POSLOVANJE TRGOVINSKIH PREDUZEĆA REPUBLIKE SRBIJE RACIO ANALIZA

BUSINESS TRADE COMPANY OF SERBIAN RATIO ANALYSIS

Dragana Trnavac[1]

Rezime: *U ovom radu data je analiza dostignutog nivoa razvijenosti trgovine, poslovne performanse trgovine Republike Srbije, analiza stanja na tržištu i aktuelni tokovi u trgovini Republike Srbije. Poslovne performanse trgovine Republike Srbije su još uvek slabe, iako su se u poslednje vreme neznatno poboljšale u odnosu na početak 2000. godine. I pored izvesnih poboljšanja poslovnih performansi, trgovina Republike Srbije još uvek u velikoj meri zaostaje u odnosu na trgovinu Evropske unije.*
Ključne reči: *trgovina, pokazatelji poslovanja, analiza.*

Abstract: *This paper provides an analysis of level of development of trade, business performance of Trade of the Republic of Serbia, the analysis of market conditions and current trends in the trade of the Republic of Serbia. Business performance of Trade of the Republic of Serbia are still weak, although recently improved slightly compared to start 2000. year. Despite some improvements of business performance, the trade of the Republic of Serbia is still very much lagging behind in respect to trade in the European Union.*
Keywords: *trade, indicators, analysis.*

1. UVOD

Predmet istraživanja rada odnosi se na odnos trgovine i tržišta u procesu pristupanja Republike Srbije Evropskoj uniji, jedan od najosetljivijih i najsloženijih ekonomskih zadataka u izgradnji savremene globalizovane strukture tržišta i trgovine. Neosporno je da odnos prema tržištu i trgovini treba da ima presudnu ulogu u budućem privrednom razvoju i uključivanju zemlje u tokove na jedinstvenom tržištu Evropske unije.

Osnovni ciljeve istraživanja ovog rada je sagledavanje strukturne i poslovne performanse trgovine Republike Srbije, kao i utvrđivanje prednosti i nedostataka. U tom smeru nameće se potreba korišćenja statističke publikacije, stručnih časopisa kao i validne elektronske baze podataka. Tematika rada nameće korišćenje metode deskriptivne analize istraživanja. Ovom analizom prikupili bi se tzv. sekundarni podaci odnosno svi relevantni podaci koji već postoje kao takvi ili do kojih se može doći dodatnim obradama prikupljenih podataka ili pogodnim ukrštanjem postojećih podataka. Na ovaj način bili bi prikupljeni i analizirani sledeći podaci:

- karakteristike trgovine na malo i trgovine na veliko u Republici Srbiji, i
- osnovni pokazatelji (racio analize) poslovanjatrgovinskih preduzeća.

[1] Dragana Trnavac, Univerzitet UNION Beograd, Fakultet za poslovno industrijski menadžment, draganatrnavac@gmail.com

2. POSLOVNE PERFORMANSE TRGOVINE REPUBLIKE SRBIJE

Produktivnost u trgovini Republike Srbije je, merena po svim relevantnim pokazateljima, znatno manja u odnosu na produktivnost u trgovini Evropske unije. Produktivnost rada je u trgovini na veliko dva puta, a u trgovini na malo za čak oko tri puta manja u Republici Srbiji u odnosu na trgovinu Evropske unije. Bruto dodata vrednost po zaposlenom u sektoru preduzetništva je manja za oko 37% u odnosu na privredne subjekte u oblasti trgovine.

Ukupna finansijska pozicija (likvidnost, finansijska zaduženost, obrt aktive, ekonomičnost i profitabilnost) trgovine Republike Srbije je u značajnoj meri lošija u odnosu na finansijsku poziciju trgovine Evropske unije. To se posebno odnosi na trgovinu na malo, čiji je predznak u tom pogledu gotovo kod svih pokazatelja „negativan", što praktično znači daista posluje sa gubitkom. [1]

Stope marže (razlike u ceni) u trgovini Republike Srbije iznose kod: ukupne trgovine 24,34%, trgovine na veliko 26.24% i trgovine na malo 20.13% i trgovine vozilima 18.67%. Posebno treba istaći da su stope marže u trgovini na veliko veće nego u trgovini na malo i da su čak znatno veće od stopa marže u trgovini na veliko Evropske unije. To samo po sebi pokazuje na „poremećene tokove" u trgovini Republike Srbije. U isto vreme stopa marže u maloprodaji Republike Srbije je gotovo na istom nivou, pa čak i nešto niža, u odnosu na stopu marže u maloprodaji u zemljama razvijenih tržišnih privreda.

Tako, na primer, stopa marže u specijalizovanim prodavnicama hrane iznosi u Evropskoj uniji 23,1%, a u Republici Srbiji 17,76%.[10] Uzroci tome su visoki troškovi poslovanja prouzrokovani većim brojem posrednika u prometu na veliko, većom konkurencijom u maloprodaji i „usitnjenosti" maloprodajne mreže. Tome treba dodati i činjenicu što se u trgovini Republike Srbije, u kontekstu finansijskog izveštavanja, kategorizacija sektora vrši po „principu pretežnosti"[8]

Činjenica je da se u trgovini na veliko obavlja delom i promet na malo. Isto tako, u trgovini na malo obavlja se delom promet na veliko. U trgovini vozilima obavlja se često promet na veliko i na malo. U proizvodnji takođe se delom obavlja promet na veliko i malo. To se svakako odražava na „realno"[9] iskazivanje stope marže od prodajne cene u ukupnoj trgovini i po pojedinim njenim sektorima. To praktično znači da stopa marže od prodajne cene u trgovini na veliko sadrži u sebi i delom stopu marže od prodajne cene trgovine na malo.

Stopa marže od prodajne cene trgovine na malo uključuje delom i stopu marže od prodajne cene trgovine na veliko. Posledice toga su da su realne stope marže od prodajne cene kod trgovine na veliko nešto niže, a kod trgovine na malo više od ovde prikazanih. Ovu činjenicu treba svakako imati u vidu prilikom konačne ocene visine stope marže od prodajne cene trgovine Republike Srbije u odnosu na stopu marže trgovine Evropske unije i ostalih zemalja razvijene tržišne privrede.[7]

Komparativna analiza, prema tome, pokazuje da su stope bruto marže u trgovini na veliko više, a u trgovini na malo niže kod nas u odnosu na stanje u Evropskoj uniji. Preterano visoke stope marži u trgovini na veliko su uticale na to da je kumulativna stopa marže ukupne trgovine Republike Srbije nešto viša od stope marže ukupne trgovine zemalja Evropske unije.

Investicije u osnovna sredstva po zaposlenom u trgovini Republike Srbije višestruko su manje u odnosu na trgovinu Evropske unije. Investicije po zaposlenom u trgovini Republike Srbije u odnosu na investicije po zaposlenom u trgovini Evropske unije su u proseku tri puta manje. Tako, na primer, investicije po zaposlenom u trgovini na malo Republike Srbije iznose oko 1.800 evra, a u trgovini na malo Evropske unije 3.200 evra.[5]

Porast stranih direktnih investicija se realno može ostvariti intenzivnijim dolaskom stranih trgovinskih lanaca na tržište Republike Srbije. Preduslov za to je liberalizacija tržišta kroz ubrzanje procedure za davanje građevinskih dozvola i kroz druge procese „otvaranja" lokalnog tržišta. [7]

Koeficijent obrta potraživanja od kupaca je viši od koeficijenta obrta obaveza prema dobavljačima. Otuda je prosečno vreme naplate potraživanja od kupaca kraće od prosečnog vremena plaćanja obaveza prema dobavljačima (iskazano u danima), kako kod ukupne trgovine, tako i po pojedinim sektorima. Iznos dugovanja dobavljačima veći je od iznosa zaliha u trgovini, a posebno u trgovini na malo. Imajući izloženo u vidu, za trgovinu Republike Srbije je karakteristično da dobavljači finansiraju zalihe, pa čak u određenoj meri i njeno tekuće poslovanje. To znači da naši trgovci posluju sa tuđom robom i po svojoj suštini su komisionog tipa, u pogledu finansiranja zaliha. Ako bi trgovina koristila veoma skupe bankarske kredite za finansiranje zaliha i ukupnog poslovanja,

umesto „besplatnih” kredita od dobavljača, to bi svakako uticalo na to da bi stopa marže u maloprodaji bila znatno veća nego što je sadašnja, kao i u odnosu na stopu marže u maloprodaji u zemljama razvijene tržišne privrede (Evropske unije).

Likvidnost trgovine Republike Srbije je nezadovoljavajuća. Opšti racio likvidnosti pokazuje sposobnost preduzeća da izmiruje svoje obaveze. Izračunava se na sledeći način: [4]

$$\textbf{Opšti racio likvidnosti} = \frac{\textbf{Obrtna imovina}}{\textbf{Kratkoročne obaveze}}$$

Opšti racio likvidnosti pokazuje sa koliko je dinara obrtnih sredstava pokriven svaki dinar kratkoročnih obaveza preduzeća. Standard za većinu preduzeća je da opšti racio likvidnosti bude veći od U suštini trgovina Republike Srbije je praktično ostala bez svog neto obrtnog fonda. Neto obrtni kapital izračunava se na sledeći način:[6]

$$\textbf{Neto obrtni kapital} = \textbf{Zalihe + Kratkoročna potraživanja, plasmani i gotovina) – Kratkoročne obaveze}$$

Neto obrtni kapital predstavlja deo sopstvenog i pozajmljenog dugoročnog kapitala koji se koristi za finansiranje obrtne imovine.

Finansijska zaduženost je visoka s obzirom na nepovoljne privredne okolnosti trgovine Republike Srbije u odnosu na prihvatljive „industrijske standarde”. Učešće sopstvenog u ukupnom kapitalu iznosilo je u 2006. godini kod: ukupne trgovine 45,1%, trgovine na veliko 46,6%, trgovine na malo 41,4% i trgovine vozilima 36,5%.[2] Ono je, znači, najviše kod trgovine na veliko i izrazito najniže kod trgovine vozilima. Stepen ukupne zaduženosti je pokazatelj strukture kapitala. Izračunava se na sledeći način:[8]

$$\textbf{Stepen ukupne zaduženosti} = \frac{\textbf{(Dugoročne obaveze + Kratkoročne obaveze)}}{\textbf{(Kapital + Dugoročna rezervisanja)}}$$

Ovaj indikator daje nam informaciju o tome koliki je odnos pozajmljenog i sopstvenog kapitala. Što je ovaj indikator veći, veće je i učešće duga, što predstavlja veći rizik za kreditora.

Tabela 1. Pokazatelji strukture imovine i strukture kapitala [3]

Pokaztelji	2008	2009	2010
1.Opšti racio likvidnosti			
trgovina na malo osim vozilima	0.9	0.8	0,9
trgovina na veliko i posredovanje	1.1	1	1
2.Racio sopstvenog kapitala			
trgovina na malo osim vozilima	0.3	0.3	0,3
trgovina na veliko i posredovanje	0.3	0.3	0,3
3. Racio pozajmljenog kapitala			
trgovina na malo osim vozilima	0.7	0.6	0,7
trgovina na veliko i posredovanje	0.7	0.7	0,7
4. Stepen ukupne zaduženosti			
trgovina na malo osim vozilima	2.3	2	1,9
trgovina na veliko i posredovanje	2.6	2.5	2,6

Ostvarena marža u navedenim procentima pokazuje da preduzeću, nakon pokrića proizvodnih troškova, ostaju navedeni procenti prihoda za pokriće opštih troškova uprave i prodaje i troškova

finansiranja, i na kraju za ostvarenje dobiti. Ovaj pokazatelj je od izuzetne važnosti jer pomaže kod sprovođenja mera za racionalizaciju troškova i kao indikator za upoređivanja sa ostalim preduzećima koja se bave istom delatnošću.

Koeficijent odnosa između poslovnih rashoda i poslovnih prihoda iznosio je u 2006. godini kod: ukupne trgovine 0,97, trgovine na veliko 0,96, trgovine na malo 0,99 i trgovine vozilima 0,99.

Koeficijent veći od 1 pokazuje poslovni gubitak a manji od 1 poslovni dobitak. Shodno ovome ekonomičnost trgovine Republike Srbije je veoma niska. Ona je posebno negativna kod trgovine na malo i trgovine vozilima.

Koeficijenti obrta zaliha i obrta ukupne imovine su relativno zadovoljavajući. Pri tome treba istaći da su zalihe u trgovini Republike Srbije „potcenjene", što isto važi i za ukupna osnovna sredstva trgovine.

Već duži niz godina nedovoljno se investira u trgovini Republike Srbije, tako da je i visok stepen otpisanosti osnovnih sredstava. Otuda su obrt zaliha i ukupne imovine prikazani kao „neopravdano ubrzani".

Tabela 2. Pokazatelji rentabilnosti ekonomičnosti i obrta [1]

Pokazatelji	2008	2009	2010.
1. Stopa prinosa na sopstveni kapital			
trgovina na malo osim vozilima	-7.80%	-0.20%	0,5%
trgovina na veliko i posredovanje	9.10%	3.70%	0,3%
2. Ekonomičnost			
trgovina na malo osim vozilima	1	1	1
trgovina na veliko i posredovanje	1	1	1
3. Koeficijent obrta ukupne imovine			
trgovina na malo osim vozilima	1.2	1.3	1,2
trgovina na veliko i posredovanje	1.4	1.1	1,2
4. Koeficijent obrta potraživanja od kupaca			
trgovina na malo osim vozilima	9.5	10.2	10,4
trgovina na veliko i posredovanje	4.9	4.2	4,3
5. Prosečno vreme naplate potraživanja od kupaca			
trgovina na malo osim vozilima	38.4	35.8	34,9
trgovina na veliko i posredovanje	74.5	86.9	83,7
6. Koeficijent obrta obaveza prema dobavljačima			
trgovina na malo osim vozilima	3.4	3.3	3,2
trgovina na veliko i posredovanje	3.1	2.7	2,7
7. Prosečno vreme plaćanja obaveza prema dobavljačima			
trgovina na malo osim vozilima	107.4	110.6	110,6
trgovina na veliko i posredovanje	117.7	135.2	133,8
8. Koeficijent obrta zaliha			
trgovina na malo osim vozilima	6.2	6.5	6,7
trgovina na veliko i posredovanje	6.1	5.5	5,7
9. Koeficijent obrta obrtnih sredstava			
trgovina na malo osim vozilima	2.6	2.8	2,6
trgovina na veliko i posredovanje	2.1	1.8	1,8

2.1. ANALIZA POKAZATELJA

Priliv stranih direktnih investicija u trgovini Republike Srbije je na veoma niskom nivou (kreće se 7 – 9% od ukupnih stranih direktnihinvesticija). To je daleko manje od učešća koje su imale u prvoj fazi tranzicije skoro sve zemlje jugoistočne Evrope.

Trgovina Republike Srbije je u pogledu korišćenja povoljnih kredita za finansiranje osnovnih (i obrtnih) sredstava u veoma nepovoljnom položaju u odnosu na trgovinu zemalja razvijenih tržišnih privreda. Činjenica je da su bankarske kamatne stope više kod nas nego u zemljama Evropske unije.

Neto obrtna sredstva u svim granama trgovine Republike Srbije su na veoma niskom nivou, a kod trgovine na malo su negativna. To praktično znači da su obrtna sredstva u celini finansirana iz kratkoročnih izvora sredstava. Iz tih razloga, kao što je već istaknuto, mnogi trgovinski subjekti u svojim objektima drže robu koju praktično finansiraju dobavljači. Stoga su „vlastite" bilansne zalihe izuzetno niske. Praktično to znači da su obrtna sredstva trgovine na malo u celini finansirana iz kratkoročnih izvora sredstava, a ne u skladu sa fundamentalnim finansijskim pravilom: da trajna obrtna sredstva (zalihe) treba da budu finansirana iz dugoročnih izvora sredstava jer se permanentno drže radi kontinuirane prodaje. Prema ovom indikatoru, trgovina na malo je nelikvidna. Ona je u pogledu likvidnosti u znatno nepovoljnijem položaju u odnosu na ostale sektore trgovine Republike Srbije. Izraženi problemi nedostatka obrtnih sredstava delimično se rešavaju i naplatom potraživanja klasičnom trampom (roba za robu), ili odlaganjem izmirenja obaveza prema dobavljačima za robe i usluge.

Stopa prinosa na sopstveni kapital kao prava mera profitabilnosti u trgovini Republike Srbije iznosi 7,66%, u trgovini na veliko 9,65%, u trgovini vozilima 6,53% i u trgovini na malo -5,31%. Navedene stope su značajno manje u trgovini Republike Srbije u odnosu na trgovinu Evropske unije gde se u proseku kreću između 15% i 20%. To se posebno odnosi na trgovinu na malo u Republici Srbiji koja čak ostvaruje negativne stope profitabilnosti, što inače nije slučaj ni u jednoj zemlji Evropske unije. Izvesno je, dakle, da je u pogledu profitabilnosti u najtežem položaju trgovina na malo.

U izloženim uslovima poslovanja trgovina Republike Srbije ostvaruje veoma niske stope bruto profita (stopa bruto profitne marže) od prodaje. Bruto profitna marža pokazuje koliki deo ukupnih prihoda preduzeće zadržava u obliku dobiti pre oporezivanja, tj. bruto dobiti. Posmatrani indikator profitabilnosti trgovine je po pojedinim sektorima sledeći: u trgovini na veliko Evropske unije je 5,4% a u Republici Srbiji 4,1%; u trgovini na malo Evropske unije je 7,4% a u Republici Srbiji -1,9% i u trgovini vozilima u Evropskoj uniji je 5,8%, a u Republici Srbiji 1,5%.

Kao rezultat izloženih indikatora stopa neto dobitka od ukupnog kapitala u trgovini Republike Srbije je veoma niska. To samo po sebi pokazuje da je trgovina Republike Srbije neprofitabilna – veoma male zarađivačke sposobnosti, naročito poređeno sa trgovinom zemalja razvijene tržišne privrede. Na ovaj zaključak upućuje i nisko učešće neto dobitka u prihodima od prodaje robe (kod ukupne trgovine 3,0%, trgovine na veliko 4,1%, trgovine na malo -1,9% i trgovine vozilima 1,5%).

ZAKLJUČAK

Ograničavajući faktor krupnih investicija u trgovini Republike Srbije u proteklom vremenskom periodu je izraženi nedostatak sopstvenih izvora sredstava i veoma skupih tuđih izvora sredstava. Trgovina Republike Srbije je u pogledu mogućnosti korišćenja povoljnih kredita za finansiranje osnovnih (i obrtnih) sredstava u veoma nepovoljnom položaju u odnosu na trgovinu zemalja razvijenih tržišnih privreda.

Globalni zaključak je da su nezadovoljavajuće poslovne performanse trgovine Republike Srbije. Otuda je neophodno da se putem efikasnijeg upravljanja prihodima, troškovima, profitom, kao i angažovanim kapitalom, znatno poboljšaju ukupne performanse trgovine Republike Srbije u budućnosti. Izvesno je da su usluge trgovine.

Republike Srbije na znatno nižem nivou u odnosu na razvijene tržišne privrede. Otuda su u relativnom smislu i „skuplje" nego znatno više usluge trgovine drugih zemalja, pre svega, usled niže produktivnosti rada, neodgovarajuće („verižne") strukture kanala marketinga (prometa) i niskog stepena konkurencije na tržištu.

LITERATURA

1. http//www.arp.gov.rs
2. http://www.informacionisistemtrgovine.gov.rs/mtu/IZV2N.aspx?IDIzvestaj=140
3. Ministarstvo trgovine i usluga Republike Srbije
4. Malinić, S.: Računovodstvo za menadžere u trgovini, Fakultet za trgovinu i bankarstvo, Univerzitet „Braća Karić“ Beograd, 2006.
5. Trnavac, D. :"Statistical indicators of buying habits of a consumer after opening of the hypermarket", International conference Application of New Techologies in Menagment (ANTIM 2009) Vrnjačka Banja, Srbija, 8.-11.02.2009. str.780-788. ISSBN 978-86-87333-03-1
6. Slović, D. :Upravljačko računovodstvo, Viša poslovna škola, Beograd, 2002.
7. Trnavac D, : "Research of consumer loyalty in purchase in stores on example of Rasina county", International conference Application of New Techologies in Menagment (ANTIM 2009) Vrnjačka Banja, Srbija, 8.-11.02.2009. str. 788-793. ISSBN 978-86-87333-03-1
8. Škarić, K, Radovanović, R. : Finansijsko računovodstvo, CID Ekonomski fakultet u Beogradu, Beograd 2005.
9. Trnavac, D. : "*Statistical indicators of domestic trade in Serbia", in: proceedings of the research and development in mechanical industry (RaDMI 2008), Užice, Srbija 14-17.09.*2008.
10. http://webrzs.stat.gov.rs/axd/index.php