

Višekriterijska ocjena najvećih tvrtki prehrambene industrije u Hrvatskoj

Lari Hadelan¹, Magdalena Zrakić¹, Anja Matic²

¹Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet, Svetošimunska cesta 25, Zagreb (lhadelan@agr.hr)

²Desprimski put 9, 10257 Brezovica

SAŽETAK

Cilj rada je višekriterijski ocijeniti i rangirati vodeće tvrtke iz sektora prehrambene industrije u Hrvatskoj. U tu je svrhu korištena analiza rezultata za 2012. godinu preuzetih iz financijskih izvješća tvrtki. Financijski pokazatelji dopunjeni su tržišnom ocjenom poduzeća temeljenoj na prepoznatljivosti poduzeća i njegovih tržišnih marki. Svi navedeni pokazatelji povezani su u sintetsku (zbrojnu) ocjenu pomoću višekriterijske metode Analytical Hierarchy Process (AHP), čime je omogućeno uspoređivanje i rangiranje analiziranih tvrtki. Unatoč nešto slabijim tržišnim ocjenama, najboljom je hrvatskom tvrtkom u 2012. ocijenjen PIK Vrbovec, prvenstveno zbog visoke profitabilnosti i ostalih financijskih pokazatelja.

Ključne riječi: prehrambena industrija, financijski pokazatelj, tržište, višekriterijska analiza, AHP.

UVOD

Prehrambena je industrija jedna od najvažnijih gospodarskih grana u Hrvatskoj, a prema broju zaposlenih i prihodima koje stvara, najvažnija prerađivačka industrija u Hrvatskoj. Čak i u kriznim poslovnim uvjetima, kakvi su u hrvatskom gospodarsku prisutni od kraja 2008. godine, prehrambena industrija uspjela je zadržati stabilnost poslovanja pokazavši veću otpornost, u odnosu na neke druge djelatnosti, prema smanjenju osobne potrošnje i općem padu gospodarske aktivnosti.

Prema podacima iz Industrijske strategije Republike Hrvatske 2014.-2020. (Ministarstvo gospodarstva, 2014.) o broju zaposlenih i prihodima ostvarenim u 2012. godini, prehrambena industrija najvažnija je industrijska grana u Hrvatskoj s obzirom na to da zapošljava oko 20% industrijskih djelatnika te ostvaruje oko 20% ukupnih prihoda hrvatske prerađivačke industrije. Za razliku od ukupne prerađivačke industrije, čija je proizvodnja u razdoblju od 2005. do 2012. smanjena za oko 8%, industrija prehrambenih proizvoda ostvarila je rast od 8,5% (Aralica, 2014.). Pozitivna odlika

prehrambene industrije u Hrvatskoj je izvozna orijentacija s udjelom ostvarenih prihoda na stranom tržištu od 18,5% (Ministarstvo gospodarstva, 2014.).

Nadalje, prehrambena industrija osigurava plasman primarne poljoprivredne proizvodnje pa tako indirektno utječe i na razvoj poljoprivrede i pratećih djelatnosti.

Od 1.499 poduzeća iz sektora prehrambene industrije, koliko ih je bilo evidentirano 2012. godine, njih 66 pridonosi ukupnim prihodima sektora s udjelom većim od 80%. Ukupno 99 poduzeća drži 80% aktive. Koncentracija je posebice izražena kod međunarodne trgovine - 28 najvećih poduzeća činilo je 78% ukupnog izvoza, a 33 poduzeća ostvarilo je 79% ukupnog uvoza sektora (Ministarstvo gospodarstva, 2014.).

U radu su, prema kriteriju ostvarenog prihoda, određene najveće tvrtke hrvatske prehrambene industrije. U cilju rangiranja tvrtki prema financijskoj uspješnosti i tržišnoj prepoznatljivosti primijenjena je AHP metoda višekriterijskog odlučivanja u kojoj su kao kriteriji poslužili određeni financijski i tržišni

pokazatelji. Analizom financijskih izvješća poduzeća (Bilanca i Račun dobiti i gubitka) određeni su najvažniji financijski pokazatelji, dok je tržišna ocjena tvrtki dobivena anketnim istraživanjem prepoznatljivosti tvrtki i njihovih marki.

METODE RADA I KORIŠTENI IZVORI

Za potrebe određivanja najvećih tvrtki prehrambene industrije korišten je kriterij ostvarenog prihoda u 2012. godini. U tu je svrhu korištena publikacija "1000 najvećih hrvatskih tvrtki prema ukupnom prihodu" (Lider, 2013.) u kojoj su navedene 93 tvrtke iz djelatnosti prehrambene industrije i poljoprivrede. Od toga je 58 tvrtki industrije hrane, 13 tvrtki industrije pića te 22 tvrtke koje su svrstane u djelatnosti poljoprivreda, lov i ribarstvo.

Financijska analiza poduzeća napravljena je izračunom pokazatelja likvidnosti, zaduženosti, aktivnosti i profitabilnosti prema ažuriranim podacima iz financijskih izvješća za 2012. (Zagrebačka burza, FINA, 2014.). Izračunat je po jedan predstavnik za svaki od ovih grupa pokazatelja:

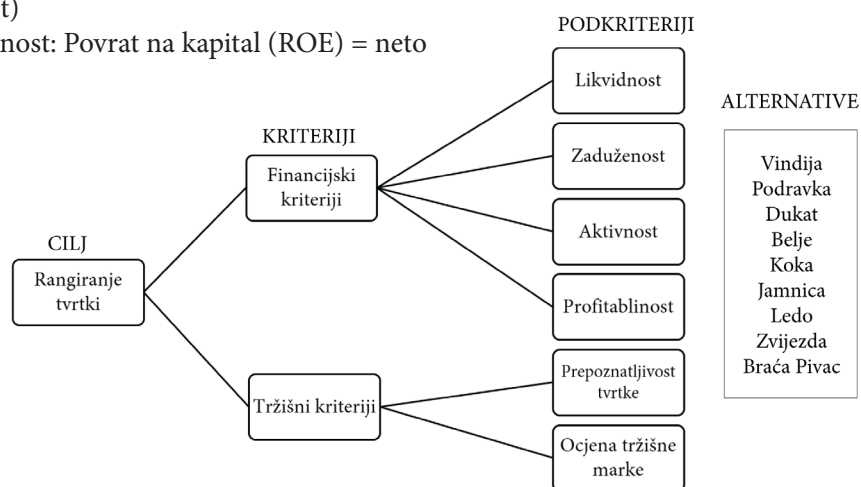
- Likvidnost: Koeficijent tekuće likvidnosti = kratkotrajna imovina / kratkoročne obveze (preporučljiva minimalna vrijednost iznosi 1,5)
- Zaduzenost: Koeficijent zaduzenosti = ukupne obveze / ukupna imovina (preporučljiva maksimalna vrijednost iznosi 0,5)
- Aktivnost: Koeficijent obrta imovine = ukupni prihod / ukupna imovina (poželjna što veća vrijednost)
- Profitabilnost: Povrat na kapital (ROE) = neto

dobit / kapital (poželjna što veća vrijednost)

Tržišna ocjena tvrtki određena je anketnim istraživanjem postavljenim na Google Docs aplikaciju pomoću koje su prikupljene ocjene ispitanika o prepoznatljivosti pojedinih tvrtki i njihovih tržišnih marki.

Uzorak je odabran prigodnim putem, ispitanici su osobe do kojih je ispitivač imao najlakši pristup putem osobnih poznanstava i društvenih mreža unutar cijele Hrvatske. Uzorak čini 150 ispitanika, od čega su 80 ispitanika ženskog spola, a 70 ispitanika muškog spola. Većina ispitanika u dobi je od 18 do 30 godina. Po izračunu financijskih pokazatelja i obradi anketnih rezultata, primijenjena je višekriterijska metoda poslovnog odlučivanja, Analytical Hierarchy Process (AHP), na programskom paketu Expert Choice koja objedinjuje sve navedene pokazatelje u jedinstvenu ocjenu. AHP je jedna od najpoznatijih i najčešće korištenih metoda uspoređivanja i rangiranja alternativa u problemima odlučivanja. Njezina primjenjivost proizlazi iz činjenice da je vrlo bliska načinu na koji pojedinac rješava složene probleme rastavljajući ih na jednostavnije (Bosilj-Vukšić i sur., 2006.).

Metoda se temelji na uspoređivanju kriterija, podkriterija i alternativa u parovima primjenom Saaty-eve ljestvice (skale) s pet stupnjeva intenziteta i četiri međustupnja. Svako uspoređivanje odgovara vrijednosni sud o tome koliko puta je jedan kriterij važniji od drugog, odnosno prosudba koliko je neka alternativa bolja od druge obzirom na određeni kriterij. U radu je problem uspoređivanja i rangiranja poduzeća definiran na sljedeći način:



Slika 1. AHP hijerarhijska struktura vrednovanja tvrtki

REZULTATI I RASPRAVA

Financijska ocjena

Prema kriteriju ostvarenog prihoda, najveća tvrtka hrvatske prehrambene industrija je Vindija koja je u 2012. godini ostvarila prihod oko 2,8 milijardi kuna, što predstavlja rast od 0,5% u odnosu na prethodnu godinu. Nešto veći rast prihoda od oko 5% ostvarila je u istom razdoblju Podravka. Obje mesne industrije na listi najvećih tvrtki ostvarile su rast, PIK Vrbovec za 10%, MI braća Pivac za 7%. Najveći rast prihoda, od oko 22%, ostvarila je Jamnica. Istovremeno, manje prihode u odnosu na prethodnu godinu ostvarile su mliječna industrija Dukat (-6%), Zvijezda (-11%) i Ledo (-4%).

U pogledu likvidnosti, odnosno mogućnosti podmirenja kratkoročnih obveza, analizirane tvrtke ostvarile su različite rezultate. Prihodovno najveća prehrambena industrija u Hrvatskoj, Vindija, u 2012. je ostvarila nedostatnu likvidnost. Za razliku od Vindije, tvrtke koje se nalaze na začelju liste nisu

imale problema s likvidnošću.

Zaduženost je pokazatelj koji se najčešće nalazi u obrnutom odnosu s pokazateljem likvidnosti, što se dokazalo i na primjeru analiziranih tvrtki. Najveće probleme sa zaduženošću imala je tvrtka Belje iz Agrokorovog koncerna, dok je Zvijezda, također članica istog koncerna, najmanje zadužena među analiziranim poduzećima.

U pogledu aktivnosti, najveći koeficijent obrta imovine ostvarila je Mesna industrija braća Pivac, što je nastavak značajne aktivnosti ove tvrtke iz prethodnih godina.

U pogledu profitabilnosti, koja se često navodi kao najvažniji financijski pokazatelj, tvrtke su u 2012. poslovale dosta različito. Zbog financijskog gubitka Podravka i Belje ostvarile su negativne vrijednosti povrata kapitala, dok su na vrhu prema ovom podkriteriju Agrokorove tvrtke PIK Vrbovec, Jamnica i Ledo. Nadprosječnu profitabilnost ostvarila je i Mesna industrija braća Pivac.

Tablica 1. Prihodi tvrtki prehrambene industrije u 2012.

R.br.	Tvrtka	Prihod u 2012. (HRK)
1.	Vindija d.d	2.809.824.700
2.	Podravka d.d	2.049.869.000
3.	PIK Vrbovec - mesna industrija d.d	1.867.615.500
4.	Belje d.d	1.717.233.700
5.	Dukat d.d	1.684.591.800
6.	Jamnica d.d	1.641.906.600
7.	Ledo d.d	1.176.151.200
8.	Mesna industrija braća Pivac d.o.o	1.114.288.300
9.	Zvijezda d.d	984.168.900

Izvor: Financijska izvješća tvrtki (ZSE, FINA)

Tablica 2. Financijski pokazatelji tvrtki prehrambene industrije

Rbr.	Tvrtka	Koeficijent tekuće likvidnosti	Koeficijent zaduženosti	Koeficijent obrta imovine	ROE (%)
1.	Vindija d.d	0,93	0,67	1,33	3,0
2.	Podravka d.d	1,57	0,56	0,74	-1,8
3.	PIK Vrbovec	1,63	0,60	1,51	21,3
4.	Belje d.d	0,88	0,72	0,44	-9,2
5.	Dukat d.d	1,61	0,28	1,18	7,1
6.	Jamnica d.d	2,38	0,27	0,96	13,7
7.	Ledo d.d	1,57	0,38	0,62	10,2
8.	MI braća Pivac d.o.o	2,60	0,35	2,24	9,8
9.	Zvijezda d.d	2,02	0,24	0,86	3,3

Izvor: izračun autora

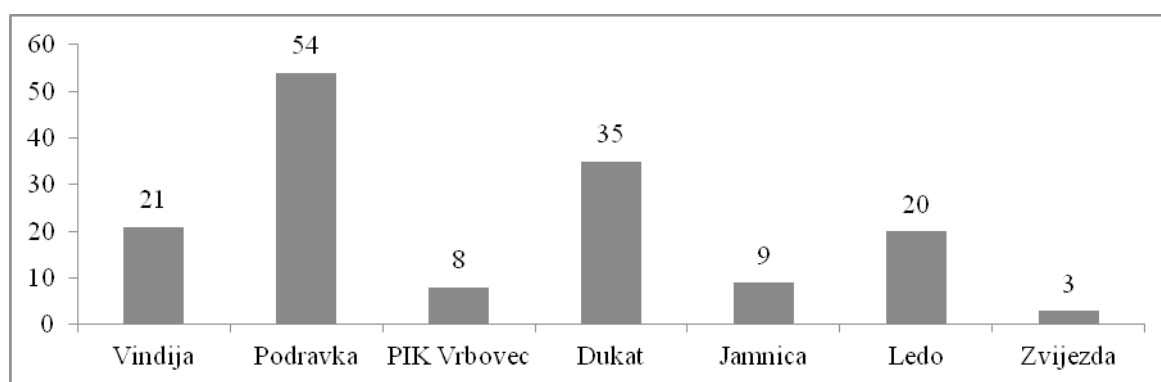
Tržišna ocjena

Tržišna ocjena pojedine tvrtke dobivena je anketnim istraživanjem kojim su prikupljeni podaci za kvantificiranje triju podkriterija vrednovanja AHP metodom.

Prvi od podkriterija odnosi se na prepoznatljivost i prisutnost tvrtke na tržištu prehrambenih proizvoda. Ispitanici su na popisu najvećih tvrtki izabrali onu za koju smatraju da je najprepoznatljivija, čiji su proizvodi najučestaliji

u maloprodaji i koja je najprisutnija na domaćem medijskom prostoru.

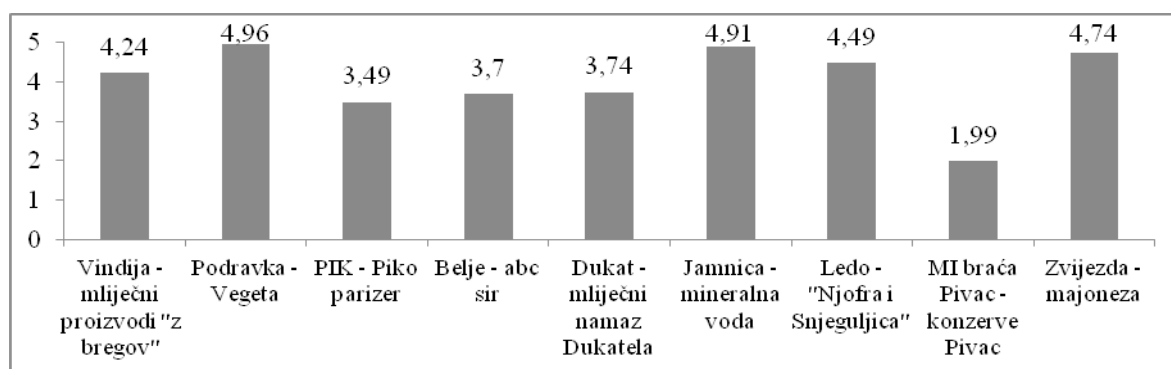
Od devet analiziranih tvrtki, njih sedam je određeno oznakom "najprepoznatljivija". Podravka je prema ovom podkriteriju vodeća tvrtka s uvjerljivo najviše glasova ispitanika. Ispitanici su u ovom slučaju izostavili Belje te Mesnu industriju braća Pivac, što je u slučaju potonje očekivano s obzirom na njezino značajno kraće postojanje na tržištu u odnosu na ostale promatrane tvrtke.



Slika 2. Broj ispitanika koji su pojedinu tvrtku odredili kao "najprepoznatljiviju"

Drugi podkriterij tržišne ocjene odnosio se na ocjenu prepoznatljivosti tržišne marke pojedinih tvrtki. U tu su svrhu ispitanici predloženim tržišnim markama dodjeljivali ocjene od 1 (potpuno neprepoznatljiva marka) do 5 (izuzetno

prepoznatljiva marka). Najviše prosječne ocjene dodijeljene su Podravkinoj Vegeti i Jamničkoj mineralnoj vodi. Najniža ocjena dodijeljena je konzerviranim proizvodima MI braće Pivac.



Slika 3. Prosječne ocjene tržišnih marki tvrtki prehrambene industrije

AHP vrednovanje

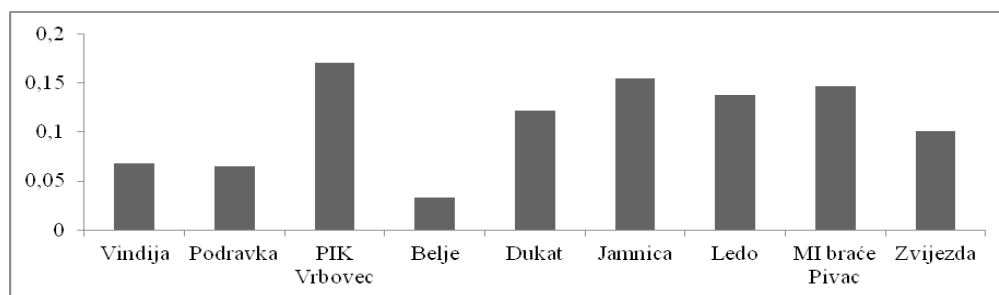
Financijski pokazatelji i tržišne ocjene predstavljaju ulazne varijable za izradu AHP modela kojim je omogućeno objedinjavanje svih prethodnih ocjena u jedinstvenu i jednoznačnu ocjenu pojedine tvrtke. Bez obzira na to što je osnovna zadaća ove metode povećati objektivnost i znanstvenu utemeljenost procjenjivanja i rangiranja pojedinih alternativa, određenu razinu subjektivnosti nije moguće izbjeći. U ovom se radu ona očituje u ekspertnom vrednovanju važnosti pojedinih kriterija i podkriterija ukupne ocjene. Procjena autora je da su u predmetnom istraživanju financijski pokazatelji relevantniji u ukupnoj ocjeni tvrtke u odnosu na tržišne ocjene zbog čega oni u Saatyjevoj ljestvici dobivaju oznaku "nešto važniji" s odnosom numeričkih vrijednosti 2:1. Unutar grupe financijskih podkriterija pretpostavljena je nešto veća važnost pokazatelja profitabilnosti u odnosu na druge pokazatelje, zbog čega mu je dodijeljena vrijednost 3 ("umjereno važniji"). Kod podkriterija koji tvore tržišnu ocjenu tvrtke pretpostavljena je nešto veća važnost ocjena prepoznatljivosti tvrtke u odnosu na ocjenu tržišne marke ("umjereno važniji").

S obzirom na financijske pokazatelje, tvrtka s najvišom ocjenom je PIK Vrbovec (izračunati

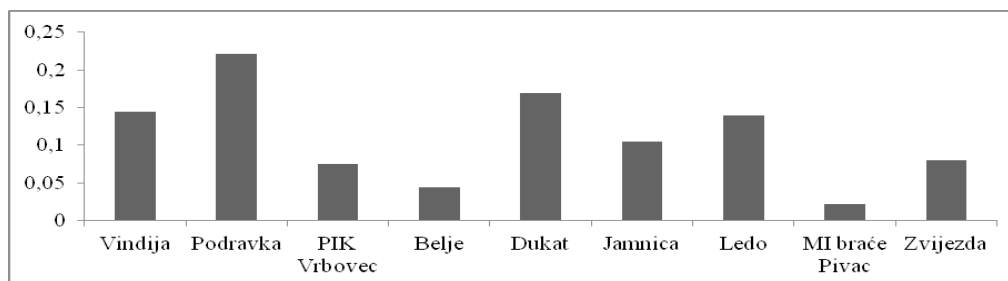
prioritet iznosi 0,171). Na drugom je mjestu Jamnica (0,155). Vodeće pozicije mogu zahvaliti visokoj profitabilnosti koja je značajno iznad ostalih analiziranih tvrtki, ali i općenito iznad prosjeka ukupnog gospodarstva u Hrvatskoj. Na začelju se nalazi Belje (0,033) prvenstveno zbog negativne profitabilnosti. Tvrtke koje su najveće prema ostvarenom prihodu (Vindija i Podravka) nalaze se također na dnu poretka financijski najuspješnijih.

S obzirom na tržišne pokazatelje, poredak tvrtki značajno je drugačiji i u većoj mjeri, u odnosu na financijske pokazatelje, povezan s njihovom veličinom. Na vodećim su pozicijama tvrtke s dugogodišnjom tradicijom koje su ispitanici s njihovim tržišnim markama vrednovali kao najprepoznatljivije (Podravka 0,221; Dukat 0,169).

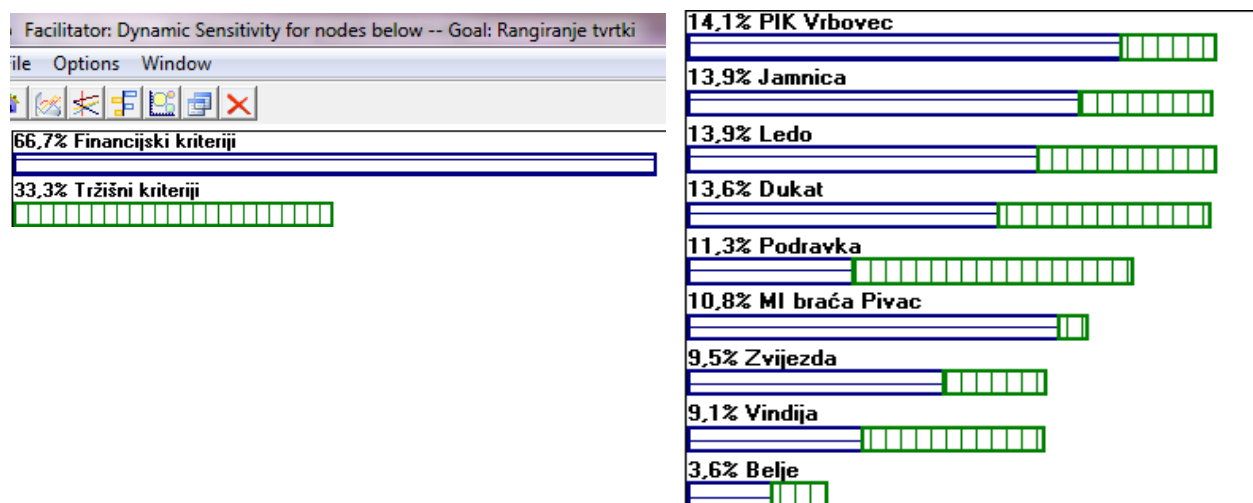
Sintetizirajući financijske i tržišne ocjene dobiven je konačni redoslijed u kojem je najboljom tvrtkom hrvatske prehrambene industrije ocijenjen PIK Vrbovec (0,141). Drugo mjesto s istim prioritetom dijele Jamnica i Ledo (0,139). Na začelju poretka analiziranih tvrtki nalaze se Zvijezda, Vindija i Belje.



Slika 4. AHP ocjene tvrtki prema financijskim pokazateljima



Slika 5. AHP ocjene tvrtki prema tržišnim pokazateljima



Slika 6. Konačan redoslijed tvrtki prehrambene industrije

Konačan redoslijed tvrtki uvjetovan je sa subjektivno zadanim odnosima težinskih važnosti kriterija i podkriterija pa je u određenoj mjeri podložan promjenama prema ekspertnoj procjeni autora. Analiza osjetljivosti koja je podržana programskim paketom Expert Choice omogućuje simulaciju redoslijeda u uvjetima drugačije definiranih važnosti kriterija i podkriterija. Primjerice, u uvjetima podjednake važnosti financijskih i tržišnih kriterija PIK Vrbovec bio bi tek četvrti u ukupnom poretku, dok bi najboljom tvrtkom bio ocijenjen Dukat. S druge strane, u uvjetima prevladavajućih tržišnih kriterija, do izražaja bi došla snaga tržišnih marki pa bi tako Podravka, unatoč lošim financijskim pokazateljima, bila ocijenjena kao najbolja prehrambena tvrtka u Hrvatskoj.

ZAKLJUČAK

Sektor prehrambene industrije najvažnija je prerađivačka industrija u Republici Hrvatskoj zbog činjenice da zapošljava najviše ljudi i ostvaruje najviše prihode. U interesu je svih gospodarskih čimbenika u zemlji imati što veći broj uspješnih prehrambenih tvrtki, što će u mikroekonomskom smislu omogućiti akumulaciju kapitala, inovacije i tehnološka unaprjeđenja, dok će u makroekonomskom pogledu održati visoku zaposlenost u sektoru i izazvati pozitivne fiskalne učinke. Važnost prehrambene industrije ogleda se i u njezinom razvojnom utjecaju na

poljoprivredu i druge zavisne djelatnosti. U općoj antipoduzetničkoj klimi kakva vlada u Hrvatskoj, poželjno je isticati svijetle primjere tvrtki koji ostvaruju stabilne prihode sa značajnim izvoznim udjelom. Većina tvrtki analiziranih u ovom radu tijekom 2012. godine ostvarila je povećanje prihoda, što je izuzetan uspjeh uzevši u obzir opće smanjenje osobne potrošnje kao posljedicu stagnacije gospodarstva, kako u Hrvatskoj, tako i u Europi. Financijski pokazatelji prema prihodu devet najvećih poduzeća u Hrvatskoj, ukazuju na značajnu divergentnost.

Dok je, primjerice, PIK Vrbovec ostvario profitabilnost kapitala od 21% koja je visoka čak i za uvjete gospodarske ekspanzije, neke tvrtke, poput Podravke i Belja, ostvarile su niže prihode i troškove, odnosno financijski gubitak u poslovnoj godini. Za potrebe usporedbe i rangiranja poduzeća u radu su, osim financijskih pokazatelja izračunatih iz financijskih izvješća poduzeća, u obzir uzeti i tržišni čimbenici prikupljeni anketnim istraživanjem. Ovi su podaci objedinjeni AHP metodom višekriterijskog odlučivanja u sintetiziranu (zbrojnu) ocjenu prema kojoj je najbolja tvrtka prehrambene industrije u Hrvatskoj u 2012. godini bio PIK Vrbovec.

AHP se u radu pokazala dobrom metodom za objedinjavanje međusobno konfrontiranih kriterija i podkriterija jer se kod većine analiziranih tvrtki financijske i tržišne ocjene nisu poklapale. Neke od financijski najuspješnijih tvrtki, poput MI braća Pivac, još su uvijek nedovoljno tržišno

prihvatljive i prepoznatljive. S druge strane, tvrtke poput Podravke, s najbolje ocjenjenom tržišnom markom tijekom 2012., ostvarile su nepovoljne financijske učinke.

Višekriterijske metode rangiranja nastale s namjerom racionalizacije poslovnih odluka nisu u mogućnosti ukloniti određenu razinu subjektivnosti, zbog čega i rezultate ovoga rada treba uzeti s određenim oprezom jer uvelike ovise o autorovom izboru kriterija i podkriterija vrednovanja kao i o procjeni njihovog utjecaja na konačnu ocjenu.

Napomena

Ovaj rad značajnim je dijelom nastao na temelju završnog rada Anje Matić: „Višekriterijska ocjena stanja i potencijala najvećih prehrambenih tvrtki u Hrvatskoj“, obranjenog 6. srpnja 2012. godine na Sveučilištu u Zagrebu, Agronomski fakultet. Voditelj: Lari Hadelan.

LITERATURA

Aralica, Zoran (2014): Konkurentnost hrvatske prehrambene industrije, preuzeto sa:

http://liderpress.hr/static/media/attached_files/attachedfileitem/Zoran_Aralica_Ekonomski_institut_Zagreb_Konkurentnost_hrvatske_prehrambene_industrije/B1_Aralica.pdf (pristupljeno 08.05.2014.)

Bosilj-Vukšić, V., Spremić, M., Omazić, M.A., Vidović, Maja, Hernaus, T. (2006): Menadžment poslovnih procesa i znanja u hrvatskim poduzećima. Ekonomski fakultet Sveučilište u Zagrebu, preuzeto sa: <http://web.efzg.hr/RePEc/pdf/Clanak%2006-05.pdf> (pristupljeno: 09.05.2014.).

Financijska izvješća tvrtki za 2012. preuzeta sa stranica Zagrebačke burze i Financijske agencije (FINA) (pristupljeno 25.04.2014.)

Lider (2013): 1000 najvećih hrvatskih tvrtki prema ukupnom prihodu u 2012., Lider Media d.o.o., Zagreb.

Ministarstvo gospodarstva (2014). Nacrt prijedloga industrijske strategije Republike Hrvatske 2014. – 2020., preuzeto sa: www.mingo.hr/userdocsimages/industrija/Industrijska_strategija.docx (pristupljeno: 09.05.2014.)

Multicriteria assesment of the largest food industries in Croatia

ABSTRACT

The aim of paper is to evaluate and rank the largest companies of the Croatian food industry sector. For that purpose, analysis of business results according to companies financial statements has been used. Financial indicators were supplemented with the companies market assessment based on awareness of the company and its brands. All these variables are aggregated by multi-criteria evaluation methods Analytical Hierarchy Process (AHP), which enables the comparison and ranking of the companies. Despite a weaker market assessments, the best Croatian company in 2012 was PIK Vrbovec, primarily due to the high profitability and other financial ratios.

Key words: food industry, financial indicator, market, multicriteria analysis, AHP.