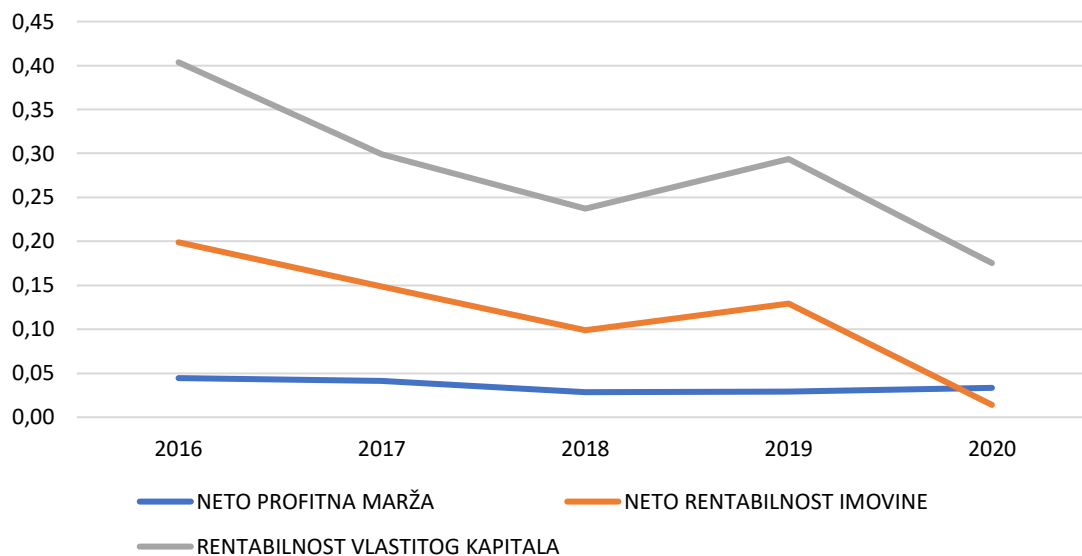
## 5.5 Pokazatelji profitabilnosti

Pomoću profitabilnosti se iskazuje efikasnost poslovanja poduzeća. Pokazatelji profitabilnosti koji će se u radu koristiti za analizu Društva su:

- neto profitna marža = *neto dobit i kamate / ukupan prihod*
- neto rentabilnost imovine = *neto dobit i kamate / ukupna imovina*
- rentabilnost vlastitog kapitala = *neto dobit / vlastiti kapital (glavnica)*

Ovi pokazatelji se izračunavaju pomoću podataka sadržanih u bilanci i računu dobiti i gubitka. Pokazatelj bruto profitne marže je iznimno zanimljiv kreditorima zbog EBIT-a odnosno zbog dobiti prije poreza i kamata, no Društvo nema troškove kamata kroz analiziranih pet godina i ukupni prihodi su znatno veći od dobiti prije oporezivanja te stoga on iznosi nula i neće se dodatno analizirati.

Grafikon 3 Pokazatelji profitabilnosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb za period 2016. – 2020.



Izvor: izrada autora prema rezultatima dobivenim iz godišnjih financijskih izvještaja

Neto profitnom maržom se prikazuje mogućnost podijele dobiti na dividende ili zadržanu dobit, a ona u 2016. i 2017. godini iznosi 0,04 %, dok u preostale tri godine iznosi 0,03. Pokazatelj rentabilnosti imovine ima značajnu ulogu pri ocjenjivanju uspješnosti poduzeća. Žager i drugi navode kako se radi o „pokazatelju kojim se ocjenjuje sposobnost poduzeća da ostvaruje povrate i za vlasnike vlastitog i za vlasnike tuđeg kapitala“ (Žager i dr., 2020:458). U promatranom razdoblju on bilježi blagi pad sve do 2019. godine kada je zabilježen blagi oporavak. No, u 2020. godini on pada na 0,01 zbog povećanja dugotrajne imovine, odnosno imovine s pravom upotrebe, što znači da Društvo gotovo nikako ne uspijeva ostvariti povrat na ukupnu imovinu. U 2016. godini Društvo ostvaruje s jednom uloženom jedinicom vlastitog kapitala iznos od 0,40, dok u 2020. on pada na 0,18 zbog smanjenja neto dobiti i povećanja glavnice.

## 6 Zaključak

Analiza financijskih izvješća vrlo je važan proces, čak neophodan za donošenje ispravnih odluka. Informacije dobivene financijskom analizom, zajedno s računovodstvom, temelj su za donošenje odluka, kako internih tako i eksternih. Iz analize financijskih izvješća moguće je utvrditi financijsko stanje poduzeća i kako je poslovalo u razdobljima za koje se analiza provodi te kakvi su budući trendovi u tom poduzeću. Ova izvješća također se koriste za davanje informacija dioničarima o tome koliko su razumna ulaganja u tvrtku jer su zainteresirani za ostvarivanje dobiti od izvršenih ulaganja. Nadalje, koriste ih i potencijalni investitori koji prvo žele znati kako tvrtka posluje, a zatim odlučuju hoće li ulagati ili ne.

Nakon izračuna, analize i tumačenja različitih financijskih izvještaja društva, moguće je doći do zaključka kako Društvo, na temelju pokazatelja likvidnosti, nije previše likvidno, ne zadržava previše likvidnih sredstava, nije u mogućnosti sve svoje kratkoročne obveze podmiriti pomoću brzo unovčive kratkotrajne imovine te da nema brzo unovčivih sredstava kao rezervu likvidnosti.

Pokazatelji zaduženosti ukazuju da Društvo većinski dio imovine financira iz vlastitih izvora, vlastiti izvori financiranja se velikim dijelom sastoje od tuđih izvora financiranja što stvara poteškoće pri vraćanju posuđenih sredstava. Također Društvo većim dijelom dugotrajnu imovinu financira iz tuđih izvora, a mali dio dugoročnih izvora financiranja koristi za financiranje kratkotrajne imovine.

Analiziranjem pokazatelja aktivnosti zaključeno je kako je Društvo najviše ukupnih prihoda ostvarivalo u 2016. godini i da od tada prihodi samo padaju, no i dalje su koeficijenti veći od jedan. Nadalje, prosjek prihoda od jedne kune uložene u dugotrajnu imovinu u 2020. pada za oko 83 % u odnosu na prethodne četiri godine.

Kada su u pitanju pokazatelji ekonomičnosti, može se zaključiti kako Društvo ima zadovoljavajuće rezultate jer tokom cijelog promatranog razdoblja oni prelaze graničnu vrijednost od jedan.

Za pokazatelje profitabilnosti Društvo ne može reći kako ima zadovoljavajuće rezultate. Ono nije u mogućnosti ostvariti povrat na ukupnu imovinu u zadnjoj promatranj godini i ostvaruje s jednom uloženom jedinicom vlastitog kapitala iznos od 0,18. 2020. godina bilježi lošije rezultate od prijašnje četiri. Neki lošiji rezultati se mogu povezati s primjenom MSFI 16,

no većina je posljedica COVID-19 pandemije koja je imala negativna utjecaj na poduzeća diljem svijeta. No, usprkos lošijim rezultatima u 2020., stanje ukupnog poslovanja dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb je dobro, pogotovo ako se uzmu u obzir i uspjesi Društva na drugim poljima.



## Literatura

1. Belak, V. (2014). "Analiza poslovne uspješnosti." RRiF, Zagreb
2. Bendeković, J., i Vuletić, D. (2011). 'Financijska analiza poslovanja hrvatske brodograđevne industrije', Poslovna izvrsnost, 5(1), str. 125-154. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/75458>, (Datum pristupa: 25. 5. 2022.)
3. Bolfek, B., Stanić, M., i Knežević, S. (2012). 'Vertikalna i horizontalna financijska analiza poslovanja tvrtke', Ekonomski vjesnik, XXV(1), str. 146-167. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/84754>, (Datum pristupa: 24. 5. 2022.)
4. Ježovita, A. (2015). 'MOGUĆNOSTI OCJENE KVALITETE ZADUŽENOSTI PODUZEĆA PRIMJENOM FINANCIJSKIH POKAZATELJA PROFITABILNOSTI', Zbornik radova Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru, (Posebno izdanje 2015), str. 158-173. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/204411>, (Datum pristupa: 25. 5. 2022.)
5. Mesarić, P. (2009). 'Temeljni pokazatelji analize financijskih izvještaja' Financijski klub, Zagreb. Preuzeto s: <http://www.finance.hr/wp-content/uploads/2009/11/mp14112010.pdf>, (Datum pristupa: 25. 5. 2022.)
6. Radoš, M. (2019). Horizontalna i vertikalna analiza na primjeru poduzeća DM - Drogerie Markt d.o.o., Završni rad, Veleučilište VERN, citirano: 24.06.2022., [https://repozitorij.vern.hr/islandora/object/vern\\_%3A566/datastream/PDF/view](https://repozitorij.vern.hr/islandora/object/vern_%3A566/datastream/PDF/view), (Datum pristupa: 23. 6. 2022.)
7. Tintor, Ž. (2020). 'Analiza financijskih izvještaja u funkciji donošenja kvalitetnijih poslovnih odluka', Obrazovanje za poduzetništvo - E4E, 10(1), str. 84-103. <https://doi.org/10.38190/ope.10.1.4>, (Datum pristupa: 24. 5. 2022.)
8. Učkar, D., i Urti, J. (2015). 'Utjecaj financijske strukture na profitabilnost hrvatskih poduzeća', Oeconomica Jadertina, 5(2), str. 13-25. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/153353>, (Datum pristupa: 25. 5. 2022.)
9. Varga, M. (2010). 'Modeliranje poslovnih potprocesa i analiza podataka u računovodstvu', Tehnički glasnik, 4(1-2), str. 69-74. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/85919>, (Datum pristupa: 24. 5. 2022.)
10. Vukoja, B. (2018). 'ANALIZA FINANCIJSKIH POKAZATELJA I ODLUČIVANJE U PODUZEĆU', Tranzicija, 20(41), str. 105-115. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/205540>, (Datum pristupa: 25. 5. 2022.)

11. Zakon o računovodstvu, Narodne novine, brojevi: 120/16. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu>, (Datum pristupa: 4. 9. 2022.)
12. Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever Mališ, S., Ježovita, A. i Žager, L. (2017) Analiza financijskih izvještaja: načela, postupci, slučajevi ; treće izmijenjeno i dopunjeno izdanje. Zagreb, Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika.
13. Žager, L. (ur.) (2016) Računovodstvo I - Računovodstvo za neračunovođe. Zagreb. Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika.

## **Popis slika**

Slika 1 Logo dm-drogerie markt .....	3
--------------------------------------	---

## **Popis tablica**

Tablica 1 Pokazatelji likvidnosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb.....	17
Tablica 2 Pokazatelji zaduženosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb.....	18
Tablica 3 Pokazatelji ekonomičnosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb .....	21

## **Popis grafikona**

Grafikon 1 Pokazatelji zaduženosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb .....	19
Grafikon 2 Pokazatelji aktivnosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb .....	20
Grafikon 3 Pokazatelji profitabilnosti poduzeća dm-drogerie markt d.o.o. Zagreb.....	23

## Prilozi

<b>BILANCA poduzeća dm-drogerie markt d.o.o.</b>					
<b>Naziv pozicije</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>AKTIVA</b>					
<b>DUGOTRAJNA IMOVINA</b>	<b>80.234</b>	<b>97.784</b>	<b>89.348</b>	<b>75.755</b>	<b>673.568</b>
Nekretnine, postrojenja i oprema	49.105	53.911	48.391	42.291	31.039
Nematerijalna imovina	22.151	35.175	34.642	26.195	16.835
Imovina s pravom upotrebe	0	0	0	0	612.597
Potraživanja za dane depozite	1.522	95	109	109	156
Odgodena porezna imovina	7.456	8.603	6.206	7.160	12.941
<b>KRATKOTRAJNA IMOVINA</b>	<b>289.695</b>	<b>381.456</b>	<b>426.808</b>	<b>350.676</b>	<b>441.357</b>
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	32.439	36.432	47.166	37.384	22.834
Zalihe	236.081	248.469	260.154	264.063	271.055
Financijska imovina	0	59.979	74.244	0	54.872
Novac i novčani ekvivalenti	21.175	36.576	45.244	49.229	92.596
<b>UKUPNA AKTIVA</b>	<b>369.929</b>	<b>479.240</b>	<b>516.156</b>	<b>426.431</b>	<b>1.114.925</b>
<b>Izvanbilančna aktiva</b>	<b>12.427</b>	<b>8.299</b>	<b>8.071</b>	<b>9.689</b>	<b>10.296</b>
<b>PASIVA</b>					
<b>KAPITAL I REZERVE</b>	<b>182.277</b>	<b>238.614</b>	<b>214.561</b>	<b>187.619</b>	<b>227.487</b>
Temeljni kapital	4.833	4.833	4.833	4.833	4.833
Zadržana dobit	177.444	233.781	209.728	182.786	222.654
<b>DUGOROČNE OBVEZE</b>	<b>10.233</b>	<b>8.402</b>	<b>8.227</b>	<b>8.908</b>	<b>539.395</b>
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	10.233	8.402	8.227	8.908	10.034
Obveze temeljem najma	0	0	0	0	529.361
<b>KRATKOROČNE OBVEZE</b>	<b>177.419</b>	<b>232.224</b>	<b>293.368</b>	<b>229.904</b>	<b>348.043</b>
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	14.136	24.337	15.807	17.520	33.396
Obveze temeljem najma	0	0	0	0	93.078
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	163.283	207.887	277.561	212.384	221.569
<b>UKUPNA PASIVA</b>	<b>369.929</b>	<b>479.240</b>	<b>516.156</b>	<b>426.431</b>	<b>1.114.925</b>
<b>Izvanbilančna pasiva</b>	<b>12.427</b>	<b>8.299</b>	<b>8.071</b>	<b>9.689</b>	<b>10.296</b>

## RAČUN DOBITI I GUBITKA poduzeća dm-drogerie markt d.o.o.

Naziv pozicije	2016	2017	2018	2019	2020
<b>POSLOVNI PRIHODI</b>	<b>1.655.251</b>	<b>1.736.818</b>	<b>1.790.546</b>	<b>1.874.097</b>	<b>1.906.160</b>
Prihodi od prodaje	1.576.127	1.661.215	1.706.804	1.784.289	1.826.532
Ostali prihodi	79.124	75.603	83.742	89.808	79.628
<b>POSLOVNI RASHODI</b>	<b>(1.561.652)</b>	<b>(1.644.499)</b>	<b>(1.726.468)</b>	<b>(1.805.186)</b>	<b>(1.831.318)</b>
Nabavna vrijednost prodane robe	(1.001.594)	(1.042.679)	(1.072.113)	(1.131.538)	(1.161.407)
Troškovi materijala i usluga	(240.680)	(250.301)	(277.449)	(281.693)	(176.370)
Troškovi zaposlenih	(217.024)	(230.329)	(249.937)	(267.103)	(294.600)
Amortizacija	(41.529)	(55.797)	(67.775)	(63.692)	(143.243)
Ostali poslovni rashodi	(61.511)	(66.214)	(59.454)	(61.175)	(55.004)
Ostali dobici - neto	686	821	260	15	(694)
<b>DOBIT IZ REDOVNOG POSLOVANJA</b>	<b>93.599</b>	<b>92.319</b>	<b>64.078</b>	<b>68.911</b>	<b>74.842</b>
<b>FINANCIJSKI PRIHODI</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>FINANCIJSKI RASHODI</b>	<b>0</b>	<b>(127)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>(24.236)</b>
<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>1.655.251</b>	<b>1.736.843</b>	<b>1.790.550</b>	<b>1.874.097</b>	<b>1.906.161</b>
<b>UKUPNI RASHODI</b>	<b>(1.561.652)</b>	<b>(1.644.626)</b>	<b>(1.726.468)</b>	<b>(1.805.186)</b>	<b>(1.855.554)</b>
DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	93.599	92.344	63.955	68.911	50.607
POREZ NA DOBIT	(17.507)	(21.306)	(10.001)	(14.084)	(15.317)
Odgođeni porez	(1.945)	1.147	(2.397)	954	5.781
<b>DOBIT RAZDOBLJA</b>	<b>74.147</b>	<b>72.185</b>	<b>51.557</b>	<b>55.781</b>	<b>41.071</b>
Ostali sveobuhvatni gubitak	(564)	(848)	(610)	(723)	(1.203)
<b>NETO DOBIT</b>	<b>73.583</b>	<b>71.337</b>	<b>50.947</b>	<b>55.058</b>	<b>39.868</b>

**HORIZONTALNA ANALIZA BILANCE  
poduzeća dm-drogerie markt d.o.o.**

Naziv pozicije	2016./2017.		2017./2018.		2018./2019.		2019./2020.	
	Iznos +/-	% +/-	Iznos +/-	% +/-	Iznos +/-	% +/-	Iznos +/-	% +/-
<b>AKTIVA</b>								
<b>DUGOTRAJNA IMOVINA</b>	17.550	21,87	(8.436)	(8,63)	(13.593)	(15,21)	597.813	789,14
Nekretnine, postrojenja i oprema	4.806	9,79	(5.520)	(10,24)	(6.100)	(12,61)	(11.252)	(26,61)
Nematerijalna imovina	13.024	58,80	(533)	(1,52)	(8.447)	(24,38)	(9.360)	(35,73)
Imovina s pravom upotrebe	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	612.597	0,00
Potraživanja za dane depozite	(1.427)	(93,76)	14	14,74	0,00	0,00	47	43,12
Odgođena porezna imovina	1.147	15,38	(2.397)	(27,86)	954	15,37	5.781	80,74
<b>KRA TKOTRAJNA IMOVINA</b>	91.761	31,68	45.352	11,89	(76.132)	(17,84)	90.681	25,86
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	3.993	12,31	10.734	29,46	(9.782)	(20,74)	(14.550)	(38,92)
Zalihe	12.388	5,25	11.685	4,70	3.909	1,50	6.992	2,65
Financijska imovina	59.979	0,00	14.265	23,78	(74.244)	(100,00)	54.872	0,00
Novac i novčani ekvivalenti	15.401	72,73	8.668	23,70	3.985	8,81	43.367	88,09
<b>UKUPNA AKTIVA</b>	<b>109.311</b>	<b>29,55</b>	<b>36.916</b>	<b>7,70</b>	<b>(89.725)</b>	<b>(17,38)</b>	<b>688.494</b>	<b>161,45</b>
<b>Izvanbilančna aktiva</b>	(4.128)	(33,22)	(228)	(2,75)	1.618	20,05	607	6,26
<b>PASIVA</b>								
<b>KAPITAL I REZERVE</b>	56.337	30,91	(24.053)	(10,08)	(26.942)	(12,56)	39.868	21,25
Temeljni kapital	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Zadržana dobit	56.337	31,75	(24.053)	(10,29)	(26.942)	(12,85)	39.868	21,81
<b>DUGOROČNE OBVEZE</b>	(1.831)	(17,89)	(175)	(2,08)	681	8,28	530.487	5.955,18
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	(1.831)	(17,89)	(175)	(2,08)	681	8,28	1.126	12,64
Obveze temeljem najma	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	529.361	0,00
<b>KRA TKOROČNE OBVEZE</b>	54.805	30,89	61.144	26,33	(63.464)	(21,63)	118.139	51,39
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	10.201	72,16	(8.530)	(35,05)	1.713	10,84	15.876	90,62
Obveze temeljem najma	0	0,00	0	0,00	0	0,00	93.078	0,00
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	44.604	27,32	69.674	33,52	(65.177)	(23,48)	9.185	4,32
<b>UKUPNA PASIVA</b>	<b>109.311</b>	<b>29,55</b>	<b>36.916</b>	<b>7,70</b>	<b>(89.725)</b>	<b>(17,38)</b>	<b>688.494</b>	<b>161,45</b>
<b>Izvanbilančna pasiva</b>	(4.128)	(33,22)	(228)	(2,75)	1.618	20,05	607	6,26

**HORIZONTALNA ANALIZA RAČUNA DOBITI I GUBITKA**  
**poduzeća dm-drogerie markt d.o.o.**

Naziv pozicije	2016./2017.		2017./2018.		2018./2019.		2019./2020.	
	Iznos +/-	% +/-	Iznos +/-	% +/-	Iznos +/-	% +/-	Iznos +/-	% +/-
<b>POSLOVNI PRIHODI</b>	81.567	4,93	53.728	3,09	83.551	4,67	32.063	1,71
Prihodi od prodaje	85.088	5,40	45.589	2,74	77.485	4,54	42.243	2,37
Ostali prihodi	(3.521)	(4,45)	8.139	10,77	6.066	7,24	(10.180)	(11,34)
<b>POSLOVNI RASHODI</b>	(82.847)	5,31	(81.969)	4,98	(78.718)	4,56	(26.132)	1,45
Nabavna vrijednost prodane robe	(41.085)	4,10	(29.434)	2,82	(59.425)	5,54	(29.869)	2,64
Troškovi materijala i usluga	(9.621)	4,00	(27.148)	10,85	(4.244)	1,53	105.323	(37,39)
Troškovi zaposlenih	(13.305)	6,13	(19.608)	8,51	(17.166)	6,87	(27.497)	10,29
Amortizacija	(14.268)	34,36	(11.978)	21,47	4.083	(6,02)	(79.551)	124,90
Ostali poslovni rashodi	(4.703)	7,65	6.760	(10,21)	(1.721)	2,89	6.171	(10,09)
Ostali dobici - neto	135	19,68	(561)	(68,33)	(245)	(94,23)	(709)	(4.726,67)
<b>DOBIT IZ REDOVNOG POSLOVANJA</b>	(1.280)	(1,37)	(28.241)	(30,59)	4.833	7,54	5.931	8,61
<b>FINANCIJSKI PRIHODI</b>	25	0	(21)	(84)	(4)	(100)	1	0
<b>FINANCIJSKI RASHODI</b>	(127)	0	127	(100)	0	0	(24.236)	0
<b>UKUPNI PRIHODI</b>	81.592	4,93	53.707	3,09	83.547	4,67	32.064	1,71
<b>UKUPNI RASHODI</b>	(82.974)	5,31	(81.842)	4,98	(78.718)	4,56	(50.368)	2,79
DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	(1.255)	(1,34)	(28.389)	(30,74)	4.956	7,75	(18.304)	(26,56)
POREZ NA DOBIT	(3.799)	21,70	11.305	(53,06)	(4.083)	40,83	(1.233)	8,75
Odgodeni porez	3.092	(158,97)	(3.544)	(308,98)	3.351	(139,80)	4.827	505,97
<b>DOBIT RAZDOBLJA</b>	(1.962)	(2,65)	(20.628)	(28,58)	4.224	8,19	(14.710)	(26,37)
Ostali sveobuhvatni gubitak	(284)	50,35	238	(28,07)	(113)	18,52	(480)	66,39
<b>NETO DOBIT</b>	(2.246)	(3,05)	(20.390)	(28,58)	4.111	8,07	(15.190)	(27,59)

**VERTIKALNA ANALIZA BILANCE**  
**poduzeća dm-drogerie markt d.o.o.**

Naziv pozicije	% 2016. godina	% 2017. godina	% 2018. godina	% 2019. godina	% 2020. godina
<b>AKTIVA</b>					
<b>DUGOTRAJNA IMOVINA</b>	21,69	20,40	17,31	17,76	60,41
Nekretnine, postrojenja i oprema	13,27	11,25	9,38	9,92	2,78
Nematerijalna imovina	5,99	7,34	6,71	6,14	1,51
Imovina s pravom upotrebe	0,00	0,00	0,00	0,00	54,95
Potraživanja za dane depozite	0,41	0,02	0,02	0,03	0,01
Odgodena porezna imovina	2,02	1,80	1,20	1,68	1,16
<b>KRATKOTRAJNA IMOVINA</b>	78,31	79,60	82,69	82,24	39,59
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	8,77	7,60	9,14	8,77	2,05
Zalihe	63,82	51,85	50,40	61,92	24,31
Financijska imovina	0,00	12,52	14,38	0,00	4,92
Novac i novčani ekvivalenti	5,72	7,63	8,77	11,54	8,31
<b>UKUPNA AKTIVA</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Izvanbilančna aktiva</b>	<b>3,36</b>	<b>1,73</b>	<b>1,56</b>	<b>2,27</b>	<b>0,92</b>
<b>PASIVA</b>					
<b>KAPITAL I REZERVE</b>	49,27	49,79	41,57	44,00	20,40
Temeljni kapital	1,31	1,01	0,94	1,13	0,43
Zadržana dobit	47,97	48,78	40,63	42,86	19,97
<b>DUGOROČNE OBVEZE</b>	2,77	1,75	1,59	2,09	48,38
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	2,77	1,75	1,59	2,09	0,90
Obveze temeljem najma	0	0	0	0	47,48
<b>KRATKOROČNE OBVEZE</b>	47,96	48,46	56,84	53,91	31,22
Rezerviranja za ostale obveze i naknade	3,82	5,08	3,06	4,11	3,00
Obveze temeljem najma	0	0	0	0	8,35
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	44,14	43,38	53,77	49,81	19,87
<b>UKUPNA PASIVA</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Izvanbilančna pasiva</b>	<b>3,36</b>	<b>1,73</b>	<b>1,56</b>	<b>2,27</b>	<b>0,92</b>

**VERTIKALNA ANALIZA RAČUNA DOBITI I GUBITKA  
poduzeća dm-drogerie markt d.o.o.**

Naziv pozicije	%				
	2016. godina	2017. godina	2018. godina	2019. godina	2020. godina
<b>POSLOVNI PRIHODI</b>	105,02	104,55	104,91	105,03	104,36
Prihodi od prodaje	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Ostali prihodi	5,02	4,55	4,91	5,03	4,36
<b>POSLOVNI RASHODI</b>	(99,08)	(98,99)	(101,15)	(101,17)	(100,26)
Nabavna vrijednost prodane robe	(63,55)	(62,77)	(62,81)	(63,42)	(63,59)
Troškovi materijala i usluga	(15,27)	(15,07)	(16,26)	(15,79)	(9,66)
Troškovi zaposlenih	(13,77)	(13,87)	(14,64)	(14,97)	(16,13)
Amortizacija	(2,63)	(3,36)	(3,97)	(3,57)	(7,84)
Ostali poslovni rashodi	(3,90)	(3,99)	(3,48)	(3,43)	(3,01)
Ostali dobici - neto	0,04	0,05	0,02	0,00	(0,04)
<b>DOBIT IZ REDOVNOG POSLOVANJA</b>	5,94	5,56	3,75	3,86	4,10
<b>FINANCIJSKI PRIHODI</b>	0	0	0	0	0
<b>FINANCIJSKI RASHODI</b>	0	0	0	0	(1,33)
<b>UKUPNI PRIHODI</b>	105,02	104,55	104,91	105,03	104,36
<b>UKUPNI RASHODI</b>	(99,08)	(99,00)	(101,15)	(101,17)	(101,59)
DOBIT ILI GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	5,94	5,56	3,75	3,86	2,77
POREZ NA DOBIT	(1,11)	(1,28)	(0,59)	(0,79)	(0,84)
Odgođeni porez	(0,12)	0,07	(0,14)	0,05	0,32
<b>DOBIT RAZDOBLJA</b>	4,70	4,35	3,02	3,13	2,25
Ostali sveobuhvatni gubitak	(0,04)	(0,05)	(0,04)	(0,04)	(0,07)
<b>NETO DOBIT</b>	4,67	4,29	2,98	3,09	2,18