

Ocjena financijske uspješnosti poslovanja konkurentskih poduzeća putem pokazatelja u razdoblju od 2017. - 2020. godine

Trgovac, Nina

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:802926>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-13**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Specijalistički diplomski stručni studij
Financijski menadžment

NINA TRGOVAC

OCJENA FINANCIJSKE USPJEŠNOSTI POSLOVANJA
KONKURENTSKIH PODUZEĆA PUTE M POKAZATELJA U
RAZDOBLJU OD 2017. - 2020. GODINE

SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, prosinac 2021.

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Specijalistički diplomski stručni studij
Financijski menadžment
ZAGREB

SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD

OCJENA FINANCIJSKE USPJEŠNOSTI POSLOVANJA
KONKURENTSKIH PODUZEĆA PUTEM POKAZATELJA U
RAZDOBLJU OD 2017. - 2020. GODINE

Mentor:
dr. sc. Josip Kereta, prof. v.š.

Naziv kolegija
FINANCIJSKA ANALIZA

Studentica:
Nina Trgovac, bacc.oec.

JMBAG:
0067506191

SAŽETAK

Razvojem tehnologije poduzeća provode mnogobrojne aktivnosti kako bi stekla što više stalnih i zadovoljnih partnera radi stvaranja dugoročnog odnosa što će dovesti do stabilnosti u poslovanju i širenja udjela na tržištu. Poduzeća koja svoje poslovanje temelje na primjeni IT tehnologije u tome će najviše pomoći stalna ulaganja u razvoj i unaprjeđenje poslovnih procesa i radnih aktivnosti na kojima će graditi vlastite dugoročne strategije. Kontinuirano unaprjeđenje i razvoj poslovnih aktivnosti dugotrajan je i kompleksan proces u kojem je potrebno provesti brojna istraživanja tržišta i njegovih sudionika.

Fokus efikasnog provođenja poslovnih procesa je na kontinuiranoj izgradnji usluge prema partneru i stalnom unaprjeđenju inovativnih ideja i tehnoloških rješenja kako bi se ostvarilo potpuno zadovoljstvo partnera koji će svoje pozitivno iskustvo dijeliti i širiti na nove potencijalne sudionike na međunarodnom tržištu. Zbog sve veće dinamike tržišta i mnogih noviteta, poduzeća moraju u vlastite poslovne aktivnosti i procese uvoditi nove inovativne projekte i primjenjivati nova tehnološka rješenja kako bi postigli maksimalnu optimiziranost i učinkovitost procesa na IT tržištu.

Poduzeća nastoje biti ukorak s mnogobrojnim izazovima tržišta gdje dolazi do neočekivanih poteškoća i zastoja u poslovnim procesima pa je upravo efikasno upravljanje IT tehnologijom ključni temelj za daljnje kreiranje poslovnih strategija radi očuvanja i jačanja udjela na tržištu. Primarni cilj primjene IT tehnologije je stvoriti dodatnu vrijednost za svakog partnera i sudionika radi ostvarenja njegovih želja i potreba kako bi se postiglo njegovo konačno zadovoljstvo. Osim njegovanja odnosa s partnerima poduzeća nastoje usavršiti svoje poslovne aktivnosti i procese kako bi svoje poslovanje podignuli na višu razinu i postigli kvalitetnije i učinkovitije poslijeprodajne aktivnosti. Kako bi se lakše razumjela tematika i teorijski koncept efikasne primjene IT tehnologije, u radu će se provesti iscrpna analiza financijske uspješnosti poslovanja konkurentskih poduzeća Ingram Micro i ComTel Corp.

Ključne riječi: tehnologija, inovacija, dodana vrijednost, poslovni proces, međunarodno tržište

SUMMARY

With the development of technology, companies carry out numerous activities in order to gain as many permanent and satisfied partners in order to create a long-term relationship that will lead to stability in business and expand market share. Companies that base their business on the application of IT technology will be most helped by constant investments in the development and improvement of business processes and work activities on which they will build their own long-term strategies. Continuous improvement and development of business activities is a long and complex process in which it is necessary to conduct numerous researches of the market and its participants.

The focus of efficient business processes is on continuous development of service to the partner and continuous improvement of innovative ideas and technological solutions in order to achieve full satisfaction of partners who will share their positive experience and spread to new potential participants in the international market. Due to the growing dynamics of the market and many innovations, companies must introduce new innovative projects and apply new technological solutions in their own business activities and processes in order to achieve maximum optimization and efficiency of processes in the IT market.

Companies are trying to keep up with many market challenges where there are unexpected difficulties and delays in business processes, so efficient IT management is the key foundation for further creating business strategies to maintain and strengthen market share. The primary goal of the application of IT technology is to create added value for each partner and participant in order to fulfill his wishes and needs in order to achieve his ultimate satisfaction. In addition to nurturing relationships with partners, companies strive to improve their business activities and processes in order to raise their business to a higher level and achieve better and more efficient after-sales activities. In order to better understand the topic and theoretical concept of efficient application of IT technology, the paper will conduct a comprehensive analysis of the financial performance of competing companies Ingram Micro and ComTel Corp.

Keywords: technology, innovation, added value, business process, international market

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	
SUMMARY.....	
1. UVOD.....	1
1.1. Problem i predmet rada.....	2
1.2. Cilj i svrha rada.....	2
1.3. Izvori podataka i metodologija istraživanja.....	3
1.4. Očekivani stručni doprinos rada.....	3
2. POKAZATELJI ANALIZE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA.....	4
2.1. Pojmovno značenje i funkcija financijske analize.....	5
2.2. Pokazatelji likvidnosti.....	11
2.3. Pokazatelji zaduženosti.....	15
2.4. Pokazatelji aktivnosti.....	18
2.5. Pokazatelji ekonomičnosti.....	21
2.6. Pokazatelji profitabilnosti.....	22
2.7. Pokazatelji investiranja.....	24
3. ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA INGRAM MICRO.....	26
3.1. Poslovna filozofija i funkcioniranje.....	27
3.2. Efikasna primjena poslovnih aktivnosti.....	30
3.3. Razvoj i unaprjeđenje poslovnih resursa.....	32
3.4. Buduća strateška ulaganja i akvizicije.....	35
4. ANALIZA FINANCIJSKE USPJEŠNOSTI POSLOVANJA IZMEĐU KONKURENTSKIH PODUZEĆA: INGRAM MICRO I COMTEL CORP NA TEMELJU USPOREDBE FINANCIJSKIH POKAZATELJA.....	38
4.1. Provedba analize financijskih pokazatelja na primjeru Ingram Micro.....	39
4.2. Provedba analize financijskih pokazatelja na primjeru ComTel Corp.....	43
4.3. Rezultati i interpretacija istraživanja.....	47
5. ZAKLJUČAK.....	51
6. IZJAVA.....	52
LITERATURA.....	53
POPIS SLIKA.....	56
POPIS TABLICA.....	57
PRILOZI.....	58

1. UVOD

U današnje vrijeme sve je više aktivnosti poduzeća u nastojanju da steknu što više stalnih i zadovoljnih poslovnih partnera radi stvaranja dugoročnog odnosa s njima što u konačnici dovodi do dodatne zarade i širenja udjela na tržištu. Poduzeća koja se bave distribucijom IT tehnologije i tehnoloških rješenja to nastoje postići učinkovitom provedbom kontinuiranog razvoja odnosa s vlastitim partnerima. Upravo je to jedan od najvažnijih dijelova u organizacijskoj cjelini poduzeća na kojima će graditi dugoročne strategije.

Zbog sve veće prisutnosti nagle dinamike razvoja tržišta i prisutnosti brojnih noviteta, poduzeća u vlastitom poslovanju moraju u provedbu vlastitih poslovnih aktivnosti i procesa uvoditi inovativne idejne projekte i primjenjivati nova tehnološka rješenja kako bi postigli maksimalnu optimiziranost i učinkovitost procesa na konkurentskom tržištu. Poduzeća ispunjavajući svoje tekuće obveze nastoje biti ukorak s brojnim izazovima tržišta gdje dolazi do neočekivanih događaja i zastoja u poslovnim procesima. Upravo efikasna primjena i distribucija IT tehnologije i inovativnih rješenja postaje ključni temelj za daljnje kreiranje poslovnih strategija radi očuvanja i jačanja udjela na tržištu.

Osnovni cilj provođenja efikasnog poslovnog sustava u poslovanju poduzeća koji koriste IT tehnologiju je privući pozornost sudionika na tržištu, stvoriti dodatnu uslugu radi ostvarenja njegovih želja i potreba kako bi se postiglo njegovo konačno oduševljenje pruženom uslugom. Upravo zbog toga poduzeća trebaju ulagati vlastita investicijska sredstva i raditi na uspostavljanju poslovnih veza u poslovnom okruženju radi bolje povezanosti sa svim povezanim sudionicima.

Poduzeća osim njegovanja odnosa s kupcima, nastoje usavršiti svoje poslovne aktivnosti i procese kako bi svoje poslovanje podigli na višu razinu i uspjeli postići kvalitetnije i efikasnije poslijeprodajne aktivnosti na tržištu. Kako bi se lakše razumjela tematika i načini poslovanja u današnjem dinamičnom poslovnom okruženju, provesti će se detaljna analiza poslovnih aktivnosti i procesa poduzeća Ingram Micro i ComTel Corp, kako bi se kroz njihovo poslovanje detaljno objasnila i prikazala financijska uspješnost poslovanja na temelju financijskih pokazatelja.

1.1. Problem i predmet rada

Problem rada se odnosi na to u kojoj mjeri poduzeća primjenjuju IT tehnologiju u poslovanju i koliko je moguće provesti implementaciju na visokoj razini. Stavlja se pitanje da li su poduzeća spremna za daljnji razvoj i rast na tržištu. Prema tome se provodi ocjena financijske uspješnosti poslovanja putem financijskih pokazatelja.

Predmet rada je efikasna upotreba IT rješenja koja se temelji na upotrebi inovativnih projekata i tehnoloških znanja. U svakodnevnom poslovanju poduzeća postoji stalna poteškoća nedovoljne iskoristivosti provedbe aktivnosti poslovnih procesa i nedovoljne razine razvijenosti komunikacijskih procesa sa stalnim i potencijalnim novim partnerima. Prema tome se poduzeća u svojem poslovanju okreću razvoju i unaprjeđenju poslovnih procesa i aktivnosti kako bi ostvarili dovoljno kvalitetnih i mjerljivih informacija radi stvaranja stabilne dugoročne strategije kako bi opstali i razvijali na konkurentskom tržištu.

1.2. Cilj i svrha rada

Cilj rada je objasniti i dokazati koja je i kolika je svrha primjene IT tehnologije i inovativnih rješenja kao pozitivni primjeri uspješnosti poslovanja promatranih poduzeća. Ovim se radom želi objasniti i analizirati kako i na kojoj razini upotreba različitih poslovnih aktivnosti i procesa utječe na uspješnost financijske stabilnosti i unaprjeđenja poslovanja promatranih poduzeća na konkurentskom tržištu.

Svrha rada je prikazati učinke i utjecaje provedbe procesa IT tehnologije koji se temelje na upotrebi novih ideja i tehnoloških znanja i rješenja radi postizanja superiornije usluge u odnosu na prisutne konkurente na tržištu. Analizom poslovanja putem financijskih pokazatelja ukazati će se na uspješnost i rentabilnost poslovanja dvaju promatranih poduzeća.

1.3. Izvori podataka i metodologija istraživanja

Izvor primarnih podataka u ovome radu, putem kojih će se prikazati kolika je učinkovitost primjene IT tehnologije na poslovanje promatranih poduzeća na tržištu, ponajviše primjenom novih idejnih rješenja i tehnoloških znanja i rješenja, autor će prikupiti pomoću empirijskog istraživanja poslovanja dvaju poduzeća. Ovom metodom žele se utvrditi iskustva i praktični učinci korištenja distribucije tehnologije do svakog poslovnog partnera u poslovanju promatranih poduzeća kroz detaljna objašnjenja radnih aktivnosti i procesa.

Podaci putem kojih će u se radu prikazati aktivnosti i procesi efikasne primjene tehnoloških rješenja i inovativnih procesa radi ostvarenja dodane vrijednosti za korist svakog kupca te s naglaskom na provedbu financijske analize putem financijskih pokazatelja prikupljeni su iz recentne domaće i inozemne znanstveno-stručne literature, knjiga, članka i publikacija. Također, pregledane su relevantne internetske baze kao što su Lider, Poslovni dnevnik i druge. Dostupne izvore podataka na internetu predstavljaju razni pravilnici objavljeni na mrežnim stranicama mjerodavnih državnih institucija. U skladu s prikazom teorijskog i istraživačkog dijela rada, odnosno predmetom, problemom i ciljevima istraživanja, u ovome su radu primijenjene sljedeće općeznanstvene metode: metoda deskripcije, metoda klasifikacije, metoda komparacije, metoda analize i metoda sinteze.

1.4. Očekivani stručni doprinos rada

Doprinos ovog rada ogleda se u istraživanju koje je provedeno u svrhu ostvarivanja rezultata o visokoj razini uspješnosti provođenja poslovnih procesa i radnih aktivnosti u poslovanju poduzeća Ingram Micro i ComTel Corp. Ostvarene informacije vezane za provođenje poslovnih aktivnosti promatranih poduzeća mogu poslužiti kao istraživanje tržišta, te u konačnici podaci ostvareni iz analize mogu pomoći u određivanju ciljane strategije za poslovanje hotelskih poduzeća u turizmu. Temeljitom analizom i sintezom svih relevantnih prikupljenih podataka dobivenih iz primarnih i sekundarnih izvora podataka doći će se do zaključka na koji način efikasna i kvalitetna primjena procesa IT tehnologije doprinosi ostvarivanju povoljnije ocjene financijske uspješnosti poslovanja dvaju promatranih poduzeća

2. POKAZATELJI ANALIZE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

U ovom poglavlju obrazlaže se funkcija i značenje financijske analize radi postizanja razvoja i unaprjeđenja postojećih resursa i procesa. Prikazano je koji faktori utječu na efikasnu primjenu financijske analize koja svojim djelovanjem pomaže u shvaćanju najzahtjevnijih i najkompliciranijih dijelova poslovanja poduzeća u dinamičnom poslovnom okruženju. Upotrebom vlastitih raspoloživih resursa i investicijskog kapitala, poduzeće svojim djelovanjem efikasno utječe na tijek vlastitih procesa i radnih aktivnosti koje slijede i prate poslovnu strategiju i filozofiju poduzeća.

Financijsku analizu provodi svako poduzeće koje želi ostvariti uspjehe na konkurentskom tržištu. Financijska analiza se primjenjuje u skladu s organizacijskom strukturom poduzeća i gospodarskoj grani u kojoj poduzeće djeluje i obavlja svoju poslovnu djelatnost. Poduzeća upotrebljavaju financijsku analizu kada žele provesti pojedini poslovni projekt koji će im omogućiti dodatno širenje udjela na tržištu i poboljšanje poslovnih procesa i resursa.

U prvom dijelom poglavlja fokus je na teorijskoj definiciji i značenju financijske analize, a zatim se objašnjava i analizira koliko primjena financijske analize ima ključni značaj za unaprjeđenje i kontinuirani razvoj poslovnih aktivnosti poduzeća koji je aktivni sudionik na konkurentskom tržištu. Naglasak je stavljen na kreiranje i implementaciju poslovnih strategija koje su bitan korak u ostvarivanju konkurentske prednosti na tržištu.

Zatim će se kroz ostale dijelove ovog poglavlja pažnja posvetiti definiranju financijskih pokazatelja. Kroz objašnjenje pojma različitih financijskih pokazatelja pokušati će se prikazati kolika je važnost djelovanja financijskih rezultata za uspješno poslovanje poduzeća.

Prikazati će se svi najbitniji financijski pokazatelji koji ukazuju kakvo je poslovanje poduzeća te kako može napredovati i poboljšati svoje postojeće poslovne kapacitete i resurse. Kroz temeljitu analizu financijskih pokazatelja prikazati će se kolika je važnost poduzeća da provodi stalnu i temeljitu financijsku analizu. Efikasnim provođenjem financijske analize, poduzeća će uspjeti ostvariti maksimalnu optimiziranosti poslovnih i organizacijskih procesa kako bi se u konačnici postigli unaprijed postavljeni dugoročni ciljevi i planovi.

2.1. Pojmovno značenje i funkcija financijske analize

U današnje vrijeme događaju se velike i nagle promjene strukture tržišta. Neočekivana događanja izravno djeluju na poslovanje poduzeća na razvijenom i dinamičnom tržištu. Povećanjem obujma poslovanja, povećava se i važnost provođenja financijske analize za cjelokupni razvitak i razvoj poduzeća za buduće poslovne aktivnosti.

Zbog naglog razvoja tehnoloških resursa i inovativnih rješenja, tržište zahtijeva od svakog sudionika da se prilagodi novim zahtjevima i uvjetima koji se pred njega nalažu. Prema tome, mala i srednja poduzeća gube korak u odnosu na velika poduzeća i globalne korporacije. Upravo takva vrsta poduzeća koji svoje poslovne aktivnosti i procese temelje na stalnom ulaganju investicija u razvoj postojećih resursa i širenja kapaciteta nastoje provoditi financijsku analizu kroz sve aspekte poslovanja.

Poduzeća koji svoje poslovanje temelje na stalnim investiranjem u daljni razvoj i napredak poslovnih aktivnosti i procesa uz primjenu financijske analize, stvaraju dovoljno temelja za postizanje visoke razine uspješnosti na dinamičnom tržišnom okruženju. Poduzeće mora provoditi stalnu financijsku analizu vlastitog poslovanja kako bi svoje trenutne i buduće poslovne projekte moglo uskladiti s vlastitom organizacijskom strukturom i kulturom. Vrlo je važno da provođenje financijske analize prati tijek izvedivosti i funkcionalnosti poslovnog projekta (Belak, 2014:2).

Financijski menadžment poduzeća svoje inovativne ideje i znanja temelji na aktivnoj primjeni financijske analize. Ona za njega predstavlja temeljni proces koji se mora provesti u skladu s vizijom i misijom poduzeća. Financijski plan investiranja i ulaganja u nove idejne projekte mora biti popraćen financijskom analizom.

Financijska analiza prema svojem sadržaju i obujmu sadrži temeljne financijske podatke i pokazatelje na temelju kojih menadžment poduzeća kreira financijski plan budžetiranja i investiranja u nove buduće inovativne projekte. Financijska analiza omogućuje poduzeću da si priskrbi dovoljnu količinu investicija kako bi moglo napredovati i rasti na konkurentskom tržištu.

Detaljno razrađena i temeljito provedena financijska analiza omogućiti će poduzeću da ostvari planirane financijske i poslovne rezultate u propisanom vremenskom roku. Ostvareni rezultati poslovanja omogućiti će poduzeću dodatnu mogućnost napredovanja i rasta na tržištu. Na taj način će moći biti u koraku s izravnim konkurentima i težiti jačanju svoje tržišne pozicije.

Financijska analiza prema svojem značenju se odnosi na analizu financijskih projekata ili financijskih izvještaja poduzeća koja uključuje bilancu, račun dobiti i gubitka i bilješke uz račune ili financijske pokazatelje za procjenu financijskog rezultata poduzeća, uspješnosti i njenog trenda koja će biti korisna za donošenje ključnih poslovnih odluka poput investicijskih i planerskih projekata te financijskih aktivnosti. Zaposlenik poduzeća nakon procjene uspješnosti poslovanja poduzeća pomoću prikupljenih financijskih podataka prezentira nalaze najvišem menadžmentu poduzeća s preporukama o tome kako može poboljšati poslovne aktivnosti i procese u budućnosti.

Provođenje financijske analize ili ispitivanja financijskih podataka poduzeća označava sustavni postupak koji vodi prema donošenju ključnih poslovnih odluka. Zaposlenici poduzeća prema svojim stečenim vještinama i znanju ispituju koliko je stabilno, solventno i isplativo poslovanje ili bilo koji predloženi projekt poduzeća i te se nakon toga provode temeljite procjene ispitivanjem temeljnih financijskih izvještaja: računa dobiti i gubitka, bilansa stanja i izvještaja o novčanom tijeku poslovanja poduzeća (Žager, 2008).

Analiza i ispitivanje financijske analize putem financijskih pokazatelja ili izvještava označava ključne alate za procjenu zdravog načina poslovanja i pružanja detaljnih informacija menadžmentu poduzeću. Financijski menadžment poduzeća ih koristi za buduće planiranje poslovnih procesa i donošenje ključnih poslovnih odluka. Upravo ovakav pristup poslovanja mu omogućuje lakše savladavanje prepreka u poslovanju te vodi prema uspješnoj realizaciji unaprijed postavljenih ciljeva.

Financijska analiza pomaže poduzeću u prikupljanju kapitala i investicija za daljnje ulaganje u širenje udjela na nova međunarodna tržišta izvan granica zemlje. Uz pomoć različitih gore spomenutih metoda financijske analize, menadžment poduzeća može predvidjeti budućnost poduzeća ili efikasnost pojedinačnih idejnih projekata. Pomaže menadžmentu poduzeća u donošenju odluka koje su se temeljile na prethodnom ispitivanju preporuka danih u izvješću (Mcfairbanks.com, 2021).

Financijska analiza omogućuje ulagačima da donesu konačnu odluku hoće li ulagati financijska sredstva u poslovanje poduzeća ili na kraju odustati i zaustaviti investicijsko ulaganje. Menadžment poduzeća iz tog razloga detaljno procjenjuje rezultate ostvarene financijskom analizom kako bi moglo donijeti konačnu poslovnu odluku koja će imati izravan utjecaj na buduće poslovne pothvate poduzeća na konkurentskom tržištu.

Financijska analiza je izuzetno važna prilikom donošenja bilo kakvih poslovnih odluka o ulaganju od strane menadžmenta poduzeća. Ona omogućuje detaljno i precizno analiziranje svih segmenata financijskih izvještaja kroz više razdoblja. Najoptimalnije je da poduzeće provede kroz tri godine.

Ovisno o korisniku financijskih izvještaja, financijske analize se mogu vršiti pojedinačno. Tako će se primjer kreditori zanimati za novčani tok poslovnog subjekta, procjena kakav će biti, odnosno kakav je bio zadnje tri godine, dok će s druge strane menadžment poduzeća pažnju usmjeriti na račun dobiti i gubitka i bilancu, odnosno fer vrijednost imovine. Financijska analiza se prema svojem sadržaju i obujmu može prilagođavati za svako poduzeće koje ju želi aktivno provoditi i koristiti. (Demšić, 2017:9)

Ulagat će se uvijek prije u poduzeća koja imaju stabilne pokazatelje poslovne uspješnosti kroz veće vremensko razdoblje (više godina), odnosno u poduzeća koja bilježe pozitivan trend financijskih pokazatelja. Poduzeća koja ostvaruju bolje financijske i poslovne rezultate privlače veći broj investitora koji su spremni ulagati u daljnje razvijanje i unaprjeđenje poslovnog projekta. Investitori koji su prepoznali potencijal poslovnog projekta ili pothvata, spremni su izdvojiti dodatno vrijeme i financijska sredstva kako bi ostvarili potpuni potencijal i uspjeh projekta. U tome im najviše pomaže temeljito provedena financijska analiza i u svojim aktivnostima se najviše oslanjaju na njezine pozitivne vrijednosti.

Prema tome prednosti financijske analize su sljedeće:

- uz pomoć financijske analize, upravljanje metodama može ispitati zdravlje i stabilnost poslovanja poduzeća
- omogućuje ulagačima ideju o odluci hoće li ulagati u investicijski fond ili odustati od takve vrste ulaganja u određeno poduzeće, odgovara na pitanje poput toga treba li ulagati u određen poslovni projekt i koliko je potrebno i u koje napikladnije vrijeme uložiti
- pojednostavljuje financijske izvještaje koji omogućuju u pomoć u međusobnoj usporedbi poduzeća različitih veličina i struktura
- uz aktivnu pomoć financijske analize, poduzeće može predvidjeti budućnost poduzeća i može predvidjeti buduće tržišne trendove i stvara temelje za buduće planiranje poslovnih aktivnosti i procesa (Mcfairbanks.com, 2021).

Financijska analiza se sastoji od više različitih čimbenika od kojih svaki ima jednaku važnost za uspješnost poslovanja poduzeća. Poduzeće nastoji uskladiti svoje poslovne procese i radne aktivnosti u skladu s sadržajem financijske analize. Na temelju toga se stvara jedinstvena cjelina koja omogućuje poduzeću da organizira vlastiti poslovni sustav da bude efikasan i djelotvoran. Zahvaljujući tome poduzeće uspijeva odgovoriti na sve zahtjeve tržišta i potrebe vlastitih kupaca kako bi u konačnici bili zadovoljni s pruženom uslugom. Svako poduzeće tijekom obavljanja poslovnih procesa i radnih aktivnosti teži pružiti uslugu na najvišoj mogućoj razini kako bi krajnjem kupcu isporučila željeni proizvod ili uslugu prema njegovim željama ili potrebama.

Sadržaj financijske analize se sastoji od sljedećih stavki:

- horizontalna analiza
- vertikalna analiza
- financijski pokazatelji
- tijek gotovine
- financijske projekcije (Efos, 2021).

Svaka od gore navedenih stavki je od podjednake važnosti za financijsku stabilnost i sigurnost poslovanja poduzeća. Poduzeća svoje poslovne procese i radne aktivnosti usmjeravaju prema svakoj gore navedenih stavki i iskorištavaju sve mogućnosti koje im se nude. Na taj način uspijevaju iskoristiti maksimalni potencijal svojih raspoloživih resursa i spremno mogu odgovoriti na sve prepreke i poteškoće koje mogu ugroziti poslovanje u budućnosti.

Menadžment poduzeća je spremno da može doći do kriznih i rizičnih situacija tijekom provođenja poslovnog pothvata ili idejnog projekta. Prema svojem znanju i vještinama prati stanje na tržištu i mogućnost prilagodbe na novonastale promjene. Svjestan je da ne može zadovoljiti sve zahtjeve tržišta ali se trudi izvući maksimalnu korist iz poslovnih procesa i znanja vlastitih zaposlenika kako bi mu poduzeće bilo konkurentije i uspješnije na tržištu.

Od svih gore navedenih stavki sadržaja financijske analize, u ovom radu će se najviše pažnje posvetiti analizi financijskih pokazatelja jer oni najbolje opisuju i objašnjavaju financijsku uspješnost dvaju promatranih poduzeća.

Pokazatelj označava racionalan ili odnosni broj, što označava da se jedna ekonomska varijabla stavlja u odnos, odnosno da se dijeli s drugom ekonomskom varijablom. Nema smisla i niti nikakvog značaja dovoditi u vezu bilo koje dvije ekonomske varijable tako da se treba detaljno pripaziti na preduvjete ispravnosti pokazatelja.

Financijski pokazatelji se s obzirom na vremensku dimenziju mogu svrstati na dvije osnovne skupine. Jedna skupina financijskih pokazatelja razmatra poslovanje poduzeća unutar određenog vremenskog razdoblja, a to se najčešće odnosi na godinu dana, a temelji se na podacima ostvarenih iz računa dobiti i gubitka. Druga se skupina financijskih pokazatelja odnosi na točno određeni vremenski trenutak koji se poklapa s trenutkom sastavljanja i izrade bilance te govori o financijskom položaju poduzeća u tom određenom trenutku.

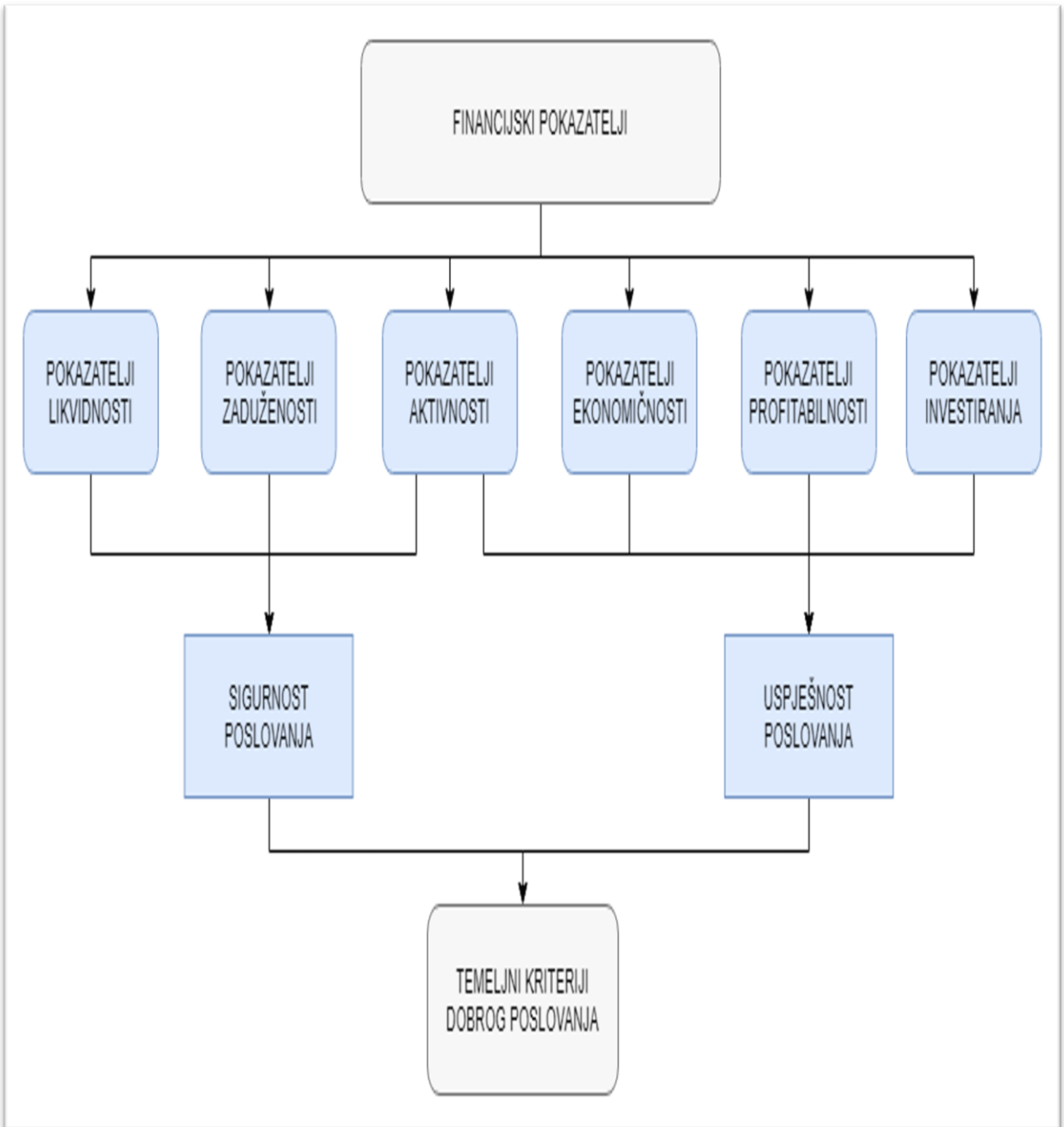
Kao što je već bilo prethodno rečeno i naglašeno, pokazatelji se kreiraju i formiraju kako bi se poduzeću omogućila što bolja financijska podloga za ispravno donošenje određenih financijskih odluka. Na temelju toga poduzeće formira buduće poslovne strategije koje se temelje na pravilno izrađenoj i planiranoj financijskoj analizi (Mesarić, 2009:2)

Zavisno od toga kakva se poslovna odluka želi donijeti, naglašava se važnost pojedinog tipa pokazatelja. Svaki pojedini financijski pokazatelj ima svoje prednosti i mogućnosti i omogućuje poduzeću da ostvari svoj maksimalni potencijal.

Prema tome se razlikuje nekoliko financijskih pokazatelja:

- pokazatelji likvidnosti - mjere sposobnosti poduzeća da uspijeva podmiriti svoje kratkoročne obveze
- pokazatelji zaduženosti - mjere u kolikoj se mjeri poduzeće financira iz tuđih izvora
- pokazatelji aktivnosti - mjere kako učinkovito poduzeće upotrebljava svoje procese i resurse
- pokazatelji ekonomičnosti - izračunavaju i prikazuju odnos prihoda i rashoda, odnosno prikazuju koliko se prihoda ostvari po jednoj jedinici rashoda
- pokazatelji profitabilnosti - mjere povrat investiranog kapitala, što ponekad označava najvišom upravljačkom djelotvornošću i rentabilnošću
- pokazatelji investiranja - mjere uspješnost ulaganja u obične (redovne) dionice (Mesarić, 2009:3-4).

Slika 1. Shematski prikaz financijskih pokazatelja



Izvor: Krišto (2018:5)

2.2. Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost označava svojstvo imovine ili njezinih pojedinih dijelova da se mogu pretvoriti u gotovinu koja će biti dovoljna za pokriće preuzetih obveza. Na taj način poduzeće će moći podmiriti svoje obveze što će utjecati na bolju uspješnost poslovanja. Održavanje likvidnosti na odgovarajućoj razini predstavlja temeljnu aktivnost poduzeća.

Poduzeća u svom poslovanju teže očuvanju likvidnosti odnosno sposobnosti da pravovremeno podmiruju svoje obveze. Prema tome uspoređuju kratkoročne obveze s kratkoročnim izvorima financiranja koji su raspoloživi za podmirivanje kratkoročnih obveza u propisanom vremenskom roku. Pokazatelji likvidnosti su od velikog značaja za potrebe financijskog menadžmenta poduzeća koji donose ključne odluke vezane za podmirivanje obveza prema svim povezanim sudionicima kao što su: dobavljači, kreditori, država, ali su također značajni i samim kreditorima i dobavljačima za poboljšanje njihovih poslovnih procesa i radnih aktivnosti (Efos, 2021).

Poduzeća prema vlastitim poslovnim aktivnostima odabiru pojedine pokazatelje likvidnosti. Nastoje usmjeriti svoje poslovne strategije i ciljeve u skladu s poboljšanjem pokazateljima likvidnosti. Pokazatelji likvidnosti utječu na sposobnost poduzeća da podmiruje vlastite trenutne obaveze i na temelju toga poduzeće nastoji postići najbolji omjer između vlastite imovine i tekućih obveza.

Poduzeće koje teži likvidnosti smatra se poduzećem koje pazi na svoju djelotvornost i efikasnost. Ulaže u kontinuirani razvoj i unaprjeđenje poslovnih procesa i aktivnosti. Svoje poslovne aktivnosti usmjerava prema postizanju što bolje likvidnosti u odnosu na izravne konkurente na tržištu. Prema tome se stvara dodana vrijednost koja se isporučuje kupcu ili partneru.

Najzastupljeniji pokazatelji likvidnosti su:

- 1) koeficijent tekuće likvidnosti
- 2) koeficijent ubrzane likvidnosti
- 3) koeficijent trenutne likvidnosti
- 4) koeficijent financijske stabilnosti

1) Koeficijent tekuće likvidnosti

Koeficijent tekuće likvidnosti se može iskazati primjenom sljedeće formule:

$$\text{Koeficijent tekuće likvidnosti} = \text{kratkotrajna imovina} / \text{kratkoročne obveze}$$

Koeficijent tekuće likvidnosti označava koeficijent koji mjeri sposobnost poduzeća da podmiri svoje kratkoročne obveze. Također označava pokazatelj likvidnosti najvišeg stupnja jer u odnos dovodi pokriće i temeljne potrebe za kapitalom u roku od jedne godine. Prema ovom koeficijentu poduzeće likvidno posluje samo u slučaju ako uspije postići podmirenje svojih trenutnih obavezu u kratkom vremenskom roku.

Kako bi bio pravilno iskorišten i upotrebljen potrebno ga je usporediti s drugim poduzećima u istoj grani industrije. Koeficijent će biti relevantan samo ako podaci budu prikupljeni i uspoređeni s ostalim konkurentskim poduzećima koji se bave istom djelatnošću. Na temelju toga se uspoređuje da li poduzeće ima dobru likvidnosti ili njegovo poslovanje vodi prema neuspjehu ili nemogućnosti podmirivanja kratkoročnih obveza.

Ako poduzeće postigne da mu je koeficijent manji od 1,5 koja označava donju granicu mora biti svjesno da je u lošoj financijskoj situaciji. U tom trenutku poduzeće može ostati bez potrebnih sredstava za uspješno podmirenje kratkoročnih obveza i ugroziti vlastito poslovanje. Za uspješno i efikasno poslovanje poduzeća potrebno je dosegnuti omjer 2:1 koji se odnosi na to da kratkotrajna imovina poduzeća bude dva puta veća u odnosu na dogovorene kratkoročne obveze koje poduzeće mora ispuniti prema svojim dobavljačima i poslovnim partnerima.

Poduzeće može poduzeti može poboljšati vrijednost koeficijenta tekuće likvidnosti primjenom sljedeće formule:

$$\text{Koeficijent tekuće likvidnosti} = (1 - 1/\text{koeficijent tekuće likvidnosti}) \times 100$$

Upotrebom gornje formule poduzeće može u bilo kojem trenutku poslovanja izračunati u kojoj mjeri može smanjiti vrijednost svoje kratkotrajne imovine i pri tome zadržati sposobnost podmirenja kratkoročnih obveza po dospelju. Na ovaj način efikasno može odgovoriti na sve zahtjeve i potrebe vlastitih dobavljača i partnera kako bi svi imali pozitivne koristi u poslovanju (Efos, 2021)

2) Koeficijent ubrzane likvidnosti

Koeficijent ubrzane likvidnosti se može izračunati kroz upotrebu sljedeće formule:

$$\text{Koeficijent ubrzane likvidnosti} = \text{novac} + \text{potraživanje} / \text{kratkoročne obveze}$$

Koeficijent ubrzane likvidnosti predstavlja financijski pokazatelj koji poduzeću omogućuje sposobnost podmirenja kratkoročnih obveza poduzeća bez prodaje trenutnih zaliha. Poduzeće uspijeva podmiriti sve preostale kratkoročne obveze bez da mijenja stanje zaliha koje trenutno posjeduje. Njegova vrijednost bi trebala iznositi tako da bude jednaka ili veća od 1 što ukazuje na to da bi poduzeće koje želi održavati normalnu razinu likvidnosti moralo posjedovati brzo unovčive oblike imovine (novca i potraživanja) minimalno toliko koliko ima preostalih kratkoročnih obveza koje mora podmiriti (Bolfek, Knežević i Stanić, 2012:162).

Koeficijent ubrzane likvidnosti se može računati i na drugačiji način za razliku od gore navedene formule. Može se prikazati kao omjer kratkotrajne financijske imovine i kratkoročnih obveza. Pod izračunom kratkotrajne financijske imovine se podrazumijeva dobivena razlika između kratkotrajne imovine i zaliha. Stoga formula za izračun koeficijenta ubrzane imovine bi bila sljedeća:

$$\text{Koeficijent ubrzane likvidnosti} = \text{kratkotrajna imovina} - \text{zalihe} / \text{kratkoročne obveze}$$

3) Koeficijent trenutne likvidnosti

Za izračun koeficijenta trenutne likvidnosti upotrebljava se sljedeća formula:

$$\text{Koeficijent trenutne likvidnosti} = \text{novac} / \text{kratkoročne obveze}$$

Koeficijent trenutne likvidnosti označava vrstu financijskog pokazatelja koji ukazuje na to kolika je pokrivenost kratkoročnih obveza uz pomoć likvidno kratkotrajne imovine. Pod kratkorajnu imovinu se odnosi isključivo na novčana sredstva s kojima poduzeće raspolaže za aktivno poslovanje. Za uspješno i efikasno obavljanje poslovanja, smatra se da ovaj koeficijent ne bi trebao biti manji od 0,10, odnosno da ne prelazi manje od propisane granice od 10% (Profitiraj.hr, 2014).

4) Koeficijent financijske stabilnosti

Koeficijent financijske stabilnosti se može prikazati upotrebom sljedeće formule:

$$\text{Koeficijent financijske stabilnosti} = \text{dugotrajna imovina} / \text{kapital} + \text{dugoročne obveze}$$

Koeficijent financijske stabilnosti mora biti uvijek manji od 1 jer bi poduzeće dio svoje kratkotrajne imovine trebalo pokrivati iz raspoloživih dugoročnih izvora koji se odnose na kapital i rezerve te sve potrebne dugoročne obveze za stabilno poslovanje. Što je vrijednost koeficijenta financijske stabilnosti manja, to su likvidnost i financijska stabilnost veća. Poduzeća koja postignu ovu vrstu omjera ukazuje na to da posluju rentabilno i djelotvorno što u konačnici dovodi do bolje financijske situacije i pozicije poduzeća na konkurentskom tržištu (Krišto, 2018:6-7).

Ukoliko je ijedan od prethodno navedenih pokazatelja manji od dozvoljene granice to nužno ne mora značiti da je poduzeće nelikvidno i nestabilno. Bitno je napomenuti da poduzeće mora pripaziti da mu navedeni financijski pokazatelji budu u okvirima grane industrije na kojem se natječe.

2.3. Pokazatelji zaduženosti

Pokazatelji zaduženosti su pokazatelji koji pokazuju strukturu kapitala i puteve kojima poduzeće financira svoju imovinu. Oni označavaju svojevrstu mjeru stupnja rizika ulaganja u poslovanje poduzeća. Svjom upotrebom ukazuju na stupanj korištenja posuđenih financijskih sredstava te koliko se poduzeće može zadužiti u određenom vremenskom razdoblju (roku).

Poduzeća koja ostvaruju značajno visoki stupanj zaduženosti gube potrebnu financijsku fleksibilnost, mogu si stvoriti probleme pri angažiranju novih investitora, te se suočavaju s lošom financijskom situacijom na tržištu. Upravo svi gore navedeni čimbenici stavljaju poduzeće u lošu poziciju na tržištu gdje može doći do smanjenja obujma poslovanja i gubitka udjela na tržištu. U konačnosti može doći do neočekivanih vrsta rizika koji mogu ugroziti poslovanje poduzeća i odvesti ga u bankrot.

S druge strane, zaduženost nije nužno loša i negativna za poslovanje poduzeća. Ukoliko je stupanj zaduženosti pod kontrolom menadžmenta i redovno se prati kroz vrijeme, a posuđena sredstva se upotrebljavaju na adekvatan način, zaduženost može dovesti do postizanja pozitivnog rezultata koji će dovesti do porasta povrata na početno investiranje (Usersite, 2021).

Poduzeće koje svoje poslovanje temelji financijskoj stabilnosti aktivno će upotrebljavati pokazatelje zaduženosti kako bi moglo uspješno odgovoriti na sve izazove na tržištu. Pravilno raspoređenim planom pokrivanja zaduženosti poduzeće će sebi omogućiti da uspješno organizira planove budućeg financiranja i investiranja u nove idejne projekte.

Za uspješno prikazivanje kako poduzeće financira imovinu koriste se sljedeći financijski pokazatelji:

- 1) Koeficijent zaduženosti
- 2) Koeficijent vlastitog financiranja
- 3) Pokriće troškova kamata
- 4) Faktor zaduženosti

1) Koeficijent zaduženosti

Koeficijent zaduženosti se najbolje može objasniti kroz omjer ukupnih obveza (dugoročne i kratkoročne) i ukupne imovine (dugotrajna i kratkotrajna) te se može prikazati formulom:

$$\text{Koeficijent zaduženosti} = \text{ukupne obveze} / \text{ukupna imovina}$$

Koeficijent zaduženosti kao jedan od najbitnijih pokazatelja zaduženosti odražava statičku zaduženost, budući da je ostvaren i formiran na temelju bilance. On ukazuje na to koliko je imovine financirano iz vlastitih, a koliko iz tuđih izvora. Prikazuje da li se poslovanje poduzeća temelji na uloženom vlastitom kapitalu ili na temelju obveza kao izvora financiranja za potrebe obavljanja djelatnosti poduzeća (Alpha Capitalis, 2018).

2) Koeficijent vlastitog financiranja

Za izračun koeficijenta vlastitog financiranja poduzeća upotrebljavaju formulu:

$$\text{Koeficijent vlastitog financiranja} = \text{glavnica} / \text{ukupna imovina}$$

Koeficijent vlastitog financiranja za potrebe poduzeća označava omjer glavnice i ukupne imovine te pokazuje koliko se poduzeće financira na temelju vlastitog kapitala uloženog u osnivanje i pokretanje poslovanja poduzeća. Cijelo vrijeme poslovanja dok koeficijent zaduženosti prikazuje stupanj financiranja iz tuđih izvora, koeficijent vlastitog financiranja ukazuje suprotno pa bi samim time njegova vrijednost trebala biti jednaka ili veća od granice 0,5, odnosno 50% (Bolfek, Knežević i Stanić, 2012:163-164).

Koeficijent vlastitog financiranja ukazuje i govori o tome koliko je imovine financirano na temelju iznosa uloženog kapitala na koji se osnivači odluče položiti za početak poslovanja. Zahvaljujući upotrebi koeficijenta vlastitog financiranja može se jasno uvidjeti i dokazati koliki je odnos tuđeg kapitala odnosno obveza i vlastitog kapitala odnosno glavnice. Za stabilnost i sigurnost poslovanja

poduzeća poželjnije je da se ono u većoj mjeri financira iz vlastitih izvora. Na temelju toga će poduzeće stvoriti dovoljno prostora za daljni napredak i razvoj na tržištu.

3) Pokriće troškova kamata

Pokriće troškova kamata može se izračunati prikazom sljedeće formule:

$$\text{Pokriće troškova kamata} = \text{dobit prije poreza i kamata} / \text{kamate}$$

Pokazatelj pokrića troškova kamata prikazuje koliko puta poduzeće u obavljanju vlastitih aktivnosti može pokriti troškove kamata s dobiti prije poreza i kamata. Ostvareni veći koeficijent označava veću i bolju mogućnost da poduzeće otplati dugovanje i veću sigurnost za kreditore (Janus, 2010:6).

Ova vrsta pokazatelja zaduženosti se može izračunati iz računa dobiti i gubitka. Na temelju dobivenih rezultata, pokazatelj pokrića troškova kamata ukazuje na to da li poduzeće na temelju ostvarene bruto dobiti plaćati nastale troškove kamate. Poduzeće će biti uspješno ako ostvari što veću razliku u omjeru između ove dvije navedene vrijednosti.

4) Faktor zaduženosti

Faktor zaduženosti se može prikazati upotrebom sljedeće formule:

$$\text{Faktor zaduženosti} = \text{ukupne obveze} / \text{zadržana dobit} + \text{amortizacija}$$

Faktor zaduženosti označava jedan od najvažnijih pokazatelja zaduženosti za poslovanje poduzeća. Svojom upotrebom ukazuje na to koliko je potrebno vremena iskazano u godinama da se podmire ukupne obveze sa postignutom zadržanom dobiti za to vremensko razdoblje koja je na kraju uvećana za ostvarenu amortizaciju.

Ovaj pokazatelj označava indikator zaduženosti jer se obveze ne mogu platiti iz ostvarene zadržane dobiti i amortizacije. Vrijednost faktora zaduženosti ne bi trebala biti veća i duža od 5 godina. Sve dobivene vrijednosti iznad toga ukazuju na to da poduzeće nije financijski stabilno i da ima preveliku zaduženost. Poduzeće ne može poslovati sigurno i optimalno što dovodi do ugrožavanja dugoročnog uspjeha na konkurentskom tržištu. (Krišto, 2018:8).

2.4. Pokazatelji aktivnosti

Pokazatelji aktivnosti se upotrebljavaju davanja ocjene djelotvornosti kojom management angažira imovinu koju su mu povjerili i dali na raspolaganje vlasnici poduzeća. Poznati su još pod upotrebom naziva kao što su odnosi efikasnosti, odnosi obrtaja ili koeficijent obrtaja. Svojim djelovanjem upućuju na brzinu cirkulacije imovine u određenom poslovnom procesu.

Ukoliko je poznat koeficijent obrta, moguće je izračunati prosječne dane vezivanja sredstava za određeno vremensko razdoblje. Općenito u poslovnoj praksi pravilo govori da je bolje da koeficijent obrta bude što veći odnosno da vrijeme vezivanja ukupne i pojedinih vrsta imovine ima što kraći vremenski rok (Efos, 2021).

Pokazatelje aktivnosti po svojoj korisnosti za poslovanje poduzeća možemo podijeliti na :

- 1) Koeficijent obrtaja ukupne imovine
- 2) Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine
- 3) Koeficijent obrtaja potraživanja
- 4) Trajanje naplate potraživanja u danima

1) Koeficijent obrtaja ukupne imovine

Ova vrsta pokazatelja se može prikazati primjenom sljedeće formule:

$$\text{Koeficijent obrtaja ukupne imovine} = \text{ukupni prihodi} / \text{ukupna imovina}$$

Koeficijent obrtaja ukupne imovine označava ostvareni omjer ukupnih prihoda i ukupne imovine te je za uspješno poslovanje poduzeća poželjno da vrijednost koeficijenta bude što veća. Ovakva vrsta odnosa ukazuje na to koliko jedna iskorištena novčana jedinica ukupne imovine omogućuje stvaranje novčanih jedinica prihoda. Potrebno je da poduzeće ostvaruje što više poslovnih suradnji kako bi ostvarilo dovoljne količine prodaje s ciljem postizanja što većih prihoda (Žager, 2008:251).

Poduzeće nastoji izbalansirati raspoloživo stanje imovine kako bi uspješno unaprijedilo i razvilo vlastite poslovne procese radi postizanja veće operativnosti i funkcionalnosti. Ova vrsta pokazatelja se može razlikovati između pojedinih industrija (Reilly i Brown, 2005:327).

2) Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine

Za primjenu koeficijenta obrtaja kratkotrajne imovine koristi se sljedeća formula:

$$\text{Koeficijent obrtaja ukupne imovine} = \text{ukupni prihodi} / \text{kratkotrajna imovina}$$

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine mjeri obrtaj kratkotrajne imovine na način da prikazuje odnos poslovnog prihoda i prosječne vrijednosti kratkotrajne imovine. Ovakva vrsta pokazatelja označuje mjerilo efikasnosti upravljanja kratkotrajnom imovinom jer prikazuje koliko je kratkotrajne imovine poduzeća potrebno vezati da bi se postigla određena visina poslovnih prihoda. Poduzeća s većom vrijednošću ovog indikatora u načelu posluju učinkovitije zbog toga što za realizaciju iste vrijednosti prihoda angažiraju manje kratkotrajne imovine.

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine treba promatrati u odnosu na djelatnost u kojoj poduzeće djeluje iz razloga što je on uobičajeno niži u djelatnostima sa sporijom naplatom potraživanja, te može biti viši u granama industrije gdje je naplata potraživanja i prodaja zaliha brža. Prema tome je ovaj financijski pokazatelj primjereno uspoređivati s prosjekom industrije, odnosno djelatnosti u kojoj društvo aktivno posluje i djeluje (Fininfo.hr, 2021).

3) Koeficijent obrtaja potraživanja

Ova vrsta pokazatelja se prikazuje primjenom sljedeće formule:

$$\text{Koeficijent obrtaja potraživanja} = \text{prihodi od prodaje} / \text{potraživanja}$$

Koeficijent obrtaja potraživanja se postižem omjerom prihoda od prodaje iz računa dobiti i gubitka u brojniku i prosječnih potraživanja iz bilance u nazivniku. Prosječna potraživanja se dobiju zbrajanjem stavke potraživanja iz prethodnog razdoblja i stavke potraživanja iz promatranog razdoblja, te se na kraju sve podijeli s dva.

Koeficijentom se mjeri koliko se puta naplate prosječna potraživanja tijekom cijele poslovne godine. Vrlo je važno naglasiti da koeficijent ukazuje na potrebno vrijeme između plaćanja na odgodu i naplate potraživanja (Premium Core, 2021).

4) Trajanje naplata potraživanja u danima

Za izračun trajanja naplate potraživanje u danima koristi se sljedeća formula:

$$\text{Trajanje naplata potraživanja u danima} = \text{broj dana u godini (365)} / \text{koeficijent obrta potraživanja}$$

Da bi se dobio konkretan dojam o tome koji dio kratkotrajne imovine izravno uključiti u izračun pokazatelja potrebno je provesti dodatnu analizu parcijalnim pokazateljima aktivnosti kao što je izvedeno trajanje naplate potraživanja (Žager i Ježovita, 2017:235).

Ukoliko je poznata vrijednost koeficijenta obrtaja potraživanja onda je i moguće doći do izračuna vrijednosti ove vrste koeficijenta. Ova vrsta koeficijenta označava omjer između broja dana u godini (365) i prethodno izračunatog koeficijenta obrtaja potraživanja od kupaca. U poslovnoj praksi poduzeća poželjno je postići da vrijednost ovog pokazatelja nije prevelika. Iz tog razloga što je manji broj to znači da treba manje dana za naplatu ostvarenih potraživanja (Krišto, 2018:9).

Za uspješno poslovanje poduzeća bitno je postići da trajanje naplate potraživanja bude vremenski što kraće. Na taj način poduzeće pouspješuje svoje financijsko stanje i teži boljoj efikasnoj operativnosti. Na temelju toga poduzeće smanjuje svoje troškove i nepotrebno nagomilanje nenaplaćenih potraživanja.

Poduzeća koja svoju poslovnu strategiju temelje na što većoj efikasnosti i rentabilnosti biti će uspješna i djelotvornija na konkurentskom tržištu. Menadžment poduzeća je svjestan da ukoliko smanji trajanje naplate potraživanje na što manji i kraći vremenski rok postići će bolje poslovne i financijske rezultate. Strateški cilj djelovanja svakog poduzeća je postići što veću mogućnost naplate različitih vrsta potraživanja kako bi zaposlenicima omogućilo dovoljno financijskih sredstava za daljnja ulaganja i investiranja u nove idejne projekte.

Poduzeće će uz pomoć vlastitog menadžmenta uložiti dovoljno napora, znanja i vremena kako bi postigli kontinuirano smanjenje naplate potraživanja u danima. Prema tome će se posebna pažnja posvetiti na smanjenu troškova nastalih produljenjem naplate potraživanja i propuštanja prilike za novu mogućnost investiranja u razvoj i unaprjeđenje poslovnih procesa i aktivnosti. Cilj djelovanja poduzeća je kroz cijelu poslovnu godinu što više smanjiti vremensko trajanje naplate potraživanja.

2.5. Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji ekonomičnosti stavljaju u odnos prihoda i rashode te prikazuju i objašnjavaju koliko se jedinica prihoda može ostvariti po jedinici rashoda. Za izračun ovih pokazatelja potrebno je koristiti podatke iz računa dobiti i gubitka. U slučaju da poduzeće ostvari vrijednosti ovih pokazatelja koji su manji od 1 to bi značilo da poduzeće posluje sa gubitkom. Poduzeće mora težiti stalnom usavršavanju vlastitih poslovnih resursa i radnih aktivnosti kako ne bi prešlo ispod granice da mu pokazatelji ekonomičnosti budu manji od propisane granice 1.

Najčešći pokazatelji ekonomičnosti su:

- 1) Ekonomičnost ukupnog poslovanja
- 2) Ekonomičnost poslovanja (prodaje)

1) Ekonomičnost ukupnog poslovanja

Ova vrsta pokazatelja se ostvaruje primjenom sljedeće formule:

$$\text{Ekonomičnost ukupnog poslovanja} = \text{ukupni prihodi} / \text{ukupni rashodi}$$

Ekonomičnost ukupnog poslovanja označava odnos između ukupnih prihoda i rashoda te je poželjno da vrijednost ovog pokazatelja za poslovanje poduzeća bude što veća. Osim toga je bitno da dobirena vrijednosti iznosi minimalno 1 što predstavlja gornju granicu prihvatljivosti. To predstavlja da su ukupni prihodi jednaki ukupnim rashodima pa poduzeće ne posluje gubitkom (Bolfek, Knežević i Stanić, 2012:165).

Poduzeća puno pažnje i vlastitog znanja ulažu u iskoristivost vlastite ekonomičnosti kako bi postigli kontinuirano unaprjeđenje vlastitih poslovnih procesa i radnih aktivnosti. Postupno povećanje ekonomičnosti ukupnog poslovanja imat će pozitivne učinke na sve zaposlenike i povezane sudionike koji predstavljaju ključne faktore uspjeha poslovanja poduzeća.

2) Ekonomičnost poslovanja (prodaje)

Ekonomičnost prodaje se postiže upotrebom sljedećih vrijednosti u formuli:

$$\text{Ekonomičnost poslovanja (prodaje)} = \text{prihodi od prodaje} / \text{rashodi od prodaje}$$

Ekonomičnost poslovanja stavlja u odnos prihode od prodaje i rashode od prodaje. Kao i kod prethodnog navedenog pokazatelja poželjno je da vrijednost omjera podataka bude minimalno jednaka 1 ili poželjno veća. Ako je ostvarena vrijednost manja od 1 to bi značilo da svi uloženi inputi koji su bili nužni za kreiranje proizvoda nisu isplaćeni njegovom finalnom prodajom (Krišto, 2018:10).

2.6. Pokazatelji profitabilnosti

Pokazatelji profitabilnosti predstavljaju financijske pokazatelje koji povezuju profit s prihodima iz prodaje i uložnim investicijama te pokazuju ukupnu efikasnost poslovanja poduzeća. Podijeljeni su u dvije skupine: pokazatelji koji profit prikazuju kao postotak prihoda od prodaje i pokazatelji koji profit prikazuju kao povrat povezan s iskorištenjem resursa. U svrhu analize profitabilnosti, profit se općenito prikazuje kao profit prije kamata i poreza. Razlog za isključivanje plaćenih kamata na zajmove iz pokazatelja profitabilnosti leži u namjeri da se pokazatelji usmjere na učinak odluka vezanih uz konkretno poslovanje radije nego na financijske odluke.

Pokazatelji profitabilnosti najčešće se temelje na dobiti prije oporezivanja kako bi se isključio poremećaj do kojeg bi došlo u slučaju korištenja pravila oporezivanja pri izračunavanju oporezive dobiti različitih društava (Moj bankar, 2021).

Najvažniji i najzastupljeniji financijski pokazatelji za poslovanje poduzeća su:

- 1) Neto marža profita
- 2) Stopa povrata imovine ROA
- 3) Stopa povrata kapitala ROE

1) Neto marža profita

Neto marža profita se može izračunati sljedećom formulom:

$$\text{Neto marža profita} = \text{neto dobit} / \text{ukupni prihod}$$

Nastala promjena u profitnoj marži može biti posljedica kombinacije promjena u prodajnoj cijeni proizvoda i razini proizvodnih troškova (ako je poduzeće uspjelo proizvesti proizvod) kao i u novonastalim promjenama u proizvodnom asortimanu, ili kod trgovačkih i uslužnih poduzeća ovisi o cijeni proizvoda ili pružene usluge ili cijeni po kojoj je nabavljen ili cijeni usluge koju pružaju ostali konkurenti na tržištu (Efos, 2021).

2) Stopa povrata imovine ROA

Stopa povrata imovine se izračunava kroz primjenu sljedeće formule:

$$\text{Stopa povrata imovine} = \text{dobit nakon oporezivanja} / \text{ukupna imovina}$$

Rentabilnost imovine označava i mjeri prinos koji je poduzeće ostvarilo na imovinu. Što je ostvareni pokazatelj veći, veća je dobit ostvarena s određenom razinom uložene imovine (Wild i Subramanyam, 2008: 446).

Označava indikator uspješnosti korištenja imovine u stvaranju dobiti i odnosi se na dobit koju poduzeće ostvaruje iz jedne novčane jedinice imovine. Ukazuje i na to o tome kolika je intenzivnost imovine. Ako se ostvari niža dobit po novčanoj jedinici imovine, viši je stupanj intenzivnosti imovine. Veća intenzivnost zahtijeva i više ulaganja u poslovanje kako bi se ostvarila planirana dobit (Efos, 2021).

3) Stopa povrata kapitala ROE

Stopa povrata kapitala može se prikazati upotrebom sljedeće formule:

$$\text{Stopa povrata kapitala} = \text{neto dobit} / \text{vlastiti kapital}$$

Predstavlja jedan od najznačajnijih pokazatelja i pokazuje koliko novčanih jedinici dobiti poduzeće ostvaruje na jednu jedinicu vlastitog kapitala (Efos, 2021).

2.7. Pokazatelji investiranja

Pokazatelji investiranja služe za mjerenje uspješnosti ulaganja u dionice. Za izračunavanje ovih pokazatelja, osim podataka iz financijskih izvještaja, potrebni su i podaci o dionicama, posebice o broju i tržišnoj vrijednosti dionica

Najučestaliji pokazatelji investiranja mogu se podijeliti na:

- 1) dobit po dionici
- 2) dividenda po dionici
- 3) ukupna rentabilnost dionice
- 4) dividendna rentabilnosti dionice

1) Dobit po dionici

Dobit po dionici se može izračunati formulom:

$$\text{Dobit po dionici} = \text{neto dobit} / \text{broj dionica}$$

Dobit po dionici prikazuje iznos u novčanim jedinicama dobiti ostvarene po jednoj dionici te kao pokazatelj investiranja predstavlja atraktivnost ulaganja u poduzeće odnosno izražava njegovu sposobnost da ostvaruje dobit.

2) Dividenda po dionici

Može se izračunati primjenom sljedeće formule:

$$\text{Dividenda po dionici} = \text{dio neto dobiti za dividende} / \text{broj dionica}$$

Prikazuje iznos dividende koji će dioničar dobiti za svaku dionicu koju posjeduje. Uobičajeno je u poslovnoj praksi da je dobit po dionici veća od dividende po dionici jer se dio dobiti zadržava, no, moguća je i obrnuta situacija, to onda znači da su dividende isplaćivane iz zadržane dobiti.

3) Ukupna rentabilnost dionice

Može se prikazati sljedećom formulom:

$$\text{Ukupna rentabilnost dionice} = \text{dobit po dionici} / \text{tržišna cijena dionice}$$

Označava najznačajniji pokazatelj koji ukazuje na to koliko dobiti ostvaruje poduzeće po dionici u odnosu na njenu tržišnu cijenu. Poželjno je da bude što veći.

4) Dividendna rentabilnost dionice

Ova vrsta pokazatelja računa se uz pomoć sljedeće formule:

$$\text{Dividendna rentabilnost dionice} = \text{dividenda po dionici} / \text{tržišna cijena dionice}$$

Ovim pokazateljem se želi utvrditi koliko poduzeće ima pravo na dividendu u odnosu na tržišnu cijenu dionice. Nastoji se utvrditi rentabilnost poslovanja u odnosu na mogućnost isplate dividende (Efos, 2021).

3. ANALIZA POSLOVANJA PODUZEĆA INGRAM MICRO

U ovom poglavlju provodi se analiza poslovanja poduzeća Ingram Micro te se obrađuju njegove glavne odrednice uspješnog poslovanja na konkurentskom tržištu. Ulaganjem u kontinuirani razvoj i unaprjeđenje poslovnih resursa i informatičkih procesa poduzeće Ingram Micro predstavlja lidera u isporuci informatičke tehnologije na tržištu. Na taj način uspijeva postići veću efektivnost i djelotvornost poslovne strategije koja označava temeljnu okosnicu postizanja superionije usluge u odnosu na izravne konkurente.

Iznose se temeljne radne aktivnosti i poslovni procesi poduzeća kako bi se u nastavku rada shvatila problematika i opsežnost poslovne filozofije poduzeća koja predstavlja ključni čimbenik u postizanju veće djelotvornosti i učinkovitosti poduzeća na konkurentskom tržištu. Iscrpno se obrazlaže na koji način menadžment poduzeća obavlja vlastite zadaće kako bi radne aktivnosti funkcionirale na visokoj razini izvedivosti. Na taj način poduzeće ostvaruje dovoljno prostora za napredak i razvoj kao kao jedna efikasna organizacijska cjelina u smislu ostvarivanja boljih poslovnih i financijskih rezultata.

Nakon analize poslovanja i poslovne filozofije vođenja od strane menadžmenta poduzeća, u ovom dijelu rada daju se detaljne informacije i podaci o efikasnoj primjeni poslovnih aktivnosti i informatičkih procesa te u kojoj mjeri primjena inovativne tehnologije pomaže menadžmentu poduzeća radi donošenja ključnih strateških odluka kako bi se ostvario održivi razvoj poduzeća kroz dugoročno stabilno upravljanje svim aspektima poslovanja. U ovom dijelu rada pažnja se posvećuje kreiranju i oblikovanju poslovne strategije koja se donosi kako bi se na pravilan i efikasan način moglo pristupiti svakom partneru i kupcu na efikasan način.

Vrlo je bitno istaknuti da u poduzeću zaposlenici vode brigu o stalnom usavršavanju sebe kao radnog djelatnika ali i svoje stečene znanje i vještine usmjeravaju prema pravilnom iskorištavanju raspoloživih resursa. Svoje radne aktivnosti usmjeravaju prema stalnom ulaganju u razvoj i unaprjeđenje poslovnih procesa kako bi na efektivan način odgovorili na zahtjeve poslovnih partnera.

Na kraju poglavlja prikazano je kako poduzeće provodi i implementira vlastite poslovne aktivnosti te na koje se buduće akvizije i strateška ulaganja odlučuje. Ulaganjem u razvoj i unaprjeđenje poslovanja koje se temelji na informatičkoj tehnologiji stvara temelje za daljni budući rast i širenje

tržišnog udjela. Stvaraju se dodatne mogućnosti razvoja i unaprjeđenja poslovanja na temelju kojih poduzeće Ingram uspijeva pobijediti izravne konkurente i biti lider na tržištu informatičke tehnologije. U poduzeću Ingram Micro nastoje njegovati i razvijati dugoročne poslovne odnose s vlastitim poslovnim partnerima kako bi se ostvarila kvalitetna povratna informacija oko koje će graditi buduće poslovne aktivnosti i usmjeravati vlastite zaposlenike pružanju kvalitetnije i superiornije usluge svakom individualnom poslovnom partneru.

3.1. Poslovna filozofija i funkcioniranje

Politika poslovanja Ingram Micro stavlja naglasak i važnost da je kupac uvijek na prvom mjestu, a to dokazuju kroz drugačiji pristup i vlastite postupke prema njima. U Ingramu Micro veliki je fokus na ispunjenju zahtjeva i potreba partnera da se u potpunosti ostvare obećanja koja se ostvaruje primjenom razvijene tehnologije. Na taj način im se omogućuje da posluju efikasnije i uspješnije na svojim tržištima.

Kao poslovni partner, Ingram Micro je svojim predanim radom i upotrebom tehnoloških rješenja zauzeo nezamjenjivu ulogu u distribuciji informatičke tehnologije i tehnoloških resursa. Zahvaljujući visokoj razini efikasnosti označava najsigurniju vezu između svojih dobavljača i partnera što rezultira mjerljivim doprinosom u rastu, razvoju i profitabilnosti na tržištu. Kontinuiranim razvijanjem i njegovanjem odnosa s vlastitim dobavljačima stvara se jedinstvena mreža svih povezanih sudionika što rezultira boljom povezanošću i većom efektivnosti za sve povezane partnere.

Poduzeće Ingram Micro u svakodnevnoj ponudi raspolaže s oko 80% IT proizvoda koje nudi svojim stalnim partnerima. Na taj način uspijeva postići visoku razinu djelotvornosti i efikasnosti što vodi do bolje povezanosti s vlastitim poslovnim partnerima. Poslovni partneri cijene predanost i dodatna ulaganje u uklanjanje njihovih poteškoća od strane stručnjaka poduzeća Ingram Micro.

Kao globalni lider u IT tehnologiji, Ingram Micro stalno napreduje i razvija u skladu s novonastalim promjenama na tržištu. Tehnologija svojim izravnim utjecajem ima sve veću ulogu u razvoju i unaprjeđenju poslovnih procesa poduzeća na tržištu. U poduzeću Ingram Micro zaposlenici su posvećeni stvaranju i održavanju dodatne vrijednosti za vlastite poslovne partnere i

kupce. To nastoje postići visokoj razini predanosti u svakoj fazi poslovnog ciklusa nudeći cijeli niz krajnjih usluga i efikasnih rješenja (Ingram Micro, 2021).

U poduzeću Ingram Micro zaposlenici obavljanje radnih djelatnosti i poslovnih procesa temelje na primjeni najvažnijih čimbenika:

- vlastito stečeno znanje
- dugoročno radno iskustvo
- primjena informatičkih i tehnoloških rješenja
- unaprjeđenje i razvoj poslovnih procesa
- visoka razina iskoristivosti raspoloživih resursa
- izgradnja i održavanje stalne komunikacije s menadžmentom

Kako bi mogli ostvariti uspješno provođenje gore navedenih čimbenika, zaposlenici surađuju s menadžmentom. Nastoje zajedničkim snagama i kombiniranjem čimbenika unaprijediti poslovanje poduzeća kako bi mogli uspješno odgovoriti na zahtjeve tržišta na kojem se poduzeće natječe. Prema tome u obavljanju radnih zadaća koriste različite novitete i idejna rješenja. Upotrebljavaju se trendovi poput virtualne stvarnosti, dronovi, Cloud i 3D printanje koji prema svojim obilježjima i karakteristikama imaju jako veliki utjecaj na tržište, ali također i u svakodnevnom životu svakog pojedinca.

Poduzeće kroz unaprjeđenje i razvoj tehnologije postiže poboljšanje i učinkovitost radnih procesa koji organizacijskoj strukturi poduzeća omogućuju da pravilno poveže sve dijelove i odjele unutar poduzeća. To u konačnici vodi prema stvaranju jedinstvene sinergije koja će omogućiti kvalitetne uvjete za neometano kruženje informacija među svim odjelima i zaposlenicima unutar organizacijske strukture poduzeća.

Poduzeće Ingram je svjesno da može opstati na tržištu samo ako bude moglo pomoći vlastitim poslovnim partnerima da u pravo vrijeme i na pravom mjestu mogu ukloniti nastale poteškoće i zapreke koji im ugrožavaju neometano obavljanje radnih zadataka. Upravo u tom trenutku poslovna strategija i filozofija poduzeća Ingram Micro stupa na snagu. Menadžment poduzeća zajedno s vlastitim zaposlenicima kreira i razvija poslovnu strategiju koja će omogućiti poduzeću Ingram Micro da isporuči uslugu koja je najbolja i najefikasnija na tržištu (Kraljević i Perkov, 2014).

Stalni partneri prepoznaju potencijal koji im pruža poduzeće Ingram Micro svojim drugačijim pristupom i svoje zadovoljstvo prenose na nove potencijalne partnere. Kontinuiranim ulaganjem za daljnim usavršavanjem postižu veću uspješnost na tržištu.

Ingram Micro kao globalno poduzeće na globalnoj razini svoje poslovanje temelji na sljedećim faktorima:

- u obavljanju vlastitih radnih aktivnosti zastupa oko 1700 dobavljača širom svijeta
- u cijelom svijetu 21.800 zaposlenika funkcionira i radi zajedničkim snagama kako bi vlastitim partnerima pružili efikasnu i adekvatnu uslugu
- ulaganjem vlastitog napora i znanja ostvaruje udio u otprilike 80% IT troškova u svijetu
- posjeduje 154 distribucijska centra od kojih se IT proizvodi i usluge isporučuju u 160 zemalja širom svijeta (Ingram Micro, 2021)

Velika važnost u kreiranju poslovne strategije osim poslovnih partnera imaju i dobavljači. Poduzeće Ingram Micro nastoji uspostaviti partnerski odnos s vlastitim dobavljačima. Na taj način uspijevaju postići visoku razinu efikasnosti i djelotvornosti u poslovanju. Povećavaju se iznosi ulaganja u kontinuirani razvoj distributivnih procesa kako bi se pojednostavio proces isporuke informatičkih i tehnoloških rješenja do konačnog kupca.

Stalnim praćenjem radnih aktivnosti i ulaganjem u poboljšanje poslovanja, poduzeće Ingram Micro nastoji održavati poziciju na konkurentskom tržištu. Nastoje dodatnim ulaganjem u postojeće poslovne resurse i kapacitete unaprijediti svoje poslovanje na viši nivo. Fokus je stavljen na stalno unaprjeđene i razvoj radnih aktivnosti i poslovnih procesa.

Kroz provođenje vlastite poslovne filozofije, nastoji se postići što bolja i efikasnija usluga prema svakom poslovnom partneru i kupcu. Poduzeće Ingram to postiže zahvaljujući detaljno razrađenom poslovnom strategija. Poslovna strategija svoje temelje ima na stalnoj primjeni novih tehnoloških znanja i informatičkih resursa. Aktivnim provođenjem poslovne strategije se nastoji postići stalno i neometano funkcioniranje radnih procesa i aktivnosti (Muller i Srića, 2005).

Ingram Micro isporučuje svoja tehnološka znanja i resursa poslovnim partnerima na jednostavan i efikasan način u vrlo kratkom vremenskom roku. Na temelju brze isporuke informatičke tehnologije omogućuje poslovnim partnerima pravovremeni odgovor na zahtjeve koji se pred njima stavljaju na tržištu.

3.2. Efikasna primjena poslovnih aktivnosti

Ingram Micro svoje poslovanje temelji na stalnoj primjeni poslovnih aktivnosti kako bi uspješno odgovori na zahtjeve i potrebe vlastitih poslovnih partnera. Primjena poslovnih aktivnosti se odvija na način da Ingram Micro djeluje kao pružatelj usluga u sferi tehnoloških rješenja, cloud usluga, software i IT product lifecycle usluge za poslovne partnere. Svoje poslovne aktivnosti provodi kroz sljedeće aktivnosti:

- distribucija informatičke tehnologije
- tehnička i prodajna podrške
- marketinške usluge
- njegovanje odnosa kroz posprodajne procese

U poslovanju poduzeća Ingram Micro, 60-70% posto prihoda unutar distribucije čine IT sistemi, dok software, networking i mobilni proizvodi čine 30-40% ukupno ostvarenih prihoda. Prema tome prioritet u obavljanju poslovnih aktivnosti je isporuka IT tehnologije do samog poslovnog partnera ili kupca. Uz to se provode dodatni sadržaji unaprjeđenja i razvoja poslovanja kroz integraciju software i aplikacija koja omogućuju brži i efikasniji pristup poslovanju. Na taj način se poslovni partneri uspijevaju prilagoditi trendovima na tržištu te biti uspješniji i djelotvorniji kako bi postigli bolje poslovne i financijske rezultate.

U Ingramu Micro su svjesni da je potrebno iskoristiti sve raspoložive resurse i materijale. Elektronički otpad ili e-otpad, je svaki pokvareni ili neželjeni električni ili elektronički uređaj i trenutno predstavlja najbrže rastuću vrstu otpada na tržištu. Većina elektronike sadrži ne-biorazgradive materijale, teške metale i otrovne materijale poput kadmija, olova i žive.

Za poslovanje poduzeća je vrlo važan jer im pomaže da mogu razviti i proizvesti nove materijale i tehnologije koji su održivi i ne štete okolišu, tako da na kraju mogu prestati upotrebljavati one koji nanose štetu. Omogućuje komunikaciju bez papira, poput plaćanja e-pošte i računa putem interneta, kako bi se smanjila količina sječenih stabala. Također pomaže u kreiranje i stvaranje pametnije tehnologije koje reagiraju na način na koji ih zaposlenici koriste i prilagođavaju se kako

bi umanjile njihov utjecaj na okoliš, poput svjetala koja mogu osjetiti kad nikoga nema u sobi i automatski se isključiti (Ingram Micro, 2019).

Primarna upotreba materijala povezana je s ambalažom za otpremu, uključujući valoviti karton, šuplje punjenje, palete, zaštitnike rubova, miješane ambalažne medije, film i etikete. Još nisu razvili strateški pristup odgovornom upravljanju otpremnim materijalom, iako su neki od objekata implementirali projekte efikasnosti te ponajviše prate djelovanje i utjecaj kartona na poslovanje. I dalje pokušavaju dobiti pouzdane podatke u globalnim objektima, te stoga nisu bili u mogućnosti postaviti ciljeve za održivu uporabu materijala. Planiraju procijeniti svoj materijalni otisak i razviti ciljeve intenziteta, te kad to učine primati godišnje podatke iz većine globalnih objekata.

Za grijanje zgrada upotrebljavaju i troše prirodni plin, a ostala goriva se prvenstveno koriste u vozilima i generatorima. Ukupna potrošnja energije u 2019. godini bila je manja za 1,4% u odnosu na prethodnu godinu. Povećanje korištenja obnovljivih izvora energije značajno je u usporedbi s prethodnim godinama. Postali su značajno učinkovitiji u načinu na koji koriste energiju. Sve više se oslanjaju na upotrebu obnovljivih izvora energije u vlastitom poslovanju što im omogućuje brže i efikasnije razvijanje poslovnih procesa. Na taj način postižu veću rentabilnosti i djelotvornost u poslovanju s ciljem kontinuiranog smanjenja nastalih troškova (Ingram Micro, 2019).

Kroz posao efikasne preraspodjele IT imovine i dalje doprinose smanjenju e-otpada te tek trebaju razviti program gospodarenja otpadom na razini cijele kompanije. Uz to se aktivno zalažu za ekološki prihvatljivo upravljanje životnim ciklusom koje podržava smanjenje otpada na lokacijama. Direktni značajni utjecaji okoliša poduzeća Ingram Micro proizlaze iz potrošnje energije, stvaranja otpada, upotrebe materijala, održavanja, preuzimanja proizvoda, popravaka i recikliranje, te određenih reguliranih brodskih aktivnosti.

Dok nastavljaju s razvojem programa, cilj je primjena centralizacije informacija o aktivnostima u skladu s poslovnim objektima, uključujući popis potvrda koje mogu podijeliti sa svojim dionicima u budućim poslovnim i finacijskim izvješćima. Također su učvrstili dugoročne planove za pokretanje pilot programa s vodećim pružateljem procjena održivosti dobavljača i postavili cilj procijeniti 100 ključnih dobavljača oko kojih će graditi buduće poslovne aktivnosti.

3.3. Razvoj i unaprjeđenje poslovnih resursa

Poduzeće Ingram Micro kako bi bilo konkurentno i uspješno na tržištu, kontinuirano ulaže u razvoj i unaprjeđenje vlastitih poslovnih resursa. Čelni ljudi smatraju da stalno praćenje razvoja i napretka poslovnih resursa postaje temeljna odrednica postizanja uspješnog poslovanja poduzeća na tržištu. Na temelju toga se stvara dodatna konkurentna prednost kako bi se stalnim partnerima i krajnjim kupcima mogla isporučiti dodana vrijednost za potrebe njihovog poslovanja.

U Ingramu Micro odlučuju se na specijalizaciju radnih mjesta i poslovnih odjela. Nastoji se postići veća optimalnost i efektivnost raspoloživih poslovnih resursa. Prema tome se oslanjanju na formiranje radnog tima koji će u svakom trenutku biti na raspolaganje i koji će svojim vještinama i iskustvom pomoći partneru u rješavanju problematične situacije.

Ingram Micro Cloud okuplja potrošače i pružatelje usluga diljem svijeta koji svojim zalaganjem i radom na najučinkovitiji i najbolji način iskorištavaju informatičku tehnologiju i raspoložive resurse. Svojim djelovanjem omogućuje jedinstvenu točku ulaza za prodaju i isporuku rješenja u oblaku. Na taj način se svakom poslovnom partneru i kupcu omogućuje lakši pristup poslovnom sustavu na efikasniji i djelotvorniji način.

Ingram Micro Cloud označava globalni odjel tvrtke Ingram Micro i zapošljava više od 1.500 predanih stručnjaka u oblaku diljem svijeta. Pored ostalih, dio te velike grupe stručnjaka čini više od 400 suradnika u prodaji u oblaku i više od 700 stručnih inženjera koji su specijalizirani za takvu vrstu poslovnih procesa i radnih aktivnosti.

Kao vrhunski pružatelj usluga u oblaku, Ingram Micro Cloud ne vidi oblak samo kao tehnologiju, već u obavljanju radnih zadataka pristupa kao temeljnoj platformi bez koje nije moguće učinkovito obavljanje poslovnih procesa. Ona omogućuje visoku razinu sposobnosti da podupire digitalnu transformaciju. Inovativna platforma i ponuda usluga provedena od strane stručnjaka i inženjera poduzeća Ingram Micro rezultira poboljšanjem poslovanja stalnih partnera.

Zahvaljujući ovoj vrsti tehnologije, poduzeće Ingram Mirco pokreće poslovanje nekih od najpoznatijih i najuspješnijih poduzeća na svijetu. Pojedina uspješna i globalna poduzeća svoje pozitivne financijske i poslovne rezultate mogu zahvaliti uspješnom primjenom tehnoloških rješenja isporučenih iz odjela poduzeća Ingram Micro. Efikasnom implementacijom IT tehnologije

u vlastite radne aktivnosti i poslovne procesa, veliki broj poduzeća je povećao svoju produktivnost i efikasnost na konkurentskom tržištu (Ingram Micro, 2021).

Poslovanje poduzeća Ingram Micro se razvija u skladu s razvojem informatičke tehnologije i tehnoloških rješenja. U skladu s time uvode se brojna nova idejna rješenja i tehnološki noviteti kako bi se poslovnim partnerima omogućio brzi i efikasan napredak u kratkom vremenskom roku. U poduzeću Ingram Micro poslovni partneri se oslanjaju na upotrebu sljedećih poslovnih rješenja:

- 1) Cloud Referral
- 2) Cloud Marketplace
- 3) Cloud Blue

1) Cloud Referral

Program Cloud Referral označava najbrži i najlakši način ulaza na tržište oblaka, osmišljen kako bi omogućio i donio poduzeću profitabilno i praktično rješenje. Partneri upućuju i usmjeravaju krajnje kupce na web-mjesto trgovine poduzeća Ingram Micro za kupnju i na taj način postižu određene provizije dok istovremeno vode i obavljaju vlastite poslovne aktivnosti.

Primjena programa Cloud Referral omogućuje poduzeće nekoliko prednosti:

- omogućiti brz pristup sve većem broju mogućnosti na tržištu usluga u oblaku uz ovu isplativu zamjenu za program Microsoft Advisor
- zadržavanje ili povećanje provizije ostvarene na nekim od top proizvoda trgovine poput servisa Microsoft Office 365 (više usluga bit će dodano uskoro)
- početna prodaja rješenja u oblaku bez početnog ulaganja uz istovremeno fokusiranje na izgradnju odnosa s kupcima i ostale osnovne poslovne aktivnosti poduzeća
- jednostavno praćenje i upravljanje pojedinostima krajnjih korisnika putem izvješća o transakcijama
- brža i efikasna implementacija programa u rad i djelotvornost poslovnog sustava poduzeća (Ingram Micro, 2021)

2) Cloud Marketplace

Cloud Marketplace predstavlja jedinstvenu platformu za trgovinu koja ubrzava rast širenjem ponude usluga i diversifikacijom izvora prihoda. Na taj način se uspijeva ostvariti zadovoljavajuća potreba kupaca za uslugama u oblaku.

Koristi primjene ove vrste platforme su sljedeće:

- poslovni partner može početi prodavati usluge u oblaku za samo nekoliko minuta bez stvaranja početnih troškova, bez pregovora o ugovoru, uz brzu aktivaciju, pojednostavljenu naplatu i centraliziranu upravljačku ploču
- stvara priliku poduzeću da istražuje i prodaje iz beskonačnog kataloga usluga koji se neprestano ažurira novim i poboljšanim uslugama pri ulasku na tržište
- omogućuje poduzeću da pruži znanje i stručnost za pomoć kupcima u donošenju najpametnijih odluka o kupnji kako bi nadmašili izravnu konkurenciju
- omogućuje da osnaži kupce, olakša i pojednostavi proces kupnje putem sučelja jednostavnog za upotrebu i upoznati ih s najnovijim, vrhunskim uslugama u oblaku (Ingram Micro, 2021)

3) Cloud Blue

Cloud Blue označava jedinu platformu u oblaku koja ubrzava proces digitalne trgovine. Bilo da poduzeće želi pojednostaviti i objediniti radne aktivnosti putem kanala. Na taj način uspijeva postići smanjenje režijskih troškova ili na siguran način pokrenuti digitalno tržište s mogućnošću isporuke proizvoda, rješenja i usluga za vlastite poslovne partnere i kupce.

Upotreba ove vrste platforme omogućuje sljedeće:

- efikasno upravljanje partnerima i klijentima
- detaljno vođenje i upravljanje informacijama o dobavljačima i proizvodima
- upravljanje i kontrola naplate proizvoda ili usluga (Ingram Micro, 2021)

3.4. Buduća strateška ulaganja i akvizicije

Primjena aktivnosti IT tehnologije i najnovijih tehnoloških resursa uz proces efikasne implementacije u poslovanje poslovnih partnera označava jedan je od najtežih zadataka koje Ingram Micro mora provesti i realizirati kako bi stvorilo sve prikladne uvjete za stjecanje konkurentske prednosti na tržištu. Proces kreiranja i unaprjeđenja budućih poslovnih aktivnosti i radnih procesa iziskuje žrtvovanje puno vremena i raspoloživog znanja.

Koriste se raspoloživi resursi kako bi se poslovanje održilo na što duži vremenski rok i kako bi ostalo mjesta za dodatni napredak koji će omogućiti da Ingram Micro stekne stalne i zadovoljne partnere oko kojih će graditi buduće poslovne projekte i inovativna rješenja. Na temelju toga će se pristupiti svakom partneru i kupcu na personalizirani način nudeći mu individualnu uslugu kako bi se postiglo njegovo maksimalno zadovoljstvo i dugoročno povjerenje.

U poslovanju poduzeća postoje mnogi uzročni čimbenici koji izravno djeluju na učinkovitost sustava upravljanja odnosima s partnerima i kupaca te na efikasnost održavanja dugoročne održivosti učinkovitog poslovnog sustava. Prema uputama i nadležnosti menadžmenta poduzeća Ingram Micro fokus budućeg poslovanja temelji se na primjeni sljedećih poslovnih aktivnosti:

- kontinuirani razvoj strategije fokusirane na ispunjenu potreba i zahtjeva kupaca
- realno postavljanje i mjerljivo praćenje strateških ciljeva
- temeljita analiza poslovnih procesa i radnih zadataka
- efikasna primjena paketa i programa izvodivosti radnih učinkovitosti
- provedba i kontrola informacijskog sustava temeljenog na naprednoj tehnologiji.

Primjenom novijeg i inovativnijeg pristupa kreiranja i razvijanja odnosa s kupcima, poduzeće pokušava izgraditi bolje međuljudske odnose prema svakom pojedinom partneru na način da potiče i motivira vlastite zaposlenike da se što više uključe u proces unaprjeđenja usluga prema svakom kupcu jer stalni kupci donose najviše koristi i profita za uspješnost poslovanja poduzeća. radi postizanja veće učinkovitosti i djelotvornosti pružene usluge. Prilikom razvijanja i unaprjeđenja poslovnih procesa temeljenih na IT resursima, prisutna je važnost sve veće uključenosti i želje zaposlenika da vlastitim znanjem i stečenim vještinama pridonose poboljšanju

i razvitku poslovnog sustava poduzeća kako bi poduzeće postalo uspješnije i efikasnije na konkurentskom tržištu.

Za uspješno poslovanje poduzeća nije bitno imati velik broj kupaca, nego vjerne kupce koji donose velike iznose profita i zarade. Vjerni kupac predstavlja najveću vrijednost za uspješno poslovanje poduzeće te na temelju toga poduzeće Ingram Micro svoja buduća strateška ulaganja i akvizicije temelji i usmjerava prema vlastitim partnerima i kupcima. Stalni i vjerni kupci su temeljna okosnica uspješnog poslovanja poduzeća jer ne zahtijevaju puno pažnje i vremena za informiranje o proizvodu i lakši je pristup poduzeću prema ispunjavanju njihovih želja i potreba.

U poduzeću Ingram Micro su osnovali interni odjel pod nazivom korporativna društvena odgovornost na čijem je čelu senior menadžer koji vodi i upravlja odjelom. Njegove odgovornosti, posebno za pitanja koja se tiču klime i klimatskih promjena, uključuju:

- analizu i potvrdu podataka
- detaljnu pripremu popisa emisija
- kontinuirano postavljanje ciljeva
- temeljito nadgledanje i izvještavanje
- aktivno angažiranje dionika
- procjene dobavljača
- temeljito odgovaranje na upite kupaca u vezi s klimatskim djelovanjem

Ponovno se oslanjaju na matricu materijalnosti koju su kreirali i razvili nakon procesa angažiranja više dionika u 2016. godini. Iako im je nedostajao kapacitet za obavljanje nekih planiranih aktivnosti dionika u 2018. godini detaljnom analizom i istraživanjem ustanovili su da su klimatske promjene, otpad i odgovorna kupnja i dalje ključni primarni interesi za njihove partnere, dok su upiti o razvoju zajednice u opadanju. Ljudskim pravima, različitostima i etikom, uključujući odgovorno upravljanje, u 2018. godini je primjetno pridodano više pažnje nego godinama prije.

U 2016. godini su se uključili kodeksu odgovornog ponašanja. Pridržavaju se Deklaracije ILO (o osnovnim načelima i pravima na radu) gdje štite i vode brigu o svakom radnom djelatniku.

Promoviraju smjernice za multinacionalna poduzeća u našem etičkom kodeksu te se pridržavaju deset načela Globalnog dogovora Ujedinjenih naroda.

U globalnim trendovima, rizik od ekstremnih vremenskih pojava, neuspjeh u ublažavanju utjecaja klimatskih promjena i kibernetički kriminal i dalje predstavljaju ključne probleme i poteškoće. Posebno izvješće o globalnom zagrijavanju od 1,5°C iz 2018. godine dodatno je naglasilo hitnost odgovora na klimatske promjene u sljedećem desetljeću. Što većim angažmanom i u što kraćem roku moguće je kontinuirano razviti poslovne procese i sustave koji će omogućiti lakše savladanje gore navedenih problema. U poslovanju poduzeća Ingram Micro odlučili su ponovno ažurirati vlastitu matricu materijalnosti 2019. kako bi se učinkovito i djelotvorno upravljali navedenim prioritetima.

Prednost uspješne implementacije poslovnih procesa i visoke razine IT tehnologije je u tome da doprinose razvoju ekonomije kroz nova radna mjesta, ulaganjem u zaposlenike, plaćanjem poreza i kroz ostale oblike. Cilj je također omogućiti pristup tehnologiji diljem svijeta. U internom izvješću korporativne društvene odgovornosti glavni fokus provođenja budućih poslovnih aktivnosti se očituje u stalnom poboljšanju ekonomskih rezultata.

Neka od poduzetih budućih strateških ulaganja i akvizicija će se primjenjivati kako bi postigli sljedeće ciljeve:

- borba protiv korupcije, konflikta interesa, protiv potkupljivajna, pranja novaca
- dostupnost sredstava svim zaposlenicima diljem svijeta za sva novonastala pitanja
- vrlo striktna i precizna pravila
- jako dobro razvijena i pravilno iskorištena usklađenost svih odjela (Ingram Micro, 2019)

4. ANALIZA FINANCIJSKE USPJEŠNOSTI POSLOVANJA IZMEĐU KONKURENTSKIH PODUZEĆA: INGRAM MICRO I COMTEL CORP NA TEMELJU USPOREDBE FINANCIJSKIH POKAZATELJA

Poduzeća koje svoje poslovanje usmjeravaju prema primjeni visoke razine IT tehnologije i tehnoloških resursa, svoje poslovne procese i radne aktivnosti usmjeravaju prema kreiranju kvalitetnih i uspješnih usluga radi zadovoljstva kupaca. Na taj način stvaraju mrežu kupaca koji su stalni i vjerni i koji svojim povjerenjem omogućuju daljni razvoj i rast poduzeća na tržištu uz kontinuirano povećanje profita i zarade. Iz tog razloga poduzeća se trude stalno usavršavati kako bi mogla napredovati i omogućiti postizanje visoke kvalitete i funkcionalnosti proizvedenih proizvoda i pružene usluge prema svakom pojedinom kupcu.

U tom najviše pomaže provođenje temeljite analize financijske uspješnosti na tržištu. Primjenjuje različite skupine financijskih pokazatelja koji su po važnosti ključni za uspješnost poslovanja poduzeća. Poduzeća ulažu vlastita znanja i financijska sredstva kako bi poboljšali svoje radne kapacitete i poslovne resurse radi ostvarenja dugoročne vjernosti kupca.

Poduzeća prate i mjere rezultate provedenih analiza financijskog poslovanja kako bi mogla prepoznati vlastite prilike i prijetnje te pravovremeno reagirati na tržišne promjene. U ovom poglavlju naglasak je na usporedbi financijske uspješnosti na temelju financijskih pokazatelja kupcima na primjeru poslovanju dvaju poduzeća: Ingram Micro i ComTel Corp. Prikazat će se rezultati analize temeljnih financijskih pokazatelja za oba poduzeća u razdoblju od 4 godine.

Iscrpnom analizom i istraživanjem financijskih aktivnosti i radnih procesa prikazat će se u kojoj mjeri poduzeća primjenjuju aktivnu politiku financiranja i kojoj mjeri je njihovo poslovanje uspješno na tržištu. Objašnjenjem i relevantnim informacijama prikazat će se usporedba financijske slike oba poduzeća i ustanoviti koji više vremena i pažnje posvećuje održavanju i izgradnji bolje financijske stabilnosti na tržištu.

Kroz istraživanje tržišta IT tehnologije prikazat će se koliko je primjena analize financijske uspješnosti presudna za stvaranje dugoročnih radnih uvjeta koji vode prema povećanju profita i zarade poduzeća.

4.1. Provedba analize financijskih pokazatelja na primjeru Ingram Micro

Ingram Micro je globalni distributer informatičko-komunikacijskih rješenja te također globalni lider u IT tehnologiji. Podružnice Ingram Micro-a se nalaze u 64 države diljem svijeta, tako i u Hrvatskoj. Ingram Micro Croatia u Hrvatskoj zauzima ulogu srednjeg poduzetnika sa oko 15 zaposlenih i trenutno predstavlja vodećeg distributera IT tehnologije u Hrvatskoj (Ingram Micro, 2021).

U ovom radu provodi se analiza financijskih izvještaja društva Ingram Micro. Analiza se temelji na podacima kroz četiri godine 2017., 2018., 2019. i 2020. Korišteni su pokazatelji analize financijskih izvještaja te je izvršena analiza na temelju dobivenih izračuna. Bilanca i račun dobiti i gubitka su izvori koji su korišteni za izračune.

Financijski pokazatelji koji su se upotrebljavali za analizu su:

- 1) Pokazatelji likvidnosti
- 2) Pokazatelji zaduženosti
- 3) Pokazatelji aktivnosti
- 4) Pokazatelji ekonomičnosti
- 5) Pokazatelji profitabilnosti

1) Pokazatelji likvidnosti

Tablica 1. Pokazatelji likvidnosti poduzeća Ingram Micro

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Koeficijent trenutne likvidnosti	0,22	0,09	0,15	0,08
Koeficijent ubrzane likvidnosti	1,04	0,93	1,03	0,94
Koeficijent tekuće likvidnosti	1,20	1,01	0,91	0,98
Koeficijent financijske stabilnosti	0,01	0,02	0,02	0,32

Izvor: Bisnode (2021)

Koeficijent trenutne likvidnosti kako bi bio zadovoljavajući mora biti veći od 0,1, možemo vidjeti da u 2017. godini Ingram Micro imao likvidnost 0,22 i u 2019. 0,15 što je dobar pokazatelj te ukazuje da društvo u 2017. i 2019. godini bilo dovoljno likvidno, dok je u 2018. i 2020. godini bio ispod 0,1, što ukazuje na vrlo lošu razinu likvidnosti.

Koeficijent ubrzane bi trebao biti 1 ili veći, vidimo da je u 2018. i 2020. godini pao ispod 1 što bi značilo da je unovčenje usporilo ali je i dalje iznad minimalne vrijednost koja je 0,9 kako bi bila prihvatljiva, dok je u 2017. i 2019. godini bio iznad 1 što je jako dobar pokazatelj.

Ingram Micro ima koeficijent tekuće likvidnosti početnim 2017. i 2018. godini iznad 1 što je zadovoljavajuće. Ukoliko poduzeće ima dovoljno sredstva za podmirivanje kratkoročnih obveza vrijednost ovog koeficijenta treba biti minimalno 1. Međutim s druge strane u zadnje dvije godine ovaj koeficijent je u opadanju ispod 1 i oko granice 1 što ukazuje da se poduzeće bori s problemima podmirenja kratkoročnih obveza.

Koeficijent financijske stabilnosti mora biti manji od 1, razlog tome je to što bi društvo trebalo pokrivati dio svoje kratkotrajne imovine iz dugoročnih izvora. U ovom primjeru vidimo kako Ingram Micro ima niski koeficijent financijske likvidnosti tijekom sve četiri godine što je odlično. Što je vrijednost ovog koeficijenta manja to znači da su likvidnost i financijska stabilnost poduzeća veće te ukazuje da poduzeće posluje stabilnije i uspješnije.

2) Pokazatelji zaduženosti

Tablica 2. Pokazatelji zaduženosti poduzeća Ingram Micro

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Koeficijent zaduženosti	1,12	1,17	1,05	0,97
Koeficijent vlastitog financiranja	- 0,01	0,02	0,04	0,03
Faktor zaduženosti	41,49	74,35	37,23	13,20

Izvor: Bisnode (2021)

Koeficijent zaduženosti pokazuje kolika je zaduženost poduzeća. Možemo vidjeti kako je kod Ingram Micra koeficijent zaduženosti veći od 1 i oko granice 1 te iz toga možemo zaključiti kako je društvo iznimno zaduženo, ovaj koeficijent bi trebao maksimalno iznositi 0,5.

Koeficijent zaduženosti nam pokazuje koliko je poduzeće zaduženo, dok koeficijent vlastitog financiranja ukazuje koliko se poduzeće financira iz tuđih izvora te bi ovaj koeficijent trebao biti veći od 0,5 te vidimo da u slučaju Ingram Micro-a niti jedne godine nije bio veći od 0,5 te možemo reći da se društvo isključivo financira skoro pa upotpunosti pomoću tuđih izvora.

Faktor zaduženosti nam pokazuje koliko je potrebno da poduzeće pokrije svoje obveze, veći faktor kao što je u slučaju Ingram Micra ukazuje na manju sigurnost.

3) Pokazatelji aktivnosti

Tablica 3. Pokazatelji aktivnosti poduzeća Ingram Micro

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	2,73	2,48	2,26	2,68
Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine	2,74	2,48	2,26	2,62
Koeficijent obrtaja potraživanja	3,95	2,94	2,69	2,96
Trajanje naplate potraživanja u danima	92,46	124,05	135,80	123,49

Izvor: Bisnode (2021)

Što je veći koeficijent obrtaja ukupne imovine to je poduzeće znači da poduzeće generira više prihoda po imovini. Ingram Micro ima visoki koeficijent obrtaja ukupne imovine.

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine uzima u obzir samo kratkoročnu imovinu za razliku od koeficijenta ukupne imovine, te možemo zaključiti da su ta dva koeficijenta vrlo slična u slučaju poduzeća Ingram Micro.

Koeficijent obrtaja potraživanja nam ukazuje na to koliko prosječno traje naplata potraživanja, dok koeficijent naplate potraživanja u danima mjeri koliko je vremenski potrebno dana da se naplate potraživanja. Vidimo da Ingram Micro ima visoke koeficijente, odnosno da imaju problema sa redovitom naplatom potraživanja što bi u budućnosti morali reducirati.

4) Pokazatelji ekonomičnosti

Tablica 4. Pokazatelji ekonomičnosti poduzeća Ingram Micro

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,00	1,01	1,01	0,99
Ekonomičnost poslovanja (prodaje)	1,07	1,06	1,07	1,07

Izvor: Bisnode (2021)

Ekonomičnost ukupnog poslovanja mora biti minimalno 1 kako bi bio zadovoljavajući, vidimo da je vrijednost ovog pokazatelja za Ingram Micro 1, odnosno da je na samom rubu minimalne zadovoljavajuće granice koja pokazuje odnos ukupnih prihoda i rashoda.

Ekonomičnost poslovanja od prodaje je nešto iznad minimalne vrijednosti koja je također 1 i u budućim poslovnim aktivnostima se treba težiti da bude još veća, a ne na samom rubu zadovoljavajuće granice.

5) Pokazatelji profitabilnosti

Tablica 5. Pokazatelji profitabilnosti poduzeća Ingram Micro

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Neto marža profita	- 0,00204	0,00965	0,011419	- 0,01
Stopa povrata imovine (ROA)	0,01	0,02	0,03	- 0,02
Stopa povrata kapitala (ROE)	-0,64	1,29	0,66	- 0,56

Izvor: Bisnode (2021)

Neto marža profita nam govori koliko je neto dobiti generirano iz prihoda poduzeća, odnosno poduzeće u 2018. zaradi 0,965 HRK i u 2019. 0,111419 HRK od svake kune koju dobije, a u 2017. i u 2020. vidimo da je neto marža profita negativna.

Stopa povrata imovine pokazuje kroz sve četiri godine vrlo niske pokazatelje što ukazuje da poduzeće loše posluje i da mu je potrebno puno više imovine da ostvari željenu dobit. Stopa povrata kapitala ukazuje na to jedino u 2018. godini je povrat kapitala na dobit u normalnim

okvirima, dok u sve ostale godine potrebno je nadograđivati i unaprijediti poslovne procese kako bi se povećala dobit na uloženi kapital.

4.2. Provedba analize financijskih pokazatelja na primjeru ComTel Corp

ComTel Corp d.o.o. je autorizirani Cisco, DELL, Samsung, Razer distributer za prostore Republike Hrvatske. Njihovo postojanje i nastojanje djelovanja je pružiti i omogućiti partnerima logističku i stručnu podršku pri uvođenju DELL i CISCO rješenja koja danas predstavljaju tehnološki vrh modernog komuniciranja. Nastoje postići što superiornije uslugu prema svojim partnerima kako bi im omogućili maksimalno zadovoljstvo i maksimalnu korist (ComTel Corp, 2021).

Financijski pokazatelji koji su se upotrebljavali za analizu su:

- 1) Pokazatelji likvidnosti
- 2) Pokazatelji zaduženosti
- 3) Pokazatelji aktivnosti
- 4) Pokazatelji ekonomičnosti
- 5) Pokazatelji profitabilnosti

1) Pokazatelji likvidnosti

Tablica 6. Pokazatelji likvidnosti poduzeća ComTel Corp

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Koeficijent trenutne likvidnosti	0,18	0,02	0,19	0,35
Koeficijent ubrzane likvidnosti	1,33	1,26	1,51	1,74
Koeficijent tekuće likvidnosti	1,73	1,67	2,07	2,56
Koeficijent financijske stabilnosti	0,29	0,23	0,19	0,16

Izvor: Bisnode (2021)

Koeficijent trenutne likvidnosti kako bi bio zadovoljavajući mora biti veći od 0,1, možemo vidjeti da kroz sve godine osim 2018. ComTel Corp imao likvidnost veću od 0,1 što je dobar pokazatelj jer ukazuje da poduzeće posluje likvidno.

Koeficijent ubrzane bi trebao biti 1 ili veći te vidimo da se kroz sve četiri godine koeficijent nalazi iznad 1 što bi značilo da unovčenje ide normalnim tokom što je jako dobar pokazatelj.

ComTel Corp ima koeficijent tekuće likvidnosti kroz sve četiri godine iznad 1 što je vrlo zadovoljavajuće. Ukoliko poduzeće ima dovoljno sredstva za podmirivanje kratkoročnih obveza vrijednost ovog koeficijenta treba biti minimalno 1 te čak u 2019. i 2020. godini iznosi preko 2.

Koeficijent financijske stabilnosti mora biti manji od 1, razlog tome je to što bi društvo trebalo pokrivati dio svoje kratkotrajne imovine iz dugoročnih izvora. U ovom primjeru vidimo kako ComTel Corp ima niski koeficijent financijske likvidnosti tijekom sve četiri godine što je odlično. Što je vrijednost ovog koeficijenta manja to znači da su likvidnost i financijska stabilnost poduzeća veće te ukazuje da poduzeće posluje stabilnije i uspješnije.

2) Pokazatelji zaduženosti

Tablica 7. Pokazatelji zaduženosti poduzeća ComTel Corp

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Koeficijent zaduženosti	0,49	0,53	0,43	0,35
Koeficijent vlastitog financiranja	0,51	0,47	0,56	0,68
Faktor zaduženosti	6,33	4,18	1,85	1,00

Izvor: Bisnode (2021)

Koeficijent zaduženosti pokazuje kolika je zaduženost poduzeća. Možemo vidjeti kako je kod ComTel Corp koeficijent zaduženosti manji od 1 i oko granice 0,5 te iz toga možemo zaključiti kako je društvo zaduženo baš kako bi trebalo biti najoptimalnije

Koeficijent vlastitog financiranja ukazuje koliko se poduzeće financira iz tuđih izvora te bi ovaj koeficijent trebao biti veći od 0,5 te vidimo da u slučaju ComTel Corp je kroz sve četiri godine bio

veći od 0,5 osim u 2018. godini gdje je bio u okviru granice te možemo reći da se društvo financira i iz vlastitih i tuđih izvora.

Faktor zaduženosti nam pokazuje koliko je potrebno da poduzeće pokrije svoje obveze, veći faktor kao što je u slučaju ComTel Corp ukazuje na manju sigurnost.

3) Pokazatelji aktivnosti

Tablica 8. Pokazatelji aktivnosti poduzeća ComTel Corp

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	2,94	2,97	3,25	3,18
Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine	3,45	3,33	3,64	3,57
Koeficijent obrtaja potraživanja	5,14	4,44	5,65	6,54
Trajanje naplate potraživanja u danima	71,00	82,25	64,64	55,79

Izvor: Bisnode (2021)

Što je veći koeficijent obrtaja ukupne imovine to je poduzeće znači da poduzeće generira više prihoda po imovini. ComTel Corp ima visoki koeficijent obrtaja ukupne imovine.

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine uzima u obzir samo kratkoročnu imovinu za razliku od koeficijenta ukupne imovine, te možemo zaključiti da su ta dva koeficijenta vrlo slična u slučaju poduzeća ComTel Corp te je čak u pojedinim godinama koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine dosta visoko pozicioniran.

Koeficijent obrtaja potraživanja nam ukazuje na to koliko prosječno traje naplata potraživanja, dok koeficijent naplate potraživanja u danima mjeri koliko je vremenski potrebno dana da se naplate potraživanja. Vidimo da ComTel Corp ima niske koeficijente, odnosno ukazuje na to da se uspješno obavljaju redovitu naplatu potraživanja što bi u budućnosti trebalo kontinuirano održavati.

4) Pokazatelji ekonomičnosti

Tablica 9. Pokazatelji ekonomičnosti poduzeća ComTel Corp

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,07	1,05	1,04	1,04
Ekonomičnost poslovanja (prodaje)	1,11	1,08	1,08	1,06

Izvor: Bisnode (2021)

Ekonomičnost ukupnog poslovanja mora biti minimalno 1 kako bi bio zadovoljavajući, vidimo da je vrijednost ovog pokazatelja za ComTel Corp malo iznad 1, odnosno da je na samom rubu minimalne zadovoljavajuće granice koja pokazuje odnos ukupnih prihoda i rashoda.

Ekonomičnost poslovanja od prodaje je nešto iznad minimalne vrijednosti koja je također 1 i u budućim poslovnim pothvatima mora se usmjeriti da bude još veća, a ne na samom rubu zadovoljavajuće granice.

5) Pokazatelji profitabilnosti

Tablica 10. Pokazatelji profitabilnosti poduzeća ComTel Corp

Pokazatelji	2017	2018	2019	2020
Neto marža profita	0,05084	0,04182	0,03463	0,03381
Stopa povrata imovine (ROA)	0,15	0,12	0,11	0,11
Stopa povrata kapitala (ROE)	0,29	0,27	0,20	0,16

Izvor: Bisnode (2021)

Neto marža profita nam govori koliko je neto dobiti generirano iz prihoda poduzeća, odnosno poduzeće kroz sve četiri godine ostvaruje pozitivnu neto maržu profita te primjerice u 2017. godini ostvaruje najveću gdje zaradi 0,5084 HRK od svake kune koju dobije.

Stopa povrata imovine kroz sve četiri godine pokazuje relativno niske pokazatelje što ukazuje da poduzeće treba dodatno unaprijediti poslovne aktivnosti i da mu je potrebno puno više imovine da

ostvari željenu dobit. Stopa povrata kapitala ukazuje na to da kroz sve četiri promatrane godine je povrat kapitala na dobi vrlo niska, te je nužno da menadžment poduzeća unaprijedi poslovne procese kako bi se povećala dobit na uloženi kapital.

4.3. Rezultati i intepretacija istraživanja

U novom modernom vremenu kupac očekuje potpuno drugačiju uslugu i od poduzeća zahtijeva da mu se maksimalno posveti. Očekuje personalizirani pristup i niz pogodnosti, očekuje da poduzećća prepoznaju i nagrade njegovu dugogodišnju vjernost.

Istraživanje ovoga rada temeljilo se na analiziranju kolika je učinkovitost primjene analize financijske uspješnosti promatranih poduzeća: Ingram Micro i ComTel Corp. Empirijsko istraživanje temeljilo se na analizi financijske stabilnosti dvaju promatranih poduzeća. Ovom metodom detaljno su prikazani financijski rezultati i koeficijenti financijskih pokazatelja. Na taj način se kreira uspješna poslovna strategija poduzeća koji svoje poslovanje temelje na pružanju dugoročne vrijednosti za kupca i postizanja njegova zadovoljstva.

U obzir su se koristili sljedeći financijski pokazatelji:

- 1) Pokazatelji likvidnosti
- 2) Pokazatelji zaduženosti
- 3) Pokazatelji aktivnosti
- 4) Pokazatelji ekonomičnosti
- 5) Pokazatelji profitabilnosti

1) Pokazatelji likvidnosti

Prema dobivenim podacima možemo vidjeti da Ingram Micro prema koeficijentu trenutne likvidnost kroz dvije godine ima zadovoljavajuću razinu likvidnosti a kroz ostale dvije ima ispod prosjeka što ukazuje na vrlo lošu razinu likvidnosti. S druge strane možemo vidjeti da kroz sve godine osim 2018. godine ComTel Corp imao likvidnost veću od 0,1 što je dobar pokazatelj jer ukazuje da poduzeće posluje likvidno.

Koeficijent ubrzane likvidnosti pokazuje da je u poduzeću Ingram Micro u 2018. i 2020. godini bio ispod 1 što bi značilo da je unovčenje usporilo ali je i dalje iznad minimalne vrijednost koja je

0,9 kako bi bila prihvatljiva, dok je u 2017. i 2019. godini bio iznad 1 što je jako dobar pokazatelj, dok ComTel Corp se kroz sve četiri godine koeficijent nalazi iznad 1 što bi značilo da unovčenje ide normalnim tokom što je jako dobar pokazatelj.

Ingram Micro ima koeficijent tekuće likvidnosti početnim 2017. i 2018. godini iznad 1 što je zadovoljavajuće, međutim s druge strane u zadnje dvije godine ovaj koeficijent je u opadanju ispod 1 i oko granice 1 što ukazuje da se poduzeće bori s problemima podmirenja kratkoročnih obveza. ComTel Corp ima koeficijent tekuće likvidnosti kroz sve četiri godine iznad 1 što je vrlo zadovoljavajuće te čak u 2019. i 2020. godini iznosi preko 2.

Koeficijent financijske stabilnosti mora biti manji od 1 te primjeru vidimo kako Ingram Micro ima niski koeficijent financijske likvidnosti tijekom sve četiri godine što je odlično te također vidimo kako ComTel Corp ima niski koeficijent financijske likvidnosti tijekom sve četiri godine što je odličan pokazatelj.

2) Pokazatelji zaduženosti

Možemo vidjeti kako je kod Ingram Micra koeficijent zaduženosti veći od 1 i oko granice 1 te iz toga možemo zaključiti kako je društvo iznimno zaduženo, jer ovaj koeficijent bi trebao maksimalno iznositi 0,5. Možemo vidjeti kako je kod ComTel Corp koeficijent zaduženosti manji od 1 i oko granice 0,5 te iz toga možemo zaključiti kako je društvo zaduženo baš onako kako bi trebalo biti najoptimalnije.

Koeficijent vlastitog financiranja ukazuje da u slučaju Ingram Micro niti jedne godine nije bio veći od 0,5 te možemo reći da se društvo isključivo financira skoro pa upotpunosti pomoću tuđih izvora, dok s druge strane vidimo da u slučaju ComTel Corp je kroz sve četiri godine bio veći od 0,5 osim u 2018. godini gdje je bio u okviru granice te možemo reći da se društvo financira i iz vlastitih i tuđih izvora.

Faktor zaduženosti nam pokazuje koliko je potrebno da poduzeće pokrije svoje obveze, veći faktor kao što je u slučaju Ingram Micro ukazuje na manju sigurnost te također je to slučaj u poslovanju ComTel Corp gdje su ostvareni podaci vrlo slični kao kod poduzeća Ingram Micro.

3) Pokazatelji aktivnosti

Ingram Micro ima visoki koeficijent obrtaja ukupne imovine te također je to slučaj kod ComTel Corp i iznad prosjeka su industrije.

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine je također kod oba poduzeća izrazito visok i omogućuje im uspješnije obavljanje poslovnih aktivnosti u odnosu na konkurencije i gotovo su iste vrijednosti kod oba poduzeća nema neke razlike, dok je u nekim ComTel Corp superiorniji.

Koeficijent obrtaja potraživanja nam ukazuje da Ingram Micro ima visoke koeficijente obrtaja potraživanja i prosječno trajanje naplate potraživanja što ukazuje da ima problem sa redovitom naplatom potraživanja, a s druge strane vidimo da ComTel Corp ostvaruje obrnute rezultate te ima niske koeficijente, odnosno ukazuje na to da se uspješno obavljaju redovitu naplatu potraživanja.

4) Pokazatelji ekonomičnosti

Ekonomičnost ukupnog poslovanja je za poduzeće za Ingram Micro 1, odnosno da je na samom rubu minimalne zadovoljavajuće granice te se iste vrijednosti ponavljaju kod ComTel Corp gdje nema neke razlike niti odstupanja

Ekonomičnost poslovanja od prodaje je u Ingram Micro nešto iznad minimalne vrijednosti koja je također 1 i u budućim poslovnim aktivnostima se treba težiti da bude još veća, a ista takva situacija se ponavlja ComTel Corp na istom tržištu.

5) Pokazatelji profitabilnosti

Neto marža profita ukazuje na to da Ingram Micro u 2018. zaradi 0,965 HRK i u 2019. 0,111419 HRK od svake kune koju dobije, a u 2017. i u 2020. vidimo da je neto marža profita negativna, dok ComTel Corp kroz sve četiri godine ostvaruje pozitivnu neto maržu profita te primjerice u 2017. godini ostvaruje najveću gdje zaradi 0,5084 HRK od svake kune koju dobije.

Stopa povrata imovine kod Ingram Micro pokazuje da kroz sve četiri godine ostvaruje vrlo niske pokazatelje što ukazuje da poduzeće loše posluje i da mu je potrebno puno više imovine da ostvari željenu dobit. Ista takva situacija je kod ComTel Corp gdje nema neke velike razlike i odstupanja. Stopa povrata kapitala ukazuje na to da u Ingram Micro jedino u 2018. godini je povrat kapitala na dobit u normalnim okvirima, dok u sve ostale godine potrebno je unaprijediti poslovne procese, a s druge strane kod ComTel Corp ukazuje na to da kroz sve četiri promatrane godine je povrat kapitala na dobi vrlo niska, te je nužno da menadžment poduzeća unaprijedi poslovne procese kako bi se povećala dobit na uloženi kapital.

Promatrana poduzeća zahvaljujući znanju i vještinama rukovodećih ljudi u menadžerskom timu i raspoloživim investicijskim kapitalom proširuju svoje poslovne kapacitete i resurse na tržištu, te jačaju svoje liderske pozicije u odnosu na izravne konkurente..

Svaki od ovih analiziranih poduzeća prikazuje pozitivan primjer poslovanja u kojem je prisutna stalna predanost svakom kupcu kroz kontinuirani razvoj i izgradnju dugoročnog odnosa s partnerima na kojima će se graditi dugoročni ciljevi planirani od menadžmenta poduzeća. Na temelju ostvarenih rezultata provedene analize i istraživanja ustanovljeno je da poduzeća Ingram Micro i ComTel Corp dobro raspolažu s financijskom situacijom na tržištu. Prema pojedinim pokazateljima (likvidnosti i ekonomičnosti) treba dodatno doraditi i unaprijediti poslovne procese kako bi brže i efikasnije odgovorilo na zahtjeve partnera na tržištu.

5. ZAKLJUČAK

Cilj ovoga rada bio je analizom i istraživanjem financijske uspješnosti dvaju promatranih načina utvrditi na koji način poduzeća kroz primjenu različitih poslovnih aktivnosti i procesa mogu utjecati na poslovnu stabilnost i visoku razinu konkurentnosti na tržištu. Poduzeća zbog nagle internacionalizacije i globalizacije tržišta, moraju stalno uvoditi inovativna rješenja i tehnološke inovacije kako bi bila superiornija u odnosu na izravne konkurente na međunarodnom tržištu. Navedena poduzeća u svojem poslovanju teže ostvarenju dodatnih profita i zarade kako bi ojačali svoju trenutnu tržišnu poziciju i postigli kontinuirano proširenje udjela. Bolji poslovni i financijski rezultati ostvaruju se postizanjem maksimalne razine zadovoljstva kupaca s naglaskom na stalno praćenje proučavanja i istraživanja njihovih želja i potreba.

Pravilno i učinkovito provođenje financijske stabilnosti svoje temelje mora tražiti u stalnoj evaluaciji i mjerenju ostvarenih rezultata koji će se koristiti za daljnje unaprjeđenje i razvoj sustava upravljanja odnosima s kupcima kako bi se kreirali jedinstveni procesi praćenja vjernosti kupaca s pružanjem dodatne usluge i izrade kvalitetnijih proizvoda na tržištu. Poduzeća koja posluju na tržištu IT tehnologije trebaju težiti stalnom ulaganju i razvoju poslovnih procesa i sustava kupcima kako bi vlastite radne aktivnosti doveli na višu razinu djelotvornosti i učinkovitosti.

Kako bi unaprijedili pristup i poboljšali odnos prema stalnim partnerima i kupcima, navedena poduzeća odlučuju se na provedbu i primjenu novih tehnoloških rješenja i inovativnih ideja menadžmenta. Upotrebom strategije dugoročnog stabilnog rasta i održavanja financijske stabilnosti, promatrana poduzeća Ingram Micro i ComTel Corp postižu individualni pristup prema svakom kupcu nudeći superiornu uslugu u odnosu na izravne konkurente.

Analiza financijske uspješnosti promatranih poduzeća putem financijskih pokazatelja predstavlja pozitivne primjere uspješnog vođenja korporativne strategije koji u svojem poslovanju primjenjuju posebna znanja i vještine kako bi svakom kupcu pristupili na drugačiji način i istovremeno uveli brojne novitete kroz primjenu tehnoloških rješenja. Upravo ova poduzeća uspijevaju ispuniti sve kriterije i zahtjeve koje pred njih stavljaju njihovi kupci i stoga su revolucionarna poduzeća koja svojim rješenjima ostvaruju sve više vjernih i stalnih kupaca oko kojih grade vlastitu dugoročnu strategiju na tržištu.

6. IZJAVA

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Nina Trgovac

Matični broj studenta: 0067506191

Naslov rada: Ocjena financijske uspješnosti poslovanja konkurentskih poduzeća putem pokazatelja u razdoblju od 2017. - 2020. godine.

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

LITERATURA

Knjige

1. Belak V. (2014). *Analiza poslovne uspješnosti*. Zagreb: RRIF
2. Bešvir, B. (2008). *Kako čitati i analizirati financijske izvještaje*. Zagreb: RRIF-plus
3. Frank K. Reilly, Keith C. Brown (2005). *Investment analysis and portfolio management*, South-Western College Pub
4. Kraljević, R., Perkov, D. (2014). *Menadžment tržišnih komunikacija*. Zagreb: Plejada i Libertas.
5. Muller, J., Srića, V. (2005). *Upravljanje odnosom s klijentima*. Zagreb: Delfin.
6. Žager K. (2008). *Analiza financijskih izvještaja*, Zagreb: Masmmedia
7. Wild, J. J., L. A., Subramanyam, K. R. (2008). *Financial Statement Analysis*, Tenth Edition, McGraw Hill - Irwin, New York

Znanstveni i stručni radovi

1. Bolfek, B., Knežević S., Stanić M., (2012). *Vertikalna i horizontalna financijska analiza poslovanja tvrtke*. Ekonomski vjesnik: časopis Ekonomskog fakulteta u Osijeku, XXV 1/2012; str. 146.-168.
2. Mesarić, P. (2009). *Temeljni pokazatelji analize financijskih izvještaja*. Zagreb: Financijski klub
3. Janus, A. (2010). *Analiza financijskih izvještaja pomoću pojedinačnih pokazatelja*. Zagreb: Financijski klub
4. Žager L., Ježovita A., (2017). *Utjecaj strukture imovine poduzeća na ocjenu likvidnosti*. Zagreb: Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. No.23, str. 230-252.

Internetski izvori

1. Alpha Capitalis, <https://alphacapitalis.com/2018/02/19/financijski-omjeri-i-indikatori-likvidnost-zaduzenost-aktivnost/>, pristupljeno 15.11.2021.
2. CloudBlue, <https://www.cloudblue.com>, pristupljeno 27.11.2021.
3. ComTel Corp, <https://www.comtel.hr>, pristupljeno 03.12.

4. Efos, http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wp-content/uploads/sites/224/2013/04/7_horizontalna-i-vertikalna.pdf, pristupljeno 10.11.2021.
5. Efos, http://www.efos.unios.hr/financiranje-poduzetnickog-pothvata/wp-content/uploads/sites/224/2013/04/8_financijski-pokazatelji.pdf, pristupljeno 10.11.2021.
6. Fininfo.hr, <https://www.fininfo.hr/Content/lessons/finpok2/13658.htm>, pristupljeno 17.11.2021.
7. IngramMicro, <https://usa.ingrammicro.com/media/Documents/ingrammicro/c/corpcomm/2019-CSR-Report.pdf>, pristupljeno 29.11.2021.
8. Ingram Micro, <https://www.ingrammicrocloud.com/hr/hr/company/overview/>, pristupljeno 25.11.2021.
9. Ingram Micro, <https://www.ingrammicrocloud.com/hr/hr/proizvodi/cloud-marketplace/>, pristupljeno 26.11.2021.
10. Ingram Micro, <https://www.ingrammicrocloud.com/hr/hr/proizvodi/cloud-referral/>, pristupljeno 26.11.2021.
11. Ingram Micro, <https://hr.ingrammicro.eu/o-nama/o-ingram-micro>, pristupljeno 23.11.2021.
12. Mcfairbanks.com, <https://hr.mcfairbanks.com/2489-financial-analysis>, pristupljeno 10.11.2021.
13. Moj bankar, <https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/P/Pokazatelji-profitabilnosti>, pristupljeno 20.11.2021.
14. Premium Core, <https://www.premiumcore.hr/analiza-financijskih-omjera-i-pokazatelja/>, pristupljeno 17.11.2021.
15. Profitiraj.hr, <https://profitiraj.hr/kako-analizirati-financijske-izvjestaje/>, pristupljeno 13.11.2021.
16. Usersite, <https://usersite.datalab.eu/printclass.aspx?type=wiki&id=215017>, pristupljeno 13.11.2021.

Ostalo

1. Bisnode (2021). Bonitetno izvješće za subjekt: ComTel Corp
2. Bisnode (2021). Bonitetno izvješće za subjekt: Ingram Micro
3. Demšić, I. (2017). *Uloga financijske analize u menadžerskom odlučivanju*. (završni rad). Požega: Veleučilište u Požegi.
4. Krišto, I. (2018). *Usporedba poslovanja poduzeća iz sektora razvoja softvera temeljem financijskih pokazatelja*. (završni rad). Zagreb: Fakultet organizacije i informatike.

POPIS SLIKA

Slika 1. Shematski prikaz finansijskih pokazatelja.....	10
---	----


POPIS TABLICA

Tablica 1. Pokazatelji likvidnosti poduzeća Ingram Micro.....	39
Tablica 2. Pokazatelji zaduženosti poduzeća Ingram Micro	40
Tablica 3. Pokazatelji aktivnosti poduzeća Ingram Micro	41
Tablica 4. Pokazatelji ekonomičnosti poduzeća Ingram Micro	42
Tablica 5. Pokazatelji profitabilnosti poduzeća Ingram Micro	42
Tablica 6. Pokazatelji likvidnosti poduzeća ComTel Corp.....	43
Tablica 7. Pokazatelji zaduženosti poduzeća ComTel Corp	44
Tablica 8. Pokazatelji aktivnosti poduzeća ComTel Corp	45
Tablica 9. Pokazatelji ekonomičnosti poduzeća ComTel Corp.....	46
Tablica 10. Pokazatelji profitabilnosti poduzeća ComTel Corp.....	46

PRILOZI

ŽIVOTOPIS

OSOBNJE INFORMACIJE Nina Trgovac

 Kopanička ulica 10, 10 000 Zagreb, Hrvatska

 0977736812

 palic.nina@gmail.com

Spol: Ž | Datum rođenja: 24/07/1993 | Državljanstvo: Hrvatsko

RADNO ISKUSTVO

01.10.2014. – 31.12.2014. – Zagreb

Agent u call centru

Hrvatski telekom

- primanje telefonskih poziva / pozivanje i ili prosljeđivanje poziva
- preuzimanje podataka od onoga tko je pozvao
- unošenje podataka u kompjuter
- pružanje informacija i savjeta vezanih za konkretan proizvod/uslugu
- prodaja usluge/proizvoda
- obavještanje kupca o promocijama traženog proizvoda/usluge

01.5.2015. – 30.6.2015. – Zagreb

Asistentica u Marketingu

Kozmo

- pakiranje i slanje promotivnog materijala poslovnica
- unošenje prijavnica za učlanjenje
- komunikacija sa maloprodajnim filijalama i prodajnim osobljem
- surađivanje sa svim poslovnica Društva, koordinacija i usklađivanje marketinških aktivnosti

01.7.2015. – 01.10.2015. – Novigrad, Hrvatska

Voditeljica poslovnice

Principal

- obavljanje platnog kunskog prometa, Internet bankarstvo
- priprema i slaganje robe za prodaju, odnosi s kupcima, narudžba robe
- rad na blagajni
- ažuriranje primki, izdatnica, kalkulacija, povratnica, otpremnica

01.2.2020. – 15.3.2021. – Zagreb, Hrvatska

Asistentica u prodaji i marketingu

Ingram micro d.o.o

- Izrada ponuda, predračuna i faktura
- narudžba opreme
- isporuka opreme
- rad na društvenim mrežama
- izrada internih izvještaja

OSPOSOBLJAVANJE

2009. - 2012.	Medulićeva 33, Zagreb, Hrvatska Ekonomist Prva ekonomska škola
2012. - 2017.	Trg John F. Kennedy 6, Zagreb, Hrvatska bacc.oec Ekonomski fakultet Zagreb
2018. - trenutačno	Vladimira Novaka 23, Zaprešić, Hrvatska struč. spec.oec Veleučilište Baltazar Zaprešić

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik Hrvatski

Ostali jezici	RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISA NJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
Engleski jezik	B2	B2	B2	B2	B2

- Digitalne i komunikacijske vještine
- Informacije i komunikacija (pretraživanje interneta)
 - MS Office (Word, Excel, PowerPoint)
 - Timski rad
 - Prilagodljivost
 - Komunikacijski programi (Skype, Zoom, Team Viwer)
 - Dobro organizirana
 - Sposobnost raditi u timu