

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA RAZKRITIJ TVEGANJ V LETNIH POROČILIH  
IZBRANIH VELIKIH TRGOVSKIH PODJETIJ**

Ljubljana, november 2012

VESNA KUZMIN

## **IZJAVA O AVTORSTVU**

Spodaj podpisana Vesna Kuzmin, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, izjavljam, da sem avtorica magistrskega dela z naslovom Analiza razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem prof. dr. Markom Hočevarjem.

Izrecno izjavljam, da v skladu z določili Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami) dovolim objavo magistrskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

S svojim podpisom zagotavljam, da

- je predloženo besedilo rezultat izključno mojega lastnega raziskovalnega dela;
- je predloženo besedilo jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem
  - poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam v magistrskem delu, citirana oziroma navedena v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, in
  - pridobila vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti (v pisni ali grafični obliki) uporabljena v tekstu, in sem to v besedilu tudi jasno zapisala;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 21/1995 s spremembami);
- se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega magistrskega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis avtorice: \_\_\_\_\_

# KAZALO

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>UVOD .....</b>                                                   | <b>1</b>  |
| <b>1 LETNO POROČILO .....</b>                                       | <b>2</b>  |
| 1.1 Namen in pomen letnega poročila .....                           | 3         |
| 1.2 Zakonske obveznosti podjetij .....                              | 4         |
| 1.3 Sestava letnega poročila .....                                  | 5         |
| 1.3.1 Poslovno poročilo .....                                       | 5         |
| 1.3.2 Računovodsko poročilo .....                                   | 6         |
| 1.3.3 Razkritja .....                                               | 9         |
| 1.4 Uporabniki letnih poročil .....                                 | 10        |
| 1.5 Bistveni elementi kakovostnega letnega poročila .....           | 14        |
| <b>2 TRGOVINA.....</b>                                              | <b>16</b> |
| 2.1 Opredelitev trgovine .....                                      | 16        |
| 2.2 Organizacijske oblike trgovine .....                            | 17        |
| 2.3 Pomen trgovine skozi številke .....                             | 18        |
| 2.4 Vrste prodajnih objektov .....                                  | 23        |
| 2.5 Poslovanje trgovskih podjetij .....                             | 23        |
| 2.5.1 Nabavna funkcija .....                                        | 24        |
| 2.5.2 Funkcija skladiščenja in logistike .....                      | 25        |
| 2.5.3 Prodajna funkcija .....                                       | 26        |
| 2.5.4 Kadrovska funkcija .....                                      | 27        |
| 2.5.5 Pravna funkcija .....                                         | 27        |
| 2.5.6 Informacijska funkcija .....                                  | 27        |
| 2.5.7 Finančno-računovodska funkcija .....                          | 27        |
| <b>3 TVEGANJA IN OBVLADOVANJE TVEGANJ V TRGOVINI.....</b>           | <b>31</b> |
| 3.1 Opredelitev in pomen tveganja .....                             | 31        |
| 3.2 Vloge in odgovornosti v podjetju pri obvladovanju tveganj ..... | 32        |
| 3.3 Strategija obvladovanja tveganj .....                           | 36        |
| 3.3.1 Poročilo o obvladovanju tveganj .....                         | 37        |
| 3.4 Vrste tveganj v trgovini in obvladovanje tveganj .....          | 39        |
| 3.4.1 Poslovna tveganja .....                                       | 41        |
| 3.4.2 Tveganja delovanja .....                                      | 44        |
| 3.4.3 Finančna tveganja .....                                       | 46        |
| <b>4 ANALIZA RAZKRITIJ TVEGANJ .....</b>                            | <b>48</b> |
| 4.1 Kratek opis podjetij, zajetih v vzorec .....                    | 48        |
| 4.2 Metodologija ocenjevanja .....                                  | 53        |
| 4.3 Raziskovalna vprašanja .....                                    | 54        |

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.4 Rezultati in ugotovitve analize .....                              | 56        |
| 4.5 Predlogi za izboljšanje razkritij tveganj v letnih poročilih ..... | 68        |
| <b>SKLEP .....</b>                                                     | <b>69</b> |
| <b>LITERATURA IN VIRI .....</b>                                        | <b>71</b> |
| <b>PRILOGE</b>                                                         |           |

## KAZALO TABEL

|                                                                                                                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabela 1: Želje in vplivi uporabnikov letnih poročil.....                                                                                                                             | 12 |
| Tabela 2: Prihodki po posameznih dejavnostih v Sloveniji v letu 2010 .....                                                                                                            | 19 |
| Tabela 3: Dvajset največjih podjetij v Sloveniji v letu 2010 .....                                                                                                                    | 20 |
| Tabela 4: Prihodki od prodaje blaga v trgovini na drobno in debelo v letu 2010.....                                                                                                   | 21 |
| Tabela 5: Vloge in odgovornosti v podjetju pri obvladovanju tveganj.....                                                                                                              | 33 |
| Tabela 6: Proces izdelave poročila o obvladovanju tveganj .....                                                                                                                       | 38 |
| Tabela 7: Pregled tveganj v trgovskem podjetju .....                                                                                                                                  | 41 |
| Tabela 8: Osnovni podatki o analiziranih podjetjih .....                                                                                                                              | 49 |
| Tabela 9: Metodologija ocenjevanja .....                                                                                                                                              | 54 |
| Tabela 10: Rezultat ocen razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih<br>podjetij za leto 2010 .....                                                               | 56 |
| Tabela 11: Čisti prihodki od prodaje (v EUR) v letu 2010 in rezultat ocen razkritij<br>tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010 .....              | 63 |
| Tabela 12: Delež dolgov v financiranju v letu 2010 in rezultat ocen razkritij tveganj v<br>letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010 .....                    | 64 |
| Tabela 13: Kotiranje na borzi vrednostnih papirjev in rezultat ocen razkritij tveganj v<br>letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010 .....                    | 65 |
| Tabela 14: Obseg razkritij tveganj v letnih poročilih za leto 2010 in rezultat ocen<br>razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij<br>za leto 2010 ..... | 66 |
| Tabela 15: Zaporedje nagrajenih podjetij za leto 2010 in rezultat ocen razkritij tveganj<br>v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010 .....                 | 67 |

## KAZALO SLIK

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 1: Obvezne sestavine letnega poročila za velika podjetja.....        | 5  |
| Slika 2: Shema bilance stanja.....                                         | 7  |
| Slika 3: Shema poslovnega izida po različici I. ....                       | 8  |
| Slika 4: Uporabniki letnih poročil .....                                   | 11 |
| Slika 5: Distribucijski proces pri trgovini na debelo.....                 | 18 |
| Slika 6: Distribucijski proces pri trgovini na drobno .....                | 18 |
| Slika 7: Struktura prodaje blaga v trgovini na drobno v letu 2010 v %..... | 22 |

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Slika 8: Struktura prodaje blaga v trgovini na debelo v letu 2010 v % ..... | 22 |
| Slika 9: Primer organiziranosti velikega trgovskega podjetja .....          | 24 |
| Slika 10: Proces strategije obvladovanja tveganj v podjetju .....           | 37 |
| Slika 11: Pomembnejša tveganja v podjetju.....                              | 39 |
| Slika 12: Navedba strategije/cilja obvladovanja tveganj .....               | 57 |
| Slika 13: Navedba odgovornosti za obvladovanje tveganj v podjetju.....      | 57 |
| Slika 14: Navedba organiziranosti obvladovanja tveganj v podjetju .....     | 58 |
| Slika 15: Navedba procesa obvladovanja tveganj v podjetju .....             | 58 |
| Slika 16: Navedba metodologije obvladovanja tveganj v podjetju .....        | 59 |
| Slika 17: Ocena kakovosti razkritij finančnih tveganj.....                  | 59 |
| Slika 18: Ocena kakovosti razkritij poslovnih tveganj .....                 | 60 |
| Slika 19: Ocena kakovosti razkritij tveganj delovanja .....                 | 61 |
| Slika 20: Navedba skupne ocene izpostavljenosti tveganjem za podjetje.....  | 61 |
| Slika 21: Obseg razkritij tveganj .....                                     | 62 |
| Slika 22: Razvrstitev rezultatov ocen po skupnem številu točk .....         | 62 |









## UVOD

S tveganji se srečujemo od nekdanj in na različnih življenjskih področjih, tako poslovnih kot neposlovnih. Zavedanje o tveganju na nekem področju nam daje tudi možnost obvladovanja tveganja. Če o tveganju razmišljamo, ga analiziramo, se lahko nanj tudi pripravimo in ga tako lahko zmanjšamo ali ga celo v popolnosti preprečimo. »Tveganja so v poslovnem svetu vsako leto bolj razčlenjena, razkrita, strategije ukrepanja v primeru realizacije neljubih dogodkov so jasneje zasnovane ter vse podrobneje kvantificirane in podprte z analitičnimi orodji (Berk Skok, Peterlin & Ribarič, 2005, str. 16)«.

Namen magistrskega dela je analizirati razkritja tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij. Analiza bo v pomoč pripravljavcem letnih poročil, vodstvom trgovskih podjetij in predvsem uporabnikom letnih poročil. Uporabniki letnih poročil (razvrščeni v interesne skupine, kot so zaposleni, delničarji, poslovni partnerji, finančne in državne institucije) bodo tako veliko bolje in lažje razumeli pomen tveganj ter jih pri trgovskih podjetjih tudi znali bolje oceniti, kar jim bo koristilo pri njihovih poslovnih odločitvah. Pripravljavci letnih poročil se bodo še bolj zavedali pomembnosti tveganj, tveganja bodo ocenjevali in v letna poročila razkritja tveganj vključevali bolj izčrpno. Vodstva trgovskih podjetij pa se bodo ne samo zavedala vedno večje pomembnosti tveganj, temveč tudi postavljala strateške cilje obvladovanja tveganj in metodologijo ocenjevanja tveganj ter tveganja redno identificirala, jih ocenjevala in pripravljala načine za njihovo obvladovanje.

V teoretičnem delu magistrskega dela najprej opredelim letna poročila in njihov pomen, v nadaljevanju predstavim pomen in obseg trgovine, njeno dejavnost in funkcije, nato pa opredelim tveganja na splošno in tveganja, ki so še posebej značilna za trgovino. Cilj tega dela magistrskega dela je opredeliti tveganja, s katerimi se soočajo trgovska podjetja, kar je izhodišče za analitični del magistrskega dela.

Cilj analitičnega dela magistrskega dela je analiza obsega, predvsem pa analiza vsebine in kakovosti razkritij tveganj v letnih poročilih 15 izbranih velikih trgovskih podjetij. Analiza poda različne informacije: od tega, v kolikšnem obsegu največja trgovska podjetja razkrivajo tveganja, do vsebinske analize razkritij tveganj – katera tveganja so podjetja razkrila, kako so jih ocenila in katere ukrepe uporabljajo za njihovo obvladovanje. Z analizo ugotavljam še povezavo podanih razkritij tveganj v letnih poročilih z drugimi dejavniki poslovanja podjetja (prihodki od prodaje, kotiranje podjetja na borzi vrednostnih papirjev, zadolženost podjetja itn.). V zadnjem delu magistrskega dela so navedeni predlogi, ki bi vodili k izdelavi bolj kakovostnih letnih poročil na področju razkritij tveganj.

Magistrsko delo je sestavljeno iz 4 poglavij, tematike so dodatno razdelane v podpoglavjih. V prvem poglavju magistrskega dela opredelim letna poročila, opišem obveznosti podjetij glede vsebine in sestave letnih poročil ter naštejemo uporabnike letnih poročil. Na koncu

poglavja predstavim ključne elemente za izdelavo kakovostnega letnega poročila. V drugem poglavju najprej opredelim pojem in pomen trgovske dejavnosti skozi številke, nato pa funkcije trgovskih podjetij. V podpoglavjih pri posameznih funkcijah trgovskih podjetij (nabavna, prodajna, skladiščna, kadrovska funkcija itn.) razdelam še naloge in cilje le-teh. V tretjem poglavju opredelim tveganje, vloge in odgovornosti v podjetju pri obvladovanju tveganj, strategijo obvladovanja tveganj, s poudarkom na procesu obvladovanja tveganj, ter nazadnje razvrstim tveganja trgovskih podjetij v smiselne sklope. V četrtem poglavju najprej na kratko opišem izbor 15 trgovskih podjetij, ki jih analiziram v magistrskem delu. Trgovska podjetja na kratko opišem in v nadaljevanju predstavim metodologijo ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih. Metodologijo ocenjevanja zastavim na osnovi pridobljenega znanja o tveganjih iz tretjega poglavja. V nadaljevanju predstavim rezultat ocenjevanja in ugotovitve. Na osnovi slednjega podam predloge za izboljšanje vsebine razkritij tveganj v letnih poročilih trgovskih podjetij. Magistrsko delo zaključim s sklepnimi ugotovitvami.

Metode dela v magistrskem delu so različne. V teoretičnem delu (v prvih treh poglavjih) za metodo dela izberem poglobljen teoretično-analitičen pregled domače in tuje strokovne literature, znanstvenih razprav, raziskav in člankov tako domačih kot tujih strokovnjakov ter statističnih podatkov z obravnavanih področij, kot so letna poročila, trgovina in tveganja. Prvi del magistrskega dela je deskriptiven. V empiričnem delu magistrskega dela (v četrtem poglavju) analiziram vsebino razkritij tveganj v letnih poročilih 15 največjih slovenskih trgovskih podjetij v letu 2010. Za čim bolj objektiven in podroben opis letnega poročila uporabim metodo deskripcije ter metodo analize.

Veliko virov za magistrsko delo je tako iz strokovnih publikacij kot tudi s spletnih strani, saj internet dandanes ponuja veliko kakovostnih in verodostojnih informacij. V veliko pomoč pri pisanju magistrskega dela so mi tudi večletne delovne izkušnje v računovodskem oddelku uspešnega slovenskega trgovskega podjetja.

## **1 LETNO POROČILO**

Letno poročilo je nadvse pomemben vir informacij o podjetju in pomembno komunikacijsko orodje podjetja z njegovo okolico. Letna poročila so izdelana predvsem v pisni obliki, redko tudi v drugih oblikah (govorni, elektronski itd.). Podjetja jih vedno pogosteje objavljajo na svojih spletnih straneh, kjer si jih lahko vsakdo ogleda. Letna poročila vsebujejo predstavitev pomembnih poslovnih dogodkov leta in ključne vplive na poslovanje, kazalnike poslovanja, ključne ugotovitve tistega leta in načrte za prihodnje leto. V njih so tudi vsi zakonsko zahtevani računovodski izkazi (izkaz poslovnega izida, bilanca stanja, izkaz finančnega izida, izkaz gibanja kapitala in podatki o delnicah, če je podjetje izdalo delnice). Bistvo letnega poročila je računovodsko poročilo, ki je finančni del letnega poročila in je skupni imenovalac vseh letnih poročil. S finančnim delom letnega poročila se da namreč najboljše in najlažje primerjati podjetja med seboj.

Letno poročilo sestavljajo uvod, poslovno poročilo, računovodsko poročilo in razkritja. Bistveno sliko o podjetju dajejo predvsem razkritja. Sestava letnega poročila je urejena z Zakonom o gospodarskih družbah (Ur. l. RS, št. 65/2009–UPB3, 83/2009 Odl. US: U–I–165/08–10, Up–1772/08–14, Up–379/09–8, 33/2011, 91/2011, 100/2011, Skl. US: U–I–311/11–5, 32/2012, 57/2012, v nadaljevanju ZGD-1) in Slovenskimi računovodskimi standardi (v nadaljevanju SRS). Nekatera podjetja se pri sestavi poročil ne ravna po SRS, temveč po Mednarodnih računovodskih standardih (v nadaljevanju MRS). Glautier in Underdown (1997, str. 200) menita, da so za kakovost letnih poročil pomembni ključni dejavniki, kot so pomembnost, zanesljivost, primerljivost, razumljivost, popolnost, objektivnost, previdnost in pravočasnost. Trend, tako v Sloveniji kot tudi drugod po svetu, je poenotenje sestave letnih poročil zaradi lažje primerjave in lažjega vpogleda. Trend je tudi v smeri čim večjega razkrivanja informacij o poslovanju podjetij.

## **1.1 Namen in pomen letnega poročila**

Letno poročilo celovito prikazuje poslovanje podjetja v poslovnem letu. Podjetja jih izdelujejo ne le zaradi zakonskih obveznosti, temveč tudi, da zadostijo potrebam po informacijah različnih interesnih skupin (zaposleni, delničarji, banke, finančniki, druge finančne institucije, dobavitelji, kupci itn.). Izdelala naj bi jih tako, da bi lahko vsakdo našel v njih tiste informacije, ki jih potrebuje, sta zapisala Friedlob in Welton (2008, str. 3).

Namen poročanja je dajati informacije o finančnem položaju in uspešnosti podjetja, ki koristijo za odločanje širokega kroga uporabnikov (Odar, 2011, str. 7). Računovodske informacije morajo biti uporabnikom razumljive, bistvene, zanesljive in primerljive (SRS).

Vsako leto, letos že trinajstič zapored, časnik Finance v sklopu svoje Poslovne akademije organizira tekmovanje za najboljše letno poročilo. Glavni namen projekta »Najboljše letno poročilo« je z usmeritvami naučiti in spodbujati podjetja in finančne institucije, zavode, združenja ter druge organizacije k izdelavi letnih poročil, ki vsebujejo dovolj pravih in preglednih informacij za različne uporabnike. S spremljanjem trendov in nasveti ter pravo mero varovanja poslovnih skrivnosti želijo ustvarjati možnosti za nacionalno in mednarodno primerljivost poročil.

Tekmovanja za najboljša letna poročila imajo že veliko dlje časa tudi drugod po svetu. Tako recimo podjetje Corporate Essentials, Inc. na svoji spletni strani ReportWatch zbira in izbere najboljša letna poročila podjetij z vsega sveta. Njihov pomen in namen je podoben kot v Sloveniji – da bi izboljšali oziroma povišali kakovost poročanja podjetij v letnih poročilih.

## 1.2 Zakonske obveznosti podjetij

Država je z zakoni in standardi predpisala obvezne sestavine in vsebino letnih poročil. Glavni motiv za zakonsko ureditev področja letnih poročil je v tem, da podjetja poslovni konkurenci (včasih pa tudi javnosti in zaposlenim) ne želijo razkriti podatkov o svojem poslovanju. Zakonska regulativa tako interesnim skupinam omogoča vpogled v osnovne informacije o podjetju in njegovem poslovanju.

ZGD-1 v osmem poglavju določa obveznosti podjetij glede obsega, vsebine in rokov za oddajo letnih poročil. Zakon tudi opredeljuje odgovornost za objavo letnih poročil. Obveznosti podjetij pri poročanju se razlikujejo glede na tip podjetja. Podjetja se razvrščajo na mikro, mala, srednja in velika. Merila za razvrstitev so:

- povprečno število zaposlenih v poslovnem letu,
- čisti prihodki od prodaje,
- vrednost aktive na bilančni presečni dan letne bilance stanja.

Letna poročila velikih in srednjih kapitalskih družb, dvojnih družb in tistih malih kapitalskih družb z vrednostnimi papirji, s katerimi se trguje na organiziranem trgu, morajo vsebovati bilanco stanja, izkaz poslovnega izida, izkaz denarnih tokov, izkaz gibanja kapitala, priloge s pojasnili k izkazom in poslovno poročilo. Poročila teh podjetij mora pregledati pooblaščen revizor in izdati revizorsko mnenje. Zakon predpisuje, da morajo podjetja predložiti letna poročila zaradi javne objave Agenciji Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (v nadaljevanju AJ PES).

K letnim poročilom malih kapitalskih družb, z vrednostnimi papirji katerih se ne trguje na organiziranem trgu, ni treba priložiti izkaza denarnih tokov, izkaza gibanja kapitala in poslovnega poročila. Mala podjetja sestavijo letno poročilo iz bilance stanja (stanje sredstev in obveznosti do virov sredstev ob koncu poslovnega leta) ter izkaza poslovnega izida (prihodki, odhodki in poslovni izid v poslovnem letu).

Pri sestavi poročil morajo podjetja upoštevati SRS ali MRS. Letno poročilo mora biti sestavljeno jasno in pregledno. Izkazovati mora resničen in pošten prikaz premoženja in obveznosti podjetja, njegovega finančnega položaja ter poslovnega izida. Za njegovo sestavo in objavo so odgovorni vsi člani organov vodenja in nadzora podjetja. Letno poročilo in njegove sestavne dele morajo podpisati vsi člani poslovodstva podjetja (ZGD-1, 60a. in 61. člen).

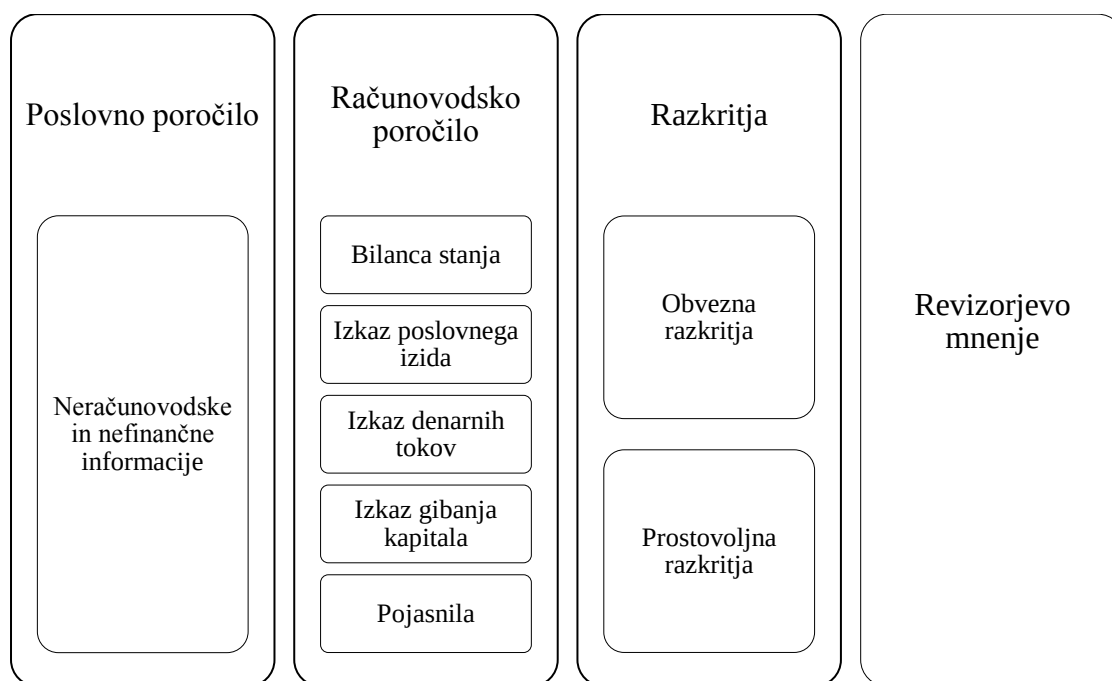
Podjetja morajo AJ PES-u posredovati letno poročilo do 31. 3. v tekočem letu za preteklo leto. Rok za predložitev skupinskih (konsolidiranih) konsolidiranih in revidiranih letnih poročil za javno objavo pa je osem mesecev po koncu poslovnega leta.

Vsa letna poročila podjetij so javno dostopna na spletni strani AJPES-a. Baza letnih poročil je v aplikaciji Javna objava letnih poročil (v nadaljevanju JOLP) oziroma na spletni strani AJPES-a. Za dostopanje se je treba prijaviti z uporabniškim imenom. Pridobitev uporabniškega imena in vpogledi v letna poročila so brezplačni. 5. 5. 2012 je bil možen vpogled v letna poročila za leti 2010 in 2009 ter v nekatera letna poročila za leto 2011.

### 1.3 Sestava letnega poročila

Letno poročilo sestavljajo: računovodsko poročilo (računovodski izkazi in priloge s pojasnili k njim, kot je na primer razkritje o tveganjih in negotovostih, ki vplivajo na podjetje, ter o sredstvih in obveznostih, ki niso izkazani v bilanci stanja), poslovno poročilo (v katerem podjetje predstavi še neračunovodske in nefinančne informacije), razkritja in revizorjevo mnenje (glej Sliko 1).

*Slika 1: Obvezne sestavine letnega poročila za velika podjetja*



#### 1.3.1 Poslovno poročilo

Poslovno poročilo je opredeljeno v ZGD-1, v 70. členu. Vsebuje vsaj pošten prikaz razvoja in izidov poslovanja podjetja ter njegovega finančnega položaja, vključujoč opis pomembnih tveganj in negotovosti, ki jim je podjetje izpostavljeno. Poslovanje podjetja (razvoj, rezultati, finančni položaj) mora biti prikazano uravnoteženo in celovito analizirano. Analiza mora vsebovati ključne računovodske, finančne, in če je to potrebno, tudi druge kazalce, kazalnike in preostale pokazatelje, ki vključujejo informacije, povezane

z varstvom okolja in delavci. Analiza vključuje ustrezno sklicevanje na zneske v računovodskih izkazih in potrebna dodatna pojasnila.

Vsa podjetja morajo v poslovnem poročilu prikazati tudi vse pomembnejše poslovne dogodke, ki so nastopili po koncu poslovnega leta, pričakovani razvoj podjetja, aktivnosti podjetja na področju raziskav in razvoja ter morebitni obstoj podružnic podjetja.

Podjetja, z vrednostnimi papirji katerih se trguje na organiziranem trgu, morajo v poročilo vključiti tudi izjavo o upravljanju podjetja, ki vsebuje kodeks upravljanja, predstavitev prakse upravljanja, sistema notranje kontrole, obvladovanja tveganj, delovanje skupščine podjetja in njenih ključnih pristojnosti, predstavitev pravic delničarjev in način njihovega uveljavljanja, sestave in delovanja organov vodenja ali nadzora ter njihove komisije.

### 1.3.2 Računovodsko poročilo

Računovodsko poročilo vsebuje naslednje računovodske izkaze: bilanco stanja, izkaz poslovnega izida, izkaz denarnih tokov, izkaz gibanja kapitala in priloge s pojasnili k izkazom (ZGD-1, 60. člen).

**Bilanca stanja.** Je dvostranski računovodski izkaz, v katerem je na levi strani prikazano stanje sredstev (aktiva), na desni pa stanje obveznosti do virov sredstev (pasiva) (SRS 24, str. 201). Temeljno bilančno načelo je **bilančno ravnovesje**, kar pomeni, da je aktiva vedno enaka pasivi oziroma da ima vsako sredstvo svoj vir. Druga bilančna načela, ki jih morajo upoštevati sestavljavci bilanc stanja (Leva Bukovnik & Mlinarič, 2011, str. 73):

- **načelo popolnosti**, ki zahteva, da so v bilanci stanja zajeta vsa sredstva in vse obveznosti do virov sredstev;
- **načelo resničnosti ali realnosti**, ki zahteva, da v bilanci stanja prikažemo dejansko stanje sredstev in obveznosti do virov sredstev;
- **načelo preglednosti**, ki zahteva pravilno razporeditev bilančnih postavk;
- **načelo jasnosti**, ki pomeni, da so postavke v bilanci stanja prikazane razumljivo in nedvoumno;
- **načelo povezanosti**, ki zahteva, da bilanco stanja vsako leto sestavljajo po enaki metodi.

*Slika 2: Shema bilance stanja*

# BILANCA STANJA

| SREDSTVA                                                             | OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV                            |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| A. DOLGOROČNA SREDSTVA                                               | A. KAPITAL                                              |
| A.I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne časovne razmejitve | A.I. Vpoklicani kapital                                 |
| A.II. Opredmetena osnovna sredstva                                   | A.II. Kapitalske rezerve                                |
| A.III. Naložbene nepremičnine                                        | A.III. Rezerve iz dobička                               |
| A.IV. Dolgoročne finančne naložbe                                    | A.IV. Presežek iz prevrednotenja                        |
| A.V. Dolgoročne poslovne terjatve                                    | A.V. Preneseni čisti poslovni izid                      |
| A.VI. Odložene terjatve za davek                                     | A.VI. Čisti poslovni izid poslovnega leta               |
| B. KRATKOROČNA SREDSTVA                                              | B. REZERVACIJE IN DOLGOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE |
| B.I. Sredstva za prodajo                                             | C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI                                |
| B.II. Zaloge                                                         | C.I. Dolgoročne finančne obveznosti                     |
| B.III. Kratkoročne finančne naložbe                                  | C.II. Dolgoročne poslovne obveznosti                    |
| B.IV. Kratkoročne poslovne terjatve                                  | C.III. Odložene obveznosti za davek                     |
| B.V. Denarna sredstva                                                | Č. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI                               |
| C. KRATKOROČNE AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE                            | Č.I. Obveznosti, vključene v skupino za odtujitev       |
|                                                                      | Č.II. Kratkoročne finančne obveznosti                   |
|                                                                      | Č.III. Kratkoročne poslovne obveznosti                  |
|                                                                      | D. KRATKOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE               |

*Vir: M. Odar, Računovodsko poročanje za leto 2011, 2011, str. 12–14.*

**Izkaz poslovnega izida.** Izkaz poslovnega izida ali poslovna bilanca je temeljni računovodski izkaz, v katerem je resnično in pošteno prikazan poslovni izid za poslovno leto ali medletna obdobja. Obseg in razčlenitev postavk v izkazu poslovnega izida sta odvisna od namena sestave (na primer letno poročanje ali poročanje ob prodaji podjetja) in narave podjetja (SRS 25, str. 202). Izkaz se uporablja za ugotavljanje poslovnega izida in predstavitev dohodkovnega položaja, predstavljen pa mora biti tako jasno in pregledno, da lahko z vpogledom dobimo predstavo o dejanskih razmerjih med prihodki in z njimi povezanimi stroški ter ustrezno sliko o podjetju.

*Slika 3: Shema poslovnega izida po različici I.*

ČISTI POSLOVNI IZID OBRAČUNSKEGA OBDOBJA

=

- + Čisti prihodki od prodaje
- +/- Sprememba vrednosti zalog proizvodov in nedokončane proizvodnje
- + Usredstveni lastni proizvodi in lastne storitve
- + Drugi poslovni prihodki (s prevrednotovalnimi poslovnimi prihodki)
- Stroški blaga, materiala in storitev
- Stroški dela (stroški plač, stroški socialnega zavarovanja, stroški pokojninskega zavarovanja, drugi stroški dela)
- Odpisi vrednosti (amortizacija, prevrednotovalni poslovni odhodki pri neopredmetenih sredstvih, opredmetenih osnovnih sredstvih in naložbenih nepremičninah, prevrednotovalni poslovnih odhodki pri obratnih sredstvih)
- Drugi poslovni odhodki
- + Finančni prihodki iz deležev
- + Finančni prihodki iz danih posojil
- + Finančni prihodki iz poslovnih terjatev
- Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb
- Finančni odhodki iz finančnih obveznosti
- Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti
- + Drugi prihodki
- Drugi odhodki
- Davek iz dobička
- +/- Odloženi davki

*Vir: M. Odar, Računovodsko poročanje za leto 2011, 2011, str. 14–16.*

**Izkaz denarnih tokov.** Je temeljni računovodski izkaz in izkazuje denarni tok med dvema obdobjema bilanc stanja. Vsebuje pomembne informacije za odločanje pri poslovanju, financiranju in naložbenju. V njem so resnično in pošteno prikazane spremembe stanja denarnih sredstev za poslovno leto ali medletna obdobja (SRS 26, str. 213). Na podlagi teh informacij je mogoče ugotoviti razloge za povečanje ali zmanjšanje denarnih sredstev v obračunskem obdobju, saj gre za poročilo o vseh denarnih prilivih in odlivih podjetja. Če gledamo izkaz denarnih tokov z vidika poslovnih financ, je le-ta sestavljen iz denarnega toka iz sprememb dolgoročnih in kratkoročnih sredstev. Informacije, ki izhajajo iz izkaza denarnih tokov, so izrednega pomena za sprejemanje poslovnih odločitev. Potencialni investitorji, upniki in dobavitelji lahko iz njega pridobijo informacije o finančnem stanju ter predvidijo bodoče trende razvoja podjetja. Če podjetje ne obvladuje denarnih tokov, lahko propade, tudi če ustvarja dobiček (Robnik, 2010).



**Izkaz gibanja kapitala.** Je temeljni izkaz, v katerem so resnično in pošteno prikazane sestavine kapitala za poslovno leto ali medletna obdobja (SRS 27, str. 222). Prikazuje spremembe vseh sestavin kapitala, zajetih v bilanci stanja (v skupinah ali posamično), ali pa spremembe zgolj tistih sestavin kapitala, ki predstavljajo oblikovanje celotnih pripoznanih dobičkov in izgub v obdobju, pri čemer spremembe in stanja drugih sestavin kapitala na začetku in na koncu obdobja izkazuje v pojasnilih k računovodskim izkazom.

**Pojasnila računovodskih izkazov.** Pojasnila računovodskih izkazov morajo vsebovati vsaj (Turk et al., 1999, str. 718):

- informacije o uporabljenih metodah vrednotenja kategorij v njih, torej informacije o podlagi za pripravo računovodskih izkazov ter o posebnih računovodskih usmeritvah, uporabljenih pri pomembnih poslih in drugih poslovnih dogodkih;
- razčlenitev sintetičnih podatkov v njih, ki olajša njihovo razumevanje in analiziranje; dati morajo torej dodatne informacije, ki niso predstavljene v obrazcih računovodskih izkazov, vendar so potrebne za pošteno predstavitev; ter
- podatke o delu organizacijskih enot v tujini ter trgovanju z lastnimi delnicami in delež – razkrivajo torej informacije, ki jih zahtevajo standardi in zakoni ter niso predstavljene drugod v računovodskih izkazih.

Med pojasnila štejemo tudi razkritja tveganj in negotovosti, ki vplivajo na podjetje, pa tudi razkritja ter razčlenbe sredstev in obveznosti, ki niso izkazani v bilanci stanja, na primer bremen in hipotek nad sredstvi. Z dodatnimi informacijami je mogoče pripraviti tudi podatke o vplivih, ki bi jih na podjetje utegnil imeti trg, to je predvidevanja spreminjanja vhodnih in izhodnih cen.

### 1.3.3 Razkritja

Razkritje v najširšem pomenu besede pomeni prikaz katerekoli informacije o izbranem podjetju (Horvat, 2000, str. 45), kar pomeni vse informacije iz letnega poročila, medijev in drugih virov.

Računovodska stroka opredeljuje razkritje v ožjem pomenu besede: to so informacije, razkrite v letnem poročilu, razen tistih, ki so razkrite s temeljnimi računovodskimi izkazi (bilanco stanja, izkazom uspeha in izkazom finančnih tokov). Ta razkritja se nanašajo na omenjene računovodske izkaze oziroma jih dopolnjujejo.

Razkritja delimo na obvezna in prostovoljna. Obvezna razkritja so predpisana z ZGD-1 in SRS. Prostovoljna razkritja so tista, za katera se podjetje odloči samo in so povezana z dogodki oziroma poslovnimi dogodki zunaj računovodskih izkazov. Razkritja lahko delimo še na vrednostna (izražena v denarnih enotah) in nevrednostna (opisna). Vrednostna

razkritja so denimo dodatne preglednice, nevrednostno pa je na primer opis metode vrednotenja posamezne postavke.

**Obvezna razkritja.** Podjetje mora v letnem poročilu podati vsa obvezna razkritja, ki jih zahtevajo predpisi in računovodski standardi, na katere se predpisi sklicujejo. Računovodski izkazi s pojasnili morajo biti sestavljeni premišljeno. Vsaka postavka v računovodskem izkazu mora biti povezana z ustrezno informacijo v pojasnilih. Pri tem pojasnila sestavi podjetje tako, da pomagajo uporabnikom razumeti računovodske izkaze (Odar, 2004, str. 8).

Vsa podjetja so dolžna sestaviti bilanco stanja in izkaz poslovnega izida ter v prilogi k izkazom priložiti pojasnila k predstavljenim vrednostim v računovodskih izkazih, ki jih zahteva ZGD-1. Podjetja, ki so zavezana k reviziji, morajo računovodski del letnega poročila sestaviti bistveno obširneje: dodati morajo še izkaz finančnega izida in izkaz gibanja kapitala ter razkritja, ki jih SRS predpisujejo za vse pomembne zadeve (Vezjak, 2002, str. 30).

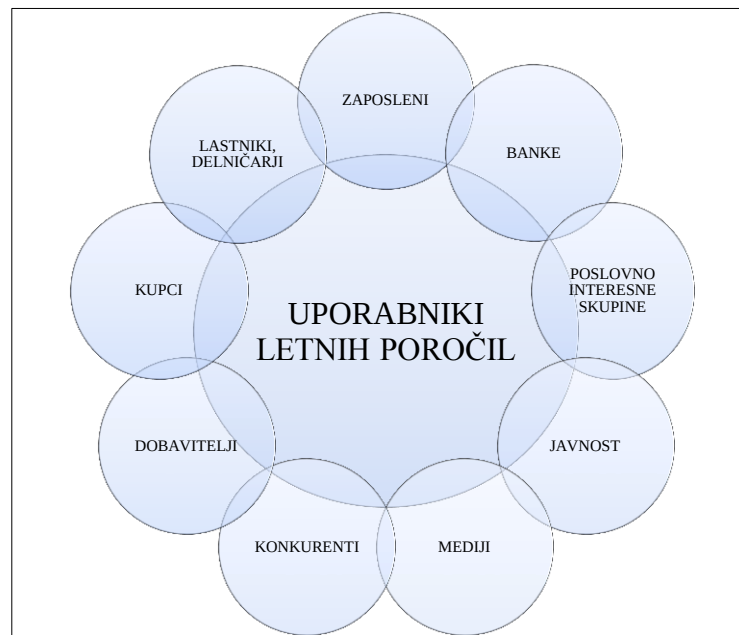
**Prostovoljna razkritja.** Poleg obveznih razkritij se podjetja odločajo tudi za prostovoljna razkritja. Z njimi si povečujejo ugled, kajti vrednost letnega poročila je toliko večja, kolikor večja sta obseg in kakovost razkritih informacij o podjetju. Z večjim ugledom lahko podjetja vplivajo na vrednost delnic, privabijo boljšo delovno silo, pridobijo nove poslovne partnerje, zvišajo cene svojim izdelkom itn.

Lahko pa prostovoljna razkritja opredelimo tudi kot brezplačno reklamo za podjetje. Podjetja si sama izberejo, katere segmente želijo predstaviti in poudariti pri poslovanju. Običajno predstavljajo svoje vplive na okolje (onesnaževanje okolja, akcije za preprečitev in odpravo negativnih posledic na okolje itd.), porabo energije ali tip porabe energije (na primer samozadostnost oskrbe z energijo), odnos in skrb do zaposlenih (zlasti z vidika varstva pri delu, izobraževanja, komunikacije), sodelovanje z družbeno-političnimi skupnostmi, zlasti z vidika odnosa do splošne zdravstvene ravni, kulture in umetnosti. Razkritja se lahko nanašajo tudi na konkretne proizvode, zlasti z vidika varnosti njihove uporabe in onesnaževanja pri njihovi uporabi.

## 1.4 Uporabniki letnih poročil

Uporabnike letnih poročil imenujemo interesne skupine (Slika 4) oziroma ponekod jim rečejo tudi deležniki. Obstaja namreč kar nekaj skupin v okolju podjetja. Podjetje se jim skuša prilagajati, ko uresničuje svoje cilje. Vpliv posamezne interesne skupine je odvisen od njene moči, razmerja moči pa so tudi časovno določena. Delovanje podjetij vedno bolj vpliva na naša življenja, zato je prisoten trend, da interesne skupine spodbujajo tudi družbeno odgovorno obnašanje podjetja (Thill & Bovée, 1996, str. 347–364).

*Slika 4: Uporabniki letnih poročil*



*Vir: T. Horvat, Priprava letnega poročila za komuniciranje z interesnimi skupinami podjetja, 2000, str. 23.*

Uporabnike letnih poročil lahko delimo na tiste znotraj podjetja in tiste zunaj njega. Uporabnike znotraj podjetja razdelimo na izvajalce posameznih nalog v podjetju, ki odločajo o podrobnostih izvajanja delovnih nalog v podjetju (na primer poslovodstvo v podjetju od najnižje ravni do uprave, upravljalni in nadzorni organ v podjetju ter vse ostale zaposlene v podjetju). Med zunanje uporabnike letnih poročil pa štejemo lastnike (vlagatelje) podjetja, ki niso člani upravljalnih in/ali nadzornih organov, posojilodajalce, dobavitelje in druge dajalce blagovnih kreditov, kupce, konkurenco, vlado in njihove organe ter javnost.

Pripravljalci letnih poročil naj bi upoštevali potrebe vseh uporabnikov po podatkih v letnih poročilih, vendar to v večji meri v praksi ni izvedljivo. Poročilo morajo sestaviti tako, da zadovolji v čim večji možni meri željo interesnih skupin po informiranosti. Izjema je konkurenca, ki naj bi iz poslovnih poročil izvedela, kar se da malo informacij, oziroma le tiste informacije, ki podjetju ne škodijo. Sestavljalci se morajo v letnih poročilih izogibati opisovanju konkretnih rešitev in idej, ki bi jih konkurenca lahko kopirala in bi s tem zmanjšala uspešnost podjetja.

Pripravljalci letnih poročil morajo za kakovostno pripravo poznati tako želje kot tudi vpliv posameznih interesnih skupin na podjetje. Tabela 1 prikazuje želje in vplive na podjetje za vsako izmed interesnih skupin. Na osnovi poznavanja želj in interesov lahko pripravljalci uravnotežijo poročilo. V skladu s cilji podjetja morajo najprej zadovoljiti željam najbolj

vplivnih interesnih skupin. Želje manj vplivnih interesnih skupin po informacijah upoštevajo le, če je to v interesu podjetja in ni v nasprotju z željami bolj vplivnih interesnih skupin. Pri tem morajo upoštevati zakonske predpise.

*Tabela 1: Želje in vplivi uporabnikov letnih poročil*

| <b>Uporabniki letnih poročil</b>                            | <b>Narava interesa – želje</b>                                                                                                                          | <b>Narava moči – vplivi</b>                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zaposleni                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ stabilnost zaposlitve</li> <li>▪ primerno plačilo</li> <li>▪ varno in prijetno delovno okolje</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pogajalska moč sindikata</li> <li>▪ stavke in druge aktivnosti</li> <li>▪ vpliv na javno mnenje</li> </ul> |
| Lastniki, delničarji                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ primerne dividende</li> <li>▪ rast vrednosti delnice oziroma podjetja</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pravica do glasovanja</li> <li>▪ nadzor nad poslovanjem</li> </ul>                                         |
| Kupci                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zadovoljiv nakup (cena, kakovost)</li> </ul>                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ nakupi pri konkurentih</li> <li>▪ bojkotiranje</li> </ul>                                                  |
| Dobavitelji                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kontinuirana naročila</li> <li>▪ pravočasna plačila</li> <li>▪ možnost razvoja</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ nedobava naročenega</li> <li>▪ dobava konkurenci</li> </ul>                                                |
| Konkurenti                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dobičkonosnost</li> <li>▪ pridobivanje tržnega deleža</li> </ul>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ tehnološke inovacije</li> <li>▪ nižje cene</li> </ul>                                                      |
| Banke                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ servisiranje posojil in drugih bančnih storitev</li> </ul>                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ odobravanje in odpoklic posojil ter drugih bančnih storitev</li> </ul>                                     |
| Poslovno interesne skupine (na primer gospodarska zbornica) | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zagotavljanje informacij za boljše poslovanje</li> </ul>                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ podpora strokovnjakov</li> <li>▪ zagotavljanje pravne in politične podpore</li> </ul>                      |
| Mediji                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ opazovanje aktivnosti podjetij</li> <li>▪ informiranje javnosti</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ publiciranje in komentiranje</li> </ul>                                                                    |
| Javnost                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ zaščita družbenih vrednot</li> <li>▪ zmanjšanje tveganj</li> <li>▪ zagotavljanje napredka za družbo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ (ne)podpora določenim aktivnostim</li> <li>▪ vpliv na vlado</li> </ul>                                     |

*Vir: Prirejeno po M. Jaklič, Poslovno okolje in gospodarski razvoj, 2002, str. 42–44.*

Raziskava, ki jo je časnik Finance konec leta 2011 pripravil za slovenski trg, je pokazala, da sta za vlagatelje moteča predvsem dva dejavnika: poročila so pripravljena prepozno in premalo povedo o prihodnjem poslovanju, ki uporabnike najbolj zanima, saj je od tega

odvisno gibanje delnic. Glas uporabnikov že nekaj časa dosega nekatera najvidnejša svetovna podjetja, ki poročila pripravljajo vse bolj po njihovem okusu; zdaj pa je dosegel tudi nekatera združenja, ki se ukvarjajo z razvojem korporativnega poročanja, denimo Financial Reporting Council (FRC), International Integrated Reporting Committee (IIRC) in Business Innovation and Skills (BIS). Ta pripravljajo nova priporočila podjetjem, kako se z vsebino in sestavo poročil kar najbolj približati zahtevam uporabnikov. V prihodnje naj bi tako podjetja v središče poslovnega poročila postavila strategijo. Temeljni namen poročanja bo predstavitev pogleda uprave na razvoj okolja in njegovih različnih vplivov na podjetje. Poseben poudarek bo namenjen predstavitvi tveganj in ukrepov, ki jih podjetje predvideva za izkoriščanje priložnosti oziroma izognitev tveganjem iz okolja. Pri tem bodo iz poročil za vedno pregnane neuporabne floskule tipa »smo k rasti usmerjeno podjetje«, nadomestila pa jih bo konkretna zgodba, ki je ne bodo pripovedovali kratki PR-stavki na začetku poglavij, ampak številke in dosežki podjetja ter predvsem jasno opredeljeni in kvantificirani ukrepi, s katerimi se namerava lotiti izzivov, ki jih bo v prihodnje pomenilo zunanje okolje. Del poročila, ki bo še vedno obrnjen v preteklost, bo postal krajši, v njem bodo prevladovali tabele in grafi, s kratkimi komentarji glavnih dejavnikov, ki so vplivali na razvoj dogodkov, ter predvsem pojasnila morebitnih odstopanj od načrtovanih dosežkov na ravni nepričakovanega razvoja zunanjih dejavnikov, kvantifikacija njihovih vplivov in realna ocena uspešnosti ukrepov podjetja, da se z njimi spopade. Glede na dinamiko nastanka poročila več tudi ni potrebno. Podobno kot pri pripravi vsebine je treba tudi pri izbiri oblike poročila upoštevati zahteve uporabnikov. Pri tem je najpomembnejše spoznati preference ciljne skupine. Rowbottom in Lyymer sta leta 2009 spremljala podjetja iz indeksa FTSE 350 ter ugotovila, da profesionalni uporabniki (analitiki, bančniki) najraje posegajo po pdf obliki poročil, medtem ko imajo manjši vlagatelji in širša javnost precej raje spletna poročila. Raziskave že nekaj let kažejo, da tiskanih poročil pravzaprav ne uporablja nihče več. Ena izmed pomembnih skupin uporabnikov, ki prebirajo letna poročila, so borzni analitiki. Raziskava časnika Finance je pokazala, da povprečen slovenski analitik letno prebere okoli 15 poročil, za kar porabi šest ur. Zanimivi so tudi izsledki raziskave (Lehavy, Li & Merkley, 2011), ki je pokazala pomemben vpliv, ki ga ima vsebina letnih poročil na delniški trg. Slabo pripravljena vsebina namreč povzroči večja odstopanja posameznih ocen analitikov in njihovo manjšo natančnost, oboje pa povečuje negotovost gibanja delnic in s tem njihovo nižjo vrednost. Svet, v katerem zdaj delujejo podjetja, je pomembno drugačen od tistega v minulem desetletju. Kapitala je bilo še pred nedavnim na voljo v neomejenem obsegu, čez noč pa se je spremenil v eno izmed najredkejših dobrin. Pri tem je morda še večja težava, da veliko zunanjih dejavnikov (dolžniška kriza EU, nova regulativa Basel III) daje slutiti, da se bodo takšne razmere v prihodnje še zaostrole. Podjetja morajo tako prilagoditi letna poročila novim dejstvom in upoštevati zahteve vlagateljev, saj bodo ravno ti tisti, ki bodo odločali o preživetju in razvoju podjetja. Pri tem je dobra novica, da se s tem ne bodo zvišali ne stroški ne porabljenih sredstev za pripravo poročil – bodo pa drugače razporejeni, meni Mastnak (2011).

Podjetja pogosto uporabljajo za preverjanje bonitete poslovnih partnerjev, za izdelavo različnih analiz in za iskanje potencialnih poslovnih partnerjev (na primer kupcev, dobaviteljev) aplikaciji Ibon in/ali Gvin oziroma njima podobne aplikacije. V Ibonu ali/in Gvinu so podatki iz letnih poročil vseh slovenskih podjetij. Aplikaciji sta nadgrajeni tudi z drugimi bazami podatkov (poslovni register slovenskih podjetij, podatki iz sodišč, informacije iz revij in člankov ...). Podjetje s tovrstno aplikacijo zelo hitro pridobi večino za poslovne odločitve potrebnih informacij in podatkov.

## 1.5 Bistveni elementi kakovostnega letnega poročila

Letno poročilo je poleg tega, da je vir informacij, tudi sredstvo komuniciranja z interesnimi skupinami. Poleg vsebine in metodološkega okvira za njegovo pripravo je pomembno, kako je oblikovano in kako so predstavljeni podatki. Pri podajanju finančne slike o podjetju (Glautier & Underdown, 1997, str. 200) so glavna merila, ki jih morajo podjetja zasledovati, naslednja:

- **pomembnost:** da je informacija v letnem poročilu uporabna, mora biti dovolj pomembna za tistega, ki se na njeni podlagi odloča – interesentom tako pomaga ovrednotiti pretekle, sedanje in prihodnje poslovne dogodke ali potrditi ali popraviti njihove zdajšnje vrednosti;
- **zanesljivost:** informacija je pomembna, če je tudi zanesljiva; zanesljivost informacije je zagotovljena, če ne vsebuje pomembnih napak in pristranskih stališč ter se interese nanjo zanesejo, ker verodostojno predstavlja pomembne dogodke; informacija mora biti popolna in mora upoštevati potrebo po previdnosti; za večjo zanesljivost informacij v letnih računovodskih izkazih je potrebno njihovo revidiranje;
- **primerljivost:** primerljivost informacij olajša oblikovanje sodb na njihovi podlagi, denimo, če jih želimo primerjati s časovnega vidika ali med različnimi podjetji;
- **razumljivost:** naslednja kakovost informacije je, da mora biti njenim uporabnikom razumljiva;
- **popolnost:** informacija v računovodskih izkazih je popolna znotraj meja njene bistvenosti in stroškov;
- **objektivnost:** da je informacija nevtralna, ne sme biti pristranska; računovodski izkazi niso nevtralni, če vsebujejo informacije, ki jih je podjetje izbralo ali predstavilo tako, da bi vplivalo na odločitev ali presojo uporabnika in da bi doseglo želeni poslovni izid;
- **previdnost:** številni poslovni dogodki so neizogibno povezani z negotovostjo, zato je treba računovodske izkaze pripravljati previdno; staro računovodsko načelo pravi, da je vedno bolj imeti skrite dobičke kot skrite izgube;
- **pravočasnost:** da priskrbimo informacijo pravočasno, je mnogokrat pomembnejše kot pa to, da poznamo vse vidike poslovnih dogodkov; če smo s poročanjem v zaostanku zato, da bi poznali vse vidike poslovnega dogodka, je lahko takšna informacija zelo zanesljiva, a ima majhno uporabno vrednost za interesenta, ki je medtem že moral

sprejeti odločitev; zato moramo pogosto iskati ravnotežje med pravočasnostjo informacije in njeno zanesljivostjo.

Horvatova v knjigi Priprava letnega poročila za komuniciranje z interesnimi skupinami podjetja (2000, str. 147–154) navaja naslednje pomembne dejavnike kakovostnega letnega poročila: videz in sestava, naslovna stran, besedilo, spremna beseda, tipografija, fotografije, ilustracije in grafi, računovodske informacije in zanimivost letnega poročila, in sicer:

- **splošni vtis:** je nadvse pomemben, saj lep videz letnega poročila pritegne in s tem spodbuja k branju; pomembno vlogo imata tudi kakovost tiska in papirja ter ritem poročila z ustrezno razporeditvijo tako teksta kot tudi fotografij;
- **sestava:** naj bo logična s sistematičnim zaporedjem; dobro je, da se letno poročilo začne s ključnimi poudarki, temu naj sledi poslovno poročilo in v zadnjem delu naj bo računovodsko poročilo;
- **naslovna stran:** mora biti zanimiva, opazna in privlačna – da pritegne bralca; biti mora takšna, da pritegne vse interesne skupine za nadaljnje branje;
- **besedilo:** naj bi bilo razdeljeno na berljive dele brez slovničnih in pravopisnih napak; stavki morajo biti preprosti, kratki in jedrnat; z letnim poročilom informiramo in ustvarjamo pozitivno podobo o podjetju; slog besedila mora biti sproščen in brez birokratskega izrazja;
- **spremna beseda:** mora vsebovati ključna sporočila;
- **tipografija:** omogoča razlikovanje med posameznimi deli besedila, poglavji in podpoglavji z uporabo različnih pisav;
- **fotografije, ilustracije in grafi:** podpirajo sporočilo podjetja; le-ti se morajo ujemati z besedilom; s pravilno razporeditvijo fotografij, ilustracij in grafov pripomoremo, da je letno poročilo pregledno in naredi dober vtis;
- **računovodske informacije:** mora letno poročilo obsegati v ravno pravšnji meri;
- **zanimivost letnega poročila:** zagotovi branost letnega poročila.

V zadnjih letih je vedno več letnih poročil dostopnih na spletnih straneh podjetij, vedno več jih je v elektronski obliki in vedno bolj se podjetja zavedajo njihovega pomena.

Pa še ena zanimiva zgodba o letnih poročilih, ki jo povzemam iz članka Financ z naslovom »Ne, to ni časopis, to je letno poročilo«. Letno poročilo ni nujno nekaj najbolj dolgočasnega na papirju, je lahko tudi nadvse zanimivo čtivo. Marsikje v tujini podjetja, ki res nase dajo kaj, vsako leto izdajo tudi kreativna, vsebinsko bogata letna poročila z nadvse zanimivo obliko in impresivnimi ilustracijami in/ali fotografijami. Eno izmed takih je turistično podjetje Kuoni Travel s sedežem v Švici. V podjetju že leta skrbijo za privlačno celostno grafično podobo in korporativno komunikacijo, ki je opazna v vseh njihovih komunikacijskih orodjih. Vsako leto so zelo kreativni tudi pri pripravi letnega poročila. Povsem impresionira njihovo letno poročilo za leto 2009, ki je tudi dobilo nagrado

največjega evropskega združenja korporativnih založnikov za najboljšo letno poročilo Best CP 2010 (angl. *Best of Corporate Publishing*). Letno poročilo z naslovom »Popolni trenutki« je sestavljeno iz 3 tematskih brošur, lično spravljeno v ekoembalažo, ki spominja na fascikel, v katerega bi lahko spravili spominke in fotografije oziroma spomine s potovanj. Dosleden, kontroliran videz, izjemne fotografije in zanimive zgodbe iz sveta Kuoni so osvežilen dodatek konservativnemu poslovnemu in finančnemu poročilu. Pri Kuoniju so bili pri letnem poročilu za leto 2010 ponovno zelo izvirni. Njihovo letno poročilo za leto 2010 ima naslov »Boljši jutri« in je v obliki časopisa: videz, papir, način pisanja. Časopis, ki nekoliko spominja na The New York Times, ima posebno retro prilogo – finančno poročilo. Časopis/letno poročilo je zavito v prijazno zeleno mapo, kot kakšno posebno darilo. Že videz in vsebina prav vabita k branju. In gre za zbir zelo zanimivih člankov. Podjetja pozabljajo, da je letno poročilo tudi korporativna publikacija, ogledalo podjetja. Je podjetje inovativno? Zakaj naj ne bi bilo inovativno, kreativno tudi letno poročilo? Seveda mora izpolniti določene zakonske določbe (kar zadeva poslovni in finančni del), a je tudi priložnost za produkcijo dodatne bogate vsebine – sporočila o vrednotah podjetja. Ne nazadnje raziskave kažejo, da interesne skupine tista podjetja, ki izdajajo kreativna in vsebinsko bogata letna poročila ter pri tem sledijo sodobnim revijalnim, uredniškim in oblikovnim smernicam, dojemajo kot več vredna in bolj ugledna, pravi avtor članka Senić (2011).

## **2 TRGOVINA**

Trgovina je ena najpomembnejših gospodarskih dejavnosti, tako v Sloveniji kot v svetu. V poglavju o trgovini v prvem delu opredelim, kaj je trgovina, ter navedem njene vrste in organizacijske oblike ter pri trgovini na drobno vrste prodajnih objektov. V nadaljevanju prikažem pomen trgovine skozi številke, nato sledi primer organiziranosti velikega trgovskega podjetja z opisom njegovih pomembnejših funkcij.

### **2.1 Opredelitev trgovine**

Kaj je trgovina? Poznamo različne opredelitve pojma trgovina. Tako je na primer v Slovarju slovenskega knjižnega jezika (2000) opredeljena kot gospodarska dejavnost, ki se ukvarja s kupovanjem in prodajanjem. Zakon o trgovini (Ur. l. RS, št. 24/2008, v nadaljevanju ZT-1) jo opredeli malo natančneje, in to je, da trgovina opravlja trgovinsko dejavnost, ki obsega nakupovanje blaga z namenom nadaljnje prodaje, ne glede na to, ali je blago prodano v nespremenjenem ali spremenjenem stanju (obdelava, predelava in dodelava). Trgovino delimo glede na območje trgovanja na notranjo in zunanjo. Trgovinsko dejavnost lahko razdelimo tudi glede na ponudbo, ki jo trgovine nudijo potrošniku (na primer trgovina s pohištvom, trgovina z živili, trgovina s farmacevtskimi izdelki).



Trgovina danes (še posebej mednarodna) svet globalizira (globalizacija kot združenje kultur sveta in porast zavesti o svetu kot celoti) ter kot taka močno vpliva na življenje posameznika. Lahko bi povzela, da je osnovna dejavnost trgovskih podjetij posredovanje proizvodov med proizvajalci in porabniki. Poleg te naloge lahko opravlja trgovina tudi skladiščenje, embaliranje, sortiranje in dobavo izdelkov končnim kupcem (Potočnik, 1992, str. 216). Gospodarski cilj poslovanja podjetja je ustvarjanje prihodka in dobička, kar podjetje dosega s prodajo blaga, z nabavo in skladiščenjem pa zagotavlja, da prodaja poteka nemoteno in da zadovoljuje potrebe porabnikov (Potočnik, 1992, str. 213).

Interese trgovine v svetovnem merilu predstavlja Svetovna trgovinska organizacija (angl. *World Trade Organization*), v Sloveniji pa Trgovinska zbornica Slovenije.

## 2.2 Organizacijske oblike trgovine

Ločimo 3 glavne organizacijske oblike trgovine: trgovina na drobno, trgovina na debelo in posredništvo. ZT-1 trgovinsko dejavnost deli na trgovino na debelo in trgovino na drobno. **Trgovino na drobno** definira kot nakupovanje blaga in njegovo nadaljnjo prodajo potrošnikom. Kotler (2004, str. 535) meni, da trgovina na drobno obsega vse aktivnosti prodaje blaga in storitev neposredno porabnikom za njihovo osebno, neposlovno porabo. Potočnik (2002, str. 276) uvršča med trgovino na drobno vse dejavnosti, ki so potrebne za prodajo blaga in storitev neposredno končnim potrošnikom za njihovo osebno potrošnjo. Trgovina na drobno tako izvaja zadnjo fazo menjalnega procesa ter vzpostavlja posredni stik med proizvajalci in končnimi potrošniki (Potočnik, 2002, str. 274). Značilnosti trgovine na drobno so: povprečna vrednost prodajne transakcije je veliko manjša od proizvajalčeve, končni kupci pogosto kupujejo nenačrtovano, večino končnih kupcev je treba spraviti na maloprodajno mesto in tudi relativna višina cene (Možina, Zupančič & Postružnik, 2010, str. 162). **Trgovino na debelo** definira ZT-1 kot nakupovanje blaga ter njegovo nadaljnjo prodajo trgovcem in drugim samostojnim podjetnikom posameznikom, pravnim osebam in drugim posameznikom, ki ga kupujejo za opravljanje svoje poklicne ali pridobitne dejavnosti. Lahko rečemo tudi, da je trgovina na debelo vmesna faza v procesu distribucije, v kateri se izdelki in storitve ne prodajajo končnim kupcem, temveč poslovnim kupcem – kot so proizvajalci in trgovci na drobno – za njihovo uporabo pri poslovanju ali preprodajo drugim (Možina et al., 2010, str. 151).

**Prodaja na drobno** obsega (Berman & Evans, 2006, str. 3) vse poslovne aktivnosti, ki zajemajo prodajo blaga in storitev kupcu za njegove osebne, družinske ali gospodinjske potrebe. Torej vključuje vso prodajo blaga in storitev končnemu potrošniku. Je zadnja faza distribucijskega procesa. Nasprotna od nje je **prodaja na debelo**, ki je vmesna faza v distribucijskem procesu, v kateri blago in storitve niso prodane končnemu potrošniku, temveč poslovnim kupcem, kot so proizvajalci in trgovci na drobno. Razlika med trgovinama na debelo in drobno je skozi distribucijski proces slikovno prikazana v slikah 5 in 6.

*Slika 5: Distribucijski proces pri trgovini na debelo*



*Slika 6: Distribucijski proces pri trgovini na drobno*



Po obsegu prihodkov sta obe vrsti trgovine (na debelo in drobno) skoraj izenačeni. Danes postaja razlika med njima vse manj pomembna in vidna, saj se v sodobnih nabavnih verigah tokovi in aktivnosti vse bolj prepletajo. Sodobna konkurenčna podjetja vse bolj sama nadzirajo tok blaga od nabave materiala do dostave končnega izdelka ali storitve porabniku, pri tem pa skrbijo tudi za raznovrstnost in kakovost izdelkov ter nudijo množico dodatnih nakupovalnih storitev (osebno svetovanje, darila ...).

Če pa trgovec opravi zgolj povezovalno vlogo med kupcem in prodajalcem, govorimo o **posredništvu**. Uporaba posrednikov omogoča boljši pretok izdelkov in storitev ob prihranku denarja in časa. Posredniki, s svojimi stiki, izkušnjami, specializacijo in obsegom poslovanja, običajno nudijo podjetjem več, kot pa bi lahko le-ta dosegla sama (Možina et al., 2010, str. 153).

Statistika (Statistični urad Republike Slovenije, v nadaljevanju SURS) za svoje namene deli trgovino na drobno in trgovino na debelo še v naslednje podskupine:

- pri **trgovini na drobno**: trgovina z neživili; trgovina z živili, pijačami in tobačnimi izdelki; trgovina z motornimi gorivi; trgovina z motornimi vozili;
- pri **trgovini na debelo**: trgovina z neživili; trgovina z živili, pijačami in tobačnimi izdelki; trgovina s trdimi, tekočimi in plinastimi gorivi; trgovina z motornimi in drugimi vozili ter plovili.

### 2.3 Pomen trgovine skozi številke

Kot sem že uvodoma napisala, je trgovina ena najpomembnejših gospodarskih panog. Poglejmo njen pomen še skozi številke. V nadaljevanju podam nekaj statističnih podatkov za trgovino. Po podatkih SURS je v letu 2010 trgovinska dejavnost v Sloveniji dosegla

27,3 mrd EUR prihodka (glej Tabela 2) in je uvrščena na prvo mesto. Za njo je predelovalna dejavnost z 22,8 mrd EUR, nato gradbeništvo s 5,9 mrd EUR ter promet in skladiščenje s 4,5 mrd EUR. Vse ostale dejavnosti skupaj so imele v letu 2010 za 25,3 mrd EUR prihodkov. Iz Tabele 2 je razvidno tudi, da je imela trgovinska dejavnost v letu 2010 kar 31,5 % deleža prihodkov od vseh dejavnosti. Podjetja v trgovinski dejavnosti predstavljajo okrog 15,3 % podjetij vseh dejavnosti. Trgovina zaposluje dobrih 14 % vseh zaposlenih v slovenskem gospodarstvu (SURS).

*Tabela 2: Prihodki po posameznih dejavnostih v Sloveniji v letu 2010*

| <b>Šifra dejavnosti</b> | <b>Naziv dejavnosti</b>                                          | <b>Prihodek v 1.000 EUR</b> | <b>Delež v %</b> |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------|
| <b>G</b>                | Trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil                | 27.296.901                  | 31,5             |
| <b>C</b>                | Predelovalne dejavnosti                                          | 22.834.258                  | 26,3             |
| <b>F</b>                | Gradbeništvo                                                     | 5.983.045                   | 6,9              |
| <b>H</b>                | Promet in skladiščenje                                           | 4.506.573                   | 5,2              |
| <b>M</b>                | Strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti                     | 4.039.907                   | 4,7              |
| <b>D</b>                | Oskrba z električno energijo, plinom in paro                     | 4.025.060                   | 4,6              |
| <b>J</b>                | Informacijske in komunikacijske dejavnosti                       | 3.132.414                   | 3,6              |
| <b>K</b>                | Finančne in zavarovalniške dejavnosti                            | 2.768.570                   | 3,2              |
| <b>Q</b>                | Zdravstveno in socialno varstvo                                  | 2.544.564                   | 2,9              |
| <b>P</b>                | Izobraževanje                                                    | 2.367.251                   | 2,7              |
| <b>I</b>                | Gostinstvo                                                       | 1.463.751                   | 1,7              |
| <b>N</b>                | Druge raznovrstne poslovne dejavnosti                            | 1.141.946                   | 1,3              |
| <b>E</b>                | Oskrba z vodo, ravnanje z odplakami in odpadki, saniranje okolja | 1.032.603                   | 1,2              |
| <b>R</b>                | Kulturne, razvedrilne in rekreacijske dejavnosti                 | 979.069                     | 1,1              |
| <b>L</b>                | Poslovanje z nepremičninami                                      | 675.339                     | 0,8              |
| <b>S</b>                | Druge dejavnosti                                                 | 546.858                     | 0,6              |

se nadaljuje

| <b>Šifra dejavnosti</b> | <b>Naziv dejavnosti</b>                                                         | <b>Prihodek v 1.000 EUR</b> | <b>Delež v %</b> |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------|
| <b>A</b>                | Kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo                                         | 435.161                     | 0,5              |
| <b>T</b>                | Dejavnost gospodinjstev z zaposlenim hišnim osebjem, proizvodnja za lastno rabo | 0                           | 0                |
| <b>U</b>                | Dejavnost eksteritorialnih organizacij in teles                                 | 0                           | 0                |
| <b>B</b>                | Rudarstvo                                                                       | z (ni podatka)              | z (ni podatka)   |
| <b>O</b>                | Dejavnost javne uprave in obrambe, dejavnost obvezne socialne varnosti          | z (ni podatka)              | z (ni podatka)   |
|                         | <b>SKUPAJ vse dejavnosti</b>                                                    | <b>86.705.208</b>           | <b>100</b>       |

*Vir: SURS, Trgovina na drobno in debelo, posredništvo, Slovenija, 2010 – končni podatki, 2011.*

V nadaljevanju navajam 20 največjih podjetij v Sloveniji v letu 2010 (glej Tabelo 3). Med 20 največjimi podjetji v Sloveniji po celotnih prihodkih v letu 2010 je 7 največjih trgovskih podjetij. To so: PETROL, Slovenska energetska družba, d.d., Ljubljana, POSLOVNI SISTEM MERCATOR d.d., ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d., OMV Slovenija, d.o.o., Geoplin, d.o.o., MERKUR – trgovina in storitve, d.d., in Kemofarmacija, veletrgovina za oskrbo zdravstva, d.d. Teh 7 trgovskih podjetij je ustvarilo v letu 2010 7,4 % od vseh doseženih prihodkov v Sloveniji.

*Tabela 3: Dvajset največjih podjetij v Sloveniji v letu 2010*

|    | <b>Podjetje</b>                                      | <b>Celotni prihodki v EUR</b> | <b>Čisti dobiček v EUR</b> | <b>Število zaposlenih</b> | <b>Dejavnost</b> |
|----|------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------------|------------------|
| 1  | PETROL, Slovenska energetska družba, d.d., Ljubljana | 2.482.076.021                 | 37.946.402                 | 639                       | Trgovina         |
| 2  | POSLOVNI SISTEM MERCATOR d.d.                        | 1.670.322.327                 | 36.806.050                 | 10.630                    | Trgovina         |
| 3  | Revoz, d.d.                                          | 1.331.060.104                 | 18.642.380                 | 2.504                     | Proizvodnja      |
| 4  | Krka, d.d.                                           | 960.628.186                   | 165.920.016                | 4.330                     | Farmacija        |
| 5  | HSE, d.o.o.                                          | 916.333.041                   | 79.491.404                 | 114                       | Elektro          |
| 6  | ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d.                  | 677.978.948                   | 7.884.636                  | 3.216                     | Trgovina         |
| 7  | Gorenje, d.d.                                        | 677.189.510                   | 2.924.939                  | 4.648                     | Proizvodnja      |
| 8  | GEN-I, d.o.o.                                        | 580.423.625                   | 10.889.927                 | 77                        | Elektro          |
| 9  | Lek, d.d.                                            | 575.865.113                   | 47.908.890                 | 2.472                     | Farmacija        |
| 10 | OMV Slovenija, d.o.o.                                | 556.487.593                   | 16.077.337                 | 80                        | Trgovina         |

se nadaljuje

|    | <b>Podjetje</b>                                      | <b>Celotni prihodki v EUR</b> | <b>Čisti dobiček v EUR</b> | <b>Število zaposlenih</b> | <b>Dejavnost</b> |
|----|------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------------|------------------|
| 11 | Impol, d.o.o.                                        | 507.788.388                   | 2.232.410                  | 30                        | Proizvodnja      |
| 12 | Telekom Slovenije, d.d.                              | 441.467.695                   | -                          | 1.796                     | Telekomunikacije |
| 13 | Mobitel, d.d.                                        | 394.953.405                   | 37.351.303                 | 978                       | Telekomunikacije |
| 14 | Sava Tires, d.o.o.                                   | 389.658.645                   | 14.325.721                 | 1.401                     | Proizvodnja      |
| 15 | SŽ, d.o.o.                                           | 389.531.479                   | -19.429.185                | 7.377                     | Promet           |
| 16 | Geoplin, d.o.o.                                      | 363.399.307                   | 17.848.947                 | 29                        | Trgovina         |
| 17 | MERKUR – trgovina in storitve, d.d.                  | 362.642.314                   | -                          | 2.377                     | Trgovina         |
| 18 | Dars, d.d.                                           | 316.615.825                   | 30.463.365                 | 1.212                     | Promet           |
| 19 | Kemofarmacija, veletgovina za oskrbo zdravstva, d.d. | 294.536.294                   | 7.129.267                  | 160                       | Trgovina         |
| 20 | Elektro Ljubljana, d.d.                              | 289.766.382                   | 1.347.772                  | 989                       | Elektro          |

*Vir: V. Bertonecelj Popit, 300 največjih in najboljših slovenskih podjetij v letu 2010, 2012.*

Po obsegu prihodkov trgovini na drobno in debelo dosežeta podobno višino prihodkov (glej Tabelo 4). Po podatkih SURS je trgovina na drobno v letu 2010 dosegla 11.492.161 tisoč EUR, trgovina na debelo 11.840.674 tisoč EUR in posredništvo 173.334 tisoč EUR prihodkov od prodaje.

*Tabela 4: Prihodki od prodaje blaga v trgovini na drobno in debelo v letu 2010*

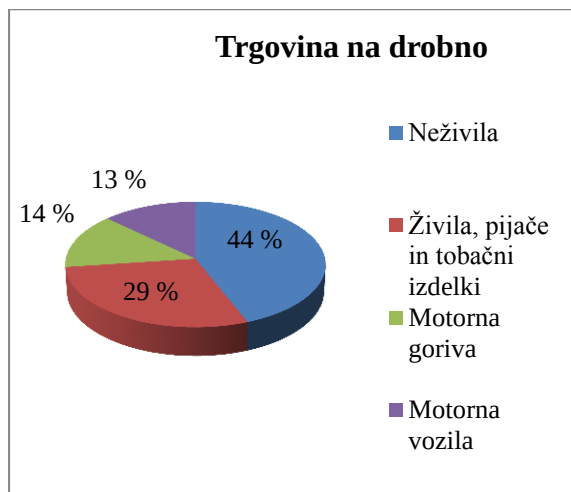
| <b>Vrsta trgovine</b> | <b>Prihodek od prodaje v 1.000 EUR</b> |
|-----------------------|----------------------------------------|
| Trgovina na drobno    | 11.492.161                             |
| Trgovina na debelo    | 11.840.674                             |
| Posredništvo          | 173.334                                |
| Skupaj                | 23.506.169                             |

*Vir: SURS, Trgovina na drobno in debelo, posredništvo, Slovenija, 2010 – končni podatki, 2011.*

Kot je razvidno iz slike 7 in Slike 8 je struktura prodaje v podskupinah podobna pri prodaji blaga v obeh vrstah trgovine. V trgovini na drobno (Slika 7) je največja prodaja blaga v podskupini neživil (44 %), nato v podskupini živil, pijač in tobanih izdelkov (29 %), sledita ji podskupina motornih goriv (14 %) in nazadnje podskupina motornih vozil (13 %).

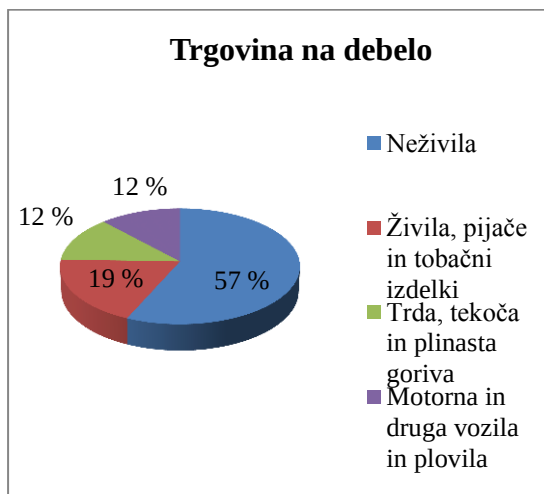
V trgovini na debelo (glej Sliko 8) dosega prodaja blaga v podskupini neživil največji odstotek celotne prodaje (57 %), nato ji sledijo podskupina živil, pijač in tobačnih izdelkov z 19 %, podskupina trdih, tekočih in plinastih goriv z 12 % in nazadnje podskupina motornih in drugih vozil in plovil z 12 %.

*Slika 7: Struktura prodaje blaga v trgovini na drobno v letu 2010 v %*



*Vir: SURS, Trgovina na drobno in debelo, posredništvo, Slovenija, 2010 – končni podatki, 2011.*

*Slika 8: Struktura prodaje blaga v trgovini na debelo v letu 2010 v %*



*Vir: SURS, Trgovina na drobno in debelo, posredništvo, Slovenija, 2010 – končni podatki, 2011.*

## 2.4 Vrste prodajnih objektov

Ko govorimo o vrstah prodajnih objektov, mislimo na trgovino na drobno, saj v trgovini na debelo prodajnih objektov ni. V trgovini na debelo namreč poteka posredovanje trgovskega blaga med proizvajalci in trgovci na drobno. Trgovina na debelo uporablja skladišče, kamor shranjuje nabavljeno blago od proizvajalca in kjer pripravlja blago za odpremo svojim kupcem.

Trgovina na drobno pa ima vrsto različnih prodajnih objektov. Ivanovič in Habbe (1998, str. 30) jih razvrstita v naslednje skupine:

- **kiosk:** je prodajalna, kjer se blago prodaja skozi okno, pri čemer ločimo kioske za prodajo živilskega in neživilskega blaga;
- **klasična prodajalna:** je prodajalna z živili in neživilskimi izdelki, kjer se lahko prodaja na postrežni način ali delno tudi na samopostrežni način; značilne prodajalne klasičnega tipa so: papirnice, lekarne, zlatarne, urarne, optike idr.;
- **samopostrežne prodajalne:** so prodajalne z živilskimi in neživilskimi izdelki, kjer si kupci sami izbirajo blago (na primer Mercator, Spar); glede na velikost prodajnih površin jih delimo na mini samopostrežne prodajalne, supermarkete in hipermarkete, kakršnih je v današnjem obdobju čedalje več;
- **blagovne hiše:** so prodajni objekti s široko izbiro blaga, ki jih delimo na blagovnice, veleblagovnice, specializirane blagovne hiše in nakupovalna središča (na primer Citypark, Qlandia, Supernova); značilnost nakupovalnih središč je, da je v njih več manjših trgovin;
- **trgovine za diskontno prodajo:** so podobne velikim samopostrežnim prodajalnam; takšni primeri prodajaln v Sloveniji so Hofer, Lidl in Eurospin.

V današnjem času je trend, da trgovci sledijo sodobnemu poslovanju in da kupca močno postavljajo v ospredje – mu omogočajo veliko in pestro izbiro blaga, ga privabljajo k nakupu z dodatnimi storitvami in ugodnostmi ter različnimi plačilnimi pogoji (plačilo s kreditnimi karticami, plačilo na več obrokov, različni popusti ...). Klasičnih, postrežnih, prodajaln danes skorajda ni, prevladujejo samopostrežne oblike prodajaln. Trgovci uporabljajo posebne programe, s katerimi omogočajo čim bolj racionalno postavitev blaga na prodajnih policah in tudi tako, da je prostor v trgovini kar se da lično urejen. Veliko trgovcev dandanes omogoča tudi že nakup blaga v svojih spletnih trgovinah (kot je to na primer Mercatorjeva spletna trgovina).

## 2.5 Poslovanje trgovskih podjetij

Kot sem že uvodoma zapisala, je osnovna funkcija trgovskih podjetij trgovanje, s katerim uresničujejo posredniške funkcije med proizvajalci in porabniki. Trgovsko poslovanje ima 3 temeljne poslovne funkcije: nabavno, skladiščno in prodajno. Trgovska podjetja prek

svoje trgovske mreže ustvarjajo s prodajno funkcijo prihodek in dobiček, z nabavo in skladiščenjem pa zagotavljajo nemoteno prodajo in zadovoljevanje povpraševanja kupcev. Poleg temeljnih poslovnih funkcij (nabave, skladiščenja in prodaje) izvajajo trgovska podjetja še druge funkcije, kot so: kadrovska, finančna, računovodska, splošna, pravna itd. (Potočnik, 2000, str. 26). Primer organiziranosti velikega trgovskega podjetja prikazujem s Sliko 9.

*Slika 9: Primer organiziranosti velikega trgovskega podjetja*



V nadaljevanju na kratko opišem temeljne poslovne funkcije trgovskih podjetij (nabavno, skladiščno in prodajno) ter ostale funkcije (kadrovsko funkcijo, informatiko, pravno službo, finančno-računovodsko funkcijo ...). Obseg funkcij, ki jih ima posamezno trgovsko podjetje, je večinoma odvisen od velikosti podjetja (števila zaposlenih) in/ali od obsega poslovanja. Ker v magistrskem delu analiziram velika trgovska podjetja, naj zapišem, da za njih velja, da nimajo le temeljnih funkcij, temveč še vse ostale (kadrovsko, pravno, računovodsko, finančno ...).

### **2.5.1 Nabavna funkcija**

Nabavna funkcija zagotavlja učinkovito in racionalno nabavo tistih izdelkov, ki jih podjetje prodaja oziroma posreduje kupcem, in to v ravno pravšnji količini in v primernem asortimentu ter po ustreznih cenah in s pravočasno dobavo (Potočnik, 2000, str. 65).

Nabavni cilji so:

- izbira ustreznega asortimenta izdelkov,
- odločanje o količini in rokih nabave,
- odločanje o obsegu in vrednosti zaloge,
- opredelitev nabavne tehnike (nabavnih postopkov).



Najpomembnejše dejavnosti nabave so:

- raziskava nabavnega trga (raziskava stanja na nabavnem trgu, značilnosti dobavitelja, nabavne poti, ustreznosti izdelkov, konkurenco na nabavnem trgu, nabavne pogoje – cene, roke dobave, roke plačila);
- planiranje nabave (vrsta izdelkov – asortiment, kakovost in cena, količina ter dinamika nabav, tveganje in porazdelitev morebitne škode med poslovne partnerje);
- sprejemanje nabavnih odločitev (izbira dobaviteljev, določanje asortimenta izdelkov, izbira nabavnih poti, višina nabavnih stroškov, vrednost zaloge blaga);
- priprava in izvajanje nabave oziroma nabavni postopki (iskanje ponudb, analiziranje ponudb, pogajanja, prodajna pogodba, naročanje in odprema, prevzem blaga, plačilo nabavljenega blaga, prevzem nabavljenega blaga);
- evidentiranje nabave (evidenca o dobaviteljih, evidenca o gibanju cen, evidenca o gibanju količin izdelkov, evidenca o reklamacijah, evidenca o nadomestnih vrstah blaga – substitutih, ...);
- analiziranje nabave (poročila o nabavi izdelkov – asortimenta v načrtovanem obdobju, poročilo o gibanju cen, poročila o zalogi, poročila o stroških nabavnega poslovanja);
- nadzor nad nabavo (poročila iz prejšnje alineje omogočajo izvajanje kontroliranja – nadzora – nabave).

## 2.5.2 Funkcija skladiščenja in logistike

Skladiščna služba opravlja naloge, ki so povezane s »časovno funkcijo« trgovine, saj prevzema nabavljeno blago v skladišče in ga kasneje izdaja kupcem (Potočnik, 2000, str. 77) z manjšim ali večjim časovnim zamikom.

Naloge skladiščenja so:

- blago varuje pred poškodbami, kalom, krajo in drugimi nevarnostmi, ki zmanjšujejo količino in vrednost blaga;
- da sprotno opozarja nabavno službo o vrednostih in gibanju zalog posameznih izdelkov (na primer za blago, ki ima kratek rok oziroma je le še malo časa do izteka roka uporabe).

Od asortimenta izdelkov, njegovih tehničnih in tehnoloških značilnosti, nabavnih in prodajnih metod, velikosti trgovskih podjetij in lokacije so odvisni tip, velikost in organizacija skladišča. Nekatero trgovsko blago potrebuje tudi posebno ali pazljivo manipuliranje.

Skladišč je več vrst. Lahko so centralna in priročna – odvisno od načina distribucije izdelkov, namena skladišča in načina oskrbe kupcev. Lahko so tudi splošna in posebna,

organizirana dvostopenjsko in tristopenjsko, odvisna od načina gradnje: odprta skladišča, pokrite hale, zidana skladišča, silosi, kleti, hladilnice ...

Funkcije skladiščnega poslovanja so:

- prevzem blaga (količinski in vrednostni),
- namestitve ali uskladiščenje blaga,
- varovanje blaga (aktivnosti, ki ohranjajo uporabno vrednost izdelkov nespremenjeno ves čas skladiščenja),
- izdaja blaga (po različnih metodah, najpogosteje pa se uporablja metoda FIFO (angl. *first in first out*) oziroma tisti izdelek, ki najprej pride v skladišče, tisti gre tudi prvi iz njega),
- vodenje evidenc blaga.

### **2.5.3 Prodajna funkcija**

Prodajna funkcija je najpomembnejša poslovna funkcija trgovskih podjetij, saj se v tej fazi vrednost nabavljenega blaga z uspešno prodajo pretvori nazaj v denar (Potočnik, 2000, str. 89).

Cilj prodajne funkcije je, da nabavljene izdelke proda in s tem zadovolji potrebe porabnikov ter ustvari načrtovani dobiček. Za uspešno prodajo mora podjetje ponuditi v prodajo tiste izdelke, ki najbolj ustrezajo potrebam potrošnikov (uporabnikov) glede na: vrsto, količino, ceno, način pakiranja in druge značilnosti izdelkov.

Med prodajne dejavnosti uvrščamo:

- raziskavo prodajnega trga (cilj raziskave prodajnega trga je ugotoviti razmere na trgu, ki vplivajo na prodajne odločitve);
- planiranje prodaje;
- oblikovanje prodajne politike in sprejemanje prodajnih odločitev;
- izvajanje prodajnih postopkov;
- evidentiranje prodaje;
- analiziranje prodaje (izdelava različnih analiz prodaje, kot so: analiza prodaje po količini in vrednosti posameznega izdelka ali skupin izdelkov, analiza prodaje po posameznih kupcih, analiza prodaje po posameznih prodajnih poteh, analiza prodaje glede na načrtovano poslovanje z drugimi podjetji, analiza prodaje po posameznem trgovskem potniku, predstavniku, zastopniku ...);
- kontroliranje prodaje (zajema izdelavo različnih prodajnih poročil vodstvu, ki z njimi kontrolira odmik načrtovane in dosežene prodaje v določenem obdobju, primerja tekočo prodajo s preteklim obdobjem, odmike od načrtovane prodaje ...).

#### **2.5.4 Kadrovska funkcija**

Po vsebini in značaju nalog je kadrovska funkcija zahtevna in pestra. Obsega splet različnih medsebojno povezanih in odvisnih nalog, povezanih s kadri. Kadrovska funkcija deluje na področju:

- sistematizacije delovnih mest,
- strukture zaposlenih,
- kadrovskih virov,
- načrtovanja kadrov,
- načrtovanja delovnih karier,
- pridobivanja kadrov,
- spremljanja razvoja kadrov,
- medsebojnih odnosov pri delu,
- izobraževanja kadrov,
- delovnega časa in njegove izgradnje,
- ocenjevanja kadrov,
- obračuna in izdelave plač,
- motiviranja,
- profesionalnega usmerjanja in izbiranja kadrov itn.

Kadrovska funkcija je sinteza s kadri povezanih in medsebojno odvisnih del in nalog (Lipičnik, 2001, str. 32).

#### **2.5.5 Pravna funkcija**

Pravna funkcija skrbi za pravno pregledovanje pogodb, za pripravo razne dokumentacije, pogodb (na primer pogodb s kupci, z dobavitelji, o zaposlitvi delavcev itn.), usklajenih z zakonodajo, ki velja v Sloveniji. Pravna služba vlaga tudi tožbe, vodi pravne postopke in skrbi za zakonitost poslovanja trgovskega podjetja.

#### **2.5.6 Informacijska funkcija**

Informatika v podjetju skrbi za ustrezen informacijski sistem. Med njenimi nalogami so tudi skrb za pravilno in nemoteno delovanje informacijskega sistema, povečanje avtomatizacije procesov ter pomoč in podpora uporabnikom informacijskega sistema.

#### **2.5.7 Finančno-računovodska funkcija**

**Finančna funkcija.** »Procesi nabave, ustvarjanja učinkov in prodaje v tržnem gospodarstvu ne morejo potekati brez financiranja. Finančna funkcija v širšem pomenu

besede vsebuje preskrbovanje, preoblikovanje in vračanje sredstev ter obveznosti do virov sredstev.

Financiranje v širšem smislu vključuje:

- preskrbovanje sredstev (praviloma v denarni obliki) oziroma financiranje v ožjem pomenu za potrebe tekočega poslovanja in naložb,
- vračanje sredstev, kar je povezano zlasti z zmanjševanjem dolgov, oziroma refinanciranje,
- preoblikovanje sredstev, kar je povezano z uporabljanjem denarnih sredstev, oziroma investiranje, in
- vračanje nefinančnih sredstev v denarno obliko oziroma deinvestiranje

(Igličar & Hočevlar, 2011, str. 19).«

Pomembno je razlikovati med finančno in računovodsko funkcijo – finančna je odgovorna za denarne tokove, računovodska pa za evidentiranje, analiziranje in kontroliranje poslovanja.

Finančna politika je pomembna poslovna politika trgovskih podjetij ter se nanaša na finančne cilje in odločanje o finančnem poslovanju. Finančni cilji zajemajo:

- politiko pridobivanja finančnih sredstev (najemanje posojil, oblikovanje osnovnega kapitala, izdajanje delnic);
- politiko financiranja dejavnosti (financiranje nabave, financiranje zaloge, financiranje prodaje, financiranja oglaševanja ...);
- politiko porabe sredstev (politika kreditiranja kupcev, finančne naložbe, avansi dobaviteljem);
- bilančno in davčno politiko (politika vrednotenja premoženja, politika obračuna davka na dobiček, politika obračuna prometnega davka ...).

**Računovodska funkcija.** »Računovodstvo lahko opredelimo kot dejavnost vrednostnega (v denarni merski enoti) spremljanja in proučevanja pojavov, ki so povezani s poslovanjem poslovnega sistema. Računovodske informacije so kvantitativne informacije, ki se razlikujejo od drugih vrst informacij po tem, da so izražene vrednostno. Računovodstvo zajema štiri računovodske funkcije, ki so:

- knjigovodstvo (obravnavanje podatkov o preteklosti),
- računovodsko predračunavanje (obravnavanje podatkov o prihodnosti),
- računovodsko nadziranje (nadziranje obravnavanja podatkov) in
- računovodsko analiziranje (analiziranje podatkov)

(Igličar & Hočevlar, 2011, str. 19).«

V praksi se je uveljavila naslednja struktura računovodske službe:

- finančno knjigovodstvo,
- materialno-blagovno knjigovodstvo,
- saldakonti kupcev in dobaviteljev,
- knjigovodstvo sredstev in virov sredstev,
- stroškovno knjigovodstvo.

Med naloge računovodske funkcije uvrščamo:

- evidentiranje poslovnih dogodkov,
- sestavljanje periodičnih in zaključnih poročil računov,
- analiziranje in nadzor nad finančnim poslovanjem podjetja.

**Kontroling.** Uspešna trgovska podjetja imajo v organizacijo vpet dober informacijski sistem in dobro razvit kontroling. Turk (2000, str. 226) v pojmovniku računovodstva, financ in revizije zapiše, da je kontroling sodobna nemška različica oblikovanja informacij za notranje potrebe v podjetju, zlasti za potrebe njegovega posloводства, zajema pa pretežno tiste sestavine računovodenja, ki so zunaj knjigovodenja, torej računovodsko predračunavanje in računovodsko proučevanje; je nemška izvedba poslovnega računovodstva. Kontroling je sistem za neodvisno in sprotno spremljanje in analiziranje poslovanja ter primerjanje trenutnih rezultatov z načrtovanimi. Sodoben kontroling na enostaven in pregleden način prikaže stanje podjetja na različnih področjih (na primer prodaja, logistika, dobava, finance in računovodstvo, obvladovanje tveganj). Ker je kontroliranje poslovanja ena ključnih funkcij poslovanja podjetja, predstavlja kontroling osnovni instrument upravljanja in nadzora. Danes se kontroling izvaja z uporabo sofisticiranih informacijskih sistemov. Podatki, ki jih sistem generira, predstavljajo podlago za odločanje. Končni izdelek kontrolinga pa so poročila, s pomočjo katerih poslovodstvo ocenjuje napredek in stanje poslovanja ter sprejema strateške in operativne odločitve.

Kontroling ima 4 osnovne funkcije:

- planiranje – načrtovanje poslovanja, proračun, koordinacija ciljev;
- kontroliranje – spremljanje, primerjanje realiziranega in načrtovanega, analiziranje odmakov in trendov, nadzor;
- informiranje – sistematičen prikaz podatkov, poročanje, napovedovanje;
- usmerjanje – strateško odločanje na podlagi podatkov, popravljalni ukrepi.

Finančno računovodstvo je bolj usmerjeno na zunanje uporabnike finančnih podatkov, kontrolinški sistem rednega poročanja pa je namenjen uporabnikom znotraj podjetja – za potrebe kakovostnega upravljanja in pravočasnega odzivanja na spremembe.

Kontroling se deli na 2 osnovni podkategoriji:

- operativni in
- strateški kontroling.

Brez učinkovitega sistema kontrolinga temeljijo poslovne odločitve predvsem na računovodskih izkazih, napovedovanje in projekcije pa na podlagi pavšalnih stopenj rasti. Poslovodstvo ima slab pregled nad dobičkonosnostjo in likvidnostjo podjetja, zato je skorajda nemogoče pravilno locirati stroške na posamezen izdelek/storitev ter opredeliti, kateri izdelki in storitve so bolj ali manj uspešni in dobičkonosni. Komunikacija med posameznimi segmenti in ravnmi managementa je brez sistema kontrolinga neučinkovita, zato so zamujene poslovne priložnosti pogost pojav.

**Notranja revizija.** »Notranja revizija je predvsem oblika nadzora gospodarjenja v podjetju. Ukvarja se s preizkušanjem in ocenjevanjem delovanja celotnega podjetja in njegovih delov (področij oziroma funkcij, organizacijskih enot) in daje strokovna mnenja in priporočila za izboljšanje organizacijskih rešitev ter za večjo varnost, učinkovitost, gospodarnost in uspešnost delovanja podjetja, njegovih dejavnosti in organizacijskih delov. Notranja revizija je lahko redna, vnaprej določena in sporočena revidirancem, ali pa izredna, ki je opravljena na zahtevo vodstva ali vodstvenih delavcev. Revizija je lahko celovita ali delna, lahko je ponovna ali revizija za nazaj. Notranja revizija praviloma zajema: preizkus in oceno primernosti in učinkovitosti ureditve notranjih kontrol; presojo obvladovanja tveganj; presojo zanesljivosti informacijske ureditve; presojo popolnega, zanesljivega in pravočasnega poročanja v skladu s predpisi; pregled in oceno ravnanja podjetja v skladu z zunanjimi in notranjimi predpisi (zakoni, akti, sklepi); sodelovanje z zunanjim revizorjem; izvajanje drugih revizijskih nalog na zahtevo vodstva; nadzornega sveta, revizijske komisije ter drugih (Koletnik, 2007, str. 49).«

Pomembno je tudi, da so vse funkcije v trgovskem podjetju usklajene in enotne v delovanju ter da stremijo k (strateškim) ciljem trgovskega podjetja.

Zakoni, ki vplivajo na organiziranost oziroma poslovanje trgovskih podjetij, so:

- ZT-1,
- Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih za opravljanje trgovinske dejavnosti (Ur. l. RS, št. 37/2009),
- Pravilnik o minimalni stopnji izobrazbe za opravljanje trgovinske dejavnosti (Ur. l. RS, št. 4/2010),
- Zakon o delovnih razmerjih (Ur. l. RS, št. 42/2002, 79/2006-ZZZPB-F, 46/2007 Odl. US: U-I-45/07, Up-249/06-22, 103/2007, 45/2008-ZArbit, 83/2009 Odl. US: U-I-284/06-26),
- Zakon o varstvu potrošnikov (Ur. l. RS, št. 98/2004-UPB2),

- Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami (Ur. l. RS, št. 53/2007),
- Pravila pri sezonskih razprodajah tekstilnega blaga in obutve (Ur. l. RS, št. 135/2004),
- Pravilnik o stopnjah običajnega odpisa blaga (kalo, razsip, razbitje, okvara) (Ur. l. RS, št. 53/1999, 101/1999, 113/2000, 78/2001, 117/2002, 16/2005)  
in
- Standardna klasifikacija dejavnosti 2008 (v nadaljevanju SKD 2008).

Pomembno je torej, da so podjetja ustrezno organizirana, da je informacijski sistem ustrezen, pa tudi, da vodstvo čim hitreje dobiva poročila in čim bolj natančne podatke o dobičkonosnosti posameznih blagovnih znamk, artiklov, prodajnih enot, trgovin, tako da lahko ob pravem času pravilno ukrepa.

### **3 TVEGANJA IN OBVLADOVANJE TVEGANJ V TRGOVINI**

#### **3.1 Opredelitev in pomen tveganja**

»Sodobni poslovni svet je v zadnjih letih postal izredno mednarodno prepleten, izjemno dinamičen, poln izzivov, trdih preizkušenj, a tudi neizmernih užitkov in možnosti za samopotrjevanje. Vsak posameznik se v njem vidi v neki posebni luči, igra posebne vloge in je pri tem izpostavljen številnim negotovostim in svojim lastnim sposobnostim prilagajanja ter pravočasnega odločanja. Od prepoznavanja pojavov, dejavnikov tveganja in zmožnosti njihovega členjenja in analize ter v končni posledici od njihovega obvladovanja je odvisen njegov uspeh (Berk Skok et al., 2005, str. 9).«

»Tveganje je prisotno na vseh področjih življenja, tako zasebnega kot poslovnega. Pri najpomembnejših odločitvah, tudi tistimi dnevnimi, je tveganje v očeh večine ljudi kot »temen oblak«. Namreč, nikoli ne vemo zanesljivo ali se bodo naša predvidevanja, kaj se bo zgodilo v prihodnosti, uresničila ali ne. Odločanje je včasih težko, včasih preprosto, v enem ali v drugem primeru pa vedno nosi s seboj neko določeno tveganje. In včasih se zgodi, da se v določenem trenutku odločimo zelo pravilno, v nekem drugem trenutku pa se izkaže naša prvotna odločitev, ki je veljala za pravilno, za (zelo) napačno. To lahko ponazorimo z dvema primeroma. En primer iz zasebnega življenja je na primer, ko posameznik kupi novo hišo, katere lega je na izredno lepem kraju in zanjo plača veliko denarja, pa se vse v hipu spremeni, ko je sprejeta odločitev o gradnji avtoceste tik ob hiši. Ali pa poslovni primer: podjetje z neko verjetnostjo predvideva, ne ve pa zagotovo, ali bo proizvod, ki ga na novo ponuja, poslovno uspešen ali ne (Mramor, 1993, str. 99).«

Kadar govorimo o tveganjih, moramo razmišljati tudi o samem odnosu do tveganj. »Ljudje so v vsakdanjem življenju bistveno bolj previdni in poskušajo negotovost v zvezi s prihodnostjo čim bolj zmanjšati, saj si večinoma želijo zagotoviti čim bolj zanesljivo

prihodnost in stabilnost. To največkrat velja tudi za podjetja, ki poskušajo kar najbolj zmanjšati tveganje, ki ga prinaša katerakoli transakcija. Takšno vrsto ravnanja, ki je značilno za večino podjetij in tudi posameznikov, običajno imenujemo »nenaklonjenost« tveganju. Vendar so ljudje pripravljeni praviloma tudi zavreči del svoje običajne nenaklonjenosti tveganju, če je le pričakovana korist (cena) dovolj velika. Zasnova tveganja je izredno zapletena najprej zaradi tako različnega odnosa ekonomskih subjektov do tveganja in tudi zaradi zelo težke merljivosti donosnosti in tveganja. Pričakovana donosnost je subjektivna in težko merljiva, vendar je še bolj težko in subjektivno ocenjevanje verjetnosti, da dejanska donosnost ne bo enaka pričakovani, torej ocenjevanje tveganja (Mramor, 1993, str. 100).«

Tveganje torej lahko opredelimo kot negotovost nastanka dogodka, ki lahko negativno ali pa tudi pozitivno vpliva na doseganje strateških, operativnih in/ali finančnih ciljev podjetja. Vezjak (2009, str. 57) meni, da je tveganje možna ovira za doseganje ciljev podjetja zaradi nekega dogodka (ali vrste dogodkov), ranljivost za poslabšanje poslovanja, pa tudi zaradi nepripravljenosti za njegovo izboljšanje.

V svetu so institucije, ki se ukvarjajo z obvladovanjem tveganj. Nekatere pomembne so: Inštitut za obvladovanje tveganj (angl. *The Institut of Risk Management*, v nadaljevanju IRM), Združenje zavarovalnic in upravljalcev tveganj (angl. *The Associaton of Insurance and Risk Managers*, v nadaljevanju AIRMIC) in Nacionalni forum za obvladovanje tveganj v javnem sektorju (angl. *The National Forum for Risk Management in the Public Sector*, v nadaljevanju ALARM). Institucije določajo pravila in standarde, ki so podjetjem v pomoč pri obvladovanju tveganj.

### **3.2 Vloge in odgovornosti v podjetju pri obvladovanju tveganj**

Pri obvladovanju tveganj aktivno sodeluje celotno podjetje, od različnih organov podjetja, kot so vodstvo, nadzorni svet, finančne funkcije v podjetju, notranja revizija, do zaposlenih (glej Tabelo 5). Nekatere notranje službe podjetja (na primer notranja revizija) se povezujejo še z zunanjimi revizorji in državnimi nadzornimi ustanovami. Težo odgovornosti glede tveganj in izvajanja aktivnosti obvladovanja tveganj pa vedno nosijo le notranji udeleženci podjetja (vodstvo, nadzorni svet, zaposleni itn.), vsi ostali s svojimi ukrepi le posredno vplivajo na obvladovanje tveganj v podjetju.

»Temeljno znanje o tveganjih bi morali imeti vsi zaposleni, saj bi s tem povečali možnosti za uspešno doseganje in preseganje zadanih ciljev, ob morebitnem neuspehu pa bi na podlagi utemeljene razprave o vzrokih izvedenih ukrepov lažje dosegli razumevanje nadrejenih, kar bi glede na čedalje večji pomen variabilnega načina nagrajevanja posameznikom prinašalo tudi materialne koristi (Berk Skok et al., 2005, str. 10).«



*Tabela 5: Vloge in odgovornosti v podjetju pri obvladovanju tveganj*

| Vloga v podjetju                                                                                                                                       | Organ v podjetju | Odgovornost v podjetju                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Strategija obvladovanja tveganj na ravni celotnega podjetja</li> </ul>                                          | NADZORNI SVET    | <ul style="list-style-type: none"> <li>odnos do tveganja</li> <li>zahteve pri obvladovanju tveganj</li> </ul>                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Strategija obvladovanja tveganj na ravni celotnega podjetja</li> </ul>                                          | VODSTVO PODJETJA | <ul style="list-style-type: none"> <li>zaveza podjetja po obvladovanju tveganj</li> <li>strategija obvladovanja tveganj</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Samoocena nadzornih mehanizmov</li> </ul>                                                                       | VODJE ODDELKOV   | <ul style="list-style-type: none"> <li>jasno ukrepanje</li> <li>učinkovito vključevanje zaposlenih</li> </ul>                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Poročila o nezgodah in skladnosti delovanja (tudi poročila nadzornemu svetu v primeru večjih nezgod)</li> </ul> | ZAPOSLENI        | <ul style="list-style-type: none"> <li>delegiranje in odgovornost</li> </ul>                                                       |

*Vir: Prirejeno po ISO 31000 standardu, 2012.*

Glavni akterji v podjetju in njihove naloge pri obvladovanju tveganj so (iz standarda ISO 31000):

**Nadzorni svet.** Ima vlogo nadzora in usmerjanja vodstva podjetja. Ima pomembno vlogo pri opredelitvi ravni integritete in etičnih vrednot podjetja, ki jo uveljavi z imenovanjem vodstva podjetja. Po navadi potrjuje ključne odločitve podjetja ter ima pomembno vlogo pri sprejemanju strategije, določanju kratkoročnih ciljev in razporejanju virov podjetja. Njegova naloga pri obvladovanju tveganj je nadzirati uspešnost in učinkovitost sistema obvladovanja tveganj, nadzirati, ali je poslovanje podjetja v skladu s sprejetim odnosom do tveganj, spremljati izpostavljenost posameznim vrstam tveganj glede na sprejeti odnos do tveganj oziroma stopnjo nenaklonjenosti tveganju ter se seznaniti z bistvenimi tveganji in ustreznostjo ukrepov vodstva za njihovo obvladovanje. Pri izvajanju teh nalog mora imeti odprto neomejeno komunikacijo z notranjo revizijo, zunanjimi revizorji in pravnimi svetovalci.

**Uprava – vodstvo podjetja.** Uprava podjetja je odgovorna za ustvarjanje obvladovanju tveganj naklonjenega poslovnega okolja in uspešno delovanje sistema obvladovanja tveganj v podjetju. Zagotavlja delovanje sistema obvladovanja tveganj z vodenjem in usmerjanjem podjetja ter izvajanjem rednega nadzora vodij poslovnih in podpornih funkcij podjetja, da je omogočen pregled nad izpolnjevanjem njihovih nalog, med katere sodi tudi

obvladovanje tveganj. Opredeli vrednote, izhodišča strategije obvladovanja tveganj in cilje podjetja. Z osebnim pristopom vpliva na odnos zaposlenih do tveganj in na kulturo podjetja.

**Vodje oddelkov.** Vodje oddelkov, organizacijskih enot, imajo na različnih ravneh podjetja različne odgovornosti. Po navadi so odgovorni za doseganje ciljev svoje enote in obvladovanje za enoto pomembnih tveganj. Na podlagi poslovne strategije izvajajo poslovne aktivnosti, prepoznajo in vrednotijo tveganje ter sprejemajo ukrepe za njegovo obvladovanje. Vodja usmerja izvajanje sistema obvladovanja tveganj v tistem delu, ki zadeva njegovo področje odgovornosti, s čimer zagotovi, da poslovanje podjetja ostaja v okviru sprejemljive izpostavljenosti tveganju.

Vodje organizacijskih enot prilagodijo in razvijejo tehnike prepoznavne in ovrednotenja tveganja ter njegovega obvladovanja v skladu s potrebami svojih enot ter neposredno nadrejenemu vodji redno poročajo o izpostavljenosti tveganju in ukrepih za obvladovanje tveganj v svojih enotah. Pri zagotavljanju enotnosti poročanja in nenehne koordinacije med organizacijskimi enotami ima pomembno vlogo manager tveganja.

**Kadrovska služba.** Pripomore k uspešnosti obvladovanja tveganj na primer s pripravo in izvedbo izobraževalnih programov na področju etičnega kodeksa poslovanja in drugih politik, ki vplivajo na oblikovanje kulture podjetja.

**Pravna služba.** K uspešnosti obvladovanja tveganj lahko pripomore s posredovanjem informacij vodjem organizacijskih enot o zakonskih spremembah, ki vplivajo na poslovanje podjetja.

**Manager tveganja ali odbor za obvladovanje tveganj.** Podjetje se lahko odloči za centralizacijo koordinacije obvladovanja tveganj in to nalogo zaupa managerju tveganja. Njegova naloga je sodelovanje z drugimi vodji pri vzpostavitvi učinkovitega obvladovanja tveganj na njihovih področjih odgovornosti. Vodja obvladovanja tveganj po navadi poroča neposredno direktorju podjetja. Naloge in odgovornosti vodje obvladovanja tveganj pa se lahko dodelijo tudi članu obstoječega vodstva, to je po navadi ali finančni direktor ali direktor notranje revizije.

Med naloge vodje obvladovanja tveganj sodijo: opredelitev politike obvladovanja tveganj, naloge in odgovornosti zaposlenih za obvladovanje tveganj ter postavitve ciljev za uvedbo sistema obvladovanja tveganj, razmejitev pooblastil in odgovornosti za obvladovanje tveganj po organizacijskih enotah, podpora razvijanju sposobnosti obvladovanja tveganj z razvojem analitskih metod ovrednotenja tveganj, pomoč vodjem organizacijskih enot pri sprejemanju ukrepov za obvladovanje tveganj v primerih, ko izpostavljenost tveganju presega zgornje določene meje, sodelovanje pri integraciji obvladovanja tveganj v procese načrtovanja in vodenja, opredelitev enotnega pojmovanja tveganja in meril za ugotavljanje

verjetnosti ter vpliva nastopa dejavnikov tveganj, nadzor nad opredelitvijo zgornje meje izpostavljenosti tveganju po organizacijskih enotah, sodelovanje z vodji organizacijskih enot pri uvajanju nadzornih mehanizmov in ukrepov obvladovanja tveganj, pomoč pri opredelitvi sistema poročanja, nadzor nad procesom poročanja ter poročanje direktorju podjetja o uspešnosti obvladovanja tveganj in pomembnih tveganjih ter predlaganje morebitnih ukrepov za obvladovanje tveganj.

**Računovodja.** »Računovodja kot ključni zaposleni v podjetju ima v ureditvi obvladovanja tveganj pomembno vlogo, še posebej pri spremljanju njegove uspešnosti in poročanju, saj z informacijami o poslovanju, o doseženem v primerjavi z načrtovanim, pokaže pa tudi na (ne)ustreznost obvladovanja tveganj. Prav tako ima ključno vlogo pri pripravljanju letnih poročil, še posebej računovodskih. Razkritja o tveganjih so zahtevna; pri njihovem pripravljanju morajo sodelovati tudi drugi ključni zaposleni, zlasti odgovorni za usklajevanje aktivnosti pri obvladovanju tveganj, predvsem pa je potrebno sodelovanje notranjega revizorja. Računovodja, ki zelo dobro pozna zahteve računovodskih standardov, jih je dolžan primerno pojasniti sodelavcem, da lahko pripravijo ustrezna razkritja za računovodsko in poslovno poročilo – takšna, ki prikažejo tveganja in priložnosti v podjetju ter njihovo obvladovanje in izkoriščanje oziroma dejanske odzive nanje. Pri tem naj bi bile vrste in skupine tveganj predstavljene, kot jih je podjetje opredelilo, da se zagotovi enotno razumevanje uporabnikov (Vezjak, 2009, str. 61).«

**Služba notranje revizije.** Njena glavna naloga je spremeniti poslovanje podjetja na boljše z verodostojnimi postopki in delovnimi procesi, zagotavljanjem povratnih informacij o odzivanju podjetja na določene redne in izredne dogodke ter pravilnim razkrivanjem poslovnih informacij različnim interesnim skupinam podjetja.

Med naloge notranje revizije sodi torej tudi revidiranje procesa obvladovanja tveganj v podjetju, ki vključuje vse: od ocene zanesljivosti finančnih poročil o poslovanju, pregleda uspešnosti in učinkovitosti poslovanja, stopnje varovanja premoženja podjetja do ocene izpolnjevanja zakonskih predpisov in pogodbenih obveznosti. Poudarek je, da je vodstvo podjetja odgovorno za sistem obvladovanja tveganj, naloga notranje revizije pa je izključno revidiranje njegovega izvajanja. Namena revizije izvajanja sistema obvladovanja tveganj sta ocena njegove uspešnosti in učinkovitosti ter oblikovanje predlogov za njegovo izboljšanje. Hkrati lahko notranja revizija rezultate sistema obvladovanja tveganj uporabi pri izvajanju revizijskih pregledov v podjetju. Notranja revizija lahko na podlagi ocene tveganja osredotoči postopke revidiranja na tista področja, kjer je izpostavljenost tveganju največja.

**Zaposleni.** »Za dosego cilja – da se bodo ljudje, ki obvladajo svoj posel, rutinsko, razumno in odločno odzvali na spremenjene in zaostrene razmere v poslovnem okolju oziroma pri poslovanju na splošno, je treba izoblikovati poslovno kulturo, ki bi jo morda najlažje opisali s tremi besedami: radovednost, vzornost in pooblašcanje. Največja

prednost, ki jo lahko dosežejo zaposleni, je prepričanje, da pri svojem vsakdanjem delu razmišljajo o tveganjih avtomatično. To razmišljanje mora za dosego stanja, ko ljudje poznajo tveganja in se zavedajo njegovih negativnih in pozitivnih posledic, preprosto postati del procesa vodenja (Berk Skok et al., 2005, str. 59).«

### **3.3 Strategija obvladovanja tveganj**

Strategija dobesedno pomeni »generalova umetnost«. Pojem strategija izhaja iz stare grščine, kjer pomeni beseda strategos general. Na področju poslovnih ved obstajajo različne, širše in ožje, razlage pojma strategije. Pučko v knjigi Strateško upravljanje združi različne razlage pojma strategije tako, da je strategijo mogoče razumeti za vsako poslovno usmeritev podjetja, ki obeta, če bo uresničena, moč doseči strateške cilje podjetja (2003, str. 169).

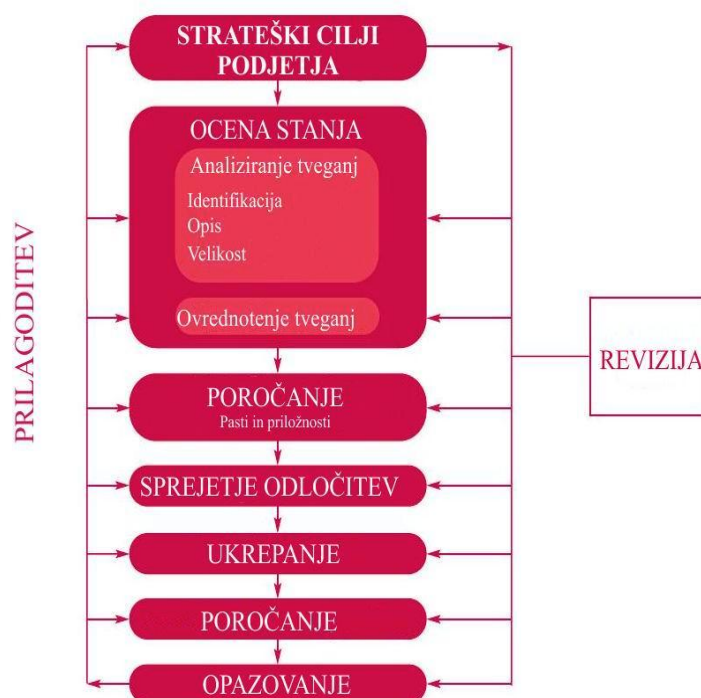
Strateško obvladovanje tveganj omogoča podjetju strukturiran in usklajen pristop k identificiranju tveganj, njihovu ocenjevanju in obvladovanju. Proces strateškega obvladovanja poteka nenehno. Tveganja še posebej prevetrimo ob pomembnih spremembah v podjetju. Strategija obvladovanja tveganj je primerna za vse vrste podjetij, pa tudi za manjše skupine, za projekte ali pa za zelo velike mednarodne organizacije.

Strateško obvladovanje tveganj je torej proces, s katerim se tveganja prepoznajo, ocenijo, izmerijo in na osnovi predhodnih faz tveganja obvladujejo (Jorion, 2009, str. 3). Obvladovanje tveganj v ključnih točkah zajema opredelitev tveganj, ocenjevanje tveganj, odzivanje na tveganja, pregledovanje tveganj in poročanje o tveganjih.

V razširjeni obliki pa zajema proces strategije obvladovanja tveganj naslednje točke (glej Sliko 10):

- opredelitev strateških ciljev podjetja,
- ocena stanja tveganj
  - analiziranje tveganj
  - identifikacija tveganj
  - opis tveganj
  - velikost tveganj
  - ovrednotenje tveganj,
- poročanje o pasteh in priložnostih,
- sprejetje odločitev,
- ukrepanje,
- poročanje,
- opazovanje.

Slika 10: Proces strategije obvladovanja tveganj v podjetju



Vir: A. Berk Skok et al., Obvladovanje tveganja, 2005, str. 87.

### 3.3.1 Poročilo o obvladovanju tveganj

V procesu strateškega obvladovanja tveganj nastane kot eden od pomembnejših dokumentov poročilo o obvladovanju tveganj v podjetju. Poročilo o obvladovanju tveganj ni le zahteva predpisov, temveč je še posebno v kriznih razmerah nuja vsakodnevnega poslovanja in ga je treba vključiti tako v letno poročilo kot v poslovni načrt (Kunšek, 2010).

Poročilo izdela vodja oddelka tveganj ali pa vodja finančno-računovodske službe. Poročilo se izdela za notranje in zunanje uporabnike. Med notranje uporabnike sodijo vodstvo podjetja (uprava, nadzorni svet), ki na osnovi prejetega poročila sproži ustrezne ukrepe oziroma izda določena navodila, s katerimi zmanjšuje oziroma preprečuje tveganja v podjetju. Zunanji uporabniki poročila o obvladovanju tveganj pa so lahko državne institucije, finančne institucije, razne komisije itn. Frekvenca izdelave poročila o obvladovanju tveganj je različna – lahko je enkrat na leto, dvakrat na leto, večkrat v letu ...

V poročilo o obvladovanju tveganj zapišemo vsaj naslednje:

- ime tveganja,
- področje tveganja,
- vrsto tveganja,

- interesne skupine,
- verjetnost nastanka in pojavljanja tveganja,
- oceno tveganja (visoka, srednja, nizka),
- pomembnost tveganja,
- ukrepe za zmanjševanje ali preprečitev tveganj.

V procesu izdelave poročila o obvladovanju tveganj potekajo določene faze, ki jim ustrezajo določene aktivnosti ter za katere potrebujemo različne vire in metode (glej Tabela 6).

*Tabela 6: Proces izdelave poročila o obvladovanju tveganj*

| <b>Faza procesa</b>                    | <b>Aktivnosti</b>                                                                                                                                                                                                        | <b>Potrebni viri in uporabljene metode</b>                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 – Prepoznavna in razvrstitev tveganj | Prepoznavaj osrednja tveganja vseh vrst po merilu: verjetnosti in pomembnosti.                                                                                                                                           | Analiziraj cilje in strategijo podjetja. V proces vključi čim večji krog zaposlenih. Pomagaj si s seznamom možnih tveganj. Razvrsti tveganja po pomenu.                                                                                                            |
| 2 – Opis ukrepov                       | Potrdi ukrepe obvladovanja prepoznanih tveganj: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ prenos tveganja,</li> <li>▪ sprejem tveganja,</li> <li>▪ delitev tveganja in</li> <li>▪ uvedba nadzornih mehanizmov.</li> </ul> | Oceni koristnost najema storitev zunaj podjetja. Ovrednoti strateška partnerstva in skupne podvige. Oceni koristnost uporabe izvedenih instrumentov. Primerjaj mehanizme nadzora z najboljšimi praksami drugih podjetij. Analiziraj sklenjene zavarovalne pogodbe. |
| 3 – Merjenje izpostavljenosti          | Jasno opredeli postopek merjenja in nadzora tveganja.                                                                                                                                                                    | Računovodske informacije; nefinančne mere uspešnosti; analiza občutljivosti; metoda tvegane vrednosti.                                                                                                                                                             |
| 4 – Priprava poročila                  | Vsebinsko poročila navzkrižno preveri s sestavinami letnega poročila, s čimer se zagotovi, da poročilo ne razkriva občutljivih poslovnih zadev.                                                                          | Obravnavaj na nadzornem in revizijskem odboru.                                                                                                                                                                                                                     |

*Vir: Prirejeno po A. Berk Skok et al., Obvladovanje tveganja, 2005, str. 70.*

»Poročilo naj bi pomagalo uporabnikom razumeti izpostavljenost podjetja tveganjem, njegove strategije za njihovo obvladovanje in uspešnost strategij. Razkritje tveganj naj bi vključevalo:

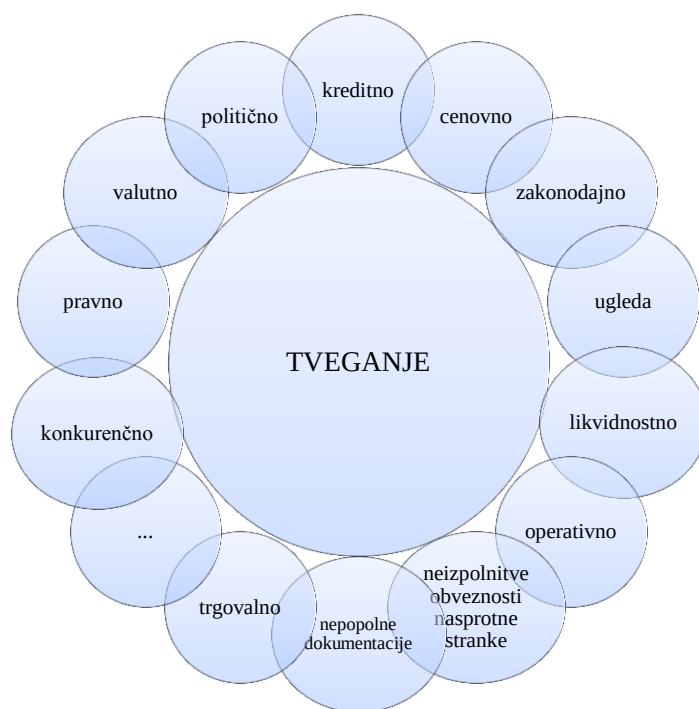
- navedbo najpomembnejših tveganj: glavnih strateških, tržnih, operativnih in finančnih tveganj, ki lahko pomembno prizadenejo strategije in razvoj vrednosti podjetja; skupaj z opisom izpostavljenost negativnim posledicam in možnim priložnostim;
- načrtov in strategij za njihovo prevzemanje in ublažitev;
- uspešnosti strategij obvladovanja tveganj (Vezjak, 2009, str. 60).«

### 3.4 Vrste tveganj v trgovini in obvladovanje tveganj

V vseh gospodarskih panogah, najbolj pa v trgovski dejavnosti, stremijo k čim višjim prihodkom in s tem tudi dobičkom. Podjetja se nenehno soočajo s tveganji, saj praviloma dobička ni možno ustvariti brez kakršnegakoli tveganja. Pomembno je, da vodstva trgovskih podjetij za lažje poslovanje tveganja poznajo, jih ocenjujejo in imajo izdelano strategijo, kako jih uspešno obvladovati. To se še posebej izkaže za zelo koristno v času negotovih razmer na trgu in na finančnih trgih ter ob počasnem okrevanju gospodarstva, saj so takrat podjetja še bolj izpostavljena negotovostim oziroma tveganjem.

Podjetje se ob delovanju, poslovanju sooča z zelo veliko različnimi tveganji. Tveganja so lahko: cenovna, zakonodajna, kreditna, likvidnostna, ugleda, operativna, zaradi kriminala, neizpolnitve obveznosti nasprotne stranke, nepopolne dokumentacije, konkurenčna, informacijska, zaradi nepravilnega pobotanja bilančnih postavk, pri ravnanju z okoljem, zaradi človeških napak, v zvezi z razpoložljivostjo naravnih virov, deželno, pravno, trgovalno, sistemsko, osebno, zaradi nestanovitnosti, valutno, politično ... (glej Sliko 11).

*Slika 11: Pomembnejša tveganja v podjetju*



*Vir: J. Peterlin, Obvladovanje finančnih tveganj, 2005, str. 21.*

Vsa ta različna tveganja različni avtorji in institucije različno razvrščajo v njim smiselne sklope. Collier (2009, str. 60) tveganja razvrsti na: operativno, finančno, tveganje okolja in tveganje ugleda podjetja. Institucije AIRMIC, ALARM in IRM razvrstijo tveganja v 4 glavne sklope, in ti so:

- strateška tveganja (tveganje konkurenčnosti, tveganje gospodarskih sprememb, tveganje pri kupcih);
- finančna tveganja (tveganje spremembe obrestne mere, valutno tveganje, tveganje zaupanja);
- operativna tveganja (tveganje zakonitosti, kultura in etika, tveganje vodstvenih kompetenc) in
- hazardna tveganja (pogodbeno tveganje, tveganje naravnega okolja, tveganje pri dobaviteljih).

Zakon o finančnem poslovanju, postopkih zaradi insolventnosti in prisilnem prenehanju (Ur. l. RS, št. 126/2007, 40/2009, 59/2009, 52/2010, 106/2010-ORZFPPIPP21, 26/2011, 47/2011, 87/2011-ZPUOOD, 23/2012, 48/2012 Odl.US: U-I-285/10-13, v nadaljevanju ZFPPIPP) razvršča predvsem finančna tveganja, in ta so:

- kreditno,
- tržno,
- operativno in
- likvidnostno tveganje.

V magistrskem delu razvrstim tveganja v 3 glavne sklope, ki označujejo značilnost poslovanja podjetij, ki se ukvarjajo z dejavnostjo trgovine (glej Tabelo 7):

- poslovna tveganja, v katera so zajeta tveganja, vezana na funkcije trgovskih podjetij (tveganje nabave, tveganje prodaje, tržno tveganje, tveganje skladiščenja in manipuliranja z blagom, informacijsko tveganje, pravno tveganje, finančno-računovodsko tveganje ...);
- tveganja delovanja (strateško tveganje, operativno tveganje, okoljsko tveganje) in
- finančna tveganja (kreditno tveganje, valutno tveganje, obrestno tveganje, plačilnosposobnostno tveganje).

Od vseh navedenih tveganj uvrščamo finančna tveganja med najpomembnejša, saj so najbolj merljiva in najbolj obvladljiva.

V nadaljevanju v podpoglavjih natančneje opišem vsako posamezno tveganje v trgovini in možne ukrepe za njihovo obvladovanje.



*Tabela 7: Pregled tveganj v trgovskem podjetju*

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Finančna tveganja</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Obrestno tveganje</li> <li>2. Valutno tveganje</li> <li>3. Kreditno tveganje</li> <li>4. Likvidnostno tveganje</li> </ol>                                                                                                                                         |
| <b>Tveganja delovanja</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strateško tveganje</li> <li>2. Operativno tveganje</li> <li>3. Okoljsko tveganje</li> </ol>                                                                                                                                                                       |
| <b>Poslovna tveganja</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tveganje nabave</li> <li>2. Prodajno tveganje</li> <li>3. Tveganje skladiščenja in logistike</li> <li>4. Informacijsko tveganje</li> <li>5. Pravno tveganje</li> <li>6. Pravno-računovodsko tveganje</li> <li>7. Tveganja na področju ravnanja s kadri</li> </ol> |

### **3.4.1 Poslovna tveganja**

Poslovna tveganja so tista, ki so vezana na izvajanje poslovnih področij in pri poslovnem informiranju. To so:

- tveganje nabave,
- tveganje prodaje,
- tveganje skladiščenja in logistike,
- informacijsko tveganje,
- pravno tveganje,
- finančno-računovodsko tveganje,
- tveganja na področju človeških virov.

**Tveganje nabave.** Je tisto, ki je povezano s procesom nabave. V procesu nabave se pojavljajo različna tveganja, kot je tveganje nepravočasne dobave blaga, tveganje izgube pomembnega dobavitelja ...

Obvladovanje tveganja nabave:

- Natančna opredelitev konkretnih postavk že v nabavnih pogodbah.
- Spremljanje delovanja in položaj ključnih dobaviteljev.

- Redno vzdrževanje medsebojnega odnosa.
- Opredelitev pogodbenih kazni za primer nepravočasnih dobav.
- Izbira zanesljivih dobaviteljev s pregledom njihovih bonitetnih ocen.
- Večja zanesljivost nabav z večjim obsegom letnih naročil.

**Tveganje prodaje.** Je tisto, ki je povezano s procesom prodaje.

Obvladovanje tveganja prodaje:

- Redno spremljanje gospodarske situacije.
- Redno spremljanje nakupnih navad kupcev in pridobivanje neposrednih povratnih informacij. Posodabljanje lastne baze podatkov o kupcih.
- Razumevanje in pravi odziv na potrebe kupca s konkurenčno ponudbo.
- Prilagoditev asortimenta po meri kupcev, njihovim željam in potrebam.
- Aktivna prisotnost na trgu z novimi trženjskimi pristopi.
- Stalna skrb za kakovost storitev in ponudba dodatnih ugodnosti.

**Tveganje skladiščenja in tveganje v logistiki.** Tveganje skladiščenja je tveganje poškodb blaga zaradi nepravilnega, neustreznega skladiščenja. Tveganje v logistiki pa pomeni nepravočasno, neustrezno oskrbovanje kupcev.

Tveganja so lahko:

- kraja,
- poškodbe blaga,
- pretečeni roki uporabe zaradi neupoštevanja metode FIFO,
- nepravilno, slabo, neustrezno deklariranje blaga,
- poplave, požari, male živalce (na primer črvi, miši ...),
- nestrokovno prevzemanje blaga (na primer ob prevzemu ne ugotovijo manjka blaga),
- slaba organiziranost skladiščnega poslovanja,
- neustrezen program materialnega knjigovodstva,
- nepravočasna dobava blaga kupcem,
- neustrezno blago (poškodovano, nepravilna dobavnica ...).

Obvladovanje tveganja skladiščenja in tveganja v logistiki:

- Določitev standardov za procese dela.
- Investiranje v nove tehnologije.
- Konstantno izobraževanje zaposlenih.
- Obvladovanje stroškov.
- Natančno planiranje procesov dela in človeških virov.
- Sprotno preverjanje zalog in takojšnje ukrepanje.
- Izločevanje slabih zalog.

**Informacijsko tveganje.** Z neprestanim izboljševanjem in nadgradnjo programske opreme podjetje zagotavlja poslovnim procesom stabilnost, varnost in zanesljivost. Informacijsko tveganje je povezano tudi z zagotavljanjem zaupnosti, varnosti in razpoložljivosti informacij. Kompleksnost dogodkov, oddaljenost in dislociranost enot narekujejo zanesljivost informacij, zato je vpeljava enotnega informacijskega sistema pomembna, saj omogoča hiter in poenoten sistem poročanja oziroma posredovanja informacij. Vodstvo podjetja mora informatikom omogočati stalen razvoj s področja informacijskih ved, saj se v današnjem času tehnologija na področju informatike zelo bliskovito razvija.

Obvladovanje informacijskega tveganja:

- Vzdrževanje, nadgradnja in izboljševanje informacijskega sistema.
- Vpeljava enotnega informacijskega sistema.
- Zaščita informacijskega sistema.

**Pravno tveganje.** Posveti z notranjimi in zunanjimi pravnimi strokovnjaki so ključni pri občutljivih poslovnih odločitvah. Pravno tveganje izhaja predvsem z vidika, da pogodbe ne bodo realizirane na način, kot je bilo dogovorjeno. V teh primerih lahko govorimo o tveganju nepopolne dokumentacije, tveganju varnosti in zaupnosti posla. S tem se srečamo takoj, ko sklenemo dogovor oziroma pogodbo s poslovnim partnerjem. Ob delovanju v drugih državah pa se je treba prilagajati tudi zakonskim zahtevam in drugim pravnim regulativam drugih držav – največkrat se tudi posvetuje s tujimi pravnimi strokovnjaki za posamezna področja.

Obvladovanje pravnega tveganja:

- Konstantno preverjanje informacij z dostopom do pravnih aktov.
- Zunanje pravno svetovanje.
- Pri sodelovanju s tujimi strankami pridobivamo podatke o tuji pravni podlagi in pravna mnenja tujih strokovnjakov.

**Finančno-računovodsko tveganje.** Zajema tveganja, ki so povezana s procesom dela v finančno-računovodskem oddelku.

Tveganja lahko nastanejo zaradi:

- slabe strokovne podkovanosti v računovodskih standardih,
- neporočanja državi z zakoni, predpisi ali pravilniki obveznih poročil,
- neustreznega računovodskega in/ali finančnega programa,
- prevar ob sestavi računovodskih poročil.

Obvladovanje finančno-računovodskega tveganja:

- Prenos vodenja poslovnih knjig na zunanjega izvajalca.
- Pridobitev strokovnih mnenj.
- Nenehno izobraževanje kadra v finančno-računovodskem oddelku.
- Zunanje preverjanje, revizije računovodskih poročil.

**Tveganje ravnanja s človeškimi viri.** Za uspeh celotnega poslovanja podjetja so zaposleni. Uresničevanje poslovnih načrtov zahteva od zaposlenih nenehno izpopolnjevanje in pridobivanje novih znanj, kakovostno timsko delo, samoiniciativnost ter odlične medsebojne odnose. Z zdravo organizacijsko klimo pa podjetje preprečuje tveganje izgube ključnih zaposlenih posameznikov.

Obvladovanje tveganja ravnanja s človeškimi viri:

- Nenehno izobraževanje zaposlenih.
- Vlaganje in skrb za osebni razvoj zaposlenih.
- Merjenje organizacijske klime.

### 3.4.2 Tveganja delovanja

Tveganja delovanja so:

- strateško,
- operativno in
- okoljsko tveganje.

**Strateško tveganje.** Je tveganje nastanka izgube, ki nastane zaradi nepravilnih poslovnih odločitev, neustreznega izvajanja sprejetih odločitev in premajhne odzivnosti na spremembe poslovnega okolja. To tveganje je odvisno od skladnosti med postavljenimi strateškimi cilji podjetja in poslovno strategijo za doseg teh ciljev, angažiranih sredstev za doseganje ciljev in kakovosti izvedbe. Sredstva za izpeljavo poslovnih ciljev so tako oprijemljiva kot neoprijemljiva. Slednja vsebujejo komunikacijske poti, poslovne sisteme in vodstvene sposobnosti ter možnosti. Notranje organizacijske značilnosti je treba vrednotiti z vidika možnih vplivov gospodarskih, tehnoloških, konkurenčnih, regulativnih in drugih sprememb v okolju.

Obvladovanje strateškega tveganja:

- Sprotno dopolnjevanje in prilagajanje strategije na podlagi izkušenj.
- Izvajanje sprejete sistematizacije ter delovanje v skladu s korporativno kulturo in strateškimi cilji.

**Operativno tveganje.** Predstavlja možnost izgube zaradi neustreznega ali neuspešnega izvajanja notranjih postopkov, procesov, ljudi in sistemov ali pa zaradi zunanjih dogodkov. Pomeni dejstvo, da so ljudje, procesi in sistemi znotraj podjetja nepopolni ter da napake pri izvajanju teh procesov in funkcij lahko povzročijo izgubo. Operativno tveganje se hkrati nanaša tudi na dejavnike zunaj podjetja, ki lahko negativno vplivajo na izvajanje teh notranjih procesov in funkcij.

Nekaj praktičnih primerov operativnih tveganj:

1. tehnična napaka (motnja),
2. izpad elektrike,
3. škoda in nedostopnost do fizičnih sredstev (na primer požar, poplave),
4. neustrezno dokumentiranje in arhiviranje podatkov,
5. pomanjkanje nadzora, odgovornosti in kontrol,
6. napake v računovodstvu, nabavi, finančnih projekcijah in poročilih,
7. prevare znotraj in zunaj podjetja,
8. izpad računalniškega omrežja,
9. varnost zaposlenih na delovnem mestu,
10. težave pri distribuciji.

Obvladovanje operativnega tveganja:

- Rezervna lokacija za delo ob izpadu elektrike.
- Arhiviranje podatkov – na različnih medijih in/ali na različnih lokacijah.
- Uporaba brezprekinitvenega napajanja.
- Izobraževanje ljudi glede varstva pri delu.
- Zavarovanja (požarno, izliv vode, kraja, poplave ...).

**Okoljsko tveganje.** Zavedanje o okoljski ozaveščenosti vodi k minimiziranju okoljskih tveganj na številnih področjih. Trgovska podjetja se vedno bolj ukvarjajo z optimizacijo transportnih poti ter zmanjševanjem in ločevanjem odpadkov, gradijo nove trgovine na ekološki način – z izkoriščanjem naravnih virov in zmanjšanjem porabe drugih energentov, kar podjetjem znižuje stroške poslovanja (sončna elektrarna in ogrevanje na toplotno črpalko).

Obvladovanje okoljskega tveganja:

- Optimizacija transportnih poti.
- Zmanjševanje in ločevanje odpadkov.
- Ekogradnja novih trgovin (na primer gradnja trgovin s streho, ki proizvaja elektriko).

### 3.4.3 Finančna tveganja

Vse poslovne odločitve in delovanja v podjetju imajo finančne posledice, in ker so te tvegane (malo ali veliko), se vse vrste tveganj posredno zrcalijo v finančnem tveganju. Finančno tveganje je opredeljeno kot tveganje neugodnega gibanja različnih tržnih kategorij, kot so obrestne mere, devizni tečaji, cene surovin in cene delnic.

Finančno tveganje lahko razvrstimo v 3 skupine, in te so:

- finančno tveganje, pri katerem na dejavnike tveganja (povzročitelje) ne moremo vplivati;
- finančno tveganje, pri katerem lahko vplivamo na dejavnike tveganja; in
- finančno tveganje pri varovanju izpostavljenosti finančnemu tveganju.

V delu o finančnih tveganjih se osredotočam na naslednje vrste finančnih tveganj, ki so nadvse pomembna v poslovanju trgovskih podjetij:

- valutno,
- obrestno,
- kreditno in
- tveganje plačilne nesposobnosti podjetja.

**Valutno tveganje.** Podjetje se izpostavi valutnemu tveganju, ko je njegovo poslovanje posredno ali neposredno povezano s tujimi plačilnimi sredstvi. Valutno tveganje ni v celoti znano vnaprej, je le možnost prihodnje spremembe vrednosti ene valute v primerjavi z drugo. Če se devizni tečaj spremeni (zviša ali zniža), se spremeni (poveča ali zmanjša) vrednost naložb in dolgov podjetja v domači valuti (Peterlin, 2005, str. 29).

Obvladovanje valutnega tveganja:

- Uravnavanje z naravnim ščitenjem – uravnavanje prodaje in nabave.
- Vezava poslov na nacionalno valuto.
- Uravnavanje tveganja s terminsko čim bolj optimalnim valutnim pokrivanjem prilivov z odlivi (ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d., 2010, str. 89).

**Obrestno tveganje.** Je nevarnost, da bo gibanje (spreminjanje) obrestne mere za podjetje neugodno ali škodljivo. Neugodno gibanje obrestne mere je lahko na eni strani dvigovanje, če se želi podjetje zadolžiti. Na drugi strani pa je lahko neugodno gibanje obrestne mere njeno zniževanje, če želi podjetje presežke svojih denarnih sredstev posoditi (Peterlin, 2005, str. 30).

Obvladovanje obrestnega tveganja:

- Uporaba izvedenih finančnih instrumentov z zamenjavo spremenljive obrestne mere za fiksno.
- Redno spremljanje finančnih virov.
- Sklepanje pogodb s fiksno obrestno mero (ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d., 2010, str. 89).

**Kreditno tveganje.** Je tveganje, da ena od strank podpisnic pogodbe ne bo izpolnila obveznosti in bo povzročila drugi stranki finančno izgubo (Horvat, 2003, str. 221). V današnjih razmerah je eno najpomembnejših tveganj, s katerimi se soočajo podjetja. Kreditno tveganje nastane predvsem zaradi terjatev do strank in naložbenih vrednostnih papirjev (Horvat, 2009, str. 34).

Obvladovanje kreditnega tveganja:

- Večkratno preverjanje bonitete kupca, spremljanje njegove finančne discipline in kvalitativnih dejavnikov poslovanja.
- Razvrščanje kupcev v bonitetni razred.
- Pridobitev ustreznega zavarovanja za utrditev poslovanja.
- Aktivno spremljanje vseh terjatev iz poslovanja (po starosti, enotah, kakovosti, kupcih).
- Spremljanje možne izpostavljenosti do posameznega kupca.
- Redna raba nabora inštrumentov izterjave.
- Sistem blokad za izvajanje sistematičnega in aktivnega procesa izterjave.
- Izterjava prek elektronskega vlaganja izvršb.
- Redni sestanki in ob odstopanjih takojšnje ukrepanje (ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d., 2010, str. 89).

**Tveganje zaradi plačilne nesposobnosti.** Je tveganje oziroma nevarnost neuskklajene likvidnosti oziroma zapadlosti sredstev in dolgov v podjetju, kar lahko povzroči težave v zvezi s plačilno (ne)sposobnostjo (pomanjkanje denarnih sredstev za poravnavanje v plačilo zapadlih dolgov) in tudi propad podjetja (Peterlin, 2005, str. 35).

Obvladovanje tveganja zaradi plačilne nesposobnosti:

- Sistem načrtovanja in uravnavanja denarnih tokov znotraj celotne skupine podjetij.
- Usklajevanje ročnosti terjatev in obveznosti.
- Osredotočanje na dejavnike, povezane s plačilno nedisciplino.
- Pravočasno zaznavanje odmikov in določanje likvidnostnih ukrepov.
- Uravnavanje likvidnostnega tveganja s primerno strukturo virov ter možnosti črpanja revolving kreditov in kreditov po načelu tekočega računa.

- Aktivni pogovori z bankami z namenom podaljšanja ročnosti virov (ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d., 2010, str. 89).

## 4 ANALIZA RAZKRITIJ TVEGANJ

V poglavju »Analiza razkritij tveganj« uvodoma na kratko predstavim 15 izbranih velikih trgovskih podjetij, zajetih v analizo. V nadaljevanju opišem metodologijo ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih ter nato zastavim hipoteze in raziskovalna vprašanja, na katera kasneje poskušam odgovoriti z uporabo rezultatov analize. Rezultate analize pridobim tako, da s postavljeno metodologijo ocenjevanja ocenim vseh 15 letnih poročil izbranih trgovskih podjetij. Na osnovi pridobljenih rezultatov analize poskušam odgovoriti na vsako posamezno hipotezo oziroma raziskovalno vprašanje z uporabo tabel in grafično predstavitev rezultatov, saj sta s tem omogočena boljša predstavitev in razumevanje rezultatov. V zadnjem delu poglavja na osnovi rezultatov in odgovorjenih raziskovalnih vprašanj podam svoje predloge za izboljšanje razkritij tveganj v letnih poročilih trgovskih podjetij.

### 4.1 Kratek opis podjetij, zajetih v vzorec

Analiza razkritij tveganj v letnih poročilih je narejena na vzorcu 15 izbranih velikih trgovskih podjetij. Vzorec 15 trgovskih podjetij sem dobila tako, da sem v aplikaciji Gvin poiskala velika trgovska podjetja<sup>1</sup> (SKD 2008 – dejavnost G) in jih razvrstila po višini čistega prihodka od prodaje (od podjetij z najvišjim čistim prihodkom od prodaje do podjetij z najmanjšo vrednostjo čistega prihodka od prodaje). 15 sem jih izbrala tako, da sem dobila trgovska podjetja, ki prodajajo različne vrste trgovskega blaga (blago široke potrošnje, pohištvo, zdravila, oblačila, računalniško opremo itn.).

V vzorec za analizo razkritij tveganj v letnih poročilih trgovskih podjetij sem tako uvrstila naslednja podjetja:

- PETROL, Slovenska energetska družba, d.d., Ljubljana (v nadaljevanju Petrol),
- POSLOVNI SISTEM MERCATOR d.d. (v nadaljevanju PS Mercator),
- ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d. (v nadaljevanju Engrotuš),
- MERKUR – trgovina in storitve, d.d. (v nadaljevanju Merkur),
- Kemofarmacija, veletrgovina za oskrbo zdravstva, d.d. (v nadaljevanju Kemofarmacija),

---

<sup>1</sup> Velika podjetja so po ZGD-1 tista, pri katerih na bilančni presečni dan bilance stanja velja naslednje:

- povprečno število zaposlenih v poslovnem letu presega 250 zaposlenih,
- čisti prihodki od prodaje presegajo 29.200.000 EUR in
- vrednost aktive presegajo 14.600.000 EUR.



- Big Bang, trgovina in storitve, d.o.o. (v nadaljevanju Big Bang),
- JOHNSON&JOHNSON, prodaja medicinskih in farmacevtskih izdelkov, d.o.o. (v nadaljevanju Johnson&Johnson),
- AUTOCOMMERCE trgovina z vozili in deli, vzdrževanje motornih vozil, d.o.o. (v nadaljevanju Autocommerce),
- KOVINTRADE Mednarodna trgovina d.d. Celje (v nadaljevanju Kovintrade),
- AVTERA, distribucija računalniške in pisarniške opreme, d.o.o. (v nadaljevanju Avtera),
- ORBICO trgovina, uvoz, zastopanje d.o.o. (v nadaljevanju Orbico),
- SPORTINA, zunanja in notranja trgovina na debelo in drobno, proizvodnja, zastopanje, posredovanje in organizacija, Bled, d.o.o. (v nadaljevanju Sportina Bled),
- MLADINSKA KNJIGA TRGOVINA d.o.o. (v nadaljevanju Mladinska knjiga Trgovina),
- SANOLABOR podjetje za prodajo medicinskih laboratorijskih in zobozdravstvenih aparatov, instrumentov, zdravil in opreme, D.D. (v nadaljevanju Sanolabor) in
- OBI trgovina z materiali za gradnjo in dom d.o.o. (v nadaljevanju OBI).

Osnovne podatke, kot so čisti prihodki od prodaje v letu 2010, povprečno število zaposlenih in vrsta prodajnega blaga podjetij iz vzorca, navajam v Tabeli 8.

*Tabela 8: Osnovni podatki o analiziranih podjetjih*

|   | Naziv podjetja  | Čisti prihodki od prodaje v letu 2010 | Povprečno število zaposlenih v letu 2010 | Glavna vrsta prodajnega blaga                            |
|---|-----------------|---------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1 | Petrol          | 2.393.325.777                         | 639                                      | nafta in naftni derivati                                 |
| 2 | PS Mercator     | 1.654.520.000                         | 10.629                                   | živila                                                   |
| 3 | Engrotuš        | 665.926.071                           | 3.216                                    | živila                                                   |
| 4 | Merkur          | 316.574.000                           | 2.376                                    | blago za gradnjo in dom                                  |
| 5 | Kemofarmacija   | 293.951.032                           | 160                                      | farmacevtsko blago                                       |
| 6 | Big Bang        | 121.825.000                           | 408                                      | blago zabavne elektronike, računalništva in bele tehnike |
| 7 | Johnson&Johnson | 124.743.745                           | 269                                      | medicinsko in farmacevtsko blago                         |

se nadaljuje

|    | Naziv podjetja            | Čisti prihodki od prodaje v letu 2010 | Povprečno število zaposlenih v letu 2010 | Glavna vrsta prodajnega blaga |
|----|---------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------|
| 8  | Autocommerce              | 113.445.170                           | 326                                      | vozila                        |
| 9  | Kovintrade                | 139.299.905                           | 180                                      | kovine                        |
| 10 | Avtera                    | 104.692.682                           | 106                                      | računalniška oprema           |
| 11 | Orbico                    | 80.537.674                            | 205                                      | hrana                         |
| 12 | Sportina                  | 69.208.191                            | 305                                      | tekstil                       |
| 13 | Mladinska knjiga Trgovina | 64.207.068                            | 451                                      | knjige                        |
| 14 | Sanolabor                 | 48.035.464                            | 193                                      | farmacevtsko blago            |
| 15 | OBI                       | 56.095.940                            | 396                                      | blago za gradnjo in dom       |

Vir: GVIN, Finančni podatki, 2012.

V nadaljevanju na kratko opišem podjetja, ki so zajeta v vzorec analize. V glavnem za vsako podjetje navedem podatke za leto 2010: o številu zaposlenih, o čistih prihodkih od prodaje, koliko je znašal čisti dobiček oziroma izguba, katera je glavna dejavnost podjetja, ali podjetje opravlja maloprodajo oziroma veleprodajo, število trgovin in obseg področja poslovanja navedenih podjetij.

**Petrol.** Petrol je največje slovensko podjetje po prihodkih od poslovanja. Njegovo primarno področje poslovanja je prodaja proizvodov iz nafte in naftnih derivatov na vseh trgih širše regije, ostala področja poslovanja pa so še: prodaja utekočinjenega naftnega plina, prodaja električne energije, prodaja toplotne energije in prodaja trgovskega blaga. Podjetje opravlja dejavnost veleprodaje in maloprodaje. V letu 2010 je imelo 441 bencinskih servisov po vsej Sloveniji in 29 plinskih koncesij. V letu 2010 je doseglo skoraj 2,4 mrd EUR prihodkov od prodaje, čisti poslovni izid je znašal 37,9 mio EUR. Povprečno število zaposlenih je bilo 573 (Petrol, 2010).

**PS Mercator.** Podjetje PS Mercator je drugo največje slovensko podjetje po prihodkih od poslovanja v letu 2010. V letu 2010 je doseglo za 2.782 mio EUR prihodkov od prodaje, čistega dobička pa je ustvarilo za 30,4 mio EUR. Njegova najpomembnejša in najmočnejša dejavnost je trgovina na drobno z izdelki vsakdanje rabe v gospodinjstvu. Za prodajo teh izdelkov ima razvejano prodajno mrežo – nakupovalne centre, hipermarkete, supermarkete, manjše prodajalne, prodajalne Hura! in spletno trgovino. Prodaja še izdelke za dom in šport ter tekstil, opravlja tudi dejavnost upravljanja svojih nepremičnin. Po Sloveniji ima 985 različnih prodajnih enot. 31. 12. 2010 je imelo 21.632 zaposlenih (PS Mercator, 2010).

**Engrotuš.** Podjetje Engrotuš se ukvarja z dejavnostmi: trgovina na debelo in drobno z živilskimi in neživilskimi proizvodi, uvoz in izvoz živilskih in neživilskih proizvodov,

proizvodnja kruha in svežega peciva, gostinstvo, bencinski servisi in kinematografska dejavnost. V letu 2010 je doseglo 742.160.119 EUR prihodkov od poslovanja in realiziralo izgubo v višini -499.486 EUR. V 4 državah (Sloveniji, Bosni in Hercegovini, Makedoniji in Srbiji), kjer posluje, je imelo v letu 2010 237 različnih poslovalnic. 31. 12. 2010 je imelo 4.195 zaposlenih (Engrotuš, 2010).

**Merkur.** Ključna dejavnost podjetja Merkur je prodaja izdelkov za lepši dom in spretnosti. Podjetje posluje v 5 različnih državah, kjer ima razvejano prodajno mrežo in večina od njih obsega trgovske centre (27 trgovskih centrov je v Sloveniji, ostalih 11 pa v drugih državah). V letu 2010 je imelo 326.184 tisoč EUR prihodkov od poslovanja, čistega poslovnega izida je bilo -36.485 tisoč EUR. 31. 12. 2010 je imelo 2.142 zaposlenih (Merkur, 2010).

**Kemofarmacija.** Podjetje Kemofarmacija se ukvarja z dejavnostjo trgovine na debelo z zdravili ter ob tem še s prodajo na recept, prodajo kozmetike in prodajo medicinskih pripomočkov. V letu 2010 je realiziralo 304,1 mio EUR prihodkov od prodaje, čistega poslovnega izida je bilo 7.129 tisoč EUR. 31. 12. 2010 je imelo 168 zaposlenih (Kemofarmacija, 2010).

**Big Bang.** Podjetje Big Bang je trgovsko podjetje, ki se ukvarja s prodajo izdelkov zabavne elektronike, računalništva, bele tehnike in malih gospodinjskih aparatov. Izdelke je v letu 2010 prodajalo v 15 trgovinah Big Bang po vsej Sloveniji in v svoji spletni trgovini. V letu 2010 je ustvarilo 121.825 tisoč EUR prihodkov od prodaje in imelo čistega poslovnega izida -6.009 tisoč EUR. 31. 12. 2010 je imelo 435 zaposlenih (Big Bang, 2010).

**Johnson&Johnson.** Podjetje Johnson&Johnson je trgovsko podjetje, katerega dejavnost je prodaja medicinskih in farmacevtskih izdelkov. V letu 2010 je ustvarilo 124.743 tisoč EUR prihodkov od prodaje, čistega poslovnega izida (izgube) je bilo -4.729 tisoč EUR. 31. 12. 2010 je imelo 282 zaposlenih (Johnson&Johnson, 2010).

**Autocommerce.** Osnovna dejavnost podjetja Autocommerce je trgovina na debelo z motornimi vozili. Poleg tega prodaja še široko paleto nadomestnih delov, pnevmatik in motornih olj, izvaja servisno dejavnost, špeditersko dejavnost in tehnične preglede ter homologira vozila. V letu 2010 je imelo 113.445 tisoč EUR čistih prihodkov od prodaje, čistega poslovnega izida je bilo -1.036 tisoč EUR. 31. 12. 2010 je imelo 280 zaposlenih (Autocommerce, 2010).

**Kovintrade.** Osnovna dejavnost podjetja Kovintrade je trgovina na debelo s kovinami in rudami. Opravlja dejavnost veleprodaje, posredništva, finančnega zakupa, dajanja nepremičnin in opreme v najem ter svetovanja. V letu 2010 je imelo 139.299 tisoč EUR čistih prihodkov od prodaje, čistega poslovnega izida je bilo 1.008 tisoč EUR. Deluje ne

samo v Sloveniji, temveč še v drugih državah (Avstriji, Belorusiji, Bolgariji, Češki, Hrvaški, Madžarski, Nemčiji, Poljski, Romuniji, Rusiji, Slovaški, Srbiji in Ukrajini). 31. 12. 2010 je imelo 197 zaposlenih (Kovintrade, 2010).

**Avtera.** Avtera je podjetje, katerega dejavnost je proizvodnja, trženje in servisiranje računalniške in spremljajoče biroopreme. Je največji slovenski zastopnik in distributer nekaterih najpomembnejših blagovnih znamk s področja računalništva, informacijske tehnologije in zabavne elektronike. Ustanovljeno je bilo leta 1990. Je v 100-odstotni lasti podjetja Avtotehna, d. d. V letu 2010 je ustvarilo 104.692.682 EUR čistih prihodkov od prodaje in imelo 1.124.370 EUR čistega dobička. Povprečno število redno zaposlenih je bilo v letu 2010 108 ljudi. Podjetje prodaja svoje blago tudi v dveh svojih spletnih trgovinah (Avtera, 2010).

**Orbico.** Podjetje Orbico opravlja dejavnosti veleprodaje in maloprodaje, ki jih uvršča v naslednje programe: P&G, tehnika, kozmetika, igrače, Philip Morris, market neprehrana, market prehrana in program Direndaj. Zastopa številne ugledne blagovne znamke priznanih proizvajalcev. Ima tudi lastno maloprodajno verigo trgovin Direndaj (17 trgovin), ki so razvrščene po velikih trgovskih centrih po vsej Sloveniji. V letu 2010 je ustvarilo 80.537.674 EUR čistih prihodkov od prodaje, čistega poslovnega izida je bilo 1.337.344 EUR. 31. 12. 2010 je imelo 223 zaposlenih (Orbico, 2010).

**Sportina Bled.** Osnovna dejavnost podjetja Sportina Bled je maloprodajna trgovina z oblačili, obutvijo in modnimi dodatki. Je vodilni ponudnik modnih oblačil v Sloveniji in Jugovzhodni Evropi, vedno bolj pa se uveljavlja na trgih Hrvaške, Bosne in Hercegovine, Srbije ter Črne gore. V letu 2010 je ustvarilo za 69.208 tisoč EUR čistih prihodkov od prodaje in iz tega realiziralo izgubo v višini -1.611 tisoč EUR. 31. 12. 2010 je imelo 47 lastnih poslovalnic po vsej Sloveniji in 319 zaposlenih. Organizirano je v 7 sektorjev in 8 dobičkovnih mest odgovornosti. Maloprodajne trgovine so tipa monobrand (trgovina ene blagovne znamke) ali multibrand (trgovina, v kateri je več blagovnih znamk). Trgovina na debelo obsega 47,28 % celotnega prometa podjetja, večinoma je to distribucija oziroma prodaja blaga na tuje trge (Sportina Bled, 2010).

**Mladinska knjiga Trgovina.** Je veliko trgovsko podjetje, katerega dejavnost je trgovina na debelo in drobno s knjigami in pisarniškim materialom. Konec poletja leta 2010 se je preoblikovalo iz delniške družbe v družbo z omejeno odgovornostjo. Leta 2010 je od podjetja Vale-Novak odkupilo prodajalni na Wolfovi in v Cityparku v Ljubljani, slednja lokacija sploh je bila strateško nadvse dobra odločitev. Ključni poslovalnici podjetja sta Konzorcij in Oxford Center. Podjetje prodaja blago tudi na spletni strani Emka. Mladinska knjiga Trgovina je imela v letu 2010 za 64.207.068 EUR čistih prihodkov od prodaje. V letu 2010 je ustvarila za 1.433.082 EUR čistega dobička. 31. 12. 2010 je imela 480 zaposlenih (Mladinska knjiga Trgovina, 2010).

**Sanolabor.** Podjetje Sanolabor je že več kot 60 let delujoče veliko slovensko trgovsko podjetje, katerega pretežna dejavnost je trgovina na debelo za potrebe zdravstva, zobozdravstva in laboratorijev, v zadnjih letih pa tudi prodaja na drobno medicinskih pripomočkov in zdravil brez recepta. V zadnjih letih je vse bolj prepoznaven ponudnik specializiranih proizvodov za ohranjanje zdravja in boljšega počutja. V letu 2009 je ustanovilo še podjetje na Hrvaškem (Sanol H) in v Makedoniji (Sanol Makedonija), v Srbiji pa ga je ustanovilo že prej. Pravna oblika podjetja je delniška družba (d. d.). Podjetje Sanolabor je imelo v letu 2010 naslednja rezultata: 48.035.464 EUR prihodkov od poslovanja, čistega poslovnega izida 2.162.677 EUR. Po Sloveniji je imelo 22 specializiranih prodajaln, v letu 2010 je odprlo prodajalno v Kranju. 31. 12. 2010 je imelo 204 zaposlenih (Sanolabor, 2010).

**OBI.** Je veliko slovensko trgovsko podjetje, katerega primarna dejavnost je maloprodaja materialov za gradnjo in dom (izdelki za vrtnarjenje, gradbeni materiali in elementi, orodje, sanitarna oprema in notranja dekorativna oprema). Pravna oblika podjetja je družba z omejeno odgovornostjo (d. o. o.). Je v 100-odstotni lasti OBI GmbH. Trgovina OBI je imela v letu 2010 za 56.095.940 EUR čistih prihodkov od prodaje. V letu 2010 je imela izgubo v višini -3.486.208 EUR. Leta 2010 je imelo podjetje 7 trgovin v večjih slovenskih mestih, eno izmed njih je odprlo prav v letu 2010. 31. 12. 2010 je imelo 409 zaposlenih (OBI, 2010).

## 4.2 Metodologija ocenjevanja

Metodologija ocenjevanja, ki jo v magistrskem delu uporabljam za analizo razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih trgovskih podjetij, je sinteza teoretičnega znanja s področja letnih poročil, trgovine in tveganj ter mojega praktičnega znanja, pridobljenega z nekajdesetletnim delom v računovodstvu velikega trgovskega podjetja.

Ocenjujem predvsem kakovost vsebine, kakovost informacij razkritij tveganj v letnih poročilih, ne pa toliko obsega razkritij. Niti ne ocenjujem, ali letna poročila vsebujejo vse zakonsko predpisane vsebine letnih poročil, kot so poslovno poročilo, računovodsko poročilo, izjava posloводства, revizorsko mnenje itn., saj podjetja že vrsto let pripravljajo oziroma objavljajo letna poročila z vsemi temi zakonsko predpisanimi vsebinami.

Za vsako letno poročilo izbranega trgovskega podjetja ocenjujem naslednje kriterije (glej Tabelo 9):

*Tabela 9: Metodologija ocenjevanja*

|    | Ocenjevalni kriterij                                        | Število točk<br>(min do<br>max) |
|----|-------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 1  | Navedba strategije/cilja obvladovanja tveganj               | od 0 do 5                       |
| 2  | Navedba odgovornosti za obvladovanje tveganj v podjetju     | od 0 do 5                       |
| 3  | Navedba organiziranosti obvladovanja tveganj v podjetju     | od 0 do 5                       |
| 4  | Navedba procesa obvladovanja tveganj v podjetju             | od 0 do 5                       |
| 5  | Navedba metodologije obvladovanja tveganj v podjetju        | od 0 do 5                       |
| 6  | Ocena kakovosti razkritij finančnih tveganj                 | od 0 do 5                       |
| 7  | Ocena kakovosti razkritij poslovnih tveganj                 | od 0 do 5                       |
| 8  | Ocena kakovosti razkritij tveganj delovanja                 | od 0 do 5                       |
| 9  | Navedba skupne ocene izpostavljenosti tveganjem za podjetje | od 0 do 5                       |
| 10 | Obseg razkritja tveganj                                     | od 0 do 5                       |
|    | Skupno število točk                                         | do 50                           |

Pri vsakem posameznem ocenjevalnem elementu v oklepaju navedem mersko lestvico, od minimalnega do maksimalnega števila možnih točk. Ocenjevanje po navedeni merski lestvici od 0 do 5 je za vsak ocenjevalni kriterij možno z ocenami, pri čemer pomeni:

- 0 točk – podjetje razkrije popolnoma nič;
- 1 točka – podjetje razkrije malo;
- 2 točki – podjetje razkrije med malo in srednje veliko;
- 3 točke – podjetje razkrije srednje veliko;
- 4 točke – podjetje razkrije med srednje veliko in zelo veliko;
- 5 točk – podjetje razkrije zelo veliko.

Posamezno podjetje lahko za vsebino razkritij tveganj v letnih poročilih za vse ocenjene kriterije skupaj prejme največje število možnih točk, tj. 50 točk.

### 4.3 Raziskovalna vprašanja

Na osnovi analize razkritij tveganj najprej proučim pridobljene rezultate po posameznih kriterijih, nato pa poskusim odgovoriti še na naslednje postavljene hipoteze oziroma vprašanja glede obsega in kakovosti vsebine razkritij tveganj:

1. »Podjetje, ki dosega višji čisti prihodek od prodaje, razkrije tveganja bolj kakovostno.«
2. »Podjetje, ki ima večji delež dolgov v financiranju, razkrije več o tveganjih.«
3. »Podjetje, ki kotira na borzi, razkrije več o tveganjih kot tisto, ki ne kotira na borzi.«

4. »Večja podjetja imajo večji obseg razkritij tveganj v letnem poročilu.«
5. Časnik Finance je priznanje za najboljše letno poročilo za leto 2010 na področju razkritij tveganj podelil podjetju Mercator. Ali se to ujema z rezultati moje analize?

Odgovori na hipoteze oziroma raziskovalna vprašanja mi pomagajo pri postavitvi predlogov za izboljšanje letnih poročil v delu razkritij tveganj.

»Razkritja na področju tveganj so obsežnejša in zahtevnejša kot pred leti, nobeno podjetje pa ne razkriva vsega, kar bi moralo. Zakonodaja nas zavezuje, da tveganja obvladujemo in razkrivamo natančno določene informacije o tem. V večini letnih poročil Peterlin pogrša razkritja politike obvladovanja tveganj. Zelo malo podjetij je predstavilo svoje cilje, usmeritve in postopke za obvladovanje tveganj, metode, ki se uporabljajo za merjenje tveganja, ter morebitne spremembe v prehodnem obdobju in iz prehodnega obdobja ali v primerjavi z načrtovanim. Usmeritve pri obvladovanju tveganj (v poslovnem delu) je za leto 2009 vzorno predstavilo podjetje Sava. Podjetja imajo veliko izzivov tudi pri določitvi tveganj, vezanih na dejavnost, in okoliščin, v katerih bi dejavniki tveganja lahko oslabili denarni tok podjetja. Eden izmed glavnih ciljev podjetja po kodeksu poslovnofinančnih načel je tudi prispevanje k poslovni neodvisnosti. Mnogo podjetij je izpostavljeno eni ali povezani skupini partnerjev, ki pomeni enotno tveganje, pa tega ni nihče poudaril kot tveganje.

Operativno tveganje, ki ga večina podjetij v letnem poročilu zanemarja, je tveganje nastanka izgube skupaj s pravnim tveganjem zaradi neustreznosti ali nepravilnega izvajanja notranjih postopkov, drugega nepravilnega ravnanja ljudi, ki sodijo v notranje poslovno področje podjetja, neustreznosti ali nepravilnega delovanja sistemov, ki sodijo v notranje poslovno področje podjetja, ali zunanjih dogodkov ali dejanj (zaveza ZFPPIPP). Nihče ni omenil, da se podjetje zavestno prepusti določenim tveganjem, ker je verjetnost dogodka majhna, ali pa so določena tveganja velika in so pri tem nemočni, zaradi česar zahtevajo oblikovanje rezervacij ali dodatnega kapitala, ki bi ta tveganja pokril. Kot najboljši primer jasnosti in osredotočenosti na bistvo Peterlin poudarja letno poročilo Banke Sparkasse za leto 2009 (Horvat, 2010, str. 3-4)«.

#### 4.4 Rezultati in ugotovitve analize

Letna poročila izbranih trgovskih podjetij, zajetih v vzorec, sem pridobila na spletni strani AJPES-a, v spletni aplikaciji JOLP. Letna poročila sem prebrala in jih ocenila po postavljeni metodologiji ocenjevanja. Rezultate ocenjevanja predstavljam v Tabeli 10, celotno ocenjevanje pa sem zaradi preobsežnosti podatkov uvrstila v prilogo magistrskega dela (glej Prilogo 2).

*Tabela 10: Rezultat ocen razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010*

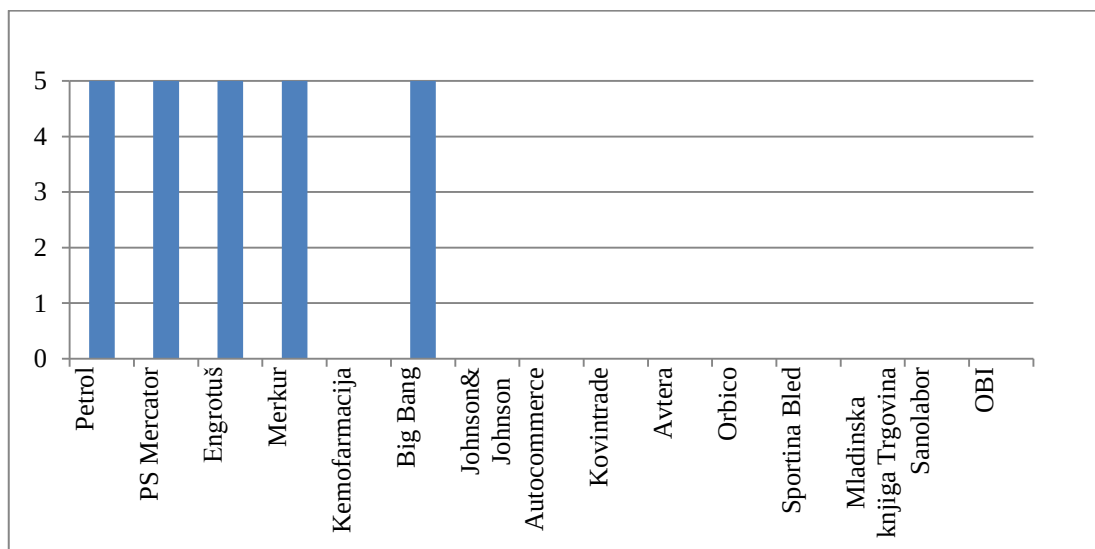
|    | <b>Naziv podjetja</b>     | <b>Rezultat ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih za leto 2010</b> |
|----|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Petrol                    | 40                                                                            |
| 2  | PS Mercator               | 50                                                                            |
| 3  | Engrotuš                  | 34                                                                            |
| 4  | Merkur                    | 19                                                                            |
| 5  | Kemofarmacija             | 23                                                                            |
| 6  | Big Bang                  | 16                                                                            |
| 7  | Johnson&Johnson           | 7                                                                             |
| 8  | Autocommerce              | 10                                                                            |
| 9  | Kovintrade                | 7                                                                             |
| 10 | Avtera                    | 8                                                                             |
| 11 | Orbico                    | 5                                                                             |
| 12 | Sportina Bled             | 6                                                                             |
| 13 | Mladinska knjiga Trgovina | 6                                                                             |
| 14 | Sanolabor                 | 9                                                                             |
| 15 | OBI trgovina              | 6                                                                             |

V nadaljevanju za vsak posamezni ocenjevalni kriterij podam rezultate v grafični obliki s kratkimi komentarji:



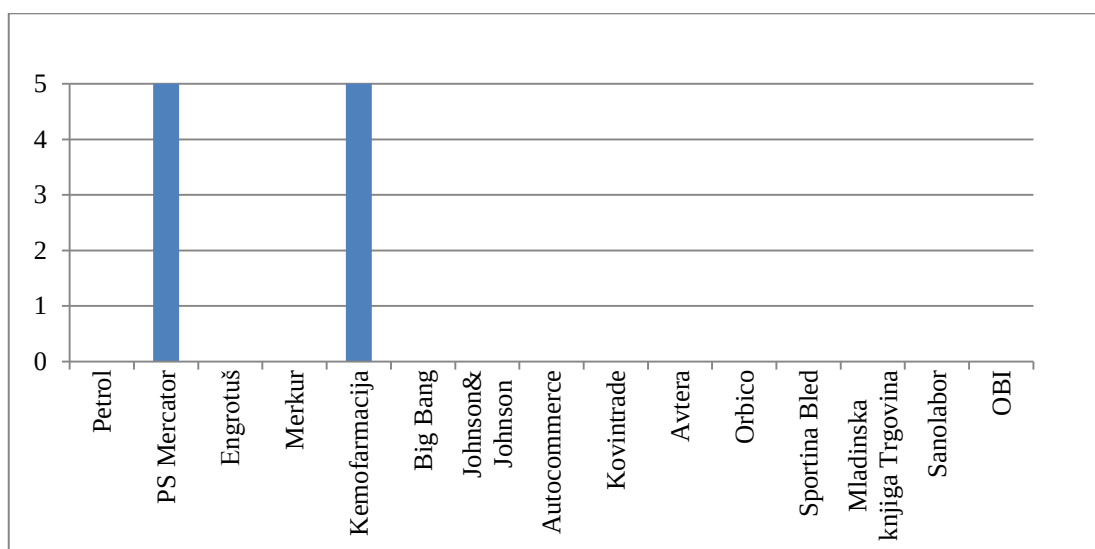
**Navedba strategije/cilja obvladovanja tveganj.** Navedbo strategije oziroma cilja obvladovanja tveganj v letnih poročilih izbranih trgovskih podjetij zasledim le v letnih poročilih podjetij Petrol, PS Mercator, Engrotuš, Merkur in Big Bang (glej Sliko 12). V vseh ostalih 10 letnih poročilih navedbe strategije oziroma cilja obvladovanja tveganj ni.

*Slika 12: Navedba strategije/cilja obvladovanja tveganj*



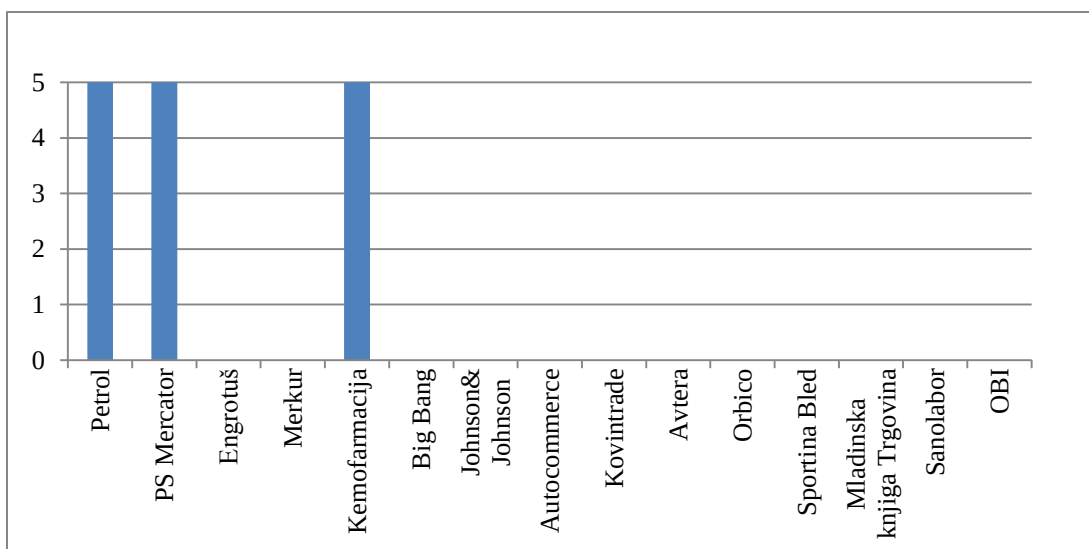
**Navedba odgovornosti za obvladovanje tveganj v podjetju.** Podatek o tem, kdo je odgovoren za obvladovanje tveganj v podjetju, je le v 2 letnih poročilih: PS Mercatorja in Kemofarmacije, v vseh preostalih letnih poročilih tega podatka ne najdem (glej Sliko 13).

*Slika 13: Navedba odgovornosti za obvladovanje tveganj v podjetju*



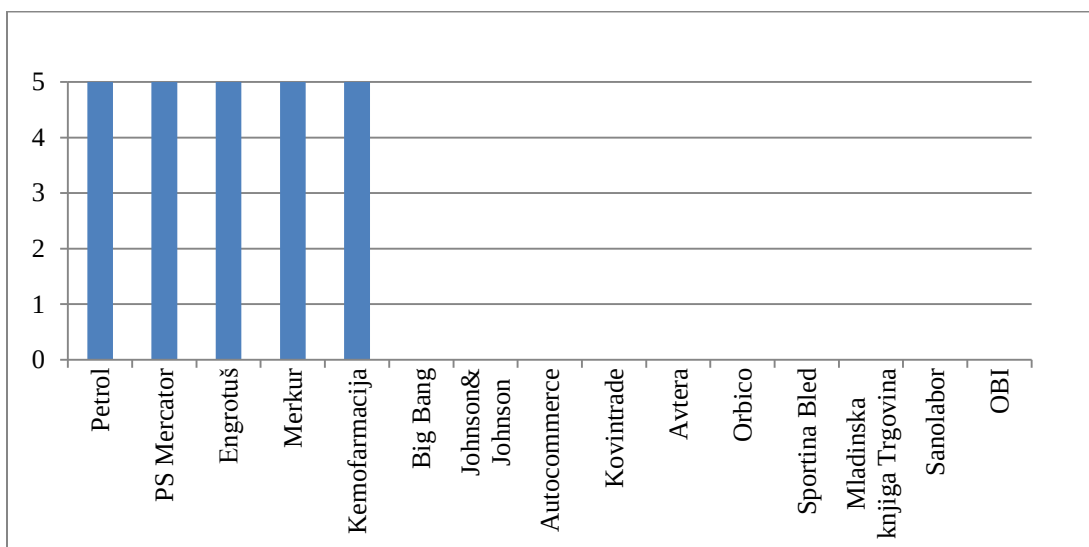
**Navedba organiziranosti obvladovanja tveganj v podjetju.** Podatek o tem, kako ima podjetje organizirano obvladovanje tveganj, najdem le v 3 poročilih, in sicer Petrola, PS Mercatorja in Kemofarmacije. V vseh preostalih 12 letnih poročilih izbranih trgovskih podjetij tega podatka ni (glej Sliko 14).

*Slika 14: Navedba organiziranosti obvladovanja tveganj v podjetju*



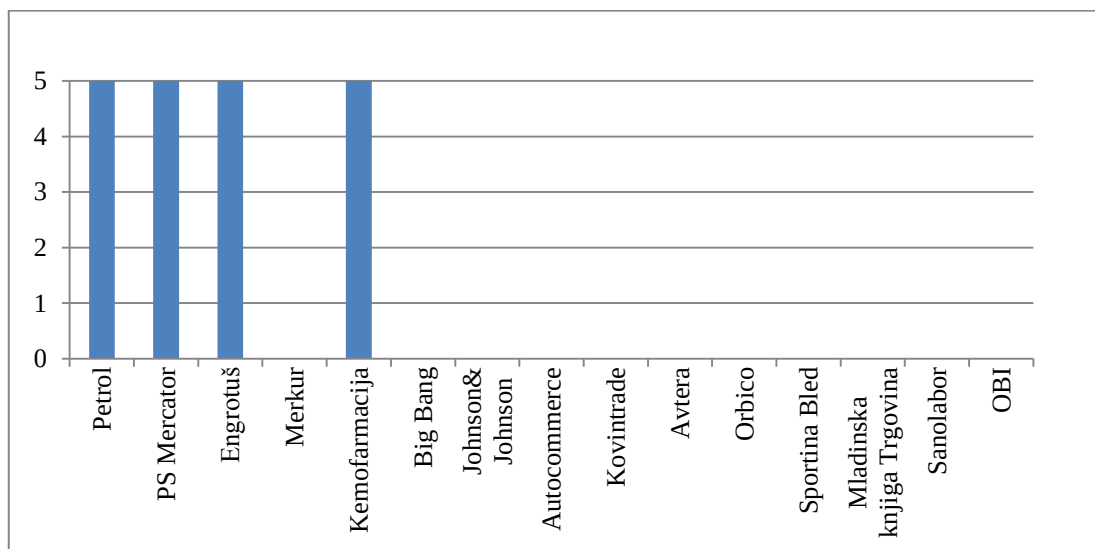
**Navedba procesa obvladovanja tveganj v podjetju.** Proces obvladovanja tveganj je naveden v 5 letnih poročilih izbranih trgovskih podjetij, in ta so: Petrol, PS Mercator, Engrotuš, Merkur in Kemofarmacija. V vseh preostalih letnih poročilih tega podatka ni (glej Sliko 15).

*Slika 15: Navedba procesa obvladovanja tveganj v podjetju*



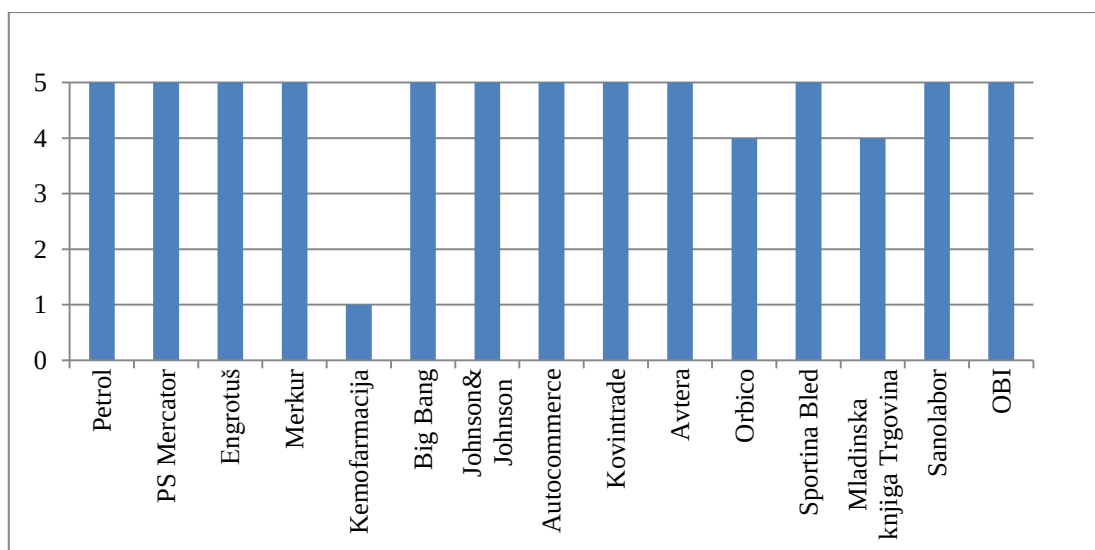
**Navedba metodologije obvladovanja tveganj v podjetju.** V letnih poročilih izbranih trgovskih podjetij najdem podatek o metodologiji obvladovanja tveganj v podjetju v 4 letnih poročilih: Petrola, PS Mercatorja, Engrotuša in Kemofarmacije (glej Sliko 16). V vseh preostalih letnih poročilih tega podatka ni.

*Slika 16: Navedba metodologije obvladovanja tveganj v podjetju*



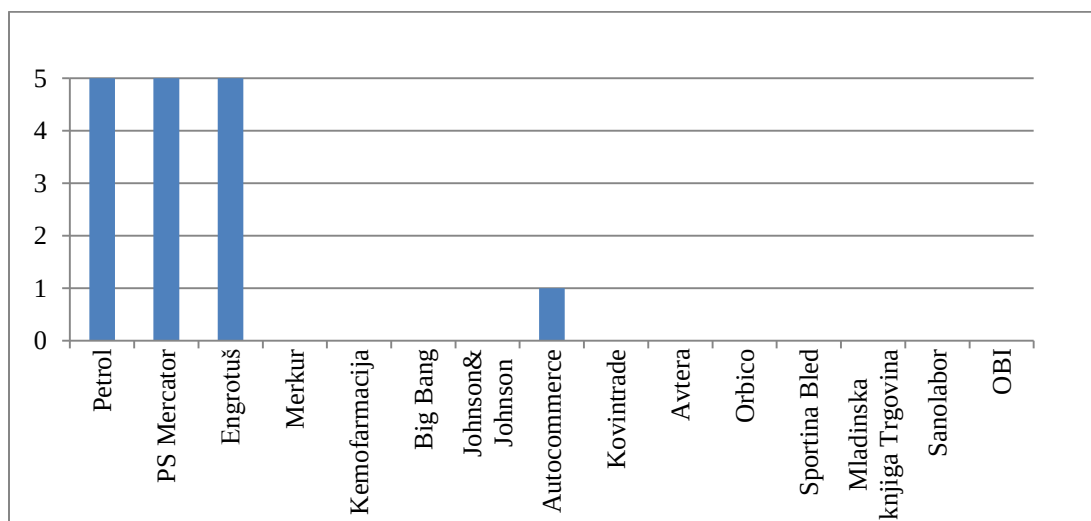
**Ocena kakovosti razkritij finančnih tveganj.** Kakovost razkritij finančnih tveganj v letnih poročilih izbranih trgovskih podjetij je skoraj pri vseh podjetjih zelo dobra (glej Sliko 17). Malce slabše so finančna tveganja razkrita le v letnem poročilu podjetij Orbico in Mladinska knjiga Trgovina ter zelo slabo v letnem poročilu Kemofarmacije.

*Slika 17: Ocena kakovosti razkritij finančnih tveganj*



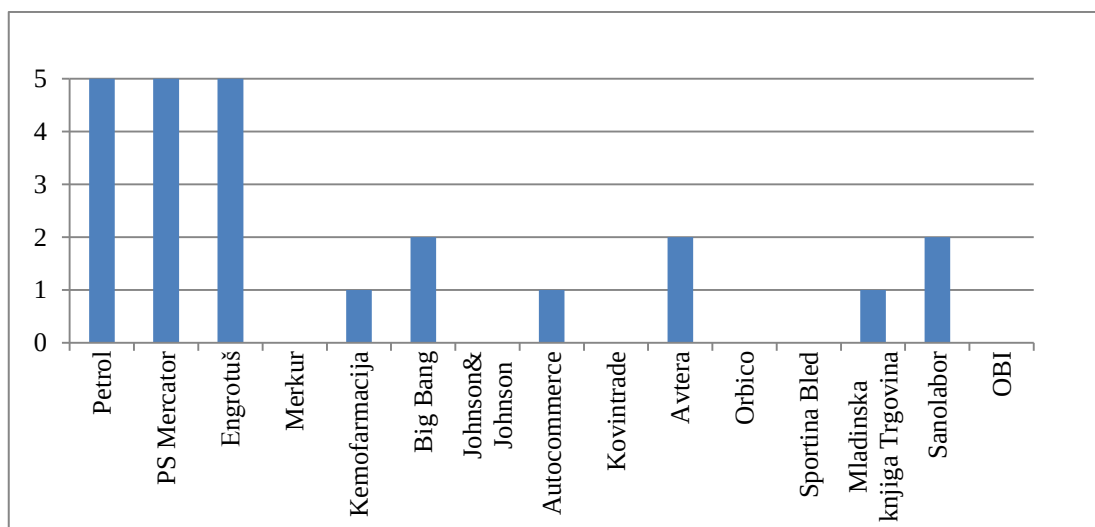
**Ocena kakovosti razkritij poslovnih tveganj.** Kakovost razkritij poslovnih tveganj v letnih poročilih izbranih trgovskih podjetij je zelo slabo razkrita (glej Sliko 18). Najbolje so razkrita poslovna tveganja v letnih poročilih podjetij Petrol, PS Mercator in Engrotuš. Podjetje Autocommerce v letnem poročilu deloma razkrije poslovna tveganja, vsa ostala podjetja pa v letnih poročilih ne razkrijejo niti, katera so njihova poslovna tveganja.

*Slika 18: Ocena kakovosti razkritij poslovnih tveganj*



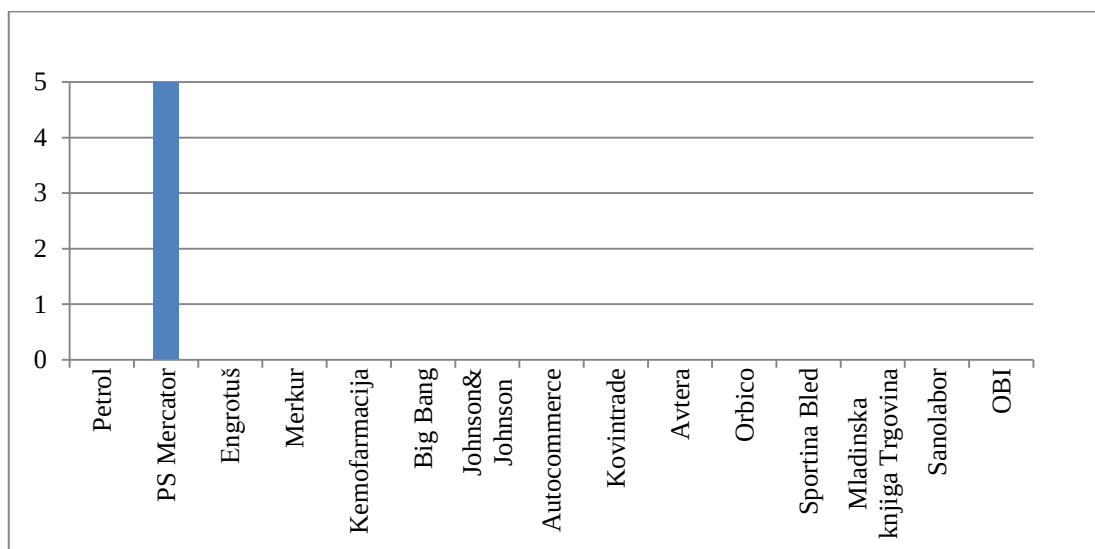
**Ocena kakovosti razkritij tveganj delovanja.** Kakovost razkritij tveganj delovanja v letnih poročilih izbranih trgovskih podjetij je slaba (glej Sliko 19). Najbolje so tveganja delovanja razkrita v letnih poročilih podjetij Petrol, PS Mercator in Engrotuš, sledijo jim letna poročila Big Banga, Avtere in Sanolaborja. Nekaj malega tveganja delovanja v letnih poročilih razkrijejo še podjetja Kemofarmacija, Autocommerce in Mladinska knjiga Trgovina, v vseh preostalih letnih poročilih ni nobenega razkritja tveganj delovanja.

*Slika 19: Ocena kakovosti razkritij tveganj delovanja*



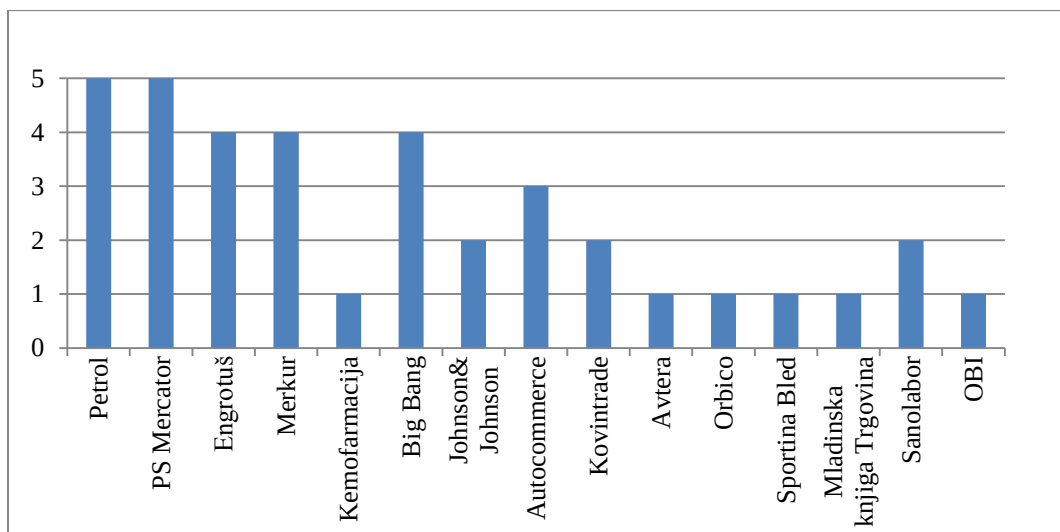
**Navedba skupne ocene izpostavljenosti tveganjem za podjetje.** Od vseh 15 letnih poročil izbranih trgovskih podjetij je le v letnem poročilu PS Mercatorja navedena skupna ocena izpostavljenosti tveganjem za podjetje (glej Sliko 20). V preostalih 14 letnih poročilih navedbe skupne ocene izpostavljenosti tveganjem za podjetje ni.

*Slika 20: Navedba skupne ocene izpostavljenosti tveganjem za podjetje*



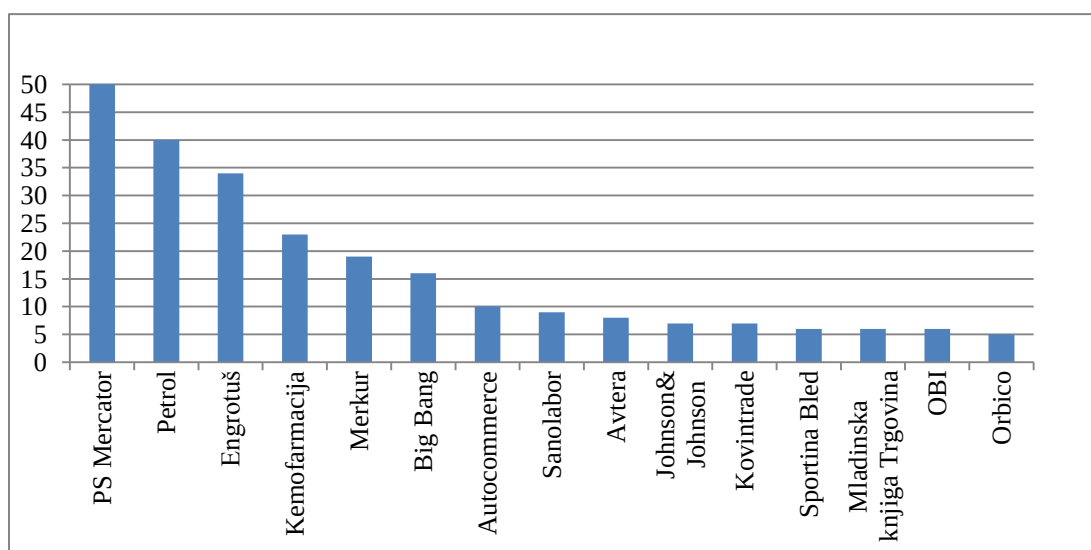
**Obseg razkritij tveganj.** Obseg razkritij tveganj v letnih poročilih je največji v podjetjih Petrol in PS Mercator, sledijo jima podjetja Engrotuš, Merkur in Big Bang (glej Sliko 21). Srednje velik obseg razkritij tveganj v letnih poročilih ima podjetje Autocommerce, temu sledijo letna poročila Johnson&Johnsona, Kovintrada in Sanolaborja. Najmanjši obseg razkritij tveganj imajo podjetja Kemofarmacija, Avtera, Orbico, Sportina, Mladinska knjiga Trgovina in OBI.

*Slika 21: Obseg razkritij tveganj*



**Razvrstitev rezultatov ocen po skupnem številu doseženih točk.** Največ točk je doseglo podjetje PS Mercator (50), s 40 točkami mu sledi podjetje Petrol in nato s 34 točkami podjetje Engrotuš. Najmanj točk so na osnovi ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih dobila podjetja: Sportina, Mladinska knjiga Trgovina, OBI (vsa po 6 točk) in Orbico (5 točk) (glej Sliko 22).

*Slika 22: Razvrstitev rezultatov ocen po skupnem številu točk*



V nadaljevanju na osnovi rezultatov ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij poskušam odgovoriti na postavljene hipoteze oziroma raziskovalna vprašanja:

1. Trditvi »**Podjetje, ki dosega višji čisti prihodek od prodaje, razkrije tveganja bolj kakovostno**« lahko pritrdim, saj je rezultat analize pokazal, da so podjetja (Petrol, PS Mercator, Engrotuš), ki imajo višje čiste prihodke od prodaje, dosegla več točk pri ocenjevanju razkritij tveganj v letnih poročilih za leto 2010, kot tista podjetja, ki imajo nižje čiste prihodke od prodaje (Orbico, Sportina, OBI trgovina) – kot je prikazano v Tabeli 11.

*Tabela 11: Čisti prihodki od prodaje (v EUR) v letu 2010 in rezultat ocen razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010*

|    | Naziv podjetja            | Čisti prihodki od prodaje v letu 2010 (v EUR) | Rezultat ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih za leto 2010 |
|----|---------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Petrol                    | 2.393.325.777                                 | 40                                                                     |
| 2  | PS Mercator               | 1.654.520.000                                 | 50                                                                     |
| 3  | Engrotuš                  | 665.926.071                                   | 34                                                                     |
| 4  | Merkur                    | 316.574.000                                   | 19                                                                     |
| 5  | Kemofarmacija             | 293.951.032                                   | 23                                                                     |
| 6  | Big Bang                  | 121.825.000                                   | 16                                                                     |
| 7  | Johnson&Johnson           | 124.743.745                                   | 7                                                                      |
| 8  | Autocommerce              | 113.445.170                                   | 10                                                                     |
| 9  | Kovintrade                | 139.299.905                                   | 7                                                                      |
| 10 | Avtera                    | 104.692.682                                   | 8                                                                      |
| 11 | Orbico                    | 80.537.674                                    | 5                                                                      |
| 12 | Sportina Bled             | 69.208.191                                    | 6                                                                      |
| 13 | Mladinska knjiga Trgovina | 64.207.068                                    | 6                                                                      |
| 14 | Sanolabor                 | 48.035.464                                    | 9                                                                      |
| 15 | OBI                       | 56.095.940                                    | 6                                                                      |

*Vir: Gvin, Finančni podatki za leto 2010, 2012.*

2. Trditev »**Podjetje, ki ima večji delež dolgov v financiranju, razkrije več o tveganjih**« ne drži. Analiza razkritij tveganj pokaže (glej Tabelo 12), da prva tri podjetja, ki imajo večji delež dolgov v financiranju (Merkur, Sportina Bled in Johnson&Johnson), niso po skupnem rezultatu ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih uvrščena v sam vrh, ampak so celo dosegla zelo malo točk (Merkur – 19 točk, Johnson&Johnson – 7 točk in Sportina Bled – 6 točk) pri ocenjevanju razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010.

*Tabela 12: Delež dolgov v financiranju v letu 2010 in rezultat ocen razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010*

|    | Naziv podjetja            | Delež dolgov v financiranju v letu 2010 | Rezultat ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih za leto 2010 |
|----|---------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Petrol                    | 63,78                                   | 40                                                                     |
| 2  | PS Mercator               | 57,36                                   | 50                                                                     |
| 3  | Engrotuš                  | 75,76                                   | 34                                                                     |
| 4  | Merkur                    | 111,93                                  | 19                                                                     |
| 5  | Kemofarmacija             | 66,19                                   | 23                                                                     |
| 6  | Big Bang                  | 61,05                                   | 16                                                                     |
| 7  | Johnson&Johnson           | 83,56                                   | 7                                                                      |
| 8  | Autocommerce              | 82,80                                   | 10                                                                     |
| 9  | Kovintrade                | 76,51                                   | 7                                                                      |
| 10 | Avtera                    | 76,17                                   | 8                                                                      |
| 11 | Orbico                    | 57,18                                   | 5                                                                      |
| 12 | Sportina Bled             | 85,73                                   | 6                                                                      |
| 13 | Mladinska knjiga Trgovina | 38,43                                   | 6                                                                      |
| 14 | Sanolabor                 | 35,87                                   | 9                                                                      |
| 15 | OBI                       | 59,42                                   | 6                                                                      |

*Vir: Gvin, Finančni podatki za leto 2010, 2012.*



3. Trditev »**Podjetje, ki kotira na borzi, bolj razkrije tveganja v letnem poročilu kot tista, ki ne kotirajo na borzi**« drži, saj so podjetja (Petrol, PS Mercator), ki so uvrščena na borzno kotacijo, dosegla več točk kot ostala, ki niso uvrščena na borzno kotacijo (glej Tabela 13).

*Tabela 13: Kotiranje na borzi vrednostnih papirjev in rezultat ocen razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010*

|    | Naziv podjetja               | Podjetje kotira na borzi vrednostnih papirjev | Število doseženih točk pri ocenjevanju letnih poročil za leto 2010 |
|----|------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1  | Petrol                       | da                                            | 40                                                                 |
| 2  | PS Mercator                  | da                                            | 50                                                                 |
| 3  | Engrotuš                     | ne                                            | 34                                                                 |
| 4  | Merkur                       | ne                                            | 19                                                                 |
| 5  | Kemofarmacija                | ne                                            | 23                                                                 |
| 6  | Big Bang                     | ne                                            | 16                                                                 |
| 7  | Johnson&Johnson              | ne                                            | 7                                                                  |
| 8  | Autocommerce                 | ne                                            | 10                                                                 |
| 9  | Kovintrade                   | ne                                            | 7                                                                  |
| 10 | Avtera                       | ne                                            | 8                                                                  |
| 11 | Orbico                       | ne                                            | 5                                                                  |
| 12 | Sportina Bled                | ne                                            | 6                                                                  |
| 13 | Mladinska knjiga<br>Trgovina | ne                                            | 6                                                                  |
| 14 | Sanolabor                    | ne                                            | 9                                                                  |
| 15 | OBI                          | ne                                            | 6                                                                  |

4. Trditev »**Večja podjetja imajo večji obseg razkritij tveganj v letnem poročilu**« drži. Podjetja, ki so večja (Petrol, PS Mercator, Engrotuš, Merkur), imajo tudi večji obseg (število vrstic, strani) razkritij tveganj v letnem poročilu kot tista, ki razkrijejo tveganja (zelo) malo (glej Tabelo 14).

*Tabela 14: Obseg razkritij tveganj v letnih poročilih za leto 2010 in rezultat ocen razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010*

|    | Naziv podjetja               | Obseg razkritij tveganj v letnih poročilih za leto 2010 | Čisti prihodki od prodaje v letu 2010 (v EUR) |
|----|------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1  | Petrol                       | 5                                                       | 2.393.325.777                                 |
| 2  | PS Mercator                  | 5                                                       | 1.654.520.000                                 |
| 3  | Engrotuš                     | 4                                                       | 665.926.071                                   |
| 4  | Merkur                       | 4                                                       | 316.574.000                                   |
| 5  | Kemofarmacija                | 1                                                       | 293.951.032                                   |
| 6  | Big Bang                     | 4                                                       | 121.825.000                                   |
| 7  | Johnson&Johnson              | 2                                                       | 124.743.745                                   |
| 8  | Autocommerce                 | 3                                                       | 113.445.170                                   |
| 9  | Kovintrade                   | 2                                                       | 139.299.905                                   |
| 10 | Lesnina                      | 1                                                       | 104.692.682                                   |
| 11 | Orbico                       | 1                                                       | 80.537.674                                    |
| 12 | Sportina Bled                | 1                                                       | 69.208.191                                    |
| 13 | Mladinska knjiga<br>Trgovina | 1                                                       | 64.207.068                                    |
| 14 | Sanolabor                    | 2                                                       | 48.035.464                                    |
| 15 | OBI                          | 1                                                       | 56.095.940                                    |

5. Časnik Finance je za leto 2010 izbral za najboljše letno poročilo v delu o razkritjih tveganj letno poročilo podjetja PS Mercator. Glede na rezultat moje analize lahko **potrdim izboru**. Moja analiza je pokazala, da je podjetje PS Mercator bolje razkrilo tveganja v letnem poročilu za leto 2010 kot podjetje Petrol. Podjetje Petrol je namreč doseglo 40 točk, PS Mercator pa vseh možnih 50 (glej Tabelo 15).

*Tabela 15: Zaporedje nagrajenih podjetij za leto 2010 in rezultat ocen razkritij tveganj v letnih poročilih izbranih velikih trgovskih podjetij za leto 2010*

|    | Naziv podjetja            | Lestvica ocen letnih poročil za leto 2010 - najboljše letno poročilo | Število doseženih točk pri ocenjevanju letnih poročil za leto 2010 |
|----|---------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1  | Petrol                    | nz*                                                                  | 40                                                                 |
| 2  | PS Mercator               | 1. mesto                                                             | 50                                                                 |
| 3  | Engrotuš                  | nz*                                                                  | 34                                                                 |
| 4  | Merkur                    | nz*                                                                  | 19                                                                 |
| 5  | Kemofarmacija             | nz*                                                                  | 23                                                                 |
| 6  | Big Bang                  | nz*                                                                  | 16                                                                 |
| 7  | Johnson&Johnson           | nz*                                                                  | 7                                                                  |
| 8  | Autocommerce              | nz*                                                                  | 10                                                                 |
| 9  | Kovintrade                | nz*                                                                  | 7                                                                  |
| 10 | Lesnina                   | nz*                                                                  | 8                                                                  |
| 11 | Orbico                    | nz*                                                                  | 5                                                                  |
| 12 | Sportina Bled             | nz*                                                                  | 6                                                                  |
| 13 | Mladinska knjiga Trgovina | nz*                                                                  | 6                                                                  |
| 14 | Sanolabor                 | nz*                                                                  | 9                                                                  |
| 15 | OBI                       | nz*                                                                  | 6                                                                  |

**Legenda:** nz\* – ni znanega rezultata

Rezultati analize razkritij tveganj v letnih poročilih 15 velikih izbranih trgovskih podjetij pokažejo, da podjetja v delu o razkritjih tveganj in o obvladovanju tveganj v podjetju največkrat oziroma večina od njih:

- ne zapiše ciljev obvladovanja tveganj;
- ne zapiše strategije obvladovanja tveganj;
- zelo siromašno identificira tveganja;
- nekatera tveganja, ki so specifična za trgovska podjetja, sploh ne razkrije (tveganja kraj blaga, poškodb blaga v skladišču in/ali v prodajnih objektih, tveganja reklamacij blaga ...);

- zelo siromašno piše o verjetnosti tveganj;
- zelo siromašno zapiše ocene tveganj;
- razkrije le finančna tveganja, ne pa še drugih (poslovna tveganja, tveganja delovanja);
- ne razkrije skoraj nič o odgovornosti za obvladovanje tveganj v podjetju;
- ne razkrije, kdo je odgovoren za pripravo poročila o obvladovanju tveganj;
- ne razkrije, kolikokrat v letu se pripravi poročilo o obvladovanju tveganj, itn.

#### 4.5 Predlogi za izboljšanje razkritij tveganj v letnih poročilih

V sklepnem delu poglavja podajam na osnovi analize dognane **predloge za izboljšavo** kvantitete in kakovosti vsebine izdelave letnih poročil na področju razkritij tveganj. Namreč, rezultat analize je pokazal, da podjetja vsebinsko v letnih poročilih razkrijejo zelo malo o obvladovanju tveganj. Največ in skoraj vsa identificirajo le finančna tveganja, kar je zakonsko obvezno. Menim, da bi se kakovost vsebine o obvladovanju tveganj v letnih poročilih spremenila le s spremembo zakonodaje (večje zakonsko predpisane obveznosti podjetij pri razkrivanju tveganj). Strokovna javnost je že podala smernice in priporočila glede razkritij tveganj v obliki predloga, ki ga podajam, vendar se (očitno) podjetja teh smernic ne držijo.

Predlagam, da se z zakonom uredi predpisana vsebina razkritij tveganj, v smislu, da morajo podjetja obvezno v letnem poročilu navesti naslednje informacije:

- strategijo/cilj obvladovanja tveganj;
- organizacijsko ureditev obvladovanja tveganj;
- odgovornost za obvladovanje tveganj;
- razkritja finančnih tveganj (identifikacija finančnih tveganj, ocena tveganj in ukrepi za obvladovanje finančnih tveganj);
- razkritja poslovnih tveganj (identifikacija poslovnih tveganj, ocena tveganj in ukrepi za obvladovanje poslovnih tveganj);
- razkritja tveganj delovanja (identifikacija tveganj delovanja, ocena tveganj in ukrepi za obvladovanje tveganj delovanja) ter
- skupno oceno izpostavljenosti tveganjem v podjetju.

Podjetja pri pripravi letnih poročil sledijo pretežno zakonskim obveznostim glede vsebine letnih poročil, ne pa toliko priporočilom in smernicam strokovnjakov za računovodstvo, finance in revizijo tako, da naj bi podjetja čim več in čim bolj kakovostno razkrivala informacije o svojem delovanju, poslovanju. Zato je tudi moj predlog v obliki zakonskih oblic podjetij pri razkrivanju tveganj v letnih poročilih.

## SKLEP

Letna poročila so pomemben dokument podjetja. V njem podjetja razkrijejo ne le svoje finančno stanje, temveč zaradi zakonsko predpisane obveznosti tudi svoje poslovanje, strategijo in vizijo. Letno poročilo je pomembno komunikacijsko orodje podjetja z njegovo okolico, in tega bi se moralo zavedati vodstvo vsakega podjetja.

Trgovina je gospodarska panoga, ki je nadvse pomembna ne le v Sloveniji, temveč povsod drugod po svetu. Je panoga, ki zaposluje največ ljudi in dosega največ prihodkov od poslovanja. Je tudi največ podjetij, ki se ukvarjajo z dejavnostjo trgovine. Poslovanje trgovskih podjetij opredeljuje specifičnost dejavnosti trgovine.

Tveganja se pojavljajo na vseh področjih življenja – tako v zasebnem svetu kot tudi v poslovnem. Za uspešno obvladovanje tveganj je nadvse pomembno, da o tveganjih zavestno razmišljamo, jih identificiramo, ocenjujemo in postavljamo ukrepe za njihovo zmanjševanje oziroma preprečevanje. Tveganja so tako tudi v dejavnosti trgovine, nekatera so specifična ravno ob opravljanju trgovske dejavnosti. V magistrskem delu razvrstim tveganja v trgovini v smiselne sklope, kot so poslovna tveganja, tveganja delovanja in finančna tveganja.

V zadnjem, četrtem delu magistrskega dela povežem prve tri dele magistrskega dela (letna poročila, trgovina in tveganja) skozi analizo. Razkritja tveganj analiziram v letnih poročilih 15 izbranih velikih slovenskih trgovskih podjetij. Analiziram predvsem vsebino razkritij tveganj v letnih poročilih (navedba strategije/cilja oziroma ciljev obvladovanja tveganj, organiziranost obvladovanja tveganj, odgovornost za obvladovanje tveganj, kakovost razkritij finančnih tveganj, kakovost razkritij tveganj delovanja, kakovost razkritij poslovnih tveganj, navedba skupne ocene izpostavljenosti tveganjem in z manjšim poudarkom tudi obseg razkritij tveganj v letnih poročilih).

Rezultati analize razkritij tveganj izbranih velikih trgovskih podjetij pokažejo, da podjetja razkrijejo zelo malo o obvladovanju tveganj. Skoraj vsa podjetja razkrijejo finančna tveganja – kar je zakonska obveznost podjetij. Za vse ostale informacije v zvezi z obvladovanjem tveganj, kot so navedba strategije/cilja oziroma ciljev obvladovanja tveganj, organiziranost obvladovanja tveganj, odgovornost za obvladovanje tveganj, razkritja tveganj delovanja, razkritja poslovnih tveganj, navedba skupne ocene izpostavljenosti tveganjem, pa analiza pokaže, da jih podjetja več ali manj ne razkrivajo.

Analiza razkritij tveganj v letnih poročilih pokaže, da obstajajo tudi določene povezave med obsegom oziroma kakovostjo razkritij tveganj in drugimi značilnostmi (poslovanja) podjetja. Prvič, večje kot ima podjetje prihodke od prodaje, bolj kakovostna je vsebina in večji obseg razkritij tveganj je. Drugič, podjetja, katerih vrednostni papirji kotirajo na borzi, bolj kakovostno razkrivajo tveganja v podjetju in tudi obseg razkritij tveganj je večji. Analiza je ovrgla trditev, da podjetja, ki imajo večji delež dolgov v financiranju,

razkrijejo več o tveganjih. Podjetja, ki imajo velik delež dolgov v financiranju, se po kakovosti razkritij tveganj in obsegu vsebine razkritij namreč uvrščajo bolj v spodnji del rezultata analize.

Iz analize razkritij tveganj v letnih poročilih lahko zaključim, da sta vsebina in obseg razkritij tveganj pri večini podjetij siromašna. Zelo očitno je, da se podjetja premalo zavedajo pomena obvladovanja tveganj, saj dobro obvladovanje tveganj omogoča boljše poslovanje kot sicer. »Uspešnost uvedbe in vzdrževanja ureditve obvladovanja tveganj je v veliki meri odvisna od podpore najvišjega vodstva, kulture v podjetju, organiziranosti in vodstvenega sloga, sposobnosti razumevanja in spodbujanja odgovornega za uvedbo in vzdrževanje (Vezjak, 2009, str. 61).« Ugotovitve analize so pomembne za pripravljavce zakonodaje, vodstva podjetij, strokovnjake za računovodstvo in finance. Predvsem pripravljavci zakonodaje ter strokovnjaki za računovodstvo in finance bi morali težiti k uvedbi zakonsko predpisanega standarda za poročanje o razkritjih tveganj v letnem poročilu podjetja, saj le zakonsko predpisane obveznosti podjetja upoštevajo pri sestavi letnega poročila.

## LITERATURA IN VIRI

1. *AJPES*. Najdeno 20. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si>
2. AUTOCOMMERCE trgovina z vozili in deli, vzdrževanje motornih vozil, d.o.o. (2010). *Letno poročilo podjetja AUTOCOMMERCE trgovina z vozili in deli, vzdrževanje motornih vozil, d.o.o.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
3. AVTERA, distribucija računalniške in pisarniške opreme, d.o.o. (2010). *Letno poročilo podjetja AVTERA, distribucija računalniške in pisarniške opreme, d.o.o.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
4. Berk Skok, A., Peterlin, J., & Ribarič, P. (2005). *Obvladovanje tveganja*. Ljubljana: GV Založba.
5. Berman, B., & Evans, J. (2006). *Retail management: a strategic approach*. New Jersey: Prentice Hall.
6. Bertonceelj Popit, V. (2011, 6. junij). 300 največjih in najboljših slovenskih podjetij v letu 2010. *Delo*. Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/gospodarstvo/posel-in-denar/300-najvecjih-in-najboljsih-slovenskih-podjetij-v-letu-2010.html>
7. Big Bang, trgovina in storitve, d.o.o. (2010). *Letno poročilo podjetja Big Bang, trgovina in storitve, d.o.o.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
8. Collier, P. M. (2009). *Fundamentals of Risk Management for Accountants and Managers*. Oxford: Elsevier.
9. ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d. (2010). *Letno poročilo podjetja ENGROTUŠ podjetje za trgovino, d.d.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
10. Friedlob, G. T., & Welton, R. E. (2008). *Keys to reading an annual report* (4<sup>th</sup> Ed.). Clemson: Barron's Business Keys.
11. Glautier, M. W. E., & Underdown, B. (1997). *Accounting theory and practice*. London: Pitman.
12. *GVIN*. Najdeno 20. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.gvin.si>
13. Horvat, T. (2000). *Priprava letnega poročila za komuniciranje z interesnimi skupinami podjetja*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
14. Horvat, T. (2003). *Priprava razkritij v letnem poročilu gospodarske družbe*. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.
15. Horvat, T. (2009, maj). Vpliv finančne krize na poročanje o tveganjih v letnem poročilu. *Računovodstvo, davki in pravo*, 5/2009, 32-37.
16. Horvat, T. (2010, 10. november). Komisija: Vse več letnih poročil je na elektronskih medijih. *Finance*. Najdeno 8. decembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/294341>
17. Igličar, A., & Hočevnar, M. (2011). *Računovodstvo za managerje*. Ljubljana: GV

Založba.

18. Ivanovič, Ž., & Habbe, J. (1998). *Kako preprečiti tatvine v prodajalnah*. Ljubljana: Lisac&Lisac d.o.o., Lisac & Lisac.
19. Jaklič, M. (2009). *Poslovno okolje in gospodarski razvoj*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
20. JOHNSON&JOHNSON, prodaja medicinskih in farmacevtskih izdelkov, d.o.o. (2010). *Letno poročilo podjetja JOHNSON&JOHNSON, prodaja medicinskih in farmacevtskih izdelkov, d.o.o.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
21. Jorion, P. (2009). *Financial risk manager handbook*. New York: J. Wiley.
22. Kemofarmacija, veletrgovina za oskrbo zdravstva, d.d. (2010). *Letno poročilo za podjetje Kemofarmacija, veletrgovina za oskrbo zdravstva, d.d.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
23. Koletnik, F. (2007). *Notranje revidiranje*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.
24. Kotler, P. (2004). *Management trženja*. Ljubljana: GV Založba.
25. KOVINTRADE Mednarodna trgovina d.d. Celje. (2010). *Letno poročilo podjetja KOVINTRADE Mednarodna trgovina d.d. Celje.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
26. Kunšek, M. (2010). Kvaliteta dobrega letnega poročila se meri v pravih razkritjih. *FinD-INFO*. Najdeno 20. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.findinfo.si/DnevneVsebine/Aktualno.aspx?id=51058>
27. Leva Bukovnik, M., & Mlinarič, B. (2009). *Temelji računovodstva*. Ljubljana: Zavod IRC.
28. Lipičnik, B. (2001). *Organizacija podjetja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
29. Mastnak, S. (2011, 16. november). Poročanje podjetij od regulatorjev k uporabnikom. *Finance*. Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/330219/Poro%C4%8Danje-podjetij-od-regulatorjev-k-uporabnikom>
30. MERKUR – trgovina in storitve, d.d. (2010). *Letno poročilo podjetja MERKUR – trgovina in storitve, d.d.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
31. MLADINSKA KNJIGA TRGOVINA d.o.o. (2010). *Letno poročilo podjetja MLADINSKA KNJIGA TRGOVINA d.o.o.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
32. Možina, S., Zupančič, V., & Postružnik, N. (2010). *Trg, trgovina in potrošnik*. Maribor: Založba Pivec.
33. Mramor, D. (1993). *Uvod v poslovne finance*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
34. OBI trgovina z materiali za gradnjo in dom d.o.o. (2010). *Letno poročilo podjetja OBI trgovina z materiali za gradnjo in dom d.o.o.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
35. Odar, M. (2004). Poročanje zunanjih uporabnikom računovodskih informacij za leto 2003. *Revija Iks*, 1-2(2004), 7-21.



36. Odar, M. (2011). Računovodsko poročanje za leto 2011. *Revija Iks*, XXXIX(1–2), 12–16.
37. ORBICO trgovina, uvoz, zastopanje d.o.o. (2010). *Letno poročilo podjetja ORBICO trgovina, uvoz, zastopanje d.o.o.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
38. Peterlin, J. (2005). *Obvladovanje finančnih tveganj: vrednotenje, računovodenje in nadziranje uporabe izpeljanih finančnih instrumentov in varovalnih razmerij v praksi*. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.
39. PETROL, Slovenska energetska družba, d.d., Ljubljana. (2010). *Letno poročilo podjetja PETROL, Slovenska energetska družba, d.d., Ljubljana*.  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
40. POSLOVNI SISTEM MERCATOR d.d. (2010). *Letno poročilo podjetja POSLOVNI SISTEM MERCATOR d.d.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
41. Potočnik, V. (1992). *Komercialno poslovanje z osnovami trženja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
42. Potočnik, V. (2000). *Poslovanje trgovskih podjetij*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
43. Potočnik, V. (2002). *Temelji trženja*. Ljubljana: GV Založba.
44. Pravilnik o minimalni stopnji izobrazbe za opravljanje trgovinske dejavnosti. *Uradni list RS št. 4/2010*
45. Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih za opravljanje trgovinske dejavnosti. *Uradni list RS št. 37/2009*.
46. Pravila pri sezonskih razprodajah tekstilnega blaga in obutve. *Uradni list RS št. 135/2004*.
47. Pravilnik o stopnjah običajnega odpisa blaga (kalo, razsip, razbitje, okvara). *Uradni list RS št. 53/1999, 101/1999, 113/2000, 78/2001, 117/2002, 16/2005*.
48. Pučko, D. (2003). *Strateško upravljanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
49. Robnik, L. (2010). Načrtovanje in obvladovanje izkaza denarnih tokov. *Mednarodno inovativno poslovanje*. Najdeno 3. oktobra 2011 na spletnem naslovu [http://journal.doba.si/letnik\\_2\\_\(2010\)\\_st\\_1?aid=378&m=1](http://journal.doba.si/letnik_2_(2010)_st_1?aid=378&m=1)
50. SANOLABOR podjetje za prodajo medicinskih laboratorijskih in zobozdravstvenih aparatov, instrumentov, zdravil in opreme, D.D. (2010). *Letno poročilo podjetja SANOLABOR podjetje za prodajo medicinskih laboratorijskih in zobozdravstvenih aparatov, instrumentov, zdravil in opreme, D.D.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
51. Senić, N. (2011, 13. december). Ne, to ni časopis, to je letno poročilo. *Finance*.  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://trendi.finance.si/345384/Ne-to-ni-%C4%8Dasopis-to-je-letno-poro%C4%8Dilo>
52. Slovar slovenskega knjižnega jezika (2000). Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html>
53. Slovenski računovodski standardi. *Uradni list RS št. 107/2001 (67/2003 popr.), 13/2003, 43/2004, 83/2004, 28/2005, 89/2005, 9/2006, 9/2006, 9/2006, 119/2008*.

54. SPORTINA, zunanja in notranja trgovina na debelo in drobno, proizvodnja, zastopanje, posredovanje in organizacija, Bled, d.o.o. (2010). *Letno poročilo podjetja SPORTINA, zunanja in notranja trgovina na debelo in drobno, proizvodnja, zastopanje, posredovanje in organizacija, Bled, d.o.o.*  
Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp/>
55. *Standardna klasifikacija dejavnosti 2008*. Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/klasje/tabela.aspx?cvn=5531>
56. Standard ISO 31000 (b.l.) V *Wikipedia*. Najdeno 2. aprila 2012 na spletnem naslovu [http://en.wikipedia.org/wiki/ISO\\_31000](http://en.wikipedia.org/wiki/ISO_31000)
57. Thill, J. V., Bovée Courtland, L. (1996). *Excellence in Business Communication* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
58. Turk, I. (2000). *Pojmovnik računovodstva, financ in revizije*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.
59. Turk, I., Kavčič, S., Kokotec-Novak, M., Koželj, S., Melavc, D., & Odar, M. (1999). *Finančno računovodstvo*. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.
60. Vezjak, B. (2002). Zakonsko zahtevana razkritja v letnih poročilih. *Revizor*, 10/02, 29-48.
61. Vezjak, B. (2009). Poročanje o tveganjih. *Revija Iks*, XXXVI(10), 57–63.
62. Zakon o delovnih razmerjih. *Uradni list RS* št. 42/2002, 79/2006-ZZZPB-F, 46/2007 Odl. US: U-I-45/07, Up-249/06-22, 103/2007, 45/2008-ZArbit, 83/2009 Odl. US: U-I-284/06-26.
63. Zakon o finančnem poslovanju, postopkih zaradi insolventnosti in prisilnem prenehanju. *Uradni list RS* št. 126/2007, 40/2009, 59/2009, 52/2010, 106/2010-ORZFPPIPP21, 26/2011, 47/2011, 87/2011-ZPUOOD, 23/2012, 48/2012 Odl.US: U-I-285/10-13.
64. Zakon o gospodarskih družbah. *Uradni list RS* št. 65/2009–UPB3, 83/2009 Odl. US: U–I–165/08–10, Up–1772/08–14, Up–379/09–8, 33/2011, 91/2011, 100/2011, Skl. US: U–I–311/11–5, 32/2012, 57/2012.
65. Zakon o trgovini. *Uradni list RS* št. 24/2008.
66. Zakon o varstvu potrošnikov. *Uradni list RS* št. 98/2004-UPB2.
67. Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami. *Uradni list RS* št. 53/2007.

## **PRILOGE**



## **Priloga 1: Seznam kratic**

AIRMIC – angl. *The Association of Insurance and Risk Managers* (Združenje zavarovalnic in upravljalcev tveganj)

AJPES – Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve

ALARM – angl. *The National Forum for Risk Management in the Public Sector* (Nacionalni forum za obvladovanje tveganj v javnem sektorju)

IRM – angl. *The Institut of Risk Management* (Inštitut za obvladovanje tveganj)

JOLP – Javna objava letnih poročil

MRS – Mednarodni računovodski standardi

SRS – Slovenski računovodski standardi

SRS 24 – Slovenski računovodski standard 24 (Oblike bilance stanja za zunanje poslovno poročanje)

SRS 25 – Slovenski računovodski standard 25 (Oblike izkaza poslovnega izida za zunanje poslovno poročanje)

SRS 26 – Slovenski računovodski standard 26 (Oblike izkaza denarnih tokov za zunanje poslovno poročanje)

SRS 27 – Slovenski računovodski standard 27 (Oblike izkaza kapitala za zunanje poslovno poročanje)

ZGD-1 – Zakon o gospodarskih družbah

ZT-1 – Zakon o trgovini

## Priloga 2: Rezultat ocenjevanja razkritij tveganj v letnih poročilih

|    | Ocenjevalni<br>kriterij/Podjetje                            | 1         | 2         | 3         | 4         | 5         | 6         | 7        | 8         | 9        | 10       | 11       | 12       | 13       | 14       | 15       |
|----|-------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1  | Navedba strategije/cilja obvladovanja tveganj               | 5         | 5         | 5         | 5         | 0         | 5         | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| 2  | Navedba odgovornosti za obvladovanje tveganj v podjetju     | 0         | 5         | 0         | 0         | 5         | 0         | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| 3  | Navedba organiziranosti obvladovanja tveganj v podjetju     | 5         | 5         | 0         | 0         | 5         | 0         | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| 4  | Navedba procesa obvladovanja tveganj v podjetju             | 5         | 5         | 5         | 5         | 5         | 0         | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| 5  | Navedba metodologije obvladovanja tveganj v podjetju        | 5         | 5         | 5         | 0         | 5         | 0         | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| 6  | Ocena kakovosti razkritij finančnih tveganj                 | 5         | 5         | 5         | 5         | 1         | 5         | 5        | 5         | 5        | 5        | 4        | 5        | 4        | 5        | 5        |
| 7  | Ocena kakovosti razkritij poslovnih tveganj                 | 5         | 5         | 5         | 0         | 0         | 0         | 0        | 1         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| 8  | Ocena kakovosti razkritij tveganj delovanja                 | 5         | 5         | 5         | 0         | 1         | 2         | 0        | 1         | 0        | 2        | 0        | 0        | 1        | 2        | 0        |
| 9  | Navedba skupne ocene izpostavljenosti tveganjem za podjetje | 0         | 5         | 0         | 0         | 0         | 0         | 0        | 0         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| 10 | Obseg razkritja tveganj                                     | 5         | 5         | 4         | 4         | 1         | 4         | 2        | 3         | 2        | 1        | 1        | 1        | 1        | 2        | 1        |
|    | <b>Skupno število točk</b>                                  | <b>40</b> | <b>50</b> | <b>34</b> | <b>19</b> | <b>23</b> | <b>16</b> | <b>7</b> | <b>10</b> | <b>7</b> | <b>8</b> | <b>5</b> | <b>6</b> | <b>6</b> | <b>9</b> | <b>6</b> |

### Legenda:

Podjetja pod zaporedno številko:

- 1 – Petrol
- 2 – PS Mercator
- 3 – Engrotuš
- 4 – Merkur
- 5 – Kemofarmacija
- 6 – Big Bang
- 7 – Johnson&Johnson
- 8 – Autocommerce

- 9 – Kovintrade
- 10 – Avtera
- 11 – Orbico
- 12 – Sportina Bled
- 13 – Mladinska knjiga Trgovina
- 14 – Sanolabor
- 15 – OBI