

# Analiza teorije poduzeća, teorije proizvodnje i teorije troškova s osvrtom na poduzeće "Deban dizajn"

---

**Pintarić, Lovro**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:047698>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-12**



*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

**LOVRO PINTARIĆ**

**Analiza proizvodnje, analiza troškova, analiza teorije  
poduzeća te osvrt na poduzeće „Deban dizajn“**

Završni rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

**LOVRO PINTARIĆ**

**Analiza proizvodnje, analiza troškova, analiza teorije  
poduzeća te osvrt na poduzeće „Deban dizajn“**

Završni rad

**JMBAG:** 0303073450 , redovan student

**Studijski smjer:** Poslovna ekonomija, smjer turizam

**Kolegij:** Mikroekonomija

**Mentor:** izv. prof. dr. sc. Daniel Tomić

Pula, 2020.

## IZJAVA

### o akademskoj čestitosti

Ja, dolje potpisani Lovro Pintarić, kandidat za prvostupnika ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

---

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine

## IZJAVA

### o korištenju autorskog djela

Ja, Lovro Pintarić, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Analiza proizvodnje, analiza troškova, analiza teorije poduzeća te osvrt na poduzeće „Deban dizajn“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

Potpis

---

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine

# Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Poduzeće – temeljni gospodarski entitet.....	3
2.1. Oblici poduzeća prema vlasništvu.....	4
2.1.2. Poduzeće u vlasništvu pojedinca.....	4
2.1.3. Partnerstvo.....	5
2.1.4. Dioničko društvo.....	5
2.2. Cilj poduzeća.....	6
2.3. Knjigovodstveni profit nasuprot ekonomskom.....	7
2.4. Teorije i svrhe profita.....	8
2.5. Tri glavne odluke poduzeća.....	9
2.6. Granice teorije poduzeća.....	10
3. Teorija proizvodnje i proizvodna funkcija.....	11
3.1. Proizvodnja u kratkom roku.....	11
3.2. Proizvodnja u dugom roku.....	13
4. Analiza troškova.....	14
4.1. troškovi proizvodnje u kratkom roku.....	14
4.2. Troškovi proizvodnje u dugom roku.....	17
5. Tehnike procjenjivanja troškova.....	19
5.1. Procjenjivanje kratkoročnih troškova.....	19
5.2. Procjenjivanje dugoročnih troškova.....	20
5.3.2. Inženjerska tehnika.....	21
5.3.3. Tehnika preživljavanja.....	21
6. Alternativne teorije poduzeća.....	23
6.1. Model maksimizacije profita.....	23
6.2. Model maksimizacije prihoda.....	24
6.3. Model maksimizacije korisnosti.....	24
6.4. Model maksimizacije rasta.....	24
7. Poduzeće Deban dizajn.....	26
7.1. Oblik poduzeća prema vlasništvu.....	26
7.2. Cilj poduzeća.....	27
7.3. Odluke poduzeća.....	27
7.4. Teorija proizvodnje.....	28
7.5. Analiza proizvodnje.....	29
7.6. Troškovi proizvodnje.....	33
7.7. Model masimizacije rasta u poduzeću „Deban dizajn“.....	37
8. Zaključak.....	40
Literatura.....	42

POPIS TABLICA.....	44
POPIS GRAFIKONA.....	44
SAŽETAK.....	45
SUMMARY .....	46

## 1. Uvod

Tema završnog rada je „Analiza proizvodnje, troškova, analiza teorije poduzeća s osvrtom na poduzeće Deban dizajn “. Kao što se vidi u naslovu, glavne teme rada biti će analiza proizvodnje, troškova i teorija poduzeća te primjenjivanje naučenog teorijskog dijela na praktični dio. Poduzeće je samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina koja proizvodi određena dobra ili usluge za potrebe tržišta koristeći se određenim resursima i snoseći poslovni rizik kako bi ostvarila neku dobit. Svako poduzeće koje želi poslovati s dobitkom, treba utvrditi način kako bi proizvodnje bila efikasnija, troškovi što manji te na koji način bi poduzeće moglo maksimizirati svoj profit. U radu će se detaljno analizirati svaki segment, od proizvodnje, troškova i teorija te se utvrditi način na koji posluje poduzeće „Deban dizajn“. U teoretskom dijelu biti će opisano i definirano poduzeće te navedeni i opisani oblici poduzeća prema vlasništvu koje može biti u vlasništvu pojedinca, partnerstvo i dioničko društvo. U praktičnom dijelu, poduzeće koje je uzeto za primjer biti će predstavljeno prema toj definiciji te će se utvrditi kojem obliku prema vlasništvu pripada poduzeće. Nadalje, opisati će se cilj svakog poduzeća, objašnjen knjigovodstveni profit nasuprot ekonomskom, opisane teorije i svrhe profita, tri glavne odluke poduzeća te navedene granice teorije poduzeća. U drugom poglavlju pisati će se o teorijama proizvodnje i proizvodnoj funkciji. Tako će biti opisane te kasnije i oprimjerene proizvodnje u kratkom i dugom roku na primjeru zadanog poduzeća. U trećem poglavlju analizirati će se troškovi proizvodnje u dugom i kratkom roku te tehnike procjenjivanja troškova kao što su inženjerska tehnika i tehnika preživljavanja. . U zadnjem poglavlju u teorijskom dijelu navesti će se i opisati alternativne teorije poduzeća, a to su model maksimizacije profita, model maksimizacije prihoda, model maksimizacije korisnosti te model maksimizacije rasta. Također, postavlja se pitanje da li će poduzeće u budućnosti ostvarivati veće profite ako trenutno svjesno ostvaruje manje kratkoročne profite. U teoriji navedena pretpostavka stoji no može li poduzeće stvarno poslovati s gubitkom kako bi ostvarilo veće profite? Na primjeru poduzeća „Deban dizajn“ analizirati će se ta pretpostavka. Na samom kraju rada biti će predstavljeno poduzeće „Deban dizajn“ te analizirano prema svim navedenim analizama koje su predstavljene u teorijskom dijelu. Najprije će se utvrditi oblik poduzeća prema vlasništvu, cilj poduzeća, odluke poduzeća te će se analizirati teorija proizvodnje i troškovi proizvodnje. Grafički će se prikazati investicije poduzeća, troškovi poduzeća te proizvodnje određenog proizvoda



po godinama. Svrha ovog završnog rada je na temelju detaljne analize teorijskog dijela utvrditi da li poduzeće „Deban dizajn“ posluje na najbolji način, što znači, da li koristi najbolju tehniku za procjenjivanje troškova, da li je cilj poduzeća zadovoljen, da li pametno i dovoljno ulaže u investicije te na koji način bi poduzeće moglo maksimizirati svoj profit. Također će se navesti tehnike kojima bi poduzeće, ako ne posluje na najbolji mogući način, moglo maksimizirati svoj profit, poboljšati i unaprijediti poslovanje i smanjiti troškove. Metode koje su korištene pri izradi ovog završnog rada su metode analize i sinteze te deduktivna metoda. Korištenjem izvora kao što su knjige i članci analizira se teorijski dio rada. Također, prikupljanjem podataka o poduzeće od stane vlasnika biti će navedeni troškovi, investiranja i proizvodnja po godinama.

## 2. Poduzeće – temeljni gospodarski entitet

Poduzeće je organizacijski oblik u kojem se obavlja određena ekonomska djelatnost radi ostvarenja prihoda za podmirenje troškova i ostvarenja profita ili dobiti.<sup>1</sup> Poduzeće je samostalna gospodarska, tehnička i društvena cjelina koja proizvodi dobra ili usluge za potrebe tržišta, koristeći se odgovarajućim resursima i snoseći poslovni rizik, radi ostvarivanja dobiti i drugih ekonomskih i društvenih ciljeva. Poduzeće upotrebljava ekonomske resurse da bi proizvelo dobra koja tada prodaje. Svako poduzeće ima svog vlasnika kojem pripada kapital kojim poduzeće upravlja. Tako vlasniku pripada sva korist s poduzećem te poslovni rizik kojeg poduzeće može imati. Kod svakog poduzeća uvijek se postavlja pitanje zašto ono uopće postoji te koja je njegova uloga, pa tako možemo razlikovati tri najvažnija razloga: iskorištavanje ekonomije opsega, povećanje fondova, organiziranje procesa proizvodnje. Ekonomija opsega koristi se kada troškovi proizvodnje opadaju (smanjuju se prosječni ukupni troškovi) a pojavljuje se sve veća količina outputa. Razlog zbog kojeg se pojavljuje je sve veća specijalizacija i tehnička podjela rada te djelotvornija uporaba proizvodne ekipiranosti. Specijalizacija je jako bitna, jer da je nema svatko bi mogao raditi sve, a to ne bi funkcioniralo jer nisu svi ljudi dovoljno obrazovani i naučeni na proizvodnju svega.

Povećanje fondova funkcija je poduzeća koja stvara i donosi sredstva za proizvodnju velikog opsega. Većim poduzećima potrebni su milijuni kuna za stvaranje nekog proizvoda, specijalizaciju, usavršavanja, modernizaciju, ali postoji pitanje od kuda sredstva i novci poduzećima za stvaranje navedenog. Novci većinom dolaze iz osobnih prihoda poduzeća, ali veliki broj poduzeća pozajmljuje novac od štediša, ali bez sposobnosti da poduzeće investira milijune koji su potrebni za poboljšanja i unaprjeđenja, poduzeće ne bi moglo funkcionirati te bi propalo.

Organiziranje procesa proizvodnje, treći je razlog za postojanje poduzeća. Organiziranje proizvodnje nije jednostavno te se mora unaprijed znati neki redoslijed. Menadžment služi za organizaciju te on odlučuje o tome da li treba izgraditi neki novi proizvod, da li uložiti u neki manje važni sektor proizvodnje ili onaj najbitniji.

---

<sup>1</sup> Benić Đ. (2017)

## 2.1. Oblici poduzeća prema vlasništvu

Ni jedno poduzeće nema pravnu osobnost te je ono samo sredstvo kojim djeluje njegov nositelj ili vlasnik koji ulazi u ravne odnose pod zajedničkim imenom odnosno imenom poduzeća. Svakom nositelju poduzeća pripadaju i njegova prava i obveze koje nastaju djelovanjem poduzeća. Vlasnici poduzeća mogu biti partneri, društva, ali i pojedinci. Postoje tri zakonska organizacijska oblika poduzeća: inokosna ili poduzeća u vlasništvu pojedinca, partnerstvo ili ortaštvo i dioničko društvo ili korporacija.

### 2.1.2. Poduzeće u vlasništvu pojedinca

U poduzeću u vlasništvu pojedinca, postoji jedan vlasnik te ona donosi sve odluke i snosi svu odgovornost za cjelokupno poslovanje.<sup>2</sup> Tako vlasnik ima moć da zaposli osobu koliko želi, da ih stavlja na bilo koju poziciju u poduzeću, da pozajmljuje novca koliko on sam želi i koliko je sposoban. Takva osoba je odgovorna za cijelo poduzeće, pa se tako i tereti za sve dugove koje nastaju te se u slučaju dugova njemu zapljenjuje sva imovina koju posjeduje, osim onog minimuma koji je zakonski određen da je potreban za život. Tako postoje prednosti i nedostaci poduzeća u vlasništvu pojedinca. Jedna od najvećih prednosti je da takva poduzeća imaju samo jednog vlasnika koji je gospodar svega te samo on ima potpunu kontrolu nad cijelim poduzećem. Nedostaci su da su resursi koje poduzeće može dobiti te tako i sva financijska pomoć tj. krediti i zajmovi ograničeni jer se nakon neplaćanja zajma ili ne vraćanja kredita može teretiti samo jedna osoba pa tako banke ili zajmodavci imaju veći rizik povrata sredstava. Tu se pojavljuju najveće poteškoće za vlasnika jer kod privatnih zajmova od banaka kamate mogu biti i do 50% godišnje, a poslovne banke rijetko daju zajmove za poslovne procese u kojima postoji veliki rizik, te ako je poduzeće novo ili još uvijek mlado, nije provjerena pouzdanost poduzeća. Poslovne banke daju kredite s kratkim rokom otplate do pa je poduzećima jako teško investirati novac u poduzeće, napraviti proizvod, promovirati ga, prodati i zaraditi novac te otplatiti kredit kojem je još pridodana kamata. Još jedan veći nedostatak je taj da vlasnik mora biti sposoban i mora znati raditi na više funkcija poslova u poduzeću, od menadžera pa sve do proizvodnje kako bi znao i mogao kontrolirati samo proizvodnju te sve ulazne i izlazne proizvode u poduzeću.

---

<sup>2</sup> Benić Đ. (2017)

### 2.1.3. *Partnerstvo*

Partnerstvo ili ortaštvo stvaraju dvije ili više pravih osoba koja temeljem dogovora i ugovora osnivaju partnersko poduzeće.<sup>3</sup> Partneri se udružuju te tako djeluju na tržištu temeljem ugovora o ortaštvu kojim su partneri zajedničko odgovorni za obveze koje stvara poduzeće te su zajednički vlasnici cjelokupne imovine poduzeća. Svaki od partnera ulaže u razvoj poduzeća pa tako ujedno sudjeluje i kod raspodjele profita. Uobičajeno je da partneri ulažu u poduzeće u jednakim omjerima te je tako ujedno i lakše snositi podjednaki rizik. Partnerstvo se može podijeliti prema različitim postocima udjela vlasništva te tako na primjer 51% naprema 49%. U tom slučaju postoji partnerstvo, ali jedna osoba posjeduje veći udio u poduzeću te je ona „bitnija“ osoba u poduzeću pa ako poduzeće pretrpi neuspjeh onda je osoba koja posjeduje 51% imovine i vlasništva odgovorna podmiriti jednak broj obveza koliko je i njegov postotak poduzeća. Prednosti partnerstva su ta da je u poduzeću više nego jedan vlasnik pa ujedno postoji i veća sposobnost pozajmljivanja novca te postoje veći financijski resursi. Druga prednost je ta da se poslovi unutar poduzeća mogu podijeliti između partnera, što nije slučaj kod poduzeća u vlasništvu pojedinaca. Kod partnerstva je tako lakše specijalizirati se za neku djelatnost ili zadatak u poduzeću. Nedostatak je tak da je partnerstvo jako rizično po pitanju odgovornosti. Na primjer ako postoje 3 partnera koji ovise o ulaganju u poduzeće, kao na primjer u nove strojeve, modernizaciju, a jedan od partnera ovisi izaći iz partnerstva zbog nezadovoljstva poduzeća na tržištu ili bilo kojeg nepoznatog razloga, a druga dva partnera nemaju dovoljno kapitala za ulaganje, poduzeće će propasti pa tako ujedno i partnerstvo. Zato koliko prednosti dolazi s partnerstvom, treba pažljivo razmotriti i rizike koji znaju biti kobni za poduzeće.

### 2.1.4. *Dioničko društvo*

U manjim poduzećima gdje su vlasnici pojedinci ili partneri postoji jedinstvena funkcija vlasništva, upravljanja i kontrole. Funkcije se razdvajaju u dioničkom društvu. U dioničkom društvu to je udruženje osoba preko kapitala koji unose u društvo i u kojem se glavnina odnosa utvrđuje prema iznosu kojeg unese pojedina osoba u društvo. Bitna obilježja dioničkog društva je da je dioničko društvo pravna osoba, da je to društvo koje se temelji na pravnom poslu, da se posluje udruženim sredstvima, da za

---

<sup>3</sup> Osnovne poduzetništva; ENTER Entrepreneurship for Employment (Internet stranica)

sve obveze nastale iz poslovanja društva jamči isključivo imovinom društva.<sup>4</sup> Zakonsko-pravni identitet odvojen je od njihovih vlasnika. Tako da vlasnici imaju ograničenu odgovornost. Dioničko društvo, korporaciju, možemo definirati kao pravni oblik poslovne organizacije čiji su vlasnici mnogobrojni i individualni imatelji dionica ili dioničari. Dioničko društvo ima poseban identitet koji je određen zakonom a on glasi da društvo može kupovati, prodavati, pozajmljivati novac i sklapati ugovore. Glavna prednost dioničkog društva u odnosu na ostala vlasništva je ta da je laka mogućnost namicanja novca za ulaganje u poduzeće. Ljudi koju odluče ulagati u neko poduzeće prije će kupiti vrijednosne papire kojima ulozi nisu veliki, nego otvoriti neko svoje poduzeće u kojem ima velike uloge i investiranja. Upravo zbog tog slučaja ulaganja u dionička društva su relativno velika pa tako postoji i veća mogućnost za širenje poslovanja te stalne specijalizacije i modernizacije postrojenja i opreme, zaposlenika te svih ostalih sudionika i opreme koja je potrebna za rad. Kao prednost možemo navesti i da se dioničko društvo ne gasi kada dionica promjeni vlasnika, nego samo prelazi u drugo vlasništvo. Nedostatak je taj da za razliku od ostalih vrsta vlasništva poduzeća, dioničari u dioničkom društvu imaju jako mali utjecaj na samo poduzeće. U dioničkim društvima plaća se i veći porez nego u ostalim vrstama.

## **2.2. Cilj poduzeća**

Teorija poduzeća zasnivala se na pretpostavci da je cilj poduzeća maksimizirati tekuće ili kratkoročne profite. Svako poduzeće mora imati jedan ili više ciljeva kojima teži.<sup>5</sup> Tako poduzeća na primjer smanjuju cijene proizvoda ili usluga u obziru na konkurenciju, kako bi se bolje probila na tržištu, privukla veći broj kupaca te ulažu u opremu kako bi osigurali bolju budućnost. Poduzeće nije samo proizvođač i prodavatelj dobra i usluga, nego je istodobno i samo dobro, pa je iz tog razloga jako presudna i maksimizacija profita. Postavlja se pitanje: čemu je jednaka vrijednost poduzeća? Pa možemo reći da je vrijednost poduzeća jednaka ukupnoj imovini poduzeća. Postoji mnogo pristupa kojima se mjeri, a to su: imovinski pristup, tržišni pristup, pristup na temelju zarade, cash-flow pristup.

---

<sup>4</sup> Benić Đ. (2017)

<sup>5</sup> UNIZD- misija, vizija i ciljevi (internetska stranica)

Tablica br. 1. pristupi poduzeću

Imovinski pristup	Vrijednost poduzeća može se odrediti procjenom vrijednosti imovine poduzeća
Tržišni pristup	Oslanja se na financijsko tržište u procjeni vrijednosti poduzeća. Vrijednost poduzeća temelji se na tržišnoj vrijednosti sličnih poduzeća kojima se trguje na tržištu
Pristup temeljem zarade	Procijenjena vrijednost poduzeća zasniva se na sposobnosti poduzeća da u budućnosti ostvaruje profit
Cash-flow pristup	Vrijednost poduzeća temelji se na sadašnjoj vrijednosti budućih gotovinskih tijekova poduzeća u kojima je kupac zainteresiran za buduće gotovinske tijekove

Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017 stranica 204

U daljnjem razmatranju vrijednosti poduzeća možemo zaključiti da je vrijednost poduzeća jednaka sadašnjoj vrijednosti očekivanog budućeg tijeka profita poduzeća.

### 2.3. Knjigovodstveni profit nasuprot ekonomskom

Za ekonomista, profit je višak koji ostane poduzeću nakon što su plaćeni svi računi. Profit je poduzetnikova nagrada za rizike u koje je ušao.<sup>6</sup> Tako možemo razlikovati knjigovodstveni profit koji pak je razlika između prihoda poduzeća i eksplicitnih troškova. Eksplicitni troškovi su troškovi koji obuhvaćaju sve izravne novčane izdatke koje poduzeće plaća za kupnju ili najam resursa. Razliku između prihoda poduzeća i eksplicitnih i implicitnih troškova ekonomisti smatraju ekonomskim profitom. Eksplicitni troškovi samo su dio ekonomskih troškova pa troškovi još i obuhvaćaju neke implicitne troškove. Implicitni troškovi označavaju vrijednost činitelja koje poduzeće posjeduje i upotrebljava u vlastitim proizvodnim procesima i čini veličinu potencijalno izgubljene dobiti koja bi se ostvarila zapošljavanjem resursa u drugoj najboljoj alternativi. Ekonomisti smatraju da se u troškove uključuju eksplicitni i implicitni troškove pa se zato ekonomski profit rabi u investicijskim odlukama, a knjigovodstveni profit u računovodstvene, porezne i druge svrhe. Postoji i prosječan profit te je to iznos profita koji u konkurentskim uvjetima zadržava poduzetnika u odnosnoj, gospodarskoj

<sup>6</sup> Moj-bankar.hr-profit

aktivnosti, poduzeću, a on se iskazuje s eksplicitnim troškovima u sklopu ukupnih troškova.

## 2.4. Teorije i svrhe profita

Postoji nekoliko teorija profita, a to su: teorija objašnjenja profita rizikom, frikcijska teorija profita, monopolska teorija profita, inovacijska teorija profita, teorija objašnjenja profita menadžerskom efikasnošću. Svaka od navedenih teorija ima uporišta u zbilji i može se primijeniti u nekim djelatnostima.

Tablica br. 2. teorije profita

Teorija objašnjenja profita rizikom	Poduzeća će ući i ostati u poslovanju koje je iznadprosječno rizično samo i ako mogu ostvarivati iznadprosječne povrate
Frikcijska teorija profita	Profiti nastaju frikcijom, posljedicom odstupanja od konkurentske dugoročne ravnoteže
Monopolska teorija profita	Poduzeće monopolist na tržište stavlja malo proizvoda i prodaje ih po visokoj cijeni, zbog toga što nema konkurencije pa on ostvaruje monopolski ekstraprofit. Kako je sve teže postati monopolist na tržištu ili biti konkurencija monopolistu, on može imati jako velike dugoročne profite.
Inovacijska teorija profita	Ekonomski profit nagrada je za uvođenje uspješne inovacije. Patentni sustav namijenjen zaštiti profita uspješnim inovatorima i ohrabrljenju osmišljavanja i uvođenja inovacija. Teorija nestaje kad drugi inovatori žele proizvesti slične proizvode.
Teorija objašnjenja profita menadžerskom efikasnošću	Poduzeća s iznadprosječnom efikasnošću koja vode sposobni menadžeri ostvaruju visoke ekonomske profite dok prosječna poduzeća imaju dugoročnu tendenciju ostvarivanja samo prosječnog profita.

Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017; stranica 208. Temeljna svrha profita je da se poduzeće potiče na veću efikasnost, ukazivati treba li se proizvoditi više ili manje određenog proizvoda, upućivanje poduzeću na to treba li napustiti određenu granu proizvodnje ili ne.<sup>7</sup> Alokacija je raspoređivanje i upotreba

<sup>7</sup> FGAG Split 2014.;Osnove poslovne ekonomije, str.20

sredstava, ljudi, troškova, vremena za različite namjene. Svrha je postići maksimalan učinak raspoloživim sredstvima, maksimalan utrošak onog čime se raspolaže.

## **2.5. Tri glavne odluke poduzeća**

Tri glavne odluke koje poduzeće mora donijeti su: odluka o investiranju, odluka o financiranju i odluka o dividendi. Sve tri odluke se donose ako je slučaj o dioničkom društvu. Ako je slučaj da je poduzeće u vlasništvu pojedinca i partnerstva, druga odluka se ne donosi. Kako bi se dioničarima maksimizirala vrijednost poduzeća potrebna je optimalna kombinacija svih navedenih odluka.

**Odluka o investiranju** jedna je od najvažnijih odluka u odnosu prema vrijednosti poduzeća. Odluka o investiranju ovisi o ukupnom raspoloživom iznosu efektivne imovine poduzeća, strukturi te imovine, i naravi poslovnog rizika poduzeća, ali i određuje ukupni iznos efektivne imovine poduzeća, sastav te imovine i narav poslovnog rizika poduzeća. Za donošenje investicijske odluke temeljno je pitanje kojim se kriterijem koristiti za prihvaćanje jednog od niza ponuđenih investicijskih projekata, kojom se metodom procjene prihvatljivosti investicijskog projekta koristiti.

**Odluka o dividendi** uključuje odluku o stopi isplate dividendi kojom se određuje postotak neto-zarade koji se plaća dioničarima na ime dividende, stabilnost trenda apsolutne vrijednosti dividende, odluka o tome hoće li se i koliko isplaćivati dividende putem dodatnih dionica i dionica smanjene vrijednosti i odluka o ponovnoj kupnji dionica. Odluka o stopi isplate dividende određuje iznos zarade koji se zadržava u poduzeću, izbor i racionalnost te odluke ocjenjuje se s aspekta maksimiziranja dioničkog bogatstva. Tako se vrijednost dividende mora uravnotežiti s oportunitetnim troškovima zadržanih zarada koje su izgubljene kao sredstva financiranja trajnog kapitala.

U **odluci o financiranju**, menadžer koji je zadužen za financije nalazi se pred problemom pronalaženja optimalne kombinacije financiranja s gledišta osnovnog cilja poduzeća. Osnovni cilj poduzeća je da se maksimizira njegova vrijednost. Ako se promjeni i sama struktura kapitala, to može utjecati na vrijednost poduzeća. Postoje različite metode kako možemo pronaći optimalnu kombinaciju kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog financiranja s obzirom na maksimiziranje vrijednosti poduzeća.



## 2.6. Granice teorije poduzeća

Tradicionalna teorija poduzeća smatra da poduzeće treba maksimizirati svoj profit. Novija teorija poduzeća smatra da je cilj poduzeća maksimizirati samu vrijednost poduzeća. Novija teorija nije dobro prihvaćena jer menadžeri imaju mogućnost vođenja sljedeći svoje ciljeve nakon što postignu prikladnu stopu profita koja zadovoljava dioničare. Tako se pojavljuje sve veći broj alternativnih teorija poduzeća. S menadžerske strane postoje tri teorije: teorija maksimizacije profita, teorija maksimizacije korisnosti, teorija maksimizacije rasta.<sup>8</sup> One proizlaze iz stava da se zadovolji menadžer, njegova plaća, pozicija na tržištu, a ovisi o veličini poduzeća, veličini troškova za osoblje, opremljenosti ureda, službenim putovanjima i slično. Analiza različitih teoretsko-modelskih pristupa poduzeću i distribuciji veličine poduzeća, teoretska je podloga za empirijsku analizu djelotvornosti tranzicije, aplicirane na poduzeća različite veličine. Postojanje mnoštva teorija i teoretičara koji su se bavili proučavanjem poduzeća nužno zahtijeva klasificiranje odnosno agregiranje. Postoje još i teorije poduzeća koje se dijele na marginalističke, behaviorističke i menadžerističke.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Benić Đ. (2017)

<sup>9</sup> Kovačević Z.; Teorije poduzeća (pdf)

### 3. Teorija proizvodnje i proizvodna funkcija

Teorija proizvodnje započinje proizvodnom funkcijom, razmatranjem koliko se outputa količinski može dobiti u odnosu na inpute koje smo uložili. Za proizvodnju jedne količine outputa potrebna je određena količina outputa (npr. za proizvodnju jagoda potrebni su zemlja, voda, gnojivo, zaštitna sredstva, radnici, strojevi). Većina outputa može se proizvesti raznim kombinacijama inputa. Ako govorimo o inputima u smislu šire definiranih kategorija, onda se često koristimo pojmom faktora proizvodnje.<sup>10</sup> Proizvodna funkcija pokazuje funkcionalne odnose između inputa i outputa i to baš maksimalni output koji se može proizvesti danim inputima i određenu tehnologiju. Važno je napomenuti da su za proizvodnju potrebna dva ili više outputa inače će proizvod biti jednak nuli.

#### 3.1. Proizvodnja u kratkom roku

Činitelje proizvodnje možemo podijeliti na fiksne i varijabilne, odnosno može li se njihova količina lako mijenjati ako se odluči povećati opseg proizvodnje. Fiksni činitelji teško mijenjaju kvantitetu jer su oni ključni za proizvodnju, a s druge strane varijabilni činitelji lako se prilagođavaju proizvodnji. Kapital i oprema smatra se fiksnim troškom jer se ona ne mijenja toliko koliko varijabilni, a to su sirovine, radnici. Tako postoji i razlika između kratkog i dugog roka proizvodnje. zakon padajućeg graničnog proizvoda i pravilo najmanjeg troška tipične su zakonitosti kratkog roka<sup>11</sup>

Tablica br. 3. razlika između kratkog i dugog roka

Kratki rok	Obuhvaća razdoblje u kojem su jedan ili više činitelja fiksni pa se proizvodnja može mijenjati samo u granicama postojećih, fiksnih kapaciteta bez tehnoloških inovacija. To je razdoblje koje nije dovoljno dugo da bi dopustilo promjene nekih važnih ekonomskih okolnosti s kojima se sučeljava donosilac odluke.
Dugi rok	Svi su činitelji varijabilni (prirodni resursi su fiksni) pa se kapaciteti kao i tehnologija mogu mijenjati. Dugi rok je dovoljno dugo razdoblje u kojem su sve bitne informacije i izbori dostupni donosiocu odluke.

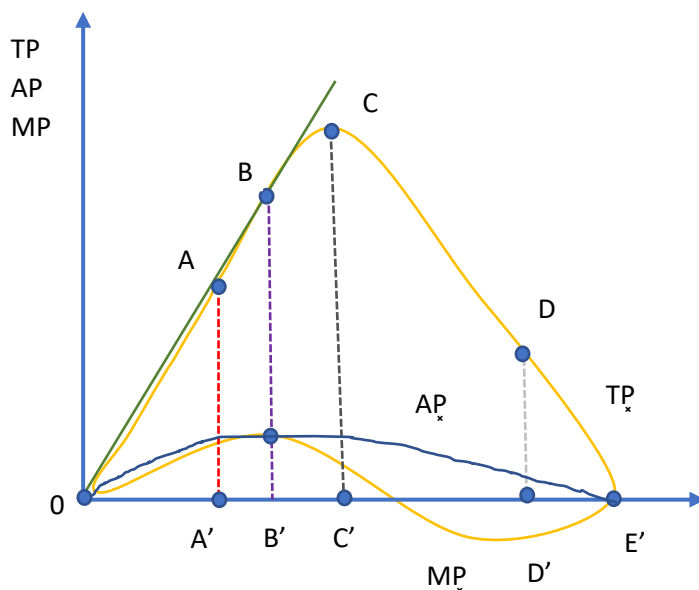
Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017

<sup>10</sup> D. Sabolić; Osnovni pojmovi iz teorije proizvodnje; Sveučilište u Zagrebu

<sup>11</sup> D. Sabolić; Osnovni pojmovi iz teorije proizvodnje; Sveučilište u Zagrebu

Možemo zaključiti da se u kratkom roku proizvodnje razina outputa može mijenjati samo u onom opsegu koliko dopuštaju promjene varijabilnih činitelja uz dane fiksne činitelje.

grafikon br. 1. Tri karakteristične zone proizvodnje



Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017;

Tablica br. 4. tri zone proizvodnje

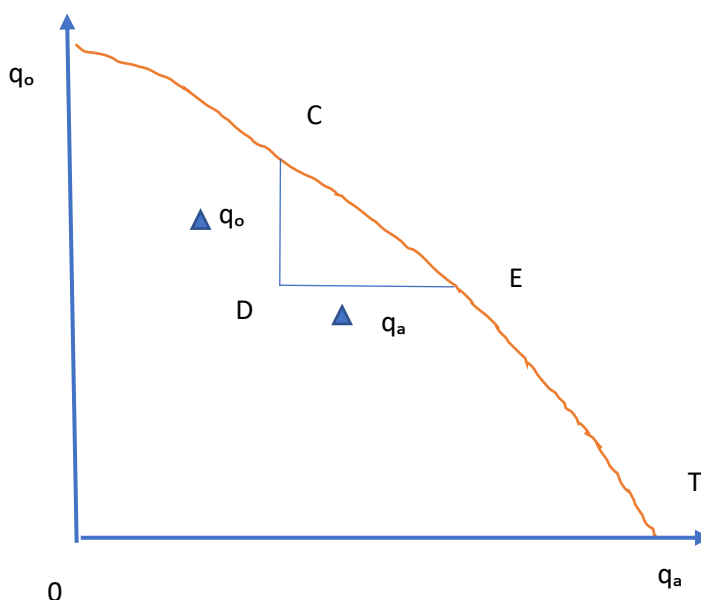
1.zona od 0' do B'	$MP_x > 0$ , $AP_x$ je rastući pa je stoga $MP_x > AP_x$ , a $TP_x$ se neprekidno povećava.
2.zona od B' do C'	$MP_x > 0$ , $AP_x$ je opadajući pa je $MP_x < AP_x$ , ali se $TP_x$ još uvijek povećava jer je $MP_x > 0$
3.zona od C' do E'	$MP_x < 0$ , a opadajući su $AP_x$ i $TP_x$

Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017; stranica 221  
 Maksimizirajuće orijentiran proizvođač ne bi proizvodio u 1. ili u 3. zoni jer bi u 1. zoni proizvođač povećao prosječnu proizvodnost pa bi bilo te tako ne bi zaustavio proizvodnju u zoni, jer bi to bilo nerazumno. U 3. zoni smanjenjem varijabilnog činitelja može povećati ukupan output i uštedjeti na radu. Tako se smatra da je 2. zona ekonomski najvažnija zona proizvodnje.

### 3.2. Proizvodnja u dugom roku

Pod pojmom dugog roka razumijeva se vremensko razdoblje u kojem su svi inputi sadržani u proizvodnoj funkciji varijabilnog karaktera.<sup>12</sup> U obliku izokvante ovisi kakva je zamjenjivost činitelja proizvodnje. Ako bi izokvanta bila oblika negativnog nagiba, činitelji bi bili međusobno savršeni supstituti, a ako bi izokvanta imala pravi kut, to bi predstavljalo fiksni omjer činitelja. Koeficijent elastičnosti tehničke supstitucije mjeri lakoću kojom se jedan činitelj mijenja s drugim uz zadržavanje jednakog outputa. Krivulja transformacije pokazuje uvjete u kojima se jedan proizvod može transformirati u drugi prebacivanjem resursa iz proizvodnje jednog u proizvodnju drugog. Oblik krivulje transformacije ovisi o uvjetima proizvodnje tako da u uvjetima djelovanja zakona opadajući prinosa konkavna prema ishodištu, dok bi u uvjetima konstantnih prinosa bila oblika pravca negativnog nagiba, a u uvjetima rastućih prinosa bila bi oblika krivulje konveksne prema ishodištu. Ako se povećanje proizvodnje jedno proizvoda promatra kroz smanjenje proizvodnje drugog proizvoda, odnosno kroz njegov oportunitetni trošak. Uvjetima opadajućih, konstantnih i rastućih prinosa odgovaraju uvjeti rastućih, konstantnih i opadajućih troškova

Grafikon br. 2. Krivulja transformacije



Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017; stranica 235

<sup>12</sup> Pavić, I., Mikroekonomija:(2015)

## 4. Analiza troškova

Postoji nekoliko razloga zašto su troškovi važni za poduzeće. Prvobitno troškovi utječu na profit poduzeća, ako su troškovi poduzeća veći, profit će biti manji i suprotno. Tako se velika pažnja mora staviti na njihovo praćenje i poduzeti mjere kojima će ostati isti ili se sniziti. Druga važnost troškova je ta da oni proizlaze iz količine dobara koje je poduzeće proizvelo, ako proizvedemo veću količinu, troškovi će biti veći te ovisi o razini njihove tržišne cijene. Kako veličina troškova ovisi mogu li se i kako mijenjati inputi u proizvodnji danog outputa, potrebno je razlikovati troškove u kratkom i troškove u dugom roku.

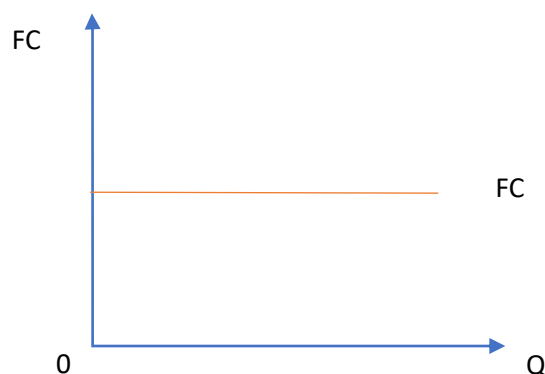
### 4.1. troškovi proizvodnje u kratkom roku

Jedna od glavnih karakteristika troškova u kratkom roku je veličina jednog njihovog djela neovisna o opsegu proizvodnje o opsegu proizvodnje, a koja proizlazi iz činjenice da je u kratkom roku dio inputa fiksni pa poduzeće povećava opseg proizvodnje utroškom veće količine varijabilnih inputa. Postoje tri analitičke kategorije troškova čije kretanje i međusobni odnosi utječu na ponudu poduzeća: ukupni troškovi, prosječni troškovi, granični troškovi.

Kod proizvodnje u kratkom roku mogu se razlikovati fiksni i varijabilni troškovi pa tako imamo formulu gdje su fiksni troškovi FC, varijabilni troškovi VC te ukupni troškovi SRTC.

$$SRTC = FC + VC$$

Grafikon br. 3. fiksni troškovi

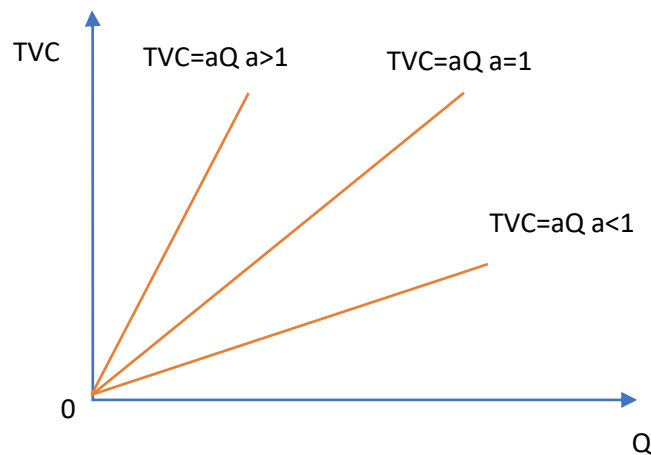


Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017; stranica 244

Fiksni troškovi su oni troškovi čiji ukupan novčani izdatak koji je potrebno podmiriti čak i kad je razina outputa jednaka nuli. Mogu biti na primjer zakupnine, amortizacija strojeva, premije osiguranja, struja, voda. Linija u grafikonu br. 4. Je usporedna s osi Q pa možemo zaključiti da su troškovi stalno isti.

S druge strane nalaze se varijabilni troškovi. To su troškovi koji se mijenjaju. Povećavaju se s povećanjem razine outputa ili smanjuju s smanjenjem outputa, a to su plaće, sirovine, sve druge troškove koji nisu fiksni. Varijabilni troškovi rastu pa tako i ukupni troškovi usporedno s njima te će uvijek pokazivati ista povećanja. Varijabilni troškovi počinju od nule proizlaze iz ishodišta i mogu rasti proporcionalno, degresivno, progresivno.

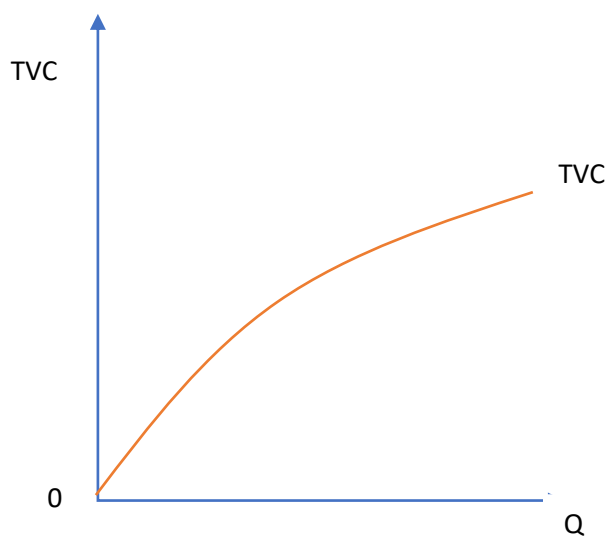
Grafikon br. 4. proporcionalno varijabilni troškovi



Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017; stranica 244

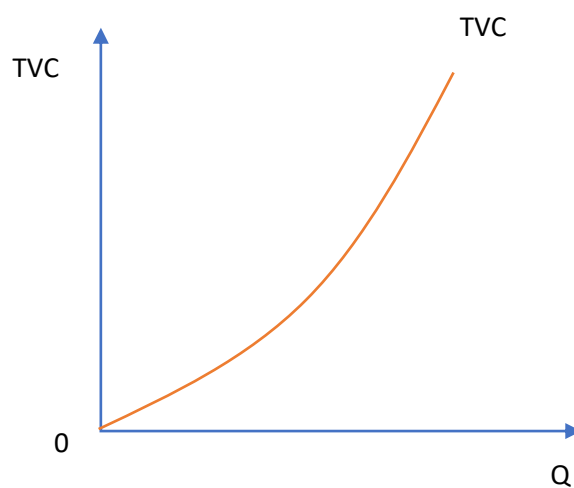
U grafikonu proporcionalno varijabilnih troškova povećavaju se upravo razmjerno povećanju outputa. Kretanje troškova u odnosu prema rastu outputa ovisi o koeficijentu proporcionalnosti koji može biti jedan, manji od jedan ili jednak nuli. Degresivno varijabilni troškovi rastu sporije od rasta outputa i prikazuju se rastućom krivuljom.

Grafikon br. 5. degresivno varijabilni troškovi



Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017:stranica 245  
Degresivno varijabilni troškovi rastu sporije od rasta outputa i prikazuju se rastućom krivuljom

grafikon br. 6. progresivno varijabilni troškovi



Izvor: Mikroekonomija menadžerski pristup; Đuro Benić ; školska knjiga ; 2017; stranica 245  
Progresivno varijabilni troškovi rastu brže od rasta outputa pa se prikazuju rastućom krivuljom prema ordinati.

U ekonomiji poduzeća nalaze se i prosječni troškovi. Oni se mogu sagledavati pomoću prosječnih ukupnih, prosječnih fiksnih i prosječnih varijabilnih troškova. Prosječni

ukupni troškovi su ukupni troškovi proizvodnje po jedinici outputa i dobivaju se dijeljenjem ukupnih troškova s ukupnim outputom.

$$ATC = \frac{TC}{Q}$$

Prosječni fiksni troškovi izračunavaju se kao odnos ukupnih fiksnih troškova i proizvedenog outputa

$$ATC = \frac{TFC}{Q}$$

Prosječni varijabilni troškovi su ukupni varijabilni troškovi po jedinici outputa i izračunavaju se dijeljenjem ukupnih varijabilnih troškova s outputom.

#### **4.2. Troškovi proizvodnje u dugom roku**

Pojam troškova proizvodnje u dugom roku izvodi se iz pojma dugog roka za koji se kazalo da predstavlja vremensko razdoblje u kojem su svi inputi varijabilni.<sup>13</sup> To omogućava podešavanje svih inputa tako da omoguće proizvodnju željenog outputa uz najniže troškove. Potrebno je utvrditi kombinacije proizvodnih inputa koji daju zadani output, a potom pronaći kombinaciju koja minimizira trošak proizvodnje. Prvi input je cijena kapitala. U dugom roku tvrtka može prilagođavati količine kapitala koje koristi. Za razliku od izdataka za rad, za kapital su potrebni veliki početni izdaci. Drugi izbor je kapitalna renta. Kapital se ne mora samo kupovati, već se može i iznajmiti. Kao primjer možemo dati neko postrojenje. Tada je cijena kapitala jednaka kapitalnoj renti, godišnjem trošku unajmljivanja jedinice kapitala. Kao i kod troškova u kratkom roku, u dugom također postoje prosječni i granični troškovi. Razlika je u tome što se u dugom roku javlja samo jedna vrsta ukupnog troška i njegova je veličina iskazana kao prosječni trošak.

Trošak po jedinici outputa na pojedinoj razini outputa kada su svi proizvodni inputi varijabilni naziva se prosječnim troškom u dugom roku. On se izračunava iz odnosa ukupnog troška u dugom roku i količine outputa na promatranj razini,

$$LAC = \frac{LTC}{Q}$$

---

<sup>13</sup> Pavić, I., Mikroekonomija (2015)



Granični trošak u dugom roku je trošak koji se izračunava iz odnosa prirasta ukupnog troška u dugom roku i prirasta količine outputa. To je prirastu ukupnog troška u dugom roku u odnosu na prirast outputa. Izračunava se,

$$LMC = \frac{\Delta LTC}{\Delta Q}$$

svojstvo prema kojem prosječni trošak u dugom roku opada s porastom outputa naziva se ekonomijom obujma. Ekonomija obujma je izravna posljedica djelovanja rastućih prinosa na opseg koji nastaju zbog organizacijskih, tehnoloških i financijskih razloga. Ekonomija obujma je vrlo važna kod odluka o investiranju o veličini ukupne proizvodnje i izboru tehnologije. Kod ekonomije obujma troškovi ne rastu paralelno, već ostaju fiksni i sve manje opterećuju jedinične troškove. Poduzeću je isplativije imati veći obujam ili seriju proizvodnje ako se cijena ne povećava ili ako cijena pada u odnosu na jediničnu proizvodnju.

## 5. Tehnike procjenjivanja troškova

Troškovi su važni za poduzeće zbog dva razloga. Prvi razlog je da se povećanjem troškova smanjuje profit proizvođača pa se s toga mora povećati pažnja kod pronalaženja rješenja za snižavanje troškova. Količina dobara koju proizvođač nudi ovisi o razini njegove tržišne cijene i troškovima proizvodnje. Tako ponuda ovisi o graničnom trošku bez obzira u kojem tržišnom stanju posluje. Veličina troškova ovisi i o tome da li se inputi proizvodnje mogu mijenjati. Razlikujemo troškove u kratkom i dugom roku. Kratkoročni troškovi nužni su za donošenje učinkovitih menadžerskih odluka u vezi s određivanjem prodajne cijene i optimalne razine proizvodnje te su korisni su u operativnom odlučivanju. Optimalna razina proizvodnje označuje količinu outputa pri kojoj se maksimizira profit, odnosno količinu outputa pri kojoj su granični prihod i granični trošak jednake veličine.<sup>14</sup> Dugoročni troškovi korisni su u dugoročnom planiranju optimalne veličine postrojenja koje će poduzeće graditi. U procjenjivanju troškova rabe se vremenske serije regresijska analiza linearne, kvadratne i kubne funkcije troškova, dok se u dugom roku najčešće upotrebljava regresijska analiza vremenskih presjeka.

### 5.1. Procjenjivanje kratkoročnih troškova

U procjenjivanju kratkoročnih troškova najčešće se rabi regresijska analiza procjenjivanja troškova. To je metoda prema kojoj se troškovi povezuju s proizvodnjom (outputom), cijenom inputa, uvjetima poslovanja i drugim činiteljima čiji se učinci na troškove žele analizirati za razdoblje u kojem se ne mijenja veličina postrojenja. Višestruka regresijska analiza model je koji uključuje dvije ili više nezavisnih varijabli koje nisu u odnosu jedna s drugom, ali određuju vrijednost zavisne varijable. Postoje mnoge teškoće i problemi pripreme podataka.

Konceptualni problemi moraju uključivati ukupne ekonomske troškove, eksplicitne i implicitne te moraju obuhvaćati oportunitetne troškove. Svaki input koji se radi u proizvodnji mora biti procijenjen prema svom eksplicitnom i oportunitetnom trošku. Problem je taj da nema definiranog pravila koje se može primijeniti pa se problem može sam istaknuti te se za njega, pošto je svaki različit, mogu predložiti neka moguća

---

<sup>14</sup> Benić Đ. mikroekonomija (2017.)

prilagođavanja. Problemi alociranja troškova proizlaze iz čestih pogrešaka u specificiranju pojedinih relativnih kategorija troškova. Odnosno iz podjele troškova na fiksne i varijabilne. Može se istaknuti da su za računovodstveno alokaciju troškova vezana dva problema. Prvi je da fiksne troškove ne bi trebalo alocirati na proizvode i ne bi ih trebalo uključivati u procjenjivanje troškova u kratkom roku. Drugi razlog je da se moraju točno utvrditi proporcije u kojima se troškovi raspoređuju na pojedine proizvode. Homogenost outputa je kada se istovremeno proizvodi nekoliko proizvoda potrebni su određeni alati mjerenja kako bi se dobila proizvedena količina. Ako se za mjerenja svakog proizvoda rabi mjerenje troškova ili izravnih inputa potrebnih za njegovu proizvodnju tada se na neki način troškovi rabe kako bi se odredio output, odnosno uvodi se ovisnost u odnos između troškova i outputa kada se nastoji odrediti njihov odnos.

Vremenska usklađenost mora se provesti kako bi se postigla pravilna podudaranost između troškova i proizvodnje bez obzira na to je li riječ o prijevremenosti ili zaostajanju. Pojam vremenske usklađenosti određuje potrebu alociranja troškova na razdoblje u kojem je određeni output proizveden, a ne na razdoblje u kojem su plaćeni inputi upotrijebljeni u proizvodnji toga outputa. Problem prilagođavanja cijena javlja se kada se u obzir ne uzimaju promjene cijena inputa te to može dovesti do određene supstitucije inputa. Različiti se troškovi moraju deflacionirati ili inflacionirati prikladnim indeksom cijena da bi se uklonio problem inflacije i deflacije. Zajednički indeks za prilagođavanje cijena inputa ne daje zadovoljavajuće rezultate pa je s toga bolje upotrebljavati poseban indeks za svaku kategoriju inputa. Problem razdoblja promatranja javlja se kada vrijeme nije dovoljno dugo da se istraži promjena proizvodnje i troškova. Kako promatranja nisu sva ista, često se rade mjesečni podaci gdje se uspoređuju mjesečne promjene različitih kategorija troškova. Potrebno je naglasiti da se kratki i rok ne može uspoređivati jer je on različit u djelatnostima.

## **5.2. Procjenjivanje dugoročnih troškova**

Cilj procjenjivanja krivulja troškova u dugom roku jest utvrditi jedinične troškove za različite veličine opsega kapaciteta i tako istražiti principe s obzirom na razmjer. Postavljaju se tri glavna pitanja: „Dovodi li povećanje kapaciteta do rastućeg prinosa i opadajući troškova? „ Gdje i kada poslije određene točke daljnje povećanje kapaciteta s obzirom na razmjer dovodi do opadajućeg prinosa i rastućih troškova?“ i „Ostaju li

možda troškovi konstantni s povećanjem kapaciteta pokazujući nepostojanje ekonomije i disekonomije opsega?". Odgovori na pitanja omogućuju određivanje optimalne veličine kapaciteta koju je potrebno izgraditi kako bi se minimalizirali troškovi anticipirane razine proizvodnje u dugom roku. Na složenost analize i procjenu ne utječe samo varijabilnost svih troškova u dugom roku nego i činjenica da se u dugom roku mijenjaju i proizvodi koji se proizvode i tehnologija koja se rabi.

### 5.3.2. Inženjerska tehnika

Analizom nove metode proizvodnje ili proizvodnja novih ili inovativnih proizvoda često povijesni podaci o troškovima i outputu nisu raspoloživi ili ih nema dovoljno. Inženjerska metoda uključuje procjenu očekivanih troškova proizvodnje na temelju fizičkih proizvodnih odnosa i očekivanih troškova inputa nužnih za proizvodnju određene razine. Metoda se zasniva na tehničkim odnosima između inputa i razine proizvodnje koji su sadržani u proizvodnoj funkciji. Određuju se optimalne kombinacije inputa potrebnih za proizvodnju različitih razina proizvodnje pa se tehnički optimalne kombinacije množe s cijenom inputa kako bi se dobili troškovi odgovarajuće razine proizvodnje. Procjene se temelje na optimalnoj pretpostavci, a to je proizvodnja najvećeg outputa uz danu kombinaciju inputa, odnosno kombiniranjem utroška inputa najnižeg troška u proizvodnji outputa određene razine. Prednosti inženjerske tehnike u odnosu na regresijsku analizu vremenskog presjeka je činjenica da se tehnologija drži konstantnom.<sup>15</sup>

### 5.3.3. Tehnika preživljavanja

Konkurencija između poduzeća različitih veličina u nekoj industriji u dugom roku omogućuje samo tehnički efikasnijim poduzećima da prežive. Takva poduzeća s relativno niskim prosječnim troškovima tijekom vremena ne samo preživljavaju već napreduju, dok, nasuprot tome, poduzeća s relativno visokom prosječnim troškovima podliježu konkurentskom pritisku i nestaju s tržišta. Zato obilježja poduzeća koja preživljavaju pokazuju prirodnu funkciju troškova u dugom roku odnosne industrije. Ako u dugom roku u industriji preživljavaju poduzeća različitih veličina, može se pretpostaviti da nema ekonomije i disekonomije opsega, ako preživljavaju samo velika

---

<sup>15</sup> Benić Đ. Tehnike procjenjivanja troškova (2002.)

poduzeća , tada postoji ekonomija opsega, a ako preživljavaju samo mala poduzeća, tada postoji diseconomija opsega. Iako je tehniku preživljavanja relativno lako primijeniti, u njezinoj primjeni postoje ozbiljna ograničenja.<sup>16</sup> Prvo je da ona ne pomaže u procjenjivanju troškova za ciljeve planiranja. Samo ukazuje na veličinu poduzeća za koje se smatra da će biti najučinkovitije. Drugo je to da ta tehnika smatra da je preživljavanje izravno povezano s minimiziranjem dugoročnih prosječnih troškova koji na to odlučujuće utječu, iako uspješna diferencijacija proizvoda često utječe na napredak poduzeća.

---

<sup>16</sup> Benić Đ. Tehnike procjenjivanja troškova (2002.)

## 6. Alternativne teorije poduzeća

Teorija poduzeća sastoji se od tumačenja i pretkazivanja poduzeća, osobito s obzirom na odluke o određivanju cijena i outputa te obuhvaća probleme izbora proizvodnih procesa, promidžbe, inovaciju proizvoda, odlučivanje o investiranju i politiku raspodjele. Postoje dvije vrste teorija poduzeća. Razmatra se zadovoljavajuće ponašanje poduzeća i u središte istraživanja stavljaju internu organizaciju poduzeća, a oslanjaju se i na psihologiju. Druge su teorije poduzeća one u kojima je pretpostavka o ponašanju maksimiziranje neke funkcije cilja. Među takvim je teorijama poduzeća najpoznatija klasična teorija poduzeća koja prolazi pretpostavke da poduzeće teži maksimizaciji profita. No zbog sve izrazitijeg razdvajanja vlasništva i upravljanja, popraćenog sve većom mogućnosti menadžera da u upravljanju politikom većih poduzeća slijede i neke samostalne ciljeve, postupno je poljuljana uvjerljivost o općoj prihvatljivosti navedene pretpostavke o funkciji cilja za sve tipove poduzeća suvremenog gospodarstva. To je uzrokovalo pojavu cijelog skupa novih, menadžerskih teorija o poduzeću. Osim što se poduzeće vidi kao skup ugovora između činitelja proizvodnje, promatra se i kao tim čiji članovi djeluju tako da maksimiziraju korist jer njihovo održanje ovisi o tome kako uspješno odbijaju konkurenciju drugih timova.

### 6.1. Model maksimizacije profita

Model maksimizacije profita koristi se kada je poduzeće suočeno s problemima optimizacije te želi odabrati one količine svojih outputa i inputa koji će maksimizirati profit. Poduzeće je u izboru ograničeno i tržišnim uvjetima i tehnološkim mogućnostima proizvodnje te se ne može očekivati da se u danoj situaciji poduzeća ponašaju na način da proizvode na granici svoje proizvodne određenosti, da za svaku količinu outputa upotrebljava one količine inputa koje minimiziraju troškove proizvodnje, izabire one razine outputa koje maksimiziraju ukupni profit.

Maksimizirajući profit, poduzeća, zapravo maksimizira pozitivnu razliku između ukupnog prihoda i ukupnog troška, odnosno, promatrano na razini komparativno statičke analize, problem se svodi na pronalaženje maksimuma funkcije<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Benić Đ. (2017)

$$Pf = TR - TC$$

Maksimalni profit se postiže kod onog opsega proizvodnje pri kojem se izjednačavaju granični prihodi i granični trošak

$$MR = MC$$

U modelu maksimizacije profita poduzeće se može promatrati na dva načina, prvi, prema kojemu je vlasnik ujedno i poduzetnik, odnosno vlasnik vodi poduzeće, te druga, prema kojemu poduzeće vodi menadžer. Poduzeće mogu voditi vlasnik i plaćeni menadžer, pri čemu je za pravilno razumijevanje pojedinih funkcija u poduzeću potrebno razlikovati vlasnika, poduzetnika, menadžera i radnika.

## **6.2. Model maksimizacije prihoda**

Model maksimizacije od prihoda nalaže da satisfakcija menadžera, njegova plaća, pozicija na tržištu i slično izravno ovise o veličini poduzeća mjerenoj opsegom prihoda od prodaje ili veličinom ostvarena prometa.<sup>18</sup> Menadžersko poduzeće teži maksimiziranju prihoda od prodaje uz ograničavajuće uvjete da stalno održava neki profit vlasniku poduzeća.

## **6.3. Model maksimizacije korisnosti**

Pojedinac donosi odluke o svojoj satisfakciji te tako maksimizira svoju korisnost. Mnogobrojne ekonomske analize uključuju modeliranja različitih ekonomskih institucija, koje u promatranom modelu donose odluku. O tim odlukama ovise ishodi modeliranih ekonomskih procesa. Institucije donose racionalne odluke te pokušavaju maksimizirati korist za sebe. Zato maksimizacija korisnosti ima vrlo važnu ulogu u ekonomskoj analizi.

## **6.4. Model maksimizacije rasta**

Glavna karakteristika modela maksimizacije rasta je razmatranje vremenske putanje ekonomskog povećanja poduzeća. Kao što je u modelu maksimizacije prihoda pretpostavka da zadovoljstvo menadžera izravno utječe na ugled i veličinu poduzeća, iskazana u prihodima od prodaje, ovdje se pretpostavlja da zadovoljstvo menadžera i

---

<sup>18</sup> Benić Đ. (2017)

mogućnost veće plaće ovise o snazi i prestižu poduzeća iskazanog kroz njegov rast. Glavno pravilo je da poduzeće koje teži maksimiziranju stope rasta mora imati neki minimalni profit koji ostaje poduzeću, tj. vlasniku poduzeća na raspolaganju.



## **7. Poduzeće Deban dizajn**

Poduzeće „Deban dizajn“ osnovao je 2014. godine. Miroslav Deban, koji je imao svoju viziju stvaranja višefunkcionalnog okruženja. Poduzeće je prvobitno osnovano za izradu namještaja po mjeri, koje uključuje izradu ormara, kreveta, kuhinja, predsoblja i sve ostale vrste malog namještaja. Kako su dolazili novi izazovi, tako se i poduzeće „Deban dizajn“ prilagođavalo istima. Tako su se usluge laserskog rezanja plex-a i šperploče, kao i uslugu previranja u drvetu također uvrstile u njihovu svakodnevnu ponudu. Poduzeće se jednim izazovom iskusilo u investiranju u proizvodnju unutarnjih vrata što im se isplatilo činjenicom da se u početku postojanja izrađivali 10 vrata na godinu, a danas, sredinom 2020. godine izrađuju najkvalitetnija vrata na području Međimurske županije što je rezultiralo tome da su dobili narudžbu od 350 vrata s montažom u roku od 3 mjeseca, koju su uspješno odradili. Za poduzeće možemo istaknuti da je vrlo efikasno kod pogleda na broj zaposlenih u odnosu na obavljeni posao. Ugled poduzeća proširio se i preko granica, pa tako poduzeće uspješno posluje i s državama Europske unije.

### **7.1. Oblik poduzeća prema vlasništvu**

Poduzeće „Deban dizajn“ prvenstveno je osnovano kao poduzeće u vlasništvu pojedinca. Osnovao ga je Miroslav Deban 2014. godine.<sup>19</sup> Kao vlasnik pojedinac, zaposlio je dvije osobe, koje je stavio na njihove pripadajuće pozicije u poduzeću. Uz svoju ušteđevinu i pozajmljeni novac osnovao je poduzeće kojim samo on raspolaže te se samo njega tereti za sve dugove koji nastaju. Tako je on vlasnik cijele imovine poduzeća. Nakon 2017. godine, poduzeće je iz vlasništva pojedinca prešlo u partnerstvo. Tako je Miroslav Deban udružio snage sa svojim bratom Mihaelom Debanom. Oni su postali poslovni partneri te su zajednički postali odgovorni za svu imovinu i za sve troškove koje snosi poduzeće. Kako se poduzeće razvijalo, tako je i broj zaposlenih rastao, pa su s novim oblikom poduzeća zaposlili još 4 osobe. Kako je poduzeće u partnerstvu, tako postoji i veća mogućnost pozajmljivanja novca, pa su tako i vlasnici iskoristili priliku rasta te se počeli širiti kako s brojem zaposlenih, tako i s modernizacijom te novim postrojenjima.

---

<sup>19</sup> Tvrtke.hr

## **7.2. Cilj poduzeća**

Cilj poduzeća u tvrtki „Deban dizajn“ uvijek je bio jasan. Zadovoljiti potrebe kupca te maksimizacija profita. Poduzeće svjesno umanjuje svoje kratkoročne profite kako bi u budućnosti ostvarivala veće profite. Ono umjesto u vlastiti džep vlasnika, pametno ulaže u novu infrastrukturu, strojeve, edukacije, a ponajprije modernizaciju. Još jedan od glavnih ciljeva poduzeća je proširenje na veće tržište koje donosi više poslova te veće kupce.

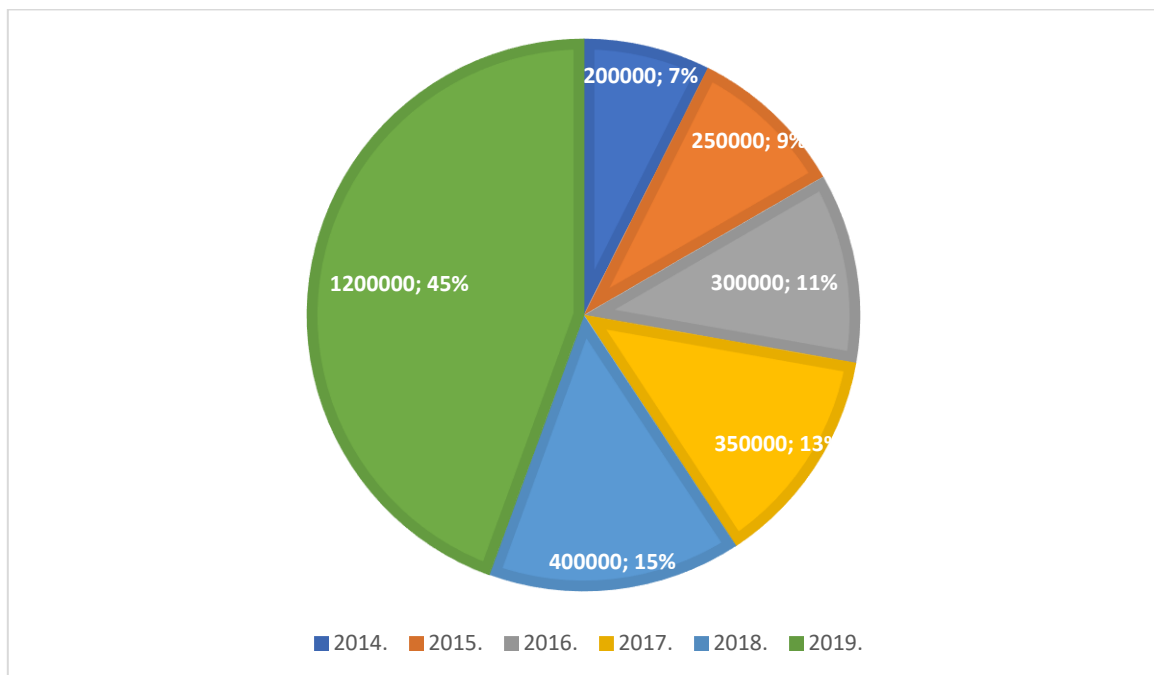
## **7.3. Odluke poduzeća**

Kao i svako poduzeće u vlasništvu pojedinca ili partnerstva, poduzeće „Deban dizajn“ moralo je donijeti dvije važne odluke. To su odluka o investiranju i odluka o financiranju. Za odluku o investiranju potrebno je sagledati koje koristi investicijski projekt ima te kojom se metodom procjene prihvatljivosti investicijskog projekta koristiti. Također u obzir treba uzeti ukupni raspoloživi iznos efektivne imovine poduzeća, strukturu imovine, te narav poslovnog rizika poduzeće. Od 2019. godine poduzeće „Deban dizajn“ počelo je s raspisivanjem natječaja za izgradnju novog industrijskog pogona koji će biti veći od trenutnog, te će na taj način biti olakšana izrada finalnog proizvoda. Razlog proširenja je taj što se trenutno radi na dvije različite lokacije s manjom površinom i manjim industrijskim pogonom, a poduzeće ima kapacitet strojeva i opreme za proizvodnju koji nadmašuju ukupno površinu koju trenutno ima za proizvodnju. Poduzeće je spremno prihvatiti određeni rizik za izgradnju većeg industrijskog pogona, koji će sa sobom donijeti veće troškove. U uvjetima u kojima trenutno rade ne mogu zadovoljiti količinu posla kojeg imaju u planu. Proširenjem industrijskog pogona doći će do povećanja kapaciteta poduzeća, pa će ujedno i profit biti veći. Financiranje poduzeća dolazi još i iz europskih fondova za poduzetništvo. Kako bi se olakšala izgradnja novog pogona, poduzeće je raspisalo zamolbe i zahtjeve za poticanje izgradnje te sufinanciranje, koje im je još na čekanju. Ostala kratkoročna ulaganja dolaze iz osobnog financiranja vlasnika poduzeća.

U grafikonu broj 7. vidimo kako je poduzeće ulagalo u investicije tijekom njegova postojanja. Vidimo da povećanjem postojanja poduzeća rastu i ukupne investicije poduzeća. Tako u prvoj godini poslovanja, poduzeće je imalo ulaganja u iznosu od nekoliko tisuća kuna te su to bila ulaganja koje su uključivale nove strojeve te motorno

vozilo za prijevoz namještaja. Sljedeće četiri uzastopne godine poduzeće ima nova postepeno uvećana ulaganja u modernizaciju i strojeve. Najveći porast ulaganja možemo vidjeti u šestoj godini poslovanja (2019. godini) gdje poduzeće ima najveće investiranje koje prijelazi milijunsku brojku. Takvo investiranje je jako rizično za poduzeće, ali vlasnici poduzeća su svjesni rizika te su spremni uložiti u nova postrojenja, nove strojeve te novu opremu za poboljšanje proizvodnje, kvalitete te brzinu isporuke istog namještaja.

Grafikon br. 7. investicije u poduzeću „Deban dizajn“



Izvor: knjiga primitka i izdatka poduzeća „Deban dizajn“

#### 7.4. Teorija proizvodnje

Teorija proizvodnje razmatra koliko se inputa treba uložiti da bi dobili zadovoljavajuću količinu outputa. U poduzeću „Deban dizajn“ za proizvodnju jedne kuhinje potrebni su sljedeći inputi: funkcionalan poslovni prostor, strojevi, drvo, radna snaga, ostali materijali (ladice, kuhinjski aparati...). Materijal prolazi kroz različite faze proizvodnje kako bi došao do konačnog proizvoda. Na primjeru izrade kuhinje to je: izrada nacrtu kuhinje, slanje ponude kupcu, naručivanje materijala kojeg kupac želi, doprema materijala, rezanje materijala po mjeri pomoću strojeva, dodatno oblikovanje drveta, sastavljanje te provjera kuhinje unutar poduzeća, izvoz kuhinje do kupca, te završna fina montaža kuhinje.

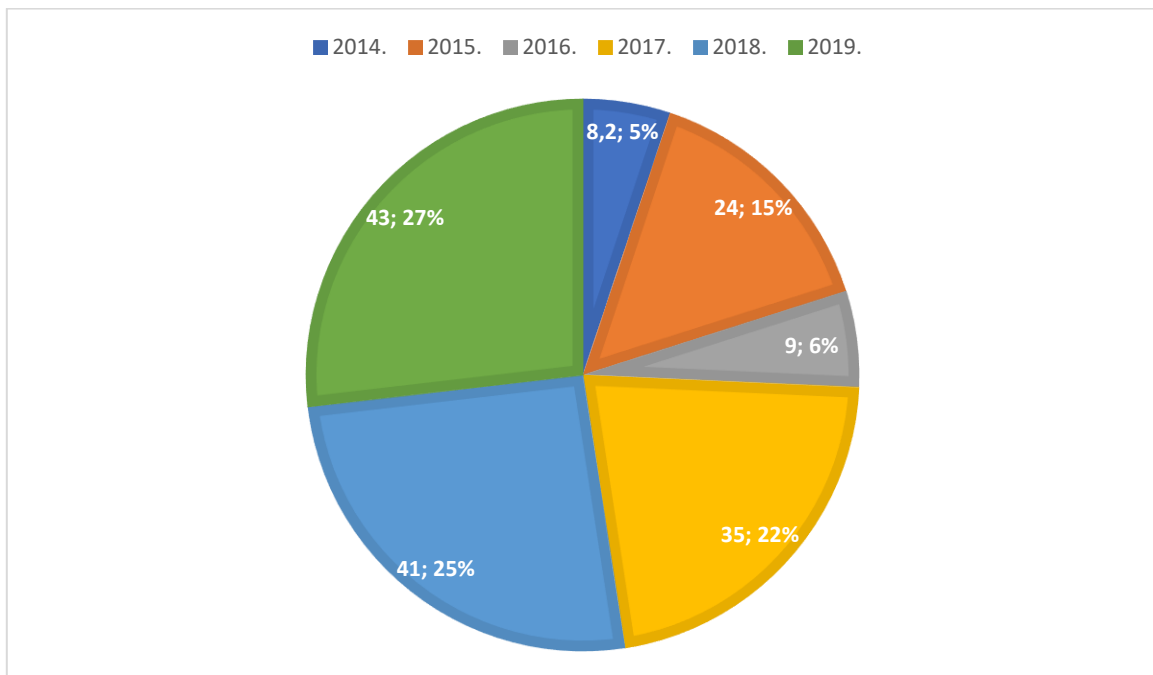
Poduzeću „Deban dizajn“ za izradu jedne kuhinje koju izrađuje četvero ljudi potrebno je tjedan dana. Kako bi poduzeće ostvarivalo svoj maksimalni profit, krajnja granica poduzeća za maksimizaciju je četiri kuhinje mjesečno ako u obzir uzimamo dodatne poslove (izrada ormara, predsoblja, kreveta) troškovi koji su uračunati u cijenu jedne kuhinje su: fiksni troškovi(režije, plaća radnika, amortizacija strojeva) i varijabilni troškovi(dijelovi za strojeve, vijci, ljepila itd.) što je količina proizvodnih proizvoda veća, proporcionalno rastu i troškovi. U poduzeću kapital i strojevi smatraju se fiksnim troškom jer se oni ne mijenjaju toliko koliko varijabilni, a varijabilni troškovi su sirovine i materijali. U kratkom roku poduzeće „Deban dizajn.“ uz postojeće fiksne činitelje kao što su poslovni prostor i strojevi koji se ne mijenjaju, maksimizaciju profita ostvaruje korištenjem inputa za koji smatra da će biti bolji izbor od prijašnjeg, kao na primjer kupnja materijala kod drugog dobavljača koji ima jeftinije cijene, kupnja veće količine materijala koja će biti po jedinici jeftinija nego da se kupuje manja količina materijala, itd. Kao što je navedeno, u dugom roku poduzeće „Deban dizajn“ u planu ima proširenje kapaciteta i tehnologije. Izgradnja novog industrijskog pogona donijet će poduzeću veće kapacitete za proizvodnju zbog većeg radnog prostora.

## **7.5. Analiza proizvodnje**

### Primjer 1

Kroz analizu proizvodnje možemo zaključiti koliko proizvoda i usluga je neko poduzeće proizvelo. Ako uzmemo za primjer poduzeće „Deban dizajn“ te njegovu proizvodnju od otvaranja pa do danas. (2014. – 2020.). Na grafikonu broj 8. možemo vidjeti kako proizvodnja ormara iznosi 15 komada u prvoj godini postojanja poduzeća, što je u odnosu na početnu proizvodnju relativno dobro. Proizvodnja ormara se u drugoj godini povećava, kad u trećoj godini možemo vidjeti veliki pad proizvodnje ormara zbog proizvodnje drugih proizvoda. U četvrtoj godini vidimo nagli rast proizvodnje ormara zbog nove radne snage i opremanja poduzeća novim strojevima. U petoj godini vidimo blagi rast koji količinom proizvedenih ormara. U posljednjoj godini, 2019. vidimo da proizvodnja iznosi najviše od nastanka poduzeća. Analizom možemo utvrditi da će poduzeće u budućnosti ostvarivati samo porast proizvodnje zbog investicija u veće prostorne kapacitete.

Grafikon br. 8. proizvodnja ormara poduzeća „Deban dizajn“

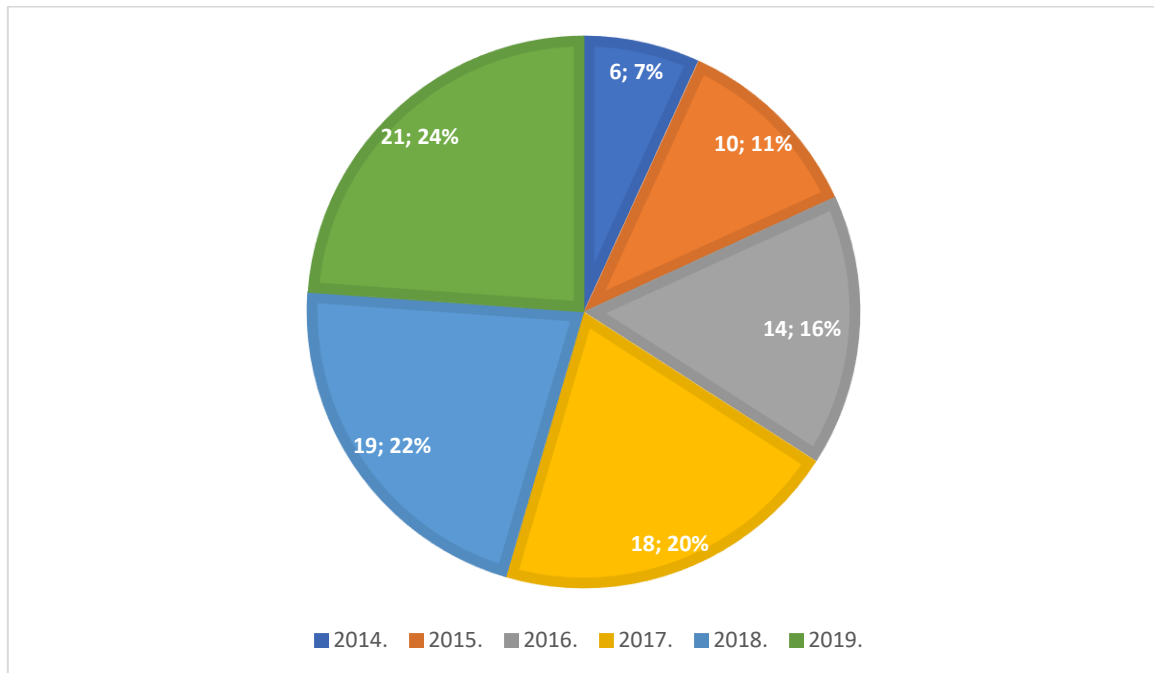


Izvor: knjiga primitka i izdatka poduzeća „Deban dizajn“

#### Primjer 2.

Proizvodnja kuhinja po mjeri jedna je od najvažnijih stavka poduzeća „Deban dizajn“. Prvi posao poduzeća bila je kuhinja koja je i zaslužna za cijelo poduzeće. Od početka proizvodnje, kuhinje su za poduzeće bili glavni proizvod, a tako je ostalo i do danas. Samim time na grafikonu broj 9. možemo vidjeti kako je poduzeće u stalnom količinskom rastu po proizvodnji kuhinja. Od prosjeka od 0.5 kuhinje na mjesec, došla je do 1.75 kuhinje mjesečno. Što prikazuje značajan rast i unaprjeđenje u proizvodnji. Specifičnost kuhinja poduzeća „Deban dizajn“ je ponajprije kvaliteta izrade koja je najveća komponenta potražnje među kupcima, ali tu i slijedi brza isporuke gotove kuhinje i njezina montaža.

Grafikon br. 9. proizvodnja kuhinja poduzeća „Deban dizajn“ od 2014. do 2019.

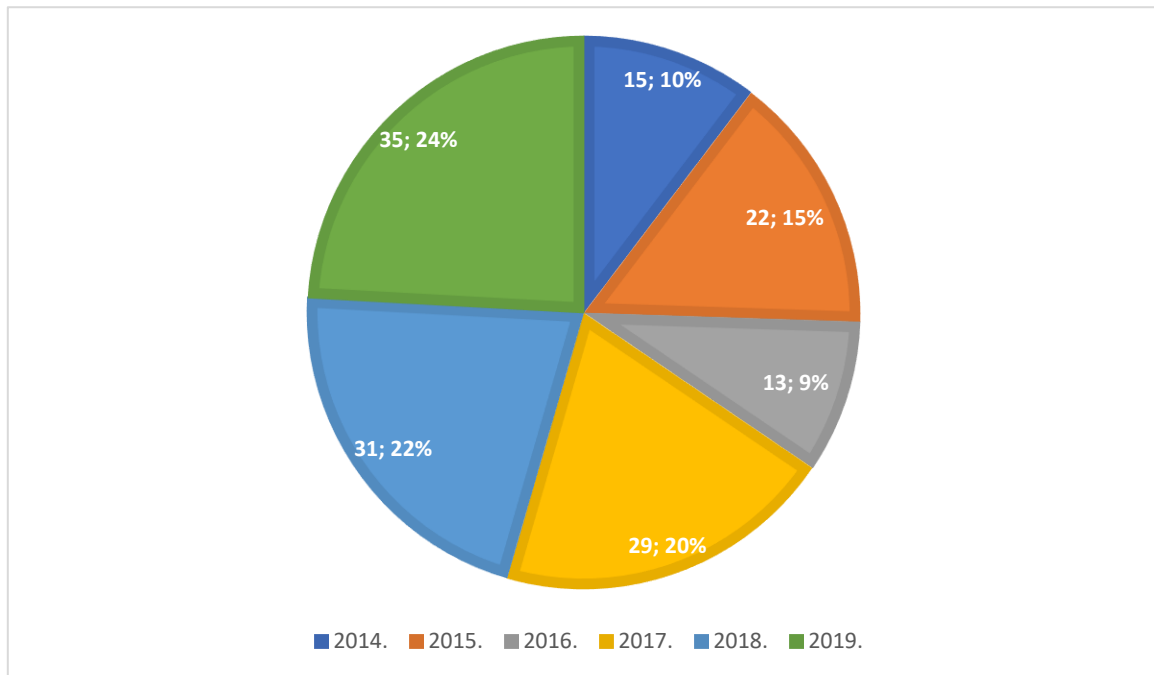


Izvor: računovodstvo poduzeća „Deban dizajn“

U sljedećem grafikonu, broj 10. vidimo trend proizvodnje izvanrednih proizvoda poduzeća „Deban dizajn“. Izvanredni proizvodi obuhvaćaju sve vrste nesvakodnevnog namještaja. Najveći poslovni nesvakodnevnih predmeta bila je opremanje društvenog doma u gradu Mursko Središće, opremanje bolnice u Vukovaru, opremanje društvenog doma u općini Novo Selo Rok, bolnica u Šibeniku, City Centar One Zagreb.<sup>20</sup> Poslovi obuhvaćaju različite pultove, pozornice, police, šankove i slične proizvode od drveta. Promatranjem grafikona zaključujemo da se najmanje izvanrednih poslova odradilo u trećoj godini poslovanja zbog proizvodnje ostalih proizvoda. U 2017. godini vidimo značajan porast što ujedno ukazuje i na unaprijeđenje prodaje. Pozitivan rast nastavlja se sve do 2019. godine. U budućnosti poduzeće vidi pozitivan rast zbog unaprijeđena prodaje i proizvodnje proizvoda zbog dosadašnjeg pozitivnog niza zadovoljnih kupaca te preporuka koju kupci daju sljedećim mogućim budućim kupcima.

<sup>20</sup> [deban-dizajn.com](http://deban-dizajn.com)

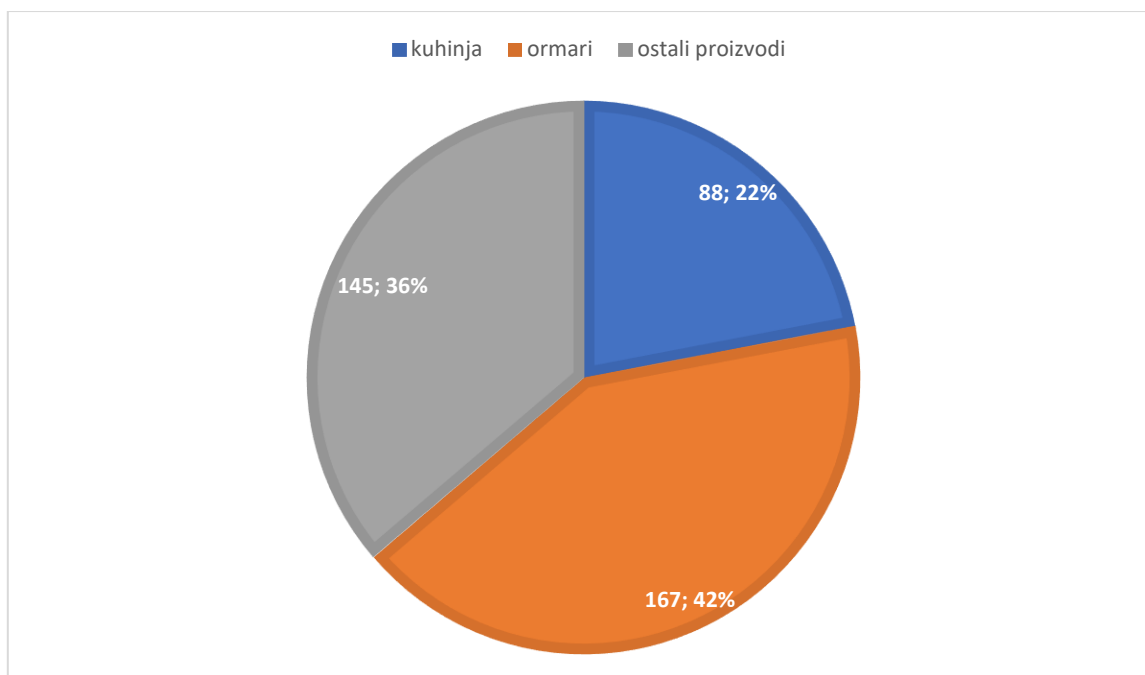
Grafikon br. 10. proizvodnja izvanrednih proizvoda poduzeća „Deban dizajn“



Izvor: knjiga primitka i izdatka poduzeća „Deban dizajn“

U grafikonu broj 11. prikazana je ukupna proizvodnja ormara, kuhinja i ostalih proizvoda od 2017. godine pa do kraja 2019. godine. Prikazuje se u obliku postotka pa tako vidimo da je proizvodnja ormara najveće komponenta, odnosno u poduzeću „Deban dizajn“ najviše se proizvode ormari sa ukupno 43% ili 167 izrađenih ormara. Nakon ormara slijedi proizvodnja ostalih proizvoda (pultova, šankova, itd..) sa ukupnih 36% ili 145 različitih proizvoda od drveta i zadnja komponenta sa udjelom od 22% ili 88 kuhinja po mjeri uspješno izrađenih i montiranih. Zaključujemo da je u prosjeku najveći proizvod proizvodnje prema broju izrađenih proizvoda bio ormar. Slijede ga izvanredni ili nesvakodnevni proizvodi od drva te na kraju kuhinje koje se možda ni ne bi morale mjeriti sa ormarom u odnosu utrošenog posla koji zahtjeva za izradu jedne kuhinje.

Grafikon br. 11. Ukupna proizvodnja poduzeća „Deban dizajn“ od 2014.-2019. godine



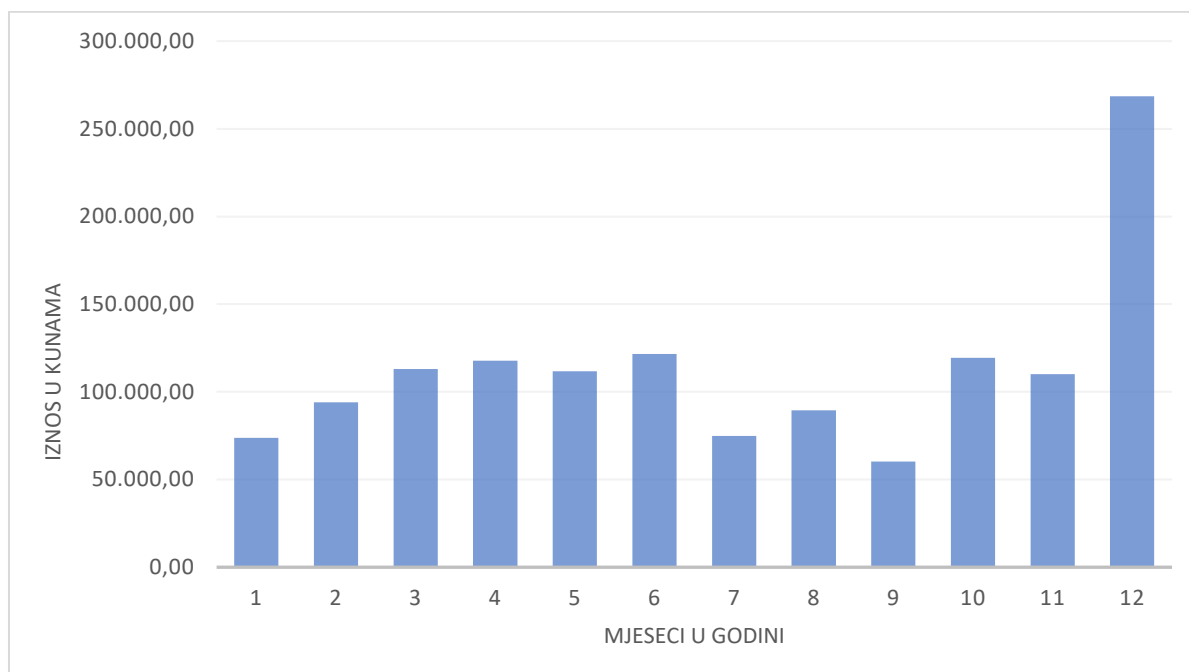
Izvor: knjiga primitka i izdatka poduzeća „Deban dizajn“

## 7.6. Troškovi proizvodnje

Troškovi proizvodnje poduzeća „Deban dizajn“ prikazuju koliko je poduzeće utrošilo u proizvodnju u određenoj godini. Za primjer možemo uzeti 2019. godinu koja je prikazana u grafikonu broj 12. U grafikonu troškovi su podijeljeni na mjesece. Mjesečni troškovi mogu se razlikovati s obzirom na to koliko količinu posla ima određeno poduzeće. Tako možemo vidjeti da u prvom mjesecu poduzeće ima troškove oko 70.000,00 kuna. Ti troškovi odlaze na troškove prijevoza, dobave robe i materijala, plaća radnicima, i ostali izvanredni ili varijabilni troškovi koji su na primjer: zamjena pile, oštrenje alata i slično. Kroz sljedećih pet mjeseci vidimo konstantan rast troškova što rezultira time što se povećala proizvodnja. Kada se poveća proizvodnja, troškovi postaju veći. U sedmom mjesecu vidimo pad troškova koje su vlasnici opravdali time što se taj mjesec nije koristio pogon u proizvodnji, već montaža istih proizvoda. Isto tako i u devetom mjesecu. Deseti i jedanaesti mjesec bilježe prosječne troškove proizvodnje, kada 12 mjesec iskače iznosom troškova koji iznose više od 250.000,00 kuna. Iznos troškova je toliki jer se u dvanaestom mjesecu obračunava amortizacija koja značajno povećava troškove.



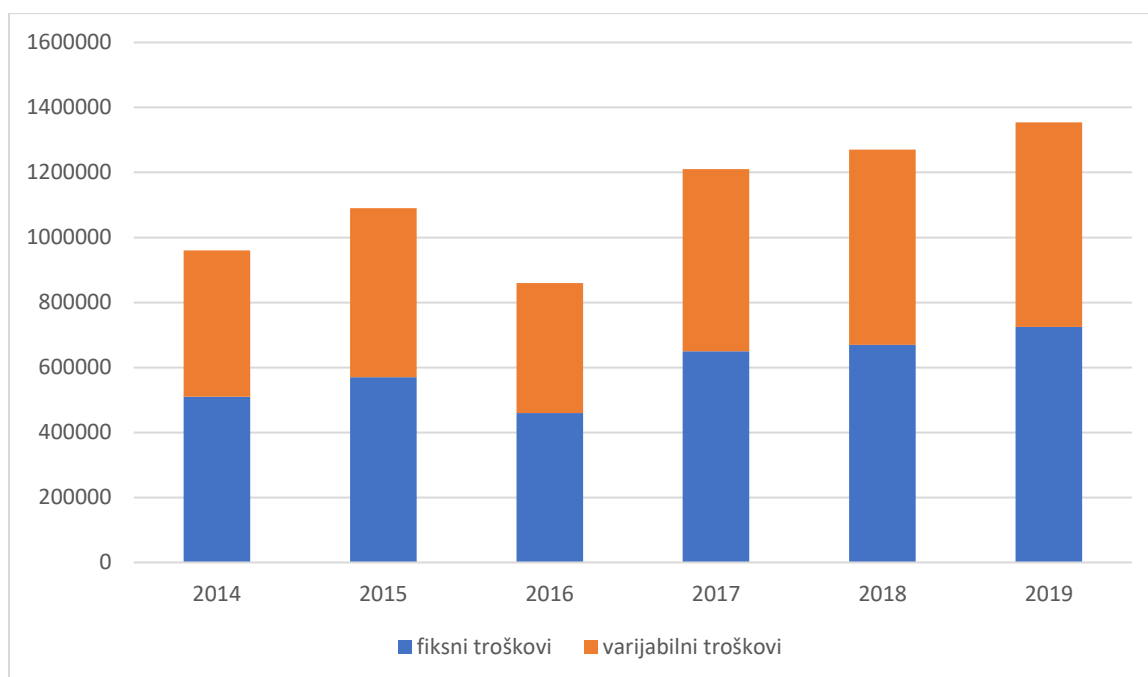
Grafikon br. 12. Ukupni troškovi proizvodnje poduzeća „Deban dizajn“ za 2019. godinu



Izvor: knjiga primitka i izdatka poduzeća „Deban dizajn“

Grafikon broj 14. prikazuje podjelu troškova na fiksne i varijabilne od 2014. do 2019. godine. Na temelju njega možemo zaključiti da su fiksni troškovi kroz svih šest promatranih godina bili veći od varijabilnih. Tako su 2014. godine fiksni troškovi iznosili 510.000,00 tisuća kuna, a oni su se dalje dijelili na troškove plaće, režije (struja, voda) i amortizaciju strojeva, prijevoznih sredstava i opreme. Varijabilni troškovi su 2014. iznosili 450.000,00 tisuća kuna, a oni su imali podjelu na dostavu robe, materijali, zamjenske pile, brušenje alata i slično. 2015. godine troškovi se povećavaju, fiksni postaju veći pa tako vode sa sobom i varijabilne koji se također povećavaju. 2016. godine vidimo značajan pad troškova u odnosu na 2015. godinu. Fiksni troškovi iznose 460.000,00 tisuća kuna što je za 110.000,00 tisuća kuna manje s obzirom na prijašnju godinu. Pa tako i varijabilni troškovi iznose 400.000,00 tisuća kuna što je s obzirom na prijašnju godinu manje za 120.000,00 tisuća kuna. Tako u 2017. godini vidimo povećanje fiksnih troškova na 650.000,00 tisuća kuna i varijabilnih troškova na 560.000,00 tisuća kuna. Sljedećih godina, 2018. i 2019. vidimo rast troškova koji se povećavaju zbog povećanja proizvodnje.

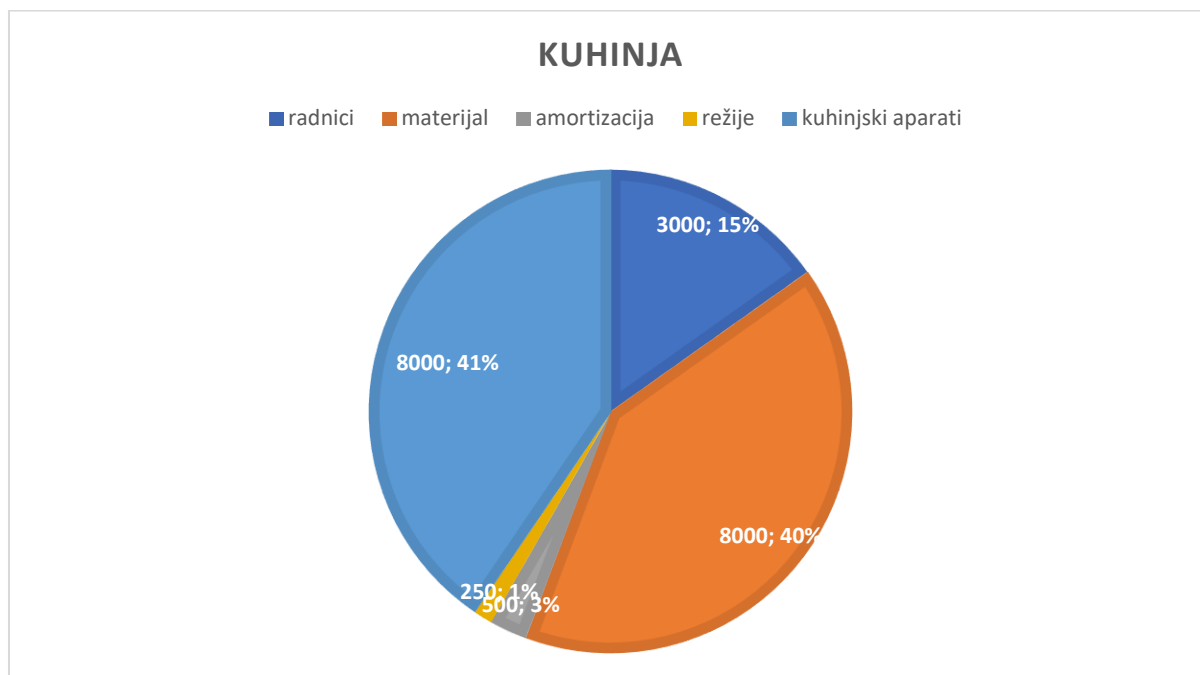
Grafikon br. 14. Fiksni i varijabilni troškovi u poduzeću „Deban dizajn“



Izvor: knjiga primitka i izdatka poduzeća „Deban dizajn“

U sljedećem primjeru prikazan nam je grafikon broj 15. gdje su navedeni i prikazani troškovi u obliku novca za određeni proizvod. Pa tako je za proizvodnju jedne kuhinje potrebno : radna snaga odnosno radnici, strojevi, materijali i režije, odnosno struja i voda za strojeve te kuhinjski aparati. Ako uzmemo za prosjek kuhinju od 30.000,00 tisuća kuna, potrebno nam je: 120 radnih sati, 10.000,00 tisuća kuna materijala koji ovisi o dizajnu i odluci kupca, izbornih 8.000,00 tisuća kuna za kuhinjske aparate ako kupac želi da se nabave preko tvrtke, a ako ne, taj iznos se oduzme od ukupnih troškova izrade kuhinje, te amortizacija i režije za strojeve i prijevozno sredstvo u prosjeku iznose 800,00 kuna. Tako možemo utvrditi da za izradu kuhinje najveći postotak sa 46% iznosi na materijale, slijede ga izborni kuhinjski uređaji sa 37% pa nakon toga troškovi radnika sa djelom od 14% ukupnih troškova proizvodnje i na kraju sa najmanjim udjelom slijede režije 1% i amortizacija 2%.

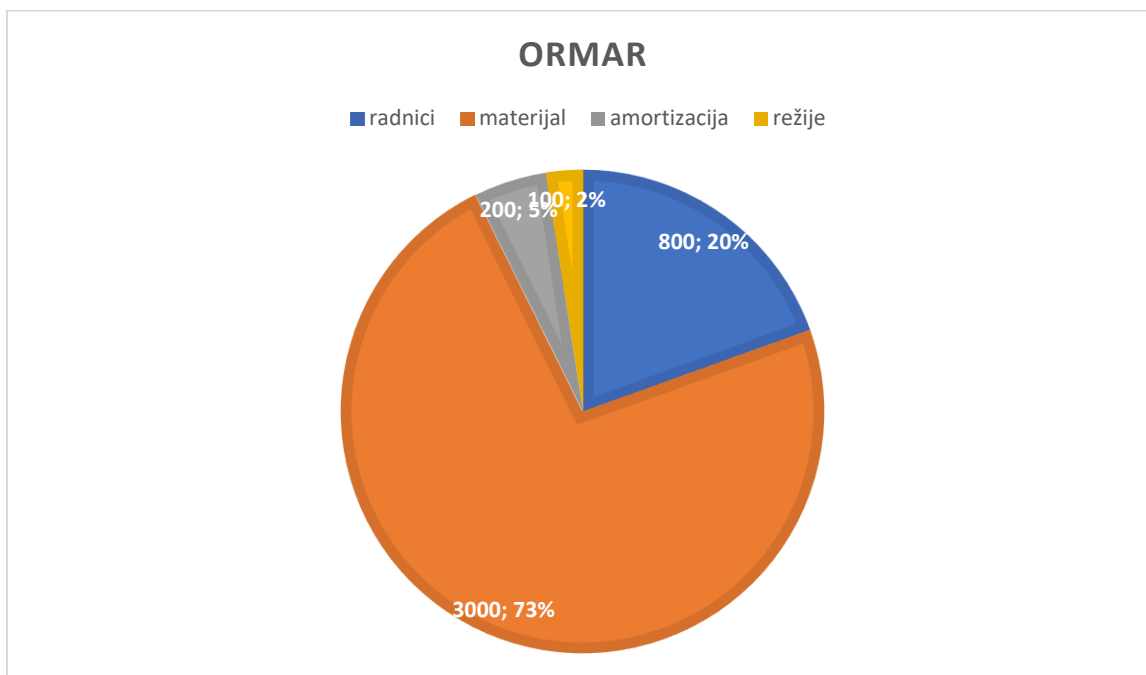
Grafikon br. 15. troškovi proizvodnje prosječne kuhinje poduzeća „Deban dizajn“



Izvor: knjiga primitka i izdatka poduzeća „Deban dizajn“

U sljedećem primjeru grafikona broj 16. možemo vidjeti novčane troškove za poduzeće „Deban dizajn“ za proizvodnju jednog prosječnog ormara dimenzija 3 metra dužine, 2.5 metara visine i 0.80 metara dubine, sa kliznim vratima. Za izradu ormara potrebne su sljedeće komponente: radnici, materijal, amortizacija i režije. Ako vijena takvog ormara u prosjeku iznosi 7.000,00 tisuća kuna za njega nam je potrebno 32 sati rada, odnosno dvije osobe koje izrade ormar za dva radna dana, materijal koji cjenovno varira u odnosu na izbor kupca, a u prosjeku iznosi 3.000,00 tisuće kuna, a dijeli se na drveni dio i metalni dio koji je potreban za vrata ormara, strojevi kojima se obračunava amortizacija u prosjeku od 200,00 kuna i režije za proizvodnju ormara koje za jedan ormar iznose 75,00 kuna. Tako u postotku na materijal otpada 73%, na radnike 20% i na amortizaciju 5%, a na režije 2% troškova.

Grafikon br. 16. troškovi proizvodnje prosječnog ormara tvrtke „Deban dizajn“



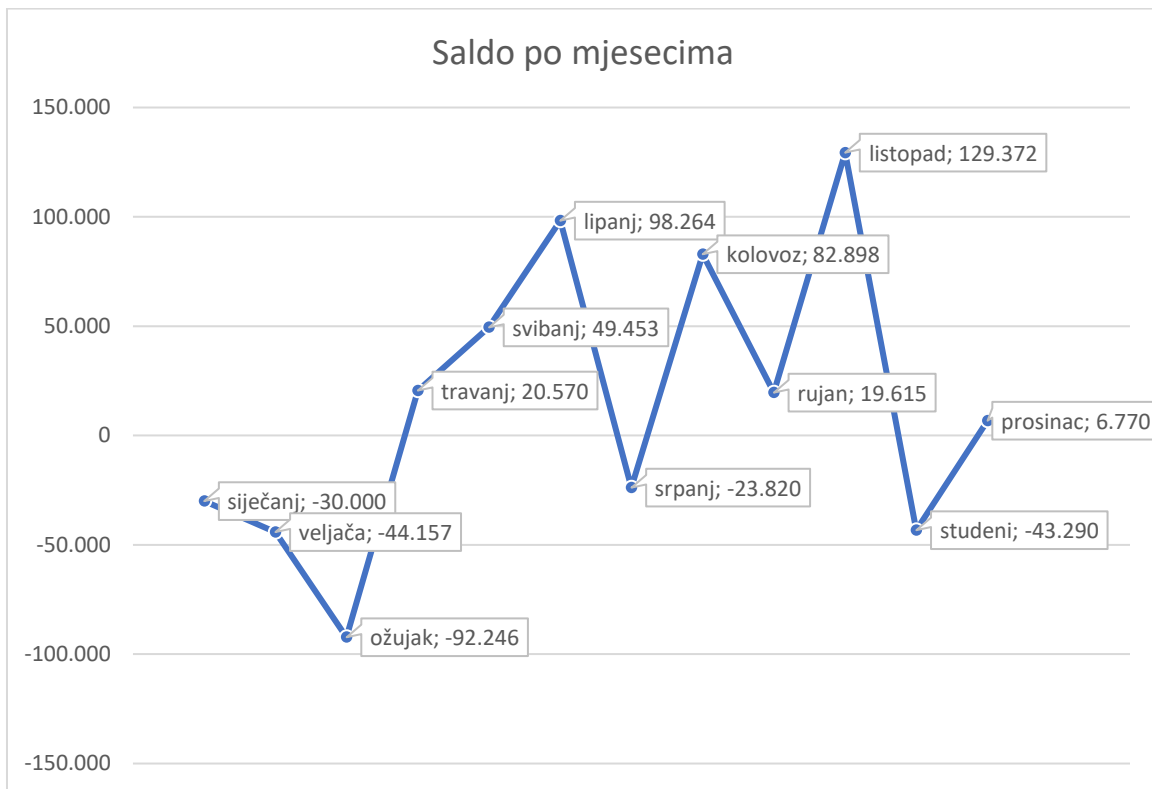
Izvor: knjiga primitka i izdatka poduzeća „Deban dizajn“

### 7.7. Model masimizacije rasta u poduzeću „Deban dizajn“

U poduzeću „Deban dizajn“ vlasnik je ujedno i poduzetnik. Poduzeće teži modelu maksimizacije rasta. Ono se želi proširiti na tržište te ostvariti ekonomsku ekspanziju poduzeća. Poduzeće je relativno novo na tržištu te je njihov glavni cilj proširenje na veća tržišta, a postupno i na europsko. Poduzeće želi biti bolje od konkurencije na tržištu. Poduzeće uspješno može provoditi model maksimizacije rasta, ako postoji uvjet da se minimalnim prihodom zadovolji vlasnik poduzeća.

Na primjeru grafikona broj 17. koji prikazuje novčani saldo koji se dobije kada se prihodi oduzmu od troškova. Za poduzeće „Deban dizajn“ možemo zaključiti da poduzeće na mjesečnoj razini prosječno posluje s plusom. Saldo poduzeća nije moguće usporediti s poduzećima različitih djelatnosti, jer poduzeće tek djelomično posluje na način da mu se plati iznos za neki u cijelosti pa tek nakon uplate se dobije cijeli proizvod, a najviše vodi praksu da mu se uplati određeni predujam za proizvod, pa se tek nakon montaže istog proizvoda isplaćuje iznos u cijelosti. Tako možemo vidjeti da se u poduzeću saldo mijenja iz minusa u plus i obrnuto. Najvažnije je za poduzeće da na kraju godine bude u plusu sa novcima na žiro računu, kako bi se proizvodnja tijekom cijele godine isplatila, a to je primjer i u poduzeću „Deban dizajn“.

Grafikon br. 17. novčani saldo poduzeća „Deban dizajn“ u 2019. godini



Izvor: financijsko izvješće poduzeća „Deban dizajn“

Na temelju podataka iz grafikon možemo zaključiti da poduzeće ima visoku stopu proizvodnje, najviše ormara za koje je u prosjeku potrebno dva radna dana pa sve do kuhinja za koje je potreban i tjedan dana za izradu. Iz prethodnih grafikona vidimo kako poduzeće primjenjuje model maksimizacije rasta što znači da konstantno ulaže u nove strojeve i postrojenja gdje investicije od 2014. pa do 1.1.2020. iznose i do ukupnog broja od 2.6 milijuna kuna. Nadalje, količinskim grafikonom, prikazujemo broj proizvedenih ormara, kuhinja i ostalih proizvoda od drveta. Na temelju grafikona zaključujemo kako je proizvodnja ormara najveća komponenta u proizvodnji, a zatim ju slijede ostali proizvodi od drveta pa zatim i kuhinje. Kod grafikona koji prikazuje ukupne troškove primjećujemo različitosti i nepravilnosti u pojedinim mjesecima u 2019. godini. Zatim na sljedećem grafikonu koji prikazuje fiksne i varijabilne troškove primjećujemo kako su fiksni troškovi u poduzeću „Deban dizajn“ uvijek veći od varijabilnih te se razlikuju od 2014. godine do 2019. godine. Sljedećim grafikonima prikazujemo troškove izrade kuhinje i ormara. Na temelju grafikona zaključujemo kako je financijski najisplativija proizvodnja kuhinja koja u prosjeku nakon oduzimanja troškova od cijene kuhinje donosi profit od 10.000,00 tisuća kuna kad kod ormara

nakon oduzimanja troškova, profit iznosi 3.000,00 tisuće kuna. Ekonomsko stanje takvog proizvodnog poduzeća je prvenstveno jako produktivno što pokazuje činjenica da poduzeće „Deban dizajn“ ima 8 zaposlenika koji u prijašnje prikazanim grafikonima, ostvaruju visoku proizvodnju u odnosu na vremensku količinu. Znači da je poduzeće učinkovito kod proizvodnje nekog procesa koji se izražava u ostvarenom rezultatu te njegovom odnosu prema angažiranim sredstvima i količinom utrošenog radnog vremena.

## 8. Zaključak

U ovom završnom radu potvrđena je hipoteza da poduzeće trenutno posluje na najbolji mogući način s obzirom na količinu radnika po proizvodnom procesu. Poduzeće „Deban dizajn“ relativno je mlado na tržištu, posluje tek šest godina, te se tek počinje probijati na veća tržišta. Prvobitno, poduzeće je bilo osnovano za izradu namještaja po mjeri kao što su ormari, kuhinje, kreveti i predsoblja. Poduzeće se prilagodilo tržištu, te je u svoju ponudu uvrstilo usluge kao što su lasersko rezanje plex-a i šperploča, kao i usluge previranja u drvetu. Na taj način poduzeće je proširilo svoj asortiman proizvoda te se prilagodilo tržištu. Kako bi poduzeće poslovalo s maksimalnim profitom, uložili su u nove i modernizirane strojeve koji su ubrzali i olakšali proces proizvodnje. U radu je analizirani tijek procesa proizvodnje na temelju izrade kuhinje gdje se može vidjeti koji proces materijali moraju proći kako bi nastao gotov proizvod. Također, zaposlili su dosad ukupno osam zaposlenika koji efikasno i brzo odrađuju posao u proizvodnji. Analizirano je koliko je vremena potrebno te koliko radnika zahtijeva izrada jedne kuhinje i ormara. Troškovi su resursi koji se moraju žrtvovati da bi se postigao određeni cilj. U radu su promatrani troškovi kroz godine, njihove promjene te udjeli pojedinog troška u ukupnim troškovima. Troškovi su smanjeni upotrebom jeftinijeg materijala od drugog dobavljača, proizvodni proces je unaprijeđen stalnim edukacijama i efikasnijim načinom proizvodnje određenog namještaja. Troškovi su razvrstani prema fiksnim i varijabilnim te je grafički prikazan njihov odnos. Također, analizirani su troškovi kod proizvodnje kuhinje i ormara te su razvrstani prema troškovima materijala, radnika, amortizacije i režija. Na taj način možemo utvrditi koji faktor zauzima najveći trošak, u ovom slučaju je to materijal. Sa povećanjem proizvodnje, povećavaju se troškovi koji su grafički prikazani u radu, te se s time povećava i profit poduzeća. Poduzeće posluje na način da maksimizira svoj rast, što znači da dio profita koji ostvaruje ulaže u daljnje investicije koje će doprinijet rastu i razvoju poduzeća. Poduzeće je donijelo dvije glavne odluke, a to su odluka o investiranju i odluka o financiranju. Investiranjem u novi industrijski pogon, poduzeće će olakšati proizvodnju te će imati veće kapacitete što znači da će moći dogovarati više projekata i povećati proizvodnju. Kako bi financiranje takve investicije bilo olakšano, dio financiranja dolazi iz europskih fondova te se poduzeće zalaže i za sufinanciranje od strane države. Pretpostavka da poduzeće namjerno posluje s manjim dobitkom kako bi poslije ostvarila veći dobitak je točno no nije još ostvarena jer je poduzeće relativno mlado. Poduzeće ulaže u daljnji rast kako

bi kasnije mogla ostvarivati veće prihoda, kao na primjer, izgradnja novog industrijskog pogona, ulaganje u nove strojeve, itd. U ovom seminarskom radu, uz korištenje metode analize i sinteze, proučeni je teorijski dio seminara u kojem su bile obuhvaćene teme kao što su poduzeće i oblici poduzeća prema vlasništvu, cilj poduzeća, teorije proizvodnje i analiza troškova. Iako je jedno od najvećih prirodnih bogatstva Republike Hrvatske šuma, odnosno drvo koje predstavlja temelj za proizvodne djelatnosti drvnog sektora, poduzeća drvne industrije Republike Hrvatske susreće se s visokim troškovima i poteškoćama prilikom nabave trupaca pa je poduzeću lakše i jeftinije uvoziti materijal iz stranih zemlja kao što je Italija. Poslovanje im otežava prekomjerni izvoz istih te uvoz gotovih proizvoda i njihova prodaja na domaćem tržištu, što se odražava na prodajne cijene domaćih proizvođača. Zbog kvalitete proizvoda, poduzeće ima dovoljan broj kupaca koji će kupiti njihove proizvode jer su oni kvalitetni i dugoročni. Kao što je prije navedeno, cilj poduzeća je zadovoljiti potrebe kupaca i ostvariti maksimalnu dobit što i ostvaruje jer količinom posla kojeg trenutno ima ostvaruje planirani profit.



## Literatura

### Knjiga

1. Benić, Đ., Mikroekonomija: menadžerski pristup, Zagreb, školska knjiga, 2017.
2. Pavić, I., Mikroekonomija: *teorija i praksa*, Split, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, 2015.
3. Pindyck, R.S., D.L. Rubinfeld, Mikroekonomija, peto izdanje, University of California, Berkeley, Massachusetts Institute of Tehnology, MATE d.o.o. Zagreb, 2005

### Predavanje

4. Sabolić D., Osnovni pojmovi iz teorije proizvodnje, Sveučilište u Zagrebu; Fakultet elektrotehnike i Računarstva; Inženjerska ekonomika, 2013. preuzeto s linka (4.8.2020.)  
[https://bib.irb.hr/datoteka/629553.Inzeko05a\\_Teorija\\_proizvodnje\\_130410.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/629553.Inzeko05a_Teorija_proizvodnje_130410.pdf)
5. Sveučilište u Splitu; Osnove poslovne ekonomije; preuzeto s linka ( 5.8.2020)  
[http://gradst.unist.hr/Portals/9/docs/katedre/Organizacija%20i%20ekonomika/PSG%20OPE/13\\_Predavanja\\_OPE.pdf](http://gradst.unist.hr/Portals/9/docs/katedre/Organizacija%20i%20ekonomika/PSG%20OPE/13_Predavanja_OPE.pdf)
6. Sveučilište u Zadru; Vizija, misija i ciljevi; preuzeto s linka (11.9.2020)  
[http://www.unizd.hr/portals/4/nastavn\\_mat/2\\_godina/menadzment/menadzment\\_06.pdf](http://www.unizd.hr/portals/4/nastavn_mat/2_godina/menadzment/menadzment_06.pdf)

### Članak

7. Benić. Đ., Tehnike procjenjivanja troškova, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu Dubrovnik, 2002; preuzeto s linka (10.9.2020)  
<https://hrcak.srce.hr/222697>
8. Članak: Businessment, poslovni svijet; tehnike procjene troškova upravljanja projektima – upravljanje – 2020; preuzeto s linka ( 17.8.2020.)  
<https://hr.businessemt.com/90-list-7160140-project-management-cost-estimating-techniquesl-36453>
9. ENTER Entrepreneurship for employment; preuzetu sa linka (8.9.2020)  
<http://www.partnerstvo-razvoj.net/files/file/pdf/Poduzetnistvo/7.Razvoj%20poduze%C4%87a%20i%20najva%C5%BEniji%20oblici%20poduze%C4%87a.pdf>

10. Kovačević Z., Teorije poduzeća; preuzeto s linka (11.9.2020)

<http://www.efzg.unizg.hr/UserDocImages/MGR/zkovacevic/industrijska%20politika/Teorije%20poduze%C4%87a%20FULL%20TEKST.pdf>

#### Internet stranica

11. Poduzeće „Deban dizajn“; preuzeto sa linka (15.8.2020)

<https://deban-dizajn.com/>

12. Moj-bankar.hr-profit; preuzeto s linka preuzeto (10.9.2020)

<https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/P/Profit>

13. Tvirtke.hr ;preuzeto s linka (15.9.2020)

<https://www.tvrtke.hr/mursko-sredisce/namjestaj/deban-dizajn-stolarske-usluge>

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Pristupi poduzeću.....	6
Tablica 2. Teorije profita.....	7
Tablica 3. Razlika između kratkog i dugog roka.....	11
Tablica 4. Tri zone proizvodnje.....	12

## POPIS GRAFIKONA

Graf 1. Tri karakteristične zone proizvodnje.....	11
Graf 2. Krivulja transformacije.....	13
Graf 3. Fiksni troškovi.....	14
Graf 4. Proporcionalno varijabilni troškovi.....	15
Graf 5. Degresivno varijabilni troškovi.....	16
Graf 6. Progresivno varijabilni troškovi.....	16
Graf 7. Investicije u poduzeću „Deban dizajn“.....	28
Graf 8. Proizvodnja ormara poduzeća „Deban dizajn“.....	30
Graf 9. Proizvodnja kuhinja poduzeća „Deban dizajn“.....	31
Graf 10. Proizvodnja izvanrednih proizvoda poduzeća „Deban dizajn“.....	32
Graf 11. Ukupna proizvodnja poduzeća „Deban dizajn“ 2014.-2019. godine.....	33
Graf 12. Ukupni troškovi proizvodnje poduzeća „Deban dizajn“ za 2019. godinu.....	34
Graf 13. Fiksni i varijabilni troškovi u poduzeću „Deban dizajn“.....	35
Graf 14. Troškovi proizvodnje prosječne kuhinje poduzeća „Deban dizajn“.....	36
Graf 15. Troškovi proizvodnje prosječnog ormara tvrtke „Deban dizajn“.....	37
Graf 16. novčani saldo poduzeća „Deban dizajn“ u 2019. godini.....	38

## SAŽETAK

Poduzeće je organizirana gospodarska cjelina kojom posluje njezin vlasnik. Poduzeće upotrebljava ekonomske resurse da bi proizvelo dobra koja tada prodaje. Svako poduzeće ima svog vlasnika kojem pripada kapital kojim poduzeće upravlja. Prema obliku vlasništva poduzeća se dijele na: poduzeće u vlasništvu pojedinca, partnerstvo i dioničko društvo. Osnovni cilj poduzeća je osigurati profit. Postoje tri glavne odluke poduzeća. To su: odluka o financiranju, odluka o investiranju i odluka o dividendi. Svaka odluka ima svoje značajke koje se moraju provoditi da bi poduzeće normalno funkcioniralo. Proizvodnja je korištenje inputa i u proizvodnom procesu kako bi se dobio neki output. Proizvodnja se dijeli na kratki i dugi rok. Analizom troškova utječemo na profit poduzeća. Troškovi su prvenstveno svi rashodi koje neko poduzeće ima. Troškovi proizvodnje mogu se sagledati sa proizvodnje u kratkom roku i proizvodnje u dugom roku. Važno je poznavati pravilu tehniku procjenjivanja troškova, kako bi smo na vrijeme utvrdili nepoznanice i kako reagirati u slučaju nekog iznenadnog izbijanja iz redovne linije proizvodnje. Procjenjivati možemo kratkoročne troškove, gdje se najčešće rabi regresijska analiza ili dugoročne troškove, gdje možemo koristiti inženjersku tehniku ili tehniku preživljavanja. Alternativnu teoriju poduzeća možemo sagledati kroz nekoliko modela. Model maksimizacije profita, maksimizacije korisnosti, maksimizacije prihoda i model maksimizacije rasta koji za uvjet ima da poduzeće teži rastu uz minimalni prihod.

Ključni pojmovi:

Poduzeće, proizvodnja, troškovi, analiza, teorija poduzeća

## SUMMARY

The company is an organized economic entity managed by its owner. A company uses economic resources to produce goods that it will sell. Every company has its own who manages the capital of the company. According to the form of ownership, companies are divided into: an individual company, a partnership and a joint stock company. The main goal of the company is to ensure profit. There are three main company decisions. These are: financing decision, investment decision and dividend decision. Each decision has its own characteristics that must be implemented in order for the company to function normally. Production is the use of inputs and in the production process to obtain some output. Production is divided into short and long term. By analysing costs, we influence the company's profit. Primarily, cost are all the expenses that a company has. Production cost can be seen from short-term production and long-term production. It's important to know the rule of cost estimation technique, so that we can identify unknowns in time and how to reach in the event of a sudden outburst from the regular production line. We can estimate short-term cost, where regression analysis is most often used, or long-term costs, where we can use engineering of survival techniques. An alternative theory of the company can be viewed through several models. Model of profit maximization, utility maximization, revenue maximization, and a growth maximization model that requires the firm to strive for growth with minimum revenue.

Key terms:

Company, production, costs, analysis, company theory