

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**PROSTOVOLJNA RAZKRITJA V LETNEM POROČILU
PRIMER PODJETJA MARLES HIŠE MARIBOR**

Ljubljana, maj 2005

Gregor Planinšič

IZJAVA

Študent Gregor Planinšič izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom Marko Hočevarja in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 10. 05. 2005:

KAZALO

1. UVOD.....	1
2. INTERESNE SKUPINE PODJETJA.....	2
2.1. POJEM INTERESNA SKUPINA	2
2.2. DELITEV INTERESNIH SKUPIN	2
2.3. SKUPNE POTREBE INTERESNIH SKUPIN	5
2.3.1. Računovodske informacije	5
2.3.2. Zahteve v letnem poročilu	6
3. PROSTOVOLJNA RAZKRITJA.....	8
3.1. POJEM RAZKRITJE	8
3.2. KAJ IN KOLIKO RAZKRITI	10
3.3. LETNO POROČILO	11
3.3.1. Zasnova letnega poročila	11
3.3.2. Majhne, srednje in velike družbe.....	12
3.3.3. Sestavine letnega poročila	13
3.3.4. Uvodni del s poudarki.....	13
3.3.4. Splošni del letnega poročila oziroma poslovno poročilo	16
3.3.4.1. Obvezna razkritja po ZGD.....	17
3.3.2.2. Prostovoljna razkritja	17
4. LETNO POROČILO PODJETJA MARLES HIŠE MARIBOR.....	24
4.1. ZGODOVINA PODJETJA.....	24
4.2. PRISTOJNOSTI PRI SESTAVI LETNEGA POROČILA	24
4.3. PRAVILNIK O POSLOVNI SKRIVNOSTI.....	26
4.4. UVODNI DEL	27
4.4.1. Povzetek z uvodnimi poudarki	27
4.4.2. Kratka uvodna predstavitev	28
4.4.3. Poročilo predsednika uprave.....	28
4.5. SPLOŠNI DEL	29
4.5.1. Gospodarska gibanja.....	29
4.5.2. Prodaja in trženje	30
4.5.3. Analiza poslovanja	30
4.5.4. Zaposleni	31
4.5.5. Kupci, dobavitelji in naložbe.....	31
4.5.6. Raziskovanje in razvijanje ter kakovost	32
4.5.7. Ravnanje z okoljem in družbena odgovornost.....	32
4.5.8. Načrti	33
4.5.9. Podatki na koncu letnega poročila.....	33
4.6. Predlogi za morebitno izboljšanje letnega poročila	33
5. SKLEP	35
LITERATURA.....	37
VIRI	39

1. UVOD

Interesne skupine zahtevajo vedno večjo uporabnost letnih poročil. Želijo informacije, ki jim omogočajo ovrednotiti njihove gospodarske in druge povezave s podjetjem, ter jim pomagajo pri odločitvi, ali s podjetjem v prihodnosti še sodelovati.

Računovodski izkazi in z njimi povezana razkritja so izjemno uporabna pri zbiranju in organiziranju računovodskih informacij v podjetju, vendar te informacije uporabnikom ne zadostujejo. Od družbe ne zahtevajo več samo predstavitev računovodskih informacij, ampak težijo k večji zastopanosti neračunovodskih informacij in prostovoljnih razkritij v letnem poročilu. Prostovoljna razkritja pridobivajo na vse večjem pomenu in v svetu vlada trend, da do nedavno prostovoljne informacije postajajo obvezni del letnih poročil.

Namen mojega diplomskega dela je predstaviti prostovoljne informacije v letnem poročilu in narediti praktično analizo letnega poročila podjetja Marles hiše Maribor.

Diplomsko delo je vsebinsko razdeljeno na pet poglavij. V drugem poglavju sem se osredotočil na uporabnike letnih poročil, saj so interesne skupine tiste, katerim je letno poročilo namenjeno in se na podlagi pridobljenih informacij odločajo o poslovnih namerah. V uvodnem delu sem predstavil pomen interesnih skupin, v nadaljevanju pa sledijo možne delitve in skupne potrebe po računovodskih informacijah in razkritjih v letnem poročilu.

Tretje poglavje je namenjeno podrobnejši predstavitvi prostovoljnih razkritij, ki se nahajajo predvsem v poslovnem delu letnega poročila. Na začetku tega poglavja sem opredelil pojem razkritja in opisal, kaj naj podjetje uporabnikom letnih poročil razkrije ter na kakšen način lahko določi obseg razkritij. Sledi opis kriterijev, po katerih družbe razvrščamo na majhne, srednje in velike ter sestavine, ki jih morajo njihova letna poročila vsebovati. Prostovoljna razkritja v letnem poročilu sem v diplomskem delu razčlenil na razkritja v uvodnem delu in na razkritja v splošnem delu oziroma poslovnem poročilu.

V četrtem poglavju sem predstavil zgodovino podjetja Marles hiše Maribor, pristojnosti pri sestavi letnega poročila, pravilnik o poslovni skrivnosti in analizo prostovoljnih razkritij v letnem poročilu, opravljeno na podlagi teoretičnih predpostavk iz tretjega poglavja. Poglavje zaključujem z možnimi predlogi za izboljšanje kakovosti letnega poročila.

Sklepne misli so strnjene v petem poglavju.

2. INTERESNE SKUPINE PODJETJA

2.1. POJEM INTERESNA SKUPINA

Interesne skupine (interesniki) so ljudje, ki so povezani s podjetjem, ker tako oni kot podjetje vplivajo eni na druge, in sicer s svojimi dejanji, odločitvami, prakso ali namerami. To so vse pravne osebe in posamezniki, ki imajo interese pri delovanju in usmeritvah pravne osebe. Interesna skupina (stakeholder) je skupina, ki nastane zaradi kakega posebnega interesa, razpade pa lahko, če se ali zmanjša interes ali če doseže cilje.

Model interesnih skupin pravi:

- Manager mora enakovredno zadovoljiti vse interesne skupine, ki ga obdajajo. Koncept interesnih skupin temelji na t.i. splošno - sistemski teoriji, ki trdi, da vsi živi organizmi (sistemi) vplivajo na in so vplivani od ostalih sistemov v njihovem okolju. Ključ preživetja sistemov je v sposobnosti prilagoditve. Za podjetje je ključnega pomena, da ugotovi, kdo so subjekti (sistemi) (so)vplivanja oziroma interesne skupine. V zvezi z modelom interesnih skupin podjetja večkrat govorimo o dinamičnih koalicijah interesnih skupin. Ob različnih problemih se namreč oblikujejo različne povezave med interesnimi skupinami (Jaklič, 2002, str. 273-303).
- Obstaja veliko število skupin v okolju podjetja, ki se jim podjetje skuša prilagajati, ko zasleduje svoje cilje. Vpliv posamezne skupine je odvisen od njene moči, s katero razpolaga, razmerje moči pa se s časom spreminja. Podjetja vplivajo na naša življenja vedno bolj, zato je normalno, da interesne skupine spodbujajo družbenoodgovorno obnašanje podjetja (Thill, Bovee, 1996, str. 347-364).

Če želi biti podjetje uspešno na dolgi rok, mora opredeliti pričakovanja vsake interesne skupine kot cilj. Z drugimi besedami, ko podjetje oblikuje poslovno politiko, s katero načrtuje cilje, ter poti za njihovo spremljanje in uresničevanje, mora upoštevati pričakovanja vsake interesne skupine. Poudarek pa daje tistim ciljem, s katerimi zadovoljuje interese prevladujočih interesnih skupin. Pri tem mora poslovodstvo vzpostaviti ravnotežje med interesniki in tudi znotraj njih tako, da zadovoljevanje potreb enih ne gre v škodo drugih (Horvat, 2002, str. 11-12).

2.2. DELITEV INTERESNIH SKUPIN

Pomembno je, da vodstvo družbe opredeli, kdo so glavne interesne skupine, s katerimi sodeluje, in njihove cilje. To lahko stori preko *izkaza odgovornosti* (Kavčič, 1999, str. 40):

- Identifikacija glavnih interesnih skupin.
- Opredelitev najpomembnejših prispevkov in zahtev posameznih interesnih skupin, ki jim po možnosti pripišemo tudi ustrezen pomen.

- Določitev temeljnih mer, s katerimi merimo prispevke in zahteve posameznih interesnih skupin. Natančno je potrebno določiti mejne velikosti, ki so sprejemljive za tiste, ki prispevke dajejo, in mejne zahteve za one, ki jih zahtevajo.
- Upoštevanje mer in ugotovitve, kaj o njihovi velikosti menijo posamezne interesne skupine; če so razlike med ponudbo in zahtevo prevelike, jih je treba uskladiti že pri načrtovanju, sicer družba ne bo uspešno delovala.

Notranje interesne skupine podjetja so izvajalci posameznih nalog v podjetju, ki morajo odločati o podrobnostih izvajanja, poslovodstvo v podjetju od najnižje ravni do uprave, upravljalni in nadzorni organ v podjetju ter vsi ostali zaposleni v podjetju. Med *zunanje* pa štejemo lastnike podjetja, ki niso člani upravljalnih in/ali nadzornih organov, posojilodajalce, dobavitelje, kupce, državo in javnost (Slovenski računovodski standardi ¹, 2002, SRS 30).

Vplivne so v primeru, če lahko vplivajo na delovanje podjetja, če pa vpliva nimajo, so *nevplivne*. Če svoje interese glede usmeritve in delovanja podjetja želijo uveljaviti so *aktivne*, v nasprotnem primeru so *pasivne*. Neaktivne interesne skupine lahko postanejo aktivne, če so njihovi interesi dovolj pomembni, nevplivne skupine pa se lahko povezujejo, da bi postale vplivne. Pri tem so interesi želene koristi, ki so nematerialne ali materialne in kratkoročne ali dolgoročne ter izhajajo iz okoliščin in vrednot interesne skupine ali posameznika.

Primarne interesne skupine predstavljajo vse neposredne povezave, ki so nujne za izvajanje osnovnega poslanstva podjetja, ki je v pridobivanju dobička oziroma proizvodnji dobrin in storitev za družbo (glej Tabelo 1).

Tabela 1: Primarne interesne skupine (narava interesov in moči)

Interesna skupina (IS)	Narava interesa - IS si želi:	Narava moči - IS vpliva na podjetje z (s):
ZAPOSLENI	- stabilno zaposlenost - primerno plačilo - varno in prijetno delovno okolje	- pogajalsko močjo sindikata - stavkami in drugimi aktivnostmi - javnim mnenjem
LASTNIKI/ DELNIČARJI	- primerne dividende - rast vrednosti delnice oziroma podjetja	- volilno pravico - nadzorom nad poslovanjem
KUPCI	- zadovoljiv nakup (kakovost, cena)	- nakupi pri konkurentih - bojkotiranjem
DOBAVITELJI	- kontinuirana naročila - pravočasna plačila - možnost razvoja	- nedobavljanjem naročenega - dobavljanjem konkurentom

¹ V nadaljevanju bom za Slovenske računovodske standarde uporabljal kratico SRS.

Nadaljevanje Tabele 1

Interesna skupina (IS)	Narava interesa - IS si želi:	Narava moči - IS vpliva na podjetje z (s):
KONKURENTI	- dobičkonosnost - pridobivanje tržnega deleža	- tehnološkimi inovacijami (konkurenti morajo slediti) - nižjimi cenami
PRODAJALCI (na drobno in debelo)	- kakovostne proizvode s primerno ceno in ob pravem času	- nakupi pri drugih dobaviteljih - bojkotiranjem podjetij
POSOJILODAJALCI	- servisiranje posojil	- odpoklicem posojil - pravno potjo (prevzem lastnine)

Vir: Jaklič, 2002, str. 273-303.

O *sekundarnih* interesnih skupinah govorimo, ko tudi druge družbene skupine izrazijo interes ali zaskrbljenost zaradi aktivnosti podjetja, ki nastopajo v osnovnem poslanstvu ali funkciji podjetja (glej Tabela 2). Sekundarno ne pomeni, da gre za manj pomembne odnose. Gre za odnose, ki niso neposredno povezani z osnovnim poslanstvom podjetja.

Interesne skupine pa lahko razdelimo tudi na primarne, sekundarne in *terciarne*. Pri tem sodijo v primarno interesno skupino delničarji in potencialni naložbeniki; v sekundarno pa dobavitelji, posojilodajalci, zaposleni, kupci, tekmeči in država oziroma tisti, ki imajo neposreden gospodarski interes do podjetja. V terciarno skupino pa spadajo borzni posredniki, odvetniki, mediji, knjižnice, poslovne publikacije oziroma vsi tisti, ki imajo kakršnokoli povezavo s podjetjem.

Tabela 2: Sekundarne interesne skupine (narava interesov in moči)

Interesna skupina (IS)	Narava interesa - IS si želi:	Narava moči - IS vpliva na podjetje z (s):
LOKALNE SKUPNOSTI	- zaposlitev lokalnega prebivalstva - zaščito okolja - razvoj lokalnega okolja	- nezaupanjem in nenaklonjenostjo - lobiranjem vlad (centralnih in lokalnih)
DRUŽBENI AKTIVISTI	- opazovanje podjetij z namenom, da ugotovijo morebitne nelegalne in neetične aktivnosti	- pridobivanjem podpore s publiciranjem in javnim nastopanjem - lobiranjem vlad
MEDIJI	- opazovanje aktivnosti podjetij - informiranje javnosti	- publiciranjem in komentiranjem

Nadaljevanje Tabele 2

Interesna skupina (IS)	Narava interesa - IS si želi:	Narava moči - IS vpliva na podjetje z (s):
POSLOVNO INTERESNE SKUPINE (npr. Gospodarska zbornica)	- zagotavljanje informacij za boljše poslovanje	- podporo strokovnjakov - zagotavljanjem pravne in politične podpore
TUJE VLADE	- obdavčenje - razvoj	- makroekonomsko politiko - mikroekonomsko politiko - regulativo
DOMAČE VLADE	- obdavčenje - razvoj	- makroekonomsko politiko - mikroekonomsko politiko - regulacijo
JAVNOST	- zaščita družbenih vrednot - zmanjšati tveganje - zagotoviti napredek za družbo	- (ne)podporo določenim aktivnostim - vpliv na vlado

Vir: Jaklič, 2002, str. 273-303.

Različne interesne skupine, ki sprejemajo odločitve na podlagi informacij, povezuje to, da odločajo o razporeditvi redkih virov med tekmovalne (konkurenčne) cilje. Vloga računovodskega informacijskega sistema v tržnem gospodarstvu je, da omogoča, da se posamezniki in podjetja prosto odločajo, kako razporediti vire, ki jih nadzorujejo, med tekmovalne cilje (glej Tabelo 1, na str. 3 in Tabelo 2, na str. 4). Vendar imajo različne interesne skupine različne tekmovalne cilje (Horvat, 2004, str. 24-54).

2.3. SKUPNE POTREBE INTERESNIH SKUPIN

2.3.1. Računovodske informacije

Pri pripravljanju računovodskih informacij se predpostavlja, da gre za delujoče podjetje, torej podjetje, ki bo v dogledni prihodnosti nadaljevalo poslovanje in nima niti potrebe niti namena, da bi povsem ustavilo ali pomembno skrčilo obseg svojega delovanja. Poslovni dogodki se pripoznavajo, ko se pojavijo, in ne šele ob plačilu. Izredna pomembna predpostavka, ki se upošteva pri pripravljanju računovodskih informacij - pripravljene morajo biti tako, da kažejo resnično in pošteno sliko poslovanja podjetja (Vežjak, 2002a, str. 29-70).

Lastnosti računovodskega poročanja, ki jih zahteva SRS 30 - Računovodsko informiranje:

- *Pomembnost* računovodskega informiranja je lastnost, značilnost tega informiranja, da vpliva na presojanje in/ali odločanje; take vplive pa je treba posebej razkriti.

- *Razkrivanje* znotraj računovodskega informiranja je predstavljanje, ki zagotavlja poštene informacije in ne zbuja nobenih pomislekov v zvezi z računovodskimi podatki, s katerimi seznanja uporabnike.
- *Resnično in pošteno* računovodsko informiranje je sporočanje zanesljivih in preverjenih dejstev v celoti, pa tudi vseh smotrnih obvestil in razlag brez kakršnih koli vnaprejšnjih mnenj in predsodkov. Pri tem je treba uporabnike seznaniti z vsemi potrebnimi razkritji brez kakršnega koli namena zbuja pri njih dvom in/ali jih zavajati v zmoto. V primeru, da ta računovodska predpostavka ni dosledno upoštevana je letno poročilo neuporabno (SRS 30.47, 2002).

Računovodske informacije morajo biti pripravljene in predane uporabnikom *pravočasno*, torej takrat, ko jih potrebujejo pri svojem odločanju. Informacije, predane prepozno, pa če so še tako kakovostno pripravljene, niso koristne. Če kako podjetje ne upošteva katere od predpostavk, je treba uporabnike informacij o tem posebej obvestiti.

Računovodske informacije morajo biti (Vezjak, 2002a, str. 29-70):

- *Razumljive*: Uporabnikom morajo biti razumljive, če naj bi se na njihovi podlagi odločali.
- *Bistvene*: Je odvisno od posameznega uporabnika informacij - kar je za nekoga bistvena informacija, je lahko z vidika odločanja drugega manj bistvena ali tudi nebistvena. Podjetje mora pri pripravi informacij upoštevati, kateremu uporabniku so namenjena in katere bodo zanj pomembne.
- *Zanesljive*: Računovodske informacije morajo biti zanesljive, da se lahko na njihovi podlagi sprejemajo ustrezne odločitve. Predstavljati morajo vse pomembne pojave ter ne smejo vsebovati pomembnih napak in pristranskih stališč.
- *Primerljive*: Uporabnikom računovodskih informacij je pri njihovem preučevanju in njihovi uporabi v veliko pomoč, če so pripravljene tako, da jih je mogoče primerjati z istovrstnimi informacijami v prejšnjih obdobjih in informacijam v drugih podjetjih.

Vsekakor pa priprava računovodskih in neračunovodskih informacij izpolnjuje 3 vloge za zunanje uporabnike:

- Pripomore k celotnemu nadzoru podjetij.
- Omogoča posameznikom in organizacijam, da presodijo poslovanje posloводства podjetja.
- Podpira odločitve posloводства.

2.3.2. Zahteve v letnem poročilu

Vse interesne skupine zahtevajo informacije, ki jim pripomorejo ovrednotiti njihove gospodarske in druge povezave s podjetjem ter se odločiti o prihodnosti teh povezav. Najbolj pogosto želijo interesne skupine informacije o preteklem poslovanju, o trenutnem stanju podjetja in o poslovanju podjetja v prihodnosti. Informacije o prihodnjem poslovanju so

ponavadi najbolj pomembne in so v obliki ocen in napovedi, sicer pa je to področje, kjer je računovodstvo predvsem pri zunanjem poročanju še v razvoju.

Zunanji uporabniki, ki se zanimajo za poslovanje podjetja, imajo različne potrebe in pristope do informacij, kljub temu pa lahko opredelimo veliko skupnih potreb po informacijah, na podlagi katerih se odločajo (Jenkins, 1996, str. 3):

- *Analiza posameznih odsekov poslovanja*: Informacije o posameznih odsekih (segment reporting) poslovanja so lahko v podjetjih, ki se ukvarjajo z različnimi vrstami poslov celo bolj pomembne kot podatki in informacije o celotnem podjetju, saj pomagajo opredeliti in analizirati poslovne priložnosti in tveganja, s katerimi se bo podjetje srečevalo v prihodnosti.
- *Razumevanje narave poslovanja*: Ta se nanaša na vrsto proizvodov oziroma storitve, ki jih podjetje ponuja, od načina proizvodnje ali dostave proizvodov in storitev, števila in vrste dobaviteljev ter kupcev, območja podružnic in trgov ter drugih dejavnikov, ki opisujejo poslovanje podjetja.
- *Pridobitev informacij o prihodnjem poslovanju*: Interesne skupine potrebujejo informacije o prihodnjem poslovanju zato, ker želijo na podlagi teh informacij napovedati prihodnost podjetja in na tej podlagi sprejeti odločitve o sodelovanju s podjetjem v prihodnosti.
- *Razumevanje načrtov poslovanja*: Poslovanje je najbližje poslovanju podjetja in vpliva na smer prihodnjega poslovanja.
- *Ugotavljanje zanesljivosti informacij*: Uporabnost informacij je odvisna od njihove pomembnosti in zanesljivosti. Potrebno je ločevati med informacijami, ki so manj zanesljive od informacij, ki so bolj zanesljive.
- *Razumevanje poslovanja podjetja glede na tekmece in ostala podjetja*.
- *Razumevanje pomembnih sprememb, ki vplivajo na poslovanje*.
- *Omogočanje fleksibilnega poročanja*: Interesne skupine imajo različne potrebe po informacijah glede na okoliščine. Ker se potrebe po informacijah in stroški poročanja razlikujejo, to pomeni, da ni potrebno vsem podjetjem enako pogosto poročati o vseh vrstah informacij.
- *Uspešno in učinkovito komuniciranje*: Informacije morajo biti pripravljene na organiziran način, ki omogočajo uporabnikom hitro lociranje različnih vrst informacij, pri tem pa ne sme biti odvečnih, neuporabnih informacij. Pri tem naj bodo informacije obogatene z grafi in slikami, kar izboljša predstavitev poslovanja in uporabniku prijaznejši način komunikacije.
- *Obravnavanje stroškov in prednosti poročanja*: Tehtanje med stroški in prednostmi možnega izboljšanja poročanja je zelo zahtevno, saj je težko izmeriti množico stroškov in prednosti, vendar je to priporočljivo narediti. Denar, porabljen za oblikovanje, ilustracije, fotografije, izdelovanje in razpošiljanje letnih poročil ter porabljeni čas sta izgubljena, če poročila nihče ne prebere, ali ga v najboljšem primeru prebere le nekaj finančnih strokovnjakov (Vezjak, 1998, str. 43-47).

Interesne skupine zahtevajo večjo uporabnost letnih poročil v smeri večje zastopanosti prostovoljnih razkritij v obliki neračunovodskih informacij in novih pristopov k poročanju. Zato je uporabnikom letnih poročil potrebno nameniti več informacij, kot je zakonsko obvezno. Treba se je zavedati, da računovodstvo obstaja z namenom, in to je pomagati uporabnikom računovodskih informacij pri odločanju (Atrill, McInaney, 1997, str. 2).

3. PROSTOVOLJNA RAZKRITJA

3.1. POJEM RAZKRITJE

Razkritja v *najširšem* pomenu besede je prikaz katerekoli informacije o izbranem podjetju. Torej so zajete vse informacije iz letnih poročil podjetij, objav v tisku in drugih virov. V *ožjem* pomenu, kot ga obravnava računovodska stroka, pa so razkritja vse razkrite informacije v letnih poročilih razen tistih, ki so razkrite prek temeljnih računovodskih izkazov, torej razen vrednostnih podatkov, ki so prikazani že v samih obrazcih posameznih računovodskih izkazov. Razkritja se torej na računovodske izkaze nanašajo oziroma jih dopolnjujejo (Vezjak, 2002, str. 29-48).

Razkritja v računovodskih izkazih pa so predstavitev v računovodskih izkazih, ki zagotavljajo poštene informacije, da bi uporabnikom zlasti z napovedjo finančnih tokov ter opredelitvijo časa in gotovosti pridobivanja denarnih sredstev in denarnih ustreznikov pomagala pri odločanju (Turk, 2000, str. 626).

O razkrivanju računovodskih informacij govorimo takrat, kadar se vrednostni podatki, prikazani v računovodskih izkazih, dodatno pojasnjujejo. Predstavijo se računovodske usmeritve in ocene, uporabljene pri vrednotenju posameznih postavk v računovodskih izkazih, podlage za njihovo izkazovanje, dodatni podatki, ki bolj natančno predstavijo posamezno postavko in podobno. **Obvezna razkritja** predpisujejo zakoni in SRS; gre za razkritja, ki jih podjetje mora zajeti v letno poročilo, sestavljeno v skladu z zakonskimi zahtevami za zunanje uporabnike računovodskih informacij o podjetju. Podjetje pa lahko v svoje letno poročilo zajame tudi druga, **neobvezna** oziroma **prostovoljna razkritja**, če jih njegovi uporabniki pričakujejo in mu bo takšno razkrivanje koristilo pri nadaljnjem poslovanju.

Opredelitve predstavitev in razkritij lahko združimo v tri skupine, in sicer so to:

- *Temeljna vrednostna razkritja*, ki jih morajo vsebovati predpisani obrazci računovodskih izkazov (Mednarodni računovodski standard 1 oziroma SRS 24, 25, 26 in 27).
- *Podrobnejša razkritja*, tako vrednostna kot nevrednostna, ki se nanašajo predvsem na predstavitev računovodskih usmeritev in razlagalnih pojasnil v in o računovodskih izkazih (SRS 1 do SRS 19).

- *Dodatna razkritja*, ki so razkritja zunaj računovodskih izkazov, ki so možna in pogosto zaželena.

Neračunovodska oziroma prostovoljna razkritja (voluntary disclosures) pa so:

- Predstavitve znanja in izkušenj posloводства in so po navadi v vzajemni zvezi z računovodskimi informacijami. Nanašajo se na kakovostne informacije, ki jih vsebujejo letna poročila podjetij, zunaj računovodskih izkazov in razkritij k njim.
- Razkritja zunaj računovodskih izkazov in ki jih ne zahtevajo računovodski standardi, zakoni ali pravila borze vrednostnih papirjev in drugi predpisi. Vsako podjetje se samo odloči, katera prostovoljna razkritja v letnem poročilu so primerna, pomembna in uporabna (Vežjak, 1998a, str. 70-73).

Podjetja, ki se odločijo za prostovoljna razkritja, se želijo od drugih razlikovati z večjo količino kakovostnih informacij o poslovanju, ki jih ponudijo zunanjim uporabnikom. Učinkovita prostovoljna razkritja lahko naložbenikom in upnikom ponudijo bolj pregledne ter razumljive informacije o podjetju. Na splošno povedano, informativna razkritja pripomorejo naložbenikom in drugim interesnim skupinam bolje razumeti:

- Strategijo podjetja, vključno z informacijo o priložnostih in tveganjih.
- Kritične dejavnike uspeha, ki so pomembni za prihodnost podjetja.
- Tekmovalno okolje, znotraj katerega podjetje posluje in okvir, znotraj katerega sprejema odločitve.

Na eni strani imamo podjetja, ki razkrivajo več informacij kot je zakonsko obvezno. Pri *(pre)več razkritjih* se lahko vprašamo, zakaj podjetje meni, da so na primer podatki o posameznih vrednostno nepomembnih postavkah pomembni, saj niti iz vrste razkritij o njih ni mogoče razbrati, da naj bi šlo za pomembne zadeve. S takšnimi razkritji uporabnik ne bo zadovoljen, saj pričakuje pomembne informacije in noče izgubljati časa s seznanjanjem o nepomembnih stvareh. Priprava obsežnejših razkritij, kot so potrebna, pa tudi ni gospodarna in to pri uporabnikih letnih poročil prav tako ne bo dobro sprejeto. Druga skrajnost pa so *preskopa razkritja*, s katerimi uporabniki prav tako niso zadovoljni, saj na njihovi podlagi ne morejo sprejemati ustreznih odločitev v zvezi s podjetjem. Podjetje določi tako visok prag pomembnosti, da do veliko razkritij sploh ne pride. Res je, da je določitev stopnje pomembnosti v pristojnosti podjetja, a tista, ki je določena, mora biti utemeljena in vsebinsko upravičena, saj ji uporabniki poročila sicer lahko oporekajo (tudi po pravni poti). Podjetje s tem kaže, da ne spoštuje njihovih potreb, da si ne želi preglednega poslovanja ali celo da ni sposobno pripraviti ustreznega letnega poročila (Vežjak, 2004).

Posloводство podjetja je odgovorno, da podjetje pripravi takšna razkritja oziroma pojasnila, da pomagajo uporabnikom računovodskih izkazov razumeti, kako so posli in drugi poslovni dogodki izraženi v poslovnem izidu in finančnem stanju, o katerem se poroča. Ker je letno poročilo dostopno vsakomur, je še toliko bolj priporočljivo razmisliti o tem, katere podatke in informacije bomo razkrivali, da ne bi razkrili poslovnih skrivnosti oziroma konkurenčnih prednosti. Če nočemo po nepotrebnem v letnih poročilih razkrivati podatkov in informacij, ki jih konkurenčna podjetja lahko izkoristijo, moramo poznati svoje konkurenčne prednosti.

Poznati moramo notranje in zunanje ključne dejavnike konkurenčnega uspeha. Tako se bomo zavedali, kaj bi lahko bilo nedvomno zanimivo za konkurenčna podjetja, podjetju pa bi lahko nastala občutna gospodarska škoda (Horvat, 2004a, str. 27).

3.2. KAJ IN KOLIKO RAZKRITI

Podjetje mora najti pravo mero razkrivanja informacij med tem, kaj želi poročati uporabnikom poročila, in tem, da ne razkriva poslovnih skrivnosti. Po določbah SRS je treba v letnem poročilu razkrivati le pomembne zadeve, pri čemer *naravo in stopnjo pomembnosti* opredeli podjetje v svojih aktih. Zato lahko v poročilu uporabnike opozori, da so v podjetju urejena pravila oziroma usmeritve o tem, kaj so poslovne skrivnosti oziroma informacije občutljive narave, ki bi lahko predvsem zaradi konkurence povzročile poslovno škodo, oziroma kaj so informacije za javnost. Tako dokažemo, da je letno poročanje urejena strateška aktivnost podjetja in dajanje informacij ni naključno.

Ko se podjetje odloča o zasnovi sestavin letnega poročila, se lahko dogovori tudi o pravilih razkrivanja v letnem poročilu. Ta zapiše ali:

- Kot del *notranjega predpisa o računovodenju* (primer Pravilnik o računovodstvu).
- V *posebnem notranjem aktu*.
- V *Pravilniku o letnem poročilu*.

Pravilnik nam omogoča, da določimo *obseg in usmeritve razkritij*, tako da letno poročilo ne bi bilo preskopo ali preobsežno. V večini podjetij so z internimi pravilniki opredeljeni podatki, ki se štejejo za poslovno skrivnost, načini ravnanja s takimi podatki, kazni za kršitev pravil o ravnanju z njimi in podobno. V teh pravilnikih so opredeljene tudi različne stopnje zaupnosti podatkov (denimo podatki za interno uporabo, zaupni podatki, strogo zaupni podatki) in posameznim stopnjam primerni načini varovanja podatkov. Najbolj zaupni podatki praviloma nastajajo oziroma se ustavljajo pri članih uprave ter pri vodilnih osebah na področju financ, računovodstva, prodaje, trženja in razvoja, ki se tudi najbolj zavedajo pomembnosti varovanja poslovnih skrivnosti. Ker te osebe največkrat sodelujejo tudi pri pripravi posameznih delov poslovnega poročila, ki je del letnega poročila, je še toliko pomembnejše, da v letno poročilo ne zaide kakšen zaupen podatek oziroma podatek, ki pomeni poslovno skrivnost.

Definicija pojma poslovna skrivnost:

- So podatki, za katere tako določi družba s pisnim sklepom. S tem sklepom pa morajo biti seznanjeni družbeniki, delavci, člani organov in druge osebe, ki so dolžne varovati poslovno skrivnost (Zakon o gospodarskih družbah², 2001, 39. čl., 1. odst.).

² V nadaljevanju bom za Zakon o gospodarskih družbah uporabljal kratico ZGD.

- So podatki, ki kot poslovna skrivnost niso bili opredeljeni s sklepom (ZGD, 2001, 39. čl., 1. odst.), če gre za podatke, za katere je očitno, da bi nastala občutna škoda, če bi zanje izvedela nepooblaščen oseba (ZGD, 2001, 39. čl., 2. odst.).
- Za poslovno skrivnost se ne morejo določiti podatki, ki so po zakonu javni, ali podatki o kršitvi zakona ali dobrih poslovnih običajev (ZGD, 2001, 39. čl., 3. odst.).

Priporočljivo je, da podjetje:

- Ne omenja imen kupcev, dobaviteljev, bank in drugih poslovnih partnerjev, kjer to ni nujno (predpisano).
- Ne navaja konkretnih števil v zvezi z njimi (temveč le povprečja), če to ni predpisano z zakonom.
- Ne navaja niti posameznih niti povprečnih rokov dobav, plačil, itd.
- Ne navaja podatkov o prodaji trgovskega blaga, na podlagi katerih je mogoče izračunavati ali ocenjevati dosežene razlike v ceni.
- Pred objavo tržnih deležev po posameznih izdelkih in trgih dobro pretehta koristi in možne škode zaradi objave takih podatkov.
- Pri razkrivanju podatkov o trenutnih raziskavah ter predvidenem razvoju navede le splošne smeri razvoja, s katerimi si konkurenti ne morejo pomagati v operativnem smislu.

Vodstvo vsake družbe se mora zavedati, da iz objave podatkov o poslovanju v letnem poročilu ne izhajajo vedno le koristi, temveč da se s tem lahko izpostavlja tudi nevarnosti, da bodo te podatke izkoristila konkurenčna podjetja in mu zaradi razkritja takih podatkov povzročila neposredno ali posredno škodo. Ta nevarnost družbi pravzaprav ne grozi le od konkurenčnih podjetij, temveč tudi od kupcev in dobaviteljev. Vsako podjetje mora zato pri sestavljanju letnega poročila misliti tudi na to, da ne bo z javno objavo kakšnih podatkov konkurentom pokazalo, kje so njegove prednosti, če meni, da take podatke lahko izkoristijo tudi konkurenti (Lozej, 2003, str. 24).

3.3. LETNO POROČILO

3.3.1. Zasnova letnega poročila

Letno poročilo je najpomembnejša(e):

- Periodična listina komuniciranja poslovodstva gospodarskih družb z lastniki in drugimi interesnimi skupinami podjetja (Gruban, Verčič, Zavrl, 1997, str. 105).
- Orodje poslovnega poročanja (business reporting), ki je proces predstavljanja računovodskih in neračunovodskih informacij o poslovanju podjetja (Lymer, 1997).

Podjetje ne sme napisati slabega poročila, če se za ta korak odloči, sicer je boljše, da poročila ne izda. Letno poročilo ne sme biti preveč formalistično, enostavno ali skopo, niti ne sme biti preobsežno. Slabo zasnovano poročilo, s preveč ali premalo informacij podjetju gotovo ne bo koristilo, nasprotno, lahko mu izrecno škodi (informacije bo uporabila konkurenca, tožbe delničarjev in podobno). Katera informacija je pomembna, je odvisno od posameznega podjetja, od okoliščin njegovega poslovanja, premoženjsko - finančnega položaja in uspešnosti poslovanja ter od pomena informacij za skupine, ki se za podjetje zanimajo in so uporabnice njegovih letnih poročil. Zato mora podjetje pomembnost zadev, o katerih je dolžno poročati, določiti samostojno (Vezjak, 2004).

Pomembno je tudi, kdo poročilo piše - analitska računovodska nadzorna služba, propagandisti (notranji ali zunanji) ali poslovodja. Ni dobro, če poročilo napiše le eden od omenjenih, ker običajno tako poudarjeno predstavi svoje področje in zanemari druga. Poročilo mora biti zmes analitično - statičnih, poslovnih in promocijskih vidikov. Zelo pomemben vidik, ki je v slovenskih poročilih pogosto pozabljen, je porabnikov vidik - podjetje je v resnici namenjeno njim. Oblika poročila pri kakovosti ne igra osrednje vloge, vendar morata biti oblikovni in vsebinski del med seboj usklajena. Pisec poročila ne sme zanemariti vsebine na račun oblike (Horvat, 2000, str. 44-46).

3.3.2. Majhne, srednje in velike družbe

Družbe razvrščamo na majhne, srednje in velike po naslednjih merilih (ZGD, 2005, 52. čl.):

- Povprečno število zaposlenih v zadnjem poslovnem letu.
- Čisti prihodki od prodaje v zadnjem poslovnem letu.
- Vrednost aktive ob koncu poslovnega leta.

Majhna družba je družba, ki izpolnjuje dve od naslednjih meril:

- Povprečno število zaposlenih v zadnjem poslovnem letu ne presega 50.
- Čisti prihodki od prodaje v zadnjem poslovnem letu so manjši od 1.700.000.000 tolarjev.
- Vrednost aktive ob koncu poslovnega leta ne presega 850.000.000 tolarjev.

Srednja družba je družba, ki ni majhna družba in ki izpolnjuje dve od naslednjih meril:

- Povprečno število zaposlenih v zadnjem poslovnem letu ne presega 250.
- Čisti prihodki od prodaje v zadnjem poslovnem letu so manjši od 6.800.000.000 tolarjev.
- Vrednost aktive ob koncu poslovnega leta ne presega 3.400.000 tolarjev.

Velike družba je družba, ki ni majhna oziroma srednja družba. V vsakem primeru so velike družbe:

- Banke.
- Zavarovalnice.
- Družbe, ki so po 53. členu ZGD dolžna izdelati konsolidirano letno poročilo.

3.3.3. Sestavine letnega poročila

Letno poročilo je v skladu z ZGD sestavljeno iz (ZGD-F, 2001, 56. čl., 1. odst.):

- Bilance stanja.
- Izkaza poslovnega izida.
- Priloge k izkazom.

Letno poročilo velikih in srednje velikih družb ter letno poročilo tistih malih družb, s katerih vrednostnimi papirji se trguje na organiziranem trgu, mora po 56. členu ZGD-F obsegati tudi:

- Izkaz gibanja kapitala.
- Izkaz finančnega izida.
- Poslovno poročilo.

Pravila in standardi se v različnih državah razlikujejo, zato so sestavine letnih poročil različno opredeljene, poleg tega se razlikuje tudi njihova oblika. Po zakonu so določene obvezne sestavine letnega poročila, ki predstavljajo minimum razkritij. Vendar uporabnikom ne nudijo zadostnih informacij o poslovanju podjetja. Večina podjetij v letna poročila ne vključuje samo obveznih informacij, ki jih zahtevajo predpisi in standardi, temveč tudi dodatne informacije, poskrbijo pa tudi za primerno vsebino.

Letno poročilo, kot ga obravnavam v diplomskem delu, lahko razdelimo na:

- **Obvezna razkritja**, katerih del so celota računovodskih izkazov, in druga razkritja, kot to zahtevajo zakoni, računovodski standardi in drugi predpisi.
- **Prostovoljna razkritja**, ki vsebujejo uvodni del s strnjenimi poudarki in splošni del oziroma poslovno poročilo.

Prostovoljna razkritja letnega poročila pomenijo tako imenovani *mehki del* poročila, v katerem podjetje lahko uporabi vso svojo ustvarjalnost in inovativnost pri vsebini poročila, hkrati pa se osredotoči tudi na tiste interesne skupine, ki se ne zanimajo samo za računovodske informacije, ki so ponavadi del obveznih razkritij. Podjetja, ki se odločijo za prostovoljna razkritja se želijo od drugih razlikovati po večji količini kakovostnih informacij o poslovanju, ki jih ponudijo zunanjim uporabnikom. S pomočjo poslovnega poročila želijo pridobiti naklonjenost delničarjev ter prodati svoje proizvode, delnice in podobo podjetja drugim (Sigband, Bell, 1989, str. 318).

3.3.4. Uvodni del s poudarki

Uvodni del naj bi bil napisan jasno in razumljivo, da bi ga lahko razumeli tudi manj podkovani bralci in hkrati prepoznali, kako uspešno oziroma neuspešno je podjetje poslovalo v preteklem letu. S tem naj bi podjetje bralca letnega poročila privabilo k nadaljnjemu branju (Horvat, 2000, 249 str.).

Predstavljal naj bi strnjen povzetek celoletnega poslovanja, hkrati pa bi moral biti prepričljiv za tiste, ki podjetja ne poznajo. Podjetje bi moralo v tem delu prikazati uspešnost poslovanja in bralcu ponuditi samo izbrane podatke ter ga ne zasuti z množico števil in dejstev. Večjo pozornost bi morali namenili nedenarnim kot denarnim informacijam (Kavčič, 1998, str. 10).

Uvodni del lahko vsebinsko razdelimo na (Horvat, 2002a, str. 7-34):

- Povzetek z uvodnimi kategorijami.
- Kratka uvodna predstavitev.
- Poročilo predsednika uprave.
- Poročilo nadzornega sveta.

Povzetek z uvodnimi kategorijami

Poudarek je na aktivnosti preteklega poslovnega leta, v nekaj vrsticah pa je priporočljivo opisati tudi načrte za prihodnje leto. Poslovanje družbe predstavimo v obliki vrstic z nekaj besedami, finančne poudarke pa v obliki grafikonov ali tabel (priporočljivo za obdobje od tri do pet preteklih let in za leto vnaprej). Med finančnimi podatki so najbolj značilni čisti prihodki od prodaje, čisti dobiček, obratni kapital, sredstva, dolgoročne obveznosti, kapital, denarni tok iz poslovanja, knjigovodska vrednost delnice, (bruto) dividenda na delnico, tržna cena delnice, število zaposlencev, donosnost kapitala, naložbe in tržni delež.

Kratka uvodna predstavitev

Na začetku tega dela je predstavitev poslanstva in vizije ter kratkoročnih in dolgoročnih ciljev, ki jih želi podjetje v prihodnosti realizirati. Prikazali naj bi najosnovnejše podatke o podjetju (sedež podjetja, elektronska pošta, telefon, telefaks, osnovna dejavnost, število zaposlencev, matična številka, vpis v sodni register, davčna številka, žiro račun, kontaktna oseba, itd.).

Podjetje ima priložnost, da izkoristi možnost in se samo odloči, katera ugodna gibanja v svojem poslovanju bo poudarilo, saj bralci to najprej opazijo. Možne podrobnejše predstavitve so (Horvat, 2002, str. 156):

- Zgodovinski pregled poslovanja po letih.
- Opis uspešnosti zadovoljevanja potreb domačega in tujega trga s svojimi proizvodi oziroma storitvami.
- Uvajanje novih proizvodov in vstop na nove trge.
- Vpliv podjetja na naravno, kulturno, tehnološko in gospodarsko okolje.
- Izjemni dogodki v preteklem poslovnem letu.

Poročilo predsednika uprave

Osnovni cilj poročila predsednika uprave je zagotoviti pregled finančnega položaja in poslovanja podjetja ter osvetliti določene informacije. Med drugim mora vsebovati pregled poslovanja, povzetek najpomembnejših aktivnosti, posebnosti kakršnihkoli pomembnih dogodkov, ki vplivajo na podjetja v skupini, podrobnosti o dobičku, podrobnosti o spremembah v stalnih sredstvih, imena direktorjev in njihove udeležbe v dobičku, informacije o zaposlenih ter podrobnosti o političnih in dobrodelnih donacijah (Glynn, Perrin, Murphy, 1998, str. 93).

Poročilo predsednika uprave ponavadi vsebuje strnjene informacije o najpomembnejših dogodkih in odločitvah v poslovnem letu, bistvenih finančnih podatkih, uresničenih strateških načrtih, smernicah razvoja oziroma tisto, kar predsednik uprave želi (Chadwick, 1991, str. 155).

Ponavadi je napisano v obliki pisma, naslovljenega na delničarje, ker so ti najpomembnejša interesna skupina podjetja. Vendar v zadnjih letih postajajo vse bolj pomembne tudi druge interesne skupine podjetja, ki lahko imajo močan vpliv. Lahko je napisano tudi v obliki intervjuja. Biti mora kratko (največ 2 ali 3 strani), s čim manj številkami in bralca ne sme dolgočasiti. Direktorjev nagovor mora biti jasen in prepričljiv, izražati mora kulturo podjetja in osebno noto. Vsako informacijo, ki je omenjena, morata splošni in obvezni del temeljito razčleniti (Horvat, 2000, str. 44-46).

Pisno poročilo nadzornega sveta in njegove pristojnosti

Z novim ZDG je dobil nadzorni svet dodatne zadolžitve in pristojnosti, saj mora preveriti sestavljeno letno poročilo in predlog za uporabo bilančnega dobička (glej Tabelo 3, na str. 16), ki ju je uprava predložila. Uprava skupaj z nadzornim svetom pri sestavljanju letnega poročila razporedi čisti dobiček po določenem vrstnem redu, in sicer za:

- Kritje prenesene izgube.
- Oblikovanje zakonskih rezerv.
- Oblikovanje rezerv za lastne deleže.
- Oblikovanje statusnih rezerv.
- Po zakonu lahko uprava in nadzorni svet pri sprejemanju letnega poročila iz vrednosti čistega dobička, ki je ostal po njegovi obvezni uporabi, oblikujeta še druge rezerve iz dobička, v višini največ polovice preostalega dobička

Tabela 3: Izračun bilančnega dobička

	Poslovni izid poslovnega leta
+	Preneseni čisti dobiček/izguba
+	Zmanjšanje rezerv iz dobička
-	Povečevanje rezerv iz dobička po sklepu uprave (zakonskih rezerv, rezerv za lastne deleže in statutarnih rezerv)
-	Povečevanje rezerv iz dobička po odločitvi uprave in nadzornega sveta (drugih rezerv iz dobička)
=	Bilančni dobiček

Vir: Horvat, 2002, str. 9.

Vsak član ima pravico preveriti vse podlage za letno poročilo, ki mu jih mora uprava na njegovo zahtevo predložiti, če nadzorni svet ne določi drugače. To pomeni, da član ne more sam mimo nadzornega sveta od uprave zahtevati informacij, ker je to v pristojnosti nadzornega sveta kot organa delniške družbe. Če nadzorni svet letno poročilo potrdi, je to sprejeto, skupščina pa je z njim le seznanjena. Nadzorni svet mora v mesecu dni po tem, ko je prejel letno poročilo, svoje poročilo izročiti upravi. Če tega ne stori, mu uprava postavi dodatni rok, ki mora biti krajši od enega meseca. Če nadzorni svet tudi v tem roku svojega poročila ne izroči, to pomeni, da letnega poročila ni potrdil. Skupščina je pristojna za sprejem letnega poročila samo, če nadzorni svet poročila ni potrdil ali če uprava in nadzorni svet prepustita odločitev o sprejemu letnega poročila skupščini (Bratina, 2002, str. 492-498).

V poročilu nadzornega sveta naj bi prikazali (Horvat, 2003a, str. 61-91):

- Sestavine in vrednosti sestavin bilančnega dobička ter bilančni dobiček.
- Razporeditev bilančnega dobička, ki ga lahko skupščina razporedi med delničarje, druge rezerve, izplačilom zaposlenim in članom uprave ter nadzornega sveta, prenos v naslednje leto, druge namene ali bilančno izgubo, o poravnanju katere odloča skupščina.
- Kako in v kolikšnem obsegu je nadzorni svet preverjal vodenje podjetja med poslovnim letom.
- Stališče do revizijskega poročila, če je le to k letnemu poročilu priloženo.
- Ali ima nadzorni svet po preverjanju letnega poročila kakšne pripombe.
- Ali letno poročilo potrjuje.

3.3.4. Splošni del letnega poročila oziroma poslovno poročilo

Vsebina poslovnega poročila, kot je opisana v 66. členu ZGD, je popoln prevod vsebine poslovnega poročila iz 46. člena četrte evropske smernice. Podrobnejšega opisa vsebine v več kot nekaj alineah pa tako v četrti evropski smernici kot v ZGD ni. Tako ostaja odprto vprašanje vsebine poslovnega poročila, ki pravzaprav po eni strani mora imeti obvezna razkritja, ker tako izhaja iz ZGD, po drugi strani pa znotraj teh obveznih sestavin lahko govorimo o prostovoljni izbiri vsebin oziroma o prostovoljnem razkrivanju.

3.3.4.1. Obvezna razkritja po ZGD

Glede na predlog sprememb ZGD-H bo moralo poslovno poročilo po novem vsebovati najmanj pošten prikaz razvoja in izidov poslovanja družbe ter njenega finančnega poslovanja in opis bistvenih tveganj in negotovosti, ki jim je družba izpostavljena. Obvezno bo vključiti več analize poslovanja, vsebine v povezavi z okoljem in zaposlenimi, predstavitev tveganj in negotovosti ter opis izpostavljenosti in upravljanja finančnih tveganj.

Pošten prikaz predstavlja (ZGD, 2005, 66. čl.):

- Uravnотеženo in izčrpno analizo razvoja in izidov poslovanja družbe ter njenega finančnega položaja, ki ustreza kompleksnosti njenega poslovanja.
- Analiza mora vsebovati ključne finančne kazalce izidov poslovanja in ključne nefinančne kazalce, vključno z informacijami, povezanimi z varstvom okolja in zadevami zaposlenih.
- Zaradi zagotovitve analize poslovno poročilo vključuje ustrezno sklicevanje na zneske v računovodskih izkazih in potrebna dodatna pojasnila.

V poslovnem poročilu morajo biti prikazani tudi (ZGD, 2005, 66. čl.):

- Vsi pomembnejši poslovni dogodki, ki so nastopili po koncu poslovnega leta.
- Pričakovani razvoj družbe.
- Aktivnosti družbe na področju raziskav in razvoja.
- Podružnice družbe.
- Aktivnosti podružnic družbe v tujini.

Če je to pomembno za presojo premoženja in obveznosti družbe, njenega finančnega položaja in poslovnega izida, morajo biti v poslovnem poročilu prikazani tudi cilji in ukrepi upravljanja finančnih tveganj družbe, skupaj z ukrepi za zavarovanje vseh najpomembnejših vrst načrtovanih transakcij, za katere se posli zavarovanja računovodsko posebej prikazujejo, ter izpostavljenost družbe cenovnim, kreditnim in likvidnostnim tveganjem ter tveganjem v zvezi z denarnim tokom (ZGD, 2005, 66. čl.).

3.3.2.2. Prostovoljna razkritja

Podjetje mora samo presoditi, kaj pomeni, denimo, pošten prikaz razvoja poslovanja in položaja družbe, kateri so pomembni poslovni dogodki po koncu poslovnega leta, kako obsežno opisati pričakovani razvoj oziroma načrte družbe, aktivnosti na področju raziskovanja in razvijanja ter aktivnosti podružnic v tujini. Pri tem si lahko pomagamo s SRS, mednarodnimi računovodskimi standardi ter tujimi in domačimi izkušnjami

Poslovno poročilo lahko vsebinsko razdelimo na naslednja poglavja (Horvat, 2002, str. 159-166):

- Gospodarska gibanja.
- Prodaja in trženje.
- Analiza poslovanja.
- Zaposleni.
- Kupci.
- Dobavitelji.
- Delničarji.
- Naložbe.
- Raziskovanje in razvijanje ter kakovost.
- Okoljevarstveno delovanje.
- Družbena odgovornost.
- Načrti.
- Podatki na koncu letnega poročila.

Gospodarska gibanja

Podjetje prikaže gospodarske vplive v ožjem in širšem gospodarskem okolju, ki so neposredno vplivali na poslovanje podjetja (npr. sprememba zakonodaje, gibanje domačih in tujih obrestnih mer, vremenski in drugi sezonski vplivi, cena goriva, kupna moč, dinamika v dejavnosti, obdavčenje, konkurenca, cene industrijskih izdelkov, itd.).

Prodaja in trženje

Nahaja se na prvih straneh letnega poročila, podatki pa so prikazani vrednostno, kjer je mogoče tudi količinsko. V tem poglavju podjetje predstavi kako prodaja in kdaj največ prodaja, donosnost posameznega programa, njegovo vrednost v tekočem letu v primerjavi z njegovo vrednostjo v letu poprej ali v primerjavi z načrti za tekoče leto in načrtovane vrednosti.

Podrobneje lahko opiše prodajne oziroma storitvene programe, prodajo po tujih trgih in proizvode, tržne deleže, blagovne znamke, proizvodnjo, produktivnost, panoge, sektorje in oddelke podjetja ter poslovanja, itd.

Analiza poslovanja

Čim bolj kakovostno opravljajo v podjetju analize tekočega poslovanja, tem lažje se uporabniki odločajo. Analiza poslovanja zajema tako analizo na podlagi računovodskih izkazov kot spoznavanje posameznih poslovnih funkcij in poslovanja celotnega podjetja (Horvat, 2003, str. 26-43).

Med analizo poslovanja lahko podjetje vključi:

- Prikaz analize in komentar finančnih in računovodskih podatkov tekočega leta in leta poprej.
- Opis gibanje ključnih postavk iz bilance stanja in izkaza uspeha; prikaz z indeksi oziroma odstotki, tako da primerjamo tekoče poslovno leto s prejšnjim poslovnim letom (prikažemo čiste prihodke iz prodaje na domačem in tujem trgu ³, stroške po posameznih vrstah, čisti dobiček, kapital in dolgove, stalna in gibljiva sredstva ter sestavo nekaterih postavk, plačilno sposobnost, kapitalsko ustreznost, itd.).
- Podjetje lahko prikaže tudi preglednico s kazalniki, če je že ni vključilo v računovodski del letnega poročila.
- Pojasni lahko razloge za večje odmike, če so le ti nastali (uprava lahko v tem delu pojasni razloge za izgubo, negativna gibanja v poslovanju ter druge velike in nenavadne odmike).
- Veliko podjetij posluje po več poslovnih programih in na različnih trgih, zato prikazujejo v letnih poročilih ključne finančne podatke po različnih odsekih (po trgih, poslovnih programih, poslovnoizidnih enotah, itd.) poslovanja. Tovrstni podatki o odsekih bralcu omogočajo, da pogleda, kako podjetje razvija svoje poslovanje, ali se finančni podatki skozi obdobje izboljšujejo, kateri odsek ima dobiček, ali se poslovanje širi, itd.
- Vse bolj pomembna sestavina je tudi obvladovanje tveganj, in sicer cenovnih, tečajnih in obrestnih tveganj, tveganj neizpolnitve pričakovanj nasprotne stranke ter tveganj ob izpostavljenosti do posamezne osebe ali skupine oseb.

V prihodnosti bo analiza poslovanja obvezna sestavina letnega poročila, saj postaja vse pomembnejši vir informacij ter vse pomembnejša podlaga za analize in komentarje računovodskih in finančnih podatkov.

Zaposleni

Tudi ta del v letnem poročilu dobiva vse večji pomen, saj se vse bolj uveljavljajo nove vrednosti in naložbe v oblike intelektualnega premoženja. Podjetje lahko informacije o zaposlenih predstavi v poslovnem delu letnega poročila, ali v obliki posebnega poročila. V prihodnosti bo potrebno temu poglavju dati še večji pomen, saj bo poročanje o zaposlenih kot del letnega poročila postalo zakonsko obvezno.

Podjetje v tem delu opiše gibanje skupnega števila zaposlenih ⁴, število zaposlenih po sektorjih, enotah in lokacijah, izobrazbeno sestavo ⁵, odsotnost, povprečno plačo in

³ Če se čisti prihodki od prodaje po področjih poslovanja družbe oziroma po zemljepisnih trgih med seboj zelo razlikujejo, jih mora podjetje obvezno prikazati ločeno kot prilogo k računovodskim izkazom. Teh podatkov pa ni potrebno razkriti, če bi bilo podjetje zaradi tega pomembneje oškodovano, vendar je potrebno dodatno pojasniti, da je bilo razkritje teh podatkov opuščeno (65. člen ZGD).

⁴ Povprečno število zaposlenih, je kot priloga k računovodskim izkazom, za velike in srednje družbe obvezna sestavina letnega poročila (65. člen ZGD).

primerjavo s panogo, delež stroškov dela glede na stroške iz poslovanja, kadrovske politiko, zaposlovanje, odpovedi, fluktuacijo zaposlenih, nagrajevanje, izobraževanje zaposlenih in stroške izobraževanja, starostno sestavo, stranske dejavnosti za zaposlene, tožbene postopke v zvezi z zaposlenimi, štipendiranje, izkoriščanje delovnega časa, nadure, itd.

Kupci

Če želimo ohraniti tržni delež podjetja moramo spremljati zadovoljstvo kupcev in njihovo zvestobo blagovni znamki. Ugotoviti je potrebno želje, pričakovanja in izkušnje kupcev v zvezi s proizvodi in storitvami ter oblikovati predloge za ukrepe, ki omogočajo podjetju čim boljše prilagajanje kupcem in ohranjanje konkurenčnega položaja. Tako opišemo delitev kupcev, oblike spremljanja zadovoljstva kupcev po posameznih kupcih in ukrepe podjetja za ohranjanje ter izboljšanje tega zadovoljstva.

Dobavitelji

V ta del letnega poročila lahko vključi podjetje število vseh dobaviteljev v letih in spremembe v odstotkih, skupno število in vrednost dobav po letih, predstavitev podatkov, ki vplivajo na zadovoljstvo dobaviteljev, ter opis spremljanja in ocenjevanja zadovoljstva dobaviteljev. Predstavi lahko tudi nabavno službo, mrežo dobaviteljev in nabavo blaga po trgih bolj natančno, pa tudi način izbiranja dobaviteljev in razloge za izbiro.

Delničarji

Poglavje o delničarjih vključuje informacije o gibanju tečaja delnice (v primerjavi s slovenskih borznim indeksom), različne tržne cene delnice, tržne dokapitalizacije, kraj trgovanja, simbol delnice ter gibanja razmerja med tečajem delnice in njeno dividendo (price/dividend oziroma P/E). Vključeno je lahko poročilo o kapitalu, ki pojasnjuje spremembe v kapitalu podjetja, kot so nerazdeljeni dobiček ali izguba, plačane dividende delničarjem, izdane ali umaknjene delnice in spremembe v knjigovodski vrednosti. Delničarje in možne vlagatelje tudi zanima poslovanje po četrletjih, predvsem pa dividendna politika, ki ima precejšen vpliv na dolgoročno poslovanje podjetja, saj dividende predstavljajo izdatek, ki lahko vpliva na likvidnost oziroma plačilno sposobnost podjetja. V tem poglavju so priporočljivi tudi podatki o skupščini delničarjev in predstavitev sestavin bilančnega dobička in njihovih vrednosti.

⁵ Število zaposlenih, razčlenjeno po skupinah glede na izobrazbo, je kot priloga k računovodskim izkazom, za velike in srednje družbe obvezna sestavina letnega poročila (65. člen ZGD).

Naložbe

V to poglavje sodi sestava naložb ter njihove vrednosti in gibanje po letih. To so naložbe v osnovna sredstva, ki jih predstavimo opisno in vrednostno, pa tudi finančne naložbe. Vrednosti naložb lahko prikažemo grafično skozi več let kot primerjavo vrednosti vlaganj z amortizacijo, ciljno kapitalsko sestavo, itd.

Raziskovanje in razvijanje ter kakovost

Podjetje naj bi v letnem poročilu prikazalo vrednost vlaganj v raziskovanje in razvijanje (R&R) kot delež v prihodku, pa tudi, kako aktivnosti na področju raziskav in razvoja vodijo do novih izdelkov, ki povečujejo prodajo in novih proizvodnih procesov, katerih posledica so proizvodna učinkovitost, manjši proizvodni stroški in večja kakovost izdelkov. Bolj kot znesek, porabljen za raziskave in razvoj, je pomembna učinkovitost teh stroškov. Sem sodijo tudi informacije o novih proizvodih in novih blagovnih znamkah. Sestavni del razvijanja je lahko tudi postavitve ali posodobitve informacijskega sistema kot podpora različnim delom poslovanja.

Okoljevarstveno delovanje

Po svetu obstajajo številna mnenja, kaj o ravnanju z okoljem razkriti v letnem poročilu. Nekaj področij pa je vendarle ključnih in se pojavljajo v večini teh mnenj (Horvat, 2003b, str. 10-18):

- Splošen pregled dejavnosti podjetja in njegovih vplivov na okolje.
- Jasno in razumljivo poročilo o usmeritvah v zvezi z okoljem.
- Podrobnosti, kako bo podjetje izvajalo te usmeritve.
- Merljivi in dosegljivi cilji za vsako področje delovanja.
- Kakovostni in količinski podatki o napredku v primerjavi z omenjenimi cilji.
- Podrobnosti o presojah ravnanja z okoljem in o njihovih ugotovitvah.
- Podrobnosti, kdo v podjetju je odgovoren za okoljska vprašanja.
- Možni stroški in naložbe v zvezi z okoljem.
- Predstavitev obveznosti do okolja na najvišji ravni v podjetju.

Podjetje naj bi prostovoljno razkrivalo podatke v zvezi z okoljem, da bi (Vezjak, 1999):

- Povečalo svoj ugled.
- Upravičilo trenutne aktivnosti.
- Odvrnilo pozornost z drugih področij.
- Prehitelo zakonodajo.

Koristi poročanja so lahko (Vežjak, 1999):

- Ugoden vpliv informacij na ceno delnic.
- Učinek zmanjšanja kateregakoli zaznanega tveganja kot posledica informacij.
- Povečanje ugleda podjetja, njegove konkurenčne prednosti, itd.

Razlogov, zaradi katerih vodilne ekipe zdaj posvečajo več pozornosti oziroma odgovornosti okolju in družbi kot pred leti, že nekaj časa ni več mogoče zajeti v romantične *mehke* kategorije, kot sta sloves in dobro ime ali želja, da bi se podjetje pokazalo kot iskan delodajalec in dolgoročen poslovni partner. Danes so razlogi za prijaznost do okolja povsem *trdi* poslovni kazalci, zajeti v zniževanju tveganja in stroškov, rasti prihodkov in povečevanju vrednosti delnic za lastnike. Finančni sektor, ki se odloča o novih vlaganjih, pri ocenjevanju podjetij namreč čedalje bolj upošteva njihovo naklonjenost reševanju okoljskih, socialnih in družbenih težav. S tem se spreminja bistvo posla: Poslovna odločitev je nenadoma ne le ekonomska, ampak hkrati socialno - družbena odločitev (Drevenšek, 2003).

Poročilu o ravnanju z okoljem

Podjetje lahko v posebnem poročilu predstavi okoljevarstveno delovanje, ki je ločeno od letnega poročila in ga uporabniki lahko pridobijo kot zunanji sestavni del letnega poročila. Imenujemo ga tudi letno poročilo o ravnanju z okoljem in je dokument, ki ga izda podjetje s ciljem komunicirati z interesnimi skupinami o najpomembnejših vprašanih ravnanja z okoljem. Namen izdaje tega poročila je vzpostaviti dialog in promovirati sodelovanje z različnimi interesnimi skupinami o okoljevarstvenih vprašanih. Podjetja ga pripravijo prostovoljno, zato gre za pomanjkanje enotnosti in primerljivosti teh dokumentov. Vsebinsko mora biti logično, pošteno in polno številčnih podatkov, vendar hkrati berljivo in enostavno razumljivo.

Okoljsko poročilo je razdeljeno na (Vežjak, 2002, str. 29-70):

- *Opisne (kvalitativne) informacije*: Komentarji v obliki razkritij k bilanci stanja. Vključuje informacije o dejavnosti, sestavi in politiki ravnanja z okoljem.
- *Oštevilčene (kvantitativne) informacije*: Predstavitve najbolj pomembnih števil, ki pomenijo razmerja med podjetjem in okoljem, v bilanci stanja. Sem sodijo informacije o emisijah, porabi surovin in proizvodih ter stroških ravnanja z okoljem.

Takšna sestava je lahko zelo podobna letnemu poročilu, kjer so računovodski izkazi z razkritji dopolnjeni tudi z opisom strategije in politike podjetja, programi in cilji. Nekatera podjetja dajejo večji poudarek opisnemu (kvalitativnemu) delu in pišejo več o proizvodih in dejavnostih, druga pa bolj pojasnijo poslovanje ter priskrbijo podatke o proizvodnji, onesnaževanju in drugih kazalcih. Katerikoli del podjetje bolj poudari, je zelo pomembno, da je poročilo o ravnanju z okoljem pregledno in natančno, da je berljivo, da bralcu ponuja dovolj informacij za razumevanje poslovanja podjetja in tudi da je primerno razmerje med besedilom, slikami, diagrami in tabelami. Vsebinsko mora biti logično, pošteno in polno številčnih podatkov, vendar hkrati berljivo in enostavno razumljivo (Horvat, 2003c, str. 26).

Poročila o trajnostnem razvoju

Trajnostni način poslovanja in sestavljanje poročil o trajnostnem razvoju (sustainability reports) je naslednja stopnja okoljevarstvenega delovanja. Zajema vsebine o okoljevarstvenem, družbenem in gospodarskem delovanju, kar se v tujini že dalj časa izdeluje. V Sloveniji je to področje še v povojih, vzroki pa so druge prednostne naložbe in pomanjkanje ukrepov države in javnosti proti tistim, ki s svojim delovanjem škodijo okolju.

Podjetja, ki ne poročajo o ravnanju z okoljem, se bodo srečevala z vedno večjim pritiskom konkurentov, ki o tem poročajo. Na tej stopnji je lahko sestavljanje poročila o ravnanju z okoljem tržna prednost, saj podjetje v njem predstavlja svojo sposobnost za hitro in učinkovito urejanje novih vprašanj in področij. V bližnji prihodnosti bo postalo poročanje o ravnanju z okoljem nujno potrebno, posebej za velika podjetja (Vežjak, 1999).

Družbena odgovornost

Družbena odgovornost podjetja postaja sestavni del marsikaterega poslovanja podjetja v Sloveniji. Podjetje si ponavadi izberejo tiste športne, kulturne, humanitarne, zdravstvene, športne in izobraževalne dejavnosti, ki prispevajo k razvoju družbenih vrednot in so povezane z dejavnostjo. Podjetje lahko deluje kot širše družbeno podjetje v državi ali pa podpira dejavnosti lokalne skupnosti, kjer posluje in od koder prihajajo zaposleni.

Načrti

Poslovodstvo vizijo in strategijo podjetja na kratko predstavi že v uvodnem delu letnega poročila, podrobno pa v tem delu. Interesne skupine se namreč na podlagi načrtov odločajo, ali bodo s podjetjem še poslovale ali ne. Pri tem so pomembne informacije o ciljih podjetja in načinu, kako jih bodo v podjetju uresničili, informacije o tveganjih, priložnostih in načinu, kako se bodo v podjetju z njimi spopadli. Poleg tega je potrebno predstaviti ključne dejavnike, ki omogočajo uspešno uresničevanje načrtov in primerjanje dejanskega poslovanja podjetja z načrtovanjem ob predvidenih priložnostih in tveganjih.

Podatki na koncu letnega poročila

Na zadnjih straneh letnega poročila predstavimo seznam članov poslovodstva in vseh pisarn, tudi zunaj sedeža podjetja, ter vse podružnice in hčerinska podjetja (s telefoni, naslovi, naslovi elektronske pošte, spletnim naslovom, itd.).

4. LETNO POROČILO PODJETJA MARLES HIŠE MARIBOR

4.1. ZGODOVINA PODJETJA

Prvi zametki podjetja Marles hiše Maribor ⁶ segajo v leto 1899, ko je bil v obrtem registru izveden prvi vpis podjetja, najprej pod nazivom »mizarstvo«, kasneje spremenjenim v »parno mizarstvo«, ki je v glavnem izdelovalo stavbno pohištvo. Med vojno je bilo okoli 60 % podjetja zbombardiranega in s prenosom na kompleks v Limbuš je bilo leta 1965 likvidirano. Leta 1903 je bilo na tem območju registrirano podjetje, ki je serijsko proizvajalo kvalitetno furnirano in oblazinjeno pohištvo, leta 1919 pa je bilo v Melju ustanovljeno podjetje Drava, ki je izdelovalo žagan les, stavbno pohištvo in druge mizarske ter finalne lesne izdelke. Tovarna pohištva na Pobrežju se je ustanovila iz bivšega podjetja Utensilia leta 1933. V letu 1942 je bila postavljena ročna mizarska delavnica, ki je izdelovala tudi montažne stavbe.

Na osnovi porušenih, delno obnovljenih obratov in obrtnih podjetij in žag (med drugimi OE Podvelka z bakrarno v Breznu, OE Lovrenc) so začeli rasti dejanski predhodniki Marlesa, to je LIP Maribor, Tovarna pohištva Maribor in Oprema Maribor. V povojnem obdobju je zaradi potreb po obnovi in specifičnih razmer prihajalo do več reorganizacij, likvidacij, fuzij in tako sta se leta 1960 k podjetju LIP Maribor, ki je veljal za nosilca razvoja lesne industrije v severovzhodni Sloveniji, pripojili Oprema Maribor in Tovarna pohištva Maribor.

Podjetje je poslovalo najprej pod nazivom Marles, lesna in pohištvena industrija Maribor. Med podjetji združenimi v LIP Maribor je bil tudi LIP Limbuš, ki je začel izgradnjo nove žage na limbuškem kompleksu. Dokončno formiranje kolektiva je bilo doseženo v letu 1967, ko je bila opuščena na obratu Drava mizarska in tapetniška proizvodnja.

Slabi rezultati poslovanja so povzročili uvedbo stečajnega postopka nad podjetjem Marles dne 8.2.1990, ki je bil končan s prisilno poravnavo in ustanovitvijo delniške družbe Marles Holding Maribor d.d. s hčerinskimi podjetji v decembru leta 1990.

V letu 2003 je bila v Avstriji ustanovljena hčerinska družba Marles Fertighaus GmbH in v Zagrebu Marles Kuće d.o.o. Proizvodnja stavbnega pohištva je bila prenesena v družbo Marles gradnja in servis d.o.o. Podjetje Marles je danes največji slovenski proizvajalec industrijsko izdelanih montažnih hiš ter javnih in poslovnih objektov.

4.2. PRISTOJNOSTI PRI SESTAVI LETNEGA POROČILA

V navodilih za pripravo letnega poročila so zadolženi za sestavo posamezne vsebine letnega poročila opozorjeni, da je letno poročilo javno in dostopno vsakomur, ki ga želi videti.

⁶ V nadaljevanju bom za Marles hiše Maribor uporabljal kratico Marles.

Potrebno je:

- Pisati v kratkih stavkih in odstavkih, s poudarki v alinejah in s čim manj leporečja.
- Paziti, kaj pisati, da ne bi razkrivali informacij, ki so konkurenčna prednost ali poslovna skrivnost družbe Marles (upoštevali naj bi Pravilnik o poslovni skrivnosti⁷).

Zadolženi za sestavo letnega poročila:

- Analiza poslovanja (razen informacije v zvezi z okoljem in zaposlenimi): Direktor računovodstva in financ, direktor družbe in vodja plana in analize.
- Poročilo sektorja za trženje: Direktor trženja.
- Informacije v zvezi z varstvom okolja: Tehnolog za varstvo in zdravje pri delu in vodja razvoja.
- Informacije v zvezi z zaposlenimi: Vodja kadrovske službe.
- Pomembnejši poslovni dogodki, ki so nastopili po koncu poslovnega leta: Direktor računovodstva in financ in direktor družbe.
- Predstavitev poslanstva, vizije, strategije in najpomembnejših ciljev: Direktor družbe.
- Pričakovani razvoj družbe: Direktor računovodstva in financ in direktor družbe.
- Aktivnosti družbe na področju raziskav in razvoja: Vodja razvoja, vodja informatike in vodja investicij in vzdrževanja (vsak za svoje področje dela).
- Osnovni podatki o zagotavljanju kakovosti (način kontrol, prednosti iz naslova kakovosti, pridobljeni atesti, skladnosti, ...): Vodja razvoja.
- Obstoj podružnic družbe: Direktor računovodstva in financ.
- Računovodski izkazi in priloge s pojasnili: Direktor računovodstva in financ in vodja plana in analize.
- Poročilo direktorja družbe (uprave): Direktor družbe.
- Za javno razpravo je potrebno predložiti AJPEŠ-u tudi predlog razporeditve dobička ali obravnavanja izgube ter razporeditev dobička ali obravnavanja izgube, če to ni razvidno iz letnega poročila (obvezno po 7. členu ZGD-H): Direktor računovodstva in financ in direktor družbe.
- Predlog uprave o uporabi bilančnega dobička.

Koordinacija pri sestavi letnega poročila poteka v plansko analitski službi, ki določi strokovna navodila (za vsebino in obliko) in jih pošlje posameznikom. Vodja plansko analitske službe je odgovoren za koordinacijo med posameznimi vodji oziroma oddelki, medtem ko pri sestavi letnega poročila sodelujejo različni strokovnjaki, da ni poudarjeno samo eno področje in zanemarjena druga.

⁷ V nadaljevanju bom za Pravilnik o poslovni skrivnosti uporabljal okrajšavo Pravilnik.

4.3. PRAVILNIK O POSLOVNI SKRIVNOSTI

Namen Pravilnika je zaščita konkurenčnih sposobnosti družbe, s tem pa določa za poslovno skrivnost določene podatke oziroma vrste podatkov ter predmete, pravice in obveznosti zaposlenih v zvezi z njihovo uporabo in varovanjem, da se z njimi ne seznanijo osebe zunaj družbe in tudi ne zaposleni v družbi, ki take podatke oziroma predmete ne potrebujejo pri svojem delu oziroma v zvezi z opravljanjem funkcij in konkurenčne prepovedi (Pravilnik, 2003, 1. čl.).

Predmet poslovne skrivnosti je lahko podatek, ki je lahko (Pravilnik, 2003, 2. čl.):

- *Materializiran* (zapisi, načrti, sheme, diagrami, diskete, CD-eji, računalniški ali magnetofonski trakovi, računalniške baze podatkov, vzorec, prototip, itd.).
- *Mematerializiran* (vsako ustno seznanjanje s podatki, raziskovalne ideje, ideje o tehnično tehnoloških rešitvah, razgovori o nabavah ali prodajnih strategijah, itd.).

Za poslovno skrivnost se štejejo podatki in predmeti, ki se nanašajo na (Pravilnik, 2003, 8. čl.):

- Planiranje in izvajanje razvojnih, raziskovalnih, projektnih, analitskih in proizvodno tehnično - tehnoloških aktivnosti družbe, organizacijo dela ter rezultati teh aktivnosti.
- Projektno dokumentacijo objektov.
- Znanje, pridobljeno na podlagi licenc, know - howa in izpopolnitev postopkov oziroma dela.
- Tržni položaj aktivnosti družbe:
 - Nastopanje družbe na domačem in tujem trgu.
 - Kupci, dobavitelji in drugi pogodbeni partnerji.
 - Prodajne režime.
 - Ponudbe.
 - Reklamne akcije in strokovno informatiko.
 - Planske in prodajne kalkulacije.
 - Stanje zalog in končnih izdelkov.
 - Planske, obračunske in prodajne kalkulacije za posamezne izdelke in rangiranje izdelkov.
- Finančni položaj in aktivnosti:
 - Finančne transakcije.
 - Dolgove in terjatve.
 - Likvidnost.
- Investicije, investicijske elaborate, analize in projektne rešitve, skice, obratovalno dokumentacijo.
- Osebnostni status zaposlenih in njihovih družin, njihovo socialno in zdravstveno stanje, plače in druge podatke, ki jih zbirajo službe družbe.
- Računalniško uporabniške aplikacije in systemske produkte.
- Ponudbo za natečaje ali javne licitacije, dokler ni objavljen izid.

- Na osnutke določenih informacij, analiz, elaboratov ter druge pisne izdelke ter predloge služb, dokler jih s podpisom za javne ne odobri direktor oziroma pooblaščen zaposleni.
- Lokacije, kjer se hranijo listine z zaupnimi podatki, in na organizacijo službe varovanja ter signalno varnostne naprave, na njihove lokacije in način delovanja.

Poslovna skrivnost so tudi podatki, ki jih kot take določijo direktor in delavci s posebnimi pooblastili in odgovornostmi (Pravilnik, 2003, 9. čl.):

4.4. UVODNI DEL

Med uvodni del letnega poročila podjetja Marles sodijo poglavja (Letno poročilo 2003, Marles hiše Maribor d.o.o., str. 1-9):

- Naslovnica.
- Osnovne informacije o podjetju.
- Marles hiše Maribor d.o.o. v letu 2003.
- Kazalo.
- Poročilo direktorja družbe.
- Predstavitev družbe:
 - Iz preteklosti do danes.
 - Osnovni podatki o družbi.

4.4.1. Povzetek z uvodnimi poudarki

Uvodne poudarke najdemo v poglavju »Marles hiše Maribor d.o.o. v letu 2003«, kjer podjetje z nekaj besedami vrstično navaja dosežke o poslovanju v tekočem letu. Med navedene finančne podatke sodijo:

- Čisti prihodki od prodaje.
- Čisti poslovni izid obračunskega obdobja.
- Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala.
- Vlaganja v opredmetena osnovna sredstva.
- Neopredmetena dolgoročna sredstva.
- Število zaposlenih.

Omenjeni so še ustanovitev hčerinskega podjetja v Avstriji, postavitev nove vzorčne hiše, razvoj »Mega« stene, pridobitev certifikatov potrebnih za prodajo in zagotovitev neobveznih znakov kakovosti.

4.4.2. Kratka uvodna predstavitev

Na začetku letnega poročila (na strani 2) bralec dobi najosnovnejše podatke o družbi - naziv podjetja, telefon, elektronsko pošto in internetni naslov podjetja. V poglavju »Predstavitev družbe«, podpoglavje »Osnovni podatki o družbi« (na strani 8) najdemo podatke o sedežu družbe, vpis v sodni register, matično številko, davčno številko, številko transakcijskega računa, velikost družbe, podatke o številu zaposlenih, opis dejavnosti, višino kapitala, čisti poslovni izid in nominalno vrednost osnovnega kapitala družbe. Navedeni so direktor družbe, člani skupščine in podružnici v Avstriji in Zagrebu. Opisane so družbe, ki so vključene v konsolidirane računovodske izkaze in naslov, kjer je mogoče dobiti konsolidirano letno poročilo.

V podpoglavju »Iz preteklosti do danes« uprava posebej poudarja dolgoletno tradicijo in navaja pomembnejše objekte, ki so jih v tem času postavili. Opisana sta mejnika, ki sta bistveno vplivala na padec prodaje:

- Obdobje po osamosvojitvi Slovenije in vojni na Hrvaškem ter Bosni.
- Kriza v gradbeništvu leta 2000.

Sledili so drugačni trženjski pristopi in posledično ustanovitev podružnice v Avstriji in prenos proizvodnje stavbnega pohištva v družbo Marles gradnja in servis d.o.o. V nadaljevanju so predstavljeni:

- Vizija, cilji in namen podjetja.
- Razvojna usmeritev.
- Odnos do zaposlenih, poslovnih partnerjev in širšega okolja.
- Ekonomska usmeritev in organizacija.

4.4.3. Poročilo predsednika uprave

Prostovoljna razkritja, ki so pomembna za uspeh posameznega podjetja, so zelo uporabna še posebej razkritja o pogledu posloводства na ključne dejavnike uspeha podjetja in razvojna gibanja, ki obkrožajo te dejavnike.

V prvem delu je opisana panoga lesnopredelovalne industrije, v kateri igra pomembno vlogo prav proizvodnja montažnih hiš. Je izvozno intenzivna, usmerjena predvsem na sosednje trge, saj se tovrstna gradnja v Sloveniji kljub tradiciji zelo počasi razvija. Opisane so prednosti montažne gradnje, ki jih bralec spozna na primeru skandinavskih držav.

V drugem delu direktor poudari, da je Marles največji proizvajalec in opiše konkurenčne prednosti. Bralec dobi jasno sliko o osnovnih značilnostih poslovanja in pregledu razvoja podjetja. Glavno pozornost namenja navezanosti na enega poslovnega partnerja v Avstriji in Nemčiji. To je podjetje Hanlo, ki predstavlja glavno oviro za širitev in uspeh podjetja v prihodnosti. Podjetje z njim prekine poslovne stike, z namenom krepiti lastno blagovno

znamko. Temu sledi ustanovitev hčerinskega podjetja in postavitev nove vzorčne hiše na Dunaju. Na kratko so opisani negativni vplivi gospodarskih gibanj na poslovanje podjetja, saj je kriza v gradbeništvu zaradi padca prodaje pomembno vplivala na poslovni izid.

V zadnjem delu še poudarja na smotrnost samostojnega prodora na tuje tržišče, saj je Marles pridobil vse potrebne certifikate in znake kakovosti, ki mu omogočajo prodajo izdelkov pod svojo blagovno znamko. Z pestro ponudbo sodobnih montažnih hiš lahko zadovolji želje najzahtevnejših kupcev povsod po Evropi. Pravilna odločitev se odraža v uspešnih poslovnih rezultatih v prvih mesecih leta 2004.

4.5. SPLOŠNI DEL

Med splošni del letnega poročila Marles sodijo poglavja (Letno poročilo 2003, Marles hiše Maribor d.o.o., str. 10-32 in str. 67-70):

- Gospodarska gibanja in poslovanje v letu 2003.
- Prodaja.
- Kakovost.
- Zaposleni.
- Varnost in zdravje pri delu, varstvo pred požarom in varstvo okolja.
- Raziskave in razvoj.
- Načrti za leto 2004 in naprej.
- Poslovanje podružnice.
- Organizacijska shema.
- Hčerinski družbi in podružnica.
- Prodajna mesta v Sloveniji.

4.5.1. Gospodarska gibanja

V poglavju »Gospodarska gibanja in poslovanje v letu 2003« je podjetje opisalo gospodarske vplive, ki so neposredno vplivali na poslovanje podjetja. Leto 2003 je bilo zlasti v Evropi, kamor podjetje proda največ proizvodov, obdobje šibke gospodarske rasti, nizke stopnje inflacije, padanja vrednosti dolarja in krepitev evra.

V prvem delu so opisani ti vplivi na predelovalno dejavnost, sem se z lesno predelovalno industrijo uvršča tudi družba Marles. Posledica teh vplivov na panogo je zmanjšanje zaposlenosti, povečevanje zalog proizvodov v visoko izvozno usmerjenih podjetjih, zniževanje izvoznih cen in zadržano povpraševanje.

V drugem delu so opisani konkretni vplivi na podjetje Marles. Nemčijo in posledično tudi Avstrijo je zajela recesija in nemška vlada je začela z restriktivnimi ukrepi ter ukinila razne subvencije. To pa se je odražalo v znižanem povpraševanju, zniževanju cen in drastičnem upadu prodaje. V nadaljevanju so opisani intenzivni ukrepi družbe, ki je spoznala, da je

odvisnost samo od teh dveh trgov lahko za podjetje usodna. Predlaga se racionalizacija stroškov in prodor na trge Hrvaške, Italije, Švice in močnejšo uveljavitev na slovenskem trgu.

4.5.2. Prodaja in trženje

Informacije o prodaji in trženju se nahajajo v poglavju »Prodaja« in kot je priporočeno, ga najdemo na začetku letnega poročila. Z vrednostjo čistih prihodkov je prikazana prodaja na trgih Avstrije, Nemčije, Slovenije, Italije, Hrvaške in Švice. Struktura čistih prihodkov je prikazana v obliki kolača, kar poveča preglednost in primerljivost podatkov.

V nadaljevanju poglavja so opisane aktivnosti po posameznih trgih, vendar zelo redkobesedno, brez finančnih podatkov. Za hrvaški, švicarski in italijanski trg so podatki skopi, saj so omenjeni le zastopniki in odnosi z njimi, o aktivnostih na avstrijskem trgu pa dobi bralec samo podatek o ustanovitvi hčerinskega podjetja, kar pa izve že v prejšnjih poglavjih letnega poročila.

Na zadnji strani tega poglavja je z grafom vrednostno prikazan trend gibanja prodaje od leta 1997 do leta 2003, posebej za domači in tuji trg. Naveden je tudi podatek o znižanju števila zaposlenih, ki je skupaj z čistimi prihodki od prodaje prikazan v grafu. Podjetje bi lahko opisalo prodajne programe in proizvode, ki jih proizvaja. Po posameznih trgih so opisani predvsem načini prodaje, nekaj besed je namenjenih konkretno zgrajenim objektom, akcijskim ponudbam in oglaševanju.

4.5.3. Analiza poslovanja

Uprava podjetja Marles je ključne finančne podatke predstavila po posameznih trgih. V poglavju »Prodaja« je analizira samo čiste prihodke iz prodaje na domačem in tujem trgu, ostale ključne postavke iz bilance stanja in izkaza uspeha pa so zanemarjene. Tako bralec ne more razbrati, kako podjetje razvija svoje poslovanje in na katerih trgih ustvarja dobiček. Izpostavljen je problem velikega števila invalidov, pri katerih je zaznati manjšo produktivnost, večjo odsotnost z dela in težjo organizacijo dela. Zato je Marles v letu 2003 ustanovil invalidsko podjetje Marles gradnja in servis. S tem so prerazporedili invalide in pridobili državno pomoč za reševanje in prestrukturiranje gospodarskih družb. Preglednica s kazalniki je vključena v računovodski del letnega poročila.

Uprava je navedla razloge za izgubo, kot glavna razloga pa izpostavlja recesijo na ključnih prodajnih trgih in odvisnost od enega poslovnega partnerja. Pri obvladovanju tveganj navaja izpostavljenost do posamezne osebe in ukrepe, ki jih je potrebno izvesti. Predvsem samostojen prodor na tujem trgu pod lastno blagovno znamko in ustanovitev hčerinskega podjetja.

4.5.4. Zaposleni

V poglavju »Zaposleni« uprava že v uvodnih besedah poudarja, da posveča veliko pozornost izobrazbi in različnim oblikam izobraževanja zaposlenih. Poglavju o zaposlenih pa bo treba v prihodnosti dati še večji pomen, saj bo poročanje o zaposlenih kot del letnega poročila postalo zakonsko obvezno.

Bralec lahko razbere, da je podjetje v tekočem letu izboljšalo izobrazbeno strukturo, navedeno je število delavcev, ki se je dodatno šolalo v izobraževalnih zavodih in število delavcev, ki so se funkcionalno izobraževali v zunanjih izobraževalnih institucijah. Niso pa navedeni skupni stroški izobraževanja. V obliki kolača je glede na stopnjo izobrazbe predstavljena izobrazbena struktura zaposlenih. Število zaposlenih se je zmanjšalo, posledično so se zmanjšali tudi stroški dela, ki so predstavljeni v odstotkih od skupnih stroškov poslovanja. Povprečna plača presega panožno povprečje. Lahko bi dodali še podatke o številu zaposlenecv po posameznih sektorjih in velikost povprečne plače v podjetju.

V razpredelnici je prikazana struktura zaposlenih po starosti in spolu in fluktuacija delavcev glede na njihovo stopnjo izobrazbe. Navedeni so podatki o bolniškemu staležu, porodniškemu dopustu, nadurnemu delu, izmenskemu delu, nočnemu delu in delu ob nedeljah in praznikih. Bralec pa ne dobi podatkov o štipendiranju, nagrajevanju oziroma stimuliranju zaposlenecv, tožbenih postopkih v zvezi z zaposlenci in stranskih dejavnosti za zaposlenecv (izleti, športne in kulturne dejavnosti, itd.)

4.5.5. Kupci, dobavitelji in naložbe

Če želimo ohraniti tržni delež podjetja moramo spremljati zadovoljstvo kupcev in njihovo zvestobo blagovni znamki. Ugotoviti je potrebno želje, pričakovanja in izkušnje kupcev v zvezi s proizvodi in storitvami ter oblikovati predloge za ukrepe, ki omogočajo podjetju čim boljše prilagajanje kupcem in ohranjanje konkurenčnega položaja

Podjetje Marles kupcem, dobaviteljem in opisu naložb v letnem poročilu ni namenilo veliko pozornosti. Tako v letnem poročilu ne najdemo delitve kupcev, oblike spremljanja zadovoljstva kupcev in ukrepe za ohranjanje in izboljšanje njihovega zadovoljstva. Čeprav bi se morale podjetje zavedati, da je ravno zadovoljstvo kupcev in njihova zvestoba proizvodom in blagovni znamki ključna za prodajo in tržni delež podjetja. Podjetje poudarja željo, da bi prednosti gradnje montažnih objektov, kot bivalnega okolja ljudi postale razumljive in splošno znane ter blagovna znamka Marles sinonim za tako gradnjo. Bralcu pa ne ponuja konkretnih predlogov, na kakšen način želi to realizirati.

4.5.6. Raziskovanje in razvijanje ter kakovost

Poglavje »Raziskave in razvoj« je vsebinsko razdeljeno na:

- Razvoj izdelka.
- Certificiranje.
- Proizvodni proces.
- Informacijsko tehnologijo.

V uvodnem delu tega poglavja je zapisano, da podjetje Marles ne sledi samo zakonom in predpisom, temveč tudi željam in zahtevam kupcev. Zato kontinuirano teče razvoj različnih tipov hiš z novimi oblikami in tehnološkimi rešitvami. Opisana je nova vzorčna hiša v Limbušu, posebej pa poudarjajo, da kupec lahko izbira pri gradnji hiše med različnimi materiali tako po kakovosti, vrsti materiala in ceni.

V nadaljevanju najdemo informacije o novih proizvodih. Podjetje je razvilo nova sistema »Marles Basic« in »Marles Mega«, ki kupcem v Avstriji zaradi nizke porabe olja omogoča pridobitev subvencije. V prihodnosti želijo zaradi vse ostrejših zahtev v EU razviti varčnejši sistem zunanjih sten, ki bo kupcem omogočil višjo subvencijo, nižje stroške ogrevanja in posledično čistejše naravno okolje. Opraviti želijo raziskave o potresni varnosti posameznih objektov, ki bodo podjetju omogočile pridobiti evropsko tehnično soglasje in s tem ohraniti ter povečati konkurenčne prednosti. Podjetje Marles poleg obveznih certifikatov pridobiva tudi neobvezne certifikate in s tem dokazuje, da izpolnjuje visoke, mednarodno primerljive zahteve glede kakovosti.

Kot je priporočljivo, so podrobneje opisani znaki kakovosti in certifikati o skladnosti, katerih veljavnost so v tekočem letu podaljšali in tisti, katere morajo v prihodnosti za nemoteno poslovanje na evropskem trgu še pridobiti. V letu 2003 so zaradi pričakovanega vstopa v EU začeli posodabljati informacijski sistem, ki bo omogočil nemoteno poslovanje in računalniško izmenjavo podatkov. V poglavju »Kakovost« je prikazana organiziranost oddelka za zagotavljanje kakovosti in kontrolo kvalitete, posebej pa so opisane aktivnosti na področju vhodne kontrole, medfazne kontrole in končne kontrole.

4.5.7. Ravnanje z okoljem in družbena odgovornost

Okoljevarstveno delovanje in njegova predstavitev ne prinaša samo večjega uspeha in ne zmanjšuje samo pritiska javnosti, ampak zagotavlja tudi boljši pregled nad poslovanjem, manjše stroške, večjo produktivnost in drugačen odnos zaposlenih do okolja in do dela.

Na začetku poglavja o okoljevarstvenem delovanju je poudarjeno, da podjetje Marles pospešeno uveljavlja nove, okolju prijazne razvojne procese. Izdelke razvijajo s poudarkom na kakovosti bivanja in varovanja okolja. S primerom so nazorno prikazani prihranki pri ogrevanju montažne hiše, manjše onesnaževanje okolja in tudi ekonomska korist za

uporabnika Marles hiše. Izogibajo se postopkom, ki so okolju nevarni, pri proizvodnji izdelkov pa preprečujejo uporabo nevarnih snovi. Opisana je pridobitev potrdila o vpisu v evidenco predelovalcev lastnih odpadkov, sodelovanje na seminarju, vpeljava ločenega zbiranja odpadkov, meritve hrupa in škodljivih emisij v naravnem življenjskem okolju, itd. Informacij o družbeni odgovornosti bralec v letnem poročilu ne najde.

4.5.8. Načrti

Posloводства podjetja gleda na letno poročilo predvsem kot na dokument, s katerim poroča sedanjim in bodočim lastnikom družbe o svoji uspešnosti in možnosti za razvoj. Ta pa služi delničarjem, da upravo kaznujejo ali nagradijo, zato poskuša vodstvo v letnem poročilu predstaviti poslovanje uspešnejše kot je v resnici.

V poglavju »Načrti za leto 2004 in naprej« podjetje opisuje cilje, ki jih je potrebno uresničiti za uspešno poslovanje v prihodnosti. Predstavljena sta ključna dejavnika, ki naj bi omogočila uspešno uresničiti načrte. To sta krepitev lastne blagovne znamke in prodajne mreže ter ponuditi kupcu celovit prodajni servis. Investirati želijo v gradnjo novih vzorčnih hiš in strokovno izpopolnjevati ter pomlajevati kader. Uprava je načrte predstavila v nekaj besedah (1/3 strani).

4.5.9. Podatki na koncu letnega poročila

Na koncu letnega poročila so predstavljeni osnovni podatki o hčerinskih družbah na Hrvaškem in v Avstriji, podružnici na Hrvaškem, vzorčnih hišah v Ljubljani in Limbušu in zastopnikih za prodajo na slovenskem trgu. Za vzpostavitev kontakta ima bralec na voljo naslov organizacije oziroma zastopnikov, telefonsko številko, fax in elektronsko pošto. Naveden je tudi internetni naslov podjetja Marles, na katerem pa ne najdemo letnega poročila v elektronski obliki.

S pomočjo mrežnega diagrama je nazorno prikazana organizacijska shema podjetja Marles, v poglavju »Poslovanje podružnice« pa je opisana podružnica v Zagrebu. Ni pa naveden seznam posloводства, ki je v tekočem letu vodil podjetje.

4.6. Predlogi za morebitno izboljšanje letnega poročila

Uprava podjetja Marles je z uporabo alinej v *povzetku z uvodnimi poudarki* kratko in jedrnato predstavila tekoče poslovanje v letu 2003 na način, ki je prikladen tudi strokovno manj podkovanemu bralcu. Za večjo primerljivost in relevantnost bi lahko sem vključili pretekle podatke in nakazali trend, ki ga pričakujejo v prihodnosti. Z grafi, tabelami in grafičnim oblikovanjem strani bi lahko zagotovili večjo privlačnost letnega poročila, saj bi na ta način bralca pritegnili k nadaljnjemu branju.

V **uvodni predstaviti** so primerno predstavljeni podatki o podjetju, ki so pregledni in razumljivi, vendar bi lahko tudi v tem delu vključili več grafov, slik in tabel. Omenili bi lahko ostale člane uprave in s posnetki iz poslovnega vsakdana poskrbeli za pestrost in vizualno privlačnost tega dela. Podjetje je poudarilo pomembne poslovne dogodke v preteklosti, ustanovitev podružnice in razvoj novega proizvoda (debelejša stena). Podrobneje bi lahko predstavili poslanstvo, vizijo ter cilje, ki jih želijo v prihodnosti realizirati, navedli bi lahko tržni delež, ki ga dosegajo na domačem in tujem trgu, vpliv podjetja na okolje in izjemne dogodke, ki so se pripetili v tem letu.

Kot je priporočeno, najdemo **poročilo direktorja družbe** na začetku letnega poročila. Obsega eno stran in ne vsebuje številčnih podatkov, ampak z besedami opisuje pomembne dogodke preteklega poslovnega leta. Napisano je enostavno in bralcu prijazno, pri čemer ga ne dolgočasi. Poudarjeni so glavni dosežki v tekočem poslovnem letu, hkrati so razvidni motivi in ambicije, ki jih ima podjetje. Pomembne informacije v tem delu so v nadaljevanju letnega poročila podrobneje analizirane in opisane. Uprava bi lahko bralcu ponudila več informacij o strategiji podjetja.

Gospodarska gibanja je podjetje Marles predstavilo v istem poglavju kot analizo poslovanja v tekočem letu. Pri tem je pretežno navajalo parametre o družbenih dogajanjih, slabše pa je prikazalo vpliv gospodarskih gibanj na samo dejavnost in poslovanje podjetja. Na kratko je sicer opisan vpliv tujega gospodarstva na prodajo podjetja Marles, vendar bi bralec z uporabo finančnih podatkov in grafov ter tabel pridobil jasnejšo sliko o teh vplivih.

V poglavju **prodaja in trženje** bi lahko navedli tržne deleže po posameznih trgih, prodajo po trgih pa bi lahko predstavili ne samo vrednostno, ampak tudi količinsko. Prikazali bi lahko primerjavo prihodkov in stroškov, torej rentabilnost za posamezen trg, primerjavo z rezultati v preteklosti ali z načrti v prihodnosti.

Kljub dejstvu, da **analiza poslovanja** skupaj z analizo prodaje sodi med najpomembnejše sestavine letnega poročila in bo v prihodnosti predstavljala vse bolj pomemben vir informacij, podjetje Marles temu poglavju ni namenilo veliko pozornosti, ampak je predstavilo samo obvezna razkritja, ki jih določajo SRS. Preglednica s kazalniki je vključena v računovodski del letnega poročila. Zaradi močne navezanosti na enega poslovnega partnerja, podjetja Hanlo iz Avstrije, bi bralec v poročilu pričakoval bolj nepristranske informacije o tveganju izpostavljenosti do ene osebe.

Uprava že v uvodu poudarja, da posveča veliko pozornost **zaposlenim** in njihovem izobraževanju, o katerih bralec izve veliko podatkov na pregleden način (uporaba grafov in kolačev). Lahko bi navedli še skupne stroške izobraževanja, podatke o številu zaposlenecv po posameznih sektorjih, velikost povprečne plače v podjetju, informacije o štipendiranju in nagrajevanju, itd.). Vsekakor bo treba v prihodnosti poglavju o zaposlenih dati še večji pomen, saj bo poročanje o zaposlenih postala obvezna sestavina letnega poročila podjetja.

Zelo malo besed v letnem poročilu namenja uprava **kupcem, dobaviteljem, naložbam v raziskave v razvoj** oziroma se drži le predpisov, ki so obvezni in neizogibni. Vrednost naložb v raziskave in razvoj (R&R) bi lahko prikazali kot delež v prihodkih, medtem ko v letnem poročilu podjetja Marles o tem ne najdemo nobenih finančnih podatkov. Ta poglavja bo morala v prihodnosti razširiti, saj lahko v njih interesne skupine najdejo uporabne in pomembne informacije.

Poročanje o ravnanju z okoljem ni predstavljeno v posebnem poročilu, ampak je vključeno v letno poročilo. Vsekakor bo moralo podjetje družbeni odgovornosti, predvsem pa poglavju o ravnanju z okoljem, nameniti večjo pozornost.

Kljub dejstvu, da se interesne skupine na podlagi načrtov odločajo, ali bodo s podjetjem še poslovale ali ne, bralec v poglavju o **načrtih** za prihodnost ne dobi informacij o tveganjih in načinu, kako se bodo z njimi spopadali. Podrobno predstavitev vizije, strategije in ciljev, ki jo je podjetje na kratko opisalo že v uvodnem delu, bralec v tem delu ne najde. Znotraj letnega poročila je večkrat poudarjeno, da podjetje Marles načrtuje samostojen prodor na tuje trge in prekinitev ekskluzivne pogodbe z največjim posrednikom ter da poslovni rezultati v začetku leta 2004 potrjujejo pravilnost te odločitve. Nikjer pa ne omenja nevarnosti in negativnih posledic, do katerih bi po razdružitvi lahko prišlo, saj bi družba s tem izgubila 50 % vseh prihodkov. S finančnimi podatki bi lahko prikazali tudi primerjavo med dejanskim in načrtovanim poslovanjem. Informacije o prihodnjem poslovanju bodo vse bolj pomembne, zato bo moralo podjetje tudi to področje poročanja še razširiti.

Podatki na koncu letnega poročila so primerno in dovolj natančno predstavljeni. Naveden je tudi internetni naslov podjetja Marles, na katerem pa ne najdemo letnega poročila v elektronski obliki. Prav tako ni naveden seznam poslovodstva, ki je v tekočem letu vodil podjetje.

5. SKLEP

V svetu je letno poročilo eno najbolj uveljavljenih sredstev, s katerim poslovodstvo predstavi družbo javnosti. Zelo pomembno je, da podjetje opredeli svoje glavne interesne skupine, ki imajo različne namere, vendar jim je skupno, da se na podlagi pridobljenih informacij iz letnega poročila odločajo o razporeditvi redkih virov med tekmovalne cilje. Od tega pa je odvisno preživetje podjetja.

Interesne skupine zahtevajo večjo uporabnost letnih poročil v smeri večje zastopanosti prostovoljnih razkritij v obliki neračunovodskih informacij, zato je uporabnikom letnih poročil potrebno nameniti več informacij, kot je zakonsko obvezno. Ker je letno poročilo dostopno vsakomur, mora podjetje temeljito pretehtati, katere podatke in informacije razkriti, da ne bi razkrivalo poslovnih skrivnosti.

V diplomski nalogi sem letno poročilo glede na vrsto razkritij razdelil na obvezna in prostovoljna razkritja. Glavno pozornost sem namenil prostovoljnim razkritjem, ki sem jih podrobneje razčlenil na razkritja v uvodnem delu s strnjenimi poudarki in splošni del oziroma poslovno poročilo. Potrebno je poudariti, da ni nujno, da si sestavine vrstijo v takšnem vrstnem redu, kot jih naštevam, da so enako naslovljene, prav tako jih lahko podjetja poljubno združujejo in razčlenjujejo.

Uprava podjetja Marles se mora zavedati, da se bralci na podlagi prebranega letnega poročila odločajo o tem, ali bodo sodelovali s podjetjem tudi v prihodnosti. Interesne skupine podjetja Marles si želijo več prostovoljnih informacij, ne pa da se podjetje pri sestavljanju letnega poročila drži samo obveznih predpisov. V prihodnosti bodo nekatera danes prostovoljna razkritja postala obvezna, tako da bo podjetje Marles zavezano k razkrivanju večje količine informacij kot doslej.

Prostovoljne informacije sploh niso predpisane, v večji meri so opisne, in ker se podjetja pri tem poslužujejo še različnih predstavitvenih pristopov, bo področja poslovnega poročanja, ki bodo v prihodnosti vse bolj pridobivala na pomenu, treba poenotiti in predpisati. Stroka v tujini si pospešeno prizadeva pripraviti navodila o obliki in vsebini neračunovodskih informacij, torej prostovoljnih razkritij, ki bi dopolnjevale tradicionalne računovodske izkaze. Interesne skupine si želijo sprotno, enostavno, kakovostno in razumljivo računovodsko poročanje, ne pa zgoščenih razkritij, ki nič ne povedo, ter razširjenega poslovnega poročanja, ki bi vsebovalo preveč prostovoljnih razkritij. Poiskati bo potrebno pravo mero razkrivanja informacij med tem, kaj želimo poročati uporabnikom poročila, in med tem, da ne razkrivamo poslovnih skrivnosti.

LITERATURA

1. Atrill Peter, Mclaney Eddie: Accounting and Finance for Non - specialists. Second edition. London : Prentice Hall, 1997. 407 str.
2. Bratina Borut: Vpliv sprejema letnega poročila na položaj organov v delniški družbi. Podjetnik in delo, Ljubljana, 2002, 28, str. 492-498.
3. Chadwick Leslie: The essence of financial accounting. London : Prentice Hall, 1991, 197 str.
4. Drevenšek Mojca: Okolju prijazni: Že imate okoljsko poročilo. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 27.01.2003.
5. Glynn John, Perrin John, Murphy P. Michael: Accounting for Managers. 2 izdaja. London : International Thomson Business Press, 1998. 479 str.
6. Gruban Brane, Verčič Dejan, Zavrl Franci: Pristop k odnosom z javnostmi. Ljubljana : Pristop, 1997. 203 str.
7. Horvat Anja: Letno poročilo promovira podjetje: Podjetje se lahko s kakovostnim letnim poročilom primerno predstavi in posreduje pravo informacijo tistemu, ki mu je poročilo namenjeno. Podjetnik, Ljubljana, 2000, 2, str. 44-46.
8. Horvat Tatjana: Priprava letnega poročila za komuniciranje z interesnimi skupinami podjetja. Ljubljana : Gospodarski vestnik. 2000. 249 str.
9. Horvat Tatjana: Kritična analiza razkritij v letnih poročilih slovenskih podjetij. Doktorska disertacija. Ljubljana : Ekonomska fakulteta. 2002. 299 str.
10. Horvat Tatjana: Sestavine letnega poročila za leto 2002 in novosti v njem. Revizor, Ljubljana, 2002a, 3, str. 7-34.
11. Horvat Tatjana: Sestavitev letnega poročila s poudarkom na poslovnem poročilu. Revizor, Ljubljana, 2003, 1, str. 26-43.
12. Horvat Tatjana: Prostovoljna razkritja v letnem poročilu in njihova povezava z obveznimi razkritji. Revizor, Ljubljana, 2003a, 2, str. 61-91.
13. Horvat Tatjana: Vsebina razkritij in javna objava letnih poročil gospodarskih družb. IKS, Ljubljana, 2003b, 12, str. 10-18.

14. Horvat Tatjana: Okoljsko poročilo naj bi kmalu postalo stalnica. Finance, Ljubljana, 2003c, 203, str. 26.
15. Horvat Tatjana: Učinkovit prikaz razkritij v letnem poročilu za presojanje uspešnosti poslovanja podjetja. Revizor, Ljubljana, 2004, 2, str. 24- 54.
16. Horvat Tatjana: Novi mednarodni standardi primerni za večino družb. Finance, Ljubljana, 2004a, 204, str. 27.
17. Jenkins Committee: Improving Business Reporting - A Customer Focus Contents. New York : AICPA, 1996, str. 3.
18. Jaklič Marko: Poslovno okolje podjetja. Ljubljana : Ekonomska fakulteta. 2002, str. 353.
19. Kavčič Slavka: Analiziranje za pripravo letnega poročila. Zbornik referatov 4. strokovnega posvetovanja o sodobnih vidik analize poslovanja in organizacije. Ljubljana : Zveza ekonomistov Slovenije ter zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 1998, str. 7-22.
20. Kavčič Slavka: Analiza poročila posloводства kot izhodišče za razpravo na skupščini delniške družbe. Zbornik referatov 5. strokovno posvetovanje o sodobnih vidikih analize poslovanja in organizacije. Ljubljana : Zveza ekonomistov Slovenije, 1999, str. 39-50.
21. Kocbek Marjan: Zakon o gospodarskih družbah (vključno z novelo ZGD-F). Ljubljana : GV Založba, 2001. 476 str.
22. Lozej Marko: Nevarnosti razkrivanja konkurenčnih prednosti. Ljubljana, Finance, 2003, 203, str. 24.
23. Lymer Andrew: The Use of the Internet for Corporate Reporting - A Discussion of the Issues and Survey of Current Usage in the UK. Journal of Financial Information Systems. [URL: <http://shu.ac.uk/jfis>], 1997.
24. Slovenski računovodski standardi. Ljubljana : Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 2002. 319 str.
25. Sigband Norman B., Bell Arthur H.: Communication for management and business Glenview : Scott, Foresman and Company, 1989. 633 str.
26. Thill John V., Bovee Courtland L.: Excellence in Business Communication. 3. izdaja. New York: Mcgraw-Hill, 1996. 516 str.

27. Turk Ivan: Pojemovnik računovodstva, financ in revizije. Ljubljana : Zveza računovodij in revizorjev Slovenije, 2000, str. 1083 str.
28. Vezjak Blanka: Razkritja računovodskih informacij v letnih poročilih, posebej o ravnanju z okoljem. Ljubljana : Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 1998. 245 str.
29. Vezjak Blanka: Poslovno poročilo in poslovna razkritja v poročilu. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 1998a, 10, str. 70-73.
30. Vezjak Blanka: Poročanje o ravnanju z okoljem. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 03.06.1999.
31. Vezjak Blanka: Zakonsko zahtevana razkritja v letnih poročilih. Revizor, Ljubljana, 2002, 10, str. 29-48.
32. Vezjak Blanka: Razkritja v letnih poročilih za podjetja, zavezana reviziji. Revizor, Ljubljana, 2002a, 11, str. 29-70.
33. Vezjak Blanka: Letno poročilo je ogledalo podjetja. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 05.04.2004.

VIRI

1. Letno poročilo za leto 2003. Limbuš : Marles hiše Maribor d.o.o., 2004.
2. Navodila za sestavo letnega poročila. Limbuš : Marles hiše Maribor d.o.o., 2004.
3. Pravilnik o poslovni skrivnosti. Limbuš : Marles hiše Maribor d.o.o., 2004.
4. Zgodovina podjetja. [URL : www.marles-hise.si], 15.03.2005.
5. Zakon o gospodarskih družbah (Uradni list, št. 45/01, št. 139/04, št. 15/05).

