

UNIVERZITET SINGIDUNUM

Departman za poslediplomske studije

POSLOVNA EKONOMIJA
MASTER STUDIJSKI PROGRAM

MASTER RAD

Tema rada: Analiza finansijskih izveštaja preduzeća “Nauka i praksa” d.o.o. i
značaj etičkog kodeksa u savremenom poslovanju preduzeća

Mentor:

Prof. Goranka Knežević

Student:

Ivana Tovarović

Br. Indeksa 400926/2013

Sadržaj:

1. Uvod.....	3
1.1.Polazište istraživanja.....	4
1.2.Ciljevi istraživanja	4
1.3.Hipoteze istraživanja.....	4
2. Kodeks etike.....	5
2.1.Značaj poslovne etike.....	5
2.2.Primena Kodeksa poslovne etike.....	6
2.2.1. Princip integriteta.....	6
2.2.2. Princip objektivnosti.....	7
2.2.3. Princip poverljivosti.....	7
2.2.4. Princip profesionalnog ponašanja i kompetentnosti.....	8
2.3.Posledice ignorisanja principa etike.....	8
2.4.Etika u marketingu i menadžmentu.....	11
2.4.1. Društveno odgovoran menadžment i holistički marketing.....	12
2.4.2. Stakeholders – interesne grupe	15
2.5.Primeri Kodeksa etike.....	16
2.6.Neophodnost Kodeksa etike za razvoj preduzeća i primer Kodeksa etike za preduzeće “Nauka i praksa”.....	20
3. Finansijska analiza i vrste finansijske analize.....	23
3.1.Analiza finansijskih izveštaja preduzeća “Nauka i praksa” d.o.o. za period od 2013. do 2015. godine.....	25
3.2.Opšta analiza finansijskih izveštaja.....	26
3.2.1. Vertikalna analiza finansijskih izveštaja.....	26
3.2.2. Horizontalna analiza finansijskih izveštaja.....	33
3.3.Analiza uz pomoć finansijskih pokazatelja.....	36
3.3.1. Racio analiza likvidnosti.....	37
3.3.2. Racio analiza zaduženosti.....	39
3.3.3. Racio analiza rentabilnosti.....	40
3.4.Osnovni pokazatelji.....	42
3.5.Analiza troškova.....	47
4. Altmanov Z-score, ocena kreditnog rizika.....	48
5. Zaključak.....	49
Literatura	51

1. Uvod

Preduzeće “Nauka i praksa d.o.o.” osnovana 24.12.1990. godine u Šapcu, bavi se proizvodnjom mašina i uređaja za merenje, balansiranje i analizu vibracija. U ovom radu ćemo pokazati uspešnost poslovanja preduzeća, kao i etičke principe kojima se preduzeće rukovodi.

U savremenom poslovanju poslovni moral i etika postaju vrlo bitan uslov za uspešno razvijanje preduzeća. Svako preduzeće bi trebalo da donese svoj zvanični Kodeks etike kojim bi tačno iskazali interna pravila ponašanja kao i svoja očekivanja od svojih zaposlenih.

“Etika je skup moralnih principa i set vrednosnih kriterijuma o tome šta je u redu a šta nije u redu, istinito ili lažno, ispravno ili pogrešno, ono što je dobro je etično, šta je loše je neetično.” (Paliwal, 2006.)

Sa druge strane, analizom finansijskih izveštaja utvrđuje se poslovna pozicija preduzeća na tržištu.

Osnovni cilj koji želimo postići analizom je pružanje informacija koje su potrebne za donošenje finansijskih odluka, i ocena poslovanja prethodnih godina, kao i pravljenje poslovne strategije za buduće poslovanje. Nalaženje svih mana u poslovanju moglo bi poslužiti kao polazna tačka za donošenje mera saniranja za njihovo uklanjanje i unapređenje poslovanja preduzeća. U ovome se vidi značajnost ove vrste analize, jer odgovara na pitanja vezana za poslovanje.

U zaključku rada su sumirani rezultati finansijske analize preduzeća “Nauka i praksa d.o.o.”, kao i principi na kojima se zasniva poslovanje preduzeća. Dat je i predlog Kodeksa etike, kojim bi predmetno preduzeće moglo da dopuni svoj sajt.

1.1.Polazište istraživanja

Finansijsko izveštavanje obezbeđuje informacije o položaju i uspešnosti poslovanja preduzeća, i te informacije su neophodne rukovodiocima i menadžmentu preduzeća zbog donošenja odluka o daljem toku poslovanja. Pravilno prezentovanje finansijskih izveštaja, kao i poštovanje etičkog kodeksa u savremenom poslovanju je od krucijalnog značaja za zdrav razvoj preduzeća, i upravo to čini polazište ovog istraživanja.

1.2.Ciljevi istraživanja

Cilj rada je da ukaže da je korektna prezentacija finansijskih izveštaja od velikog značaja i na njoj insistiraju računovodstveni standardi. Cilj je takođe i da se ukaže na značaj poštovanja etičkih principa i normi unutar preduzeća, i šta sleduje ako se taj uslov ne ispuni.

1.3.Hipoteze istraživanja

Hipoteza podrazumeva da postoji pretpostavka koju treba da dokažemo ili opovrgnemo. U istraživanju polazimo od generalne hipoteze i posebnih hipoteza.

Generalna hipoteza:

- Poštovanje Kodeksa poslovne etike i korektna analiza finansijskih izveštaja veoma su bitni za dobro poslovanje savremenog preduzeća.

Posebne hipoteze su:

- svako uspešno preduzeće treba da se pridržava etičkih i moralnih normi;
- preduzeće treba da ima svoj zvanični Kodes profesionalnog ponašanja;
- društveno odgovoran menadžment vrlo je bitan za uspešno poslovanje preduzeća;
- finansijski pokazatelji prikazuju finansijski položaj preduzeća;
- vertikalna i horizontalna analiza određuju dalji postupak finansijske analize;
- kombinacijom više pokazatelja nastaje bolja slika poslovanja preduzeća.

2. Kodeks etike

Kodeks etike prikazuje skup pravila, koja se odnose na ponašanje, kojima preduzeće predstavlja zaduženja za svoje zaposlene. Kodeksom se podstiče etičko ponašanje i smanjuje se verovatnoća za neetičko ponašanje. Kada se poštuje Kodeks etike u preduzeću zaposleni su svesni koja su i zaduženja i koje su kazne za nepridržavanje donetih pravila.

Cilj Kodeksa etike je da se poslovanje obavlja u duhu poslovnog morala, savesti, i da se poštuje kolegijalnost. „Što smo svesniji, to smo više ljudi.“ (Adižes, 2012:238)

2.1. Značaj poslovne etike

“Ulaganje u etiku je način za održavanje etičke, ekološke, političke i moralne vrednosti.” (Cory, 2002)

Poslovna etika je „srce“ društveno odgovorne strategije preduzeća. Pravila i principi ponašanja moraju biti stvarni odraz komunikacije s unutrašnjim i spoljašnjim okruženjem preduzeća.

Poslovna etika se može objasniti kao niz etičkih principa i pravila o ponašanju u sredini u kojoj se posluje, prema kolegama iz okruženja, i prema dužnostima i obavezama u poslovanju.

Kodeks profesionalnog tj. poslovnog ponašanja se takođe može nazvati i poslovni bonton.

Poslovna etika najbolje prikazuje imidž poslovnih ljudi.

„Uporedna nacionalna zakonodavstva koriste različite termine za označavanje autonomnog izvora poslovnog prava kao što su „trgovinski običaj“, „dobri poslovni običaj“, običaj i običajno pravo“, „opšti poslovni moral“ i dr.“ (Nikčević, 2011:10)

Nedostatak ili nepostojanje poslovne etike predstavlja prvi i osnovni uzrok za poremećaj poslovne atmosfere i uobičajenih tokova poslovanja. To dovodi do gubitka poverenja u preduzeće. Danas je poverenje jedan od neophodnih uslova za ispunjenje uspešnog poslovanja i razvoja preduzetničke klime.

“Postoji samo jedna etika, jedan set pravila, i jedan kod koji je isti kako za pojedinca tako i za celu zajednicu” (Drucker, 02.03.2017.)

2.2. Primena Kodeksa poslovne etike

Svi koji učestvuju u procesu poslovanja, pri obavljanju svojih poslova i zadataka, moraju raditi u skladu sa moralnim normama, pošteno, profesionalno, savesno, objektivno i odgovorno. Misli se, kako na upravu, menadžment, ostale zaposlene, tako i na ostale pojedince sa kojima se dolazi u poslovni kontakt.

Kodeksom poslovne etike doneti su osnovni principi ponašanja. Principi etike treba da se koriste od strane svih koji su uključeni u poslovanje, bilo unutar, bilo van preduzeća.

Etički principi se prvenstveno odnose na:

- integritet,
- objektivnost,
- poverljivost,
- profesionalno ponašanje i kompetentnost.

2.2.1. Princip integriteta

“Etički, ispravna stvar za uraditi, je akcija koja najbolje oslikava ideju istinitosti, integriteta, moralnosti i dobrog menadžmenta”.(Paliwal, 2006)

Reč integritet je potekla od latinske reči “integritas”, što ima značenje celovitosti.

Princip integriteta podrazumeva najopštije moralne osobine, odnosi se na potpunost, nedeljivost, besprekornost, poštenje. (Integritet, Wikipedia, 17.01.2017.)

Imati integritet znači imati vlastite moralne vrednosti i obavezu prema njima.

Integritet u poslovanju garantuje dugoročni uspeh, i on mora biti duboko ukorenjen u svim zaposlenima, od uprave, preko menadžmenta do ostalih zaposlenih, jer se na taj način dolazi do poverenja kupaca u poslovanje. Treba biti istrajan i uporan u poštovanju svojih ličnih moralnih načela. “Upornost je verovatno jedina zajednička osobina uspešnih ljudi.”(Kenfield, 2013:185) Zaposleni koji poštuju princip integriteta ne smeju da prezentuju informacije koje su neproverene i za koje postoji mogućnost da sadrže obmanjujuć sadržaj. Zadatak je da se pokažu istiniti podaci i informacije o finansijskoj poziciji preduzeća.

2.2.2. Princip objektivnosti

Objektivnost kao etički princip, podrazumeva da se pri obavljanju poslova uzimaju u obzir samo relevantne informacije, rasuđivanja i mišljenja. Samo korišćenjem relevantnih podataka može se verovati u rezultat rada.

Objektivnost znači da su informacije i metode prikupljanja i obrađivanja podataka utvrđene na nepristrasan tj. objektivan način. Objektivnost u poslu je vrlo bitna jer finansijski podaci moraju biti zaštićeni od neprofesionalnih uticaja.

“Najbolji pregovarači su objektivni i stalno prikupljaju informacije.”(Diamond, 2015:97)

Princip objektivnosti upućuje na to da se ne sme kompromitovati profesionalno rasuđivanje zbog sukoba interesa ili ličnog interesa. Ovaj etički princip označava nepristrasnost, tj. podrazumeva da ne postoje predrasude i drugi štetni uticaji u poslovanju.

2.2.3. Princip poverljivosti

U toku svakodnevnog rada i obavljanja poslovnih aktivnosti dolazi se do podataka i informacija koji su vrlo često poverljivi. Često predstavljaju čak i poslovnu tajnu.

Princip poverljivosti podrazumeva da se poverljive informacije ne smeju obelodanjivati i koristiti bez prethodne dozvole od strane nadređenih, a naročito je zabranjeno koristiti te informacije za ostvarenje lične koristi, ili koristi za treća lica. Ovakvi postupci smatraju se težom povredom radne obaveze.

Poslovni podaci se koriste samo u profesionalne svrhe. Oni koji koriste i javno prezentuju poverljive informacije iz poslovanja u javnim radovima prethodno moraju dobiti saglasnost od nadređenih da to smeju da učine.

Princip poverljivosti treba poštovati uvek, kako za vreme trajanja poslovnih aktivnosti od strane tog pojedinca, tako i nakon završetka obavljanja funkcije.

2.2.4. Princip profesionalnog ponašanja i kompetentnosti

Profesionalno ponašanje podrazumeva ono ponašanje od strane zaposlenih kojim se poštuju poslovni principi i zakonska regulativa. Profesionalno ponašanje ne bi trebalo da ugrožava reputaciju profesije niti da na bilo koji način ugrozi tekuće poslovanje preduzeća.

Zaposleni treba da održavaju i unapređuju svoja znanja i veštine potrebne za profesionalno obavljanje svog dela posla u preduzeću.

Profesionalno ponašanje se odnosi na takvo ponašanje prema kupcima, prema kolegama u preduzeću i poslodavcima.

Između ostalog, ovaj princip se odnosi još i na moralne osobine i profesionalno ponašanje u savremenim uslovima poslovanja gde je izražena oštra konkurencija.

Profesionalno ponašanje takođe treba primenjivati u odnosu na lojalnu konkurenciju i fer ponašanje.

2.3. Posledice ignorisanja principa etike

“Finansijski kriminal u poslovanju najviše pogađa tržište i investitore”.(Mandal, 2010)

Nepoštovanje i kršenje principa poslovne etike predstavlja prvi korak koji vodi ka poremećaju poslovne atmosfere u preduzeću i dovodi do loše poslovne klime.

Poslovna etika se ne odnosi samo na odnos između preduzeća i okruženja, nju treba primenjivati i unutar samog preduzeća. Jako je bitno poštovati principe etike u odnosu između poslodavca, menadžmenta i ostalih zaposlenih.

Za nepoštovanje morala se primenjuju sankcije, za početak lične sankcije. Te sankcije počinju grižom savesti, a idu do sankcija koje primenjuje zajednica, u smislu bojkota, izbegavanja i odbacivanja pojedinca, koji je kršio moralne norme.

Ove sankcije nastaju spontano, ali su jako efikasne i predstavljaju svojevrsnu kaznu za tog pojedinca.

Razlikuju se subjektivni i objektivni moral. Subjektivni moral se odnosi na shvatanja pojedinca, a pod objektivnim moralom misli se na moral društva kao celine.

Moralno odgovorna osoba se zalaže da svoj deo posla obavlja u skladu sa normama, i prihvata odgovornost za neuspeh ili grešku koje su nastale njegovom krivicom.

Nijedna sredina nije u potpunosti zaštićena od prevara i kršenja u poslovanju. Upravo zbog toga se razvijene zemlje sve više bave ovim problemom u pokušaju nalaženja rešenja. Smatra se da kvalitetno i istinito prezentovanje finansijskih izveštaja utiče na razvoj i prosperitet ekonomije.

Postoje vrednosno nemerljive posledice neetičkog ponašanja koje imaju mnogo gore efekte od vrednosno merljivih posledica. Misli se na gubitak reputacije i ugleda. Posledice se mogu pokazati u obliku pada tržišne cene akcija, gubitka kupaca i poslovnih partnera, loš imidž, nezainteresovanost investitora za ulaganje, odbijanje od strane banaka za kreditiranjem, i za kraj ugrožavanje likvidnosti i solventnosti preduzeća.

Kodeks predstavlja samo dobar početak za nastanak dobre etičke klime u poslovanju, i teško da se to može ispuniti bez postojanja zvaničnog Kodeksa etike.

Što se više širi potreba da postoje jedinstveni poslovni standardi, to se povećava šansa za prevanu u poslovanju i konflikte, i uz nepoštovanje moralnih normi, vrlo je verovatno da će se desiti neetičko ponašanje u preduzeću.

Konfliktne situacije nastaju na relaciji: (Branko Balj, 21.01.2017.)

Pojedinac – drugi pojedinac – korporacija – društvo - država

U primere neetičkog ponašanja spadaju korupcija, lobiranje, kršenje moralnih normi, zloupotreba službenog položaja, prekoračenje ovlašćenja, zloupotreba resursa preduzeća itd.

U svakodnevnom životu se suočavamo sa dilemom da li kršiti poslovnu etiku ili ne.

Da li inženjer treba da otkrije poslovne tajne bivšeg poslodavca da bi obezbedio sebi posao kod konkurentskog poslodavca? Ako dođe do ovakvog ponašanja, onda se krši princip poverljivosti, koji treba poštovati i po prestanku radne obaveze.

Da li treba da lobirati na tenderu u korist treće strane za određenu naknadu? Korupcija i mito spadaju u teške povrede etike.

Da li je prihvatljivo koristiti službeni položaj za dobrobit ličnih interesa? Odgovor je ne, jer se to smatra zloupotrebom službenog položaja.

Često nailazimo na tekstove o plagiranju radova. (Plagiranje, wikipedia, 02.03.2017.) Misli se na diplomske radove, doktorske disertacije, naučne radove i tako dalje.

“Kodeks profesionalne etike postoji na svakom univerzitetu u Srbiji, ali se ne poštuje.”(CAHY, 19.03.2017.)

Ovaj tekst uključuje i studente i doktorante. U ovaj primer se ubrajaju i mnogi političari koji su na netransparentan način došli do diploma.

“Srbija je preplavljena sumnjivim diplomama, kojima se ponose razni političari i partijski funkcioneri.”(Tomić S., Grušić U., 23.01.2017.)

Svaki od ovih primera je teška povreda etike, i izuzetno nekolegijalno prema onima koji su uz težak i mukotrpan rad došli do zvanja i diploma.

Najrasprostranjeniji primer neetičkog ponašanja koji se svakodnevno javlja je kršenje Kodeksa novinara. Najčešći primeri se odnose na povredu prava privatnosti osoba o kojima se piše, povreda pretpostavke nevinosti tog pojedinca dok se ne dokaže suprotno, i prikriveno oglašavanje, tj, prikriveno reklamiranje jer Kodeks novinara Srbije ne dozvoljava da takvi plaćeni tekstovi treba da budu pomešani sa novinarskim tekstovima, već odvojeni kao reklamni tekstovi.

Primer nepoštovanja Kodeksa novinara Srbije (Savet za štampu, 17.02.2017.) je sledeći tekst:

“Da li je novinaru dozvoljeno da kaže kako poklopce na šahovima obično krađu Romi?”(NUNS, 18.02.2017.)

Ne treba generalizovati ništa, naročito ne u medijima. Ne treba neosnovano donositi zaključke, jer to nije istinita informacija, a to je teška povreda Kodeksa novinara. Na taj način dolazi do diskriminacije i ovakve informacije šire stereotipe.

Postoji i vrlo rasprostranjeno neetičko ponašanje na internetu. Primer za to su SPAM mail-ovi.

“Pod spamom se podrazumeva uznemiravanje email porukama vlasnika email adresa, koji zapravo nisu tražili da im pošaljete email.”(Dragić T., 18.02.2017.)

Pitanje koje se svakodnevno postavlja jeste pitanje granica, tj. gde etično ponašanje prelazi u neetično. Određivanje granice je jako teško za svakog, nebitno da li je rukovodilac ili običan radnik. To je pitanje lične odluke, ukorenjenih moralnih vrednosti i ličnog integriteta, ali i osećaja pritiska od strane preduzeća.

2.4. Etika u marketingu i menadžmentu

Savremeni koncepti menadžmenta se zalažu za donošenje profesionalnog Kodeksa poslovanja i razvoja društvene odgovornosti da bi preduzeće nastavilo da se razvija u korak sa savremenim poslovanjem.

Glavno obeležje savremenih koncepata menadžmenta se odnosi na ravnotežu između načela profitabilnosti i etičnosti. Tako uspostavljena ravnoteža dovodi do rasta i razvoja poslovanja preduzeća.

Upravljanje preduzećem znači da mali broj ljudi (rukovodioci i menadžeri), imaju uticaj na ostale zaposlene, što znači da imaju veliku odgovornost u vidu stvaranja etičkog ambijenta i dobre poslovne klime.

„Marketing je upravljački proces pomoću koga pojedinci i grupe putem stvaranja, ponude i razmene proizvoda od vrednosti drugima, dobijaju ono što im je potrebno ili što žele.“(Kotler, 2006:47)

Etički koncepti, između ostalog, obuhvataju uticaj na sve odluke i aktivnosti menadžmenta.

“Marketing podrazumeva neposredne i posredne aktivnosti koje preduzeće preduzima ili ima nameru da preduzme prema izabranom tržištu.”(Milisavljević, 2007:4)

Menadžeri treba da budu svesni koliko je njihova uloga važna, jer baš oni treba da promovišu etičnost u poslovanju. Oni daju primer i podstiču etičko i korporativno ponašanje kod ostalih zaposlenih.

Menadžment ne bi smeo da zastupa samo interese rukovodstva preduzeća, već i dobrobit celog društva.

“Vođstvo predstavlja process neprisilnog uticaja koji oblikuje ciljeve određene organizacije, motiviše ponašanje ljudi kako bi postigli te ciljeve i pomaže u određivanju organizacijske strukture.”(Jago, 1982:335)

2.4.1. Društveno odgovoran menadžment i holistički marketing

Društvena odgovornost je najbolja formula za poslovnu strategiju, i upravljanje poslovanjem na društveno odgovoran način je postala ključna stvar za razvoj preduzeća i zajednice.

Društveno odgovoran menadžment koji ispunjava sve principe etike osigurava svoju poziciju na tržištu.

“Kada maksimalno uvećavamo profite i ignorišemo položaj zajednice, mi zapravo uništavamo našu planetu.”(Adižes, 2012:36)

Pitanja koja se tiču društvene odgovornosti su najzahtevnija pitanja na koje dobar menadžment treba da pruži odgovor.

Osnovna pitanja na koja se odnose na društvenu odgovornost:

- rešavanje ekoloških pitanja;
- rešavanje socijalnih problema;
- filantropija;
- opšta dobrobit;
- unapređivanje obrazovanja zajednice...

Društveno odgovorni menadžment se trudi da primeni adekvatne mere za ispunjenje ovih zahteva zajednice. “Ne zaboravite ekologiju tehnologije!”(Naisbitt, 2009:153)

Holistički marketing se zalaže za to da svi delovi marketinga moraju biti analizirani i posmatrani zajedno kao celina, a ne svaki deo za sebe.

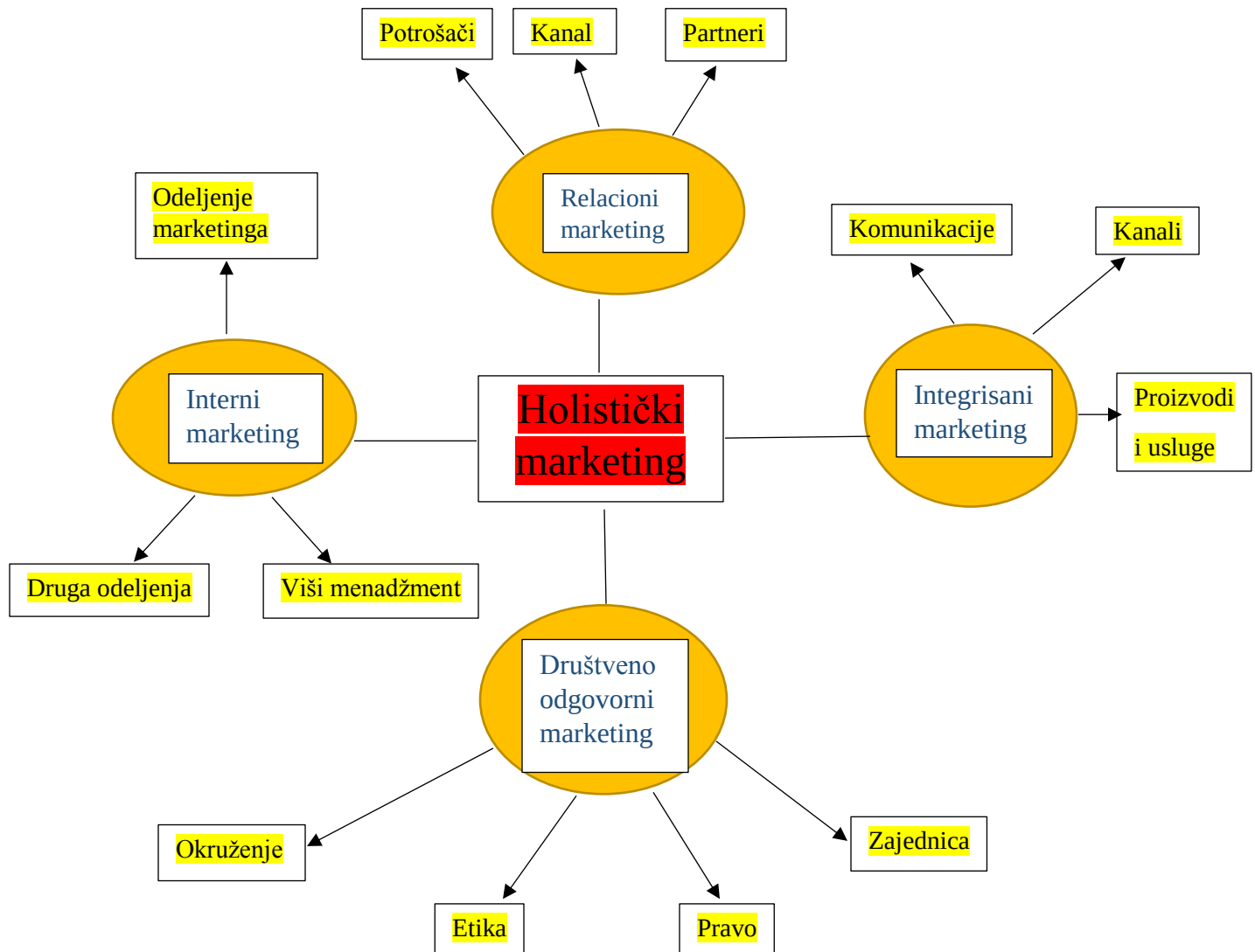
Preduzeće ostvaruje konkurentsku prednost kada prepozna potrebe kupaca i tada se ostvari obostrana želja za saradnjom.

“Rukovoditi znači umeti izvući iz ljudi ono najbolje.”(Kiyosaki, 2016:36)

Kotler (Kotler, 2009:61) je predstavio četiri komponente sistema holističkog marketinga radi zadovoljenja želja kupaca:

- relacioni marketing
- integrisani marketing
- interni marketing
- društveno odgovoran marketing

Slika br.1. Holistički marketing



Izvor: Kotler 2009 : 61

Relacioni marketing upućuje na relacije tj. stvaranje bliskih veza i njihovo učvršćivanje sa svim stakeholder-ima, tj. interesnim grupama. Kada su оформljene čvrste veze, postoji izgrađeno međusobno poverenje, i onda se poslovanje preduzeća ne dovodi u pitanje. O stakeholder-ima će biti više reči kasnije.

“Radite sa svakim kupcem kao da on predstavlja hiljadu preporuka.” (Hopkins, 2003:316)

Integrirani marketing smatra da preduzeće treba da napravi novu vrednost potrošačima a ne samo kvalitetan proizvod. Treba se boriti za svoje kupce jer je velika konkurencija. Integrisanim marketingom se kombinuju različite aktivnosti marketinga radi lakšeg komuniciranja sa najvažnijim i najzahtevnijim stakeholder-ima da bi se zadovoljile njihove potrebe. “Moć zahtevnog kupca ili klijenta osetiće se u čitavom sistemu ponude.”(Riderstrale 2004:100)

Interni marketing se odnosi na pridržavanje principa unutar preduzeća. Preduzeća koja brinu o internom marketingu tj. o ispunjenju potreba svojih zaposlenih, zauzvrat mogu očekivati motivisanost i lojalnost. Takođe, ti isti zaposleni se više trude da zadovolje potrebe i želje kupaca. To dovodi do povećanja broja kupaca, sigurnosti postojanja starih kupaca, brže naplate potraživanja, izgradnje poverenja itd. To direktno utiče na rentabilnost preduzeća.

Društveno odgovoran marketing podrazumeva da menadžment donosi odluke koje idu u prilog celokupnom društvu, a ne samo rukovodiocima preduzeća. Preduzeća koja koriste ovakav pristup marketinga bolje prolaze na tržištu od konkurencije koja se toga ne pridržava.

“U svakom slučaju, za uspešnost jedne organizacije potrebni su i vođe i menadžeri, jer i jedni i drugi imaju značajne uloge u upravljanju preduzećem.”(Pavić, 2011:98)

Neetičko ponašanje može da napravi velike negativne posledice, i zbog toga postoje sankcije koje su donate zakonom.

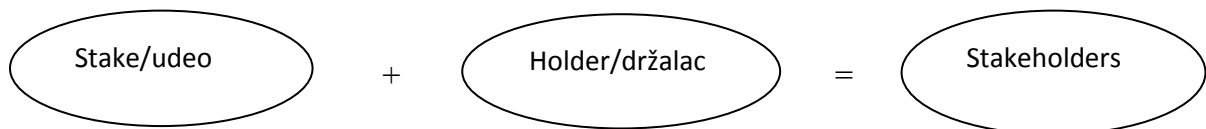
Neetičko ponašanje kroz komunikaciju i reklamiranje dovodi do gubljenja poverenja kupaca u poslovanje tog preduzeća, kao i u njegove proizvode. Neetičko ponašanje u marketingu se odnosi na skrivanje štetnosti proizvoda, nepotpune informacije upućene potrošačima i neistine o kvalitetu proizvoda. Zbog takvog neetičkog ponašanja i netačnih informacija iz reklama, preduzeća rizikuju da kupci počnu da ih ignorišu i okrenu se konkurentima. Svako obmanjivanje kupaca u reklamnim porukama su teške povrede etike.

2.4.2. Stakeholders – interesne grupe

Stakeholders tj. interesne grupe, predstavljaju grupe pojedinaca ili institucija, i oni imaju direktan ili indirektan interes u poslovanju i rezultatima preduzeća.

“Stakeholder-i procenjuju efektivnost preduzeća poredeći ono što dobijaju od preduzeća sa onim što ulažu u preduzeće.”(Paunović, 2008:104)

Oni svojim aktivnostima utiču na preduzeće i preduzeće na njih, uticaj može biti kako pozitivan, tako i negativan.



Postoje dve grupe stakeholder-a(Živković, 2012:58):

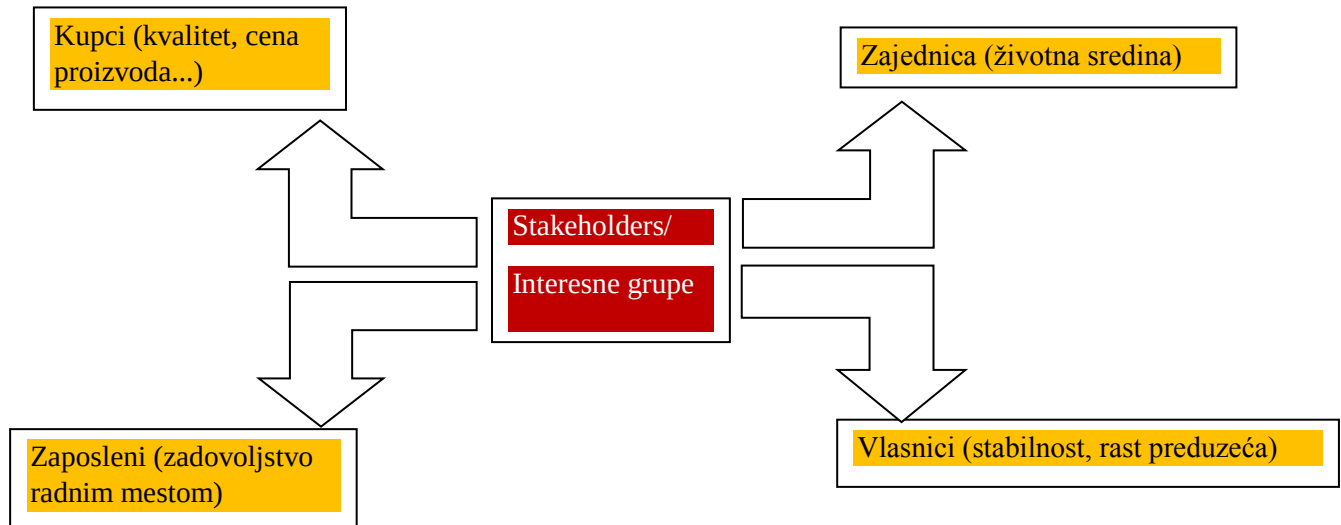
- primarni stakeholder-i
- sekundarni stakeholder-i

Primarni stakeholder-i su grupe kojih se direktno tiču odluke i aktivnosti preduzeća. To su najčešće vlasnici, menadžment, sindikati, ostali radnici itd. Primarni stakeholder-i se najčešće dalje grupišu, npr. iz menadžmenta mogu da se izdvoje top menadžment, operativni menadžment, od ostalih zaposlenih mogu se grupisati visoko kvalifikovani radnici, proizvodni radnici...

Sekundarni stakeholder-i su one interesne grupe koje stupaju u poslovne kontakte sa preduzećem. To su potrošači, dobavljači, banke, osiguranja itd. Sekundarni stakeholder-i se nadovezuju na interne stakeholder-e.

Između preduzeća i stakeholder-a se razvija međuzavisnost. Sve interesne grupe imaju svoje potrebe. Te potrebe treba da budu zadovoljene poslovanjem preduzeća. Treba praviti analizu potreba svakog stakeholder-a, da bi se utvrdilo šta stakeholder-i očekuju u vezi sa poslovanjem i rukovođenjem preduzeća. Neke od osnovnih potreba interesnih grupa su prikazane na slici.

Slika br. 2: Prikaz osnovnih potreba dela stakeholder-a: (Živković, 2012:79)



Izvor: Živković, 2012:79

2.5.Primeri Kodeksa etike

Kodeksom etike i njegovim principima i pravilima ponašanja, preduzeće jasno iskazuje koja su očekivanja od zaposlenih, kao i koje su sankcije u slučaju kršenja ovih pravila.

Primer naprednog i profitabilnog preduzeća je preduzeće Metalac. Prikazani deo njihovog Kodeksa etike se odnosi baš na pravila ponašanja, šta preduzeće pruža, i šta očekuje zauzvrat od zaposlenih.

Deo Kodeksa koji smo naveli se odnosi na poslovnu etiku preduzeća Metalac.(Metalac, Kodeks

etike, 03.02.2017.)

Ovo preduzeće je sa ponosom predstavilo svoj interni Kodeks poslovanja preduzeć koji se nalazi na njihovom sajtu.

Već dvadeset godina preduzeće Metalac posluje u skladu sa donetim poslovnim principima i standardima ponašanja. Njihova pravila ponašanja se odnose na ljude u kolektivu, kupce njihovih proizvoda kao i pravila ponašanja usmerena na poslovne partnere. Deo koji smo citirali je preuzet sa njihovog zvaničnog sajta www.metalac.com.

Ono što preduzeće podrazumeva u okviru svog poslovanja je sledeće:

- Lična odgovornost za kvalitet obavljenog posla
- Neprikosnovenost imovine preduzeća
- Poštovanje svih standarda kvaliteta
- Zaštita životne sredine
- Pridržavanje procedura za obavljanje poslova
- Poštovanje zakona i propisa
- Poštovanje odredaba poslovnih ugovora
- Poštovanje poslovnog bontona
- Demokratija u odlučivanju, diktatura u sprovođenju
- Postupanje prema zaposlenima s poštovanjem
- Zaštita ljudskih prava

Ono što preduzeće očekuje od svojih zaposlenih dok obavljaju svoje dužnosti je sledeće:

- Posvećenost poslu
- Orijentisanost na kupca
- Usmerenost na cilj
- Nepriistrasan i korektan odnos unutar kompanije i sa poslovnim partnerima
- Otvorenost u komunikaciji
- Stalno unapređenje znanja i veština
- Timski rad

Ovi principi koji su doneti od strane preduzeća Metalac se odnose na sve zaposlene. Doneta pravila ponašanja moraju da poštuju i direktori i članovi upravnog odbora, baš kao i ostali zaposleni.

Kršenje ovih pravila dovodi do pokretanja disciplinskog postupka. Ovo može da izazove i gubljenje radnog mesta.

Etički kodeks sastavljen na ovakav način vrlo jasno ukazuje na očekivanja preduzeća od strane zaposlenih, kao i na sankcije koje ih očekuju ako se ne budu pridržavali Kodeksa.

Oni imaju samo jedan Kodeks, i on objedinjuje sve što se tiče politike i pravila poslovanja ovog preduzeća.

To što su sva pravila poslovanja u jednom dokumentu tj. Kodeksu značajno olakšava i pojednostavljuje nalaženje i korišćenje donetih principa.

Hemofarm je još jedan primer izuzetno uspešnog preduzeća. Oni imaju više različitih kodeksa. Imaju Korporativni kodeks, Kodeks uslova ponašanja, kao i posebne delove kojima je obuhvaćen deo zdravlje i bezbednost, i društvena odgovornost.

Deo koji je izdvojen i citiran je iz Korporativnog kodeksa, koji se odnosi na to šta se očekuje od zaposlenih.

Deo Korporativnog kodeksa preduzeća Hemofarm (Hemofarm, Korporativni kodeks, 03.02.2017.) tiče se pravila i principa ponašanja od strane zaposlenih. Oni takođe obavezuju sve zaposlene u preduzeću, od običnih radnika, preko menadžera do direktora u preduzeću.

Principi koji su navedeni u Kodeksu na zvaničnom sajtu su sledeći:

- Princip zabrane korupcije i održavanje finansijskog integriteta
- Princip saradnje sa pripadnicima stručnih krugova i sa njihovim institucijama
- Princip saradnje sa nadležnim državnim organima i institucijama
- Princip zabrane pranja novca
- Princip separacije interesa
- Princip zabrane insajderskog delovanja
- Princip održanja nivoa kvaliteta proizvoda
- Princip zaštite životne sredine, zdravlja i bezbednosti
- Princip zaštite imovine
- Princip čuvanja poslovnih informacija i dokumentacije
- Princip koordinisane eksterne komunikacije

Ovim principima je obuhvaćeno ono ponašanje koje je u duhu moralnog ponašanja.

Smatra se da se ne sme ni tražiti ni nuditi nešto u ličnu korist, da treba sarađivati sa doktorima i apotekarima, pružati informacije stručnim ustanovama bez ugrožavanja neutralnosti preduzeća., Treba ići u susret i pružiti punu saradnju svim državnim organima i obavljati poslove prema utvrđenim pravilima, od strane svakog zaposlenog dok obavlja svoj deo posla u preduzeću. Isto tako, zaposleni treba da razdvoje svoje lične interese od interesa preduzeća, i ovo posebno treba poštovati u poslovnom odnosu sa trećim licima.

Podrazumeva se da se ne sme kršiti zakon protiv pranja novca u Srbiji ni van Srbije.

Poslovne informacije se naravno čuvaju kao poslovna tajna i ne treba ih obelodanjivati bez prethodno dobijene dozvole za to. Ovo pravilo treba poštovati čak i kad dođe do prestanka radne obaveze.

Kvalitet proizvoda je vrlo bitno održavati, i treba poslovati u skladu sa zakonskom regulativom.

U slučaju eventualnih žalbi, treba slučaj prijaviti određenoj službi u preduzeću.

Imovina preduzeća treba da se koristi samo i isključivo u poslovne svrhe, nikako od strane trećih lica koja nemaju dozvolu za to. Zaposleni treba da čuvaju i održavaju imovinu preduzeća koju

koriste.

Propisi o bezbednosti i zaštiti na radu, i o očuvanju životne sredine, treba da se poštuju od strane svih zaposlenih, a ukoliko dođe do povrede nekog od ovih propisa, treba prijaviti svom nadređenom ili odgovarajućoj službi unutar preduzeća. Ovo je jako bitno ispoštovati od strane svih zaposlenih.

Centar za odnose sa javnošću postoji kao poseban sektor u preduzeću, i za sve informacije vezane za poslovanje preduzeća, koje su tražene od strane trećih lica, treba kontaktirati ovaj centar. Oni su ovlašćeni da daju takve informacije i podatke.

Ako postoje neke sumnje i nejasnoće pri interpretaciji ovog Kodeksa, u tom slučaju treba kontaktirati sektor za usaglašenost, da bi se dobile prave informacije i razjašnjenja.

Kodeks preduzeća Hemofarm je vrlo detaljno propisao principe i pravila ponašanja.

Mana je što su svoja interna pravila podelili u više različitih Kodeksa, tako da na njihovom zvaničnom sajtu je komplikovano naći deo Kodeksa koji vas tačno zanima.

Trebalo bi sve te odvojene Kodekse objediniti u jedan dokument, radi lakšeg snalaženja.

Ovakvim izdelaženim Kodeksima se stvaraju mogućnosti za pojavljivanje nejasnoća u pogledu poslovanja od strane zaposlenih, čak i moguće zloupotrebe.

Ono što jeste dobro u ovom delu Kodeksa koji smo naveli, jesu vrlo jasno propisani i objašnjeni principi. Jasnim i precizno definisanim principima i odredbama se podstiče etičko ponašanje i istovremeno se otklanja uzrok neetičkog ponašanja.

Ova dva Kodeksa se razlikuju jer je Kodeks preduzeća Metalac uopšteniji.

Metalac je doneo Kodeks koji se prevashodno odnosi na one osnovne principe, kao što su posvećenost poslu, pridržavanje procedura, poštovanje svih zakona i propisa, poštovanje poslovnog bontona, poštovanje standarda kvaliteta itd. Svodi se na radnu disciplinu i odgovornost za kvalitet obavljenog posla.

S druge strane, preduzeće Hemofarm je donelo Kodeks koji je više orijentisan na odnos zaposlenih sa okolinom, i ovaj Kodeks je konkretniji od Kodeksa preduzeća Metalac. Okrenut je ka vezi i odnosu zaposlenih sa institucijama sa kojima sarađuju. U prilog tome idu principi saradnje sa pripadnicima stručnih krugova, princip saradnje sa nadležnim državnim organima, princip zabrane pranja novca itd. Principi su dosta konkretnije definisani ali kao što smo već rekli, dosta je i komplikovaniji ovako izdelaženi Kodeks od Kodeksa preduzeća Metalac. Svakako i jedan i drugi Kodeks imaju svojih prednosti, i generalno gledano, oba preduzeća imaju dobre Kodekse etike.

Dva primera Kodeksa koja smo naveli su Kodeksi poslovanja dva veoma uspešna preduzeća, čemu svako malo preduzeće teži. Na ovakva dva preduzeća treba da se ugleda svako malo preduzeće u fazi razvoja.

2.6. Neophodnost Kodeksa etike za razvoj preduzeća i primer Kodeksa etike za preduzeće “Nauka i praksa”

Kodeksom su utvrđena pravila i principi ponašanja kojima se olakšava donošenje odluka. Te odluke treba da budu društveno, profesionalno i organizaciono prihvatljive.

Doneti principi se odnose na sve pojedince koji su uključeni u poslovanje, kako unutar, tako i van preduzeća.

Etičkog kodeksa treba da se pridržavaju svi, od uprave, menadžmenta do ostalih zaposlenih. Svi oni pri obavljanju svog dela posla moraju raditi pošteno, profesionalno i odgovorno.

Preduzeće “Nauka i praksa” na kom smo radili analizu finansijskih izveštaja, je malo preduzeće i oni nemaju svoj Etički kodeks. Da bi napredovali i širili se na tržištu, u jednom trenutku će i oni morati da donesu svoj zvanični Etički kodeks kojim će utvrditi pravila ponašanja i politiku poslovanja.

Oni na svom zvaničnom sajtu imaju delove kao što su:

- Reč direktora
- Naša misija
- Naša filozofija
- Naša politika
- Naši ciljevi

“Škola – znanje je osnova za uspeh, ali samo red, rad i upornost garantovano daju uspeh. Ako se nekad i učini da je sporije, imajte na umu da je uspeh zagarantovan” (Nauka i praksa, 03.02.2017.)

Svi ovi delovi bi mogli biti odlična polazna osnova za pravljenje Kodeksa etike.

Trebalo bi ih objediniti, i dodati principe po kojima preduzeće posluje.

Pored ovih delova što već postoje na sajtu, mogu se dodati i principi, i na taj način oformiti i zvaničan Kodeks ovog preduzeća.

Predlozi za principe koje preduzeće treba da donese su:

Princip br. 1: Održavanje visokog nivoa kvaliteta proizvodnog asortimana

Preduzeće treba da održava postojeći nivo kvaliteta svojih proizvoda po kome su poznati.

Princip br. 2: Ispunjeni svi standardi kvaliteta

Zbog izvoza mašina u inostranstvo, proizvodi treba da imaju CE znak, verifikovan od strane ovlašćenog instituta.

Princip br. 3: Bezbednost i zaštita na radu

Upravljanje mašinama treba da bude od strane stručnih i obučених lica, koji koriste i odgovarajuću zaštitnu opremu.

Princip br. 4: Poštovanje procedura za obavljanje poslova na mašinama

Preduzeće uz svaku prodatu mašinu daje kupcu i uputstvo za upotrebu, kojeg treba da se pridržavaju svi koji upravljaju mašinom.

Princip br. 5: Zaštita životne sredine

Sve mašine se proizvode u skladu sa važećom regulativom, krajnje su bezbedne po životnu sredinu, nemaju nikakvih štetnih uticaja po okolinu.

Princip br. 6: Poštovanje i korektan odnos sa kupcima

Za svaku prodatu mašinu preduzeće šalje inženjere da obave obuku u preduzeću koje je kupilo mašinu. Pored toga, kupoprodajnim ugovorom se obavezuju i da rade servis i remont mašina u budućnosti.

Princip br. 7: Poštovanje i uvažavanje verskih običaja poslovnih partnera

Preduzeće „Nauka i praksa“ ugovorom daje generalna zastupništva poslovnim partnerima u drugim zemljama, koji na taj način postaju ovlašćeni distributeri. Najznačajniji ugovor imaju na preduzećem „Otobir“ iz Istanbula. S obzirom da je druga vera u pitanju, bitno je ispoštovati sve verske praznike, radi kontinuiteta korektnog odnosa sa partnerskom firmom.

Princip br. 8: Usavršavanje znanja i veština

S obzirom da se preduzeće bavi mašinskom proizvodnjom, koja se kompjuterski pokreće, bitno je usavršavanje zaposlenih radi lakšeg korigovanja i osavremenjivanja, kako mašina, tako i kompjuterskih softvera.

Princip br. 9: Princip čuvanja poslovnih informacija

Zaposleni treba da se suzdržavaju od obelodanjivanja poslovnih informacija, kao i dokumentacije vezane za računovodstveni merni sistem, da ne bi došlo do pokušaja plagiranja proizvoda.

Princip br. 10: Uvažavanje i kolegijalnost unutar preduzeća

Možda i najbitniji princip od svih, ovaj princip se odnosi na ponašanje unutar preduzeća. Orijentisanost na timski rad, pomaganje i međusobno podržavanje je vrlo bitno za nesmetani rad i razvoj preduzeća.

Ovako koncipiran Kodeks bi sigurno doprineo razvoju preduzeća i izgledu zvaničnog sajta. Malom preduzeću kao što je “Nauka i praksa”, pored uvodne reči direktora, ovi principi zadovoljavaju i ispunjavaju formu Kodeksa. Kako bi se preduzeće razvijalo, tako bi se Kodeks etike dopunjavao u vidu dodatih principa.

3. Finansijska analiza i vrste finansijske analize

Finansijska analiza se odnosi na ispitivanje finansijskog stanja i poslovnaja preduzeća. Na taj način finansijska analiza daje informacije korisnicima, uz pomoć kojih oni donose odgovarajuće odluke. Vlasnicima preduzeća daje informacije da li preduzeće posluje na dobar način i u dobrom smeru, bankama da li smeju da kreditiraju preduzeće, menadžmentu daje informacije bitne za svakodnevne odluke itd.

“Analiza finansijskih izveštaja bavi se kvantifikovanjem i izveštavanjem odnosa koji postoje između pozicija bilansa stanja, bilansa uspeha, i izveštaja o tokovima gotovine.” (Knežević, 2013:127) Cilj je da se omogući dobra ocena finansijske uspešnosti preduzeća.

Analizira se poslovanje preduzeća prethodnih godina i sadašnjeg poslovanja, da bi se dobila prognoza o poslovanju preduzeća u budućnosti.

Finansijskom analizom treba da dodjemo do odgovora:

- Da li je likvidnost održiva;
- Da li je solventno preduzeće;
- Kakva je uspešnost poslovanja;
- Da li je preduzeće prezaduženo;
- Kakvi i koliki rizici u poslovanju postoje;
- Da li preduzeće ostavlja dovoljan profit;
- Kakva je prognoza poslovanja u budućnosti...

Rezultati finansijske analize su vrlo bitni jer se uz pomoć njih prave planovi za dalje poslovanje preduzeća.

Finansijski položaj, tj. finansijska situacija preduzeća, pre svega se odnosi na sposobnost finansiranja.

Postoje tri kategorije finansijskog položaja preduzeća a to su dobar, prihvatljiv i loš finansijski položaj.

Dobar znači da preduzeće ima održivu likvidnost.

Prihvatljiv finansijski položaj znači da je održava likvidnost, ali postoji i zaduženost koja obezbeđuje relativnu nezavisnost.

Loš finansijski položaj preduzeća znači da nije održiva likvidnost, i zaduženost ne obezbeđuje nezavisnost i sigurnost poverilaca.

Za finansijsku analizu se koriste podaci iz bilansa stanja, bilansa uspeha i dodatnih računovodstvenih podataka.

Opšti ciljevi finansijske analize pružaju informacije o finansijskoj stabilnosti preduzeća i rentabilnosti uloženog kapitala u poslovanje.

Posebni ciljevi finansijske analize pružaju informacije prema zahtevima internih i eksternih korisnika analitičkih finansijskih izveštaja.

Ciljevi i zadaci koje treba da ispuni finansijska analiza, opredeljuju i vrstu analize.

U sledećoj tabeli su date vrste analiza prema različitim kriterijumima.

Tabela br. 1: Vrste finansijskih analiza (Barjaktarović, 2013:124)

Kriterijum	vrsta
Korisnici	Interna i eksterna
Metode	Kvalitativna i kvantitativna
obuhvatnost	Kompleksna i parcijalna
Predmet	Analiza bilansa stanja i analiza bilansa uspeha
vremenska obuhvatnost	Statička i dinamička
način pripreme	Prikazane brojevima, tabelama i grafikonima
Instrumenti	Analiza neto obrtnog fonda, racio analiza, cash flow analiza, vizuelna analiza i analiza pomoću računa pokrića.

U ovom radu je urađena finansijska analiza prema prema kriterijumu predmeta analize, i prema kriterijumu instrumenata.

3.1. Analiza finansijskih izveštaja preduzeća “Nauka i praksa” d.o.o. za period od 2013. godine do 2015. godine

Preduzeća su u obavezi da vode poslovne knjige i sastavljaju finansijske izveštaje “u skladu sa zakonskom, profesionalnom i internom regulativom”. (Službeni Glasnik RS, 62/2013) Ova pravila se nalaze u Službenom Glasniku RS.

Preduzeće “Nauka i Praksa d.o.o.” osnovana 24.12.1990. godine u Šapcu, bavi se proizvodnjom mašina i uređaja za merenje, balansiranje i analizu vibracija.

“Preduzeće Nauka i Praksa d.o.o. osnovano je 1990. godine. Počeli smo kao konstrukcioni biro, a zatim preko sopstvenog pogona mašinske obrade, oslanjajući se isključivo na sopstveno znanje i radnu disciplinu uspeali da proizvedemo čitavu paletu mašina i uređaja za merenje, balansiranje i analizu vibracija.

Danas su mašine za balansiranje (uravnoteženje) naša osnovna delatnost, a najbolja potvrda kvaliteta naših proizvoda je zadovoljstvo klijenata širom sveta.

Budite deo našeg tima zadovoljnih klijenata, ili naš partner u ovom, od jednih malobrojno rastućih tržišta...” (Nauka i praksa, 03.02.2017.)

Finansijskom analizom preduzeća “Nauka i praksa” d.o.o. obuhvatiti smo period od 01.01.2013. do 31.12.2015. godine. Računovodstveni izveštaji preduzeća su preuzeti sa zvaničnog sajta Agencije za privredne registre Republike Srbije (APR, 10.09.2016.). Finansijski izveštaji su prikazani u eurima po zvaničnom srednjem kursu NBS preuzeti sa sajta Narodne Banke Srbije.

Tabela br. 2: Vrednosti zvaničnog srednjeg kursa eura NBS po godinama:

Godine	2015.	2014.	2013.
EUR	120,5954	114,2982	113,3771

Svi finansijski izveštaji su međusobno povezani, i ne treba ih posmatrati pojedinačno jer onda ne dobijamo potpunu sliku o poslovanju preduzeća. Kada sagledamo sve finansijske izveštaje zbirno, i veze između njih, dobijamo realnu sliku o kvalitetu poslovanja preduzeća.

Podaci o preduzeću:

Matični broj	07605838
Pravna forma	Društvo sa ograničenom odgovornošću
Sedište	Trg šabačkih žrtava 5/3-18 Šabac
Datum osnivanja	24.12.1990.
Šifra delatnosti	2651
Osnovni kapital	433.028,34 RSD

3.2. Opšta analiza finansijskih izveštaja

Opšta analiza obuhvata vertikalnu analizu i horizontalnu analizu. Objasnićemo svaku ponaosob.

Vertikalna analiza finansijskih izveštaja predstavlja analizu strukture bilansa stanja i uspeha.

Horizontalna analiza finansijskih izveštaja predstavlja analizu razvoja pozicija bilansa stanja i uspeha.

3.2.1. Vertikalna analiza finansijskih izveštaja

“Najčešće se kao 100% tretiraju ukupna aktiva i ukupna pasiva u bilansu stanja i prihodi od prodaje u bilansu uspeha.”(Stevanović, 2007:156)

Ovde se radi o strukturalnoj analizi finansijskih izveštaja, tj. gleda se odnos ostalih bilansnih pozicija u odnosu na tu jednu poziciju koja je predstavljena kao 100%.

Tabela br 3: Vertikalna analiza bilansa stanja, pozicija aktive

AOP	Pozicija			
		2015	2014	2013
1	A. STALNA IMOVINA (002 + 003 + 004 + 005 + 009)	31.95%	46.34%	51.53%
2	I. NEUPLAĆENI UPISANI KAPITAL	0.00%	0.00%	0.00%
3	II. GOODWILL	0.00%	0.00%	0.00%
4	III. NEMATERIJALNA ULAGANJA	31.95%	46.34%	0.00%
5	IV. NEKRETNINE, POSTROJENJA, OPREMA I BIOLOŠKA SREDSTVA (006 + 007 + 008)	0.00%	0.00%	51.53%
6	1. Nekretnine, postrojenja i oprema	0.00%	0.00%	51.53%
7	2. Investicione nekretnine	0.00%	0.00%	0.00%
8	3. Biološka sredstva	0.00%	0.00%	0.00%
9	V. DUGOROČNI FINANSIJSKI PLASMANI (010+011)	0.00%	0.00%	0.00%
10	1. Učešća u kapitalu	0.00%	0.00%	0.00%
11	2. Ostali dugoročni finansijski plasmani	0.00%	0.00%	0.00%
12	B. OBRtnA IMOVINA (013 + 014 + 015)	68.05%	53.66%	48.47%
13	I. ZALIHE	57.72%	29.21%	41.85%
14	II. STALNA SREDSTVA NAMENJENA PRODAJI I SREDSTVA POSLOVANJA KOJE SE OBUSTAVLJA	0.00%	0.00%	0.00%
15	III. KRATKOROČNA POTRAŽIVANJA, PLASMANI I GOTOVINA (016 + 017 + 018 + 019 + 020)	125.77%	82.86%	90.32%
16	1. Potraživanja	5.78%	6.13%	0.53%
17	2. Potraživanja za više plaćen porez na dobitak	0.00%	0.00%	0.00%
18	3. Kratkoročni finansijski plasmani	0.00%	0.00%	0.00%
19	4. Gotovinski ekvivalenti i gotovina	3.74%	14.49%	0.00%
20	5. Porez na dodatu vrednost i aktivna vremenska razgraničenja	0.04%	3.81%	6.08%
21	V. ODLOŽENA PORESKA SREDSTVA	0.00%	0.00%	0.00%
22	G. POSLOVNA IMOVINA (001 + 012 + 021)	100.00%	100.00%	100.00%
23	D. GUBITAK IZNAD VISINE KAPITALA	0.00%	0.00%	0.00%
24	Đ. UKUPNA AKTIVA (022 + 023)	100.00%	100.00%	100.00%
25	E. VANBILANSNA AKTIVA	0.00%	0.00%	0.00%

Predstavljene pozicije iz bilansa stanja i uspeha su imale najveći udeo u % u bilansu stanja i bilansu uspeha.

Godina	2015.	2014.	2013.
Obrtna imovina	68,05%	53,66%	48,47%

U obrtnu imovinu spadaju zalihe, kratkoročna potraživanja, kratkoročni finansijski plasmani i gotovinski ekvivalenti.

Za sve tri godine su indeksi obrtne imovine visoki, ali to proizilazi iz činjenice da su zalihe veoma visoke.

Pozicija Obrtne imovine dostiže najviši udeo u 2015. godini.

Godina	2015.	2014.	2013.
Zalihe	57,72%	29,21%	41,85%

Zalihe se sastoje od sirovina, materijala, proizvodnje, gotovih proizvoda, nedovršenih proizvoda, kupljene robe itd.

Zalihe beleže visoke indekse za sve tri godine, ali zbog specifičnosti poslovanja preduzeća tj. proizvodnje mašina, proizvodni ciklus traje tri meseca. Ako preduzeće treba da isporuči mašine u januaru ili februaru, onda je logično da su zalihe jako visoke u decembru prethodne godine kad se pravi godišnji finansijski izveštaj. Tako da u ovom slučaju, to što zalihe beleže visoke indekse u sve tri godine, nije ništa lose i zabrinjavajuće.

Što se tiče pozicije Zaliha, najviši iznos, tj. najveći udeo u aktivima, imale su 2015. godine, čak 57,72%.

Godina	2015.	2014.	2013.
Potraživanja	5,78%	6,13%	0,53%

Potraživanja mogu biti potraživanja od kupaca, od države, za izdate menice, avansi dati dobavljačima itd. Preduzeće za prodane mašine u zemlji daje prilično dug rok otplate, za razliku od prodanih mašina u inostranstvu, gde se proizvodi plaćaju po isporuci.

U poziciji Potraživanja najveći udeo u celokupnoj aktivima ima 2014. godina, 6,13%.

Tabela br. 4: Vertikalna analiza bilansa stanja, pozicija pasive

AO P	Pozicija			
		2015	2014	2013
101	A. KAPITAL (102+103+104+105+106-107+108-109-110)	42.36%	45.58%	32.83%
102	I. OSNOVNI KAPITAL	2.63%	3.48%	4.11%
103	II. NEUPLAĆENI UPISANI KAPITAL	0.00%	0.00%	0.00%
104	III. REZERVE	0.00%	0.00%	0.00%
105	IV. REVALORIZACIONE REZERVE	10.15%	13.45%	15.89%
106	V. NEREALIZOVANI DOBICI PO OSNOVU HARTIJA OD VREDNOSTI	0.00%	0.00%	0.00%
107	VI. NEREALIZOVANI GUBICI PO OSNOVU HARTIJA OD VREDNOSTI	0.00%	0.00%	0.00%
108	VII. NERASPOREĐENI DOBITAK	29.58%	42.09%	12.83%
109	VIII. GUBITAK	0.00%	0.00%	0.00%
110	IX. OTKUPLJENE SOPSTVENE AKCIJE	0.00%	0.00%	0.00%
111	B. DUGOROČNA REZERVISANJA I OBAVEZE (112 + 113 + 116)	57.64%	54.42%	67.17%
112	I. DUGOROČNA REZERVISANJA	0.00%	0.00%	0.00%
113	II. DUGOROČNE OBAVEZE (114 + 115)	10.89%	0.00%	0.00%
114	1. Dugoročni krediti	0.00%	0.00%	0.00%
115	2. Ostale dugoročne obaveze	0.00%	0.00%	0.00%
116	III. KRATKOROČNE OBAVEZE (117 + 118 + 119 + 120 + 121 + 122)	46.75%	54.42%	67.17%
117	1. Kratkoročne finansijske obaveze	5.30%	6.53%	38.46%
118	2. Obaveze po osnovu sredstava namenjenih prodaji i sredstava poslovanja koje se obustavlja	0.00%	0.00%	0.00%
119	3. Obaveze iz poslovanja	33.33%	35.05%	20.10%
120	4. Ostale kratkoročne obaveze	4.30%	5.16%	5.37%
121	5. Obaveze po osnovu poreza na dodatu vrednost i ostalih javnih prihoda i pasivna vremenska razgraničenja	3.83%	3.11%	2.95%
122	6. Obaveze po osnovu poreza na dobitak	0.00%	0.00%	0.27%
123	V. ODLOŽENE PORESKE OBAVEZE	0.00%	0.00%	0.00%
124	G. UKUPNA PASIVA (101 + 111 + 123)	100.00 %	100.00 %	100.00 %
125	D. VANBILANSNA PASIVA	0.00%	0.00%	0.00%

Predstavljene pozicije su imale najveći udeo u % u bilansu stanja – pasiva.

Godina	2015.	2014.	2013.
Neraspoređeni dobitak	29,58%	42,09%	12,83%

Neraspoređeni dobitak tekuće godine i prethodnih godina nije raspoređen, i još uvek mu nije pronađena namena, a namena može biti za nove investicije, uvećanje kapitala, pokriće gubitka tekuće godine itd.

U poziciji neraspoređeni dobitak, najveći udeo u celokupnoj pasivi ima 2014. godina, tada je neraspoređeni dobitak bio najviši i iznosio je 42,09%.

Godina	2015.	2014.	2013.
Dugoročna rezervisanja i obaveze	57,64%	54,42%	67,17%

U poziciji dugoročna rezervisanja i obaveze najveći udeo od 67,17% je u 2013. godini u kojoj je izdvojeno najviše novca za rezervisanja i obaveze.

Godina	2015.	2014.	2013.
Obaveze iz poslovanja	33,33%	35,05%	20,10%

Obaveze iz poslovanja mogu biti obaveze za primljene avanse, obaveze prema dobavljačima i u zemlji i u inostranstvu, i ostale obaveze iz poslovanja.

Kada je u pitanju prodaja proizvoda u inostranstvo, preduzeće se obezbeđuje avansom pri ugovaranju posla, tako da preduzeće ima obaveze za primljene avanse. Između ostalog, ima obaveze i prema dobavljačima u zemlji, od kojih naručuje savijene limove za mašine, u pitanju je preduzeće Galeb.

Pozicija obaveze iz poslovanja je najveća u 2014. godini, koja ima udeo u pasivi 35,05%.

Tabela br. 5: Vertikalna analiza bilansa uspeha

AOP	Pozicija			
		2015	2014	2013
202	1. Prihodi od prodaje	100.00%	100.00%	100.00%
203	2. Prihodi od aktiviranja učinaka i robe	8.41%	0.00%	92.76%
204	3. Povećanje vrednosti zaliha nedovrsenih gotovih proizvoda I nedovrsenih usluga	91.59%	100.00%	7.24%
205	4. Smanjenje vrednosti zaliha učinaka	15.83%	0.00%	0.00%
206	5. Ostali poslovni prihodi	0.00%	7.16%	0.00%
207	II. POSLOVNI RASHODI (208 do 212)	0.00%	0.00%	0.00%
208	1. Nabavna vrednost prodate robe	91.44%	89.57%	95.13%
209	2. Troškovi materijala	7.72%	0.00%	0.00%
210	3. Troškovi zarada, naknada zarada i ostali lični rashodi	48.25%	29.95%	69.32%
211	4. Troškovi amortizacije i rezervisanja	23.23%	13.01%	13.62%
212	5. Ostali poslovni rashodi	3.05%	1.76%	3.58%
213	III. POSLOVNI DOBITAK (201 - 207)	0.00%	0.00%	8.61%
214	IV. POSLOVNI GUBITAK (207 - 201)	8.56%	10.43%	4.87%
215	V. FINANSIJSKI PRIHODI	0.00%	0.00%	0.00%
216	VI. FINANSIJSKI RASHODI	1.36%	0.54%	0.36%
217	VII. OSTALI PRIHODI	0.46%	0.74%	2.08%
218	VIII. OSTALI RASHODI	0.76%	0.00%	0.00%
219	IX. DOBITAK IZ REDOVNOG POSLOVANJA PRE OPOREZIVANJA (213 - 214 + 215 - 216 + 217 - 218)	0.00%	0.04%	0.00%
220	X. GUBITAK IZ REDOVNOG POSLOVANJA PRE OPOREZIVANJA (214 - 213 - 215 + 216 - 217 + 218)	9.47%	10.20%	3.15%
221	XI. NETO DOBITAK POSLOVANJA KOJE SE OBUSTAVLJA	0.00%	0.00%	0.00%
222	XII. NETO GUBITAK POSLOVANJA KOJE SE OBUSTAVLJA	0.00%	0.00%	0.00%
223	B. DOBITAK PRE OPOREZIVANJA (219 - 220 + 221 - 222)	0.00%	0.00%	0.00%
224	V. GUBITAK PRE OPOREZIVANJA (220 - 219 + 222 - 221)	9.47%	10.20%	3.15%
225	1. Poreski rashod perioda	0.00%	0.00%	0.00%
226	2. Odloženi poreski rashodi perioda	0.00%	0.00%	0.00%
227	3. Odloženi poreski prihodi perioda	0.00%	0.00%	0.00%
228	D. Isplaćena lična primanja poslodavcu	0.00%	0.00%	0.00%
229	Đ. NETO DOBITAK (223 - 224 - 225 - 226 + 227 - 228)	0.00%	0.00%	0.00%
230	E. NETO GUBITAK (224 - 223 + 225 + 226 - 227 + 228)	9.47%	10.20%	3.15%
231	Ž. NETO DOBITAK KOJI PRIPADA MANJINSKIM ULAGAČIMA	0.00%	0.00%	0.00%
232	Z. NETO DOBITAK KOJI PRIPADA VLASNICIMA MATIČNOG PRAVNOG LICA	0.00%	0.00%	0.00%
233	1. Osnovna zarada po akciji	0.00%	0.00%	0.00%
234	2. Umanjena (razvodnjena) zarada po akciji	0.00%	0.00%	0.00%

Na osnovu vertikalne analize bilansa uspeha zaključujemo:

Godina	2015.	2014.	2013.
Troškovi amortizacije i rezervisanja	23.23%	13.01%	13.62%

Troškovi amortizacije su svi troškovi koji su vezani za korišćenje mašina i opreme, mada troškovi amortizacije su obavezni bilo da se oprema koristi ili ne koristi.

U poziciji Troškovi amortizacije i rezervisanja imaju najviši udeo 2015. godine u bilansu uspeha, i to 23,23%.

Godina	2015.	2014.	2013.
Troškovi zarada, troškovi naknada zarada i ostali lični troškovi	48,25%	29,95%	69,32%

Ovi troškovi se sastoje od troškova zarada, naknada zarada, troškova za poreze i doprinose, troškova naknada po ugovoru o delu, troškovi za ugovore o privremenim i povremenim poslovima.

U poziciji troškova, zarade, naknade zarada i ostali lični rashodi, najveći udeo ima 2013. godina i to čak 69,31%.

Godina	2015.	2014.	2013.
Ostali prihodi	0,46%	0,74%	2,08%

Ostali prihodi su nastali od prodaje materijala, nastanka viškova, od ukidanja dugoročnih rezervisanja, prihodi nastali usled smanjenja obaveza.

U poziciji Ostali prihodi najveći udeo ima 2013. godina.

Godina	2015.	2014.	2013.
Ostali poslovni rashodi	3,05%	1,76%	3,58%

Ostali poslovni rashodi su nastali kao troškovi sajмова, reklama, razvoja, troškovi premije i osiguranja itd.

U poziciji Ostali poslovni rashodi najveći udeo ima 2013. godina.

3.2.2. Horizontalna analiza finansijskih izveštaja

"Prvi korak jeste da se izračuna razlika između tekuće i prethodne godine, drugi korak jeste izračunavanje u relativnom odnosu."(Ivanišević, 2012)

Uz pomoć ove vrste analize dolazimo do zaključka o poslovanju preduzeća, tj. o njegovoj uspešnosti.

Tabela br. 6: Horizontalna analiza bilansa uspeha

	2015	2014	2013	Razlika	Promena %	Razlika	Promena %
1. Prihodi od prodaje	808.00 din.	0.00 din.	5,883.00 din.	808.00 din.		-5,883.00 din.	-100.00%
2. Prihodi od aktiviranja učinaka i robe	8,801.00 din.	13,775.00 din.	459.00 din.	-4,974.00 din.	-36.11%	13,316.00 din.	2901.09%
3. Povećanje vrednosti zaliha nedovrsenih gotovih proizvoda i nedovršenih radova	1,521.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	1,521.00 din.		0.00 din.	
4. Smanjenje vrednosti zaliha učinaka	0.00 din.	986.00 din.	0.00 din.	-986.00 din.	-100.00%	986.00 din.	
5. Ostali poslovni prihodi	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
II. POSLOVNI RASHODI (208 do 212)	8,786.00 din.	12,338.00 din.	6,033.00 din.	-3,552.00 din.	-28.79%	6,305.00 din.	104.51%
1. Nabavna vrednost prodate robe	742.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	742.00 din.		0.00 din.	
2. Troškovi materijala	4,636.00 din.	4,126.00 din.	4,396.00 din.	510.00 din.	12.36%	-270.00 din.	-6.14%
3. Troškovi zarada, naknada zarada i ostali lični rashodi	2,232.00 din.	1,792.00 din.	864.00 din.	440.00 din.	24.55%	928.00 din.	107.41%
4. Troškovi amortizacije i rezervisanja	293.00 din.	242.00 din.	227.00 din.	51.00 din.	21.07%	15.00 din.	6.61%
5. Ostali poslovni rashodi	0.00 din.	0.00 din.	546.00 din.	0.00 din.		-546.00 din.	-100.00%
III. POSLOVNI DOBITAK (201 - 207)	823.00 din.	1,437.00 din.	309.00 din.	-614.00 din.	-42.73%	1,128.00 din.	365.05%
IV. POSLOVNI GUBITAK (207 - 201)	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
V. FINANSIJSKI PRIHODI	131.00 din.	75.00 din.	23.00 din.	56.00 din.	74.67%	52.00 din.	226.09%
VI. FINANSIJSKI RASHODI	44.00 din.	102.00 din.	132.00 din.	-58.00 din.	-56.86%	-30.00 din.	-22.73%
VII. OSTALI PRIHODI	73.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	73.00 din.		0.00 din.	
VIII. OSTALI RASHODI	0.00 din.	5.00 din.	0.00 din.	-5.00 din.	-100.00%	5.00 din.	
IX. DOBITAK IZ REDOVNOG POSLOVANJA PRE OPOREZIVANJA (213 - 219)	910.00 din.	1,405.00 din.	200.00 din.	-495.00 din.	-35.23%	1,205.00 din.	602.50%
X. GUBITAK IZ REDOVNOG POSLOVANJA PRE OPOREZIVANJA (214 - 219)	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
XI. NETO DOBITAK POSLOVANJA KOJE SE OBUSTAVLJA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
XII. NETO GUBITAK POSLOVANJA KOJE SE OBUSTAVLJA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
B. DOBITAK PRE OPOREZIVANJA (219 - 220 + 221 - 222)	910.00 din.	1,405.00 din.	200.00 din.	-495.00 din.	-35.23%	1,205.00 din.	602.50%
V. GUBITAK PRE OPOREZIVANJA (220 - 219 + 222 - 221)	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
1. Poreski rashod perioda	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
2. Odloženi poreski rashodi perioda	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
3. Odloženi poreski prihodi perioda	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
D. Isplaćena lična primanja poslodavcu	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
Đ. NETO DOBITAK (223 - 224 - 225 - 226 + 227- 228)	910.00 din.	1,405.00 din.	200.00 din.	-495.00 din.	-35.23%	1,205.00 din.	602.50%
E. NETO GUBITAK (224 - 223 + 225 + 226 - 227 + 228)	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
Ž. NETO DOBITAK KOJI PRIPADA MANJINSKIM ULAGAČIMA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
Z. NETO DOBITAK KOJI PRIPADA VLASNICIMA MATIČNOG PRAVNOG OSOBLA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
1. Osnovna zarada po akciji	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
2. Umanjena (razvodnjena) zarada po akciji	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	

Horizontalnom analizom zaključujemo:

Poslovni rashodi beleže veliki porast 2014. u odnosu na 2013. godinu, rastu za 104,51%, i beleže smanjenje 2015. u odnosu na 2014. godinu za 28,79%.

Poslovni dobitak je u opadanju, jer je 2014. u odnosu na 2013. iznosio 365,05% rasta, a u 2015. je smanjen u odnosu na 2014. godinu, i to za 42,73%.

Finansijski prihodi rastu u 2014. za 226,09%, dok u 2015. godini rastu za 74,67%, što znači da rastu iz godine u godinu, ali smanjenim intenzitetom.

Shodno tome, finansijski rashodi opadaju u 2014. za 22,73%, a u 2015. godini opadaju za 56,86%.

Troškovi materijala u 2014. opadaju za 6,14% a u 2015. rastu za 12,36%.

Troškovi zarada i naknada zarada su u 2014. godini rasli 107,41% a u 2015. godini za 24,55%.

Troškovi amortizacije i rezervisanja su u 2014. bili u porastu za 6,61%, a u 2015. godini rastu za 21,07%.

Tabela br. 7: Horizontalna analiza bilansa stanja

	2015	2014	2013	Razlika	Promena %	Razlika	Promena %
A. STALNA IMOVINA (002 + 003 + 004 + 005 + 009)	3,101.00 din.	3,394.00 din.	3,194.00 din.	-293.00 din.	-8.63%	200.00 din.	6.26%
I. NEUPLAĆENI UPISANI KAPITAL	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
II. GOODWILL	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
III. NEMATERIJALNA ULAGANJA	3,101.00 din.	3,394.00 din.	0.00 din.	-293.00 din.	-8.63%	3,394.00 din.	
IV. NEKRETNINE, POSTROJENJA, OPREMA I BIOLOŠKA SREDSTVA (002 + 003 + 004 + 005 + 009)	0.00 din.	0.00 din.	3,194.00 din.	0.00 din.		-3,194.00 din.	-100.00%
1. Nekretnine, postrojenja i oprema	0.00 din.	0.00 din.	3,194.00 din.	0.00 din.		-3,194.00 din.	-100.00%
2. Investicione nekretnine	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
3. Biološka sredstva	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
V. DUGOROČNI FINANSIJSKI PLASMANI (010+011)	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
1. Učešća u kapitalu	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
2. Ostali dugoročni finansijski plasmani	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
B. OBRtna IMOVINA (013 + 014 + 015)	6,605.00 din.	3,930.00 din.	3,004.00 din.	2,675.00 din.	68.07%	926.00 din.	30.83%
I. ZALIHE	5,602.00 din.	2,139.00 din.	2,594.00 din.	3,463.00 din.	161.90%	-455.00 din.	-17.54%
II. STALNA SREDSTVA NAMENJENA PRODAJI I SREDSTVA POSLOVANJA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
III. KRATKOROČNA POTRAŽIVANJA, PLASMANI I GOTOVINA (016 + 017 + 018 + 019)	0.00 din.	0.00 din.	410.00 din.	0.00 din.		-410.00 din.	-100.00%
1. Potraživanja	561.00 din.	449.00 din.	33.00 din.	112.00 din.	24.94%	416.00 din.	1260.61%
2. Potraživanja za više plaćen porez na dobitak	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
3. Kratkoročni finansijski plasmani	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
4. Gotovinski ekvivalenti i gotovina	363.00 din.	1,061.00 din.	0.00 din.	-698.00 din.	-65.79%	1,061.00 din.	
5. Porez na dodatu vrednost i aktivna vremenska razgraničenja	4.00 din.	279.00 din.	377.00 din.	-275.00 din.	-98.57%	-98.00 din.	-25.99%
V. ODLOŽENA PORESKA SREDSTVA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
G. POSLOVNA IMOVINA (001 + 012 + 021)	9,706.00 din.	7,324.00 din.	6,198.00 din.	2,382.00 din.	32.52%	1,126.00 din.	18.17%
D. GUBITAK IZNAD VISINE KAPITALA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
Đ. UKUPNA AKTIVA (022 + 023)	9,706.00 din.	7,324.00 din.	6,198.00 din.	2,382.00 din.	32.52%	1,126.00 din.	18.17%
E. VANBILANSNA AKTIVA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
A. KAPITAL (102+103+104+105+106-107+108-109-110)	4,111.00 din.	3,338.00 din.	2,035.00 din.	773.00 din.	23.16%	1,303.00 din.	64.03%
I. OSNOVNI KAPITAL	255.00 din.	255.00 din.	255.00 din.	0.00 din.	0.00%	0.00 din.	0.00%
II. NEUPLAĆENI UPISANI KAPITAL	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
III. REZERVE	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
IV. REVALORIZACIONE REZERVE	985.00 din.	985.00 din.	985.00 din.	0.00 din.	0.00%	0.00 din.	0.00%
V. NEREALIZOVANI DOBICI PO OSNOVU HARTIJA OD VREDNOSTI	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
VI. NEREALIZOVANI GUBICI PO OSNOVU HARTIJA OD VREDNOSTI	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
VII. NERASPOREĐENI DOBITAK	2,871.00 din.	3,083.00 din.	795.00 din.	-212.00 din.	-6.88%	2,288.00 din.	287.80%
VIII. GUBITAK	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
IX. OTKUPLJENE SOPSTVENE AKCIJE	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
B. DUGOROČNA REZERVISANJA I OBAVEZE (112 + 113 + 116)	1,057.00 din.	0.00 din.	4,163.00 din.	1,057.00 din.		-4,163.00 din.	-100.00%
I. DUGOROČNA REZERVISANJA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
II. DUGOROČNE OBAVEZE (114 + 115)	1,057.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	1,057.00 din.		0.00 din.	
1. Dugoročni krediti	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
2. Ostale dugoročne obaveze	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
III. KRATKOROČNE OBAVEZE (117 + 118 + 119 + 120 + 121 + 122)	4,538.00 din.	3,986.00 din.	4,163.00 din.	552.00 din.	13.85%	-177.00 din.	-4.25%
1. Kratkoročne finansijske obaveze	514.00 din.	478.00 din.	2,384.00 din.	36.00 din.	7.53%	-1,906.00 din.	-79.95%
2. Obaveze po osnovu sredstava namenjenih prodaji i sredstava po poslovanju	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
3. Obaveze iz poslovanja	3,235.00 din.	2,567.00 din.	1,246.00 din.	668.00 din.	26.02%	1,321.00 din.	106.02%
4. Ostale kratkoročne obaveze	417.00 din.	378.00 din.	333.00 din.	39.00 din.	10.32%	45.00 din.	13.51%
5. Obaveze po osnovu poreza na dodatu vrednost i ostalih javnih prihoda	372.00 din.	228.00 din.	183.00 din.	144.00 din.	63.16%	45.00 din.	24.59%
6. Obaveze po osnovu poreza na dobitak	0.00 din.	0.00 din.	17.00 din.	0.00 din.		-17.00 din.	-100.00%
V. ODLOŽENE PORESKE OBAVEZE	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	
G. UKUPNA PASIVA (101 + 111 + 123)	9,706.00 din.	7,324.00 din.	6,198.00 din.	2,382.00 din.	32.52%	1,126.00 din.	18.17%
D. VANBILANSNA PASIVA	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.	0.00 din.		0.00 din.	

Posmatrajući dobijene indekse zaključujemo da:

Ukupna aktiva i ukupna pasiva imaju iste vrednosti, zbog pravila o osnovnoj bilansnoj jednačini, gde je aktiva jednaka pasivi. Ukupna aktiva, odnosno ukupna pasiva raste u 2014. za 18,17%, a u 2015. raste za 32,52% u odnosu na 2014. godinu.

Obrtna imovina u 2014. godini raste za 30,83% a u 2015. godini za 68,07%.

Zalihe u 2014. godini se smanjuju za 17,54% a u 2015. godini rastu za 161,90%

Stalna imovina u 2014. raste za 6,26%, a u 2015. godini opada za 8,63%.

3.3. Analiza uz pomoć finansijskih pokazatelja

Ova vrsta finansijske analize podrazumeva odnos dve pozicije koje su izražene u prostoj matematičkoj formuli. Oni služe za dobijanje informacija o tome kakava je likvidnost preduzeća, o zaduženosti i rentabilnosti. Dobijeni rezultat treba da bude pravilno interpretiran. Obično se upoređuje sa prethodnim godinama istog preduzeća ili sa drugom firmom slične delatnosti.

Urađeni pokazatelji su:

1. racio analiza likvidnosti;
2. racio analiza zaduženosti;
3. racio analiza rentabilnosti.

3.3.1. Racio analiza likvidnosti

Analiza likvidnosti preduzeća daje informaciju o raspoloživosti i brzini pretvaranja iz kratkoročne aktive u gotovinu.

“Aktiva je likvidna ukoliko se može brzo konvertovati u gotovinu, dok je pasiva likvidna ukoliko se može otplatiti u bliskoj budućnosti.” (Đuričin, 2009:296)

Analiza likvidnosti je odnos obrtne imovine i kratkoročnih obaveza preduzeća. Cilj preduzeća je da obezbedi održivu likvidnost, što znači da uskladi novčane prilive i novčane odlive po osnovu plaćanjaospelih obaveza preduzeća.

Postoje dva testa likvidnosti: racio tekuće likvidnosti i racio redukovane likvidnosti.

Tekući racio prikazuje koliko jedinica obrtnih sredstava je neophodno da se pokrije svaka jedinica obaveza. On prikazuje sigurnost, tj. da li su zaštićeni interesi kratkoročnih poverilaca preduzeća.

Racio redukovane likvidnosti, koji se zove i brzi racio, za razliku od tekućeg racia predstavlja odnos tekuće (obrtne) imovine bez zaliha i kratkoročne imovine.

Tabela br. 8: Racio analiza likvidnosti

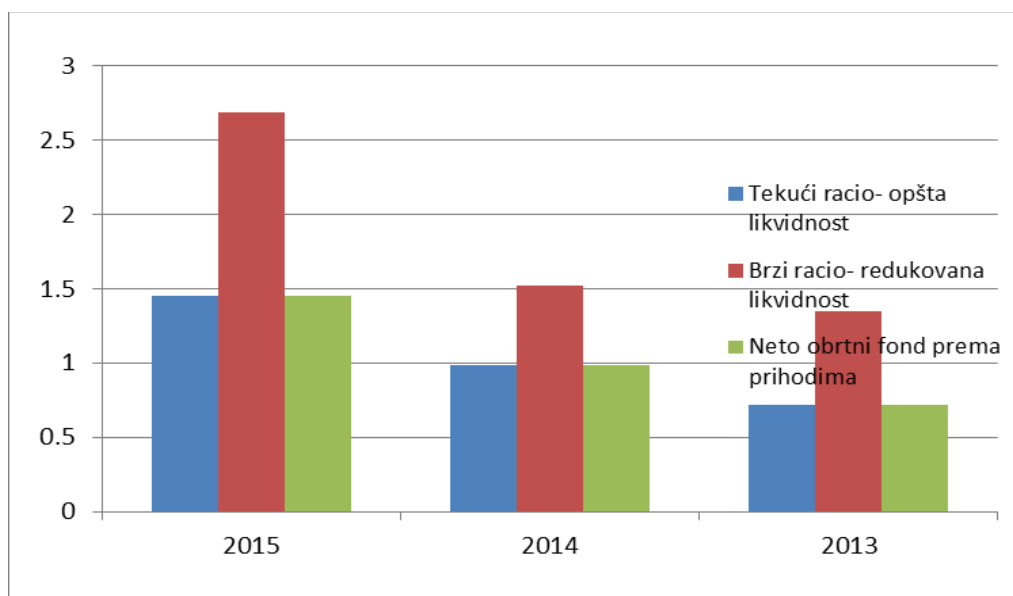
Likvidnost	2015.	2014.	2013.
Tekući racio- opšta likvidnost	1.455487	0.985951	0.721595
Brzi racio- redukovana likvidnost	2.689952	1.522579	1.344703
Neto obrtni fond prema prihodima	1.455487	0.985951	0.721595

Tekući racio bi bio idealan kada bi ispunjavao pravilo odnosa 2:1, ali to nije ispunjeno u ovom slučaju.

Pri interpretaciji dobijenog tekućeg racia, zaključujemo da je svaki evro kratkoročnih obaveza u 2015. godini bio pokriven sa 1,46 evra ukupne tekuće imovine. Likvidnost je bila loša u 2013. i 2014. godini. Ali ako poredimo sve tri godine, a ne svaku ponaosob, u periodu od 2013. do 2015. godine situacija se poboljšava jer tekuća likvidnost beleži rast, tako da je u 2015. godini tekuća likvidnost održiva.

Kada isključimo zalihe, dobija se rezultat brzog racia. Zalihe su najčešće nelikvidne, iako su obrtna sredstva. To je razlog zbog kog su zalihe isključene iz obrtne imovine. Brzi racio je dosta strožija mera likvidnosti. Generalno pravilo je odnos 1:1, tako da zaključujemo da i nivo redukovane likvidnosti beleži porast od 2013. do 2015. godine. U 2015. godini jedan uloženi evro kratkoročnih obaveza je pokriven sa 2,69 evra tekuće imovine. I sve tri godine imaju održiv brzi racio likvidnosti i ispunjeno pravilo odnosa 1:1.

Neto obrtni fond se dobija kao razlika obrtne imovine i kratkoročnih obaveza. To je deo obrtne imovine koji je finansiran iz dugoročnih izvora. Ako preduzeće ima viši neto obrtni fond, onda je likvidnije od preduzeća sa nižim neto obrtnim fondom. Iz tabele se vidi da je neto obrtni fond iz godine u godinu sve viši, sto potvrđuje da preduzeće iz godine u godinu ima veću likvidnost.



Kada pogledamo sve tri godine i sva tri pokazatelja likvidnosti, preduzeće iz godine u godinu beleži rast likvidnosti. Sama 2015. godina ima odlične pokazatelje likvidnosti, tako da je prognoza za buduće održavanje likvidnosti dobra.

3.3.2. Racio analiza zaduženosti

Racio zaduženosti pokazuje relativno učešće duga u ukupnim izvorima finansiranja.(Ivaniš, 2011:214) Ako racio zaduženosti beleži rast, to ukazuje na probleme u finansiranju.

Tabela br. 9: Racio analiza zaduženosti

	2015	2014	2013
Racio zaduženja	57.64%	54.42%	67.17%
Korigovani racio zaduženja	5.30%	6.53%	38.46%
Racio pokrića kamate	0.00%	7983.33%	735.71%

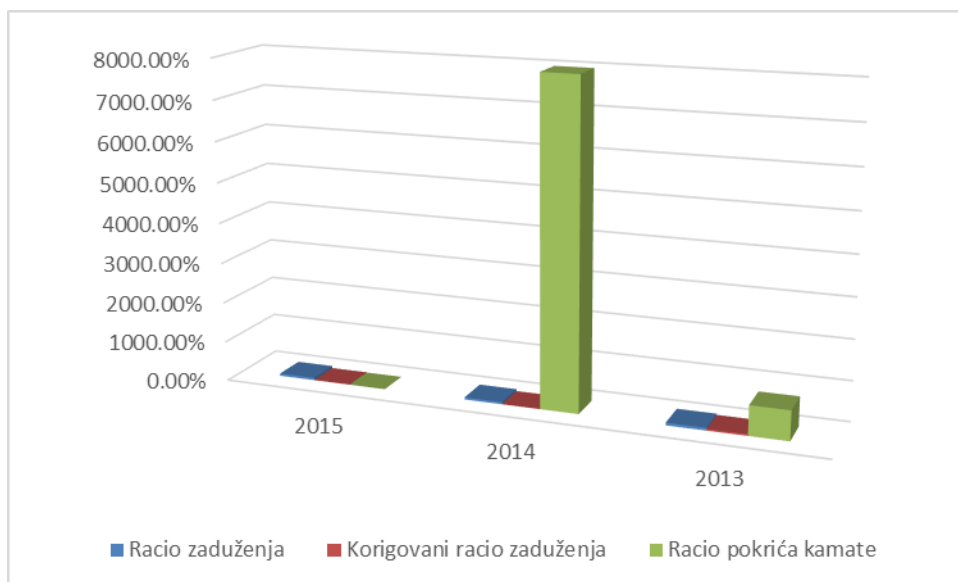
U sve tri godine je racio zaduženja visok.

U 2013. godini je preduzeće 67,17% svoje poslovne imovine finansiralo iz dugoročnih rezervisanja i obaveza. U 2014. godini je 54,42% poslovne imovine je preduzeće finansiralo iz dugoročnog rezervisanja i obaveza, dok je u 2015. godini taj procenat iznosio 57,64%.

Korigovani racio zaduženja je nizak u 2014. i 2015. godini.

Korigovani racio zaduženja pokazuje da je vrlo mali procenat poslovne imovine bio finansiran iz kratkoročnih i dugoročnih kredita. U 2013. godini je korigovani racio bio dosta viši.

Racio pokrića kamate je visok jer su rashodi za kamate jako mali, što znači da je preduzeće u mogućnosti višestruko da izmiri svoje obaveze po pitanju kamata iz poslovnog dobitka.



Ova tri pokazatelja zaduženosti idu u prilog preduzeća. Preduzeće nije kreditno opterećeno, i nije prezaduženo.

3.3.3. Racio analiza rentabilnosti (profitabilnosti)

"Rentabilnost predstavlja jedan od osnovnih principa reprodukcije koji se svodi na zahtev da se ostvari maksimalna dobit i prinos sa što manje angažovanih sredstava u procesu poslovanja".(Privredni savetnik, 2011:26-47)

Stopa prinosa na ukupna sredstva – ROA – Return on Assets

ROA pokazuje rezultat odnosa poslovnog dobitka i poslovne imovine. ROA pokazuje na jedinicu uloženi poslovnih sredstava koliko preduzeće ostvaruje jedinica prinosa.

Stopa prinosa na kapital – ROE – Return on Equity

Za razliku od stope prinosa na imovinu, ROE – stopa prinosa na sopstveni kapital uzima u obzir finansijsku strukturu, izvore finansiranja i predstavlja odnos neto rezultata i sopstvenog kapitala. ROE pokazuje na jedinicu uloženog sopstvenog kapitala koliko je preduzeće ostvarilo jedinica prinosa.

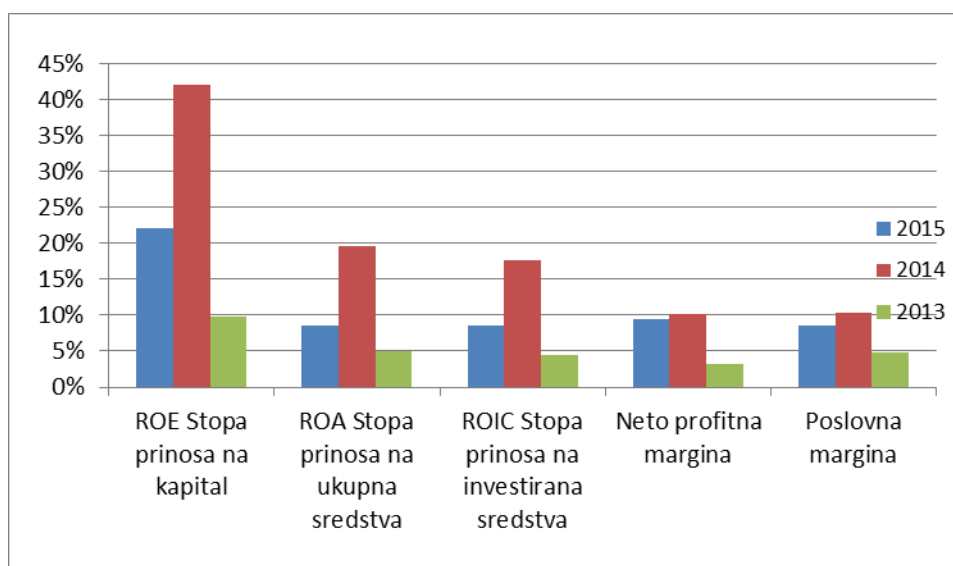
Stopa prinosa na investirani kapital – ROIC – Return on Invested Capital

ROIC predstavlja stopu prinosa na kapital kad bi bilo isfinansirano samo iz sopstvenih izvora. Pokazuje koliko na uloženu jedinicu investiranog kapitala preduzeće ostvari prinosa.

Neto profitna margina predstavlja odnos između vrednosti ostvarenog neto dobitka i vrednosti ostvarene prodaje. Pokazuje koliko dobitka ostane od procenata od prodaje kojim preduzeće raspolaže. Ovo je najprecizniji pokazatelj o konačnom efektu poslovanja.

Tabela br. 10: Vrednosti pokazatelja ROA, ROE, ROIC za posmatrano preduzeće u posmatranom periodu

	2015	2014	2013
ROE	22%	42%	10%
ROA	8%	20%	5%
ROIC Stopa prinosa na investirana sredstva	9%	18%	4%
Neto profitna margina	9%	10%	3%
Poslovna margina	9%	10%	5%



Posmatrajući dobijene vrednosti pokazatelja ROA zaključujemo da je preduzeće ostvarivalo više poslovnog dobitka u 2014. nego u 2015. godini. U 2015. godini na jedan evro uložених poslovnih sredstava preduzeće ostvaruje 0,08 evra, dok je u prethodnoj godini ostvarivalo 0,20 evra poslovnog dobitka.

ROE pokazatelj je u 2013. godini je iznosio 10%, u 2014. 42% i u 2015. 22%, što znači da na

svaki uloženi 1 evro sopstvenog kapitala preduzeće ostvarivalo u 2013. godini 0,1 evro, u 2014. godini 0,42 evra a u 2015. godini se smanjio na 0,22 evra.

ROIC pokazatelj je u 2013. godini na svaki uloženi 1 evro investiranog kapitala ostvarivalo 0,04 evra, u 2014. godini 0,18 evra a 2015. godini se smanjuje na 0,09 evra.

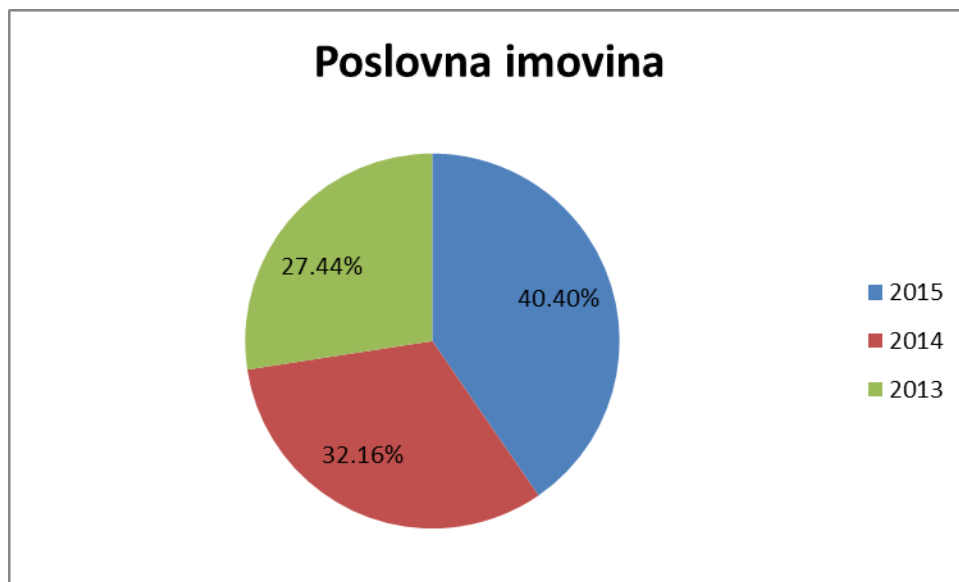
Neto profitna margina je za samo 1% manja u 2015. u odnosu na 2014. godinu, što znači da u 2015. godini ostane 9% dobitka kojim preduzeće može da raspolaže posle završene prodaje.

Rentabilnost je svakako bila najviša u 2014. godini.

3.4.Osnovni pokazatelji

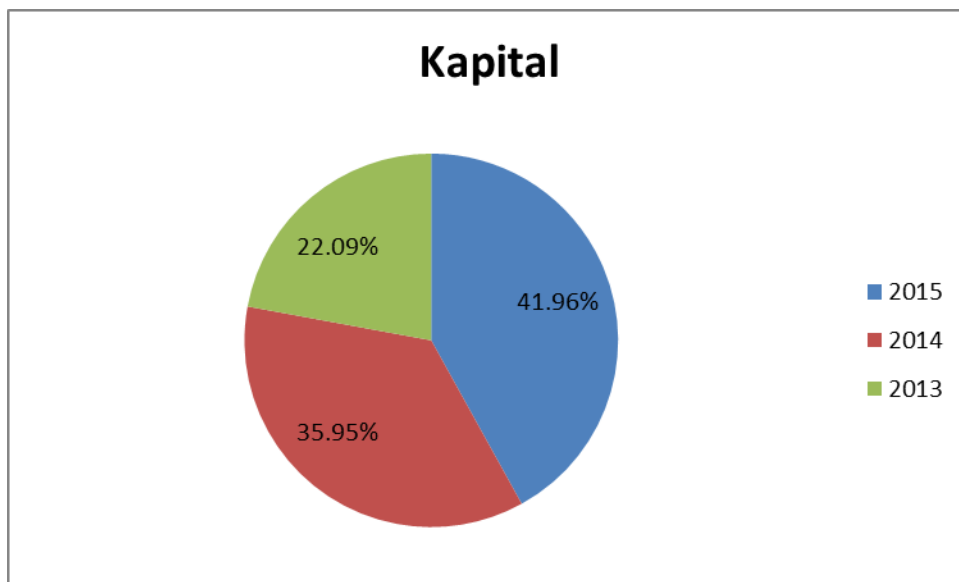
Osnovni pokazatelji su oni pokazatelji na koje rukovodstvo i menadžment preduzeća, kao i potencijalni investitori obraćaju najviše pažnje. Svi osnovni pokazatelji su prikazani u finansijskim izveštajima.

Poslovna imovina je skup investicija jednog preduzeća. Poslovna imovina daje informaciju o tome kolika je vrednost investicija.



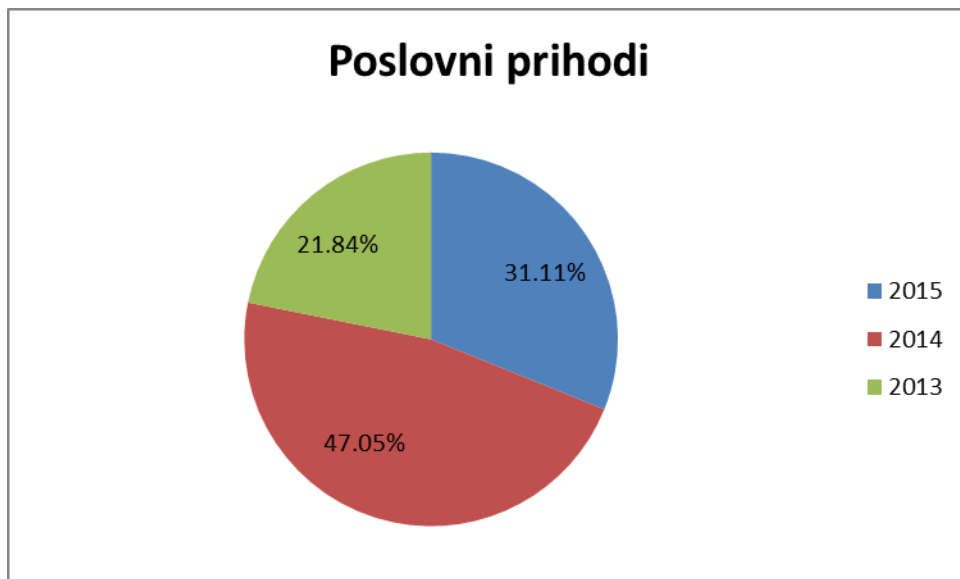
Poslovna imovina iz godine u godinu raste zbog ulaganja u rast i razvoj preduzeća.

Neto kapital je iznos sopstvenog dela finansiranja u knjigovodstvu.



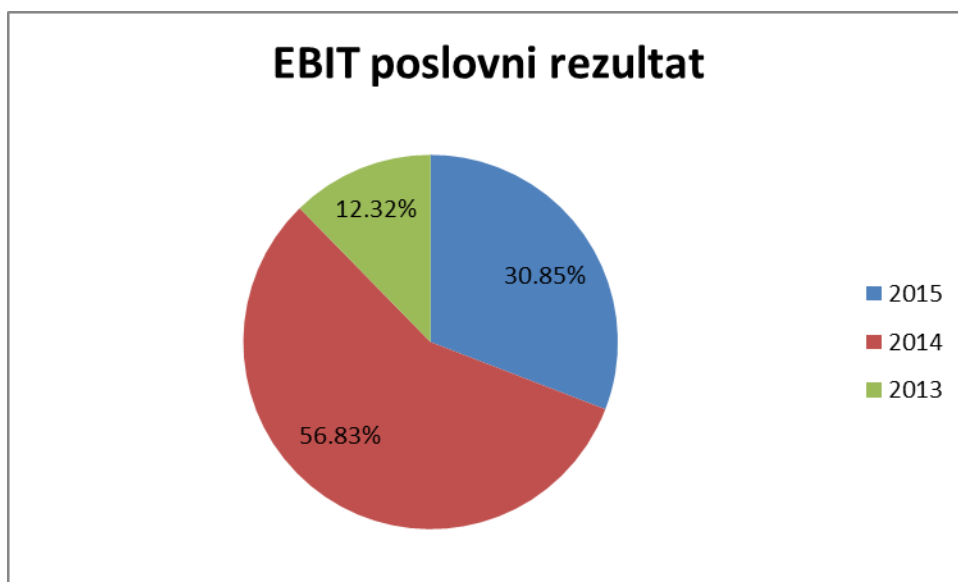
Neto kapital beleži rast svake godine u odnosu na prethodnu. U 2014. kapital raste za 13.86% u odnosu na 2013. godinu, a u 2015. godni taj rast iznosi 6.01% u odnosu na 2014. godinu.

Poslovni prihodi su novčano iskazan rezultat poslovanja. Svi realizovani prihodi spadaju u ukupan prihod.



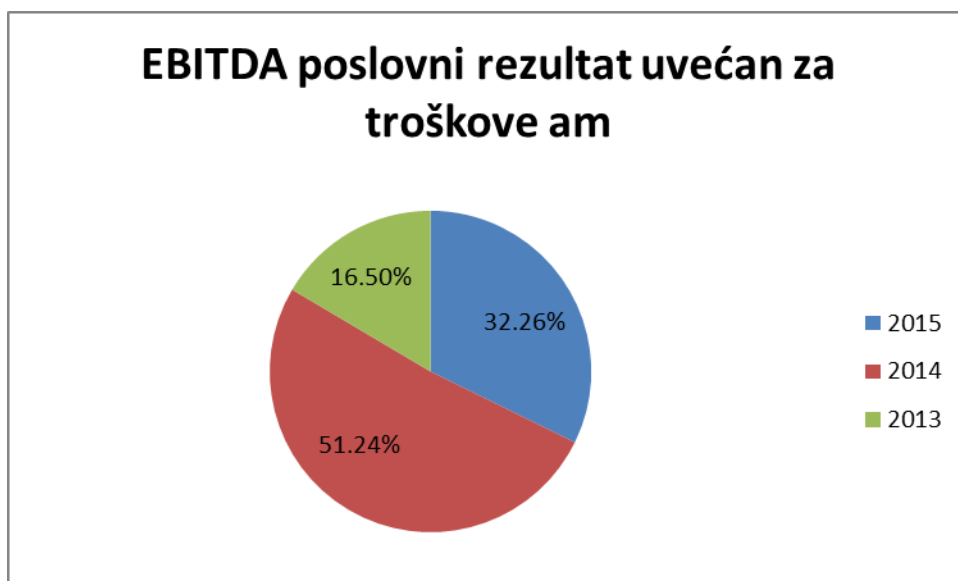
Poslovni prihodi su opali u 2015. godini u odnosu na 2014. godinu za 15.94% zbog situacije u zemlji i zbog smanjenog obima posla.

EBIT se poistovećuje sa poslovnim rezultatom, ali bez kamata i poreza na dobit.



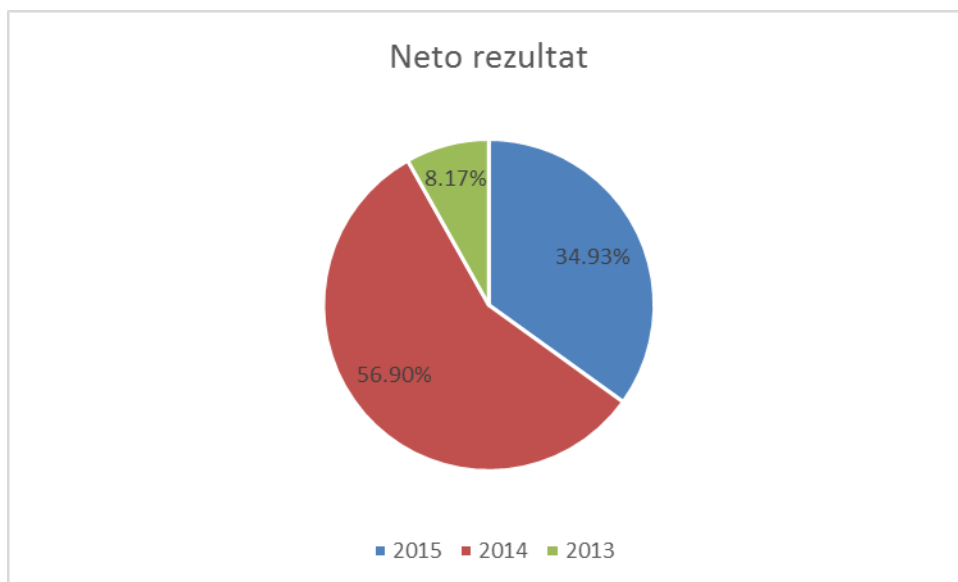
EBIT je opao za 25,98% u 2015. godini u odnosu na 2014. godinu.

EBITDA je mera profitabilnosti, koja ne smatra da trošak amortizacije predstavlja odliv gotovine, i za razliku od EBIT isključuje uticaj troškova amortizacije na profitabilnost.



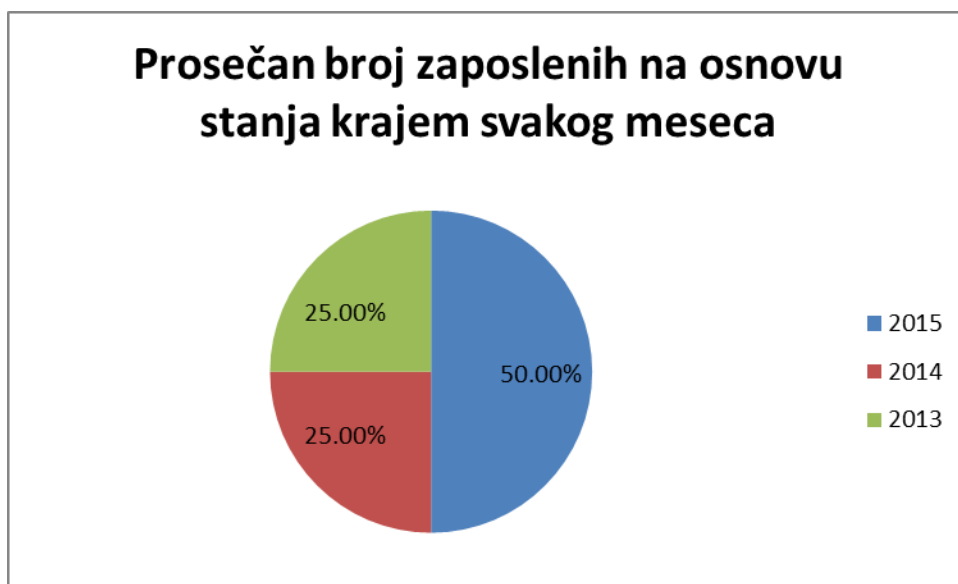
EBITDA takođe opada u 2015. u odnosu na 2014. godinu.

Neto rezultat se dobija razlikom ukupnih prihoda i ukupnih rashoda društva, sa porezom.



U 2014. godini dolazi do velikog neto dobitka u odnosu na 2013. godinu u iznosu od 48.73% , ali usled smanjenja obima poslovanja u 2015. godini dolazi do neto gubitka u iznosu od 21.97% u odnosu na 2014. godinu.

Broj zaposlenih pokazuje da li preduzeće ima društveni značaj. Ovo preduzeće nema veliki broj zaposlenih, i koriste visoku tehnologiju u svojoj proizvodnji.



Gotovinski ekvivalenti su kratkoročna likvidna ulaganja i mogu da se brzo pretvore u gotovinu. Misli se na menice, obveznice, čekove, hartije od vrednosti sa kratkim rokom dospeća, i gotovinski ekvivalenti se smatraju sastavnim delom gotovine.



U 2015. godini dolazi do velikog gubitka u odnosu na 2014. godinu.

Tabela br. 11: Vrednosti osnovnih pokazatelja

	2015	2014	2013
Poslovni prihodi	31.11%	47.05%	21.84%
Poslovna imovina	0.00%	0.00%	100.00%
Kapital	41.96%	35.95%	22.09%
EBIT poslovni rezultat	30.85%	56.83%	12.32%
EBITDA poslovni rezultat uvećan za troškove am	32.26%	51.24%	16.50%
Neto rezultat	34.93%	56.90%	8.17%
Gotovina i gotovinski ekvivalenti	24.49%	75.51%	0.00%
Prosečan broj zaposlenih	50.00%	25.00%	25.00%

3.5. Analiza troškova

“Troškovi su proizvod utroška faktora proizvodnje i njihovih cena po jedinici utroška.”(Paunović, 2008:162)

Ako nema trošenja, nema ni proizvodnje proizvoda, kao ni stvaranja vrednosti. Postoji više vrsta troškova. Prikazana je struktura troškova, radi lakšeg uvida u njihovu visinu, strukturu i dinamiku.

Tabela br. 12: Analiza troškova

Analiza troškova			
Godine	2015	2014	2013
Nabavna vrednost robe	9.39%	0.00%	0.00%
Troškovi materijala	58.66%	66.98%	72.87%
Troškovi zarada	28.24%	29.09%	14.32%
Troškovi amortizacije	3.71%	3.93%	3.76%
Ostali poslovni rashodi	0.00%	0.00%	9.05%

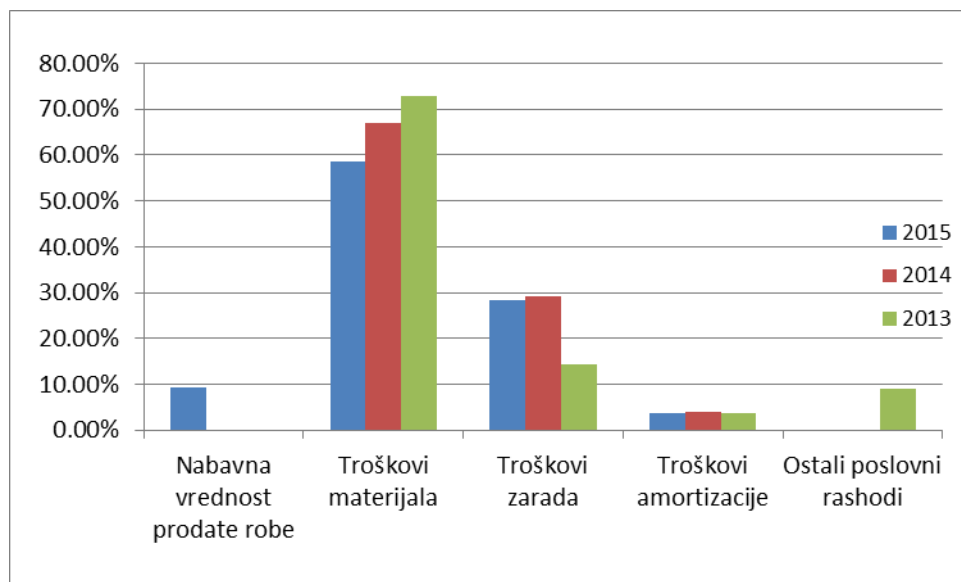
“Sistem obračuna troškova i učinaka predstavlja institucionalizovani instrument upravljanja preduzećem, koji obuhvata postupke prikupljanja, analize i obrade podataka o troškovima, koji se pripisuju odnosnim veličinama tj. učincima.”(Marjanović, 2008:83)

Glavni troškovi materijala u preduzeću “Nauka i praksa” su sirovinski materijal za dalju obradu, materijal koji se naručuje od podizvođača i elektromaterijal od dobavljača. Ovo preduzeće koristi dosta materijala u proizvodnji, smim tim su i troškovi materijala uvek prilično visoki.

Troškovi materijala su najviši od svih posmatranih troškova, ali iz godine u godinu opadaju. U 2014. padaju za 5,89% a u 2013. padaju za 8,32% u odnosu na prethodnu godinu.

Troškovi amortizacije beleže blagi porast u 2014. godini ali i isto toliki pad u 2015. godini.

Troškovi zarada rastu u 2014. godini za 14,77%, u 2015. blago opada za 0,85%



4. Altmanov Z-score, ocena kreditnog rizika

Altmanov Z-score model prikazuje u kakvom je finansijskom položaju posmatrano preduzeće. Cilj ove vrste analize je predviđanje i otkrivanje rizika od bankrotstva preduzeća. Z-score model koriste banke za odobravanje ili odbijanje kredita. Krediti se odobravaju ako je rezultat Z-Score iznad definisane granice, i obrnuto. "Odbojnost prema riziku je odbojnost prema neizvesnosti." (Mankiw, 2008:548)

Tabela br. 13: Altmanov Z score na primeru posmatranog preduzeća za period od 2013. do 2015. godine.

godina	2015	2014	2013
Z"	1.239296	1.526744	1.660984

Preduzeća čiji je rezultat manji od definisane granice, a ona iznosi 1,203 ulaze u crnu zonu i imaju veliku verovatnoću za bankrot. Opasnost od bankrota je 50% ako je preduzeće u "sivoj zoni" koja je od 1,23 do 2,90. 2,96 je gornja granica iznad koje se preduzeće smatra uspešnim, šansa za bankrot je vrlo mala, i to predstavlja belu zonu.

Z-score u našem slučaju pokazuje da je finansijska situacija unazad tri godine u "sivoj zoni". To znači da je opasnost od bankrota 50%, i da preduzeće mora nešto da uradi po tom pitanju, da bi popravio Z-score.

5. Zaključak

Da bi preduzeće pratilo današnji ubrzani tempo i da bi raslo i razvijalo se, treba da se ugleda na velike kompanije i da prati njihov način vođenja poslovanja. Menadžeri imaju vrlo bitnu ulogu jer daju primer ostalim zaposlenima.

“Menadžer treba uvek da ima vremena za razgovor sa drugim menadžerima ili kolegama iz struke kako bi izgradio odnos međusobnog poverenja.”(Vredenburg, 1984)

U savremenom poslovanju je očekivano i poželjno da preduzeće ima svoj zvanični Kodeks etike, tj. pravila ponašanja i poslovni bonton, kao i da bude društveno odgovorno preduzeće. Samo takvom politikom poslovanja može doći do zdravog rasta i širenja na tržištu. Datim primerom Kodeksa etike bi predmetno preduzeće zadovoljilo svoje potrebe, a kasnije bi dodavalo nove principe u zavisnosti od toka rasta i razvoja svog poslovanja.

Finansijska analiza obuhvata analizu poslovanja u prošlosti i sadašnjosti, kako bi se mogla napraviti prognoza poslovanja preduzeća u budućnosti. Njen zadatak je da ispita poslovanje i finansijsko stanje predmetnog preduzeća.

Na osnovu finansijske analize dobijaju se odgovori na pitanja o likvidnosti, rentabilnosti, zaduženosti, osnovnim pokazateljima itd. Uz pomoć ovih pokazatelja se donose odluke da li treba menjati politiku poslovanja ili treba nastaviti vođenje preduzeća u istom pravcu.

Prema urađenoj finansijskoj analizi zaključujemo da preduzeću raste likvidnost iz godine u godinu, što prognozira da preduzeće neće imati problema da izmiri svoje dospele obaveze na vreme.

Racio zaduženja je približne vrednosti, a korigovani racio zaduženja beleži pad, što ide u prilog poslovanju preduzeća.

Rentabilnost je u svim aspektima bila viša 2014. godine.

Poslovna imovina i neto kapital rastu iz godine u godinu.

Poslovni prihodi i neto rezultat su opali u 2015. godini.

Troškovi materijala imaju najvišu vrednost u analizi troškova, ali iz godine u godinu opadaju.

2014. godina je bila uspešnija od 2015. godine, a razlog za to je smanjen obim poslovanja u 2015.

Što se tiče posebnih hipoteza, sve su dokazane.

Svako preduzeće koje se razvija treba da se pridržava etičkih normi, da poštuje kolegijalnost inostranih partnera i da vodi poslovanje u skladu sa poslovnim moralom.

Preduzeće bi trebalo da ima svoj Kodeks etike i prikazali smo primer Kodeksa kakav bi trebalo predmetno preduzeće da ima.

Društvena odgovornost je vrlo bitna u savremenom poslovanju, i predmetno preduzeće posluje na društveno odgovoran način.

Finansijski pokazatelji prikazuju finansijski položaj preduzeća, uz čiju pomoć dolazimo do zaključka da li je poslovna politika preduzeća dobra ili je treba korigovati. U ovom slučaju, treba je korigovati u smeru pravljenja novih mreža generalnih distributera.

Horizontalna i vertikalna analiza daju odgovore o strukturi i razvoju pozicija bilansa stanja i uspeha.

Kombinacijom više finansijskih pokazatelja dolazimo do jasnijih podataka o poslovanju, zato smo uradili horizontalnu i vertikalnu analizu, racio analizu, analizu troškova, Z-score analizu i osnovne pokazatelje. Sve ukupno pokazuje pravu sliku o uspešnosti poslovanja preduzeća.

Kao što smo već rekli, preduzeću “Nauka i praksa” je najbitniji poslovni partner preduzeće “Otobir” iz Istanbula. Do poremećaja toka poslovanja je došlo usled terorističkih napada u Turskoj. Samim tim, dalje dolazi do smanjenog obima poslovanja, što se vidi iz urađene finansijske analize.

Obe strane se nadaju da će se situacija u Turskoj stabilizovati da bi se nastavio neometani tok poslovanja.

U međuvremenu, preduzeće “Nauka i praksa” treba da se posveti drugim teritorijama na kojima ima poslovne partnere i generalne distributere da bi minimizirala gubitke iz poslovanja i da bi nastavila da beleži pozitivne poslovne rezultate.

Literatura:

Vojislav Marjanović, „Controlling“, Univerzitet Singidunum, Beograd 2008.

Isak Kalderon Adižes, „Adižes o menadžmentu“, Hesperia edu, Beograd 2012.

Džek Kenfield, „Uspeh, što da ne“, Vulkan, Beograd 2013.

N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor, „Ekonomija“, Data Status, Beograd, 2008.

Tom Hopkins, „Kako ovladati veštinom prodaje“, Finesa, Beograd 2003.

Jonas Riderstrale, Kjelle Nordstrom, „Funky Business, Kapital igra kako talenat svira“, Plato, Beograd 2004.

Žarko S. Pavić, „Etika i poslovne komunikacije“, Univerzitet Singidunum, Beograd 2011.

Ivan Nikčević, „Poslovno pravo“, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011.

John Naisbitt, „Mentalni sklop“, Megatrend Univerzitet, Beograd 2009.

Blagoje Paunović, „Ekonomika preduzeća“, Ekonomski fakultet, Beograd 2008.

Stuart Diamond, „Dobiti više“, Samizdat B92, Beograd, 2015.

Robert Kiyosaki, Sharon Lehter, „Tok gotovog novca“, Finesa, Beograd, 2016.

Jacques Cory, „Activist Business Ethics“, Springer Science, Business Media, New York.2002.

Manisha Paliwal, „Business Ethics“, New Age International 2006.

Smarajit Kr. Mandal, „Ethics in Business and Corporate Governance“, Tata SMC Graw Hill, New Delhi, 2010.

Kotler P., „Marketing menadžment“, Data Status, Beograd, 2006.

Milisavljević M., Maričić B., Gligorijević M., „Osnovi marketinga“, Ekonomski fakultet, Beograd, 2007.

Keller L., Kotler P., „Marketing Management“, Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2009.

Dr Nedeljko Živković, „Integrirani sistemi menadžmenta“, Fakultet Organizacionih Nauka 2012.

Knežević G., Stanišić N., Mizdraković V., „Analiza finansijskih izveštaja“, Univerzitet Singidunum, Beograd 2013.

Barjaktarović, L., Jović Z., Milojević, M., “Poslovne finansije”, Univerzitet Singidunum, Beograd.

Zakon o računovodstvu i reviziji S. Glasnik RS br. 62/2013.

Nikola Stevanović, Dejan Malinić, Vlade Milićević, “Upravljačko računovodstvo”, Ekonomski fakultet 2007.

Ivanišević M., “Poslovne finansije”, Ekonomski fakultet u Beogradu 2012.

Dragan Đurčin, Dragan Lončar, “Menadžment pomoću projekata” Ekonomski fakultet, Beograd 2009.

Marko Ivaniš, Sandra Nešić, “Poslovne finansije”, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2011.

Jago A., „Leadership“, Management Science, 1982.

Vredenburg D., Maurer J., „A proces framework of organizational politics“, Human Relations 1984.

Privredni Savetnik, grupa autora 201, “Analiza i interpretacija finansijskih izveštaja - materijal za savetovanje”, Beograd, 2011.

Preuzeto 03.02.2017. sa sajta <http://www.metalac.com/images/pdf/KodeksPoslovneEtike.pdf>

Preuzeto 03.02.2017. sa sajta <http://www.hemofarm.com/Binary/116/Hemofarm-Principi-ponasanja2.PDF>

Preuzeto 03.02.2017. sa sajta <http://naukaipraksa.co.rs/o-nama/>

Preuzeto 21.01.2017. sa sajta http://www.ef.uns.ac.rs/Download/etika_poslovanja/20106-01_osnovni_problemi_etike_poslovanja_u_kompanijama.pdf autor: Branko Balj

Preuzeto 17.02.2017. sa sajta <http://www.savetzastampu.rs/cirilica/kodeks-novinara-srbije>

Preuzeto 18.02.2017. sa sajta <http://nuns.rs/codex/ethical-code/Saveti-etika.html>

Preuzeto 18.02.2017. sa sajta <http://marketingitd.com/2012/etika-internet-marketing/>

Preuzeto 19.03.2017. sa sajta www.politika.rs/sr/clanak/352283/Друштво/САНУ-проговорио-о-факултетским-плагијатима

Preuzeto 23.01.2017. sa sajta <http://pescanik.net/kako-do-doktorata-lako-slucaj-ministra-stefanovica/> autori: Uglješa Grušić, Slobodan Tomić, Branislav Radeljić 03.06.2014.

Preuzeto 02.03.2017. sa sajta https://hr.wikipedia.org/wiki/Citiranje_radova#Plagiranje

Preuzeto 17.01.2017. sa sajta <https://sr.wikipedia.org/sr-el/Интегритет>

Preuzeto 10.09.2016. sa sajta www.apr.gov.rs

Preuzeto 02.03.2017. sa sajta www.brainyquote.com/quotes/authors/p/peter_drucker.html