

Analiza jednoroga s posebnim osvrtom na hrvatska poduzeća

Epet, Sara

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:233671>

Rights / Prava: [Attribution-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Sara Epet

**ANALIZA JEDNOROGA S POSEBNIM
OSVRTOM NA HRVATSKA PODUZEĆA**

ZAVRŠNI RAD

Varaždin, 2023.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Sara Epet

Matični broj: 0016150501

Studij: Ekonomija poduzetništva

ANALIZA JEDNOROGA S POSEBNIM OSVRTOM NA HRVATSKA
PODUZEĆA
ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Ivana Fojs, mag. oec.

Varaždin, 2023.

Sara Epet

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristila drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

Završni rad fokus stavlja na pojam jednoroga, u vidu novog trenda poduzeća na tržištu. Rad se najprije bavi pojmom jednoroga i njegovim karakteristikama te prelazi na financijske aspekte poslovanja jednoroga i izazovima s kojima se jednorozici susreću u poslovanju. Teorijski dio rada o jednorozima podijeljen je u dva djela; pojam jednoroga i poslovanje jednoroga. Prije obrade hrvatskih jednoroga izrađena je analiza jednoroga u svijetu na osnovu liste najuspješnijih jednoroga prema njihovim matičnim zemljama i djelatnostima. Rad također obrađuje trendove u poslovanju jednoroga u Hrvatskoj. Istražuju se njihovi izazovi, prilike, uspjesi i perspektive. Konkretno, najviše će se fokusirati na dva poduzeća, Infobip i Rimac Grupu. Cilj završnog rada je dati pregled stanja i trendova u području jednoroga u svijetu i Republici Hrvatskoj te identificirati najznačajnije faktore uspjeha i izazove s kojima se jednorozici susreću u razvoju svojih poslovnih ideja. Na kraju se iznose zaključci na temelju teorijskog aspekta rada i vlastite analize hrvatskih poduzeća.

Ključne riječi: jednorozici, poduzeća, poslovanje u Hrvatskoj, start-up, trendovi

Sadržaj

Sadržaj.....	iii
1. Uvod.....	1
1.1. Predmet istraživanja.....	1
1.2. Ciljevi istraživanja.....	1
2. Metode i tehnike rada.....	2
3. Pojam jednoroga.....	3
3.1. Start-up poduzeća.....	3
3.2. Scale-up poduzeća.....	3
3.3. Prednosti i nedostaci jednoroga.....	3
3.3.1. Prednosti jednoroga.....	3
3.3.2. Nedostaci jednoroga.....	4
4. Poslovanje jednoroga.....	5
4.1. Izazovi u poslovanju.....	5
4.2. Trendovi u poslovanju.....	5
4.3. Financijski aspekti poslovanja jednoroga.....	6
5. Analiza stanja jednoroga u svijetu.....	8
5.1. Opći pregled stanja jednoroga u svijetu.....	8
5.2. Usporedba s naglaskom na matične zemlje jednoroga.....	8
5.3. Analiza djelatnosti jednoroga.....	10
5.4. Pregled pravnih regulativa jednoroga.....	11
5.5. Prilike jednoroga.....	12
6. Analiza poduzeća u Hrvatskoj.....	13
6.1. Infobip.....	14
6.1.1. Informacije o poduzeću.....	14
6.1.2. Područje poslovanja.....	14
6.1.3. Financijski pokazatelji uspješnosti.....	15
6.2. Rimac Grupa.....	20
6.2.1. Informacije o poduzeću.....	20
6.2.2. Financijski pokazatelji uspješnosti.....	21
6.3. Usporedba poduzeća Infobip i Rimac Grupa.....	25
6.3.1. Potencijali i prilike.....	26
7. Zaključak.....	27

8. Popis literature.....	28
9. Popis internetskih izvora	29
Popis slika	31
Popis tablica	32
Popis grafikona.....	33

1. Uvod

Jedan od najzbudljivijih fenomena posljednjeg desetljeća jest rast i razvoj start-up poduzeća koja su postala poznatija pod nazivom „jednorog“. Za uspjeh poduzeća jednoroga zaslužne su inovativne ideje, uspješan poslovni model te tehnološki napredak. U uvodnom dijelu završnog rada prikazuje se pregled teme istraživanja koja u fokus stavlja jednoroge kao novi trend u poslovnom svijetu, s posebnim naglaskom na hrvatska poduzeća. U ovom poglavlju definirat će se predmet istraživanja i postaviti ciljevi istraživanja.

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja završnog rada jest sama analiza pojma jednoroga kao novog poslovnog trenda na tržištu s posebnim osvrtom na hrvatska poduzeća Rimac Grupa i Infobip. Jednorog se odnosi na start-up poduzeća koja su postigla vrijednost od milijardu američkih dolara ili više u relativno kratkom vremenskom razdoblju (Crunchbase, 2023). Rad se fokusira na razumijevanje karakteristika jednoroga, njihovog poslovanja, financijskih aspekata i izazova s kojima se sama poduzeća susreću.

1.2. Ciljevi istraživanja

Ciljevi istraživanja ovog završnog rada jesu prikazati karakteristike i pojmovne okvire jednoroga kao novog trenda na poslovnom tržištu. Također, ostali ciljevi istraživanja bili bi istraživanje financijskih aspekata poslovanja jednoroga, identificiranje ključnih izazova s kojima se susreću, analiziranje stanja jednoroga u svijetu i proučavanje pravne regulative koje utječu na njihovo poslovanje, provođenje analize poduzeća u Hrvatskoj i identificiranje najznačajnijih faktora uspjeha i izazova s kojima se susreću u razvoju svojih poslovnih ideja.

2. Metode i tehnike rada

U ovom poglavlju opisane su metode i tehnike koje su korištene u provedbi istraživanja za ovaj završni rad. Cilj je osigurati valjane i pouzdane rezultate te pružiti temelje za pojam jednoroga i njihovo poslovanje, kako u svijetu tako i u Hrvatskoj. Za prikupljanje relevantnih informacija, korištena je kombinacija literature koja uključuje znanstvene radove, stručne članke i istraživanja koja su izravno pridonijela razumijevanju pojma jednoroga te dostupnih podataka poput poslovnih časopisa, financijskih izvještaja hrvatskih jednoroga Infobip i Rimac Grupa te relevantnih istraživanja koja su već provedena u tom području. Završni rad sastoji se od teoretskog obrazloženja pojma jednorog kao i analitičkog dijela financijskih izvještaja poduzeća Infobip i Rimac Grupa. Metodom deskripcije opisuju se istraživane pojave odnosno temeljni pojmovi, a metodom komparacije promatraju se sličnosti i različitosti navedenih poduzeća.

3. Pojam jednoroga

Pojam „jednorog“ predstavlja relativno novi trend u području poduzetništva koji je dobio na značaju posljednje desetljeće. U ovom poglavlju pobliže se objašnjava što točno podrazumijeva pojam jednoroga, kako se definira te koji su njegovi primarni elementi.

3.1. Start-up poduzeća

Start-up poduzetnički projekt je poduzeće koje se nalazi u fazi razvoja i istraživanja tržišta. U većini slučajeva start-upom se podrazumijevaju visokotehnološki projekti kojima je potencijal za rast i uspjeh iznimno velik (Klačmer-Čalopa, Horvat i Lalić, 2014).

„Start-up poduzeće je privremena organizacija osmišljena za traženje ponovljivog i skalabilnog poslovnog modela“ (Blank, 2012). Start-up poduzeća su nastala u uvjetima nesigurnosti kako bi pronašla rješenja za određene probleme. Inovacija je središnji dio svakog uspješnog start-up-a te ih to čini prepoznatljivima (Ries, 2011). Za uspješna start-up poduzeća zaduženi su prilagodljivi poduzetnici i njihove motivacije čije inicijative se temelje na tržišnim prilikama (Smith i Miner, 1983).

Još jedna specifičnost start-up poduzeća jest činjenica da se njihov opstanak očituje u neizvjesnosti i konkurenciji koja kupcima u kratkom roku može omogućiti druge alternative.

3.2. Scale-up poduzeća

Za razliku od start-up poduzeća, scale-up su poduzeća koja su već dosegla svoju fazu razvoja i nalaze se u poziciji između start-up poduzeća i poduzeća koja su u svojoj starijoj „životnoj dobi“. Ovakva poduzeća provode strategije koje teže ostvarivanju ekonomije obujma. Nakon što prođu svoju početnu fazu razvoja, scale-up poduzeća se odlučuju na održivi poslovni model (često digitaliziran i tehnološki unaprjeđen) te su u fazi skaliranja spremne su za rapidni rast (Durufle, Hellmann, Wilson, 2017).

3.3. Prednosti i nedostaci jednoroga

U ovom dijelu razmatraju se neke prednosti i nedostaci jednoroga kao novog trenda na tržištu.

3.3.1. Prednosti jednoroga

Prednosti jednoroga u većini slučajeva su te što jednorog poduzeća doživljavaju potpunu digitalnu transformaciju koja ih uvelike razdvaja od konkurencije i „zastarjelih“ poduzeća. „Digitalna transformacija poslovanja odnosi se na intenzivnu primjenu digitalne tehnologije i digitalnih resursa u svrhu stvaranja novih izvora prihoda, novih poslovnih modela i, općenito, novih načina poslovanja (Spremić, 2017).

S obzirom da su inovacije jedan od ključnih elemenata jednoroga, smatraju se jednim od prednosti ovih poduzeća jer upravo one su temelj uspješnog poslovanja. Jako važna stavka dobrog poslovanja poduzeća je ta da one uvijek imaju nove i „zdrave“ ideje (Funda, 1999).

Inovacije su najzaslužnije za uspjeh jednoroga te njihovim korištenjem ova poduzeća povećavaju svoje tržišne vrijednosti i pretvaraju dinamične promjene u produktivnost iskorištavajući njihov potencijal.

Prepoznatljivost jednoroga igra bitnu ulogu u njihovom poslovanju. Jako je važna medijska izloženost koja prati njihov rast što u suštini dovodi do podizanja svijesti o njihovim proizvodima ili uslugama koje nude. Prepoznatljivost jednoroga također omogućava privlačenje novih vrhunskih talenata koji pridonose cjelokupnom imidžu poduzeća (FasterCapital, 2023).

3.3.2. Nedostaci jednoroga

Nedostataka jednorog poduzeća je činjenica da su ovakva poduzeća još uvijek mlada u svom razvoju što znači da mogu biti poprilično nestabilna. Pod nestabilnošću, ne misli se nužno na financijsku nestabilnost, nego neiskusne upravljačke kadrove i timove koji mogu biti pod prevelikim pritiskom upravljanja poduzeća (FasterCapital, 2023).

Tržište jednoroga također može biti surovo jer mnoga start-up poduzeća nikada neće doživjeti takvu razinu uspjeha. Jednorozni se suočavaju s problemom kada sami sebi stvore previsoka očekivanja nakon razdoblja rapidnog uspjeha. (Trigma, 2023).

4. Poslovanje jednoroga

U ovom poglavlju fokusira se na poslovanje jednoroga i istražuju se različiti aspekti s kojima se jednorozni suočavaju u svojoj operativnoj i financijskoj djelatnosti. Također proučavaju se izazovi s kojima se jednorozni susreću te identificiraju trendovi koji oblikuju njihov način poslovanja.

4.1. Izazovi u poslovanju

Iako poduzeća jednorozni imaju tržišnu vrijednost od jednu ili više milijardi američkih dolara, iznenađujuća činjenica je ta da velika većina dolazi u period stečaja. Ovakve situacije izrazito su nepogodne za investitore, ali s druge strane postoje razna objašnjenja zašto dolazi do ovakvih izazovnih situacija (Management Study Guide, 2015):

1. Previsoka vrijednost: ova značajka je broj jedan kada je riječ o izazovnim situacijama jednoroga. Pod previsokom vrijednošću podrazumijeva se naglašavanje njegove vrijednosti u najranijim fazama poslovanja. Upravo zbog ovoga događa se da investitori uložne velike količine novca u start-up poduzeća koja još uvijek nisu pokazala nikakav napredak.
2. Povećani trošak stjecanja: mnoge start-up tvrtke rade tako što svoje proizvode cijene neobično nisko kako bi stekle kupce. Međutim nakon određenog vremena nastoje povećati cijene svojih proizvoda kako bi nadoknadile nastale gubitke. Ovakve oscilacije u poslovanju jednoroga mogu dovesti do financijskih problema u kasnijim fazama.
3. Razlika u načinu razmišljanja investitora: mnogo jednoroga propada iz razloga što nisu bili u mogućnosti prijeći s privatne vlasničke strukture na javnu vlasničku strukturu. Jako je puno primjera poduzeća koja nisu uspjela prodati svoje dionice nakon njihovog javnog kotiranja, a ovo se događa jer javni investitori drukčije percipiraju ulaganja u usporedbi s privatnim investitorima (Management Study Guide, 2015).

Također, još neki oblici izazova s kojima se suočavaju jednorozni jesu visoka konkurencija od koje se moraju isticati inovacijama, previsoka očekivanja koja mogu dovesti do financijskih gubitaka, formiranje adekvatnog tima čije se vještine nadopunjavaju, potrebna infrastruktura za obavljanje posla itd. (Trigma, 2023).

4.2. Trendovi u poslovanju

Poslovanje jednoroga podložno je raznim trendovima koji utječu na oblikovanje njihovog rada i način na koji obavljaju svoje djelatnosti. Razumijevanje tih trendova omogućuje jednorozima da se uspješno prilagode tim promjenama te iskoriste nove prilike, a samim time ostanu konkurentni. Prema Huff Eckert (2022) ovo su neki od trendova:

1. Platformizacija potrošačkih usluga: porast e-kupovine zahtijevala je potrebu za besprijekornim i neometanim digitalnim plaćanjem, što je navelo neke jednoroge u fintech sektoru za rješavanje ovog problema. Njihov broj porastao je od 2016. sa 36 na 159 2021. godine. Nama možda najpoznatije platforme za plaćanje su Stripe i Revolut.
2. Od električnih vozila do transformacije energije: kroz protekle godine došlo je do povećanja korištenja električnih vozila koji imaju velike benefite za očuvanje okoliša kao i uštede energije. U nastavku rada bit će više riječi o samim električnim automobilima u vidu Rimac Automobili poduzeća.
3. Susret s generacijom Z u metaverzumu: ovo podrazumijeva jednoroge koji posluju u edtech-u, „gejmanju“ i „streamanju“. Metaverzum je pojam koji se koristi za virtualni svijet igara, društvenih platformi i aplikacija. Možda jedan od najpoznatijih trenutno streaming jednoroga jest društvena mreža Tik Tok koja bilježi rapidni rast kroz jako kratak period.
4. Mobilna poduzeća čine genijalan zaokret: ovaj trend znači veliki napredak za jednoroge koji rade dostavljanje primjerice hrane, kućnih potrepština itd.
5. Zdravlje i wellnes prelaze na digitalno: pandemija je omogućila ljudima da nadziru svoje fizičko i mentalno zdravlje od kojih su mnogi jednorozni profitirali.

4.3. Financijski aspekti poslovanja jednoroga

Kada je riječ o prikazivanju financijskog stanja i „zdravlja“ poduzeća, najbolji pokazatelji toga jesu financijska izvješća. Pod temeljna financijska izvješća podrazumijevamo bilancu, račun dobiti i gubitka, izvještaj o novčanom toku, izvještaj o promjenama kapitala i bilješke uz financijske izvještaje. Bilanca najbolje prikazuje financijsko stanje poduzeća, račun dobiti i gubitka prikazuje financijski uspjeh tvrtke u određenom razdoblju, a izvještaj o novčanim tokovima odgovoran je za informacije o izvorima i upotrebi gotovine tijekom izvještajnog razdoblja (Vidučić, 2000). „Cilj temeljnih financijskih izvještaja je zadovoljiti informacijske potrebe svih zainteresiranih korisnika bilo da se radi o sadašnjim ili budućim ulagačima (vlasnicima), kreditorima, poslovnim partnerima (kupcima, dobavljačima), državnim institucijama ili pak javnosti (Brekalo, 2004). Nadalje, financijski omjeri su važan dio planiranja,

kontrole i donošenja odluka u poduzeću. Analiza omjera pomaže u određivanju optimalnih strategija kojima u najvećoj mjeri pristupaju menadžeri (Vukasović i Vojnović, 2010).

Pokazatelji likvidnosti govore nam o sposobnosti poduzeća da otplaćuje svoje kratkoročne i dugoročne obveze. Ukoliko poduzeće nije likvidno, odnosno ne može otplaćivati svoje dugove, u većini slučajeva dolazi do njezinog stečaja.

Pokazatelji zaduženosti su financijski omjeri strukture kapitala i izvora financiranja. „Pokazatelji zaduženosti su posebno značajni za sagledavanje analize financijske situacije, i da s njima ispitujemo strukturu izvora imovine od koje će zavisiti financijska stabilnost poduzeća i dugoročna solventnost“ (Brekalo, 2004).

Pokazatelji aktivnosti nam pokazuju brzinu obrtaja imovine te se još nazivaju koeficijenti obrtaja. Brekalo (2004) navodi da pokazatelji aktivnosti pokazuju brzinu pretvaranja imovine u novac te da je za njih općenito poželjno da budu što veći.

Pokazatelji ekonomičnosti se u potpunosti računaju iz računa dobiti i gubitka, a pokazuju nam omjere prihoda i rashode.

Pokazatelji profitabilnosti jesu ti koji se koriste kao mjera sposobnosti poduzeća da generira dobit u odnosu na prihode te predstavljaju učinkovitost tvrtke.

5. Analiza stanja jednoroga u svijetu

U ovom poglavlju obrađuju se podaci o rasporedu jednorog poduzeća po sektorima, kao i njihovoj veličini i financijskom stanju. Uz to se daje pregled trendova u poslovanju te se navode kompanije koje su postigle izvrsne performanse. Naglasak se stavlja i na izazove i prilike u budućnosti, kao i mogućnosti za ulaganja u jednoroge. Također se daje pregled pravnih regulativa vezanih za jednorog poduzeća.

5.1. Opći pregled stanja jednoroga u svijetu

Opći pregled stanja jednoroga u svijetu predstavlja globalnu sliku analizirajući njihovu rasprostranjenost, utjecaj na globalno tržište te u kojim sektorima najviše djeluju. Fokus se stavlja na ključne regije i zemlje koje najviše pomažu rastu i razvoju jednoroga, samim time kakav utjecaj njihova prisutnost ima na održavanje svjetskog gospodarstva. Na svijetu danas djeluje više od 1400 jednorog poduzeća, a ova poduzeća pripadaju raznim industrijama poput financijskih usluga, zdravstva, transporta, internet kupovine itd. Ova poduzeća su kolektivno zaradila više od 800 milijardi američkih dolara od 8000 različitih investitora, a investitori koji su imali najviše utjecaja na rast jednoroga jesu Tiger Global Management, Accel, Andreessen Horowitz i Sequoia Capital (Crunchbase, 2023).

5.2. Usporedba s naglaskom na matične zemlje jednoroga

Pod matične zemlje jednoroga podrazumijevaju se zemlje u kojima su osnovana mnogobrojna start-up poduzeća s naglaskom na ostvarenje prihoda od barem milijardu američkih dolara. U nastavku se navodi nekoliko primjera takvih država i poduzeća te njihova međusobna usporedba (Crunchbase, 2023):

Sjedinjene Američke Države: Silicijska dolina u Kaliforniji se smatra jezgrom mnogih jednoroga. Najbolji primjeri američkih start-up poduzeća koji danas broje prihode u milijardama dolara jesu Apple, Amazon, Facebook, Google itd. Trenutno najviše mjesto na listi američkih jednoroga zauzima organizacija SpaceX koja je nakon investiranja od 9 milijardi američkih dolara ostvarila tržišnu vrijednost od 125 milijardi američkih dolara.

Kina: nakon SAD-a, Kina broji najviše jednoroga (njih 261). Kinesko poduzeće ByteDance je tehnološka tvrtka koja se bavi upravljanjem platformama za kreativni sadržaj koja nakon investiranja ostvaruje tržišnu vrijednost od 220 milijardi američkih dolara i time zauzima prvo

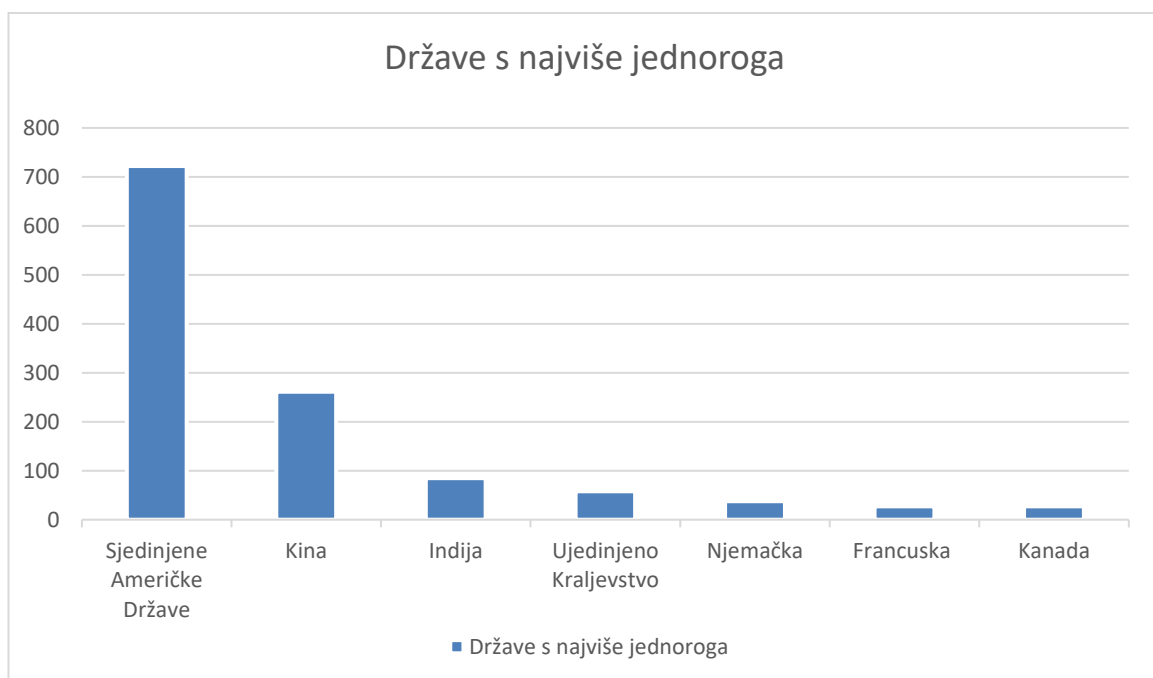
mjesto na listi najvrjednijih jednoroga. Još neke od kineskih poduzeća jesu: Ant Group (treće mjesto na listi), Shein, Xiaohongshu, JD Digits itd.

Indija: Indija je također našla svoje mjesto na tržištu jednoroga koji su najzastupljeniji u sektorima digitalnih plaćanja, e-trgovine i dostave hrane. Najprofitabilnija indijska poduzeća su Reliance Retail s tržišnom vrijednošću od 63 milijarde američkih dolara i Reliance Jio s tržišnom vrijednošću od 58 milijardi američkih dolara.

Europske zemlje: što se tiče Europe, brojimo velik broj start-up poduzeća koja se najvećim dijelom nalaze u Londonu, Stockholmu i Berlinu. Trenutno najprofitabilnije poduzeće iz Ujedinjenog Kraljevstva jest Checkout.com s tržišnom vrijednošću od 40 milijardi američkih dolara. Još neka europska poduzeća jesu: Revolut, Trendyol Group, Celonis, Northvolt, Bolt, Infobip itd.

Još neke države koje su sudjelovale u nastanku i razvitku jednoroga diljem svijeta jesu Kanada, Francuska, Južna Koreja, Izrael, Brazil, Singapur, Japan, Meksiko itd. (Crunchbase, 2023).

Grafikon 1. Države s najviše jednoroga u svijetu u 2023. godini



(Izvor: Izrada autora prema Crunchbase, 2023)

5.3. Analiza djelatnosti jednoroga

Kako je već prethodno navedeno, poslovanja jednoroga djeluju u raznim industrijama i djelatnosti kojima donose visoke prihode i stabilizaciju ekonomske slike. Svaki jednorog se fokusira na različite izazove u kojima nastoji doći do kvalitetnog rješenja problema.

Tehnološki sektor bazira se na visokim tehnologijama koje služe kao podrška poslovnim procesima, telekomunikacijskim i internetskim tehnologijama i upravo zbog svojeg sve većeg stupnja integriranosti postaje glavna poluga gospodarskog rasta i zapošljavanja. (Novotny, 2006). Upravo organizacija koja danas slovi za jednoroga s najvećom tržišnom vrijednošću na svijetu ByteDance pripada ovom sektoru, a između ostalog postoje još mnoge druge poput Airbnb-a, Uber-a itd. (Crunchbase, 2023).

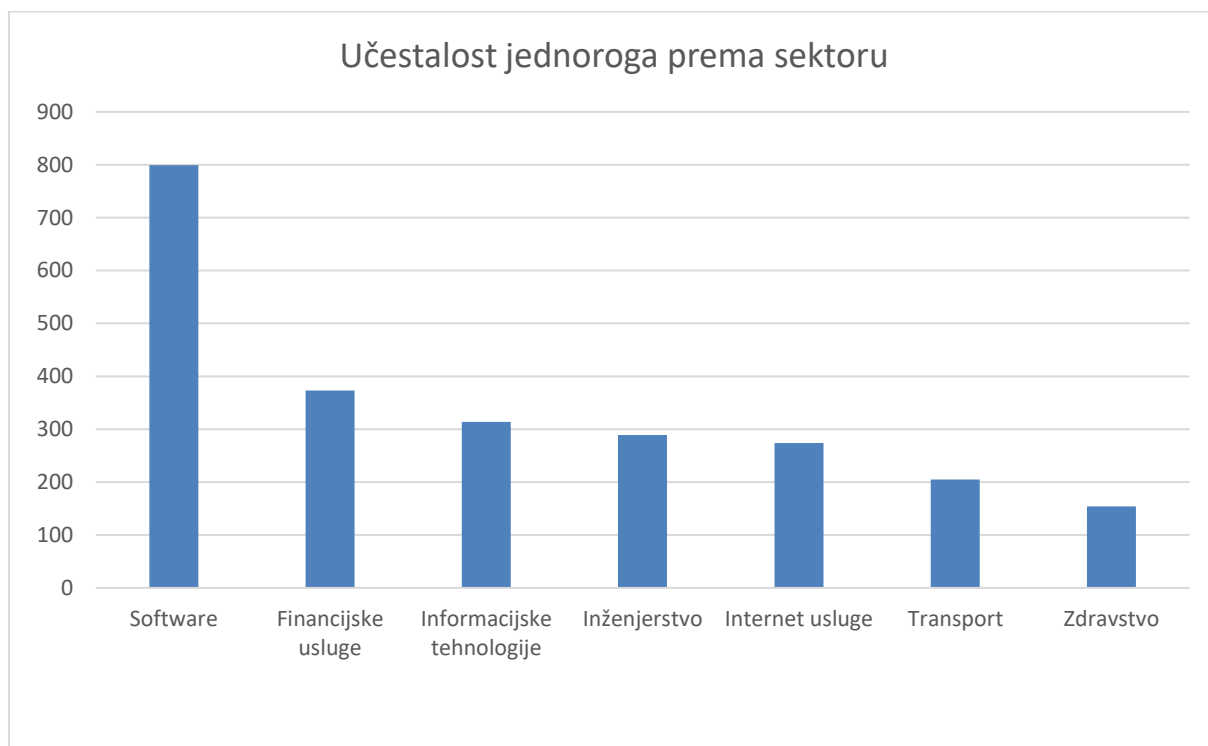
Financijski sektor ili Fintech jesu jednorog poduzeća koja se bave financijskim uslugama koje se temelje na tehnološkim inovacijama te povezuju digitalno tržište sa financijskim uslugama (Europska komisija, 2018). Prema World Bank (2022), iznenadni razvoj fintech-a omogućio je mobilni internet kao i jeftina računalna snaga koju pružaju pametni telefoni. Možda najpoznatiji jednorog koji je iskoristio ovu priliku jest Revolut.

Što se tiče zdravlja, ima mnogo jednoroga koja se bave istraživanjem i proizvodnjom inovativnih vrsta terapija, lijekova itd. Primjerice, američko poduzeće Resilience pruža sveobuhvatna rješenja za proizvodnju i razvoj biofarmaceutskih proizvoda (Crunchbase, 2023).

Inženjerstvo također igra važnu ulogu u jednorog poduzećima. Najbolji primjer toga bila bi tehnološka firma Elona Maska SpaceX koja se bavi proizvodnjom zrakoplova, dizajn raketa i svemirskih letjelica. Sama činjenica o tome da je u ovaj program investirano 383,02 milijarde američkih dolara, govori nam koliku važnost cijeli projekt ima (Failory, 2023).

Postoje još mnogi drugi sektori u kojima su jednorogi pronašli svoj dom te u potpunosti mijenjaju način poslovanja „tradicionalnih“ industrija donoseći inovacije kojima rješavaju određene izazove na tržištu.

Grafikon 2. Učestalost jednoroga prema sektoru 2023. godine



(Izvor: izrada autora prema Crunchbase, 2023)

5.4. Pregled pravnih regulativa jednoroga

Pravni izazovi za jednoroga mogu uključivati različite stavke poput pravne regulacije vlasništva, sigurnost, zaštitu korisničkih podataka itd. Tehnološki star-upovi uglavnom se suočavaju sa problemom patentne zaštite, dok se fintech jednorogi nalaze u situacijama kompliciranih finansijskih regulacija.

Unatoč svojoj veličini i utjecaju na cjelokupno društvo, mnoga poduzeća jednorogi ostaju u privatnom vlasništvu i ne izdaju svoje dionice u javnost. S obzirom na njihovu poziciju, one nisu oblikovane da otkrivaju svoje financije široj javnosti, što dovodi do toga da neiskusni ulagači i zaposlenici (za razliku od većih ulagača) nemaju kapital za pregovaranje o otkrivanju informacija (The Regulatory Review, 2016).

Prema profesoricu Pravnog fakulteta Sveučilišta Washington Jennifer S. Fan (2015) privatne tvrtke koje postignu status jednoroga (definirano kao posjedovanje vrijednosti veće od milijardu američkih dolara) trebale bi biti podložne za objavljivanje informacija kao i javne tvrtke. Javnim otkrivanjem informacija štite se manji ulagači osvjetljivanjem rizika i koristi ulaganja u jednoroge.

Još jedan konkretan primjer pravnih regulativa koji se javlja jest iskorištavanje punog potencijala fintech društava u Europskoj Uniji. Naime, fintech društva u Europskoj Uniji još uvijek posluju u okviru svojih nacionalnih pravnih sustava, a prekogranične usluge još uvijek su slabo razvijene. Primjerice, austrijska fintech društva i njihovi poslovni modeli orijentirani su isključivo na nacionalno tržište Austrije i Njemačke. Ipak, iako su poslovni modeli fintech društva orijentirani na nacionalna tržišta, uvođenje jedinstvenih uvjeta rada omogućilo bi fintech društvima u Europskoj Uniji da prošire svoje djelatnosti i izvan nacionalnih okvira te time postignu visoku konkurentnost (Tomić, 2019).

5.5. Prilike jednoroga

Zbog prirode svog posla, jednorozci se često suočavaju s dinamičnim promjenama u poslovnom okruženju koji ih formiraju za buduće prilike. U nastavku se navodi primjer prilika koje omogućuju jednorozcima da ostanu relevantni, inovativni i konkurentni. ,

Bez obzira na probleme i izazove s kojima se jednorozci ili start-up poduzeća suočavaju, svaki problem iziskuje rješenje koje u konačnici dovodi do novih poslovnih prilika.

Konkretan primjer od kojeg mogu nastati jednorozci jest porast indijske populacije te nekoliko problema s kojima se ona suočava. Dakle, Indija se nosi s velikim brojem problema poput siromaštva, upravljanja otpadnim vodama, prekomjernog korištenja plastike itd. što zapravo stvara prilike za poduzeća s kreativnim rješenjima koja će dovesti do dobrobiti opće populacije.

Jednorozci mogu stvarati prilike i od strane svoje konkurencije. „Zdrava“ konkurencija potiče kreativan rast uz učenje različitih vještina. Utjecajem konkurencije generiraju se novi talenti koji pomažu pri inovacijama koji u suštini odvajaju određeno poduzeće od ostalih (Trigma, 2023).

6. Analiza poduzeća u Hrvatskoj

Ovo poglavlje bazira se isključivo na konkretnu primjenu koncepta jednoroga na hrvatska poduzeća. Nabrojat će se nekoliko hrvatskih jednoroga ili onih koji to tek trebaju postati. Bavit će se detaljnijom analizom dva hrvatska jednoroga Infobip i Rimac Grupa te kako su se razvili, s kojim izazovima se suočavaju i prilike koje im se stvaraju.

Kako je već prethodno navedeno, trenutno jedina dva hrvatska jednoroga jesu Infobip i Rimac Grupa, ali u Republici Hrvatskoj postoje još mnoga druga poduzeća koja su na dobrom putu da postanu jednorogi. U nastavku će biti nabrojani neki sa njihovim općim informacijama.

Gideon Brothers d.o.o. bavi se rješavanjem industrijskih izazova pomoću autonomnih robota koje pokreće umjetna inteligencija i vizualna percepcija. Poduzeće je nastalo 2017. godine te prema posljednjim podacima iz 2022. broji 122 zaposlenika. Tri najvažnija investitora od njih 17 jesu Taavet Hinrikus, Koch Disruptive Technologies i Pentland Ventures (Crunchbase, 2023).

Photomath je poduzeće koje se bavi računalnim programiranjem i pronalaženjem matematičkih rješenja. Nastalo je 2016. godine te u 2022. godini ima 123 zaposlenika. Njegovi investitori su GSV Ventures, Cherubic Ventures, Learn Capital, Goodwater Capital i Menlo Ventures (Crunchbase, 2023).

Microblink poduzeće je platforma umjetne inteligencije koja koristi strojno učenje kako bi omogućila korištenje i prednosti umjetne inteligencije svima na Zemlji. Microblink je nastao 2013. godine, a njegova dva investitora su Silversmith Capital Partners i Cherubic Ventures. Poduzeće je u 2022. imalo 145 zaposlenika (Crunchbase, 2023).

Bellabeat proizvodi inovativne proizvode koji pomažu osobama ženskog spola u praćenju cjelokupnog zdravlja. Bellabeat poduzeće je osnovano 2013. godine i ima čak 22 investitora od kojih su najpoznatiji Y Combinator, Aol Ventures i Nordic Eye Venture Capital (Crunchbase, 2023).

ReversingLabs jest poduzeće koje služi za računalno programiranje detektirajući prijetnje. Poduzeće je osnovano 2009. godine i broji oko stotinjak zaposlenih. Investitori ovog poduzeća su Crosspoint Capital Partners, Prelude Fund, Forgepoint Capital, JP Morgan Chase i In-Q-Tel (Crunchbase, 2023).

Aircash je digitalna platforma koja se bavi platnim prometom koja omogućava korisnicima plaćanje računa, kao i slanje i primanje novca. Aircash je osnovan 2015. godine te ima 35 zaposlenika. Investitori Aircash poduzeća nisu poznati (Crunchbase, 2023).

Kako je već prethodno navedeno, investitori imaju važnu ulogu u poslovanju budućih jednoroga u Republici Hrvatskoj. Neki od najvažnijih su FilRouge Capital koji osigurava financiranje rizičnog kapitala u ranim fazama razvoja (FilRouge Capital, 2023), Enterprise Investors, South Central Ventures, Provectus Capital Partners, Invera Equity Partners itd. (Poslovni dnevnik, 2022).

6.1. Infobip

Ovo potpoglavlje bavi se analizom poduzeća Infobip tako što se navode njegove opće informacije, opisuje temeljno područje poslovanja te vrši analiza financijskih izvještaja iz 2020., 2021. i 2022. godine koje će omogućiti bolji uvid u njegove pokazatelje uspješnosti.

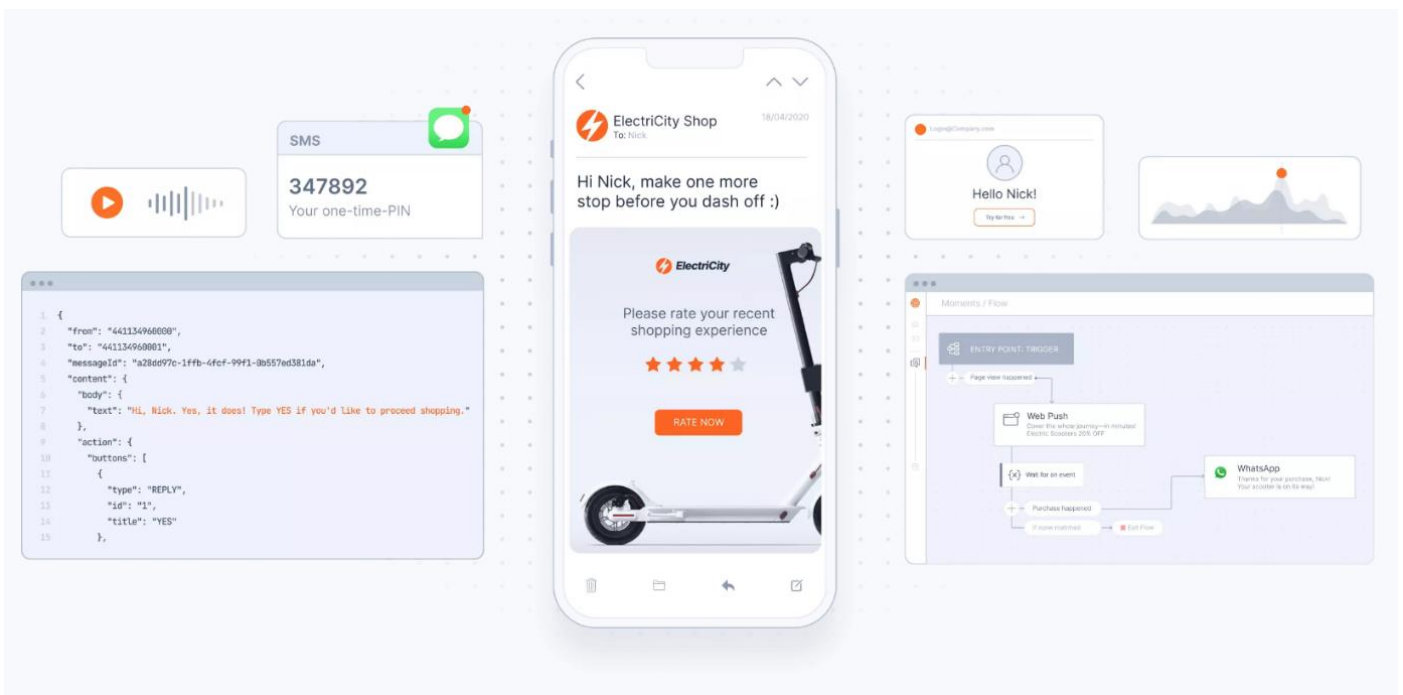
6.1.1. Informacije o poduzeću

Telekomunikacijska i IT tvrtka iz Republike Hrvatske koja nudi mobilne usluge jest poduzeće Infobip. Poduzeće Infobip osnovano je 2006. godine u Puli kao pružatelj usluga poslovne komunikacije. Poduzeće je postiglo rast kroz bliske veze s inkubatorom za podršku poduzetnicima te se zbog toga počinje širiti i van Pule. Izvorni cilj osnivanja ovog poduzeća bila je sinergija korisnika mobilnih uređaja i besprijekorne komunikacije. Osnivači poduzeća bili su Silvio Kutić, Roberto Kutić i Izabel Jelinić, a ideja o Infobipu rodila se u Vodnjanu 2002. godine gdje im se danas nalazi jedno od sjedišta. Tek sedam godina kasnije poduzeće započinje svoju sadašnju putanju. Slijedi globalno širenje. Što se tiče globalne rasprostranjenosti, svoj prvi ured otvaraju u Londonu, a zatim nastavljaju diljem svijeta među kojima su sjedišta u Sao Paulu, New Yorku, Tokiju, Buenos Airesu, Istambul, Meksiko Cityju, Dubaiju, Beogradu te mnogim drugim. Iako rasprostranjeni diljem svijeta, njihova glavna sjedišta ostala su u Republici Hrvatskoj u Vodnjanu i Zagrebu te Londonu. Infobip u svom poslovanju trenutno ima više od tri tisuće zaposlenih, od kojih je samo u Hrvatskoj tristo. Svojim rapidnim rastom, poduzeće nastoji u sljedećih nekoliko godina imati čak i više od deset tisuća zaposlenih (Infobip, 2023).

6.1.2. Područje poslovanja

Infobip u svom poslovanju nudi širok asortiman proizvoda i usluga kojima su temelj mobilne usluge u oblaku. Područje poslovanja bazira se na tehnološkim rješenjima za slanje i obradu SMS poruka, telefonskih poziva, glasovnih poruka, slanje e-pošte i poruka putem mobilnih aplikacija za razmjenjivanje poruka. Infobip je zaslužan za izgradnju vlastite

komunikacijske platforme za obradu i automatsko slanje SMS poruka te putem svoje platforme povezana je sa telekomima diljem svijeta kako bi njezini korisnici bili lakše povezani s mobilnim korisnicima. U suštini, poslovanje Infobipa povezano je sa A2P slanjem poruka, A2P RCS, A2P glas, razmjenu poruka, obavijest aplikacija na mobilnom uređaju i izvršavanje naplate uz pomoć mobilnog operatera. A2P kratica predstavlja *application-to-person* što u prijevodu znači komunikaciju između uređaja i osobe. Osim usluga velik dio ulaganja usmjerava se i na istraživanje i razvoj koje je zapravo temelj ovog poduzeća te omogućuje njegovo konstantno inoviranje (Infobip, 2023).



Slika 1. Operacijski sustav Infobip-a (izvor: Infobip, 2023)

6.1.3. Financijski pokazatelji uspješnosti

Likvidnost pokazuje sposobnost poduzeća da otplaćuje svoje kratkoročne i dugoročne obveze. Likvidnost proizlazi iz njene kratkotrajne imovine. U nastavku se prikazuju: koeficijent trenutne likvidnosti, koeficijent ubrzane likvidnosti, koeficijent tekuće likvidnosti i koeficijent financijske stabilnosti.

POKAZATELJI LIKVIDNOSTI	2020.	2021.	2022.
Koeficijent trenutne likvidnosti	0,01	0,01	0
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,07	0,04	0,25
Koeficijent tekuće likvidnosti	0,08	0,05	0,30
Koeficijent financijske stabilnosti	1,29	2,87	1,23

Tablica 1. Pokazatelji likvidnosti društva Infobip

Koeficijent trenutne likvidnosti računa se omjerom novca i kratkoročnih obveza, što govori koliki postotak kratkoročnih obveza Infobip može podmiriti. Iz tablice (tablica 1) se može iščitati kako je u promatranim periodima ova vrijednost relativno niska, a idealna vrijednost bi bila da je omjer veći od 1.

Koeficijent ubrzane likvidnosti je adekvatniji pokazatelj likvidnosti te pokazuje udio kratkoročnih obveza koje poduzeće može brzo platiti. Vrijednost ovog koeficijenta trebao bi biti 1 ili više od 1, a iz tablice (tablica 1) se može vidjeti kako promatrani periodi nemaju takve vrijednosti. Iz tog razloga može se dogoditi da poduzeće neće moći podmiriti kratkoročne obveze kada dođu na naplatu.

Koeficijent tekuće likvidnosti je omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza, a njegova vrijednost trebala bi biti veća od 2. U ovom slučaju može se primijetiti (tablica 1) kako ovi koeficijenti imaju jako nisku vrijednost, ali s obzirom da se radi o pružanju usluga, zalihe nemaju veliku vrijednost u odnosu na imovinu.

Koeficijent financijske stabilnosti, za razliku od ostalih koeficijenata, u svojoj strukturi sadrži dugotrajnu imovinu, kapital te dugoročne obveze. Vrijednost koeficijenta ne bi trebala prelaziti 1, a u Infobip-u (tablica 1) najveću vrijednost dostiže 2021. godine. Ovo se događa iz razloga što je poduzeće u promatranim periodima povećavalo dugoročne obveze kako bi investiralo u građevinske objekte.

POKAZATELJI ZADUŽENOSTI	2020.	2021.	2022.
Koeficijent zaduženosti	0,81	0,71	0,73
Koeficijent vlastitog financiranja	0,30	0,33	0,63
Koeficijent financiranja	2,72	2,17	1,16
Faktor zaduženosti	6,04	7,28	7,78
Stupanj pokrića I	0,31	0,34	0,80
Stupanj pokrića II	0,77	0,35	0,81

Tablica 2. Pokazatelji zaduženosti društva Infobip

U pokazateljima zaduženosti prikazuju se koeficijent zaduženosti, koeficijent vlastitog financiranja, koeficijent financiranja, faktor zaduženosti te stupanj pokrića I i II.

Koeficijent zaduženosti je vrijednost koja nam govori kolika je zaduženost određenog poduzeća. Poželjno bi bilo da ovaj broj ne prelazi 0,50, ali u slučaju Infobip-a (tablica 2) kroz sve tri godine vide se oscilacije kojima se može zaključiti da poduzeće veći dio svoje imovine financira iz vanjskih izvora (zaduživanjem).

Koeficijent vlastitog financiranja znači koliki udio imovine se financira iz vlastitih izvora, a računa se omjerom kapitala i ukupne imovine. U ovom slučaju poželjno je da vrijednost prelazi 0,50, pa s toga možemo zaključiti (tablica 2) kako se kroz 2020. i 2021. godinu Infobip nije financirao iz vlastitih izvora, dok se u 2022. taj broj povećava za 30%.

Nadalje, koeficijent financiranja koristi se za procjenu između ukupnih obveza i vlastitog kapitala. Kroz sve tri promatrane godine (tablica 2) vrijednost je veća od 1 što znači da Infobip ima više zaduženja u odnosu na kapital što može ukazivati na financijski rizik.

Faktor zaduženosti predstavlja vrijednost godina koje su potrebne da se iz zadržane dobiti i troškova amortizacije podmire ukupne obveze, odnosno koliko je godina potrebno da poduzeće tuđe izvore financiranja zamijeni vlastitim. Faktor zaduženosti trebao bi biti manji od 5, a kroz promatrane godine (tablica 2) vidljivo je kako se taj broj povećava (daljnji rast ovog broja može promijeniti solventnost poduzeća).

Stupanj pokrića I jest pokrivanje dugotrajne imovine kapitalom, a stupanj pokrića II je pokrivanje dugotrajne imovine kapitalom uvećanim za dugoročne obveze. U slučaju Infobip-a stupanj pokrića I u svim promatranim godinama (tablica 2) ne prelazi 1 što znači da se većina dugotrajne imovine financira iz tuđih izvora. Stupanj pokrića II kao i stupanj pokrića I treba prelaziti vrijednost od 1, a ni u ovom slučaju taj kriterij nije zadovoljen, iako se može vidjeti da je s 2021. na 2022. (tablica 2) taj broj ponovno počeo rasti.

POKAZATELJI AKTIVNOSTI	2020.	2021.	2022.
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	1,54	1,51	1,79
Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine	51,11	42,76	8,26
Koeficijent obrtaja kratkoročnih potraživanja	72,23	71,87	10,06
Trajanje naplate potraživanja u danima	5,05	5,08	36,3

Tablica 3. Pokazatelji aktivnosti društva Infobip

Pokazatelje aktivnosti predstavljaju koeficijent obrtaja ukupne imovine, koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine, koeficijent obrtaja kratkoročnih potraživanja i trajanje naplate potraživanja u danima.

Koeficijent obrtaja ukupne imovine nam govori koliko puta je poduzeće u jednoj godini obrnulo svoju ukupnu imovinu odnosno koliko je kuna prihoda ostvarilo na kunu ukupne imovine. Vidljivo je (tablica 3) da je Infobip u posljednje tri godine najveću vrijednost doseglo u 2022. kada je na 1 kunu ukupne imovine ostvarilo prihoda od 1,79 kn.

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine pokazuje koliko je poduzeće u jednoj godini obrnulo kratkotrajne imovine te se iz tablice (tablica 3) može zaključiti da je najveći povrat prihoda ostvaren u 2020. godini, dok se do 2022. godine taj broj znatno smanjivao iako se 8,26 još uvijek smatra prihvatljivom vrijednošću.

Koeficijent obrtaja kratkoročnih potraživanja je omjer prihoda od prodaje i potraživanja odnosno koliko puta poduzeće naplati potraživanja u razdoblju od godine dana. Ova vrijednost trebala bi biti što veća, a kao i kod koeficijenta obrtaja kratkotrajne imovine (tablica 3) zaključuje se kako se koeficijent obrtaja kratkoročnih potraživanja smanjivao kroz godine iako je u 2020. i 2021. bio na visokim razinama.

Trajanje naplate potraživanja u danima nam govori koliko je dana potrebno da poduzeće naplati svoja potraživanja. Kao i kod ostalih pokazatelja, 2020. i 2021. (tablica 3) daju zadovoljavajuće vrijednosti (kriterij je da pokazatelj bude što niži). Vrijednost 2022. godine je puno veća u usporedbi s prethodnim godinama, ali mjesec dana je i dalje pozitivan pokazatelj.

POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI	2020.	2021.	2022.
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	1,06	1,03	1,02
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	1,07	1,03	1,01
Ekonomičnost prodaje	1,18	2,30	1,29
Ekonomičnost financiranja	0,47	1,28	10,43

Tablica 4. Pokazatelji ekonomičnosti društva Infobip

Pokazatelji ekonomičnosti su ekonomičnost ukupnog poslovanja, ekonomičnost poslovnih aktivnosti, ekonomičnost prodaje i ekonomičnost financiranja. U ovim vrijednostima važno je da su veće od 1 što znači da tvrtka posluje s dobitkom.

Ekonomičnost ukupnog poslovanja računa se omjerom ukupnih prihoda i ukupnih rashoda i kroz sve tri godine (tablica 4) vrijednost je veća od 1 te kada se interpretira prema postocima, znači da od 2020. do 2022. ima od 6-2% više prihoda nego rashoda.

Ekonomičnost poslovnih aktivnosti je omjer poslovnih prihoda i poslovnih rashoda i kao i kod ukupnog poslovanja (tablica 4) poslovni prihodi su veći od poslovnih rashoda, ali u 2022. su veći samo za 1%.

Ekonomičnost prodaje je omjer prihoda i rashoda od prodaje te je iz tablice (tablica 4) vidljivo da je kroz protekle 3 godine najveći iznos bio u 2021. godini.

Ekonomičnost financiranja nam govori koliko poduzeće ostvari financijskih prihoda po jedinici financijskih rashoda. Iz tablice 4 vidljivo je da je 2020. godina generirala više financijskih rashoda nego prihoda, a s druge strane 2022. doživljava drastičnu promjenu i skok na 10,43.

POKAZATELJI PROFITABILNOSTI	2020.	2021.	2022.
Bruto marža u %	7,35%	3,42%	1,75%
Neto marža u %	7,35%	3,42%	1,75%
Bruto rentabilnost imovine %	11,34%	5,16%	3,12%
Neto rentabilnost imovine u %	11,34%	5,16%	3,12%
Rentabilnost vlastitog kapitala u %	28,94%	13,65%	4,68%

Tablica 5. Pokazatelji profitabilnosti društva Infobip

Pokazatelji profitabilnosti su bruto marža u postocima, neto marža u postocima, bruto rentabilnost u postocima, neto rentabilnost u postocima i rentabilnost vlastitog kapitala u postocima.

Kod bruto marže u postocima i neto marže u postocima ocjenjuje se uspješnost poduzeća u ostvarenim prihodima koje se zadržavaju u obliku zarade uvećane za rashode od kamata. Kod bruto marže koristi se dobit prije oporezivanja (bruto dobit), a kod neto marže koristi se neto dobit. Ovdje se radi o istom postotku kod oba pokazatelja iz razloga što u financijskim izvještajima nije bilo prikazanih poreza na dobit. S obzirom da se radi o poduzeću koji pruža intelektualne usluge, ovaj postotak je prilično malen (tablica 5), a posebno u 2022. godini.

Rentabilnost imovine nam pokazuje koliki povrat poduzeće ostvaruje po jedinici ukupne imovine te se računa u bruto i neto iznosu kao i marža. Može se uočiti (tablica 5) da od 2020. godine do 2022. godine ova vrijednost pada što znači da je u 2022. bila najmanja stopa povrata od ukupne imovine.

Rentabilnost vlastitog kapitala ocjenjuje sposobnost poduzeća da generira povrat na uloženi kapital te je ovaj pokazatelj jedan od najvažnijih financijskih pokazatelja. U svim promatranim razdobljima (tablica 5) najveći povrat bio je u 2020. godine a do 2022. zarada novca za vlasnike se rapidno smanjuje na samo 4,68%.

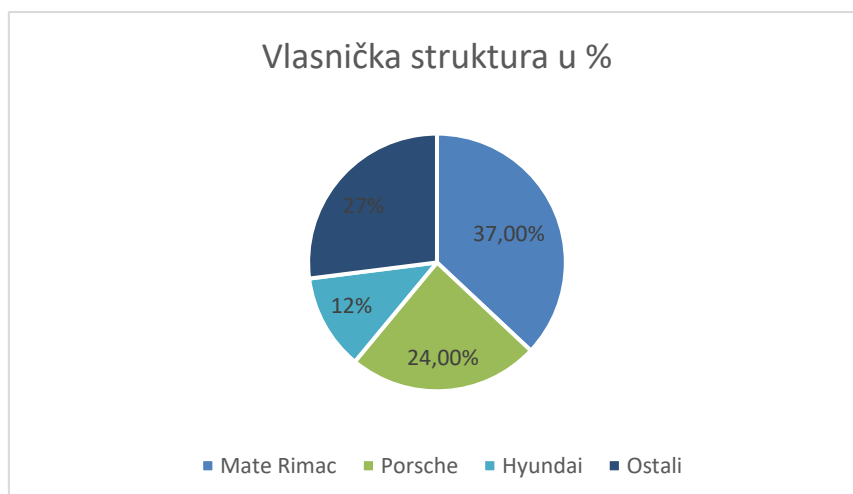
6.2. Rimac Grupa

U ovom poglavlju fokus je na općim informacijama o samom poduzeću Rimac Grupe i području poslovanja, radi se analiza pokazatelja poduzeća te na osnovnu odrađene analize prikazani su potencijali i prilike koje se stvaraju za ovo poduzeće, kao i za poduzeće Infobip.

6.2.1. Informacije o poduzeću

Rimac Grupa osnovana je od strane mladog poduzetnika Mate Rimca. Mate Rimac započinje svoju karijeru već u svojim srednjoškolskim danima kada iskazivanjem svog talenta i inovativnosti počinje osvajati mnogobrojne nagrade. Od novca kojeg je zaradio osvajanjem nagrada, kupuje rabljeni BTW E30 323i koji će mu postati kamen temeljac poduzeća. U automobil popularno nazvanim Green Monster odlučuje umjesto klasičnog motora ugraditi električni te s vremenom ovaj automobil postiže ogroman tehnički napredak. U 2009. godini odlučuje osnovati društvo Rimac Automobili d.o.o. sa sjedištem u Svetoj Nedelji. U početnim fazama razvoja ovog poduzeća sudjelovala je samo mala skupina stručnjaka koja je djelovala na području električne energije, baterija i automobila. Dvije godine nakon osnivanja, u Frankfurtu je predstavljen prvi električni automobil Rimac Grupe pod nazivom Concept One. Automobil je imao pozitivne povratne informacije od publike u vidu svog aerodinamičnog i futurističkog dizajna, a osim samog dizajna, ono što ga čini daleko posebnim i inovativnim bila su četiri električna motora sa 1288 konjskih snaga. U daljnjem razvoju poduzeća predstavljen je i Concept S, još naprednija verzija Concept One, jednog od najbržih automobila u današnjem svijetu. U novije vrijeme odnosno 2021. godine predstavljen je novi električni automobil Concept Two koji tek naknadno mijenja ime u Nevera (InSOLVE, 2021).

Grafikon 3. Vlasnička struktura Rimac Grupe u %



(Izvor: izrada autora prema Lider, 2022)



Slika 2. Rimac Grupa – Nevera (izvor: Rimac Automobili, 2021)

6.2.2. Financijski pokazatelji uspješnosti

U ovom potpoglavlju analizirat će se financijski pokazatelji uspješnosti poduzeća Rimac Grupe kao što su pokazatelji likvidnosti, pokazatelji zaduženosti, pokazatelji aktivnosti, pokazatelji ekonomičnosti i pokazatelji profitabilnosti.

POKAZATELJI LIKVIDNOSTI	2020.	2021.	2022.
Koeficijent trenutne likvidnosti	0,15	0,24	17,55
Koeficijent ubrzane likvidnosti	0,45	0,48	17,96
Koeficijent tekuće likvidnosti	2,92	1,07	18,70
Koeficijent financijske stabilnosti	0,86	0,99	0,60

Tablica 6. Pokazatelji likvidnosti Rimac Grupe

Kako je već prethodno navedeno, likvidnost predstavlja sposobnost poduzeća podmirenju kratkoročnih obveza.

Koeficijent trenutne likvidnosti pokazuje dakle postotak kratkoročnih obveza koje je poduzeće u mogućnosti podmiriti novcem koji posjeduje na datum sastavljanja bilance. Tablica 6 prikazuje da za razliku od 2020. i 2021., 2022. kod ovog koeficijenta ima visoku vrijednost što predstavlja izrazito dobru situaciju za poduzeće.

Koeficijent ubrzane likvidnosti bolje predstavlja likvidnost poduzeća jer u izračunu sudjeluju i kratkoročna potraživanja. Kriterij je da vrijednost bude 1 ili veća od 1. U 2020. i 2021. godini (tablica 6) ima samo 50% željene vrijednosti.

Koeficijent tekuće likvidnosti je najbitniji pokazatelj koji podrazumijeva svu kratkotrajnu imovinu koju dijeli s ukupnim kratkoročnim obvezama. Važan kriterij ovog koeficijenta je da bude veći od 2 a iz tablice 6 može se zaključiti kako za razliku od 2021. kada taj koeficijent ima manju vrijednost, u 2022. dolazi do povećanja na 18,7 što znači da je u situaciji da podmiruje svoje kratkoročne obveze.

Koeficijent financijske stabilnosti za razliku od ostalih koeficijenata prikazuje financijsko stanje dugotrajne imovine koje se financira iz dugoročnih izvora. Kako je već prethodno navedeno bilo bi poželjno da vrijednost ne prelazi 1. Pokazatelji (tablica 6) za 2020. i 2022. su manji od 1, a za 2021. jednaka 1.

POKAZATELJI ZADUŽENOSTI	2020.	2021.	2022.
Koeficijent zaduženosti	0,34	0,18	0,02
Koeficijent vlastitog financiranja	0,66	0,82	0,98
Koeficijent financiranja	0,52	0,21	0,02
Faktor zaduženosti	25,40	0,83	1,11
Stupanj pokrića I	0,97	0,99	1,66
Stupanj pokrića II	1,16	1,01	1,66

Tablica 7. Pokazatelji zaduženosti Rimac Grupe

U pokazateljima zaduženosti prikazuju se koeficijent zaduženosti, koeficijent vlastitog financiranja, koeficijent financiranja, faktor zaduženosti, stupanj pokrića I i stupanj pokrića II. Pokazatelji zaduženosti izračunavaju se na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka i bilance te nam predstavljaju koliko se poduzeće financira iz vlastitih, a koliko iz tuđih izvora.

Vrijednost koeficijenta zaduženosti kroz sve tri promatrane godine (tablica 7) manja je od gornje granice od 0,50. Najveću zadovoljavajuću vrijednost dakle ima 2022. godina od samo 2% zaduženosti odnosno 2% financiranja iz tuđih izvora.

Koeficijent vlastitog financiranja kako i samo ime kaže pokazuje koliko se imovine se financira iz vlastitih izvora i prema podacima (tablica 7) može se zaključiti kako poduzeće Rimac Grupa koristi veliki postotak vlastitog financiranja koji se kroz promatrani period povećavao.

Koeficijent financiranja je omjer ukupnih obveza i kapitala i s obzirom da sve tri godine (tablica 7) imaju vrijednost manju od 1, znači da Rimac Grupa nema zaduženja u odnosu na kapital.

Faktor zaduženosti u 2020. godini (tablica 7) prikazuje visoku vrijednost odnosno velik broj godina koje su potrebne da se podmire sve obveze gdje prevladava niska dobit u odnosu na vrijednost zaduženja. Ovo se pretežito događalo jer su se poduzeća u razvoju poput Rimac Grupe zaduživala radi financiranja razvojnih projekata. S druge strane dvije godine nakon (tablica 7) faktor zaduženosti značajno opada i vrijednost mu je manja od zahtijevanog kriterija od 5 godina.

Stupanj pokrića I i II prikazuju financiranje dugotrajne imovine iz dugotrajnih izvora. Vrijednost stupnja pokrića II i I trebala bi biti veća od 1 i vidljivo je (tablica 7) da su sve tri vrijednosti veće od 1, ali stupanj pokrića I u 2020. i 2021. godini je približno 1. Ukoliko je dakle u stupnju pokrića II vrijednost veća od 1, taj ostatak vrijednosti financira kratkotrajnu imovinu.

POKAZATELJI AKTIVNOSTI	2020.	2021.	2022.
Koeficijent obrtaja ukupne imovine	0,17	0,46	0,01
Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine	0,17	2,75	0,02
Koeficijent obrtaja kratkoročnih potraživanja	1,60	11,99	0,63
Koeficijent obrtaja potraživanja od kupaca	1,81	13,88	2,29

Tablica 8. Pokazatelji aktivnosti Rimac Grupe

U pokazateljima aktivnosti prikazuju se koeficijent obrtaja ukupne imovine, koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine, koeficijent obrtaja kratkoročnih potraživanja i koeficijent obrtaja potraživanja od kupaca.

Koeficijent obrtaja ukupne imovine pokazuje koliko puta se imovina pretvara u prihode u razdoblju od jedne godine. Iz pokazatelja aktivnosti (tablica 8) zaključuje se da se u promatranom periodu na 1 kunu ukupne imovine ostvario puno manji iznos od 1 kune, a najveći je bio u 2021. godini.

Koeficijent obrtaja kratkotrajne imovine prikaz je koliko puta se kratkotrajna imovina obrne u prihode. Veći povrat prihoda ostvaren je samo u 2021. godini (tablica 8).

Koeficijent obrtaja kratkoročnih potraživanja i dani naplate potraživanja od kupaca znači koliko će poduzeće naplatiti svoja potraživanja unutar jedne godine. Kao i kod svih ostalih koeficijenata (tablica 8) 2021. godina imala je najveću vrijednost naplate potraživanja od 11,99 puta i 13,88 puta te se iduću godinu te vrijednosti drastično smanjuju.

POKAZATELJI EKONOMIČNOSTI	2020.	2021.	2022.
Ekonomičnost ukupnog poslovanja	0,81	2,05	0,82
Ekonomičnost poslovnih aktivnosti	0,81	2,08	0,65
Ekonomičnost prodaje	1,20	0,76	0,01
Ekonomičnost financiranja	1,07	0,76	3,81

Tablica 9. Pokazatelji ekonomičnosti Rimac Grupe

Pokazatelji ekonomičnosti su ekonomičnost ukupnog poslovanja, ekonomičnost poslovnih aktivnosti, ekonomičnost prodaje i ekonomičnost financiranja.

Ekonomičnost ukupnog poslovanja prikazuje koliki je omjer ukupnih prihoda i ukupnih rashoda. Vrijednosti ekonomičnosti ukupnog poslovanja trebale bi biti veće od 1, a iz tablice 9 može se zaključiti kako poduzeće posluje s dobiti samo u 2021. godini, dok u 2020. i 2022. godine posluje s gubitkom.

Ekonomičnost poslovnih aktivnosti služi kao pokazatelj omjera ostvarenih poslovnih prihoda i poslovnih rashoda, te kao i kod prethodnog pokazatelja, ekonomičnost poslovnih aktivnosti pozitivna je samo 2021. godine dok se u 2022. ponovo smanjuje, odnosno poduzeće posluje s gubitkom.

Ekonomičnost prodaje nam govori koliko prihoda ostvari poduzeće po jedinici rashoda. U tablici (tablica 9) vidljivo je da je 2020. ima najveću vrijednost, odnosno poduzeće je na jedinici rashoda ostvarilo 1,20 kn, a najmanju vrijednost ima u 2022. od sam 0,01 kn kada cjelokupno poduzeće posluje s gubitkom.

Ekonomičnost financiranja pokazuje koliko financijskih prihoda poduzeće ostvaruje po jedinici financijskih rashoda. 2021. godina jedina ima vrijednost manju od 1 što znači da je poduzeće generiralo više financijskih rashoda nego prihoda. Ove situacije događaju se poduzećima koja ulažu u poslovanje i imovinu. S druge strane najveću vrijednost od sve tri promatrane ima 2022. godina gdje je poduzeće generiralo više financijskih prihoda nego financijskih rashoda.

POKAZATELJI PROFITABILNOSTI	2020.	2021.	2022.
Bruto marža u %	5,58%	44,78%	-267,98%
Neto marža u %	5,10%	44,78%	-267,98%
Bruto rentabilnost imovine u %	0,97%	20,47%	-2,03%
Neto rentabilnost imovine u %	0,89%	20,47%	-2,03%
Rentabilnost vlastitog kapitala %	0,12%	24,19%	-2,03%

Tablica 10. Pokazatelji profitabilnosti Rimac Grupe

Pokazatelji profitabilnosti su bruto marža, neto marža, bruto rentabilnost imovine, neto rentabilnost imovine i rentabilnost vlastitog kapitala. Svi pokazatelji računaju se na osnovu podataka iz računa dobiti i gubitka i bilance.

Bruto marža u postocima i neto marža u postocima u godinama promatranim prije 2020. imala je negativan predznak jer poduzeće nije ostvarivalo dobit. U 2020. godini ovakav trend poslovanja se popravljao do 2021. (tablica 10), dok 2022. godine poduzeće ima pad vrijednosti do čak 267,98% kada ponovno doživljava gubitak cjelokupnog poslovanja.

Bruto rentabilnost imovine u postocima i neto rentabilnost u postocima nam pokazuju koliki povrat ima poduzeće od jedinice ukupne imovine i računa se pomoću bruto dobiti i neto dobiti (ili gubitka). Kao i kod prethodnog pokazatelja, za razliku od 2020. i 2021., 2022. godina na 100 kuna imovine ima gubitak od 2,03 kn. 2021. godina na 100 kuna imovine ostvaruje 20,47 kuna dobiti što znači da je najprofitabilnija od sve tri promatrane (tablica 10).

Iz tablice 10 može se zaključiti kako povrat na vlastiti kapital u 2022. ima negativan predznak odnosno na 100 kuna vlastitog kapitala poduzeće ostvaruje gubitak od 2,03 kn. S druge strane 2021 godina na pokazuje da povrat na vlastiti kapital iznosi 24,19 kuna na 100 kuna vlastitog kapitala.

6.3. Usporedba poduzeća Infobip i Rimac Grupa

Infobip je poduzeće u čijem su razvoju sudjelovali investitori poput BlackRock, Ares Management i One Equity Partners koji su kroz dvije faze inestiranja skupili čak 800 milijuna američkih dolara (Crunchbase, 2023). Ono je registrirano kao društvo s ograničenom odgovornošću za djelatnost Obrada podataka, usluge poslužitelja i djelatnosti povezane s njima. Temeljni kapital Infobip-a 100% je financiram stranim kapitalom, a iznos temeljnog kapitala povećao se u prethodnom razdoblju. U 2022. godini Infobip d.o.o. ostvario je ukupni godišnji prihod od 88.435.177,52 € što predstavlja relativnu promjenu od prethodnog razdoblja kada poduzeće ostvaruje prihod od 60.566.619,95 €. Infobip je u posljednje dvije godine poslovao sa dobiti i ostvario rezultat nakon oporezivanja u iznosu od 1.459.733,76 €. Poduzeće je u 2022. godini povećavalo zapošljavanje i imalo 1.080 zaposlenika (Poslovna.hr, 2023).

S druge strane, Rimac Grupa ima puno više investitora od Infobip-a. Investitore Rimac Grupe čine SoftBank Vision Fund, Goldman Sachs, Porsche, InvestIndustrial Holdings, Porsche Ventures, Hyundai Motor Company, Kia Motors, Camel Group itd. Svi investitori kroz 9 faza investiranja uložili su zajedno 875,9 milijuna američkih dolara u Rimac Grupu (Crunchbase, 2023). Kao i Infobip, Rimac Grupa registrirana je kao društvo s ograničenom odgovornošću za

Djelatnosti holding-društava. Temeljni kapital Rimac Grupe financiran je stranim kapital 76% te se u prethodnom razdoblju povećao kao i Infobip. Godišnji prihod 2022. godine Rimac Grupe iznosio je 12.519.345,94 € što predstavlja relativnu promjenu u odnosu na 2021. godinu kada je godišnji prihod iznosio 33.928.113,74 €. Poduzeće Rimac Grupa je u posljednjoj godini poslovalo s gubitkom i ostvarilo je neto rezultat od -17.998.980,29 €. Ovakva situacija u 2022. smanjila je broj zaposlenih, a broj zaposlenih tada je iznosio 86 (Poslovna.hr, 2023).

Iz svih navedenih podataka vidljivo je kako poduzeće Infobip posluje bolje nego Rimac Grupa ostvarujući veću dobit od Rimac Grupe.

6.3.1.Potencijali i prilike

Ova dva hrvatska jednoroga još uvijek imaju puno potencijala i prostora da se šire i razvijaju.

S obzirom da oba poduzeća tehnološki napreduju, njihov potencijal uviđa se u cijelom svijetu. Tehnološko poduzeće kao što je Infobip ima potencijal da mijenja način na koji druga poduzeća diljem svijeta komuniciraju, a samim time ojačava ekonomsku sliku Hrvatske. S obzirom na ulaganje u Infobip, stvara se jedan od rijetkih poslodavaca u Hrvatskoj koji može konkurirati drugim globalnim tehnološkim divovima. Trenutno glavni cilj Infobipa jest širenje na tržište SAD-a (Lider, 2020). Također osim širenja na američko tržište, Infobip se okreće i supsaharskoj Africi koje im stvara prilike u brzorastućim gospodarstvima. U Infobipu tvrde kako je velika koncentracija konkurencije na zapadu te se zbog toga odlučuju na širenje u Africi (Poslovni dnevnik, 2023).

Rimac Grupa na osnovu svoji konstantnih investiranja nastoji „svjež“ kapital iskoristiti za rast poduzeća, povećanje proizvodnog kapaciteta i zaposliti puno više radnika. Nastoje otvoriti nove urede na više europskih lokacija te svoju proizvodnju širiti na Kampusu (Index.hr, 2022). Rimac Kampus bit će ujedno i sjedište poduzeća Bugatti Rimac koja upravlja proizvodnjom Bugatti Automobiles i Rimac Automobili, ali i hiperautomobila Nevera koji se trenutno smatra najsnažnijim serijskim automobilom na svijetu (Dnevnik.hr, 2022).

7. Zaključak

Jednorog poduzeća igraju veliku ulogu u cjelokupnom globalnom gospodarstvu generirajući inovacije i mijenjajući tradicionalne industrije te služe za rješavanje trenutnih svjetskih problema u svim industrijskim sektorima, a osim toga pružaju i velik broj radnih mjesta koji povećavaju BDP stanovništva. Ovakva poduzeća prikupljaju kapital od mnogobrojnih investitora koji vide veliki potencijal u njihovom razvijanju i napredovanju u budućnosti. Također, jako je važno njihovo analiziranje kako bi se pružila vrijedna lekcija budućim investitorima i poduzetnicima koji se usuđuju na taj korak. Republika Hrvatska je također pronašla svoje mjesto na listi najuspješnijih jednoroga sa svojim poduzećima Infobip i Rimac Grupa koji su tokom nekoliko godina svog poslovanja ostvarile višemilijunsku tržišnu vrijednost. Oba poduzeća postavila su inspirativan primjer uspješnih poduzeća koja su ostvarila svoju prepoznatljivost, iako dolaze iz male europske države od samo 4 milijuna stanovnika. Kroz analiziranje financijskih izvještaja u vidu pokazatelja uspješnosti, može se zaključiti kako je poduzeće Infobip od 2020. do 2022. godine poslovalo uspješno sa neto dobiti kroz sve tri godine. S druge strane, poduzeće Rimac Automobili za razliku od 2020. i 2021. godine kada posluje sa dobiti, 2022. godina pokazala se neuspješnom i umjesto neto dobiti ostvarila je gubitak. Iako takva, oba poduzeća i dalje primaju velike investicije koje im pomažu u globalnom širenju i stavljanju poduzeća na zavidnu svjetsku razinu. Investitori prepoznaju napredak ovih poduzeća koja su odavno stekla svoj poslovni integritet. Osim toga, napredak se vidi i kod ostalih hrvatskih poduzeća koja su također na dobrom putu da postanu jednorogi i zabilježe svoje mjesto na svjetskoj listi. Praćenje razvoja jednoroga, podrška inovativnim poduzećima i digitalizacija u poslovanju bit će u budućnosti od presudne važnosti za stvaranje prosperitetnih gospodarstava diljem svijeta.

8. Popis literature

1. Blank, S. i Dorf, B., (2012). *The Startup Owner's Manual, The Step-By-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch Press: Pescadero. CA, USA.
2. Brekalo, F., (2004). *Revizija financijskih izvještaja*. Zagreb: Zgombić & Partneri.
3. Duruflé., G., Hellmann, T., Wilson, K., (2017). *From start-up to scale-up: examining public policies for the financing of high-growth ventures*.
4. Europska komisija, (2018). *Akcijski plan za financijske tehnologije: za konkurentniji i inovativniji europski financijski sector*. Bruxelles: Europska komisija.
5. Fan, J.S., (2015). *Regulating Unicorns: Disclosure and the New Private Economy*. Boston College Law Review.
6. Funda, D., (1999). *Inovacije u poduzetništvu – materijal s predavanja*. Zagreb.
7. Huff Eckert, V., (2022). *Living in a world of unicorns*.
8. Klačmer Čalopa, M., Horvat, J. i Lalić, M. (2014). *Analysis of financing sources for start-up companies*. *Management*, 19 (2), 19-44.
9. Novotny, D., (2006). *PRODIRANJE NOVIH I INTERNETSKIH TEHNOLOGIJA KAO POKRETAČA GOSPODARSKOG RASTA U JAVNOM I PRIVATNOM SEKTORU REPUBLIKE HRVATSKE*. *Ekonomski pregled*, 57 (5-6), 364-380.
10. Ries, E., (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York, NY, USA: Crown Publishing Group.
11. Smith, N. & Miner, J., (1983). *Type of entrepreneur, type of firm, and managerial motivation: Implications for organizational life cycle theory*. *Strategic Management Journal*, 4(4), 325-340.
12. Spremić, M., (2017). *Digitalna transformacija poslovanja*. Zagreb: Ekonomski fakultet – Zagreb, str. 38.
13. Tomić, K., (2019). *Pravni položaj FinTech društva na tržištu kapitala u Republici Hrvatskoj*. *Godišnjak akademije pravne znanosti Hrvatske*, X(1), 389-407.
14. Vidučić, Lj., (2000). *Financijski Menadžment, teorija i politika*. Zagreb: RRIF.
15. Vukasović, D. i Vojinović, Ž., (2010). *Financijska analiza*. NUBL Banja Luka.
16. World Bank, (2022). *Fintech and the Future of Finance*. Washington DC: World Bank.

9. Popis internetskih izvora

1. Crunchbase. (2023). The Crunchbase Unicorn Bord. Preuzeto 17.8.2023. s: <https://news.crunchbase.com/unicorn-company-list/>
2. Crunchbase. (2023). Infobip. Preuzeto 2.9.2023. s: <https://www.crunchbase.com/organization/infobip>
3. Crunchbase. (2023). Rimac Group. Preuzeto 2.9.2023. s: <https://www.crunchbase.com/organization/rimac-automobili>
4. Dnevnik.hr. (2022). Novih 500 milijuna eura svježeg kapitala za Rimac Grupu – u planu povećanje proizvodnje i zapošljavanje. Preuzeto 4.9.2023. s: <https://zimo.dnevnik.hr/clanak/novih-500-milijuna-eura-svjezeg-kapitala-za-rimac-grupu-u-planu-povecanje-proizvodnje-i-zaposljavanje---726767.html>
5. Failory. (2023). Top 39 Manufacturing Unicorn Companies in 2023. Preuzeto 25.8.2023. s: <https://www.failory.com/startups/manufacturing-unicorns>
6. FasterCapital. (2023). What are unicorn companies and how did they get that name. Preuzeto 21.8.2023. s: <https://fastercapital.com/content/What-are-unicorn-companies-and-how-did-they-get-that-name.html#What-are-the-drawbacks-of-being-a-unicorn-company>
7. FilRouge Capital. (2023). Capital for the bold. Preuzeto 1.9.2023. s: <https://filrougecapital.com/incubate/>
8. Glavina, J. (2020). ANALIZA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA DRUŠTVA RIMAC AUTOMOBILI d.o.o. : diplomski rad (Diplomski rad). Split: Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet. Preuzeto 26.8.2023. s: <https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A3448/datastream/PDF/view>
9. Index.hr. (2022). Rimac vrijedi 2 milijarde eura: „On više ne može pasti, ovo je posao desetljeća“. Preuzeto 4.9.2023. s: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/rimac-sada-vrijedi-preko-2-milijarde-eura-ovo-je-posao-desetljeaca/2368817.aspx>
10. Infobip. (2023). Preuzeto 15.8.2023. s: https://www.infobip.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=infobip&utm_network=g&utm_matchtype=e&utm_campaign=1427623_a_gsn_lg-web-ss_infobip_gl_zz_en_a21_p&utm_adgroup=Pure Brand&qclid=Cj0KCQjwrfymBhCTARIsADXTaIKy2Ok-y6DUosWPUIKcmXktt_RDDBpAhwlhinyIHl5Sr1DQzZfGVsaAvk5EALw_wcB

11. InSOLVE. (2021). Rimac automobili d.o.o. – od razvoja prvog hrvatskog električnog automobila do nove tvrtke Bugatti Rimac d.o.o. Preuzeto 5.9.2023. s: <https://www.insolve.hr/literatura/2/48252>
12. Juneja, P., (2015). Management Study Guide: Why Unicorn Companies Fail?. Preuzeto 13.8.2023. s: <https://www.managementstudyguide.com/why-unicorn-companies-fail.htm>
13. Kadić, F. (2021). ANALIZA GODIŠNJIH FINANCIJSKIH IZVJEŠĆA DRUŠTVA INFOBIP OD 2017. DO 2020. GODINE. : Diplomski rad (Diplomski rad). Preuzeto 26.8.2023. s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:992030>
14. Lider. (2020). Ante Kušurin: Infobip ima potencijal otvoriti potpuno novu granu hrvatske ekonomije. Preuzeto 4.9.2023. s: <https://lidermedia.hr/poslovna-scena/hrvatska/ante-kusurin-infobip-ima-potencijal-otvoriti-potpuno-novu-granu-hrvatske-ekonomije-133013>
15. Poslovna.hr. (2023). Infobip d.o.o. Preuzeto 2.9.2023. s: <https://www.poslovna.hr/lite/infobip/863523/subjekti.aspx>
16. Poslovna.hr. (2023). Rimac Group d.o.o. Preuzeto 2.9.2023. s: <https://www.poslovna.hr/lite/rimac-group-dqoqoq/1191974/subjekti.aspx>
17. Poslovni dnevnik. (2022). Evo tko su top investitori i osnivači „zvjezdanih“ kompanija. Preuzeto 3.9.2023. s: <https://www.poslovni.hr/poduzetnik/evo-tko-su-top-investitori-i-osnivaci-zvjezdanih-kompanija-4344193>
18. Poslovni dnevnik. (2023). Infobip se okreće Africi; „Imamo više ureda u supsaharskoj Africi od Googlea“. Preuzeto 3.9.2023. s: <https://www.poslovni.hr/sci-tech/krecemo-na-drugu-turneju-po-najvrucem-developerskom-trzistu-u-svijetu-4385080>
19. The Regulatory Review. (2016). Regulating Unicorns. Preuzeto 13.8.2023. s: <https://www.theregreview.org/2016/02/18/schlabs-regulating-unicorns/>
20. Trigma. (2023). Unicorn Startups: Problems and Opportunities. Preuzeto 14.8.2023. s: <https://trigma.com/business/unicorn-startups-problems-opportunities/>

Popis slika

Slika 1. Operacijski sustav Infobip-a (izvor: Infobip, 2023)	15
Slika 2. Rimac Grupa – Nevera (izvor: Rimac Automobili, 2021)	21

Popis tablica

Tablica 1. Pokazatelji likvidnosti društva Infobip	16
Tablica 2. Pokazatelji zaduženosti društva Infobip.....	16
Tablica 3. Pokazatelji aktivnosti društva Infobip.....	17
Tablica 4. Pokazatelji ekonomičnosti društva Infobip.....	18
Tablica 5. Pokazatelji profitabilnosti društva Infobip.....	19
Tablica 6. Pokazatelji likvidnosti Rimac Grupe.....	21
Tablica 7. Pokazatelji zaduženosti Rimac Grupe	22
Tablica 8. Pokazatelji aktivnosti Rimac Grupe	23
Tablica 9. Pokazatelji ekonomičnosti Rimac Grupe	24
Tablica 10. Pokazatelji profitabilnosti Rimac Grupe	24

Popis grafikona

Grafikon 1. Države s najviše jednoroga u svijetu u 2023. godini	9
Grafikon 2. Učestalost jednogoroga prema sektoru 2023. godine.....	11
Grafikon 3. Vlasnička struktura Rimac Grupe u %	20