

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

DIPLOMSKO DELO

**IZDELAVA IN PRIMERJAVA BONITETNE OCENE
DVEH PODJETIJ V ISTI PANOGI**

Ljubljana, februar 2009

DAMJANA ŠKRJANEC

IZJAVA

Študentka Damjana Škrjanec izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Ponikvar Nine, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 06.02.2009

Podpis: _____

KAZALO

1. UVOD	1
2. BONITETA PODJETJA	2
2.1 OPREDELITEV POJMA BONITETE PODJETJA	2
2.2 NAMEN IN VLOGE BONITETNE OCENE	4
2.3 OCENJEVANJE BONITETE PODJETJA	6
2.3.1 RAČUNOVODSKI IZKAZI KOT PODLAGA ZA OCENJEVANJE BONITETE PODJETJA	8
2.3.1.1 Bilanca stanja.....	8
2.3.1.2 Izkaz poslovnega izida.....	9
2.3.2 KVANTITATIVNI IN KVALITATIVNI DEJAVNIKI PRESOJANJA BONITETNE OCENE PODJETJA	10
2.3.2.1 Količinski in kakovostni dejavniki ocene bonitete podjetja.....	10
2.3.2.2 Analiza količinskih in kakovostnih dejavnikov panoge.....	19
2.3.2.3 Primerjalna analiza količinskih in kakovostnih dejavnikov ocene bonitete podjetja in panoge	23
2.3.2.4 Oblikovanje mnenja o bonitetni oceni podjetja	23
3. OCENA BONITETE DVEH PODJETIJ V ISTI PANOGI	24
3.1 PREDSTAVITEV PODJETIJ ALFA D.O.O. IN BETA D.O.O.	24
3.1.1 Podjetje ALFA D.O.O.....	24
3.1.2 Podjetje BETA D.O.O.....	24
3.2 KAKOVOSTNI DEJAVNIKI PODJETIJ ALFA D.O.O. IN BETA D.O.O. TER DEJAVNOSTI F 45.210.....	25
3.2.1 Kakovostni dejavniki podjetja ALFA D.O.O.	25
3.2.2 Kakovostni dejavniki podjetja BETA D.O.O.	25
3.2.3 Kakovostni dejavniki dejavnosti F45.210, Splošna gradbena dela.....	26
3.3 Struktura bilance stanja in izkaza poslovnega izida podjetij Alfa d.o.o in Beta d.o.o.	27
3.3.1 Struktura bilance stanja	27
3.3.2 Struktura izkaza poslovnega izida	28
3.4 Količinski dejavniki podjetij Alfa d.o.o. in Beta d.o.o. v primerjavi s panogo	28
3.4.1 KAZALNIKI USPEŠNOSTI IN DONOSNOSTI.....	29
3.4.2 KAZALNIKI FINANCIRANJA	31
3.4.3 KAZALNIKI OBRAČANJA	33
3.4.4 KAZALNIK LIKVIDNOSTI.....	34
3.4.5 KAZALNIK INVESTIRANJA IN SOLVENTNOSTI.....	35
4. OBLIKOVANJE MNENJA O BONITETI PODJETIJ ALFA D.O.O. IN BETA D.O.O.	36
5. SKLEP	37

6. LITERATURA IN VIRI	38
------------------------------------	-----------

PRILOGE

1. UVOD

Vsako podjetje je pri doseganju svojih poslovnih ciljev vpeto v nešteta poslovna razmerja. Od svojih poslovnih partnerjev pričakuje vestno in odgovorno sodelovanje, predvsem pa, da bodo postali in ostali stalni poslovni partnerji. Poleg tega pričakuje tudi poslovno moralo in s tem korektne poslovne odnose, ki zahtevajo dobro poznavanje sebe in podjetij, s katerimi sodeluje.

Poslovno okolje, v katerem delujejo podjetja, pa je, kot vemo, prepojeno z različnimi tveganji. Obvladovanje tveganj je postalo eden od ključnih dejavnikov uspešnosti v sodobnem poslovanju in prvi pogoj za ohranjanje konkurenčne sposobnosti podjetja. V tržnem gospodarstvu so podjetja pri poslovanju prepuščena sama sebi, sama so odgovorna za svoje poslovanje, posledice napačnih poslovnih odločitev pa morajo nositi sama. Tržno gospodarstvo torej pomeni individualizacijo tveganja in individualno prevzemanje odgovornosti za uresničitev ali neuresničitev poslovnih načrtov. Zato morajo biti poslovni subjekti pazljivejši pri vzpostavljanju poslovnih stikov z bodočimi poslovnimi partnerji, še posebej s tistimi, s katerimi še nimajo lastnih izkušenj. Razen tega morajo zaradi razgibanosti sprememb poizvedovati tudi po informacijah o že obstoječih poslovnih partnerjih.

Vedno bolj uveljavljen vir informacij o obstoječih oziroma potencialnih poslovnih partnerjih predstavlja ocena bonitete podjetja, s katero opravičimo poslovne odnose in zaupanje v določeno podjetje. Gledanja na vsebino pojma boniteta so zelo različna; bistvena razlika med tradicionalnim in novejšim pojmovanjem je v motivih, upoštevanih dejavnikih, podatkovnih podlagah in analitičnih prijemih (Knez-Riedl, 2000, str. 19-20). Zavedanje tveganj in nov odnos do njih uveljavljata oceno bonitete podjetja kot odločevalno podlago v raznovrstnih poslih. Dejavnike, od katerih je ocena bonitete podjetja odvisna, lahko razdelimo na količinske in kakovostne, vendar pa moramo upoštevati tudi dejstvo, da na oceno bonitete podjetja vplivajo tudi značilnosti panoge kot neposrednega zunanjega okolja ter gospodarstva, v katerem podjetje deluje.

V diplomskem delu najprej opredelim pojem bonitete podjetja, količinske in kakovostne kazalnike, s katerimi jo merimo, ter dejavnike, ki gradijo oceno bonitete. V diplomskem delu tako obravnavam podjetniške in panožne dejavnike, ki vplivajo na poslovanje podjetja in posledično na njegovo bonitetno oceno. Zato teoretičnemu delu sledi primerjava ocen bonitet dveh podjetij v isti panogi. V tem delu prikazujem, kakšna je bonitetna ocena teh dveh podjetij na podlagi količinskih in kakovostnih dejavnikov in kako podjetniški in panožni dejavniki vplivajo na to, da se bonitetna ocena obeh analiziranih podjetij razlikuje. V sklepu povzemam in podajam strnjene ugotovitve celotnega diplomskega dela.

2. BONITETA PODJETJA

Podjetja so danes pri svojem poslovanju usodno povezana med seboj in pa z okoljem, ki postaja vedno bolj razgibano in negotovo. Zato narašča potreba po obvladovanju okolja samega ter po zmanjševanju negotovosti in tveganj, ki iz njega izhajajo. Način, kako si lahko podjetja zagotovijo uspešnost in obvladovanje okolja, je pravočasno odkrivanje priložnosti in nevarnosti v poslovanju z nenehnim pridobivanjem informacij, med katere sodijo tudi bonitetne informacije.

V razvitih tržnih gospodarstvih je preverjanje bonitete obstoječih in bodočih poslovnih partnerjev nekaj povsem običajnega, medtem ko pri nas ocenjevanju bonitete poslovanja podjetja do nedavnega ni bila namenjena tolikšna pozornost, kot bi morala biti. Poslovanje v razmerah dogovorne ekonomije namreč ni bilo tako tvegano kot je danes v tržni ekonomiji. Še do nedavnega je namreč pri nas veljala miselnost, da nobeno podjetje ne sme propasti, pa čeprav je bilo neučinkovito in razvojno povsem neperspektivno. V tržnem gospodarstvu je podjetje povsem odgovorno za svoje delovanje in nadaljnji razvoj. Posledice za vse napačne poslovne odločitve mora nositi samo. Podjetja morajo svoje poslovne partnerje dobro poznati in nenehno spremljati njihove poslovne korake. Zato so informacije o boniteti poslovanja podjetij, zlasti v negotovih gospodarskih razmerah, zelo iskane (Habjan, Kosec & Žavbi, 1991, str. 51-52).

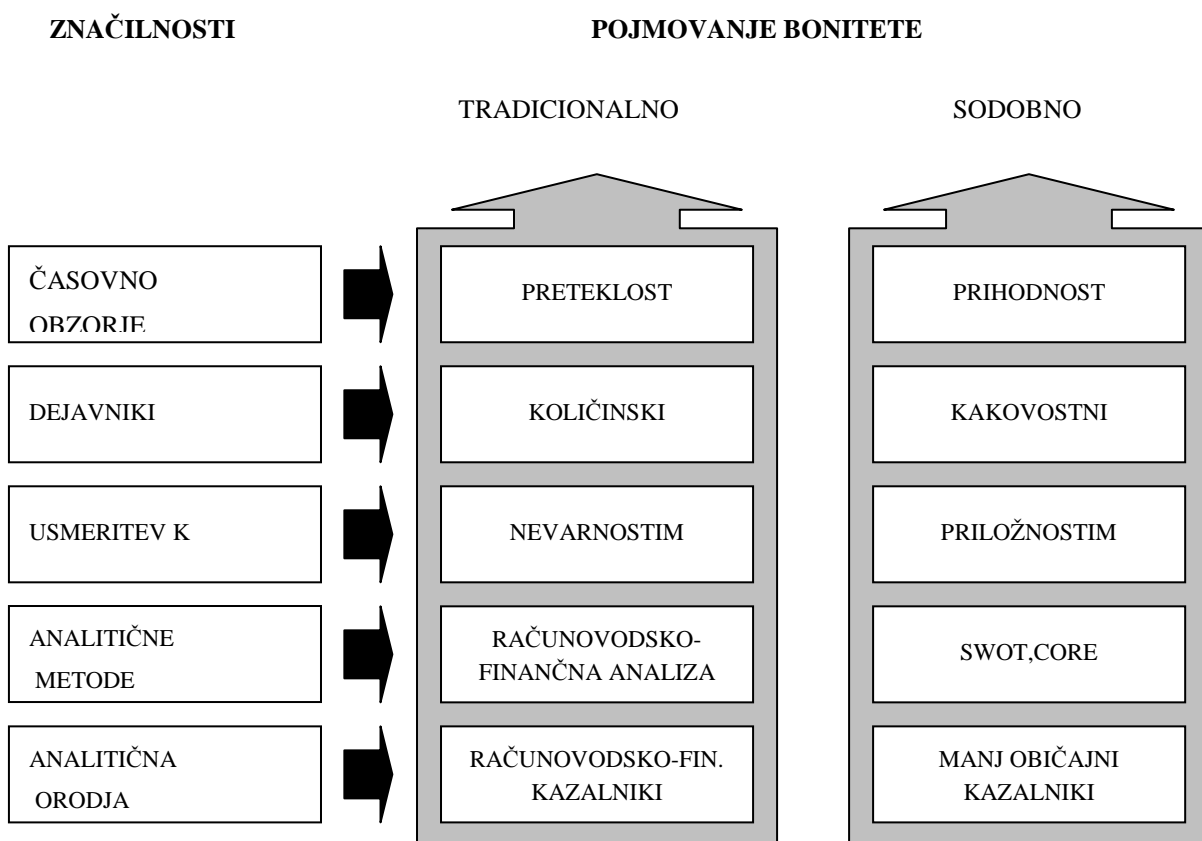
2.1 OPREDELITEV POJMA BONITETE PODJETJA

Dokler se boniteta ni pričela uveljavljati kot lastnost podjetja, je ta izraz označeval le ugodnost nekaterih oseb (glede na njihov položaj, starost, poklicno razvrstitev), v manjši meri tudi stvari (na primer zemljišč, blaga, vrednostnih papirjev, terjatev) (Knez-Riedl, 1998, str. 19). Beseda boniteta izvira iz latinskih besed "*bonus*" (dober, sposoben, prednosten) oziroma "*bonitas*" (ugodnost, dobrota, odličnost, pravičnost) in tako odraža pozitivne lastnosti nekoga (pravne ali fizične osebe) ali nečesa (terjatev, vrednostnih papirjev, obveznosti). Boniteto lahko razumemo kot kakovost, vrednost posameznika, podjetja, stvari, zemljišč (Brvar, 1998, str. 26). Danes boniteto razumemo kot informacijo o finančnem in premoženjskem stanju podjetja, prav tako nam veliko pove o uspešnosti poslovanja podjetja, poleg tega pa zajema tudi informacije o poslovodstvu, zgodovini, statusu, pomembnejših strateških načrtih podjetja in njegovi organiziranosti (Brvar, 1998, str. 26).

Definicije pojma bonitete podjetja niso enotne. Ožje opredelitve jo enačijo s plačilno zanesljivostjo podjetja, z njegovo plačilno in/ali kreditno sposobnostjo (Knez-Riedl, 2000, str. 19). Takšno izpostavljanje ter upoštevanje zgolj posameznih lastnosti podjetja (med temi še posebej likvidnosti, finančne varnosti, donosnosti) je značilno za tradicionalno pojmovanje

bonitete podjetja. Le-ta upošteva predvsem lastnosti podjetja, ki se jih upošteva pri presoji finančne varnosti naložb. Sodobno pojmovanje bonitete podjetja upošteva še lastnosti in značilnosti podjetja ter njegove povezave z okoljem. V sodobnem pomenu odraža boniteta podjetja kakovost njegovega poslovanja, ki se kaže v zanesljivosti, solidnosti, uspešnosti in perspektivnosti podjetja (Knez-Riedl, 1998, str. 18-19).

Slika 1: Primerjalni prikaz tradicionalnega in sodobnega pojmovanja bonitete podjetja



Vir: Knez- Riedl, 2000, str. 22.

Slika 1 prikazuje prikaz tradicionalnega in sodobnega pojmovanja bonitete podjetja. Kot vidimo se tradicionalno in sodobno pojmovanje bonitete razlikuje po časovnem obzorju, dejavnikih, po usmeritvi, analitičnih metodah in analitičnih orodjih.

Boniteta podjetja v tradicionalnem pomenu odkriva v glavnem preteklo dogajanje in stanje v podjetju. Pri tem se ne omejuje zgolj na podjetje, ampak upošteva tudi dogajanja in stanja v njegovem okolju. Bistvena razlika je nadalje tudi v tem, da upošteva tradicionalno pojmovanje le lastnosti, ki jih je možno kvantificirati. Sodobno opredeljevanje ob teh vse bolj v obzir jemlje kvalitativne lastnosti, t.i. »mehke elemente«, in med njimi vse bolj potenciale podjetja (Knez-Riedl, 1998, str. 19). Sodobno pojmovanje bonitete pomeni torej nadgradnjo tradicionalnega modela ocenjevanja bonitete podjetja. Poleg ocene preteklega poslovanja podjetja vključuje tudi priložnosti in razvojne strategije podjetja v prihodnosti. Za tako

analizo je sodobno ocenjevanje bonitete podjetja razširilo nabor kazalnikov in pričelo uporabljati novejša analitična metoda, kot sta na primer SWOT in CORE¹. Prikaz nadgradnje tradicionalnega modela ponazarja Slika 1.

Da pa je dojemanje bonitete podjetja danes sodobnejše in kompleksnejše, je posledica vrste medsebojno prepletenih razlogov, kot so družbeno politične spremembe, kompleksnejše okolje (razen poslovnega tudi kulturno, tehnično, politično, izobraževalno, naravno), napredek znanosti in tehnike s pozitivnimi in negativnimi učinki, informatizacija družbe, globalizacija, splošna gospodarska nihanja, krizne okoliščine in stečaji podjetij ob vzporednem spreminjanju vrednot in načina mišljenja (okoljska ozaveščenost). Navedeni procesi in pojavi so posredno in neposredno izpostavili pomen bonitete podjetij. S svojim vplivanjem na okolje podjetja ter na obnašanje oziroma lastnosti podjetij zvišujejo riziko in negotovost. Bonitetne informacije so pričele pridobivati vlogo instrumenta za zmanjšanje rizika nepravilnih poslovnih odločitev glede navezovanja, ohranjanja in nadgradnje poslovnih razmerij. Vse bolj pa se uveljavlja tudi njihova usmerjevalna vloga oziroma pomen pri uresničevanju strategij (Knez-Riedl, 1998, str. 52).

2.2 NAMEN IN VLOGE BONITETNE OCENE

Napredek v miselnosti in ozaveščenosti podjetij in njihovih managerjev upošteva ne le tveganja in nevarnosti, marveč tudi priložnosti. Ta vidni preobrat se kaže v zavedanju podjetij, da delujejo kot družbeni podsistemi. Zato njihova odgovornost ni le ekonomska in pravna, marveč je širša, družbena. To pridaja boniteti podjetja nove vloge.

Nekoč je bil glavni namen ocene bonitete podjetja zavarovanje pred finančnimi tveganji in s tem zagotavljanje finančne varnosti. Kot takšna je bila ocena bonitete podjetja pripomoček za izbiro poslovnih partnerjev, vendar upošteva le finančna ali še ožje, le kreditna tveganja. Danes se podjetja zavedajo raznovrstnosti tveganj. Pozorna so na gospodarska, družbena, politična, kulturna in okoljska tveganja v njihovi nacionalni, mednarodni in svetovni razsežnosti. Poznavanje ocene bonitete poslovnih partnerjev sproža izločanje tistih, s katerimi je bolj tvegano sodelovati. Gre za značilno negativno izbiranje poslovnih partnerjev (Knez-Riedl, 2000, str. 24).

Danes zasnova ocene bonitete podjetja poudarja tudi pozitivno izbiranje in usmeritev k priložnostim. Tako podpira tako imenovano proaktivno obnašanje podjetja, ki išče priložnosti v sodelovanju z obetavnimi poslovnimi partnerji. Ta nova vloga ocene bonitete podjetja se udejanja pri sklepanju kooperacijskih pogodb, pri oblikovanju in razvijanju partnerstev in

¹ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) – pomeni kratico za analizo prednosti in pomankljivosti ter priložnosti in nevarnosti; CORE (Context, Overview, Ratios, Evaluation) – pomeni kratico za metodo vrednotenja strategij.

zavezništev ter pri tkanju omrežij. Poznavanje ocene bonitete podjetja, preoblikovane v informacijo, izboljšuje kakovost komunikacij znotraj podjetja (med poslovodnimi delavci in lastniki podjetja, med njimi in zaposlenimi ter med zaposlenimi) ter med podjetjem in okoljem (poslovnimi partnerji, vladnimi in drugimi inštitucijami, javnostjo). Poleg vsebine, ki jo opredeljuje razkrivanje dejstev, vpliva na zanimanje in razvoj zaupanja tudi način komuniciranja. Z oceno bonitete podjetja, njenim ugotavljanjem in seznanjanjem z njo lahko odpravimo vrzeli v komuniciranju, prispevamo k pretvorbi formalnega komuniciranja v tvorno izmenjavanje mnenj oziroma v razpravo (tako v podjetju kot v njegovem okolju). Tako lahko ocena bonitete podjetja pripomore k doseganju komunikacijskih ciljev, kot so: poznavanje podjetja, poudarjanje njegovih prednosti, večanje zanimanja za podjetje, razumevanje ravnanja podjetja, vzpodbujanje dejanj podjetja v prid uresničitvi njegovih ciljev in strategij (Knez-Riedl, 2000, str. 24).

Boniteta podjetja je lahko sredstvo defenzivne ali ofenzivne komunikacijske politike podjetja. V prvem primeru deluje kot komunikacijsko sredstvo le na zahtevo ali zaradi zavračanja slabega mnenja, v drugem pa gre za vnaprejšnje ravnanje in za zavestno širjenje komunikacijske mreže s pomočjo bonitete podjetja.

Boniteta podjetja je predvsem sporočilo oziroma priporočilo poslovnim partnerjem, pa naj se seznanijo z njo neposredno, iz podjetja, ali preko posrednikov. Dopolnjujejo jo s svojimi izkušnjami. Hkrati so za takšno sporočilo oziroma priporočilo zainteresirane tudi druge inštitucije, interesne skupnosti in vse bolj tudi širša javnost. S tem postaja ocena bonitete podjetja pomembna za oblikovanje javnega mnenja o podjetju, za oceno njegove družbene odgovornosti in znotraj nje čedalje bolj okoljske odgovornosti. Veliko težo pri oblikovanju javnega mnenja ima vključenost podjetja v reševanje pereče družbene problematike. Pri tem je pomembna skladnost deklariranih načel z dejanskim ravnanjem. Le tako je možno zanimanje partnerjev in javnosti nadgraditi v zaupanje. Zato je bolj smiselno kot poudarjanje pozitivne podobe seznanjanje s stvarnimi cilji in možnostmi podjetja. Te nove vloge ocene bonitete podjetja omogočajo, da podjetje opozarja nase, se prebija iz množice drugih ali iz anonimnosti, izboljšuje svoj pogajalski položaj in utrjuje zaupanje drugih vanj (Knez-Riedl, 2000, str. 26).

V razvitih tržnih gospodarstvih je preverjanje bonitete bodočih poslovnih partnerjev nekaj povsem običajnega, medtem ko v Sloveniji ocenjevanju bonitete poslovanja podjetja do nedavnega ni bila namenjena takšna pozornost, vendar pa se pomembnost dobre bonitete danes vse bolj kaže tudi v Sloveniji.

Boniteta podjetja je osnova zdrave poslovne politike in razvoja. Nobena od aktivnosti organizacijskega prestrukturiranja, lastniške transformacije, uvajanja novih investicijskih programov, izdaje vrednostnih papirjev, finančne politike, javnih natečajev in upravljanja podjetja ni možna, preden se ne oceni boniteta podjetja.

S pomočjo dobro pripravljene ocene bonitete podjetja lahko vodstveni delavci oz. tudi drugi uporabniki sprejemajo dobre poslovne odločitve. Nemalokrat so se podjetja na podlagi ocen bonitet izognila izgubi, ki bi nastopila v primeru, da bi sodelovali s podjetjem, za katerega je bila ugotovljena slaba bonitetna ocena.

Poznavanje bonitetne ocene obstoječih in potencialnih poslovnih partnerjev, pa tudi lastne ocene bonitete podjetja, je eden izmed temeljnih pogojev kakovostnega poslovnega odločanja glede ohranjanja in navezovanja poslovnih razmerij. Zlasti dragocena so dolgoročna razmerja, prav za te pa je nevarnost zmot v presojanju perspektivnosti povezave lahko najusodnejša. Seznanjenost z bonitetno oceno podjetja zmanjšuje tveganje napačnih odločitev, ki lahko podjetje oškodujejo in celo ogrožajo, utegnejo ga tudi odvrniti od perspektivnih naložb in drugih poslovnih potez. Vedno bolj do izraza prihaja pomen bonitetne ocene za uresničevanje strategij in doseganje dolgoročnih ciljev podjetja. Tudi v tem kontekstu je poleg ocene bonitete poslovnih partnerjev enako pomemben lasten bonitetni položaj.

Namen presojanja bonitetne ocene podjetja je zagotoviti kakovostno odločitveno podlago pri sklepanju novih poslovnih razmerij, obnavljanju, utrjevanju in krepitvi obstoječih poslovnih razmerij, spoznavanju in upravljanju lastne bonitetne ocene podjetja.

V današnjih razmerah postaja odločanje čedalje bolj zapleteno, zavedanje posledic današnjih odločitev za prihodnost podjetja in odgovornost zanje pa je vse večja. Dosedanja praksa, da se je možno odločiti le na podlagi delnih podatkov o preteklosti, se umika potrebi po celovitejši presoji. Glede na to je treba upoštevati čim več bistvenih vidikov, ki nakazujejo možnosti podjetja v prihodnosti (Knez-Riedl, 2000, str. 45).

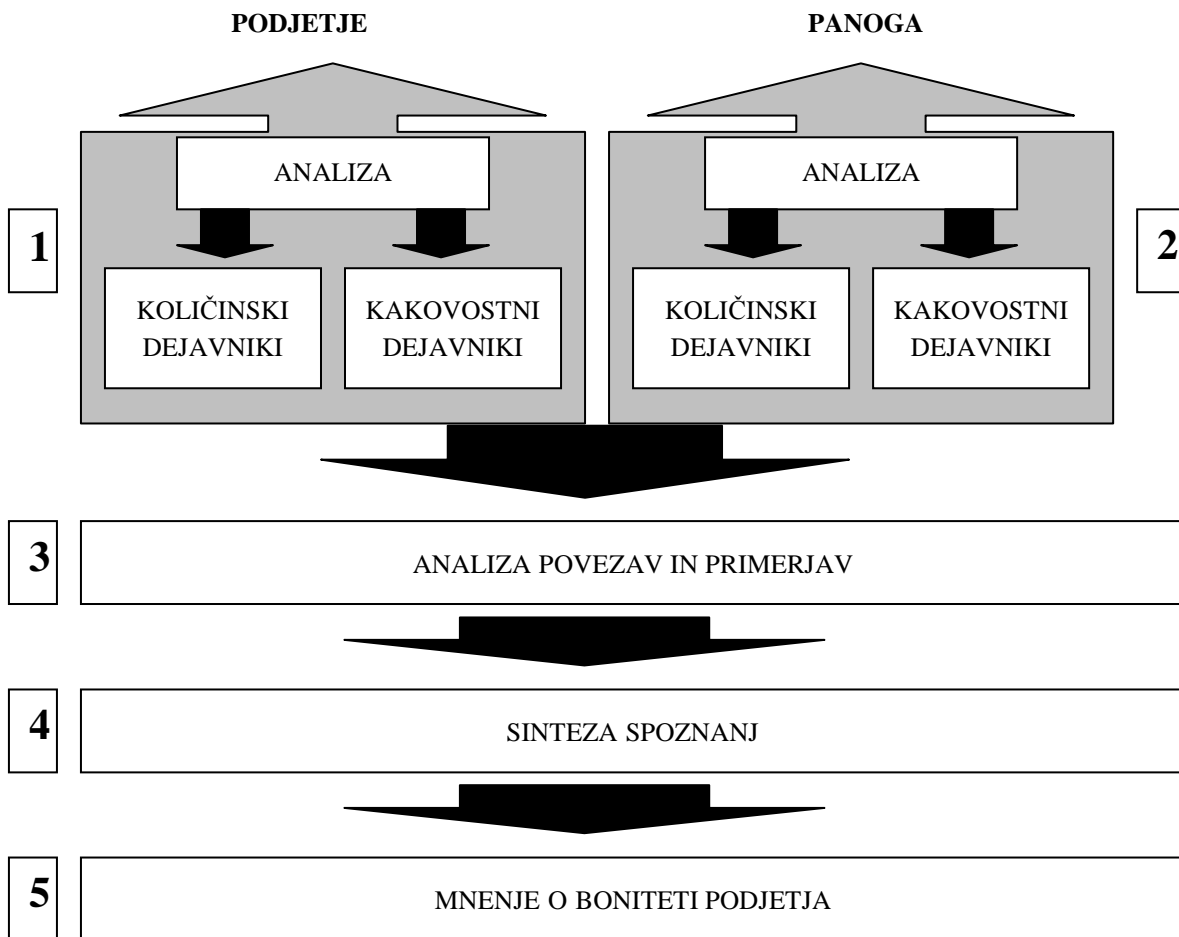
Zato je glavni cilj presojanja bonitete podjetja upoštevanje vsega, kar je zanjo bistveno v sodobni poslovni stvarnosti. V skladu s tem ciljem se presoja bonitete podjetja opira na prenovljene količinske dejavnike bonitete podjetja, bistveno bolj kot drugi obstoječi načini pa poudarja tudi kakovostne dejavnike. Med prvimi se, sicer še vedno prevladujočim finančno-računovodskim kazalnikom, pridružujejo kazalniki, izračunani iz drugih poslovnih evidenc. Na področju kakovosti, inovacijske dejavnosti in skrbi za okolje ima razvoj kazalnikov izrazite značilnosti učenja (Knez-Riedl, 2000, str. 46).

2.3 OCENJEVANJE BONITETE PODJETJA

Bonitetno oceno podjetja je mogoče ocenjevati ob neprestanem spremljanju doseženih rezultatov poslovanja, primerjanju le teh z načrtovanimi in z dosežki drugih v okolju in panogi. Precej podatkov o finančnem poslovanju in o uspešnosti podjetja lahko dobimo iz računovodskih izkazov, kot sta bilanca stanja in izkaz poslovnega izida. Za presojanje bonitetne ocene podjetja je možno več načinov oziroma modelov. Presojanje bonitetne ocene

podjetja zahteva takšen model, ki je prilagojen trenutnim razmeram ter pričakovanjem glede uspešnega podjetja, primerne za partnerstvo.

Slika 2: Temeljna zasnova modela presojanja bonitete podjetja



Vir: Knez- Riedl, 2000, str. 51.

Kot je razvidno iz Slike 2 je presojanje bonitete organizirano v petih korakih, in sicer iz analize podjetja in analize panoge; tu so obravnavani količinski in kakovostni dejavniki. Sledita analizi povezav dejavnikov podjetja in panoge, na podlagi teh so povzete ugotovitve in na koncu je oblikovano mnenje o boniteti podjetja.

V nadaljevanju prikazujem računovodske podatke kot osnovo za oceno bonitete podjetja. Sledi predstavitev kvalitativnih in kvantitativnih dejavnikov presojanja bonitetne ocene podjetja.

2.3.1 RAČUNOVODSKI IZKAZI KOT PODLAGA ZA OCENJEVANJE BONITETE PODJETJA

Računovodski izkazi so del računovodskega poročanja in predstavljajo urejeno računovodsko predstavitev finančnega stanja in poslov podjetja v preteklosti. Namen računovodskih izkazov je dajati informacije o finančnem stanju, dosežkih in tokovih podjetja, ki širšemu krogu porabnikov koristijo pri gospodarskem odločanju (Mednarodni računovodski standardi, 2001, str. 53).

Osnovni računovodski izkazi so bilanca stanja, izkaz poslovnega izida, izkaz finančnega izida in izkaz gibanja kapitala. Bilanco stanja in izkaz poslovnega izida obvezno sestavljajo vse gospodarske družbe, izkaz finančnega izida in izkaz gibanja kapitala pa le velike in srednje družbe ter majhne družbe, s katerih vrednostnimi papirji se trguje na organiziranem trgu (Zakon o gospodarskih družbah, 2006, str. 231). V nadaljevanju sta podrobneje predstavljena dva, v praksi najpogosteje uporabljena izkaza, in sicer bilanca stanja ter izkaz poslovnega izida.

2.3.1.1 Bilanca stanja

Bilanca stanja je računovodski izkaz, ki kaže višino in strukturo sredstev podjetja v določenem trenutku. Rečemo lahko tudi, da bilanca stanja prikazuje premoženje (sredstva), s katerimi podjetje razpolaga na določen dan, in vire financiranja, s katerimi podjetje to premoženje financira (obveznosti do virov sredstev). Če na bilanco stanja gledamo bolj iz finančnega zornega kota, lahko sredstva opredelimo kot naložbe, obveznosti do virov sredstev pa kot vire financiranja teh naložb. Bilanca stanja torej kaže finančni položaj podjetja na določen dan. Sestavlja se najmanj enkrat na leto in se nanaša na zadnji dan poslovnega leta ter je objavljena v letnem poročilu podjetja. Vsebinsko gre za končno bilanco stanja, ki je enaka začetni bilanci stanja naslednjega leta. Za notranje potrebe podjetja se bilanca stanja lahko sestavlja tudi večkrat na leto, predvsem ob določenih dogodkih, ki zahtevajo ugotovitev finančnega položaja podjetja (Igličar & Hočevar, 1997, str. 51-53).

Če bi v določenem poslovnem sistemu izoblikovali le bilanco stanja, bi ostali brez informacij o poslovnem izidu. Pravzaprav nam tudi bilanca stanja omogoča ugotoviti dobiček ali izgubo, toda le, če imamo dve različni bilanci stanja za dva različna predračunska ali obračunska trenutka. Poslovni izid je ugotovljiv kot razlika med končnim in začetnim stanjem kapitala v bilanci stanja. Ker pa je temeljni poslovni izid razlika med vsemi prihodki in vsemi odhodki določenega časovnega obdobja, je možno z oblikovanjem računovodskih informacij o odhodkih in prihodkih ugotavljati temeljni poslovni izid neposredno kot razliko med njimi.

Tako računovodske informacije oblikujemo in izkazujemo v bilanci uspeha (Turk & Melavc, 1998, str. 459).

Sredstva so v obliki pravic (naložbe v podjetju), stvari ter denarja in so praviloma potrebna za uresničevanje poslovnih nalog. Po Slovenskih računovodskih standardih so sredstva urejena na stalna in gibliva sredstva. Stalna sredstva so lahko opredmetena in neopredmetena ter v obliki dolgoročnih finančnih naložb. Njihov čas preoblikovanja v denarno obliko je dolg. Gibliva sredstva so urejena po načelu rastočega preoblikovanja v denar, to je po načelu rastoče likvidnosti sredstev. Tudi ta sredstva so lahko v obliki stvari (zaloge), pravic (terjatve, kratkoročne finančne naložbe) in denarja (Mramor, 1993, str. 154).

Obveznosti do virov sredstev kažejo stanje financiranja podjetja. Sestavljajo jih kapital dolgoročne rezervacije, dolgoročne in kratkoročne obveznosti iz poslovanja in iz financiranja ter pasivne časovne razmejitev. S kapitalom se trajno financira poslovno dejavnost in se praviloma vrne lastnikom le tedaj, ko je podjetje likvidirano (po razprodaji premoženja in po predhodni poravnavi vseh dolgov). Dolgoročne in kratkoročne obveznosti iz financiranja in poslovanja so najeta dolgoročna in kratkoročna posojila in ostale obveznosti do upnikov (do delavcev, do dobaviteljev, do države ipd.) (Mramor, 1993, str. 154).

Osnovno pravilo uravnoteženja bilance je, da so dolgoročna sredstva pokrita z dolgoročnimi viri. Med dolgoročnimi viri je potrebno ločiti lastne vire (kapital) in dolgoročno najete kredite. Udeležba lastnega kapitala mora biti čim večja. Prav tako je pomembno, da so uravnotežena kratkoročna sredstva in kratkoročni viri. Pomembna je tudi usklajenost terjatev do kupcev in obveznosti do dobaviteljev. Na podlagi bilance stanja presojava premoženjski in finančni položaj z vidika sestave dinamike in obsega sredstev ter virov sredstev. Temeljno načelo poslovanja je, da ima gospodarska družba primerno sestavo sredstev in virov financiranja (Mramor, 1993, str. 154).

2.3.1.2 Izkaz poslovnega izida

Temeljni cilj izkaza poslovnega izida je ugotoviti poslovni izid podjetja kot posledico prihodkov in odhodkov v določenem časovnem obdobju. Že sama ugotovitev razkriva pomembnost izkaza poslovnega izida kot informacije. Znano je, da številne okoliščine vplivajo, da je računovodsko ugotovljeni poslovni izid praviloma drugačen od poslovnega izida po ekonomskih merilih. Izrazna moč izkaza poslovnega izida je tem večja, čim boljše analizo v tem pogledu omogoča. Izkaz poslovnega izida nam torej kaže uspešnost poslovanja podjetja v določenem obdobju (Bergant, 1998, str. 20).

Izkaz poslovnega izida je dinamičen računovodski izkaz, saj se nanaša na obdobje in ne na določen časovni trenutek. Pri sestavljanju izkaza poslovnega izida moramo zato vedno navesti

obdobje, na katerega se nanaša (na primer mesečni, polletni, letni izkaz poslovnega izida). Letni izkaz poslovnega izida zajema prihodke in odhodke celotnega poslovnega leta. Ni kumulativen izkaz, saj se v njem seštevajo zgolj prihodki in odhodki, ustvarjeni v posameznem obdobju. To pomeni, da v letnem izkazu poslovnega izida seštejemo vse prihodke in odhodke, dosežene v poslovnem letu, in ugotovimo poslovni izid. Logika sestavljanja izkaza poslovnega izida je torej seštevanje prihodkov in odhodkov v določenem obdobju in ne presek podjetja na določen dan v letu, kot velja za bilanco stanja (SRS 25, 2006, str. 142-143).

Podatki iz računovodskih izkazov pri presojanju bonitetne ocene podjetja pridobijo na analitski vrednosti, ko se izdelata prikaz gibanja osnovnih ekonomskih kategorij in kazalcev v času in naredi primerjava z dosežki in gibanji drugih sorodnih podjetij. Za verodostojno presojo bonitetne ocene podjetja ne zadoščajo zgolj številke iz računovodskih izkazov. Računovodski izkazi so pomembni, a še zdaleč ne zadostni za presojo bonitetne ocene. Vpliv kvalitativnega dela podatkov na končno bonitetno oceno podjetja ima v nekaterih primerih večjo težo od številčnega dela podatkov (Knez-Riedl, 2000, str. 36).

2.3.2 KVANTITATIVNI IN KVALITATIVNI DEJAVNIKI PRESOJANJA BONITETNE OCENE PODJETJA

Dejavniki, ki vplivajo na presojo bonitete posameznega podjetja, so dveh vrst. Količinski dejavniki temeljijo na objektivnih kazalcih v zvezi s poslovanjem podjetja, kakovostni pa so manj objektivni, saj se nanašajo na težje merljive značilnosti poslovanja podjetja.

2.3.2.1 Količinski in kakovostni dejavniki ocene bonitete podjetja

Analiza ocene bonitete podjetja je razdeljena na dva temeljna sklopa, na analizo količinskih in kakovostnih dejavnikov. Boniteta podjetja je namreč odvisna od širokega spektra dejavnikov. Pri presojanju bonitete se uveljavljajo dejavniki, odločilni za uspeh podjetja. To so ponavadi ključni ali pomembni dejavniki uspešnosti, ki so odločilni tudi za dolgoročno uspešnost podjetja. Kot kakovostne dejavnike opredeljujemo »mehke prvine«, kjer je merjenje količin le delno možno ali pa sploh ne, velikokrat pa tudi ni smiselno. Količinski dejavniki bonitete podjetja pa so dejavnosti, stanja, izidi in razmerja, ki jih je možno meriti. Odsevajo okoliščine in izide poslovanja v natančnem merljivem smislu. Prikazujemo jih zbrane v sistemu kazalnikov.

1. Količinski dejavniki

Za presojanje bonitete podjetja je predvidenih 11 skupin kazalnikov. Prevladujejo relativna števila, vendar so vključena tudi absolutna števila, skupaj pa predstavljajo sistem kazalnikov (Knez-Riedl, 2000, str. 56). Med količinske dejavnike prištevamo naslednje kazalnike:

1.a) KAZALNIKI ZMOGLJIVOSTI

Mednje štejemo število, sestavo in gibanje zaposlenih, izrabo delovnega časa (delež efektivnih ur v vseh delovnih urah) in pa tehnične zmogljivosti (po vrstah) ter stopnjo njihove izrabe (Knez-Riedl, 2000, str. 56).

1.b) KAZALNIKI OBSEGA, SESTAVE IN GIBANJA DEJAVNOSTI

Sem prištevamo obseg, sestavo in gibanje proizvodnje (po količini in vrednosti), obseg, sestavo in gibanje prodaje (po količini in vrednosti) ter obseg, sestavo in gibanje zunanjetrgovinske menjave (po količini in vrednosti) (Knez-Riedl, 2000, str. 56).

1.c) KAZALNIKI KAKOVOSTI PROIZVODOV IN STORITEV

Kažejo delež odpadka in izmečka (v odstotkih od celotne proizvodnje), število in vrednost reklamacij ter delež stroškov kakovosti v prihodkih od prodanih proizvodov (Knez-Riedl, 2000, str. 56).

1.d) KAZALNIKI SREDSTEV IN OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV

Prikazujejo vrednost, sestavo in gibanje sredstev in obveznosti do virov sredstev, delež kapitala v obveznostih do virov sredstev, delež dolgov v obveznostih do virov sredstev, delež osnovnega kapitala v kapitalu, delež trajnega in dolgoročnega financiranja, delež kratkoročnega financiranja, delež osnovnih sredstev v sredstvih, delež neopredmetenih osnovnih sredstev v sredstvih, delež obratnih sredstev v sredstvih, delež kratkoročnih sredstev v sredstvih, delež dolgoročnih sredstev v sredstvih, tehnično opremljenost dela, odpisanost osnovnih sredstev, kapitalsko pokritost osnovnih sredstev, kapitalsko pokritost dolgoročnih sredstev, kapitalsko in dolgoročno pokritost dolgoročnih sredstev in normalnih zalog, hitri koeficient, pospešeni koeficient in kratkoročni koeficient (Knez-Riedl, 2000, str. 57).

1.e) KOEFICIENT OBRAČANJA

V to skupino sodijo koeficient obračanja obratnih sredstev, koeficient obračanja zalog (materiala, gotovih proizvodov, trgovskega blaga) in pa koeficient obračanja terjatev do kupcev (Knez-Riedl, 2000, str. 57).

1.f) KAZALNIKI POSLOVNEGA IZIDA

Ti kazalniki se nanašajo na vrednost in sestavo prihodkov, odhodkov in poslovnega izida, gibanje prihodkov, odhodkov in poslovnega izida ter razmerje med prihodki in odhodki.

1.g) KAZALNIKI PRODUKTIVNOSTI

V to skupino prištevamo količinski obseg proizvodnje v primerjavi s številom zaposlenih, vrednostni obseg proizvodnje v primerjavi s številom zaposlenih in prihodke v primerjavi s številom zaposlenih (Knez-Riedl, 2000, str. 58).

1.h) KAZALNIKI DONOSNOSTI

Sem sodijo donosnost kapitala in dolgoročnih obveznosti do virov sredstev, donosnost navadne delnice in donosnost sredstev (Knez-Riedl, 2000, str. 58).

1.i) KAZALNIKI DENARNEGA TOKA

V to skupino prištevamo denarni tok v primerjavi s prihodki, denarni tok v primerjavi z investicijami, denarni tok v primerjavi z dolgovi, denarni tok v primerjavi s kapitalom ter denarni tok na delnico (Knez-Riedl, 2000, str. 58).

1.j) KAZALNIKI VLAGANJ V RAZVOJ IN INOVACIJSKE DEJAVNOSTI

Sem spada delež stroškov raziskav in razvoja v prihodkih, delež novih proizvodov/storitev v poslovnem programu, število inovacijskih predlogov na zaposlenega, delež prihodkov od inovacij v prihodkih ter prihranki od inovacij v zvezi s stroški (odhodki) (Knez-Riedl, 2000, str. 58).

1.k) OKOLJSKI KAZALNIKI

Kažejo vsebnost materiala v proizvodni, delež embalaže v prodajni teži, delež odpadka v proizvedeni količini, porabo vode in energije ter delež okoljskih investicij v vseh investicijah (Knez-Riedl, 2000, str. 58).

Zavedati se moramo, da vsi kazalniki pri vseh podjetjih niso vselej bistveni, hkrati pa je dopuščena možnost vključitve novih, za podjetje posebnih kazalnikov (Knez-Riedl, 2000, str. 56-59).

2. Kakovostni dejavniki

V nasprotju s kvantitativnimi dejavniki so kvalitativni dejavniki težje merljivi ali pa njihovo merjenje in kvantifikacija nista smiselna. Zato jih ne izražamo numerično, ampak opisno. Čeprav so zaradi tega manj eksaktni, pa imajo vseeno veliko eksaktno moč. Pri analiziranju in presoji bonitete podjetja postajajo nepogrešljivi.

Med kakovostne dejavnike sodijo:

2.a) SPLOŠNE ZNAČILNOSTI PODJETJA

Najbolj pomembne splošne značilnosti so:

1. Pravna oblika, oblika odgovornosti in upravljanje

Praviloma je pravna oblika plod izbire podjetnika oziroma lastnika. Zaradi oblike odgovornosti in z njo jamstva, ki ga imajo partnerji podjetja, so nekatere pravne oblike bolj tvegane od drugih. Dodaten indikator bonitete podjetja je tudi dosedanji razvoj, torej spreminjanje pravne oblike, še bolj pa možne spremembe v prihodnosti. Pravna oblika delno vpliva tudi na način upravljanja. Partnerjem lahko nudi več zagotovil za varnejše in preudarnejše poslovanje podjetja, lahko pa je opozorilo, da je poslovanje s podjetjem zaradi nestrokovnega upravljanja bolj tvegano (Knez-Riedl, 2000, str. 62).

2. Oblika lastnine in lastniki

Vrsta ali oblika lastnine je v razmerah lastninske raznovrstnosti pomembna pri presoji bonitete podjetja iz več razlogov. Na eni strani lahko partnerje odvrtačajo morebitne omejitve ali zadržki glede razpolaganja z lastnino in vrste obveznosti, ki izvirajo iz lastnine. Nasploh je spremljanju lastnine treba posvetiti veliko pozornosti. Čedalje pomembnejše postajajo tudi številne značilnosti lastnikov podjetja. Prednosti starejših lastnikov naj bi bile v njihovih življenjskih in poklicnih izkušnjah, ustvarjeni poslovni mreži, sprejetosti v poslovnem svetu ter preudarnosti, prednosti mlajših lastnikov pa sta večja prožnost in pripravljenost na tveganje (Dinkelmann, 1995, str. 213).

3. Starost

Mlajša podjetja so zaradi začetnih težav in stisk tudi bolj tvegana. Njihova ranljivost je posledica podkapitaliziranosti in velike stroškovne obremenjenosti. Tveganje je še večje, če novo podjetje ustanovijo mladi neizkušeni lastniki oziroma podjetniki. O poslovanju mladih, komaj nastalih podjetij, je na voljo le malo podatkov. Brez prave zgodovine ne nudijo zanesljive časovne vrste podatkov o preteklem poslovanju. Sestavljanje kakovostnih poslovnih poročil še v starejših podjetjih ni zadovoljivo utečeno, namen in prednosti poslovnega poročanja pa ne dovolj jasni. Pomembno je, na kateri stopnji življenjskega cikla je podjetje, saj je zamisel življenjskega cikla podjetja (panoge, proizvoda) uporabna tudi pri preučevanju bonitete. Stopnje življenjskega cikla podjetja so: rojstvo, rast, zrelost, upadanje in ponovno oživljanje (Puempin & Prange, 1995, str. 78-79).

4. Velikost

Mala podjetja imajo kar nekaj prednosti v primerjavi z večjimi podjetji; predvsem sta večja prilagodljivost ter pomen pri razčlenjevanju in zaposlovanju. Kljub temu jih vrsta pomanjkljivosti opredeljuje za bolj tvegana od večjih podjetij. Med najbolj perečimi pomanjkljivostmi so pomanjkljiva specializacija, majhna stopnja raznovrstnosti, neobvladovanje trženjskih orodij, slabša finančna moč, odsotnost dolgoročne vizije poslovanja, naravnost na kratek rok in šibka razvojna sposobnost. Pri presoji bonitete se je treba zavedati sodil za določitev velikosti podjetja. Danes je vse več podjetij z malo delavci, vendar je podjetje po sodilu prihodka in/ali premoženja v bistvu veliko podjetje. Možno je tudi, da po vseh sodilih sicer malo podjetje sodeluje v takšni poslovni povezavi, ki mu

zagotavlja dolgoročno preživetje in razvoj. Ne smemo prezreti tudi vplivnosti velikih podjetij v javnem življenju. Spremljati je potrebno tudi začetno velikost in njene spremembe. Merili začetne velikosti sta v večini primerov število zaposlenih in vrednost začetnega kapitala (Robertson & Monkhouse, 1994, str. 210-227).

5. Lokacija

Koliko vpliva na boniteto podjetja njegova lokacija, je odvisno predvsem od njegove dejavnosti. Ta lahko odločilno vpliva na umestitev podjetja bodisi v mestnem bodisi v podeželskem okolju. Vse bolj se uveljavlja sodilo okoljske primernosti lokacije, kar dodatno omejuje možnost širjenja podjetja in posredno njegovih partnerjev. V razmerah sodobnega komuniciranja se dostopnost poslovnih partnerjev bistveno povečuje. Boniteto podjetja izboljšuje predvsem tista lokacija, ki povzroča partnerju manjše transportne in komunikacijske stroške. Lokacija lahko boniteti podjetja tudi škoduje. Tvegana je zlasti z okoljskega vidika oporečna lokacija. Neugodno je tudi, če lokacija zahteva posebna, izredna vlaganja v zaščito okolja (Thommen, 1992, str. 79).

6. Organiziranost

Organiziranost vpliva na boniteto podjetja s svojimi neposrednimi in posrednimi učinki. Pregledna, funkcionalna organiziranost jo izboljšuje. Razberemo jo iz organigramov, iz posebnih in hkrati prožnih organizacijskih enot, ki obenem odsevajo tudi porazdelitev pristojnosti. Marsikaj pove tudi raven organiziranosti posameznih poslovnih funkcij, ki se kaže na primer v ureditvi obračunavanja stroškov in v ureditvi skladiščenja (Kovačič, 1996, str. 37-46).

7. Poslovne povezave

Pri presoji bonitete so bile do nedavnega posebnega pomena le bančne povezave, v današnjem času pa so čedalje večje pozornosti deležne strateške povezave, tako imenovana strateška zavezništva (Thommen, 1992, str. 66).

8. Informacijski sistem

Informacijska podpora poslovanja podjetij pridobiva strateški pomen. Raven in učinkovitost informacijskega sistema zaokrožata sliko o podjetju. Od informacijskega sistema je med drugim odvisna možnost vstopa podjetja v mrežno okolje. Vrste in kakovost informacij, namenjenih tako notranjim kot zunanjim uporabnikom, pridobivajo vlogo dodatnega merila pri presoji bonitete podjetja. Dodatno merilo postaja tudi izkoriščenost informacijskih zmogljivosti (Knez-Riedl, 2000, str. 69).

2.b) DEJAVNOST PODJETJA

Med kazalnik dejavnosti podjetja sodijo:

1. Dejavnost

Namen in poslanstvo podjetja je zadovoljevanje potreb po proizvodih in storitvah. Odločitev podjetja, kaj proizvajati, s kakšnimi dobrinami zadovoljevati potrebe trga, opredeljuje njegovo dejavnost. Dejavnosti lahko skupinimo po raznih sodilih. Iz makroekonomije izvira sektorska razdelitev v primarni, sekundarni, terciarni in kvartarni sektor. Glede na prevladujočo prvino delovnega procesa je možno razlikovati delovno, materialno, kapitalsko, energetska, intelektualno pa tudi informacijsko-intenzivne dejavnosti. Pri presoji bonitete podjetja postaja vse aktualnejše mednarodno in svetovno povezovanje dejavnosti. Nekatere poglobitve značilnosti dejavnosti povečujejo bodisi tveganje bodisi priložnosti (Knez-Riedl, 2000, str. 69).

2. Proizvodno-prodajni program

Iz poslovne dejavnosti podjetja ali njegove panožne pripadnosti lahko razberemo značilna tveganja in priložnosti, podrobneje pa jih opredeljuje vpogled v poslovni program podjetja. V zvezi z njim so pomembni: namembnost proizvodov ali storitev, visoka razvitost proizvodov ali storitev, tradicionalnost proizvodnega programa, zastarelost ali sodobnost poslovnega programa, dosedanja ali bodoča strateška usmeritev podjetja, sestava poslovnega programa po specialnosti, unikatnosti ali ekskluzivnosti, razvejanost in združljivost poslovnega programa, stopnja standardiziranosti proizvodov ali storitev, stopnja inovativnosti proizvodov ali storitev. Vsaka od teh značilnosti vsebuje naboj tveganja ali izziv priložnosti, v nekaterih primerih pa oboje hkrati (Knez-Riedl, 2000, str. 70).

3. Kakovost proizvodov in storitev

Kakovost proizvodov in storitev se izraža in potrjuje na več načinov. Poleg tehničnih deklaracij, ki uvrščajo proizvode in storitve v različne kakovostne razrede, so znamenje kakovosti tudi blagovne znamke. V gibanju za celovito kakovost je osrednje pozornosti deležen kupec, saj zadovoljstvo kupcev postaja poglobitveno sodilo kakovosti. O slabi kakovosti pričajo reklamacije, izgube naročil, preklici ali spremembe pogodbe (Knez-Riedl, 2000, str. 71).

4. Tehnologija

Ocena bonitete podjetja je odvisna tudi od tehnologije, ki jo uporablja oziroma na katero se bo preusmerilo v prihodnje. Tukaj ne gre zgolj za neposredne in posredne ekonomske učinke tehnologije, marveč tudi za neekonomske, na primer za vpliv na lastnost proizvoda ter neposredno in posredno na okolje (Knez-Riedl, 2000, str. 71).

2.c) PRVINE OZIROMA ZMOGLJIVOSTI PODJETJA

Pri prvinah oziroma zmogljivostih podjetja se upoštevajo predvsem:

1. Zaposleni

Največ zmožnosti podjetja je lahko v zaposlenih. Vendar so to v primeru neizrabljenih možnosti tako imenovana neaktivirana skrita sredstva, ki jih kot zunanji ocenjevalci bonitete podjetja le težka odkrijemo in ocenimo. Zato se pri presojanju bonitete osredotočamo na kvalifikacijsko sestavo zaposlenih, na posebne usposobljenosti in veščine, na gibanje obsega zaposlenosti in stopnjo fluktuacije in na izkoristek delovnega časa (Pučko, 1998, str. 65-74).

2. Poslovodstvo

Zaradi pooblastil poslovnih delavcev in s tem njihovega vpliva na uspešnost podjetja izvzamemo njihovo kakovost iz kakovosti zaposlenih in jo obravnavamo posebej. Kakovost poslovnih delavcev ocenjujemo po njihovi učinkovitosti in uspešnosti ter po povsem osebnih značilnostih posameznikov (moralnosti, odgovornosti, zdravstvenem in gmotnem stanju, starosti, življenjskem slogu), takoimenovanih sociodemografskih dejavnikov (Kajzer, Belak, 1993, str. 155). Sposoben, proaktiven in inovativen poslovodja, strokovno, panožno in tudi na splošno razgledan ter s koristnimi izkušnjami je za podjetje velika prednost. Vzbuja zanimanje, zaupanje, spoštovanje in zato pritegne poslovne partnerje. Njegovo nasprotje, nesposoben, tog poslovodja s pomankljivim ali zastarelim strokovnim in panožnim znanjem, škodi boniteti podjetja in odvrča partnerje. Škodi tudi lastnemu ugledu in ugledu podjetja (Knez-Riedl, 2000, str. 72).

3. Tehnične zmogljivosti

S tehničnimi zmogljivostmi so mišljena delovna sredstva podjetja, ki so danes že zelo razvita. Ker zagotavljajo možnost za delo, imajo na boniteto podjetja glede na uporabnost prav tako velik vpliv. Sodobne medsebojno usklajene tehnične zmogljivosti boniteto podjetja izboljšujejo, zastarele, neusklajene zmogljivosti pa slabšajo (Knez-Riedl, 2000, str. 73).

4. Neotipljiva sredstva

Intelektualna lastnina (patenti, licence in druge pravice) izboljšuje kakovostno sestavo sredstev podjetja in povečuje njegovo tržno vrednost. Pri presojanju bonitete podjetja je zelo pomembno, kakšna je intelektualna lastnina podjetja po vrstah in po pomenu. Ob lastnem znanju, ki posredno odseva raziskovalno in inovativno dejavnost podjetja, lahko podjetje pravico do uporabe izuma tudi kupi. Pomemben podatek je tudi rok uporabe, določen v licenčnih pogodbah, saj nakazuje, koliko časa bo podjetje s tovrstnim premoženjem še razpolagalo (Knez-Riedl, 2000, str. 73).

5. Naložbena dejavnost

Praviloma je v dobrih podjetjih naložbena dejavnost povezana s strategijo podjetja. Naložbe pojmuje širše kot vlaganja v vse poslovne prvine (tudi v ljudi, tehnologijo, znanje, vse oblike premoženja). Na boniteto podjetja vplivajo vrste naložb ter njihovi dejanski in predvideni učinki glede na stroške ali prihodke oziroma glede na denarni tok. Eden najbolj upoštevanih dejavnikov je donosnost naložb. Namen vse večjega dela naložb je povezan z

dobičkom ne neposredno, marveč zgolj posredno (okoljske, moralne naložbe). Tudi ni vseeno, ali so naložbe nadomestne ali širitvene. Prve zagotavljajo obstoj podjetja, druge omogočajo njegov razvoj. O slabi boniteti podjetja pričajo nedokončane ali ustavljene naložbe, zgrešene, prenagljene, prepozne ali še iz drugih razlogov nedonosne naložbe (Knez-Riedl, 2000, str. 73).

6. Inovacijska dejavnost

Inovacije imajo v bistvu dvojno naravo; zaradi negotovosti so vselej povezane z neko stopnjo tveganja, vendar so za podjetje predvsem razvojna priložnost. V današnjem času postajajo za podjetje nepogrešljive že za preživetje, kaj šele za razvoj. Ugotavljanje inovacijskih zmožnosti in ocena inovacijske dejavnosti zahtevata prepoznavanje inovacijske razsežnosti v drugih kakovostnih dejavnikih bonitete podjetja (v poslovnem programu, posameznih proizvodih/storitvah, tehnologiji, upravljanju, ljudeh, poslovnih funkcijah). Inovacijske sposobnosti se polno razvijejo v inovacijam naklonjenih razmerah (v tako imenovanem ugodnem inovacijskem ozračju). Zahtevajo čedalje bolj načrtno upravljanje inovacij (tako imenovani inovacijski management). Zato so za presojanje bonitete podjetja pomembni inovacijsko ozračje, inovacijska dejavnost in njeni dosežki (vrste inovacij, finančni in drugi učinki) ter tako imenovani inovacijski management (razvitost, učinkovitost, uspešnost) (Knez-Riedl, 2000, str. 71).

2.d) TRŽNA USMERITEV PODJETJA

Pri tržni usmeritvi podjetja preučujemo:

1. Kupce

Na boniteto podjetja pomembno vplivajo značilnosti njegovih kupcev. V zvezi z njimi je koristno poznati: odvisnost podjetja od enega ali manjšega števila kupcev, stalnost, fluktuacijo in morebitne izgube kupcev, zemljepisno in panožno sestavo kupcev, prodajne pogoje in pogajalsko moč kupcev, zahtevnost kupcev (npr. glede okoljske ozaveščenosti), boniteto kupcev, predvidene ciljne skupine kupcev (opuščanje že obstoječih, preusmeritev). Prevelika odvisnost od kupcev povečuje tveganje, ker je podjetje preveč občutljivo za zmanjšanja naročil in nenadne odpovedi. Prevelika razpršenost kupcev in neopredeljena ciljna skupina ne krepita drugih povezav, pomembnih za spodbujanje zvestobe kupcev (Mulej, 2000, str. 272).

2. Dobavitelje

Enakega pomena kot značilnosti kupcev so za boniteto podjetja tudi značilnosti njegovih dobaviteljev (pri tem upoštevamo dobavitelje vseh prvin poslovnega procesa razen delovne sile, torej poleg surovin in materiala tudi energije, posebnih storitev, informacij, tehnologije, opreme). Podobno si v zvezi z njimi zastavljamo pri presoji bonitete podjetja vprašanja o odvisnosti podjetja od enega ali manjšega števila dobaviteljev, o stalnosti, fluktuaciji in morebitni izgubi dobaviteljev, o zemljepisni in panožni sestavi dobaviteljev, o nabavnih

pogojih in pogajalski moči dobaviteljev, o zahtevah dobaviteljev, o boniteti dobaviteljev in o predvidenih ciljnih skupinah dobaviteljev (opuščanju že obstoječih, preusmeritvi). Velika odvisnost od dobaviteljev in šibka pogajalska moč podjetja pri sklepanju poslovnih razmerij z dobavitelji zmanjšujeta boniteto podjetja. Tvegana je lahko obstoječa sestava dobaviteljev ali preusmeritev na novo skupino, lahko pa je prav ta sprememba priložnost, ki boniteto podjetja izboljša (Knez-Riedl, 2000, str. 75).

3. Tekmece

Za oceno bonitete podjetja je zelo pomemben njegov položaj v primerjavi s tekmeci, tako že obstoječimi kot tudi možnimi. Zato je treba vedeti, kdo so glavni tekmeci, katere so njihove prednosti in kako napadalni so. Ugotoviti je treba tudi, ali ima podjetje prednost pred tekmeci (Knez-Riedl, 2000, str. 75).

2.e) DRUGI KAKOVOSTNI DEJAVNIKI V PODJETJU

Med druge kakovostne dejavnike v podjetju sodijo:

1. Poslovna morala

Resnica in poštenost sta moralni kategoriji, čedalje bolj deležni kritične obravnave tudi v ekonomski stroki. Vprašanje moralnosti poslovanja je hkrati vprašanje morebitnih udeležencev ne le v poslovnem marveč tudi v zasebnem življenju. Ta vidik se pri presoji bonitete podjetja zelo uveljavlja. Podjetje, ki posluje pošteno, je verodostojno, vzbuja večje zaupanje in ima večjo boniteto. Nepošteno podjetje, z nemoralnimi odločitvami, vpleteno v sumljive afere, ima lahko le kratkoročno, varljivo verodostojnost, krhko zaupanje in slabo boniteto (Koletnik, 1996, str. 5-22).

2. Strategija

V zvezi z boniteto podjetja je poudarek predvsem na skladnosti strategij z vizijo in s strateškimi cilji podjetja, na njihovi usmerjenosti, težišču in načinu ter uspešnosti uresničevanja. Tako se ocenjuje tudi tveganost strategij. Strategije so pomembne za boniteto podjetja, ker ne opredeljujejo le načinov razvijanja in/ali rasti podjetja, ampak tudi načine ustvarjanja možnosti za to (Belak, 1993, str. 163). Tvegano je poslovati s podjetjem brez izoblikovanih strategij, a tudi s podjetjem, katerega strategije so nejasne, nedodelane in nestvarne, ter s podjetjem, ki strategij ne uresničuje (Belak, 1993, str. 163).

3. Poslovni ugled

Ugled podjetja je najtrdnější, če izvira iz pozitivnih dejstev (na primer kakovosti proizvodov, solidnega obnašanja do poslovnih partnerjev, skrbi za zaposlene, uglednosti ključnih oseb). Poslovni ugled podjetja je lahko tudi zlagan, če sloni na neresničnih podatkih in na lovorikah iz preteklosti. Kot takšen boniteti podjetja zelo škoduje, ker se razkrije običajno šele po vzpostavitvi poslovnih razmerij. Nekatera podjetja so že znana po nekakovostnem,

nesolidnem in nepoštenem poslovanju. Če se o tem ne pozanimamo pred sklenitvijo pogodbe, se izpostavljam nepotrebnemu tveganju (Knez-Riedl, 2000, str. 76).

4. Kultura

Pri presoji bonitete podjetja se pozornost vse bolj usmerja na kulturo podjetja. Kaže se v načinih odzivanja podjetja na pritiske iz okolja, v sodilih kadrovanja in načinu komuniciranja (Mesner-Andolšek, 1995, str. 125).

5. Okoljska ozaveščenost

Izraža se v odnosu podjetja do naravnega okolja in v upoštevanju posledic posameznih poslovnih odločitev za okolje. Pri boniteti podjetja se vse bolj upošteva tudi tako imenovane okoljske značilnosti podjetja. Boniteta podjetij, ranljivejših za okoljska tveganja in škodo, ki povrh tega ne storijo dovolj, da bi se pred njimi obvarovala, je zaradi tega slabša (Knez-Riedl, 2000, str. 77).

2.3.2.2 Analiza količinskih in kakovostnih dejavnikov panoge

Analiza panoge dodatno pojasnjuje položaj podjetja, predvsem pa omogoča presojo njegovih obetov za preživetje in razvoj. Pri presoji bonitete podjetja opiramo analizo panoge na količinske in kakovostne dejavnike bonitete panoge, podobno kot pri analizi podjetja.

1. Količinski dejavniki

Nabor kazalnikov za analizo količinskega vidika panoge je enak kot pri podjetju in ravno tako obsega 11 skupin kazalnikov, ki pa so vsi narejeni na panožni ravni. Iz tega razloga jih ne navajam ponovno.

2. Kakovostni dejavniki

Pri presoji bonitete podjetja analiziramo med panožnimi dejavniki predvsem take, pri katerih individualnost odločitev posameznih podjetij ni tako izrazita. Kakovostni dejavniki panoge so tako (Knez-Riedl, 2000, str. 83):

2.a) SPLOŠNI KAKOVOSTNI DEJAVNIKI PANOGE

Med splošne kakovostne dejavnike panoge prištevamo:

1. Starost

Tudi panoge so podvržene zakonitostim življenjskega cikla. Na vsaki izmed stopenj so drugačna tveganja in priložnosti. Mlade, komaj nastale panoge šele nabirajo izkušnje. Zanje je značilno intenzivno eksperimentiranje, ki se ne posreči vselej. Hkrati so kot novost lahko

deležne izjemne priložnosti. Na stopnji rasti je nastajanje razlik znotraj panoge že opaznejše. Zaradi tega je lahko upoštevanje panoge kot celote preveč poenostavljeno in napeljuje k poenostavljenim, nepravilnim predstavam in pričakovanjem. Na tej stopnji se v panogi utrjuje položaj podjetij z blagovno znamko. Zrele panoge so razmeroma najtrdnjše. Tveganje je oddaljenost panoge od stopnje upadanja, vendar ga lahko bistveno zmanjšajo ustrezne strategije. Panoga v upadanju je, kar se tiče vpliva na boniteto podjetja, predvsem tveganje, le izjemoma kratkoročno tudi priložnost. Oblikovanje strateških skupin znotraj panoge je tako odvisno od stopnje življenjskega cikla panoge in razvojnih procesov znotraj nje (Begg et al, 1994, str. 309).

2. Velikost

Manjše panoge imajo lahko pečat ekskluzivnosti. Običajno dopolnjujejo večje panoge. V takem primeru so izraziteje odvisne od drugih, prevladujočih panog. Večje panoge so velikokrat prevelike in zelo tekmovalne (Knez - Riedl, 2000, str. 84).

3. Prostorske razsežnosti

Panoge so lahko krajevnega, območnega, državnega, mednarodnega in svetovnega pomena. Ozko lokalno uokvirjene panoge zmanjšujejo boniteto podjetja. Večji je doseg, bolj možna je širitev podjetij, ki so povezana s takšno panogo. Vendar se z večjim mednarodnim svetovnim povezovanjem pojavljajo posebna tveganja (Knez-Riedl, 2000, str. 84).

4. Organiziranost

Tehnološke značilnosti panoge običajno določajo tudi značilno, čeprav le okvirno organiziranost. Ta nadalje opredeljuje stroške, pomembna pa je tudi zaradi možnosti nadaljnjega povezovanja, zlasti vse bolj aktualnih omrežij (Knez-Riedl, 2000, str. 84).

5. Omrežje

Za panogo so pomembne povezave tako znotraj kot zunaj nje. V okviru panoge gre predvsem za povezanost strateških skupin, zunaj panoge pa za povezanost v obliki strateških zavezništev.

6. Informacijski sistem

Potrebno je upoštevati raven informacijskega sistema, njegove zmogljivosti in učinkovitost tudi za panogo. Gre za možnost dostopa do sistematično urejenih podatkov in za razpoložljivost informacij ter za njihovo zanesljivost in aktualnost (Knez-Riedl, 2000, str. 84).

2.b) DEJAVNOST PANOGE

Pri dejavnosti panoge so najpomembnejši naslednji kazalniki:

1. Dejavnost

Glede na dejavnost, ki jo opravljajo podjetja v panogi, je možno razlikovati enotne in raznolike panoge. Na to zelo vplivata narava tehnološkega postopka in raznolikost poslovnega programa podjetij v panogi, tudi kot posledica strateške usmeritve panoge (Knez-Riedl, 2000, str. 84-85).

2. Tehnologija

Tehnološka raven, značilnosti tehnologije, njene prednosti in pomanjkljivosti so za panogo ena najbolj značilnih lastnosti. V njej se poleg znanja, raziskovalnih dosežkov in finančne moči zrcali tudi okoljska ozaveščenost v panogi.

2.c) PRVINE OZIROMA ZMOGLJIVOSTI PANOG

Pri prvinah oziroma zmogljivostih panoge upoštevamo naslednje kazalnike:

1. Zaposleni

Panoga lahko zaradi posebnosti svojega proizvoda, storitve, tehnologije ali kupcev in trgov zahteva posebna znanja in veščine zaposlenih. Zaradi narave dela lahko terja tudi pripravljenost na poseben način življenja. Pomembno je gibanje zaposlenih, njihov morebitni presežek ali primanjkljaj, stopnja fluktuacije ter preusmeritev v druge poklice in s tem panoge na lastno pobudo. Čedalje bolj se poudarjajo možnosti nadaljnjega razvoja zaposlenih v panogi, večkrat izražene zgolj kot možnosti načrtovanja poklicne kariere (Knez-Riedl, 2000, str. 85).

2. Poslovodstvo

Preučevanje je smiselno, če kakovost poslovodij povezujemo s splošnim položajem panoge. Vsaki panogi namreč ne ustreza sleherni poslovodni delavec, ni vseeno, ali se panoga šele uveljavlja, napreduje, se umirja ali zastaja. Nekatere panoge s svojimi posebnimi izzivi privlačijo določen tip poslovodij (Craig-Cooper & De Baker, 1993, str. 14-16).

3. Tehnične zmogljivosti

Za panogo kot celoto so lahko značilna posebna delovna mesta, ki kot tehnične zmogljivosti pomembno določajo količinske in kakovostne zmožnosti panoge. Za panogo je pomembna stopnja sodobnosti tehničnih zmogljivosti, njihov vpliv na sestavo stroškov panoge ter seveda vpliv na zaposlene in okolje. Izredno pomembno je, katera delovna sredstva panoga opušča in na katera se preusmerja (Knez-Riedl, 2000, str. 85).

4. Neotipljiva sredstva

Panogo lahko označujejo pomembni izumi, opazno število patentov, licenčna proizvodnja, uveljavljene blagovne znamke ali druga oblika intelektualne lastnine.

5. Naložbena dejavnost

Za panogo je pomembna predvsem sestava naložbene dejavnosti ter predvideni in uresničeni učinki. Naložbena dejavnost lahko pomembno utruje tekmovalni položaj panoge. Nenačrtna, nezadostna in nedonosna naložbena dejavnost lahko učinkuje nasprotno (Knez-Riedl, 2000, str. 86).

6. Inovacijska dejavnost

Pri panogi je lažje opazovati inovacijsko dejavnost, kot pa ugotavljati inovacijske zmožnosti.

2.d) TRŽNA USMERITEV PANOGE

Pri tržni usmeritvi panoge so pomembni naslednji kazalniki:

1. Kupci

Krog kupcev neke panoge je lahko ozek ali širok, stopnja odvisnosti od določene vrste kupcev pa povečuje tveganost poslovanja v taki panogi. Pomemben je vzorec obnašanja kupcev.

2. Dobavitelji

Panoga je lahko vezana na ekskluzivne dobavitelje, ki povečujejo njeno odvisnost v pogajalskih razmerjih, lahko pa je krog dobaviteljev širok in se namesto odvisnosti pojavi nezadostna povezanost, nezvestoba dobaviteljev in tveganje nepravilne izbire.

3. Tekmeci

Vplivni so tekmeci v panogi in zunaj nje. V obeh primerih je pozornost namenjena prednostim tekmecev (Knez-Riedl, 2000, str. 86-87).

2.e) DRUGI KAKOVOSTNI DEJAVNIKI V PODJETJU

Med druge kakovostne dejavnike v podjetju uvrščamo:

1. Poslovno moralo

Etnične dileme so lahko panožno značilne. K temu sta veliko prispevali okoljska ozaveščenost in pozornost javnosti na etično ravnanje v poslovnem svetu.

2. Okoljsko ozaveščenost

Okoljsko ozaveščene panoge imajo pozitiven vpliv na boniteto.

3. Druge kakovostne dejavnike

Drugi kakovostni panožni dejavniki so še bolj pod vplivom podjetij kot že obravnavani dejavniki (npr. kakovost, intelektualna lastnina, kultura, ugled). Opredeľjujejo jih torej predvsem podjetja, kar pomeni, da je vpliv podjetij na panogo odločilnejši kot vpliv panoge na podjetje (Knez-Riedl, 2000, str. 86-88).

2.3.2.3 Primerjalna analiza količinskih in kakovostnih dejavnikov ocene bonitete podjetja in panoge

Z analizo podjetja in analizo panoge pridobimo številna posamična spoznanja, ki jih je potrebno medsebojno povezati in primerjati. Kazalniki pri presoji bonitetne ocene podjetja imajo več vlog. Najprej imajo vlogo **kompasa**, ki usmerja analitika na področje in k postavkam, katerim mora posvetiti več pozornosti. Naslednja vloga je **utemeljevalna** moč kazalnikov, pri oblikovanju dokončnega mnenja pa mora priti do izraza **pojasnjevalna** in **napovedovalna moč** (Knez-Riedl, 2000, str. 89).

Pred oblikovanjem mnenja o bonitetni oceni podjetja je treba okoliščine in izide analiziranih podjetij primerjati. Namen takšne primerjave je pridobiti koristno spoznanje, ki sproži dejanje in konkretne ukrepe. Velike ovire so lahko informacijska zaprtost, nepripravljenost za razkritje podatkov in za sodelovanje. Vzrok pomanjkljivih podatkov je lahko tudi nizka raven informacijske podprtosti poslovnih procesov in poslovnih funkcij (Knez-Riedl, 2000, str. 89).

2.3.2.4 Oblikovanje mnenja o bonitetni oceni podjetja

V mnenju o bonitetni oceni podjetja morajo biti vidne možnosti, ko se lahko nekatere prednosti podjetja bolj uveljavijo. Enako velja za pomanjkljivosti podjetja. Te so lahko ob različnih zunanjih okoliščinah usodnejše ob nekaterih dogodkih kakor ob drugih. Kakovostna mnenja o bonitetni oceni podjetja morajo predvideti tudi glavne možne dogodke v podjetju in njegovem okolju. Pri oblikovanju mnenja o bonitetni oceni je pomembno nakazati, kako se lahko podjetje s svojimi značilnostmi odzove na možne dogodke. Tako mnenje omogoča uporabnikom izbirne rešitve in ima zanje večjo informativno vrednost, zato je kakovostna odločitvena podlaga. Mnenje o bonitetni oceni podjetja je lahko odlično, zelo dobro, dobro, slabo in zelo slabo.

Za podjetje z **odlično** bonitetno oceno je značilna: premoženjska in finančna trdnost, stabilnost dobrih poslovnih izidov, velika pripravljenost na spremembe v panogi in gospodarstvu, visoka stopnja razvojne sposobnosti in usposobljenosti za premagovanje težav v panogi. V podjetju z **zelo dobro** bonitetno oceno so pomanjkljivosti, vendar jih podjetje uspešno obvladuje in odpravlja, torej so manj kritične. Ima tudi prednosti in priložnosti, ki jih je sposobno izrabljati. Podjetje z **dobro** bonitetno oceno ima več prednosti in priložnosti kot pomanjkljivosti in nevarnosti. Zadovoljivo jih obvladuje. V podjetju s **slabo** bonitetno oceno so ob prednostih izražene kritične pomanjkljivosti in pretijo mu nevarnosti, ki jih lahko odpravlja le z velikim prizadevanjem in izdelano strategijo. Podjetje z **zelo slabo** bonitetno oceno ima izredno kritične lastnosti, pretijo mu velike nevarnosti, ki jim ni kos, priložnosti pa nima ali jih ni sposobno izrabljati (Knez-Riedl, 2000, str. 90-92).

3. OCENA BONITETE DVEH PODJETIJ V ISTI PANOGI

V nadaljevanju teoretična spoznanja o načinu merjenja ocene bonitete uporabljam na primeru dveh podjetij, ki delujeta v isti panogi. Njuna bonitetna ocena se tako lahko razlikuje le zaradi razlik v podjetniških dejavnostih, ki na to oceno vplivajo. Najprej na kratko predstavljam podjetji in ju analiziram na podlagi predloženih bilanc stanja in izkazov poslovnega izida za leto 2006, potem analiziram kazalnike in podam njuni oceni bonitete. Podatke črpam iz spletnih portalov GVIN in IBon.

3.1 PREDSTAVITEV PODJETIJ ALFA D.O.O. IN BETA D.O.O.

3.1.1 Podjetje ALFA D.O.O.

Podjetje Alfa d.o.o. je organizirano kot družba z omejeno odgovornostjo. Lastnik je ena sama oseba, zastopnika sta dva. Podjetje je financirano z domačim kapitalom. Podjetje je bilo ustanovljeno leta 1990, dejavnost podjetja pa spada po SKD 2002 v F45.210, splošna gradbena dela. Podjetje se je razvilo iz zelo uspešne obrtne dejavnosti predvsem na področju izdelave vseh vrst strojnih tlakov, danes pa podjetje zaposluje 9 delavcev. Delovanje podjetja pri izvajanju betonskih estrihov na stanovanjskih in poslovnih objektih poteka na področju cele Slovenije, izvajali pa so tudi večje projekte v tujini. Podjetje po velikosti spada med majhna podjetja, povprečno število zaposlenih je 9. Število podjetij v dejavnosti je 2561. Tržni delež podjetja Alfa d.o.o. v tej dejavnosti znaša 0,05 %. V letu 2006 je imelo podjetje 51.769,00 EUR dobička (www.ibon.si, 2008).

3.1.2 Podjetje BETA D.O.O.

Podjetje Beta d.o.o. je prav tako družba z omejeno odgovornostjo. Lastnik in ustanovitelj je ena in ista oseba, podjetje pa je financirano predvsem z domačim kapitalom. Dejavnost podjetja Beta d.o.o. je prav tako gradbeništvo, ki ga po SKD 2002 uvrščamo med F45.210, splošna gradbena dela. Podjetje prevzema in izvaja vse vrste gradbenih del. Ukvarja se s proizvodnjo agregatov, betonov, armatur in betonskih izdelkov. Poleg izvedb najzahtevnejših objektov tako visokih kot nizkih gradenj ter pridobivanja projektne in tehnološke dokumentacije za razne investitorje, sodeluje na trgu tudi z izvajanjem lastnih investicij. Podjetje je bilo ustanovljeno leta 2000 kot hčerinsko podjetje. Podjetje gradi predvsem na območju celotne Gorenjske do Ljubljane, kar je predvsem posledica tega, da je podjetje locirano na območju Gorenjske. Povezava z matičnim podjetjem omogoča stabilnost, moč ter dostop do najkvalitetnejše in najnovejše strojne opreme, hkrati pa podjetje z lokalno povezanostjo in predanim delom ohranja pristen stik s svojimi naročniki in okoljem, kar je velika prednost v primerjavi s podjetjem Alfa d.o.o. Podjetje po velikosti spada med majhna

podjetja. Povprečno število zaposlenih je 10. Število podjetij v dejavnosti je 2561. Tržni delež podjetja znaša 0,01 %. V letu 2006 je imelo podjetje 1.824,00 EUR dobička (www.ibon.si, 2008).

3.2 KAKOVOSTNI DEJAVNIKI PODJETIJ ALFA D.O.O. IN BETA D.O.O. TER DEJAVNOSTI F 45.210

3.2.1 Kakovostni dejavniki podjetja ALFA D.O.O.

Podjetje Alfa d.o.o. je organizirano kot družba z omejeno odgovornostjo. Ta oblika je manj tvegana od drugih, saj partnerji podjetja ne odgovarjajo z vsem svojim premoženjem, kar že pripomore k boljši bonitetni oceni, saj partnerjem lahko nudi več zagotovil za varnejše in preudarnjše poslovanje podjetja. Visoko profesionalno upravljanje lahko prispeva k odločitvi za sodelovanje z določenim podjetjem. Podjetje se je razvilo iz zelo uspešne obrtne dejavnosti predvsem na področju izdelave vseh vrst strojnih tlakov. Delovanje podjetja pri izvajanju betonskih estrihov na stanovanjskih in poslovnih objektih poteka na področju cele Slovenije, izvajalo pa je tudi večje projekte v tujini. Zato lokacija pri tej dejavnosti ni bistvenega pomena, saj lahko izvajanje del poteka kjerkoli in ni vezano na lokacijo podjetja. Pri tem pa lahko upoštevamo tudi to, da se pogoji sodobnega komuniciranja povečujejo in dostopnost poslovnih partnerjev se s sodobnimi mediji povečuje. Podjetje sodeluje tudi z različnimi proizvajalci surovin. Ima tudi dobro organizirano tehnično službo. Strankam je na voljo pri izbiri vgrajenih materialov in različnih možnosti izvedbe del, poleg tega pa ima tudi strokovnjake z večletnimi izkušnjami, ki na najprimernejši način svetujejo pri vseh odločitvah o materialih in surovinah. Podjetje vsa gradbena dela opravlja s skupino izkušenih gradbenih delavcev in delovodij z dolgoletnimi izkušnjami na področju gradbeništva. Ima vso potrebno tehnološko opremo za izvajanje gradbenih del, industrijskih podov in estrihov ter vsa potrebna prevozna sredstva in ostalo drobno mehanizacijo, kar mu zagotavlja prilagodljivost pri izvedbi. Kakovost proizvodov in storitev se kaže na več načinov, najpomembnejše pa je zadovoljstvo kupcev. Slabo kakovost odražajo reklamacije, izgube naročil in preklici pogodb. Poleg tega se podjetje pripravlja na uresničitev lastnega projekta, za katerega potekajo že vse tehnične priprave in izvedbe.

3.2.2 Kakovostni dejavniki podjetja BETA D.O.O.

Podjetje BETA d.o.o. je prav tako družba z omejeno odgovornostjo. Lastnik in ustanovitelj je ena in ista oseba. Podjetje prevzema in izvaja vse vrste gradbenih del. Ukvarja se s proizvodnjo agregatov, betonov, armatur in betonskih izdelkov. Poleg izvedb najzahtevnejših objektov tako visokih kot nizkih gradenj ter pridobivanja projektne in tehnološke dokumentacije za razne investitorje, sodeluje na trgu tudi z izvajanjem lastnih investicij.

Gradijo predvsem na območju celotne Gorenjske do Ljubljane, kar je predvsem posledica tega, da je podjetje locirano na območju Gorenjske. Povezava z matičnim podjetjem omogoča stabilnost, moč ter dostop do najkvalitetnejše in najnovejše strojne opreme, hkrati pa podjetje z lokalno povezanostjo in predanim delom ohranja pristen stik s svojimi naročniki in okoljem, kar je velika prednost v primerjavi s podjetjem Alfa d.o.o. Uspeh družbe temelji predvsem na razvoju in zadovoljstvu zaposlenih. Ustvarjajo okolje, ki nudi polno poslovnih priložnosti in osebnih izzivov, kar ustvarja dobro klimo zaposlenih v podjetju. Razvijajo kadrovske, proizvodne, intelektualne in partnerske potencialne ter investirajo v znanje in osebnostni razvoj zaposlenih. Usmerjeni so v intenzivno tržno gradnjo predvsem zaradi težavnejših pogojev na segmentih javnih naročil in investicijah. Predvsem je njihov cilj ohranjanje ali pa še povečanje tržnega deleža na Gorenjskem. Na boljšo oceno njihove bonitete je vplivala tudi zanesljivost in korektnost do naročnikov, kar pomeni izpolnjevanje naročil kupcem v skladu z dogovorom, in pogoji ter dobra plačilna discipliniranost, kar kaže korekten odnos do dobaviteljev in na hitro odzivnost na zahteve.

3.2.3 Kakovostni dejavniki dejavnosti F45.210, splošna gradbena dela

Gradbeništvo je dejavnost, ki ima zelo pomembno vlogo v gospodarstvu in dejansko tudi precej prispeva h gospodarski rasti, saj je zadnja leta med uspešnejšimi dejavnostmi v Evropi. Lahko pa izpostavimo tudi Slovenijo, saj je gradbeništvo za Slovenijo zelo pomembna panoga. Rast te dejavnosti kaže, da je celotna družba v dinamičnem razvojnem ciklu, saj so vidna pospešena vlaganja v nizke gradnje, precej se investira tudi v cestne gradnje, v prihodnosti pa bo v ospredju železniška infrastruktura (Špacapan, 2008, str. 96). Ta panoga nudi precej zaposlitev, se pa vsako leto število zaposlitev v tej panogi še povečuje, kar tudi vpliva na gospodarsko rast. K tej so trenutno največ prispevale gradnje avtocestnih mrež, investicije v industrijo in turizem ter stanovanjska in ekološka gradnja. Konjunktura gradbeništva je na izredno visoki ravni. Ogromne investicije so omogočile, da je bila rast dodane vrednosti najvišja prav v tej panogi, kar se odraža v splošni gospodarski rasti države (Špacapan, 2008, str. 98).

Na veliko rast gospodarstva pa gradbeništvo ne vpliva samo z gradnjo avtocest, ampak tudi z gradnjo nestanovanjskih objektov ter energetskih, turističnih, poslovnih in industrijskih objektov. Multiplikator v gradbenem sektorju znaša od 2 do 2,5, kar pomeni, da ima gradbeništvo velik pozitiven vpliv tudi na rast drugih dejavnosti, kot so transport, predelovalne dejavnosti, ki izdelujejo materiale za gradbeništvo in opremo, poslovno tehnične dejavnosti in trgovine. Večanje obsega gradbenih del je tudi vzrok za razmah izdelave in prodaje gradbenih strojev in različne gradbene mehanizacije. Gradbeništvo ima precej velik vpliv tudi na okolje, saj glede na obseg dejavnosti proizvede veliko količino odpadkov. Na kakovost gradnje in s tem tudi na odpornost stavb na naravne vplive ključno vplivajo gradbeni standardi. Upoštevati bo potrebno tudi trenutne klimatske razmere, ki precej vplivajo na

standarde gradnje, vendar bo trajalo še nekaj časa, da se bodo upoštevale (Kranjec, 2008, str. 26).

Zaradi visoke gospodarske rasti je postalo gradbeništvo pomembno gibalno gospodarstva. Veliki dobiček je spodbujal podjetja, da so vlagala predvsem v industrijsko gradnjo, trgovinske objekte in poslovne prostore. Posledica ugodnih gibanj v gospodarstvu so bili tudi večji državni prihodki, kar je posledično pripomoglo k povečanju naložb države v infrastrukturo. Vendar pa lahko opazimo v posameznih segmentih gradbeništva določene premike. Kmalu bo stanovanjska gradnja postala manj pomembna in vodilno vlogo bo prevzela gradnja industrijskih in poslovnih objektov ter nizke gradnje (Špacapan, 2008, str. 100).

3.3 Struktura bilance stanja in izkaza poslovnega izida podjetij Alfa d.o.o in Beta d.o.o.

V nadaljevanju prikazujem strukturo bilanc stanja in izkazov poslovnega izida za obe podjetji in na koncu podajam izračune in ugotovitve, ki tudi vplivajo na oceno bonitete podjetij.

3.3.1 Struktura bilance stanja

Slika 3: Struktura bilance stanja podjetij Alfa d.o.o in Beta d.o.o za leto 2006

Alfa d.o.o.			Beta d.o.o.		
DOLGOROČNA SREDSTVA 33,73 %	DOLG. VIRI 33,80 %	Kapit. 22,61 %	DOLGOROČNA SREDSTVA 7,82 %	DOLG. VIRI 72,32 %	Kapit. 21,68 %
KRATKOROČNA SREDSTVA 66,27 %		Dolg. Obv. 11,12 %	KRATKOROČNA SREDSTVA 92,18 %		Dolg. Obv. 50,64 %
	KRATKOROČNI VIRI 66,20 %			KRATKOROČNI VIRI 27,68 %	

Vir: Bilanca stanja podjetja Alfa d.o.o. in Beta d.o.o. za leto 2006 in lastni izračun.

Iz Slike 3 je razvidno, da ima podjetje Alfa d.o.o. dokaj visok delež kratkoročnih sredstev, ki predstavljajo 66,27 % vseh sredstev, dolgoročnih sredstev pa je 33,73 %. Dolgoročni viri predstavljajo 33,80 % vseh virov, kratkoročni viri pa 66,20 %. Dolgoročni viri sicer pokrivajo vsa dolgoročna sredstva, vendar pokrivajo le delček kratkoročnih sredstev, kar je še vedno dokaj ugodno za podjetje. Iz Slike 3 je tudi razvidno, da ima podjetje Beta d.o.o. zelo nizek delež dolgoročnih sredstev in precej visok delež kratkoročnih sredstev, 92,18 %. Dolgoročni

viri, katerih delež znaša 72,32 %, tako pokrivajo vsa dolgoročna sredstva in še precejšen delež kratkoročnih sredstev, kar je zelo ugodno za podjetje.

Na podlagi Slike 3 in strukture sredstev ter obveznosti do virov sredstev obeh podjetij lahko razberemo, da je podjetje Beta d.o.o. bolj solventno kot podjetje Alfa d.o.o., saj njegovi dolgoročni viri pokrivajo vsa dolgoročna sredstva in precejšen del kratkoročnih sredstev.

3.3.2 Struktura izkaza poslovnega izida

V Sliki 4 je prikazana struktura izkaza poslovnega izida za analizirani podjetji v letu 2006.

Slika 4: Struktura izkaza poslovnega izida podjetij Alfa d.o.o. in Beta d.o.o. za leto 2006

PRIHODKI Alfa d.o.o.	ODHODKI Alfa d.o.o.	PRIHODKI Beta d.o.o.	ODHODKI Beta d.o.o.
POSLOVNI PRIH. 99,9 %	POSLOVNI ODH. 99,7 %	POSLOVNI PRIH. 96,9 %	POSLOVNI ODH. 99,8 %
FINANČNI PRIH. 0,01 %	FINANČNI ODH. 0,2 %	FINANČNI PRIH. 0,09 %	
IZREDNI PRIH. 0,09 %	IZREDNI ODH. 0,1 %	IZREDNI PRIH. 3,01 %	FINANČNI ODH. 0,2 %

Vir: Izkaz poslovnega izida za podjetji Alfa d.o.o. in Beta d.o.o. za leto 2006 in lastni izračun.

Iz Slike 4 je razvidno, da ima podjetje Alfa d.o.o. večji del poslovnih prihodkov, kar pomeni prihodke od prodaje proizvodov, storitev, blaga in materiala. Poslovni odhodki, kot so stroški blaga in materiala, stroški dela in amortizacija, pa predstavljajo večino odhodkov. Finančnih in izrednih prihodkov ter odhodkov je zelo malo. Iz tega je razvidno, da podjetje ustvarja prihodke predvsem iz svoje dejavnosti. Pri podjetju Beta d.o.o. predstavljajo največji delež poslovni prihodki in odhodki. Ima malo višji delež finančnih in izrednih prihodkov, nima pa nič izrednih odhodkov. Tukaj je razmerje podobno kot pri podjetju Alfa d.o.o., saj tudi tu podjetje ustvarja večino svojih prihodkov iz svoje dejavnosti.

3.4 Količinski dejavniki podjetij Alfa d.o.o. in Beta d.o.o. v primerjavi s panogo

Kazalniki so pomembni za analizo poslovanja, saj je z njihovo pomočjo lažje zaznati, spremljati in ocenjevati trende, omogočajo pa tudi objektivnejše informiranje in presojanje. Izbor kazalnikov je odvisen od namena analize. Kazalniki poslovanja so lahko absolutni in

relativni. Absolutni so posamezne velikosti oz. vrednosti, relativni pa razmerja med posameznimi velikostmi. Zgoraj sem navedla 11 skupin kazalnikov in vsaka skupina ima določeno število kazalnikov. V nalogi ne bom opredelila vseh kazalnikov, ker niso vsi bistveni za vsa podjetja. V nadaljevanju bom prikazala bistvene kazalnike za obe podjetji in ju primerjala s panogo.

3.4.1 Kazalniki uspešnosti in donosnosti

Kazalniki donosnosti pokažejo donosnost oziroma rentabilnost sredstev in kapitala. Značilno za te kazalnike je, da imajo v števcu izid, v imenovalcu pa vložek, zato je potrebno za podatek v imenovalcu izračunati povprečje. Najpomembnejši kazalniki so:

$$\text{- čista dobičkovnost kapitala (return on equity – ROE) = } \frac{\text{čisti dobiček v poslovnem letu}}{\text{povprečni kapital}}$$

Kazalnik čiste dobičkovnosti kapitala je razmerje med čistim dobičkom v poslovnem letu in povprečnim kapitalom (Turk et al, 2004, str. 674). Je eden najpomembnejših kazalnikov dobičkonosnosti, ki so izmed vseh kazalnikov najuporabnejši, saj opozarjajo na morebitne nepravilnosti in večje spremembe v poslovanju ter s tem omogočajo vpogled v prihodnje poslovanje podjetja kot celote in podlage za načrtovanje ter doseganje zelenih izidov (Kavčič, 2001, str. 30).

Kazalnik pove, koliko denarnih enot dobička je ustvarila ena denarna enota kapitala.

Tabela 1: Kazalnik čiste dobičkovnosti kapitala za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Čisti dobiček (v EUR)	1	51.778	1.824	51.456.098
Povprečni kapital (v EUR)	2	363.584	293.620	329.108.931
ROE (v %)	1\2	14,2	0,62	15,6

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetij Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Čista dobičkovnost kapitala pri podjetju Alfa d.o.o. je za 1,4 odstotne točke manjša od vrednosti kazalnika pri dejavnosti, kar kaže na to, da je precej primerljivo z dejavnostjo. Podjetje Beta d.o.o. ima precej manjši kazalnik v primerjavi z dejavnostjo, in sicer za 14,9 odstotnih točk. Velika razlika je že med samima podjetjema, in sicer ima podjetje Beta d.o.o. za 13,6 odstotnih točk manjšo vrednost kazalnika, kar je predvsem posledica manjšega dobička.

$$\text{- čista dobičkovnost sredstev (return on assets – ROA) = } \frac{\text{čisti dobiček v poslovnem letu}}{\text{povprečna sredstva}}$$

Kazalnik kaže uspešnost uporabe sredstev podjetja ne glede na to, kako in s kakšnimi stroški so bila sredstva pridobljena. SRS 29 opredeljuje kazalnik kot razmerje med dobičkom in povprečnimi sredstvi v poslovnem letu.

Tabela 2: Kazalnik čiste dobičkovnosti sredstev za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Čisti dobiček (v EUR)	1	51.778	1.824	51.456.098
Povprečna sredstva (v EUR)	2	1.176.434	416.508	1.772.433.757
ROA (v %)	1\2	4,40	0,44	2,90

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetij Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Kot je razvidno iz Tabele 2 ima podjetje Alfa d.o.o. večji kazalnik za 1,5 odstotne točke v primerjavi z dejavnostjo, ob primerjavi s podjetjem Beta d.o.o. pa je kazalnik večji za 3,9 odstotne točke. To pomeni, da podjetje Alfa d.o.o. v primerjavi s podjetjem Beta d.o.o. in z dejavnostjo najboljše upravlja s sredstvi podjetja.

$$\text{- kazalnik ekonomičnosti = } \frac{\text{prihodki}}{\text{odhodki}}$$

Ekonomičnost je kazalnik, ki ustvarjene poslovne učinke primerja s porabo vseh prvin poslovnega procesa. Ker pa je taka opredelitev za potrebe praktičnega merjenja neustrezna, ekonomičnost v praksi izračunavamo kot razmerje med prihodki in odhodki (Možina et al, 2002, str. 669-670).

Tabela 3: Kazalnik ekonomičnosti za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Prihodki (v EUR)	1	1.723.531	250.843	2.116.821.177
Odhodki (v EUR)	2	1.652.608	248.348	2.130.257.603
Kazalnik ekonomičnosti	1\2	1,04	1,01	0,99

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetij Alfa d.o.o. in Beta d.o.o., dejavnost F45.210 in lastni izračun.

Kot vidimo iz Tabele 3, se ekonomičnost pri obeh podjetjih ne razlikuje prav veliko, tako, da lahko rečemo, da je njuno razmerje med prihodki in odhodki precej podobno. Prav tako je njuno razmerje med prihodki in odhodki precej podobno razmerju, ki ga ima dejavnost.

$$\text{- kazalnik produktivnosti} = \frac{\text{prihodki od prodaje}}{\text{povprečno število zaposlenih}}$$

Kazalnik produktivnosti je razmerje med prihodki od prodaje in povprečnim številom zaposlenih (Možina et al, 2002, str. 669).

Tabela 4: Kazalnik produktivnosti za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Prihodki od prodaje (v EUR)	1	1.699.040	238.433	2.097.942.774
Povpr. št. zaposlenih	2	9	10	20.165
Kazalnik produktivnosti	1\2	188.782,22	23.843,30	104.038,82

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetij Alfa d.o.o. in Beta d.o.o., dejavnost F45.210 in lastni izračun.

Kot lahko vidimo iz Tabele 4 je kazalnik produktivnosti pri podjetju Alfa d.o.o. večji kot pri podjetju Beta d.o.o., kar je posledica večjih prihodkov od prodaje, saj se podjetji glede na povprečno število zaposlenih ne razlikujeta veliko. Produktivnost podjetja Alfa d.o.o. je tudi višja od produktivnosti dejavnosti.

3.4.2 Kazalniki financiranja

S kazalniki financiranja analiziramo pasivno stran bilance stanja, pri čemer nas zanima delež kapitala in delež dolgov. Kazalniki financiranja so pomembni pri dolgoročnih odločitvah o politiki financiranja podjetja (Ipavic, 2004, str. 13). Najpomembnejši kazalniki so:

$$\text{- kazalnik finančnega vzvoda} = \frac{\text{dolgovi}}{\text{kapital}}$$

Kazalnik finančnega vzvoda je razmerje med dolgovi in kapitalom (Turk et al, 2004, str. 658). Ta kazalnik se pogosto uporablja za ugotavljanje finančnega tveganja podjetja. Večja vrednost kazalnika finančnega vzvoda predstavlja večji delež dolgov med vsemi viri financiranja.

Tabela 5: Kazalnik finančnega vzvoda za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Dolgovi (v EUR)	1	715.903	281.389	769.332.962
Kapital (v EUR)	2	389.422	285.720	347.200.409
Kazalnik finančnega vzvoda	1\2	1,84	0,98	2,22

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetja Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Kot vidimo iz Tabele 5, imata obe podjetji manjši kazalnik v primerjavi z dejavnostjo. To pomeni, da se na splošno v dejavnosti podjetja v glavnem financirajo z dolgovi. Podjetje Beta d.o.o. ima ta kazalnik manjši za 0,86 odstotne točke v primerjavi s podjetjem Alfa d.o.o., kar pomeni, da se podjetje Beta d.o.o. najmanj financira z dolgovi, kar je ugodno za podjetje, saj bolj ko podjetje uporablja dolžniške vire financiranja, bolj je podjetje finančno tvegano.

kapital

- **kazalnik stopnje lastniškosti financiranja** = $\frac{\text{kapital}}{\text{obveznosti do virov sredstev}}$

Stopnja lastniškosti financiranja nam kaže kapital v primerjavi z obveznostjo do virov sredstev (Turk et al, 2004, str. 655). Ta kazalnik pove, kolikšen delež sredstev je financiranih s kapitalom lastnikov podjetja. Podjetje je s finančnega vidika varnejše, če ima v celotnih virih sredstev večji delež lastnih (kapital) kot pa tujih virov (dolgov), saj zagotavlja kapital kot dražji vir financiranja manjše tveganje, kar je predvsem ugodno za upnike (Vidic & Zaman, 2000, str. 40).

Tabela 6: Kazalnik stopnje lastniškosti financiranja za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Kapital (v EUR)	1	389.422	285.720	347.200.409
Obv. do virov sredstev (v EUR)	2	1.152.103	395.076	2.007.225.989
Kazalnik stop.last. financiranja	1\2	0,34	0,72	0,17

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetja Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Iz Tabele 6 je razvidno, da so vsi trije rezultati manjši od 1, kar pomeni, da je pri obeh podjetjih in dejavnosti del sredstev financiran z dolgovi. Pri tem kazalniku ima najugodnejši rezultat podjetje Beta d.o.o., saj ima glede na rezultat najmanjši del sredstev financiran z dolgovi, kar pomeni, da je najmanj tvegano za upnike. Podjetje Alfa d.o.o. in podjetja v dejavnosti imajo glede na rezultat večino sredstev financiranih z dolgovi.

dolgovi

$$\text{- kazalnik stopnje dolžniškosti financiranja} = \frac{\text{dolgovi}}{\text{obveznosti do virov sredstev}}$$

Kazalnik stopnje dolžniškosti financiranja je razmerje med dolgovi in obveznostmi do virov sredstev (Turk et al, 2004, str. 656).

Tabela 7: Kazalnik stopnje dolžniškosti financiranja za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Dolgovi (v EUR)	1	715.903	281.389	769.332.962
Obv. do virov sredstev (v EUR)	2	1.152.103	395.076	2.007.225.989
Kazalnik st. dolž. financiranja	1\2	0,62	0,71	0,38

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetja Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Iz Tabele 7 je razvidno, da je delež dolgov med obveznostmi pri obeh podjetjih višji od deleža pri dejavnosti, in sicer pri podjetju Alfa d.o.o. za 0,24 odstotne točke, pri podjetju Beta d.o.o. pa za 0,33 odstotne točke. Obe podjetji imata kar precejšen delež dolgov med vsemi obveznostmi.

3.4.3 Kazalniki obračanja

Med pomembnejše kazalnike v tej skupini spadajo:

$$\text{-kazalnik obračanja terjatev} = \frac{\text{prihodki od prodaje}}{\text{povprečno stanje terjatev}}$$

Kazalnik obračanja terjatev je razmerje med prihodki od prodaje in povprečnim stanjem terjatev. Pove, kolikokrat se obrnejo terjatve v obdobju enega leta (Turk et al, 2004, str. 667).

Tabela 8: Kazalnik obračanja terjatev za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Čisti prih. od prod. (v EUR)	1	1.699.040	238.433	2.097.064.371
Povprečne terjatve (v EUR)	2	644.437	316.445	691.828.051
Kazalnik obračanja terjatev	1\2	2,63	0,75	3,03

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetja Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Iz Tabele 8 je razvidno, da se pri podjetju Alfa d.o.o. terjatve obrnejo v povprečju 2,63 krat, pri podjetju Beta d.o.o. pa 0,75 krat. V podjetjih v dejavnosti se terjatve obrnejo povprečno

3,03 krat, kar je za 0,4 odstotne točke več kot pri podjetju Alfa d.o.o. in za 2,28 odstotne točke več kot pri podjetju Beta d.o.o.

365

-dnevi vezave terjatev = -----
kazalnik obračanja terjatev

Dnevi vezave terjatev so kazalec, ki pove, koliko dni so v povprečju vezane terjatve, torej v koliko dneh kupci v povprečju plačujejo.

Tabela 9: Dnevi vezave terjatev za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Dnevi v letu	1	365	365	365
Kazalnik obračanja terjatev	2	2,63	0,75	3.03
Dnevi vezave terjatev	1\2	139	486	120

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetja Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Kot je razvidno iz Tabele 9, kupci plačajo v povprečno 120 dneh glede na dejavnost. Pri podjetju Alfa d.o.o. plačajo v 139 dneh, pri podjetju Beta d.o.o. pa v 486 dneh, kar je zelo neugodno za podjetje.

3.4.4 Kazalniki likvidnosti

Med pomembnejše kazalnike likvidnosti spadata:

-kazalnik likvidnosti-pospešeni koeficient = -----

 kratkoročna sredstva - zaloge

 kratkoročne obveznosti

Pospešeni koeficient kaže razmerje med vsoto likvidnih sredstev in kratkoročnih terjatev ter kratkoročnimi obveznostmi (Turk et al, 2004, str.664). Ta kazalnik je morda najboljše merilo plačilne sposobnosti podjetja na določen dan, saj v števcu vsebuje poleg denarja tudi tista sredstva, ki se jih v relativnem času lahko spremeni v denar. Kazalnik naj bi znašal najmanj 1, da bi bilo podjetje tekoče plačilno sposobno.

Tabela 10: Kazalnik likvidnosti - pospešeni koeficient za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Krat. sredstva – zaloge (v EUR)	1	763.458	332.833	977.909.318
Krat. obveznosti (v EUR)	2	762.682	109.356	1.300.114.401
Kazalnik likvidnosti-posp.koef.	1\2	1,00	3,04	0,75

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetja Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Kot vidimo iz Tabele 10, znaša ta kazalnik pri podjetju Alfa d.o.o. 1, pri podjetju Beta d.o.o. pa je za 2,04 večji. Kazalnik je najnižji pri dejavnosti, kar kaže na slabo plačilno sposobnost večine podjetij v tej panogi.

$$\text{-kazalnik likvidnosti-kratkoročni koeficient} = \frac{\text{kratkoročna sredstva}}{\text{kratkoročne obveznosti}}$$

Kratkoročni koeficient je razmerje med kratkoročnimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi (Turk et al, 2004, str. 664). Pokaže, ali bi podjetje lahko pokrilo vse trenutne kratkoročne obveznosti s kratkoročnimi sredstvi, ki jih ima.

Tabela 11: Kazalnik likvidnosti-kratkoročni koeficient za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Kratkoročna sredstva (v 1 EUR)	1	763.458	364.184	1.368.834.598
Kratkoročne obveznosti (v 1 EUR)	2	762.682	109.356	1.300.114.401
Kazalnik likvidnosti-krat.koef.	1\2	1,00	3,33	1,05

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetja Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Kot vidimo iz Tabele 11, je ta kazalnik pri podjetju Alfa d.o.o. enak 1, to pomeni, da bi podjetje lahko s kratkoročnimi sredstvi pokrilo vse kratkoročne obveznosti, ki jih ima. Pri podjetju Beta d.o.o. je ta kazalnik večji za 2,33, kar pomeni, da bi lahko pokrili še del dolgoročnih obveznosti. Pri podjetjih v dejavnosti je ta kazalnik malo višji od 1.

3.4.5 Kazalniki investiranja in solventnosti

V skupino kazalnikov investiranja in solventnosti štejemo kazalnike, katerih namen je izračunavanje razmerij med posameznimi kategorijami sredstev:

$$\text{-kazalnik stopnje investiranja} = \frac{\text{osnovna sredstva}}{\text{sredstva}}$$

Kazalnik stopnje investiranja pokaže delež osnovnih sredstev med vsemi sredstvi podjetja (Turk et al, 2004, str. 658).

Tabela 12: Kazalnik stopnje investiranja za podjetje Alfa d.o.o., Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Osnovna sredstva (v EUR)	1	388.645	30.892	597.404.181
Sredstva (v EUR)	2	1.152.103	395.076	2.007.225.989
Kazalnik stopnje investiranja	1\2	0,34	0.08	0,30

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetja Alfa d.o.o., Beta d.o.o., dejavnosti F45.210 in lastni izračun.

Kot je razvidno iz Tabele 12, je kazalnik stopnje investiranja največji pri podjetju Alfa d.o.o., in sicer je za 0,24 večji kot pri podjetju Beta d.o.o., kar pomeni, da ima najmanj osnovnih sredstev med vsemi sredstvi podjetje Beta d.o.o.

dolgoročni viri

- **kazalnik solventnosti** = -----
dolgoročna sredstva

Solventnost je sposobnost poravnavanja svojih obveznosti ob dospelosti. Pokaže, v kakšni meri podjetje financira svoja dolgoročna sredstva z dolgoročnimi viri. Izračunavamo jo kot razmerje med dolgoročnimi viri in dolgoročnimi sredstvi (Meigs, 1999, str. 72).

Tabela 13: Kazalnik solventnosti za podjetje Alfa d.o.o.,Beta d.o.o. in dejavnost F45.210

Kategorija		Alfa d.o.o.	Beta d.o.o.	Dejavnost F45.210
Dolgoročni viri (v 1 EUR)	1	389.422	285.720	614.687.339
Dolgoročna sredstva(v1 EUR)	2	388.645	30.892	597.404.181
Kazalnik solventnosti	1\2	1,01	9,25	1,03

Vir: Bilanca uspeha in Izkaz poslovnega izida za leto 2006 podjetij Alfa d.o.o. in Beta d.o.o., dejavnost F45.210 in lastni izračun.

Kot vidimo iz Tabele 13, podjetje Alfa d.o.o. pokriva predvsem vsa svoja dolgoročna sredstva z dolgoročnimi viri, podjetje Beta d.o.o. pa pokriva s svojimi dolgoročnimi viri še večji del kratkoročnih sredstev. Podjetje Alfa d.o.o. ima razmerje med dolgoročnimi viri in dolgoročnimi sredstvi skoraj enako kot podjetja v dejavnosti.

4. OBLIKOVANJE MNENJA O BONITETI PODJETIJ ALFA D.O.O. IN BETA D.O.O.

Obe podjetji Alfa d.o.o. in Beta d.o.o. imata svoje prednosti in slabosti. Obe podjetji sta poslovali z dobičkom, in sicer podjetje Beta d.o.o. z manjšim, podjetje Alfa d.o.o. pa z

večjim. Glede na naše kvalitativne in kvantitativne kazalnike obeh podjetij lahko razvrstimo podjetje Alfa d.o.o. v podjetje z dobro boniteto, saj je poslovanje s podjetjem sprejemljivo tvegano glede na kazalnike. Podjetje posluje povprečno, je zadolženo in včasih plačilno nedisciplinirano. Podjetje Beta d.o.o. ima zelo dobro boniteto glede na kazalnike, saj uspešno obvladuje in odpravlja pomanjkljivosti. Podjetje dobro posluje, je brez likvidnostnih težav, vendar dosega zelo nizko uspešnost.

5. SKLEP

Ker prihaja v poslovnem okolju do hitrih sprememb, morajo podjetja hitro sprejemati odločitve, zato so za doseganje uspešnosti in učinkovitosti poslovanja podjetja potrebne kakovostne informacije. Te informacije najlažje pridobimo, če pogledamo bonitetno oceno določenega podjetja, do katere pridemo z izračunom in interpretacijo različnih kazalnikov, ki nam pokažejo, kako posluje podjetje, ali je likvidno, kako močno je zadolženo in tako naprej. Na podlagi vseh teh zbranih informacij določimo neko oceno podjetja, na podlagi katere se potem možni poslovni partnerji lažje odločajo za sodelovanje z določenim podjetjem. Slaba ali zelo slaba bonitetna ocena podjetja je izraz tveganega poslovanja s tem podjetjem. Vendar pa boniteta ne odvrča zgolj od tveganih poslov, temveč omogoča tudi odkrivanje podjetij, s katerimi je priporočljivo sodelovati.

V diplomskem delu sem najprej opredelila pojem boniteta, ki jo danes razumemo kot informacijo o finančnem in premoženjskem stanju podjetja, prav tako nam veliko pove o uspešnosti poslovanja podjetja, poleg tega pa zajema tudi informacije o poslovodstvu, zgodovini, statusu, pomembnejših strateških načrtih podjetja in njegovi organiziranosti. Opredelila sem kvalitativne in kvantitativne dejavnike podjetja in panoge. Na koncu sem analizirala podjetji Alfa d.o.o. in Beta d.o.o. na podlagi prej podane teorije. Podjetji sem primerjala z ostalimi podjetji v isti panogi.

Z izračunom kvalitativnih kazalnikov na podlagi bilance stanja in izkaza poslovnega izida za leto 2006 za omenjeni podjetji in podjetja v isti panogi sem določila podjetje Alfa d.o.o. kot podjetje z dobro boniteto in podjetje Beta d.o.o. kot podjetje z zelo dobro boniteto v primerjavi z ostalimi podjetji v isti dejavnosti.

6. LITERATURA IN VIRI

1. Begg, D. et al. (1994). *Economics*. London: McGraw Hill Book Company.
2. Belak, J. (1993). *Podjetništvo, politika podjetja in management*. Maribor: Obzorja.
3. Bergant, Ž. (1998). Izrazna moč izkaza uspeha in izkaza finančnih tokov. *Bančni vestnik*, Ljubljana, 47, (7-8), 20-24.
4. Brvar, A. (1998). Bonitetna poročila in bonitete podjetij. *Kapital*, 8, (182), 26-27.
5. Craigh-Cooper, M. & De Baker, P. (1993). Management Audit. How to create an effective management team. *Financial Times*. London: Pitman Publishing, 14-16.
6. Dinkelmann, R. (1995). *Kriterien und Instrumente zur Risikofrüherkennung im Firmenkundengeschaeft der Banken*. Bern: Verlag Paul Haupt.
7. Gvin. Baza poslovnih in bonitetnih informacij. Najdeno 30.septembra na spletnem naslovu <http://www.gvin.si>.
8. Habjan, B., Kosec, B. & Žavbi, A. (1991). *Uspešna izterjava, zavarovanje plačil, bonitetna služba SDK*. Ljubljana: Poslovna založba INFIN.
9. Ibon. Baza bonitetnih informacij. Najdeno 30. septembra 2008 na spletnem naslovu <http://www.ibon.si>.
10. Igličar, A. & Hočevar, M. (1997). *Računovodstvo za managerje*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
11. Ipavic, A. (2004). *Analiza uspešnosti poslovanja družbe Petrol d.d., Ljubljana*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
12. Kajzer, Š. & Belak, J. (1993). *Podjetništvo, politika podjetja in management*. Maribor: Obzorja.
13. Kavčič, S. (2001). Podrobnejša predstavitev osnutkov SRS 20-Računovodsko predračunavanje in računovodski predračuni, SRS 23-Računovodsko obračunavanje in računovodski obračuni in SRS 29-Računovodsko proučevanje (računovodsko analiziranje). *Zbornik referatov 4.letne konference preizkušenih računovodij*. Otočec: Slovenski inštitut za revizijo, 2001, 5-35.

14. Knez-Riedl, J. (1998). *Objektivizacija presoje bonitete podjetja s pomočjo panožnih dejavnikov*. Maribor: Ekonomsko poslovna fakulteta.
15. Knez-Riedl, J. (2000). *Pojmovanje in presojanje bonitete podjetja*. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije..
16. Koletnik, F. (1996). *Uresničevanje poklicno–etničnih pravil v okviru računovodskih funkcij*. Maribor: Društvo računovodskih in finančnih delavcev.
17. Kovačič, A. (1996). Organizacijska in informacijska prenova poslovnih procesov. *Dnevi slovenske informatike, zbornik posvetovanja*. Portorož, 37-46.
18. Kranjec, S. (2008. 10. september). Najnovejši standardi so zadosti kakovostna podlaga za trdno gradnjo. *Finance*, 174, 26-27.
19. Mednarodni računovodski standardi.(2001). Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.
20. Mesner-Andolšek, D. (1995). *Organizacijska kultura*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
21. Meigs F., R. & Meigs B., Walter. (1999). *Računovodstvo: Temelj poslovnog odlučivanja*. Deveto izdanje. Zagreb: Mate.
22. Možina, S. et al. (2002). *Management nova znanja za uspeh*. Radovljica: Didakta.
23. Mramor, D. (1993). *Uvod v poslovne finance*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
24. Mulej, M. (1994). *Teorije sistemov*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
25. Pučko, D. (1998). *Analiza poslovanja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
26. Puempin, C. & Prange, J. (1995). *Usmerjanje razvoja podjetja. Fazam ustrezno vodenje in obravnavanje kriz*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
27. Robertson, M. & Monkhouse, E. (1994). *Rethinking the company*. London: Pitman Publishing.
28. Slovenski računovodski standardi (2006). Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.
29. Standardna klasifikacija dejavnosti. Najdeno decembra 2007 na spletnem naslovu <http://www.stat.si>.

30. Špacapan, B. (2008, 26. maj). Analiza panoge-Gradbeništvo: Panoga, ki cveti. *Kapital*, 443, 98-100.
31. Thommen, J.-P. (1992). *Betriebswirtschaftslehre, Unternehmung und Umwelt Marketing*. Schellenberg: Verlag Hans.
32. Turk, I. et al. (2004). *Finančno računovodstvo*. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo.
33. Turk, I. & Melavc, D. (1998). *Računovodstvo*. Kranj: Moderna organizacija.
34. Vidic, D. & Zaman, M. (2000, maj): Računovodski kazalniki v povezavi z zakonom o finančnem poslovanju podjetij. *IKS*, 27, (6), 38-46.
35. Zakon o gospodarskih družbah z uvodnimi pojasnili. (2006). Ljubljana: GV Založba.

PRILOGE

Priloga 1: Bilanca stanja podjetja Alfa d.o.o. za leto 2006 v primerjavi z dejavnostjo F45.210 (v EUR)

BILANCA STANJA	Družba 31.12.2006	Dejavnost F45.210
A. SREDSTVA	1.152.103	2.007.225.989
I. DOLGOROČNA SREDSTVA	388.645	597.404.181
1. Neopredmetena sredstva in dolg. AČR	-	-
2. Opredmetena osnovna sredstva	372.788	345.260.683
3. Dlogoročne finančne naložbe	15.857	-
4. Dolgoročne poslovne terjatve	-	-
5. Odložene terjatve za davek	-	-
II. KRATKOROČNA SREDSTVA	763.458	1.368.834.598
a. OB RATNA SREDSTVA (BREZ AČR)	763.458	-
1. Sredstva za prodajo	-	-
2. Zaloge	-	390.925.280
3. Kratkoročne poslovne terjatve	715.903	769.332.962
4. Denarna sredstva	47.555	-
b. KRATKOROČNE FIN. NALOŽBE	-	-
III. KRAT. ČAS. RAZMEJITVE (AČR)	-	-
B. OBV. DO VIROV SREDSTEV	1.152.103	2.007.225.989
I. DOLGOROČNI VIRI	389.422	
a. KAPITAL	389.422	347.200.409
Osnovni kapital	260.591	347.200.409
b. DOLG. OBVEZ. IN REZERVACIJE	-	267.486.930
1. Rezervacije in dolgoročne PČR	-	-
2. Dolgoročne obveznosti	-	267.486.930
Dolgoročne finančne obveznosti	-	170.593.085
Dolgoročne poslovne obveznosti	-	96.001.319
II. KRAT. OBVEZ. IN REZERVACIJE	762.682	1.300.114.401
1. Kratkoročne obveznosti	762.682	-
Kratkoročne finančne obveznosti	191.103	377.528.868
Kratkoročne poslovne obveznosti	571.578	922.576.390
2. Kratk. pasivne čas. razmejitev (PČR)	-	-

Vir: www.ibon.si, 2008

Priloga 2: Izkaz poslovnega izida podjetja Alfa d.o.o. za leto 2006 v primerjavi z dejavnostjo F45.210 (v EUR)

IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA	Družba 31.12.2006	Dejavnost F45.210
A. SKUPNI PRIHODKI	1.723.531	2.116.821.177
I. POSLOVNI PRIHODKI	1.721.991	2.097.942.774
Čisti prihodki od prodaje proizvodov, storitev, blaga in materiala	1.699.040	2.097.064.371
II. FINANČNI PRIHODKI	154	18.878.403
Finančni prihodki iz deležev	-	-
III. DRUGI PRIHODKI	1.385	-
B. SKUPNI ODHODKI	1.652.608	2.130.257.603
I. POSLOVNI ODHODKI	1.647.112	2.091.304.446
1. Stroški blaga in materiala	993.682	
2. Stroški storitev	435.257	
3. Stroški dela	125.134	
3a. Plače	84.397	
4. Amortizacija in odpisi osnov.sredstev	81.927	
5. Odpisi obratnih sredstev	0	
6. Drugi poslovni odhodki	11.113	
II. FINANČNI ODHODKI	3.939	38.953.157
1. Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti	3.939	
2. Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb	-	
III. DRUGI ODHODKI	1.557	
C. DOBIČEK (IZGUBA) PRED DAVKI	70.923	
D. DAVEK IZ DOBIČKA	19.154	
E. ČISTI DOBIČEK (IZGUBA)	51.769	51.456.098

Vir: www.ibon.si, 2008

Priloga 3: Bilanca stanja podjetja Beta d.o.o. za leto 2006 v primerjavi z dejavnostjo F45.210 (v EUR)

BILANCA STANJA	Družba 31.12.2006	Dejavnost F45.210
A. SREDSTVA	395.076	2.007.225.989
I. DOLGOROČNA SREDSTVA	30.892	597.404.181
1. Neopredmetena sredstva in dolg. AČR	-	-
2. Opredmetena osnovna sredstva	30.892	345.260.683
3. Dlogoročne finančne naložbe	-	-
4. Dolgoročne poslovne terjatve	-	-
5. Odložene terjatve za davek	-	-
II. KRATKOROČNA SREDSTVA	364.184	1.368.834.598
a. OBRATNA SREDSTVA (BREZ AČR)	358.751	-
1. Sredstva za prodajo	-	-
2. Zaloge	31.351	390.925.280
3. Kratkoročne poslovne terjatve	281.389	769.332.962
4. Denarna sredstva	46.011	-
b. KRATKOROČNE FIN. NALOŽBE	5.433	-
III. KRAT. ČAS. RAZMEJITVE (AČR)	-	-
B. OBV. DO VIROV SREDSTEV	395.076	2.007.225.989
I. DOLGOROČNI VIRI	285.720	
a. KAPITAL	285.720	347.200.409
Osnovni kapital	61.960	347.200.409
b. DOLG. OBVEZ. IN REZERVACIJE	-	267.486.930
1. Rezervacije in dolgoročne PČR	-	-
2. Dolgoročne obveznosti	-	267.486.930
Dolgoročne finančne obveznosti	-	170.593.085
Dolgoročne poslovne obveznosti	-	96.001.319
II. KRAT. OBVEZ. IN REZERVACIJE	109.356	1.300.114.401
1. Kratkoročne obveznosti	109.356	-
Kratkoročne finančne obveznosti	4.173	377.528.868
Kratkoročne poslovne obveznosti	105.183	922.576.390
2. Kratk. pasivne čas. razmejitev (PČR)	-	-

Vir: www.ibon.si, 2008

Priloga 4: Izkaz poslovnega izida podjetja Beta d.o.o. za leto 2006 v primerjavi z dejavnostjo F45.210 (v EUR)

IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA	Družba 31.12.2006	Dejavnost F45.210
A. SKUPNI PRIHODKI	250.843	2.116.821.177
I. POSLOVNI PRIHODKI	243.077	2.097.942.774
Čisti prihodki od prodaje proizvodov, storitev, blaga in materiala	238.433	2.097.064.371
II. FINANČNI PRIHODKI	221	18.878.403
Finančni prihodki iz deležev	-	-
III. DRUGI PRIHODKI	7.545	-
B. SKUPNI ODHODKI	248.348	2.130.257.603
I. POSLOVNI ODHODKI	247.943	2.091.304.446
1. Stroški blaga in materiala	62.043	
2. Stroški storitev	59.998	
3. Stroški dela	110.578	
3a. Plače	72.705	
4. Amortizacija in odpisi osnov.sredstev	12.732	
5. Odpisi obratnih sredstev	-	
6. Drugi poslovni odhodki	2.591	
II. FINANČNI ODHODKI	405	38.953.157
1. Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti	405	
2. Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb	-	
III. DRUGI ODHODKI	-	
C. DOBIČEK (IZGUBA) PRED DAVKI	2.495	
D. DAVEK IZ DOBIČKA	672	
E. ČISTI DOBIČEK (IZGUBA)	1.824	51.456.098

Vir: www.ibon.si, 2008