



RACIO ANALIZA PREDUZEĆA U TEKSTILNOJ INDUSTRIJI SRBIJE – KOMPARACIJA FINANSIJSKIH REZULTATA SA ONLINE I OFFLINE DELOKRUGOM RADA

RATIO ANALYSIS OF COMPANIES IN THE TEXTILE INDUSTRY OF SERBIA – COMPARISON OF FINANCIAL RESULTS WITH ONLINE AND OFFLINE SCOPE OF WORK

Dalić Tamara | Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd, Srbija | tamara.vesic@vspep.edu.rs
 Vesić Anđela | Fakultet organizacionih nauka, Beograd, Srbija | vesicandjela1@gmail.com
 Cvetković Dragan | Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd, Srbija | dragan.cvetkovic@vspep.edu.rs

JEL klasifikacija: M41

DOI: 10.5937/trendpos2302007D

UDK: 658.14/.17

005.52:677(497.11)"2006/2021"

COBISS.SR-ID 131185929

Sažetak

Dobro poznati cilj poslovanja preduzeća je maksimizacija profita, ali ipak, opstanak i razvoj preduzeća su takođe ciljevi koji moraju biti usko povezani sa maksimiziranjem profita. Predmet istraživanja u ovom radu predstavlja komparativnu analizu finansijskih performansi odabranih preduzeća koja posluju u tekstilnoj industriji Republike Srbije, a kriterijum za izbor napravljen je pretragom web prezentacija i društvenim mrežama prvih deset rezultata iz prethodno nabrojanog koraka. Cilj istraživanja je ukazati na neophodnost postojanja što kvalitetnije interpretacije na internetu, budući da u svetu u kom živimo, bez elektronske trgovine preduzeća ne mogu očekivati zadovoljavajuće finansijske rezultate – jer kupci su na web-u. Rezultati iz urađene studije slučaja ukazuju da je već danas neophodno, imati adekvatnu internet prezentaciju, nadograđenu sadržajem na društvenim mrežama i e-prodavnici, sa mogućnošću što jednostavnije kupovine, plaćanja, jeftinije dostave, odnosno celokupnog paketa proizvoda i usluga.

Abstract

The well-known goal of business operations is profit maximization, but nevertheless, the survival and development of the company are also goals that must be closely related to profit maximization. The subject of research in this paper is a comparative analysis of the financial performance of selected companies operating in the textile industry of the Republic of Serbia, and the selection criteria was made by searching web presentations and social networks of the first ten results from the previously listed step. The aim of the research is to point out the necessity of having the best possible interpretation on the Internet, since in the world we live in, without electronic commerce, companies cannot expect satisfactory financial results - because customers are on the web. The results of the case study show that it is already necessary today to have an adequate internet presentation, upgraded with content on social networks and an e-store, with the possibility of simpler purchases, payments, cheaper delivery, i.e. the entire package of products and services.

Ključne reči: racio analiza, analiza likvidnosti, solventnost, finansijska analiza, tekstilna industrija

Keywords: ratio analysis, liquidity analysis, solvency, financial analysis, textile industry

Uvod

Privrednim društvom, odnosno preduzećem u savremenim uslovima poslovanja koje odlikuju globalne integracije, brze tehničko-tehnološke promene, primena novih proizvodnih i informacionih tehnologija, skraćeni životni ciklus proizvoda, sofisticirani zahtevi potrošača, itd. smatra se izuzetno složenim procesom koji podrazumeva primenjena znanja i veštine, inovativnost i odgovarajuću informacionu podršku [1]. Preduslov uspešnog upravljanja organizacijom u savremenim tržišnim uslovima poslovanja je upravljanje aktivnostima koje se u njoj obavljaju, odnosno upravljanje rezultatima poslovanja. Upravljanje zasnovano na aktivnostima predstavlja proces razumevanja, reinženjeringa, merenja i odlučivanja o aktivnostima radi usmeravanja ka stalnom rastu i razvoju organizacije [2]. Upravljanje poslovnim resursima i odlučivanje o tome šta, kako i za koga proizvoditi podrazumeva determinisanje ekonomskih delatnosti što znači da:

- mora postojati više ciljeva;
- da se oni moraju rangirati;
- da su sredstva za njihovo ostvarivanje ograničena, i
- da ona imaju alternativnu upotrebu.

Preduzeće, kao privredni subjekat, je nosilac i generator razvoja ekonomije i društva uopšte, pa je stoga prirodni uistinu nužan odgovor ekonomskoj realnosti, od čijeg poslovanja, rasta i razvoja zavisi tempo privrednog i društvenog razvoja svake zemlje [3]. Ono je pravni oblik obavljanja ekonomske aktivnosti koju organizuje pojedinac ili organizovana grupa pojedinaca [4]. Osnovna funkcija preduzeća je proizvodnja i prodaja dobara i usluga. Preduzeće je jedinka tržišne privrede koja samostalno izvršava zadatke u procesu društvene reprodukcije sa ciljem da u okviru datih društveno ekonomskih zakonitosti postigne što veću dobit (profit). Preduzeće ima poslovno jedinstvo i sposobno je da samo snosi rizik svog poslovanja. Osnovni zadaci preduzeća su:

- prepoznaje poslovne ideje i šanse i definisanu viziju i ciljeve poslovanja i razvoja preduzeća;
- definisanje modela organizacije i njeno skladno funkcionisanje u cilju ostvarivanja poslovnih ciljeva;
- identifikacija i obezbeđenje poslovnih resursa za uspešan razvoj biznisa: informacije, finansijski izvori, ljudski resursi, sirovine, materijal, oprema, prostor i dr. Veoma je važno rangirati ih po sistemu značaja i važnosti;
- procena potencijalnih šansi i mogućnosti u okruženju.

Da bi se realizovali i uspešno ostvarili navedeni i drugi zadaci neophodna je [5]:

- izražena potreba za inovativnim i kreativnim radom,
- želja i nastojanje da se bude prepoznatljiv, originalan i najbolji u onom što radite (konkurentnost),
- motivisanost za uspeh, posvećenost poslu, orijentisanost ka novim izazovima, itd.,
- sposobnost permanentnog učenja, usavršavanja i podizanja ukupnog nivoa obrazovanja zaposlenih.

Ekonomski motiv poslovanja preduzeća je maksimizacija profita. Ipak, opstanak i razvoj preduzeća su ciljevi koji su usko povezani. Da bi opstalo, preduzeće stalno mora da se prilagođava spoljnim promenama, a to znači da se razvija [6]. Da bi se razvijalo, preduzeće mora da ulaže dodatna sredstva, a da bi raspolagalo tim sredstvima ono mora da ih akumulira. Ukoliko preduzeće ne ispunjava neki od ovih ciljeva, njegov opstanak je doveden u pitanje [7][8]. Ako preduzeće ne stvara proizvode ili ne pruža usluge koji su u stanju da zadovolje neku, određenu, društvenu potrebu, onda takvo preduzeće neće moći da opstane.

Predmet istraživanja u ovom radu predstavlja komparativnu analizu finansijskih performansi odabranog preduzeća (Beli labud tekst d.o.o) koje posluje u tekstilnoj industriji Republike Srbije, u poređenju sa dva glavna konkurenta (Textil d.o.o. i Paleta d.o.o.). Kriterijum za izbor napravljen je pretragom: preduzeća koje posluju u Srbiji u okviru delatnosti Proizvodnja gotovih tekstilnih proizvoda, osim odeće, a potom pretragom prezentacije na internetu i društvenim mrežama prvih deset rezultata iz prethodno nabrojanog koraka.

Cilj istraživanja je ukazati na neophodnost postojanja što kvalitetnije interpretacije na internetu za svako preduzeće koje teži ostvarivanju pozitivnih rezultata iz poslovanja. Iz cilja sledi i hipotetički okvir rada, pa je osnovna hipoteza: „u svetu u kom živimo, bez elektronske trgovine preduzeća ne mogu očekivati zadovoljavajuće finansijske rezultate“, koja je dalje definisana pomoćnom hipotezom: „danas više nije dovoljno imati samo kvalitetne proizvode i/ili usluge, već je neophodno, imati i adekvatnu internet prezentaciju, nadograđenu sadržajem na društvenim mrežama i e–prodavnici, sa mogućnošću što jednostavnije kupovine, plaćanja, jeftinije dostave, odnosno celokupnog paketa proizvoda i usluga“. Doprinos rada ogleda se u interpretaciji podataka i umrežavanju rezultata i poslovnih prihoda sa poslovanjem online i oflajn. Kroz studiju slučaja biće urađena komparacija finansijskih rezultata tri preduzeća u tekstilnoj industriji, od kojih dva posluju i tradicionalno i elektronski, dok treće posluje samo tradicionalno, kako bi se podstakli donosioci odluka (ne samo u tekstilnoj industriji, nego i drugim proizvodnim i uslužnim granama) na prelazak na elektronsku trgovinu, budući da su kupci uveliko „na vebu“.

Pregled literature

Proizvodna moć nekog sistema naziva se kapacitet [9]. Kapacitet preduzeća izražava poslovnu moć preduzeća a izražava se količinom proizvedenih materijalnih dobara ili usluga u nekom vremenskom periodu. Kapacitet preduzeća zavisi od tehničke opremljenosti preduzeća, obima i strukture tehničkih uređaja, od radnih sposobnosti preduzeća, od unutrašnje organizacije preduzeća i od potreba tržišta. Kapacitet osnovnih sredstava preduzeća izražava sposobnost osnovnih sredstava (mašine, oprema, građevinski objekti....) da u jedinici vremena proizvedu određenu količinu materijalnih dobara. Poslovni rezultat preduzeća, njegova efikasnost, direktno zavisi od stepena korišćenja kapaciteta osnovnih sredstava. Povećanje broja smena, smanjenje vremenskih perioda zastoja rada mašina, svakako će se odraziti na efikasnost preduzeća [10]. Preduzeće stalno treba da teži optimalnom kapacitetu tj. da ostvaruje što manju razliku između ostvarenog i optimalnog kapaciteta. Efikasnost korišćenja osnovnih sredstava naziva se randman osnovnih sredstava i izračunava se kao odnos ostvarenih rezultata (npr. ukupan prihod) i angažovanih osnovnih sredstava. Dalje, obrtna sredstva su deo poslovnih sredstava preduzeća. Njihova osnovna karakteristika je da se, za razliku od osnovnih sredstava, u celini utroše u procesu reprodukcije. Osnovna odrednica za podelu na osnovna i obrtna sredstva je njihov vek trajanja, pa su obrtna sredstva ona sredstva preduzeća čiji je vek upotrebe kraći od jedne godine. Obrtna sredstva su šira kategorija od predmeta rada. Važna osobina predmeta rada je da se jednokratnom upotrebom troše u proizvodnom procesu. Obrtna sredstva čine u najvećoj meri predmeti rada, zatim, nedovršena proizvodnja i poluproizvodi, gotovi proizvodi, novčana sredstva i drugi oblici imovine preduzeća. Osnovna karakteristika obrtnih sredstava je njihovo obrtanje [11]. Obrtanje obrtnih sredstava znači njihovo stalno kretanje kroz faze proizvodnje, prometa, nabavke i prodaje. Ciklus obrtanja započinje nabavkom obrtnih sredstava tj. pretvaranjem novca u robu. Ulaskom obrtnih sredstava u proizvodni proces dolazi do njihovog trošenja i ugradnje u novu upotrebnu vrednost, novu robu. Prodajom robe, dolazi ponovo do pretvaranja robe u novac, a deo novca dobijenog na ovaj način koristi se za nabavku novih obrtnih sredstava i do novog ciklusa obrtanja. Problemi proizvodnje već dugo vremena predstavljaju predmet interesovanja stručnjaka vrlo različitog obrazovnog profila [12]. Pogrešno je mišljenje da su proizvodni problemi dominantno tehničko-tehnološke prirode.

Ljudi, kao biološka i ekonomska bića, moraju neprestano zadovoljavati svoje vrlo različite potrebe korišćenjem brojnih proizvoda i usluga. Da bi proizvodi ušli u sferu potrošnje, da bi se njihovim korišćenjem i upotrebom mogla zadovoljiti neka ljudska potreba, moraju biti proizvedeni i dostupni potrošačima. Davno su iza nas vremena kada je čovek proizvode koje je koristio mogao nalaziti u prirodi. Takvih proizvoda danas gotovo da i nema. S toga, potrebni proizvodi moraju biti proizvedeni [13]. Njihovom proizvodnjom i ponudom na tržištu bavi se jedna posebna grupa ekonomskih subjekata kojih nazivamo proizvođačima ili preduzetnicima, odnosno ponuđačima. Oni vrše transformaciju jednih upotrebni kvaliteta u druge upotrebne kvalitete, pri čemu dobijeni novi upotrebni kvaliteti postaju podobni za zadovoljenje ljudskih potreba [14]. S toga je najbolje, za potrebe naše analize, individualnu proizvodnju, odnosno proizvodnju pojedinačnih proizvođača definisati kao proces preobražaja, odnosno metamorfoze korišćenih resursa u cilju proizvodnje novih dobara. Ovaj proces preobražaja korišćenih resursa, odnosno proizvodnih inputa u nove proizvode, odnosno outpute, se može bazirati na mehaničkim, hemijskim ili biološkim zakonima [15]. U procesu proizvodnje se, dakle, vrši transformacija inputa u outpute. U proizvodnji ljudi deluju oruđima za rad na predmete rada, stvarajući na taj način nove upotrebne vrednosti, korisne za zadovoljavanje različitih potreba.

Danas su i potrebe i interesovanja i društva i pojedinaca značajno promenjene i shodno tome, i načini distribucije se moraju modernizovati. Kupovina na Internetu može biti najbrži i često najjeftiniji način kupovine određenog proizvoda. Ljudi širom sveta koji surfuju web-om su potencijalni kupci proizvoda i usluga koji se nude ili oglašavaju putem Interneta [16]. Svi ti kupci su zainteresovani za što povoljnije ponude u finansijskom smislu, proizvode i usluge prilagođene individualnim željama i potrebama. Putem Interneta, oni mogu tražiti detaljne informacije o ponudama, upoređivati, cenkati se i pregovarati o istim. Organizacioni potrošači su najveći potrošači na Internetu i prema statističkim pokazateljima, preko 85% e-trgovine se odvija između organizacija kao aktera [17]. S druge strane, milioni elektronskih prodavnica se nalazi na Web-u nudeći širok asortiman proizvoda. Svaki dan je moguće pronaći potpuno nove ponude određenih proizvoda i usluga. Prodavci mogu robu prodavati direktno sa svojih Web sajtova ili putem e-tržišta. Osim digitalizacije softverskih i muzičkih proizvoda, moguće je digitalizovati i mnoge druge proizvode. Digitalni proizvodi imaju drugačije krive troškova od klasičnih proizvoda. Kod digitalizacije, većina troškova su po prirodi fiksni, a procentualno manji broj varijabilni troškovi [18]. Baš zbog toga, profit raste veoma brzo s porastom obima proizvodnje. Potrošači uspostavljaju vezu s e-tržištem preko frontend-a. Frontend je, u stvari, segment poslovnih procesa online prodavca, preko koga se uspostavlja veza sa potrošačima. Frontend uključuje portal prodavca, elektronske kataloge, virtuelnu potrošačku korpu, mašinu za pretraživanje i „kapiju za online plaćanja“. Backend je naziv za sve aktivnosti koje podržavaju online preuzimanje porudžbina, upravljanje inventarom, kupovinu od dobavljača, obrađivanje naplata od kupaca, pakovanje i isporuku [19].

Finansijska analiza poslovanja

Glavni izvor informacija na osnovu kojih se donose ključne poslovne odluke jesu finansijski izveštaji datog preduzeća. Glavna namena finansijskih izveštaja jeste da budu pomoć u analizi i vrednovanju poslovnih rezultata rukovodstva preduzeća. Analiza ima za cilj da pomogne u vrednovanju prošlih poslovnih rezultata rukovodstva preduzeća izraženih kroz aspekte rentabilnosti, poslovne efikasnosti i rizika. Jedino važnija od istorijskih podataka jeste projekcija budućih poslovnih rezultata preduzeća, zasnovana na analizi pouzdanih istorijskih rezultata. Očekivani budući rezultata će uticati na donošenje poslovnih upravljačkih odluka, koje su vezane za to da li da se novac pozajmi poslovnom partneru ili da se investira u dato preduzeće. Finansijska analiza uključuje upotrebu različitih finansijskih izveštaja koji treba da odgovore na široki spektar različitih zahteva brojnih korisnika u računovodstvenoj teoriji i praksi. Informaciona podloga sadrži tri grupe izveštaja [20]:

- Bilans stanja,
- Bilans uspeha,
- Izveštaj o tokovima sredstava.

Finansijski izveštaji obavljaju nekoliko funkcija. Bilans stanja sumira imovinu, obaveze i vlasničku glavnica preduzeća u određenom vremenskom trenutku, obično na kraju godine ili tromesečja. Bilans uspeha prikazuje prihode i rashode preduzeća tokom određenog vremenskog perioda, obično opet za jednu godinu ili tromesečje. Izveštaji o tokovima sredstava predstavljaju neophodnost za uspešno vođenje finansijske politike preduzeća (Cash flow izveštaj) i izvođenje zaključaka o obimu i vremenu (ročnosti) upotrebe pojedinih sredstava i njihovom poreklu (Funds flow izveštaj).

Pokazatelji likvidnosti

Finansijski (bilansni) pokazatelji spadaju među najraširenija analitička sredstva finansijske analize. Izračunavaju se relativno lako, kada su u pitanju standardni pokazatelji i standardni finansijski izveštaji. Posebno je važno da se finansijski izveštaji izrađuju u skladu sa Međunarodnim računovodstvenim standardima (MRS), i da u finansijskim izveštajima ili u njihovim prilogima postoje svi potrebni podaci za izračunavanje pokazatelja. Sve računovodstvene informacije nastale unutar preduzeća, dostupne su menadžerima. Ipak, mnogo informacija iz finansijskog računovodstva se koristi od donosioca odluka izvan preduzeća, koji uključuju investitore, finansijske analitičare, savetnike za ulaganje, poverioce, radničke sindikate, vladine agencije i javnost. Svaka od tih grupa ili pribavlja novac preduzeću ili ima neki drugi interes za njegovo finansijsko zdravlje. Koeficijenti, kao što im ime sugerise, nisu ništa više od jednog broja podeljenog s drugim. Međutim, oni postaju korisni tek kada se stave u neku vrstu konteksta. To znači da kada analitičari gledaju na broj koji je rezultat izračunavanja racija, neophodno je da imaju razumnu osnovu za poređenje. Ipak, finansijski pokazatelji koji se temelje na novčanom toku obično se svrstavaju u četiri grupe:

- Pokazatelji ocene solventnosti i likvidnosti, koji govore o novčanom toku, pokriću bilansa, tekućih obaveza, ukupnih obaveza i dividendi,
- Pokazatelji kvaliteta dobiti, koji govore o odnosu novčanih primitaka od poslovnih aktivnosti i prihoda od prodaje, te o odnosu novčanih primitaka i dobiti,
- Pokazatelji kapitalnih izdataka koji dovode u vezu razne vrste novčanih tokova i u tom kontekstu razmatraju mogućnost nabavke kapitalne imovine, finansiranja i investiranja,
- Pokazatelji povrata novčanog toka, koji utvrđuju novčani tok po akciji, povrat novca na ukupnu imovinu, obaveze i glavnica.

Racio likvidnosti se dobija na bazi podataka iz bilansa stanja i koristi se kao inicijalni pokazatelj sposobnosti preduzeća da likvidira svoje obaveze o roku dospelosti. Prema tome, racio likvidnosti je usmeren na utvrđivanje i ocenu finansijskog položaja preduzeća na kratak rok. Razlikuju se 3 racija ili testa likvidnosti preduzeća, i to: opšti racio likvidnosti, racio reducirane likvidnosti i racio novčane likvidnosti. Pokazatelji likvidnosti imaju za cilj da ukažu na sposobnost preduzeća da servisira dospele obaveze plaćanja, uz održavanje potrebne strukture, budući da likvidnost predstavlja sposobnost preduzeća da izmiri svoje obaveze u svakom trenutku njihovog dospeća i za njenu procenu, logično, posebno su zainteresovani poverioci kao što su kreditori (banke) i dobavljači. Racija likvidnosti se brzo i lako računaju, i lako interpretiraju [21]. Cilj je videti da li preduzeće ima dovoljno gotovine i/ili ostale obrtne imovine u odnosu na kratkoročne obaveze za nastavak poslovnih aktivnosti bez finansijskih poteškoća.

Opšti racio likvidnosti je nastao kao refleks aplikacije bilansnog pravila u užem smislu, koje zahteva da osnovna sredstva budu finansirana sopstvenim ili bar permanentnim kapitalom, a da obrtna sredstva budu pokrivena kratkoročnim izvorima finansiranja. Ovaj racio se utvrđuje na sledeći način:

$$\text{Pokazatelj opšte (tekuće) likvidnosti} = \frac{\text{Obrtna sredstva}}{\text{Kratkoročne obaveze}}$$

Normala ili standard za ovaj pokazatelj je 2:1, ali u tumačenju treba biti oprezan. Ovde je potrebno ispitati strukturu obrtnih sredstava i utvrđivanje koeficijenta obrta pojedinačnih obrtnih sredstava (zaliha, potraživanja i gotovine). U tabeli 1. su prikazana racija tekuće likvidnosti.

Tabela 1. Racio tekuće likvidnosti

Tekuća likvidnost			
Godina	Obrtna sredstva	Kratkoročne obaveze	Racio
2019.	250.000	500.000	0,50:1
2020.	800.000	500.000	1,60:1
2021.	900.000	600.000	1,50:1

Izvor: Autori

U našem primeru racio tekuće likvidnosti za 2021. godinu je od 1,50. To znači da je preduzeće prema standardu (2.1.) nelikvidno. U cilju poboljšanja likvidnosti treba ubrzati obrt zaliha, smanjiti obaveze prema dobavljačima ili produžiti rokove izmirenja obaveza prema dobavljačima i bankama (na primer reprogramiranjem bankarskih kredita).

Racio redukovane likvidnosti predstavlja rigorozniji zahtev u pogledu ocene likvidnosti preduzeća i nastao je kao aplikacija pravila finansiranja 1:1, koje traži da osnovna sredstva i zalihe budu finansirani dugoročnim izvorima finansiranja. Ovaj racio likvidnosti se utvrđuje iz sledećeg odnosa:

Pokazatelj redukovane likvidnosti =

$$\frac{\text{Likvidna sredstva (Gotovina, potraživanja, kratoročni plasmani)}}{\text{Kratkoročne obaveze}}$$

Likvidna sredstva = Obrtna sredstva - Zalihe

Ovaj pokazatelj se naziva *Acid test*. Ako preduzeće ima odnos 1:1, smatra se da je stanje njegove tekuće likvidnosti relativno zadovoljavajuće. Ipak, kada je reč o oceni finansijskog položaja preduzeća na kratak rok na bazi racio-redukovane likvidnosti, po pravilu stoji konstatacija da iznos ovog racia iznad 1 pokazuje povoljnu i često poželjnu finansijsku strukturu preduzeća. U tabeli 2. su prikazana redukovana racia likvidnosti.

Tabela 2. Prikaz redukovane likvidnosti

Redukovana likvidnost			
Godina	Likvidna sredstva	Kratkoročne obaveze	Racio
2019.	2.801.789	3.432.478	0.82
2020.	2.957,946	3.011.612	0.98
2021.	4.503.519	4.387.559	1.03

Izvor: Autori

Vrednost od 1,03 ukazuje na mogućnost da preduzeće efektivno može da podmiri kratkoročne obaveze. Što je viši racio redukovane likvidnosti, veća je finansijska sigurnost preduzeća u kratkom roku.

Neto obrtna sredstva (working capital) = Obrtna sredstva – Kratkoročne obaveze

Neto obrtna sredstva omogućavaju zaduživanje kompanije na kratak rok. Banka koja može biti kratkoročni poverilac (kada odobrava kratkoročne kredite) na ovaj način želi da oceni mogući stepen rizika sa kojim ulaže sredstva. Veličina neto obrtnih sredstava je različita od preduzeća do preduzeća u zavisnosti od sektorske pripadnosti. U tabeli 3. je prikazana suma i učešće neto obrtnih sredstava.

Tabela 3. Suma i učešće neto obrtnih sredstava

Neto obrtna sredstva				
Godina	Obrtna imovina	Kratkoročne obaveze	Neto obrtna sredstva	Učešće u obrtnoj imovini
2019.	4.189.056	3.432.478	756.578	18.06%
2020.	5.210.693	3.011.612	2.199.081	42.20%
2021.	5.697.579	4.387.559	1.310.020	22.99%

Izvor: Autori

Tekstilna industrija u svetu i Srbiji

Tekstilna industrija je igrala vitalnu ulogu u ekonomskom i kulturnom razvoju mnogih nacija tokom istorije. U Srbiji je tekstilna industrija vekovima bila sastavni deo privrede zemlje. Od proizvodnje vune i svile u srednjem veku do moderne proizvodnje odeće i tekstila, industrija je tokom vremena pretrpela mnoge promene. Bogata istorija i kulturna raznolikost Srbije ogledaju se u jedinstvenim stilovima tekstila koji su se proizvodili tokom vekova, što ga čini fascinantnom temom za istraživanje. Danas je Kina najveći izvoznik tekstila u svetu, sa vrednošću izvoza od 154 milijardi dolara, što je više od EU, Indije, Turske, SAD-a, Vijetnama, Koreje i Pakistana zajedno. U Srbiji je vrednost izvoza preko sto puta niža u poređenju sa svetskom silom broj jedan u ovom pogledu, ali se zato beleži konstantan rast. Zemlje sa najvećim procentom stanovništva zaposlenim u ovoj industriji su Pakistan i Bangladeš, gde je radna snaga izuzetno jeftina, a kvalitet pamuka visok, pa su one čest izbor svetskih kompanija koje posluju u industriji nameštaja i modnoj industriji.

Od domaćih proizvođača, najveći gigant je Textil Jagodina d.o.o. Sa više od tri decenije postojanja Textil proizvodi kućni tekstil za svaku prostoriju u domu. Tržišno iskustvo firme Textil d.o.o. je na visokom nivou i osim prodaje u Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Sloveniji, Nemačkoj, Grčkoj i Austriji, intencija je pokrivanje i drugih zemalja EU kao i poboljšanje kvaliteta. Njihova web prezentacija ima najširu ponudu, sajt je jednostavan i intuitivan za kupovinu.

Njega prati Paleta tekstil d.o.o. širok asortiman posteljina, dekorativnih prekrivača, jastuka, jorgana, dečji program, frotirski program (peškiri, bade mantili, prekrivači), kuhinjskog tekstila... Pored dobro dizajniranog sajta i aktivnosti na društvenim mrežama, tradicionalno poslovanje je organizovano kroz široku mrežu prodajnih mesta u Beogradu, Novom Sadu, Pančevu, Subotici, Nišu, Kragujevcu. Za razliku od najvećeg broja trgovačkih lanaca, Paleta tekstil d.o.o. svoje maloprodajne objekte ne zakupljuje cele (zbog nižih fiksnih troškova zakupa), nego ulazi u podzakup glavnog zakupca što se može smatrati interesantnim modelom poslovanja.

Beli Labud tekstil d.o.o. predstavlja domaću proizvodnju tekstila za domaćinstvo. U ponudi se nalaze različiti dezeni najfinije posteljine svih dimenzija, ćebadi, jorgana, peškira, frotira, navlaka, bade mantila, krpa, jastuka, nad dušeka, itd. Prema porudžbini može se sašiti kompletan asortiman proizvoda u željenim dimenzijama. Na četiri lokacije u Srbiji se nalaze maloprodajni objekti, a prodaja se obavlja i preko zaposlenih komercijalista putem administrativne zabrane u firmama gde potencijalni kupci rade. Online kupovina putem sajta postoji, ali je prilično neažurna (asortiman, cene).

Rezultati istraživanja

Finansijska analiza je jedan od najrelevantnijih činilaca u oceni kvaliteta Internet biznis plana. Ona pokazuje finansijsku opravdanost ulaska u poslovni poduhvat. Na osnovu komparacije finansijskih izveštaja, priložene slike prikazuju parametre stanja preduzeća kroz period od 2015. godine do 2019. godine (bilans stanja, bilans uspeha, racio pokazatelji prinosa i likvidnosti).

Na osnovu podataka iz date ilustracije možemo zaključiti da su se poslovni prihodi gotovo duplirali u posmatranom periodu, ali da bruto marža koju preduzeće ostvaruje ima negativan trend kretanja, kao i gotovo svi pokazatelji profitabilnosti. Iako su sa padajućim trendom, pokazatelji profitabilnosti nam i dalje govore da preduzeće „Beli Labud tekstil d.o.o.“ ostvaruje profitabilne rezultate. S druge strane, pokazatelji likvidnosti imaju uzlazni trend tako da se i pokazatelj tekuće, ali i ubrzane likvidnosti kreću ka boljem rezultatu.

Tabela 4. Finansijski podaci posmatranih kompanija u periodu od 2017.–2020.

		2016	2017	2018	2019	2020
IMOVINA, KAPITAL I OBAVEZE						
Aktiva						
Upisani a neuplaćeni kapital	BLT	162	169	169	170	170
	PALETA	0	0	0	0	0
	TEXTIL	0	0	0	0	0
Stalna imovina	BLT	67.108	62.799	50.891	47.010	36.996
	PALETA	268.570	253.974	248.945	241.443	215.249
	TEXTIL	890.783	1.085.735	1.116.836	1.268.896	1.236.075
Obrtna imovina	BLT	331.985	395.070	408.978	375.729	321.831
	PALETA	1.657.376	1.933.542	2.093.649	2.315.941	2.254.946
	TEXTIL	3.016.102	3.226.625	3.143.282	3.235.768	3.170.296
Potraživanja po osnovu prodaje	BLT	213.165	266.593	278.118	280.442	172.138
	PALETA	1.088.714	1.142.061	1.143.208	1.265.630	950.381
	TEXTIL	714.087	895.641	847.323	1.049.690	911.497
Ukupna aktiva	BLT	399.256	458.038	460.038	422.909	358.998
	PALETA	1.926.205	2.189.872	2.343.229	2.559.451	2.470.935
	TEXTIL	4.009.118	4.312.361	4.260.118	4.504.664	4.406.371
Pasiva						
Kapital	BLT	93.705	142.438	156.428	158.454	160.469
	PALETA	1.179.641	1.382.572	1.523.479	1.694.466	1.813.333
	TEXTIL	3.193.980	3.420.898	3.482.156	3.620.222	3.792.365
Osnovni kapital	BLT	162	169	169	170	170
	PALETA	71.838	74.870	75.046	75.430	75.438
	TEXTIL	434.405	452.737	453.802	456.125	456.174
Neraspoređeni dobitak	BLT	93.381	142.100	156.090	158.113	160.129
	PALETA	1.090.593	1.289.765	1.430.455	1.600.965	1.719.822
	TEXTIL	2.759.574	2.968.161	3.028.353	3.164.097	3.336.191
Gubitak	BLT	0	0	0	0	0
	PALETA	0	0	0	0	0
	TEXTIL	0	0	0	0	0
Dugoročna rezervisanja	BLT	0	0	0	0	0
	PALETA	12.019	26.521	28.191	36.771	34.368
	TEXTIL	0	0	0	0	0
Dugoročne obaveze	BLT	16.255	6.651	1.447	8.904	5.205
	PALETA	12.246	3.511	0	0	18.090
	TEXTIL	283.707	299.706	274.268	362.140	242.915
Kratkoročne obaveze	BLT	289.296	308.949	302.163	255.551	193.323
	PALETA	722.300	777.268	791.559	828.214	605.144
	TEXTIL	531.431	591.757	503.695	522.302	371.091
Kratkoročne finansijske obaveze	BLT	44.472	47.716	57.109	56.126	78.066
	PALETA	226.399	323.357	201.439	157.399	145.509
	TEXTIL	0	26.614	0	29.764	0
Obaveze iz poslovanja	BLT	97.447	106.084	96.891	95.474	55.894
	PALETA	448.854	430.631	482.256	466.117	106.736
	TEXTIL	472.932	545.864	468.583	454.586	263.318

Ukupna pasiva	BLT	399.256	458.038	460.038	422.909	358.998
	PALETA	1.926.205	2.189.872	2.343.229	2.559.451	2.470.935
	TEXTIL	4.009.118	4.312.361	4.260.118	4.504.664	4.406.371
Pokazatelji likvidnosti						
Pokazatelj tekuće likvidnosti	BLT	1,1	1,3	1,4	1,5	1,7
	PALETA	2,3	2,5	2,6	2,8	3,7
	TEXTIL	5,7	5,5	6,2	6,2	8,5
Pokazatelj ubrzane likvidnosti	BLT	0,8	0,9	0,9	1,1	1,1
	PALETA	1,6	1,6	1,5	1,6	1,8
	TEXTIL	2,0	1,8	2,0	2,3	3,0
PRIHODI I PROFITABILNOST						
Poslovni prihodi	BLT	407.120	482.010	452.034	501.961	364.577
	PALETA	1.539.787	1.662.974	1.759.649	1.873.593	1.533.022
	TEXTIL	2.975.720	3.003.173	2.847.000	3.030.347	3.229.098
Prihodi od prodaje robe	BLT	407.120	482.010	452.034	501.961	342.634
	PALETA	48.675	93.524	73.176	144.456	139.105
	TEXTIL	421.252	446.795	409.071	418.895	431.238
Prihodi od prodaje proizvoda i usluga	BLT	0	0	0	0	400
	PALETA	1.489.905	1.568.437	1.686.473	1.729.060	1.314.473
	TEXTIL	2.535.913	2.537.867	2.390.219	2.582.820	2.660.601
Poslovni rashodi	BLT	374.967	402.337	436.797	495.609	358.734
	PALETA	1.314.441	1.462.734	1.566.163	1.670.698	1.380.760
	TEXTIL	2.637.053	2.756.686	2.620.830	2.780.655	2.876.921
Poslovni rezultat bez amortizacije (EBITDA)	BLT	42.568	96.537	32.218	22.051	18.507
	PALETA	262.480	252.185	229.596	241.656	185.609
	TEXTIL	403.645	319.719	304.379	332.878	450.646
Neto rezultat	BLT	24.848	42.322	10.297	1.216	2.016
	PALETA	196.174	153.149	137.654	163.190	118.685
	TEXTIL	302.214	217.265	88.075	183.123	195.866
RACIJA OBRTA						
Dani vezivanja potraživanja od kupaca	BLT	191	202	225	204	172
	PALETA	258	251	237	247	226
	TEXTIL	88	109	109	126	103
Dani vezivanja zaliha	BLT	181	158	157	92	223
	PALETA	291	341	480	395	525
	TEXTIL	448	490	531	499	464
Dani vezivanja obaveza prema dobavljačima	BLT	156	137	124	107	109
	PALETA	253	204	262	191	48
	TEXTIL	110	123	117	110	60

Izvor: Rad autora na bazi [22]

Upravljanje podacima, informacijama i dokumentima u poslovnim sistemima sve više se nameće kao jedno od najvažnijih pitanja vezanih za efikasnost i profitabilnost savremenog načina poslovanja [23]. Sve veći preduslovi opstanka, rasta, razvoja, uspeha privrednih društava su da u dinamičnom okruženju informacione tehnologije što kvalitetnije iskoriste kako bi pobedili svoje konkurente u tržišnoj utakmici [24]. Čak i neprofitne organizacije koriste e-alate kako bi obavljali svoju delatnost [25]. Time, stvaraju se promene i u samom menadžmentu kompanije (na svakom menadžerskom nivou). Menadžeri ujedno proširuju krug svojih svakodnevnih aktivnosti [26], kanali komunikacije sa ključnim stejholderima se povećavaju, omogućuje se timski rad, a vlasnicima kapitala omogućava se praćenje promena u svakodnevnom dinamičnom okruženju. Upravljanje e-sadržajem ima značajan uticaj na finansijske performanse preduzeća. Sa sve većim brojem potrošača koji se okreću online kupovini, preduzeća u ovoj industriji moraju uspostaviti efikasan sistem upravljanja e-commerce sadržajem kako bi iskoristila ove mogućnosti i ostvarila konkurentske prednosti. Preduzeća mogu poboljšati svoje finansijske performanse kroz efikasno upravljanje e-commerce sadržajem. Mnoga istraživanja ističu važnost upravljanja e-commerce sadržajem u tekstilnoj industriji. Primera radi, prezentacija proizvoda putem online platformi može značajno uticati na finansijske rezultate preduzeća [27]. Studije su takođe istakle da kvalitetno predstavljanje proizvoda, uključujući visokokvalitetne fotografije, detaljne opise i tačne informacije o cenama i dostupnosti, može privući veći broj potencijalnih kupaca. Optimizacija pretraživačkih rezultata (SEO) je još jedan važan aspekt upravljanja e-commerce sadržajem.

Rezultati istraživanja

U radu su analizirane aktivnosti koje preduzeće „Beli Labud tekstil d.o.o.“ preduzima offline, ali i na internetu radi postizanja što većeg prometa. Zaključeno je da je, kao firma sa dugogodišnjom tradicijom, „Beli Labud tekstil d.o.o.“ okrenut tradicionalnom načinu obavljanja delatnosti. Analizom konkurencije utvrđeno je da je preduzeće „Beli Labud tekstil d.o.o.“ u velikom tehnološkom zaostatku za definisanim konkurentima, ali ipak, visok kvalitet proizvoda uz pristupačne cene šansa je za opstanak i u budućnosti posmatranog preduzeća. Potvrdu navedenog možemo videti i u smanjenju bruto marže u finansijskoj analizi. Ono što može ohrabrivati vlasnike kapitala je kontinuirano povećanje poslovnih prihoda. Težnja za osvajanjem novih tržišta biće moguća samo uz ulazak u tržišnu utakmicu na polju digitalnih inovacija i praćenju savremenih trendova. Postojanje aktivnih profila na društvenim mrežama je neophodno. Analizom je utvrđena zadovoljavajuća aktivnost na Facebook-u, ali imperativno je ažurirati Instagram profil, a u novije vreme i angažman na TikTok-u, uz imperativno održavanje ponude i cena ažurnim na internet prezentaciji. Još jedna neophodnost je preuređivanje sajta tako da asortiman proizvoda sa cenama i detaljnim opisom bude lako dostupan za online kupovinu. Za ovu aktivnost, ocenjeno je da će ulaganje za implementaciju idejnog rešenja web prodavnice iznositi oko 1000 evra, što je mali, ali neophodan trošak kako bi se proizvodi omogućili i potencijalnim potrošačima van gradova u kojima preduzeće „Beli Labud tekstil d.o.o.“ ima maloprodajne objekte. Nakon kreiranja web prodavnice, posredstvom digitalnih kanala komunikacije neophodno je izvršiti promotivne aktivnosti ka definisanoj ciljnoj grupi.

Neophodno je poštovati želje i navike kupaca koji će se više biti online. Konačno, budući pravci razvoja su imperativno deklarirani ka neophodnosti prihvatanja tehnoloških promena jer upravo digitalni svet i elektronsko poslovanje već danas prave razliku između uspešnih i onih koji to žele da budu.

Bibliografija

- [1] Krunić, N., Stojmenović, G., & Kukulj, S. (2023). The role and significance of audit sampling in the modern enterprise. *Oditor*, 9(1), 1-16. doi: <https://doi.org/10.5937/Oditor2301001K>
- [2] Stevanović, A., Mitrović, S., & Rajković, A. (2022). Application of information technologies and the internet in modern business. *Oditor*, 8(2), 54-74.
- [3] Lepojević, E., & Samardžić, N. (2022). Environmental entrepreneurship and sustainable development. *Održivi razvoj*, 4(1), 7-17.
- [4] Kušter, D. (2023). Construction of bankruptcy prediction model using discriminant analysis and financial ratios. *Ekonomija: teorija i praksa*, 16(1), 1-22. <https://doi.org/10.5937/etp2301001K>
- [5] Kuncoro, H., & Fafurida, F. (2023). Current account imbalances and exchange rate volatility: Empirical evidence from Indonesia. *Ekonomski horizonti*, 25(1), 19-33. <https://doi.org/10.5937/ekonhor2301019K>
- [6] Tekić, D., Mutavdžić, B., Milić, D., Zekić, V., Novaković, T., & Popov, M. (2023). Determinants of profitability of micro-agricultural enterprises from the Republic of Serbia. *Ekonomija: teorija i praksa*, 26(2), 62-78. <https://doi.org/10.5937/etp2302062T>
- [7] Kušter, D. (2023). Financial ratio indicators as early predictors of business failure: Evidence from Serbia. *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 49, 67-83. <https://doi.org/10.5937/AnEkSub2200005K>
- [8] Jakšić, P. (2022). Analysis of the financial performance of public companies in the conditions of uncertainty by the Covid-19 pandemic. *Ekonomski izazovi*, 11(21), 49-62. <https://doi.org/10.5937/EkoIzazov2221049J>
- [9] Fedajev, A., Voza, D., Panić, M., & Veličković, M. (2022). Economic challenges of entrepreneurs in the Republic of Serbia operating in the most prospective economic activities. *Anali Ekonomskog fakulteta u Subotici*, 47, 49-64. <https://doi.org/10.5937/AnEkSub2247049F>
- [10] Marinković, I. Ž. (2022). Decade of population changes in Europe and Serbia (2011 - 2020). *Društveni horizonti*, 2(3), 9-25. <https://doi.org/10.5937/drushor2203009M>
- [11] Cvetković, S., & Kijevčanin, M. (2021). Balancing of energy flows in a life cycle of thermal energy production from biogas. *Zaštita materijala*, 62(4), 269-276. <https://doi.org/10.5937/zasmat2104269C>
- [12] Aziz, S. Q. A., & Bruska, S. M. B. (2021). Applying mass balance dilution technique for wastewater disposal to Greater-Zab river in Erbil, Kurdistan region-Iraq. *Recycling and Sustainable Development*, 14(1), 31-39. <https://doi.org/10.5937/ror2101031A>
- [13] Čurčić, N., & Mirković Svitlica, A. (2021). Diversification of rural economy in the function of balanced regional development of the Republic of Serbia. *International Journal of Economic Practice and Policy*, 18(1), 49-63. <https://doi.org/10.5937/skolbiz1-35204>
- [14] Barjaktarović, L., Vesić, T., & Laki, B. (2022). What can be expected in credit-risk management from NPL in the western Balkans region in the future?. *International Review*, 3-4, 96-103. <https://doi.org/10.5937/intrev2204100B>
- [15] Ivanović, S., Momčilović, O., & Fuchs, S. (2022). Impact analysis of human resources and leadership on innovation in small and medium enterprises. *International Review*, 3-4, 67-75. <https://doi.org/10.5937/intrev2204069I>
- [16] Kastratović, E., Dragić, M., & Arsenijević, O. (2022). Comparative analysis of the views of management students and managers on the importance of creativity for work. *International Review*, 3-4, 18-23. <https://doi.org/10.5937/intrev2204017K>
- [17] Pandiangan, S. (2022). Effect of Packaging Design on Repurchase Intention to the Politeknik IT&B Medan Using E-Commerce Applications. *JPOME*, 2(1), 15-21. doi:<https://doi.org/10.55529/jpome21.15.21>

-
- [18] Plotnikov, A., Vorobets, T., & Urasova, A. (2022). An analysis of factors influencing the development of self-employment digitalization based on fuzzy logic. *Journal of Applied Engineering Science*, 20(3), 808–820. doi:<https://doi.org/10.5937/jaes0-37543>
- [19] Popović, G., Pucar, Đ., & Smarandache, F. (2022). MEREC-COBRA approach in e-commerce development strategy selection. *Journal of Process Management and New Technologies*, 10(3-4), 66–74. doi: <https://doi.org/10.5937/jouproman2203066P>
- [20] Jakšić, P. (2022). Analysis of the financial performance of public companies in the conditions of uncertainty by the Covid-19 pandemic. *Ekonomski izazovi*, 11(21), 49-62. doi:<https://doi.org/10.5937/EkoIzazov2221049J>
- [21] Ševkušić, L., & Bodiřoga, R. (2022). The importance of cash flow analysis. *Trendovi u poslovanju*, 10(1), 9-17. <https://doi.org/10.5937/trendpos2201009S>
- [22] B2B online. (2023). Pregled kompanija. Retrieved 05 13, 2023, from www.b2bonline.rs/sr/portal/pregled-kompanije/71119/d.o.o.-drustvo-za-trgovinu-beli-Labud-tekstil-beograd
- [23] Milenković, D., Jovanović-Milenković, M., & Radojičić, Z. (2009). Sistemi upravljanja sadržajem – pojam i karakteristike. *Vojnotehnički glasnik* 1/10, 166–184.24
- [24] Rastić, A., Stevanović, T., & Staletović, M. (2022). Accounting measurement of intangible assets implementing VAIC tm model. *Trendovi u poslovanju*, 10(2), 65-73. <https://doi.org/10.5937/trendpos2202065R>
- [25] Luli, M. P., & Kalićanin, V. D. (2023). Influence of culture on strategic leadership in international development projects. *Tehnika*, 78(1), 89-94.
- [26] Jakovljević, N. (2022). Attitudes of managers about the advantages and disadvantages of internal audit of accounts on social networks. *Trendovi u poslovanju*, 10(1), 26–36. doi:<https://doi.org/10.5937/trendpos2201026J>
- [27] Smith, J. (2020). Effective Content Management for E-commerce Success. *Journal of E-commerce Management*, 15(1), 45–58.

Datum prijema rada:02.10.2023.

Datum prihvatanja rada:11.11.2023.