

Položaj trgovine motornim vozilima u Republici Hrvatskoj

Sinjeri, Nives

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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:211:054595>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-27**



Repository / Repozitorij:

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



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

Nives Sinjeri

**POLOŽAJ TRGOVINE MOTORNIM
VOZILIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

DIPLOMSKI RAD

Varaždin, 2024.

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

Nives Sinjeri

Matični broj: 0066236882

Studij: Ekonomika poduzetništva

POLOŽAJ TRGOVINE MOTORNIM VOZILIMA U REPUBLICI
HRVATSKOJ

DIPLOMSKI RAD

Mentor/Mentorica:

Doc. dr. sc. Suzana Keglević Kozjak

Varaždin, srpanj 2024.

Nives Sinjeri

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada. Za bilo kakve netočnosti u činjenicama ili rasuđivanju preuzimam punu odgovornost.

Autorica potvrdila prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

U radu je provedena financijska i industrijska analiza malih poduzeća Republike Hrvatske koja se nalaze u djelatnosti Trgovine motornim vozilima (G45.1) u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Na temelju dostupnih podataka, prvo je analizirano poslovanje spomenute djelatnosti kroz analizu financijskih pokazatelja, tržišta rada, kretanja investicija, radne i kapitalne intenzivnosti, te produktivnosti u vidu rada, kapitala i materijalnih inputa. Dok je u drugom dijelu rada prikazana tržišna struktura djelatnosti sukladno analizi poslovne demografije, tržišne koncentracije, minimalne efikasne veličine, međuovisnosti poduzeća, diferenciranosti proizvoda i postojanju supstituta. Navedenim analitičkim metodama donijeta je konačna ocjena o poslovanju i tržišnoj strukturi promatrane industrije. Drugim riječima, cilj je utvrditi sigurnost i uspješnost poslovanja skupine, njegov potencijal za rast i razvoj, kakve su barijere ulaska na tržište, te kakva je konkurencija u promatranoj industriji. Važno je istaknuti da se ovim radom nastoji ocijeniti da li ulazne barijere imaju negativan utjecaj na rast i razvoj industrije, što bi bilo za očekivati. Osim toga, ne smije se zanemariti niti utjecaj korona krize na poslovanje poduzeća 2020. godine koja će također biti obuhvaćena ovom analizom.

Ključne riječi: tržišna struktura, zaduženost, likvidnost, aktivnost, profitabilnost, tržište rada, investicije, intenzivnost, produktivnost, poslovna demografija

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Metode i tehnike rada	2
3. Opis odabrane djelatnosti prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007	3
4. Rezultati analize poslovanja Trgovine motornim vozilima (G45.1) u kategoriji malih poduzeća.....	7
4.1. Analiza s pomoću financijskih pokazatelja u kategoriji malih poduzeća djelatnosti G45.1	7
4.1.1. Pokazatelji zaduženosti.....	7
4.1.1.1. Koeficijent zaduženosti.....	7
4.1.1.2. Odnos dugoročnog duga i glavnice	8
4.1.1.3. Stupanj pokrića 2	9
4.1.1.4. Pokriće troškova kamata	10
4.1.2. Pokazatelji likvidnosti	11
4.1.2.1. Koeficijent tekuće likvidnosti.....	11
4.1.2.2. Koeficijent financijske stabilnosti	12
4.1.3. Pokazatelji aktivnosti.....	14
4.1.3.1. Koeficijent obrtaja ukupne imovine	14
4.1.3.2. Dani vezivanja zaliha	15
4.1.3.3. Dani naplate potraživanja od kupaca.....	16
4.1.3.4. Dani vezivanja obveza prema dobavljačima	17
4.1.4. Pokazatelji profitabilnosti.....	18
4.1.4.1. Bruto rentabilnost imovine	18
4.1.4.2. Rentabilnost vlastitog kapitala	19
4.2. Tržište rada u odabranoj djelatnosti	21
4.2.1. Ponuda rada	21
4.2.2. Potražnja rada	24

4.3. Investicije u odabranoj djelatnosti	25
4.4. Kapitalna i radna intenzivnost u odabranoj djelatnosti.....	27
4.5. Produktivnost u odabranoj djelatnosti	29
4.5.1. Produktivnost rada	29
4.5.2. Produktivnost kapitala.....	32
4.5.3. Produktivnost materijalnih inputa	33
5. Rezultati analize pokazatelja tržišne strukture	34
5.1. Poslovna demografija	34
5.1.1. Stanje i kretanje broja poduzeća	34
5.1.2. Neto ulazne i izlazne stope	37
5.1.3. Rođenja, smrti i stope preživljavanja poduzeća prema podacima DZS-a	38
5.2. Tržišna koncentracija skupine G45.1 u kategoriji malih poduzeća	41
5.2.1. Koeficijenti koncentracije.....	41
5.2.2. Herfindahl- Hirschmanov indeks	41
5.2.3. Ginijev koeficijent i Lorenzova krivulja.....	43
5.3. Minimalna efikasna veličina skupine G45.1.....	45
5.4. Međuovisnost poduzeća unutar odabrane djelatnosti	46
5.5. Diferenciranost proizvoda i postojanje supstituta u skupini G45.1	48
6. Ocjena tržišne strukture.....	52
7. Zaključak	54
Popis literature	56
Popis grafova	58
Popis tablica.....	60

1. Uvod

Kako bi potencijalni investitor ili poduzetnik mogao donijeti kvalitetnu poslovnu odluku mora biti dobro upoznat sa stvarnom situacijom u promatranoj industriji. Prema tome, važan izvor informacija čine upravo industrijske i financijske analize koje će pomoći zainteresiranim stranama da donose odluke u skladu s najvišim standardima. U ovom radu provedena je financijska i industrijska analiza malih poduzeća koja se nalaze u djelatnosti Trgovine motornim vozilima u razdoblju od 2019. do 2022. godine koristeći različite analitičke metode spomenute u nastavku.

Cilj ovog diplomskog rada je ocijeniti poslovanje i tržišnu strukturu promatrane industrije. Drugim riječima, cilj je ocijeniti sigurnost i uspješnost poslovanja, tržišnu strukturu, potencijal za rast i razvoj, utjecaj konkurencije na svakodnevno poslovanje, te da li barijere ulaska s tržišta značajno utječu na rast promatrane industrije. S obzirom na to da trgovina motornim vozilima zahtijeva malo veća kapitalna ulaganja može se pretpostaviti da će ulazne barijere imati negativan utjecaj na rast i razvoj djelatnosti. A je li to zaista i tako, odgovor će pružiti analiza u ovom radu. Osim toga, ova analiza će nastojati dati odgovor na pitanje je li korona kriza 2020. godine negativno utjecala na poslovanje poduzeća u promatranoj industriji, što bi bilo za očekivati.

U prvom poglavlju je opisana djelatnost Trgovine motornim vozilima prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007. Nakon toga je u drugom poglavlju provedena analiza poslovanja s pomoću financijskih pokazatelja, analize tržišta rada, investicija, kapitalne i radne intenzivnosti te produktivnosti. U trećem poglavlju su analizirani pokazatelji tržišne strukture u vidu poslovne demografije, tržišne koncentracije, minimalne efikasne veličine, međuovisnosti poduzeća i analize proizvoda, nakon čega je donijeta ocjena tržišne strukture. Na temelju svega što je spomenuto formirano je zaključno mišljenje.

2. Metode i tehnike rada

Za izradu rada korišteni su sekundarni izvori podataka, odnosno sekundarne metode istraživanja. Najviše podataka je preuzeto iz službene baze podataka Financijske agencije i to ne samo u provođenju financijske analize već i u pogledu kapitalne i radne intenzivnosti, produktivnosti i nekih aspekata pokazatelja tržišne strukture. Kako bi se upotpunila analiza korištene su informacije iz različitih zakona, a neki od njih su Zakon o posebnom porezu na motorna vozila i Zakon o računovodstvu. Osim toga, korišteni su podaci iz Državnog zavoda za statistiku i Hrvatskog zavoda za zapošljavanje i to ponajviše u kontekstu analize tržišta rada, te podaci iz Centra za vozila Hrvatske putem kojih će se donijeti ocjena o održivosti prodajnog asortimana. Uz navedene podatke korištena je i stručna literatura koja podrazumijeva različite knjige i znanstvene članke, te službene stranice pojedinih poduzeća.

Metodologija znanstvenog istraživanja se može promatrati s triju stajališta, a to su teorijsko, tehničko i organizacijsko stajalište. U pogledu teorijskog stajališta nastoje se utvrditi pojedine hipoteze i činjenice spomenute u prethodnom poglavlju. Kao što je i ranije spomenuto, tehničko stajalište obuhvaća korištenje sekundarnih izvora podataka, njihovo promatranje, sređivanje i analiziranje, a organizacijsko stajalište podrazumijeva korištenje racionalne tehnologije u svim njegovim bitnim elementima. (Zelenika, 2000)

U radu je korišten splet metoda makroekonomske analize, ponajviše u kontekstu analize tržišta rada i poslovne demografije, i metoda mikroekonomske analize u aspektu financijske analize. Osim toga, koristi se i statistička metoda pomoću koje se analiziraju različite pojave, tako da se pomoću grafikona i izračunatih pokazatelja otkriju njihove strukture, karakteristike i zakonitosti u pojedinim vremenskim intervalima te uzročno-posljedične veze između tih pojava (Čaval, 1977). Koristeći sekundarne izvore podataka izrađeni su različiti grafički i tablični prikazi s pomoću kojih će se provesti detaljnija analiza i to sve sa ciljem olakšavanja praćenja istraživanja od strane čitatelja. Važno je istaknuti da su u kontekstu provedbe financijske analize korištene medijalne, prosječne i sumarne vrijednosti, a njihovo tumačenje je objašnjeno u nastavku rada.

Zbog nedostupnosti podataka u pojedinim godinama koristeći sekundarne metode istraživanja, a s ciljem da se provede što relevantnije istraživanje, neki dijelovi analize su provedeni na ranijim godinama. Sve analize u pogledu obuhvata podataka su spomenute u određenom poglavlju ili potpoglavlju sukladno dostupnosti podataka.

3. Opis odabrane djelatnosti prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007

Dokument u kojem se nalazi klasifikacija svih hrvatskih ekonomskih djelatnosti zove se Nacionalna klasifikacija djelatnosti. Državni zavod za statistiku, kao glavni nositelj službene statistike, provodi metodologiju za statističku primjenu NKD-a i razvrstavanje subjekata po djelatnostima primjenjujući svjetske i europske statističke standarde. Razlog primjene europskih i svjetskih standarda očituje se u harmonizaciji i usporedivosti prikupljenih podataka na svjetskoj razini. U Hrvatskoj je od 2008. godine na snazi NKD 2007 u kojem su određena područja, odjeljci, skupine i razredi gospodarskih i negospodarskih djelatnosti. (Barić, et al., 2016, str. 42)

U ovom radu će se analizirati skupina 45.1 *Trgovina motornim vozilima* koja se nalazi u području G *Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala*. Osim promatranog odjeljka 45 *Trgovina na veliko i na malo motornim vozilima i motociklima; popravak motornih vozila i motocikala*, unutar područja postoji još nekoliko odjeljka, a to su:

- 46 - Trgovina na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima
- 47 - Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima

Skupine koje se nalaze unutar odjeljka 45 su redom:

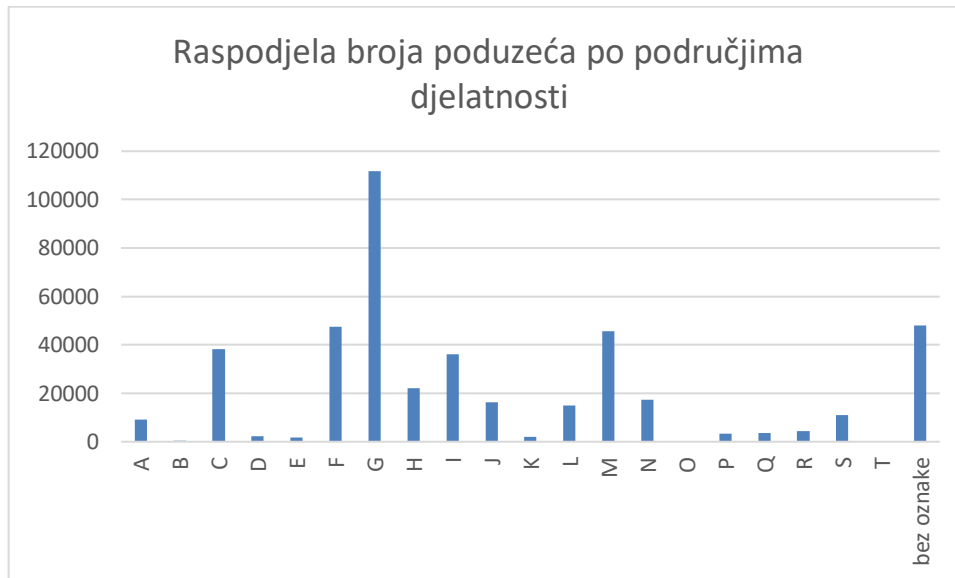
- 45.1 – Trgovina motornim vozilima
- 45.2 – Održavanje i popravak motornih vozila
- 45.3 – Trgovina dijelovima i priborom za motorna vozila
- 45.4 – Trgovina motociklima, dijelovima i priborom za motocikle te održavanje i popravak motocikala

Također, važno je spomenuti i koji se razredi nalaze unutar promatrane skupine, a to su 45.11 Trgovina automobilima i motornim vozilima lake kategorije i 45.19 Trgovina ostalim motornim vozilima. (Narodne novine, 2007)

Na sljedećem grafikonu prikazana je raspodjela poduzeća po područjima djelatnosti NKD-a 2007. Može se uočiti da se najveći broj poduzeća nalazi upravo u području G koji zauzima ukupno 26,68% udjela. U promatranom području trenutno egzistira 111 800 poduzeća. Na sljedećem mjestu se nalaze poduzeća koja nisu svrstana u niti jedno područje po službenoj klasifikaciji s udjelom od 11,01%. Slijede područje F- Građevinarstvo, M- Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti, C- Prerađivačka industrija i I- Djelatnosti pružanja smještaja, te pripreme i usluživanja hrane. Područja koja imaju najmanji udio poduzeća su T- Djelatnosti

kućanstava kao poslodavaca, O- Javna uprava i obrana i B- Rudarstvo i vađenje. Razumno je i za očekivati da će područje G prednjačiti u broju poduzeća u odnosu na ostale djelatnosti s obzirom na to da se radi o industriji koja obuhvaća cijelu trgovačku djelatnost.

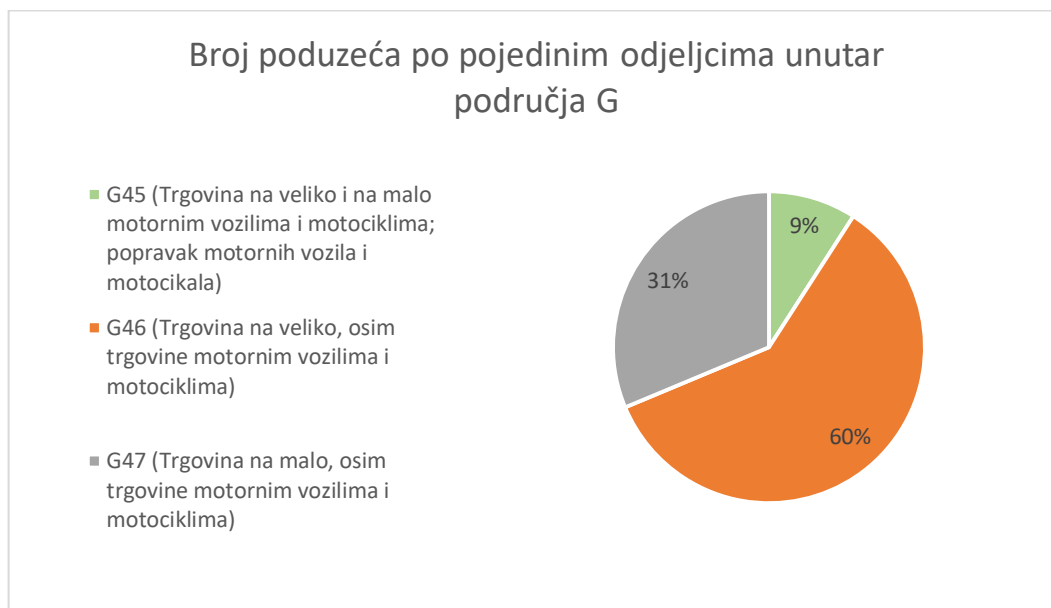
Graf 1. Raspodjela broja poduzeća po područjima djelatnosti NKD-a



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Nakon proširenog pogleda dominacije broja poduzeća po pojedinim područjima, prikazan je grafički prikaz broja poduzeća po pojedinim odjeljcima unutar promatranog područja G. Na temelju podataka može se zaključiti da dominira odjeljak G46 s udjelom od 60%, a najmanji udio ima odjeljak G45 i to s udjelom od 9%. Za razliku od odjeljka G45 u kojem se uglavnom nalaze poduzeća koja se bave trgovinom i održavanjem motornih vozila i motocikala, u dominantnom odjeljku G46 nalaze se trgovine na veliko hranom, pićima i duhanom, trgovine na veliko proizvodima za kućanstvo, informacijsko-komunikacijskom opremom i drugo. Dakle, može se zaključiti da promatrani odjeljak G45 ipak ima najmanji udio u odnosu na ostale odjeljke. Drugim riječima, Trgovine na veliko i na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima imaju ipak snažniji utjecaj sagledavajući broj poduzeća.

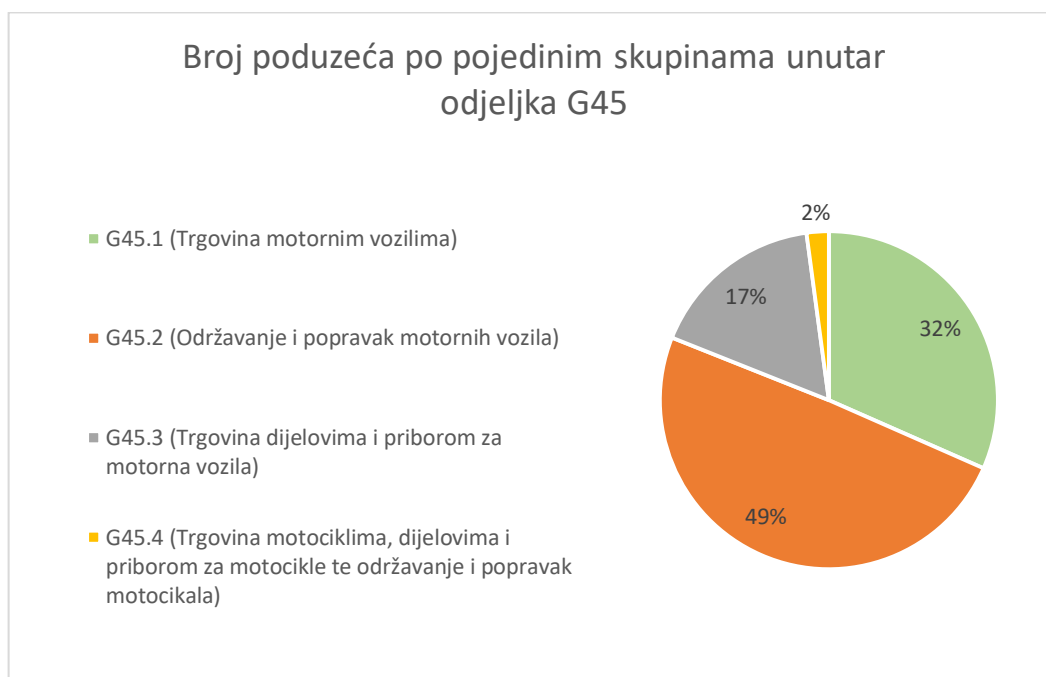
Graf 2. Broj poduzeća po pojedinim odjeljcima unutar područja G



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

U nastavku je grafički prikaz broja poduzeća po pojedinim skupinama unutar odjeljka G45 gdje je moguće vidjeti da se najveći broj poduzeća nalazi u skupini G45.2 – Održavanje i popravak motornih vozila. To je donekle i razumno za očekivati zbog toga što većina poduzetnika koja se odluče otvoriti tvrtku u promatranj industriji započinju raditi u sklopu održavanja i popravka motornih vozila jer ova djelatnost zahtijeva najmanje ulaganja u poslovanje i može služiti kao dobra „odskočna daska“ za napredak poslovanja. Skupina koja se analizira u ovom radu G45.1 nalazi se na drugom mjestu i to s udjelom od 32%, odnosno 3228 poduzeća. Dakle, može se zaključiti da promatrana skupina ima dosta velik udio u odjeljku G45 i nosi određen značaj. Najmanji broj poduzeća se nalazi u skupini G45.4 Trgovina motociklima, dijelovima i priborom za motocikle te održavanje i popravak motocikala, od ukupno 10 215 samo 217 poduzeća.

Graf 3. Broj poduzeća po pojedinim skupinama unutar odjeljka G45



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Na temelju svega što je spomenuto, može se zaključiti da Trgovina motornim vozilima ima dosta velik udio poduzeća koji se nalaze unutar odjeljka G45 bez obzira na to što prednjači djelatnost Održavanja i popravka motornih vozila s malo većim postotkom. Međutim, promatrajući cijelo područje G odjeljak G45 ima ipak manji broj poduzeća koja se bave ovom djelatnosti. Shodno tome, može se zaključiti da ostale trgovačke djelatnosti zajedno imaju generalno veći utjecaj na gospodarstvo Republike Hrvatske. Prema strukturno-poslovnim pokazateljima poduzeća 2022. godine koje je objavio Državni zavod za statistiku, može se uočiti da područje G ostvaruje najviše prometa u odnosu na ostale djelatnosti, i to s udjelom od 33,80%. Međutim, u kategoriji udjela broja zaposlenika područje G se nalazi na drugom mjestu, a prednjači Prerađivačka industrija s udjelom od 21,90 %.

4.Rezultati analize poslovanja Trgovine motornim vozilima (G45.1) u kategoriji malih poduzeća

U ovom poglavlju provest će se analiza financijskih pokazatelja i to pokazatelja zaduženosti, likvidnosti, aktivnosti i profitabilnosti. Važno je istaknuti da se analiza financijskih pokazatelja provodi nad kategorijom malih poduzeća i to u razdoblju od 2019.-2022. godine, dok će se ostale analize provesti sukladno dostupnosti podataka spomenutih u nastavku. Nakon toga će se prikazati analiza tržišta rada i plaće, navedeno obuhvaća ponudu rada, potražnju rada i plaće. Također, u ovom poglavlju će biti prikazane bruto i neto investicije u dugotrajnu imovinu u promatranoj djelatnosti. Uz sve navedeno sam kraj poglavlja obuhvaća i kapitalnu, odnosno radnu intenzivnost skupine G kao i odabrane djelatnosti te produktivnost rada, kapitala i materijalnih inputa.

4.1. Analiza s pomoću financijskih pokazatelja u kategoriji malih poduzeća djelatnosti G45.1

4.1.1. Pokazatelji zaduženosti

Pokazatelji zaduženosti mjere koliko je poduzeće zaduženo, odnosno koliko se financira iz vlastitih, a koliko iz tuđih izvora. Razlikuju se pokazatelji koji reflektiraju statičku zaduženost (koeficijent zaduženosti, koeficijent vlastitog financiranja, koeficijent financiranja, stupanj pokrića 1 i stupanj pokrića 2), te pokazatelji koji reflektiraju dinamičku zaduženost (pokriće troškova kamata i faktor zaduženosti). (Tintor, 2009)

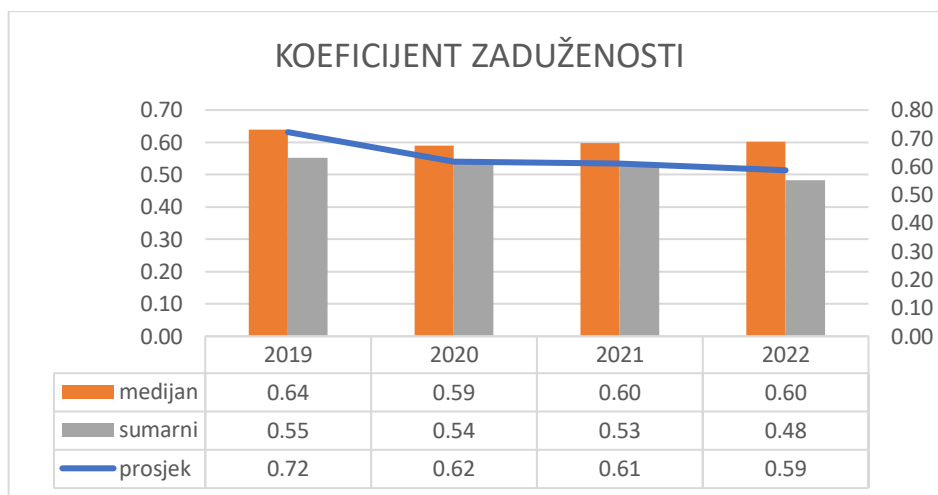
Pokazatelji koji će se analizirati na temelju statičke zaduženosti su koeficijent zaduženosti, odnos dugoročnog duga i glavnice te stupanj pokrića 2, a u okviru dinamičke zaduženosti analizirat će se pokazatelj pokrića troškova kamata.

4.1.1.1. Koeficijent zaduženosti

Na idućem grafikonu moguće je vidjeti aritmetičku sredinu, medijalne i sumarne podatke koeficijenta zaduženosti koji se nalaze u kategoriji malih poduzeća djelatnosti G45.1. Na temelju prikazanih podataka, može se zaključiti da više od polovice ukupne imovine poduzeća financiraju iz tuđih izvora i to oko 60%. Iako poduzeća veći dio imovine financiraju iz tuđih izvora može se uočiti pozitivan trend u prikazu strukture financiranja, odnosno blagi pad koeficijenta kroz promatrano razdoblje. Osim toga, vidljivo je da se ovdje radi o blago pozitivnoj asimetričnoj distribuciji, odnosno da je kod otprilike 35-46% poduzeća koeficijent

zaduženosti veći od prosjeka, a kod ostatka je manji od prosjeka. U prvoj promatranoj godini, od ukupno 158 poduzeća, njih 55 je imalo vrijednost iznad 0,72, a ostatak ispod prosjeka. Drugim riječima, iako je prosječni pokazatelj oko 60%, veći dio poduzeća ima vrijednost koeficijenta zaduženosti ispod te vrijednosti pa se može zaključiti da poduzeća u ovoj djelatnosti nisu značajno zadužena.

Graf 4. Koeficijent zaduženosti

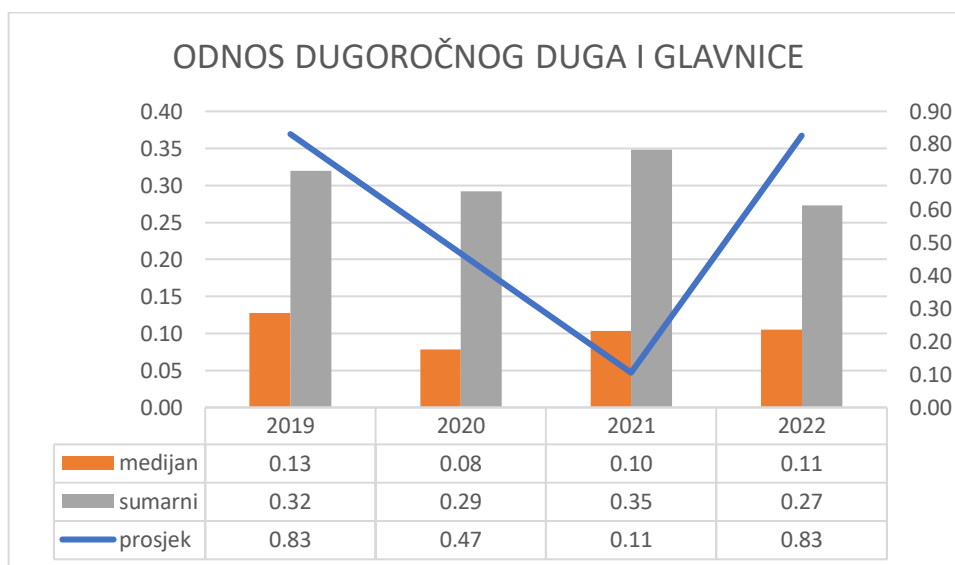


Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.1.2. Odnos dugoročnog duga i glavnice

Odnos dugoročnog duga i glavnice prikazuje koliko kapitalom poduzeće može podmiriti svoje obveze. Bilo bi idealno da pokazatelj bude što niži ili barem niži od 1. U ovom slučaju se može potvrditi da je odnos dugoročnog duga i glavnice na zadovoljavajućoj razini. Međutim valja naglasiti da u prve tri promatrane godine postoji desetak poduzeća koja se nalaze u stečaju i čije negativne vrijednosti kapitala malo iskrivljuju stvarnu sliku ovog pokazatelja. Znatno odstupanje je vidljivo 2021. godine kada dva „stršila“, FLEET LOGISTIKA d.o.o. i MOTO RIS d.o.o., znatno utječu na pomak prosječne vrijednosti promatranog pokazatelja kada on iznosi 0,11. Promatrajući medijalnu vrijednost u posljednjoj godini može se zaključiti da 50% poduzeća ima vrijednost dugoročnog duga i glavnice ispod ili jednaku 0,11, a ostatak poduzeća ima vrijednost pokazatelja jednaku ili veću od 0,11. Razlog ovako niskih medijalnih vrijednosti pokazuje činjenica da se oko 30% poduzeća uopće dugoročno ne zadužuje, dok velikih dio njih ima male vrijednosti dugoročnih obveza za razliku od kratkoročnih.

Graf 5. Odnos dugoročnog duga i glavnice



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

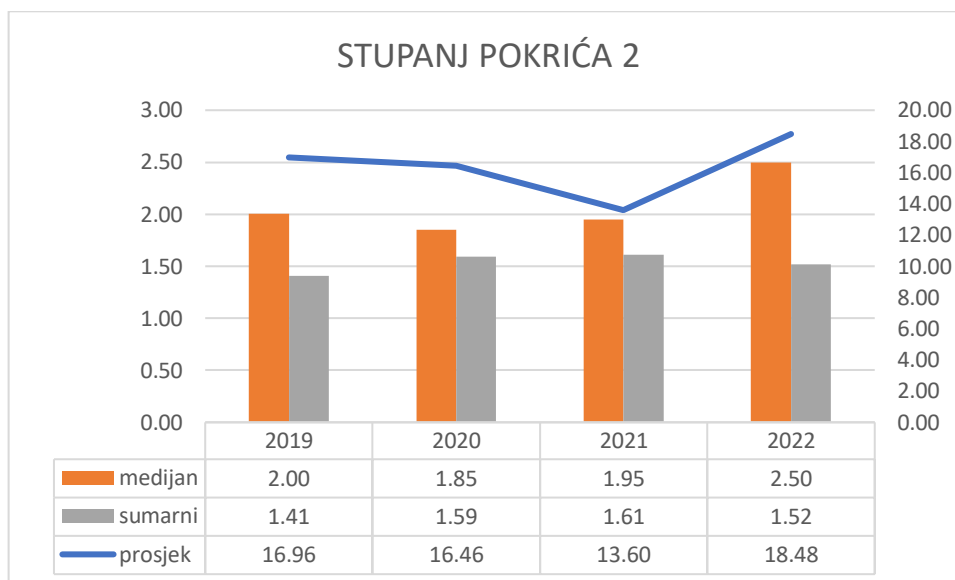
4.1.1.3. Stupanj pokrića 2

Posljednji pokazatelj koji će se analizirati u vidu statičke zaduženosti je stupanj pokrića 2. On prikazuje koliki se dio dugotrajne imovine financira dugoročnim izvorima financiranja. Bilo bi poželjno da vrijednost stupnja pokrića II bude veća od 1 zato što je poznato da jedan dio dugoročnih izvora mora biti iskorišten za financiranje permanentne tekuće imovine. U slučaju da je taj koeficijent manji od 1 znači da će se jedan dio dugotrajne imovine financirati kratkoročno što proturječi zlatnim pravilima financiranja. (Žager i sur., 2020)

U promatranoj djelatnosti medijalne vrijednosti pokazatelja su svake godine iznad vrijednosti 1, a kreću se od 1,85 do 2,50. To ukazuje na činjenicu da su zadovoljena zlatna pravila financiranja i da poduzeća koriste jedan dio dugoročnih izvora financiranja za financiranje kratkotrajne imovine. Može se zaključiti da se u djelatnosti raspolaže velikim radnim kapitalom iz čega se daje zaključiti da su poduzeća sposobnija samostalnije financirati rast poslovanja i eventualna korigiranja operativnog poslovanja. Kao što je vidljivo iz grafikona, prosjek je mnogo veći od medijalnih vrijednosti što ukazuje da se ovdje radi o pozitivnoj asimetričnoj distribuciji gdje postoji manji broj poduzeća iznad prosjeka, a veći broj poduzeća ispod prosjeka. Razlog što postoji manji broj poduzeća s vrlo velikim stupnjem pokrića 2 je u tome što spomenuta poduzeća imaju vrlo malu dugotrajnu imovinu u odnosu na dugoročne

izvore financiranja. Zanimljivo je istaknuti da kod većine poduzeća veći udio obuhvaća kratkotrajna imovina što je i razumno pretpostaviti za trgovinu motornih vozila.

Graf 6. Stupanj pokrića 2



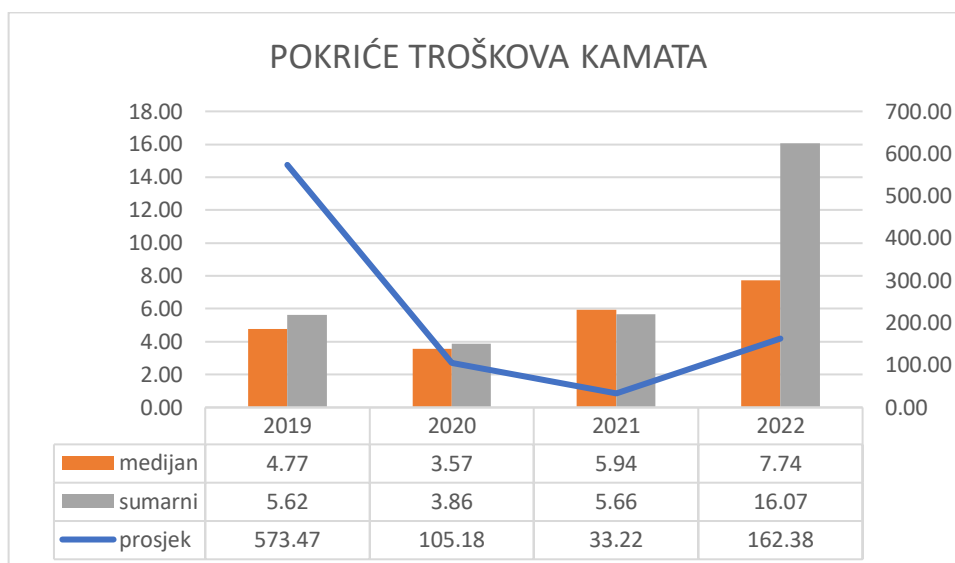
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.1.4. Pokriće troškova kamata

U okviru pokrića troškova kamata razmatra se koliko su puta kamate pokrivene sa zaradama prije kamata i poreza, odnosno jesu li poduzeća u stanju pokriti svoje kamate ostvarenim zaradama prije kamata i poreza. Granična vrijednost pokazatelja je 1 zbog toga što bi u tom slučaju poduzeće zaradilo upravo toliko da pokrije svoje rashode od kamata. Ako je to pokriće veće, zaduženost je manja.

Na temelju grafičkog prikaza može se uočiti da poduzeća nisu toliko zadužena jer svake godine uspijevaju svojim zaradama pokriti rashode od kamata, a velik dio zarade ostaje i za vlasnike vlastitih izvora financiranja. S obzirom na to da poduzeća u ovoj djelatnosti koriste vrlo malo dugoročne obveze kao način financiranja, može se zaključiti da će u tom slučaju i financijski rashodi biti nešto niži. Kao što je vidljivo, i ovdje postoji pozitivno asimetrična distribucija u kojoj su prosječne vrijednosti mnogo veće od medijalnih. To znači da manji dio poduzeća ima vrijednost pokazatelja iznad prosjeka, a velik dio poduzeća ispod prosjeka. Najbolje vrijednosti djelatnost ostvaruje u posljednjoj promatranoj godini kada u prosjeku poduzeća mogu 16,07 puta zaradama prije kamata i poreza pokriti rashode od kamata.

Graf 7. Pokriće troškova kamata



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.2. Pokazatelji likvidnosti

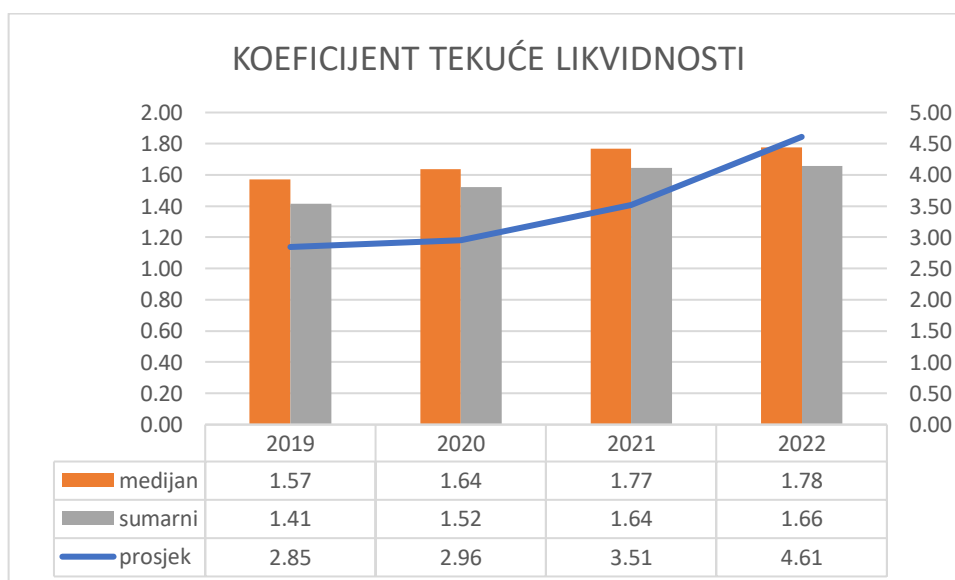
U kontekstu likvidnosti posebno dolazi do izražaja sposobnost poduzeća da pravovremeno dolazi do adekvatnih novčanih sredstava za podmirenje dospjelih kratkoročnih obveza. Najvažniji priljevi novčanih sredstava su oni ostvareni obavljanjem temeljne djelatnosti poduzeća, a ako se imovina ne koristi s ciljem stvaranja buduće ekonomske koristi, to će rezultirati nepotrebnim rashodima koji utječu na smanjenje vlastitih izvora financiranja. (Žager, Ježovita, 2017)

4.1.2.1. Koeficijent tekuće likvidnosti

Granična vrijednost koeficijenta tekuće likvidnosti bi trebala biti 2, odnosno da bi poduzeće održalo normalnu tekuću likvidnost trebalo bi imati minimalno dvostruko više kratkotrajne imovine nego što ima kratkoročnih obveza. Razlog tome je što uvijek postoje rizici da se kratkotrajna imovina neće moći unovčiti što se ponajviše odnosi na potraživanja za koja se ne može u potpunosti sa sigurnošću tvrditi da će biti naplaćena. Prema tome, poduzeće bi moralo imati vrijednost koeficijenta tekuće likvidnosti barem malo veću od vrijednosti 1, iako bi bilo poželjno da bude veća od 2. U tom slučaju će se jedan dio kratkotrajne imovine financirati iz dugoročnih izvora te bi tada poduzeće imalo rezervu financijske stabilnosti koja mu omogućuje likvidnost i financijsku stabilnost. (Žager i sur, 2020)

Na temelju podataka iz grafikona broj 8 moguće je zaključiti da djelatnost ima u svim promatranim godinama zadovoljavajuću likvidnost zbog toga što su medijalne vrijednosti veće od 1, iako bi bilo poželjno da budu veće od 2 i da kratkotrajna imovina bude duplo veća od kratkoročnih obveza. Važno je istaknuti da se javlja pozitivan trend u pogledu rasta likvidnosti kroz promatrano razdoblje, odnosno rast koeficijenta kroz godine. Shodno tome, da se ustanovi da se povećava likvidnost poduzeća i to sve do 2022. godine kada koeficijent tekuće likvidnosti iznosi 1,78. Promatrajući prosječne vrijednosti, može se zaključiti da postoji pozitivna asimetrična distribucija povećavajući prosječne vrijednosti u odnosu na medijalne. U 2022. godini samo 20% poduzeća ima vrijednost pokazatelja jednaku ili veću od 4,61, a 80% poduzeća jednaku ili manju od 4,61. Upravo zbog toga je relevantnije promatrati medijalne vrijednosti analizirajući proučavanu djelatnost. Generalno se može zaključiti da je likvidnost u kontekstu koeficijenta tekuće likvidnosti na zadovoljavajućoj razini.

Graf 8. Koeficijent tekuće likvidnosti



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

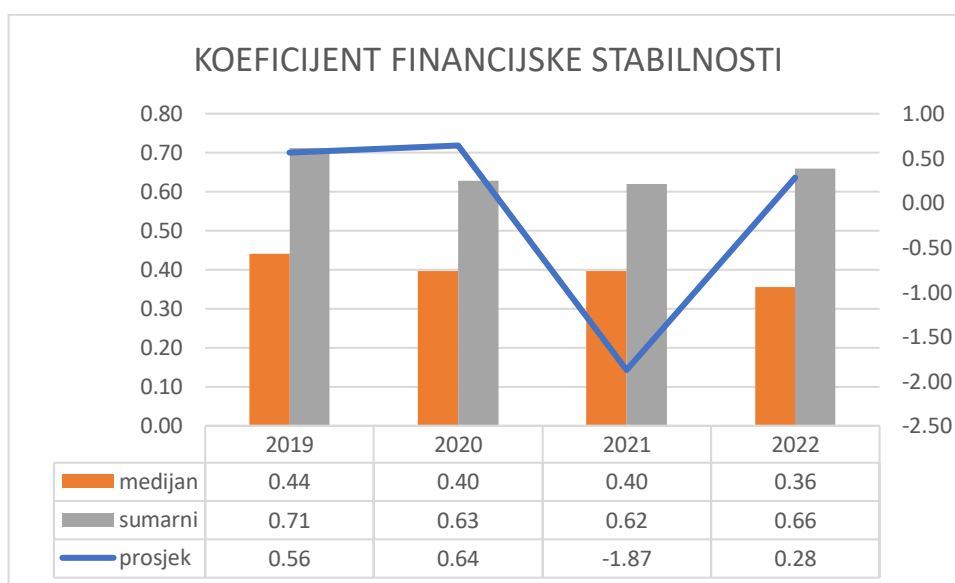
4.1.2.2. Koeficijent financijske stabilnosti

Nadalje, koeficijent financijske stabilnosti prikazuje koliko dugoročnih izvora financiranja poduzeće koriste za financiranje dugotrajne imovine. Po teorijskom tumačenju ovaj bi pokazatelj trebao biti manji od 1. U slučaju da to nije tako i da je koeficijent veći od 1, to bi značilo da poduzeće ima deficit radnog kapitala, odnosno da nema dio dugoročnih izvora koji koristi za financiranje kratkotrajne imovine. Drugim riječima, u toj situaciji će poduzeće

jedan dio dugotrajne imovine financirati iz kratkoročnih obveza što se kosi sa zlatnim pravilima financiranja. (Žager i sur., 2020)

S obzirom na to da su medijalne vrijednosti u svim promatranim godinama manje od 1 može se zaključiti da poduzeća imaju permanentnu tekući imovinu koju financiraju dugoročno i da imaju zadovoljavajuću financijsku stabilnost koja se blago povećava kroz godine. U 2022. godini poduzeća 36% svojih dugoročnih izvora financiranja koriste za financiranje dugotrajne imovine, ostalih 64% za financiranje kratkotrajne imovine. Važno je istaknuti da bi radni kapital trebao biti veći kod proizvodnih djelatnosti zbog toga što njihova osnovna djelatnost zahtijeva veće zalihe što se ponajviše odnosi na zalihe sirovina i materijala kojima treba najduže da se pretvore u novac. S obzirom na to da u zalihama trgovačkih djelatnosti dominira trgovačka roba, može se zaključiti da u djelatnosti Trgovine motornim vozilima postoji nešto niža potreba za radnim kapitalom u odnosu na proizvodne djelatnosti. Kao što je i ranije spomenuto, velik broj poduzeća u ovoj djelatnosti ima nešto nižu dugotrajnu imovinu pa su i zbog toga vrijednosti koeficijenta dosta niže nego što bi se očekivalo. U pogledu prosječnih vrijednosti, poduzeća oko 60% svojih dugoročnih izvora financiranja koriste za financiranje dugotrajne imovine, a ostatak za financiranje kratkotrajne imovine. Jedina vrijednost koja odudara od drugih je prosječna vrijednost pokazatelja 2021. godine kada on iznosi -1,87. Razlog tome je što nekolicina negativnih vrijednosti kapitala kod poduzeća u stečaju značajno smanjuju koeficijent financijske stabilnosti i stoga bi ga trebalo izuzeti iz razmatranja.

Graf 9. Koeficijent financijske stabilnosti



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.3. Pokazatelji aktivnosti

Pokazatelji aktivnosti s jedne strane ukazuju na sigurnost poslovanja poduzeća mjereći brzinu cirkulacije imovine u poslovnom procesu, ali i na uspješnost poslovanja mjereći koliko efikasno poduzeće koristi svoje resurse. Poznati su pod nazivom koeficijenti obrtaja, a izračunavaju se kao omjer prometa i prosječnog stanja određenih dijelova imovine. (Žager i sur., 2020)

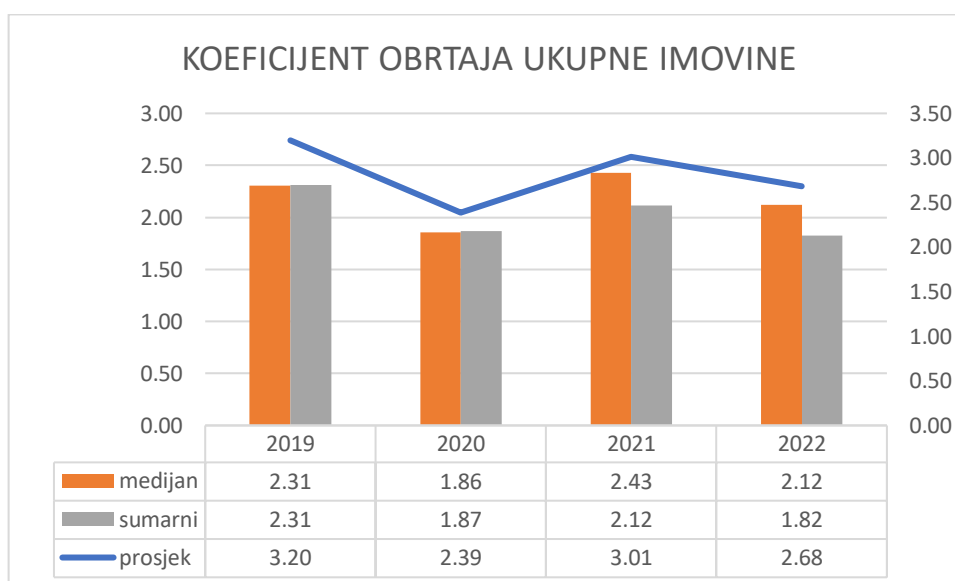
Pokazatelji koji će se analizirati u sklopu pokazatelja aktivnosti su koeficijent obrtaja ukupne imovine, dani vezivanja zaliha, dani vezivanja potraživanja i dani vezivanja obveza prema dobavljačima.

4.1.3.1. Koeficijent obrtaja ukupne imovine

Promatrajući aktivnost ukupne imovine vidljiva je oscilacija pokazatelja od 2019. do 2022. godine. Na temelju podataka iz grafikona, može se uočiti da djelatnost Trgovine motornim vozilima ima dosta visoke koeficijente obrtaja ukupne imovine što ekvivalentno tome znači da efikasno koristi raspoložive resurse. Međutim, potrebno je razmotriti i strukturu ukupne imovine. S obzirom na to da poduzeća imaju uglavnom veći udio kratkotrajne imovine unutar aktive, kojoj treba kraće da se pretvori u novac, razumljivo je da su koeficijenti obrtaja nešto viši. Prema medijalnim vrijednostima, poduzeća najuspješnije koriste ukupnu imovinu 2021. godine kada u godini dana 2,43 puta obrnu svoju ukupnu imovinu. Prosječne vrijednosti pokazatelja su nešto više jer se i u ovom slučaju radi o pozitivno asimetričnoj distribuciji gdje manji broj poduzeća pomiče vrijednosti pokazatelja prema višim razinama.

Dakle, može se zaključiti da djelatnost Trgovine motornim vozilima, promatrane u kategoriji malih poduzeća, efikasno koristi raspoložive resurse imajući u vidu strukturu ukupne imovine. Budući da u strukturi imovine prevladava udio kratkotrajne imovine razumno je očekivati da će operativni ciklus biti brži. Drugim riječima, ako poduzeća u strukturi imovine imaju veći udio dugotrajne imovine može se pretpostaviti da će imati nešto niže koeficijente obrtaja ukupne imovine, a razlika između koeficijenta obrtaja ukupne imovine i kratkotrajne imovine će biti veća. Važno je istaknuti i element sigurnosti u sklopu pokazatelja aktivnosti. S obzirom na to da su koeficijenti obrtaja ukupne imovine nešto viši to ukazuje na činjenicu da će poduzeća brže dolaziti do novčanih sredstava koja će im omogućiti da pravovremeno izvršavaju svoje financijske obveze.

Graf 10. Koeficijent obrtaja ukupne imovine



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.3.2. Dani vezivanja zaliha

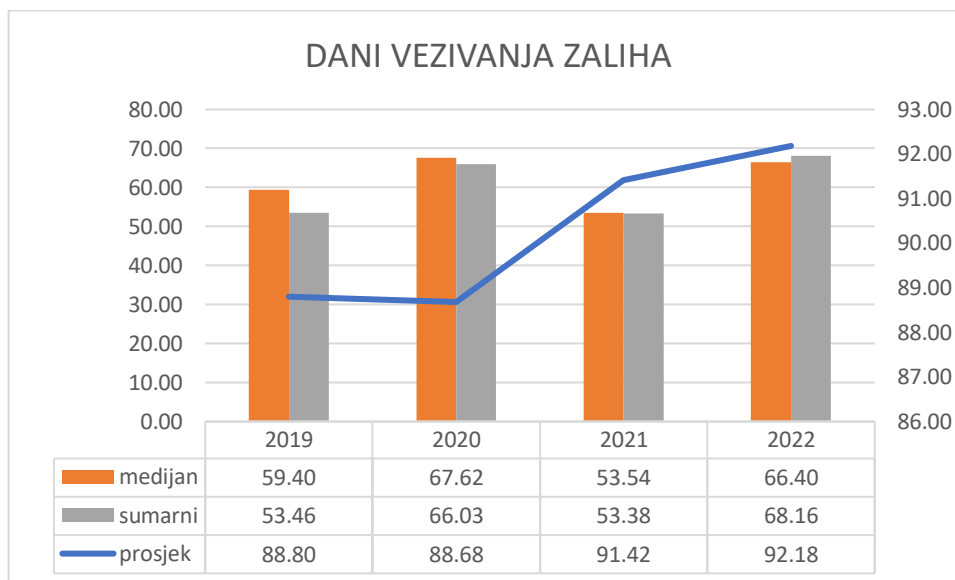
Dani vezivanja zaliha ukazuju s jedne strane na uspješnost, a s druge strane na sigurnost poslovanja poduzeća. Navedeni dani vezivanja predstavljaju trajanje operativnog ciklusa poduzeća, a u ovom slučaju je to operativni ciklus zaliha. Što je operativni ciklus kraći poduzeće si može priuštiti manju rezervu likvidnosti i obrnuto. (Žager, Ježovita, 2017) Dani vezivanja zaliha općenito pokazuju broj dana koliko zalihe stoje dok se ne prodaju. U slučaju da poduzeće ima velike dane vezivanja zaliha znači da će imati i visoke troškove skladištenja, otpisa zaliha i rizike zastarijevanja.

Prema medijalnim vrijednostima može se uočiti da je djelatnosti potrebno otprilike 60 dana da proda svoje zalihe od trenutka narudžbe pa do same prodaje. Pokazatelj je najmanji 2021. godine kada iznosi 53,54. S obzirom na spomenuto, poduzeća evidentno nemaju problem s obrtanjem zaliha što označava brži operativni ciklus i djelotvornije poslovanje. Prosječne vrijednosti pokazatelja su nešto više jer se i u ovom slučaju javlja pozitivna asimetrična distribucija gdje manji broj poduzeća pomiču vrijednosti pokazatelja prema višim razinama. Prema prosječnim pokazateljima, industriji je potrebno oko 90 dana da se zalihe prodaju, odnosno pretvore u novac.

Na temelju svega što je spomenuto može se zaključiti da djelatnost Trgovine motornim vozilima evidentno nema problema s obrtanjem zaliha u operativnom ciklusu što ukazuje na djelotvornije poslovanje. Za razliku od proizvodne djelatnosti koja u zalihama ima sirovine i

materijale kojima treba najduže da se pretvore u novac, ali i ostalih kategorije kao što su rezervni dijelovi, nedovršeni proizvodi i slično, trgovačka djelatnost ima samo kategoriju trgovačke robe, pa je zato i razumno očekivati da će obrtaji biti nešto niži.

Graf 11. Dani vezivanja zaliha

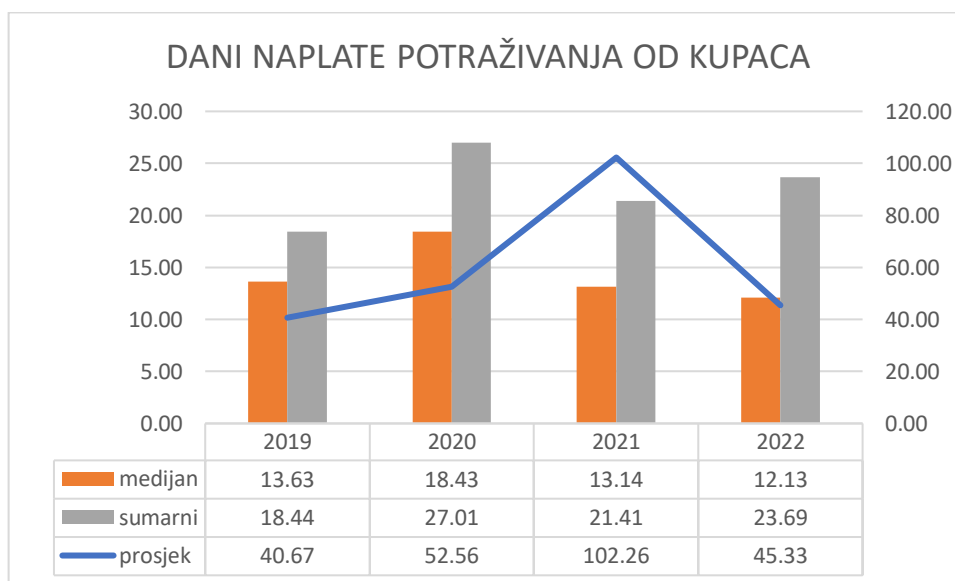


Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.3.3. Dani naplate potraživanja od kupaca

Na temelju grafičkog prikaza može se zaključiti da poduzeća u promatranoj djelatnosti nemaju problem s naplatom potraživanja od kupaca. Evidentan je pozitivan trend u padu medijalnih pokazatelja od 2020. do 2022. godine. U posljednjoj godini polovici poduzeća je potrebno oko 12 dana ili manje da naplati svoja potraživanja, a drugoj polovici 12 dana ili više. Ove brojke i nisu toliko iznenađujuće obzirom da je osnovna djelatnost Trgovine motornim vozilima upravo prodaja motornih vozila koja zahtijeva plaćanje vozila prije preuzimanja. Prosječne vrijednost pokazatelja su nešto veće, odnosno postoji manji broj poduzeća koja imaju duže vrijeme naplate. Razlog tome mogao bi biti da se neka poduzeća osim djelatnosti trgovine bave i održavanjem, te popravkom vozila. U tom slučaju moguće je da ta poduzeća imaju i stalne klijente kojima omogućuju veću valutu plaćanja. Međutim, može se zaključiti da neka poduzeća ipak imaju i problem s naplatom potraživanja jer imaju vrlo visoke pokazatelje dana naplate potraživanja od kupaca koja povećavaju prosječne vrijednosti pokazatelja.

Graf 12. Dani naplate potraživanja od kupaca



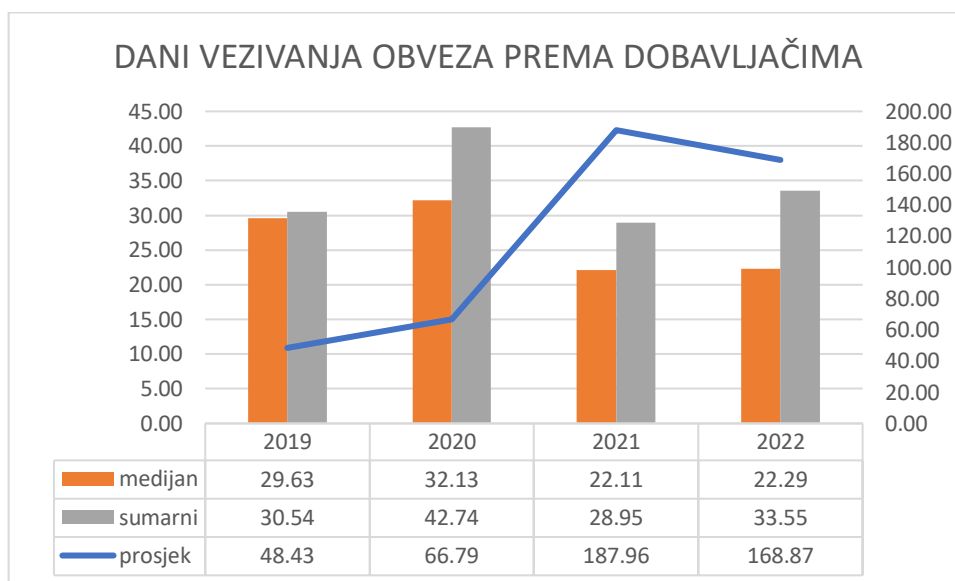
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.3.4. Dani vezivanja obveza prema dobavljačima

Dani vezivanja obveza prema dobavljačima pokazuje koliko je dana potrebno poduzeću da plati svoje obveze prema dobavljačima. Bilo bi poželjno da ovaj pokazatelj bude što veći jer bi u tom slučaju poduzeće imalo pristup gotovini na dulje razdoblje koje bi mogao iskoristiti na povećanje produktivnosti ili kratkoročno investiranje. Na primjer, ako poduzeće ima valutu plaćanja od 30 dana, znači da poduzeće može koristiti resurse od dobavljača i zadržati gotovinu za sebe u tom razdoblju.

U kontekstu dana vezivanja obveza prema dobavljačima može se zaključiti da poduzeća nemaju baš povoljne uvjete prema dobavljačima. Javlja se oscilacije pokazatelja, blagi rast u 2020. i pad u 2021. godini. U posljednjoj promatranoj godini poduzećima je sumarno potrebno oko 34 dana da podmire svoje obveze prema dobavljačima. Prema medijalnim vrijednostima može se uočiti da je polovici poduzeća potrebno oko 27 dana ili manje da podmire svoje obveze prema dobavljačima, a drugoj polovici je potrebno 27 dana ili više. Prosječne vrijednosti ukazuju da postoji pozitivno asimetrična distribucija gdje manji dio poduzeća ima veće koeficijente dana vezivanja obveza prema dobavljačima koji znatno pomiču vrijednosti prema višim razinama. Upravo zbog toga je u ovom slučaju relevantnije promatrati medijalne vrijednosti pokazatelja.

Graf 13. Dani vezivanja obveza prema dobavljačima



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.4. Pokazatelji profitabilnosti

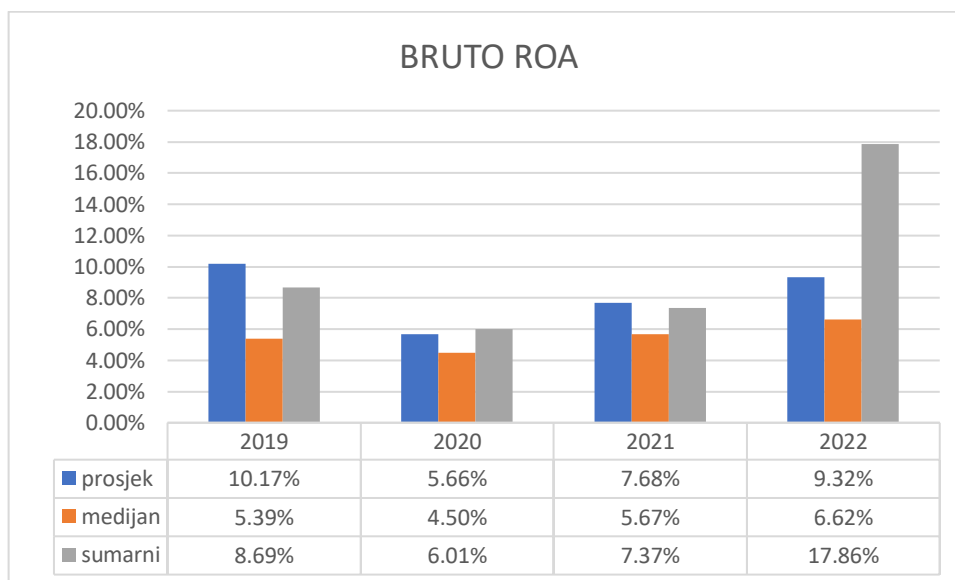
Pokazatelji profitabilnosti mjere koliko su poduzeća sposobna u stvaranju zarada u odnosu na angažiranu imovinu ili ukupne prihode. Drugim riječima, to su pokazatelji pomoću kojih je moguće ocijeniti razinu sposobnosti poduzeća da stvara prihvatljivu razinu ekonomske koristi pomoću imovine kojom raspolaže, dok se ta ista ekonomska korist promatra s aspekta zahtijevanih prinosa vlastitog i tuđeg kapitala. (Žager, Ježovita, 2014) Pokazatelji profitabilnosti koji će u nastavku biti analizirani su bruto rentabilnost imovine i rentabilnost vlastitog kapitala.

4.1.4.1. Bruto rentabilnost imovine

Na grafikonu 14 je prikazana bruto rentabilnost imovine koja u omjer stavlja bruto dobit i financijske rashode u odnosu na ukupnu imovinu. Bilo bi poželjno da ovaj pokazatelj bude što veći jer bi u tom slučaju to značilo da su poduzeće, država i vjerovnici ostvarili veći povrat u odnosu na ukupno raspoložive resurse. Sagledavajući sumarne vrijednosti, može se uočiti da bruto rentabilnost imovine blago pada 2020. godine, pa nakon toga raste sve do 2022. godine kada iznosi visokih 17,86%. Razlog tako visoke vrijednosti javlja se zbog toga što zarade prije kamata i poreza rastu za oko 240% u odnosu na prosjek posljednjih tri godina, dok imovina raste manjim postotkom i to za 43%. Prema najvećoj medijalnoj vrijednosti ostvarenoj 2022. godine poduzeća na 100 eura imovine zarade 6,62 eura bruto dobiti uvećane

za financijske rashode. S obzirom na to da djeluje pozitivna asimetrična distribucija može se zaključiti da manji broj poduzeća ima vrijednosti ovog pokazatelja iznad prosjeka, a veći dio ispod prosjeka. Generalno se može zaključiti da su vrijednosti ovih pokazatelja na zadovoljavajućoj razini.

Graf 14. Bruto ROA



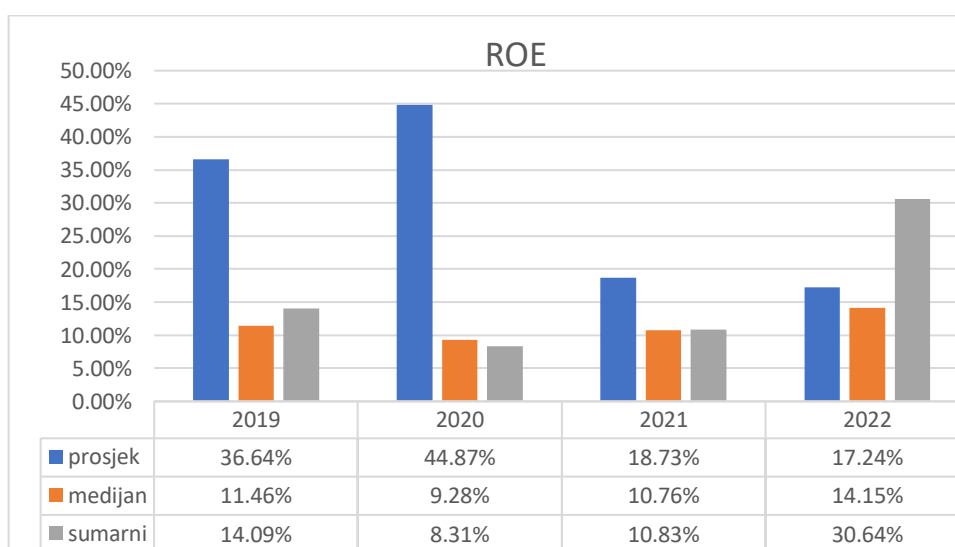
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.1.4.2. Rentabilnost vlastitog kapitala

Na sljedećem grafikonu je prikazana rentabilnost vlastitog kapitala koja u omjer stavlja neto dobit i kapital. Ovaj pokazatelj mjeri sposobnost poduzeća da stvara povrate za vlasnike vlastitog kapitala i bilo bi poželjno da bude što veći, odnosno da zadržana zarada bude što veća. Važno je istaknuti da je ovo jedan od najvažnijih pokazatelja za potencijalne investitore koji na temelju njih mogu utvrditi kolike povrate za vlasnike ostvaruje određeno poduzeće. Na temelju medijalnih vrijednosti može se ustanoviti da vrijednosti pokazatelja blago padaju 2020. godine, a nakon toga rastu sve do 2022. godine. U posljednjoj promatranoj godini na 100 eura kapitala polovica poduzeća zaradi 14,15 eura ili manje, a druga polovica 14,15 eura ili više neto dobiti. Prosječne vrijednosti su najveće 2019. i 2020. godine kada iznose 36,64% i 44,87%.

Prema analizi financijske poluge, može se zaključiti da se poduzeća uspješno zadužuju budući da je prinos vlastitog izvora financiranja veći od rentabilnosti ukupne imovine. Glavna odrednica financijske poluge nalazi se u činjenici da se oslanjanjem na dugove u financiranju poslovanja mogu ostvariti veći učinci za vlasnike, nego u slučaju da se cijelo poslovanje financira iz vlasničke glavnice (Orsag, 2015). Drugim riječima, financijska poluga podrazumijeva situaciju kada poduzeća ostvaruju veće povrate koristeći tuđe izvore financiranja u odnosu na korištenje samo vlastitih izvora financiranja. Dakle, u slučaju industrije Trgovine motornim vozilima, sagledavajući kategoriju malih poduzeća, može se ustanoviti da su kamatne stope po kojima se poduzeća zadužuju manje od prinosa na imovinu. Prema analizi pokazatelja profitabilnosti može se zaključiti da su poduzeća generalno sposobna da ostvaruju povrate na temelju ukupno raspoloživih resursa, odnosno da uspješno ostvaruju povrate za vlasnike svih oblika izvora financiranja.

Graf 15. ROE



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.2. Tržište rada u odabranoj djelatnosti

Tržište rada i njegovo funkcioniranje predstavljaju jedno od najsloženijih i najosjetljivijih tržišta. Označava ponudu radnika i potražnju za radnicima, pronalaženje zaposlenja, napredovanje, otkaze, čekanje na posao, razine nadnice i konkurentnost na poslu. Za razliku od tržišta dobara ili novca, tržište rada obilježava posebnosti zbog kojih se ono mnogo teže prilagođava i vraća u ravnotežu. Na tržištu rada se trguje satima rada koji se ne mogu odvojiti od samog radnika. (Barić, et al., 2016, str. 205) U kontekstu ovog poglavlja prikazana je analiza ponude i potražnje rada, a podaci su preuzeti sa službenih stranica Državnog zavoda za statistiku.

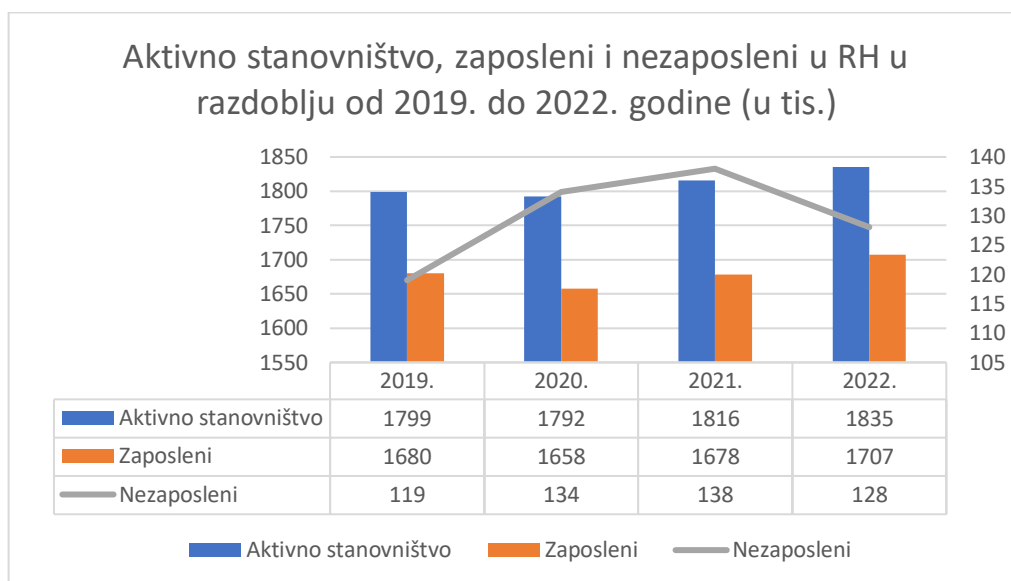
4.2.1. Ponuda rada

Stranu ponude predstavljaju potencijalni radnici, dok potražnu stranu čine poslodavci. Odluka o ponudi rada je mnogo složenija za razliku od ponude proizvoda na tržištu, a radnici se razlikuju prema zanimanju, vještinama, razini obrazovanja, sposobnostima i drugo. Statistika zaposlenih i nezaposlenih je korisna za dobivanje slike makroekonomskog stanja neke zemlje, stoga je važno redovito pratiti najnovije podatke kako bi razumjeli korake javne politike. (Barić, et al., 2016, str 205)

Grafikon broj 16 prikazuje aktivno stanovništvo, zaposlene i nezaposlene u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2019. do 2022. godine prikazano u tisućama. Iako je vidljiv blagi pad broja aktivnog stanovništva 2020. godine, generalno se može zaključiti da postoji pozitivan trend rasta aktivnog stanovništva od 2020. do 2022. godine. Broj zaposlenih pokazuje isti trend kao i aktivno stanovništvo, dok se kod broja nezaposlenih javlja porast sve do 2021. godine nakon čega dolazi do pada. S obzirom na to da broj zaposlenih ima pozitivan trend može se ustanoviti da dolazi do blagog oporavka nakon recesije. Broj zaposlenih je najveći 2022. kada iznosi 1707 tisuća, a najmanji 2020. godine kada iznosi 1658 tisuća. Dakle, može se zaključiti da je situacija na tržištu rada najbolja 2022. godine, a bilo bi zanimljivo provesti analizu i u idućoj godini da se ustanovi da li se trend nastavio.

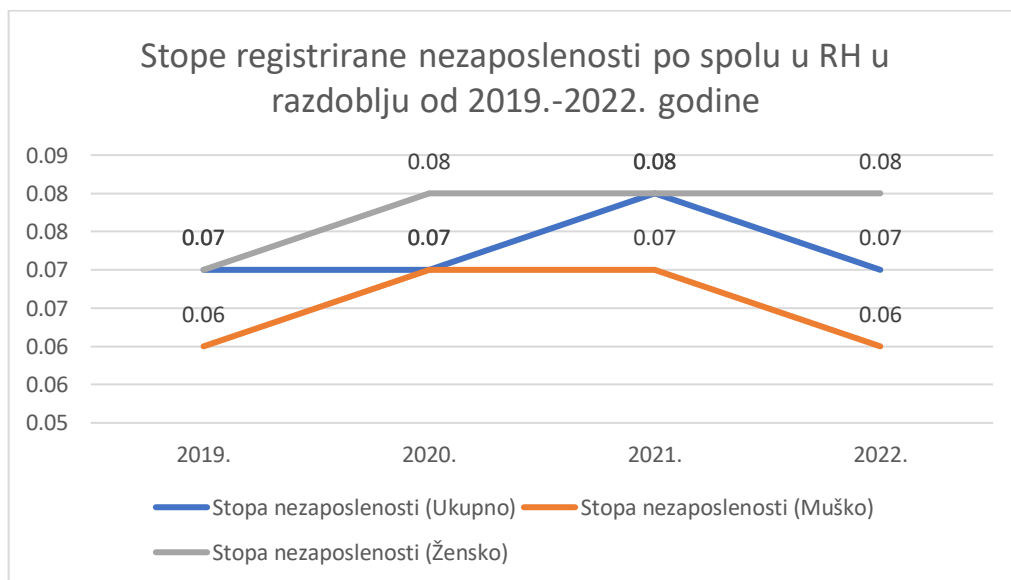
Idući grafikon koji će se analizirati je grafikon broj 17 koji prikazuje stope registrirane nezaposlenosti po spolu u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Na temelju podataka se može utvrditi da najveću stopu nezaposlenosti u promatranom razdoblju ima ženska populacija, koja se povećava 2020. godine, a nakon toga stagnira. Za razliku od žena, muška populacija ima nešto niže stope nezaposlenosti koje blago rastu 2020., a nakon toga opadaju 2022. godine. Generalno se može zaključiti da su žene i dalje u nepovoljnijem položaju što se tiče zaposlenosti pa bi se trebalo intenzivnije uključiti u politike koje bi povećale zaposlenost ženske populacije.

Graf 16. Aktivno stanovništvo, zaposleni i nezaposleni u RH



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (Priopćenje, Aktivno stanovništvo u Republici Hrvatskoj –prosjeck godine), preuzeto 17.03.2024. s: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58057>

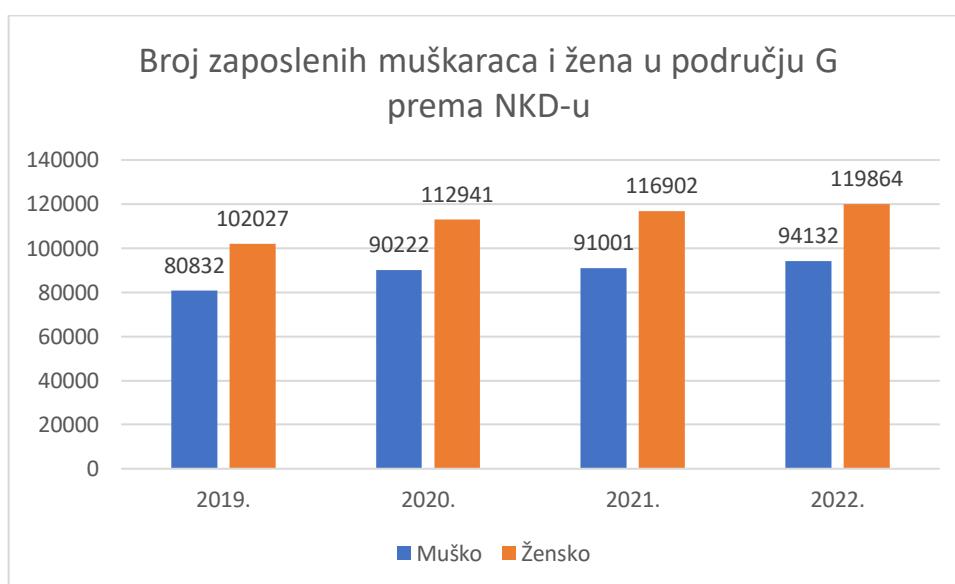
Graf 17. Stope registrirane nezaposlenosti po spolu u RH



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (Priopćenje, Aktivno stanovništvo u Republici Hrvatskoj –prosjeck godine), preuzeto 17.03.2024. s: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58057>

U nastavku je grafikon broj 18 koji prikazuje broj zaposlenih muškaraca i žena u području G prema NKD-u u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Zanimljivo je istaknuti da kroz sve promatrane godine u području G dominira ženska populacija obzirom da u promatranom području prevladava maloprodaja i veleprodaja svih proizvoda osim trgovine motornim vozilima. Dakle, iako se može pretpostaviti da će udio žena biti manji u odjeljku G45 njegov udio iznosi samo 9% u odnosu na promatrano područje, pa iz tog razloga udio žena prevladava u području G. Vidljivo je da broj žena raste iz godine u godinu, a najveći je 2022. godine kada iznosi 119 864. Kod muške populacije se također može vidjeti pozitivan rast u broju zaposlenih, ali je taj porast nešto slabiji u odnosu na žensku populaciju. Najveći broj muškaraca je 2022. godine i iznosi 94 132, a najmanji je 2019. godine i iznosi 80 832. Dakle, može se ustanoviti da se javlja oporavak tržišta sukladno pozitivnom trendu u rastu broja zaposlenih u promatranom području.

Graf 18. Broj zaposlenih muškaraca i žena u području G prema NKD-u



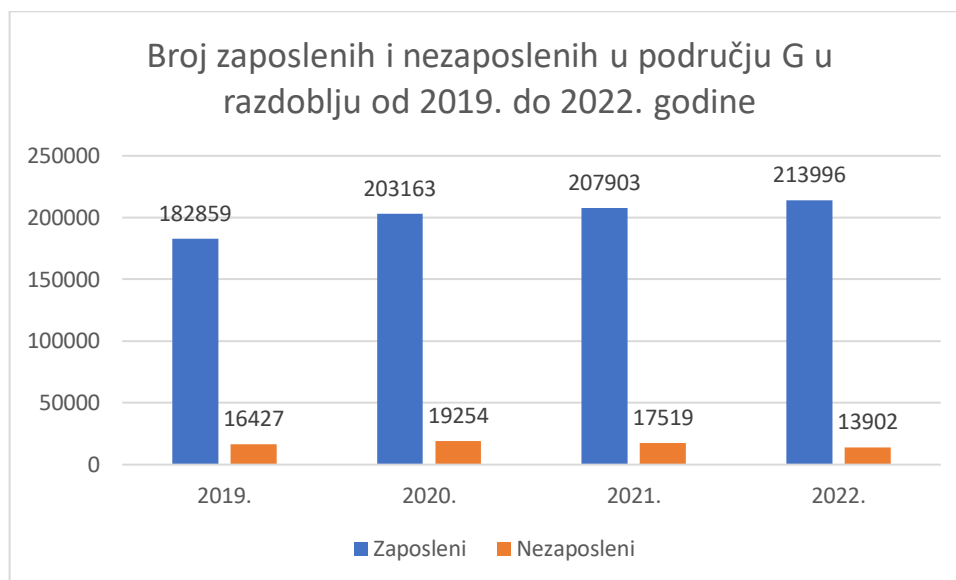
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (Priopćenje, Zaposleni prema djelatnostima), preuzeto 17.03.2024. s:

https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/09-02-01_01_2019.htm

Između ostalog, pozitivan trend je vidljiv i u broju zaposlenih i nezaposlenih u području G u promatranom razdoblju. S obzirom na to da postoji velik razmjer između broja zaposlenih i nezaposlenih može se utvrditi da teret nezaposlenih nije toliko znakovit. Važno je istaknuti da i u ovom slučaju raste broj zaposlenih kroz godine što ukazuje na oporavak tržišta i povoljnu ekonomsku situaciju. Najveći broj zaposlenih se javlja 2022. godine kada iznosi 213 996. Iako

broj nezaposlenih ukazuje na blagi rast u 2020. godini, broj nezaposlenih pada od 2020. do 2022. godine.

Graf 19. Broj zaposlenih i nezaposlenih u području G

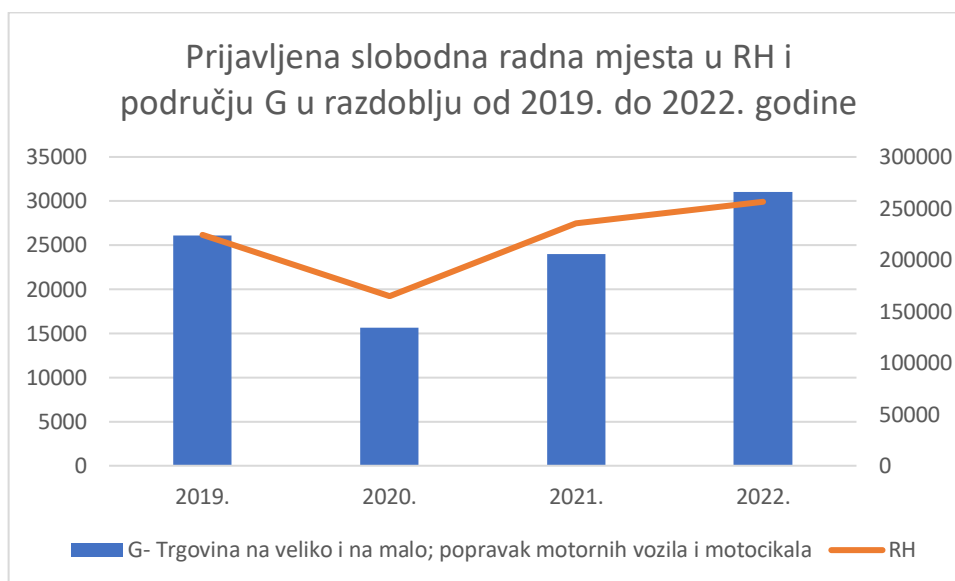


Izvor: Izrada autorice prema podacima iz Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (Statističke publikacije- Godišnjaci), preuzeto 17.03.2024. s: <https://www.hzz.hr/usluge/publikacije-hzz-a/statisticke-publikacije/>

4.2.2. Potražnja rada

Potražnja za radom se iskazuje brojem slobodnih radnih mjesta koja su prijavljena Hrvatskom zavodu za zapošljavanje od strane poslodavaca. Na temelju podataka na grafikonu broj 20 vidljiv je pad potražnje u 2020. godini, a razlog tome je što je značajni pad gospodarske aktivnosti, uslijed „pandemije“ korona krize, utjecao na spomenuti pad potražnje za radnom snagom. Budući da se poslovanje u toj godini značajno usporilo ili čak obustavilo, razumno je zaključiti da poslodavci nisu imali potrebe raspisati nove potrebe za radnom snagom. Međutim, u idućoj godini dolazi do intenzivnog rasta potražnje i to za 42,8% s nastavkom rasta u 2022. godine (za 9 %). Sukladno potražnji u cijeloj Republici Hrvatskoj, može se ustanoviti da se brojke prijavljenih slobodnih radnih mjesta kreću sukladno brojkama cijele Republike Hrvatske. Najmanja potražnja u području G je bila 2020. godine kada iznosi 15 645, a najveća je bila 2022. godine kada iznosi 31 011. S obzirom na sve što je spomenuto, može se zaključiti da je s porastom gospodarske aktivnosti i oporavkom tržišta došlo do povećanja potražnje s jedne strane, ali i povećanja zaposlenih s druge strane.

Graf 20. Prijavljena slobodna radna mjesta u RH i području G



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (Statističke publikacije- Godišnjaci), preuzeto 17.03.2024. s: <https://www.hzz.hr/usluge/publikacije-hzz-a/statisticke-publikacije/>

4.3. Investicije u odabranoj djelatnosti

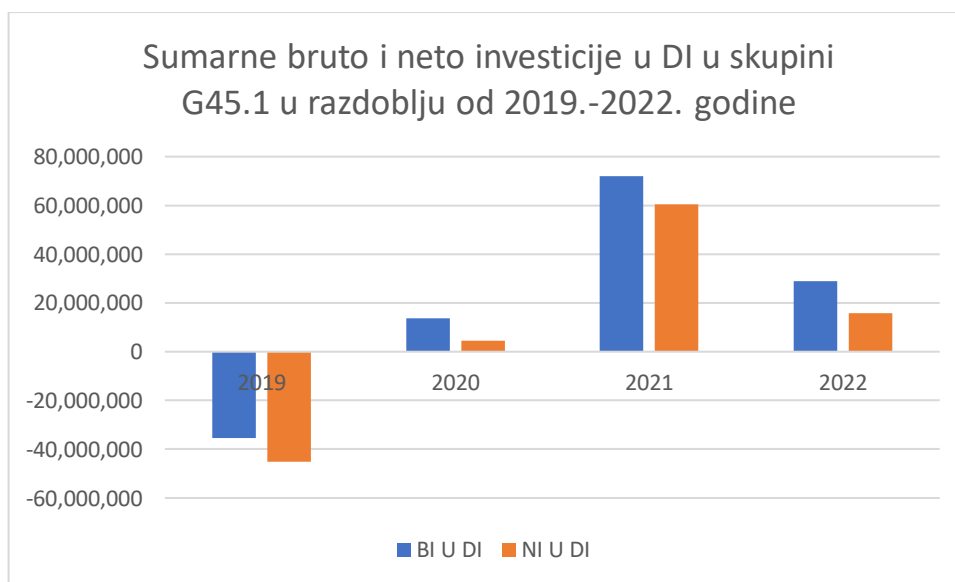
Kako bi se mogao utvrditi utjecaj djelatnosti na ukupan gospodarski rast i razvoj pojedine zemlje, potrebno je sagledati investicije kao opredjeljujući faktor ekonomskog razvoja. Efikasnost investicija izražava se odnosom između investicija i proizvodnje. U najširem smislu investicije predstavljaju neophodan uvjet ostvarenja rasta i realizacije stalnog nastojanja čovjeka da ovlada prirodnim silama i iskoristi ih za zadovoljenje svojih potreba. Bez investicija nema tehnološkog rasta, ali i napretka u cjelini. U užem smislu investicije su dio tekućeg društvenog proizvoda koji se ulažu u sredstva za rad, bilo za zamjenu utrošenih ili dotrajalih ili za stvaranje novih sredstava za rad. Prema izvoru sredstava za investiranje investicije se mogu podijeliti na neto, bruto i nove investicije. (Vukadinović, Jović, 2012.) U nastavku rada će biti prikazana analiza bruto i neto investicija djelatnosti Trgovine motornih vozila i njena usporedba sa srodnim područjem G.

Na grafikonu 21 vidljivo je kretanje bruto i neto investicija u dugotrajnu imovinu djelatnosti G45.1. Bruto investicije su uvijek veće od neto investicija s obzirom na to da je u bruto investicijama sadržana i amortizacija. Računa se na način da se od dugotrajne imovine tekuće godine oduzme dugotrajna imovina prijašnje godine i tome doda amortizacija, dok su neto investicije bruto investicije umanjene za iznos amortizacije. Promatrajući bruto i neto

investicije promatrane skupine, vidljivo je da su 2019. godine poduzeća, shodno negativnim iznosima bruto investicija, prodavala svoju dugotrajnu imovinu više nego što iznosi amortizacija. Razlog tome bi mogle biti određene poteškoće u poslovanju poduzeća koje su prodajom dugotrajne imovine stvorile sebi novac kako bi pokrile određene obveze. No, to ne mora nužno biti slučaj. Analizirajući likvidnost poslovanja moglo se ustanoviti da poduzeća generalno imaju zadovoljavajući likvidnost, pa bi i razlog prodaje dugotrajne imovine mogla biti i prodaja zastarjele imovine ili želja da se dođe do novca za buduće investicije. Može se vidjeti da u idućim godinama rastu investicije u dugotrajnu imovinu, a najveće su 2021. godine kada bruto investicije iznose 71.996.386 eura, a neto investicije iznose 60.547.500. Moguće je da su poduzeća pritom uložila u nova postrojenja, zemljišta ili otvaranje novih poslovnih pogona što doprinosi poslovanju poduzeća, ali pritom i gospodarstvu cijele Republike Hrvatske.

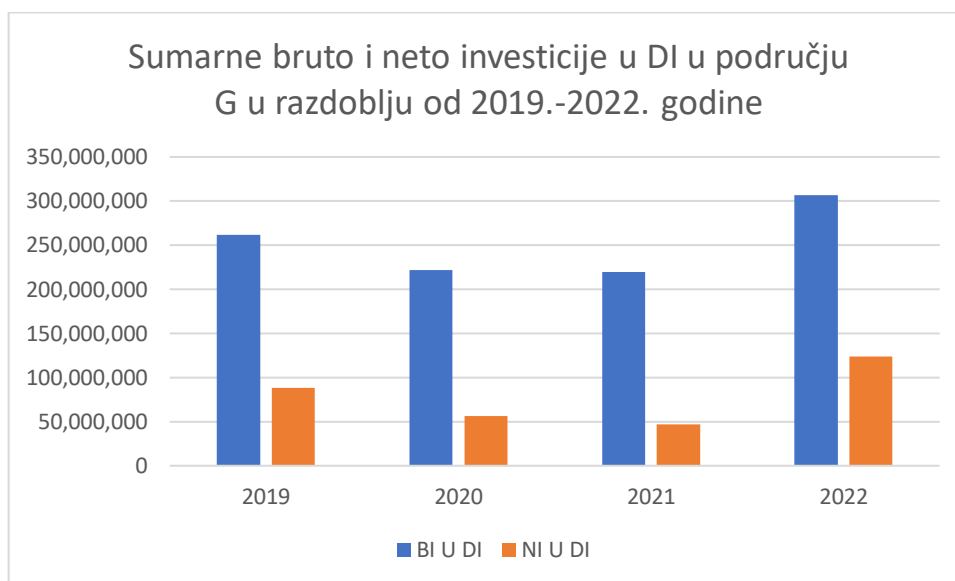
Za razliku od kretanja investicija promatrane skupine, na grafikonu 22 je vidljivo kretanje bruto i neto investicija u području G. Može se utvrditi pozitivan trend, odnosno pozitivne vrijednosti investicija kroz promatrano razdoblje. Uložena sredstva u dugotrajnu imovinu prvo blago padaju, a nakon toga rastu 2022. godine. S obzirom na sve što je spomenuto, može se zaključiti da područje G, ulažući visoka sredstva u investicije, više doprinosi gospodarstvu u odnosu na skupinu Trgovine motornim vozilima.

Graf 21. Sumarne bruto i neto investicije u skupini G45.1



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Graf 22. Sumarne bruto i neto investicije u području G



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.4. Kapitalna i radna intenzivnost u odabranoj djelatnosti

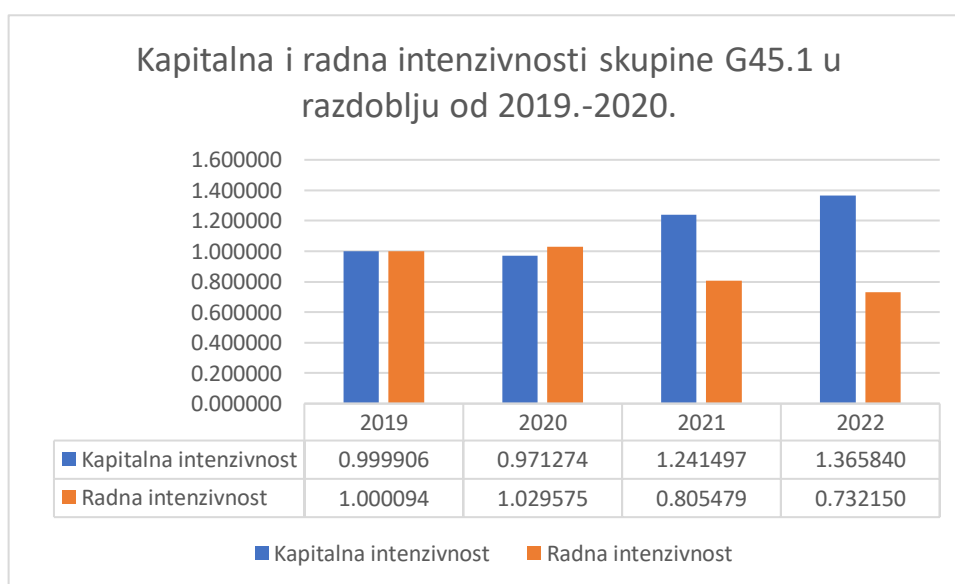
U kontekstu kapitalne i radne intenzivnosti analiziraju se vrste proizvodnih metoda koje se koriste u proizvodnji roba i usluga, a hoće li pojedina industrija biti kapitalno ili radno intenzivna ovisi o udjelu rada i kapitala u proizvodnom procesu. Svaka od ovih proizvodnih metoda ima svoje prednosti i mane. Dok kapitalno intenzivna proizvodnja zahtijeva veća kapitalna ulaganja kao što su strojevi i oprema, radno intenzivna proizvodnja zahtijeva više radne snage, a uz to i ulaganje u obrazovanje zaposlenika.

Na grafikonu broj 23 prikazana je radna i kapitalna intenzivnost skupine G45.1 u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Koeficijent kapitalne intenzivnosti prikazuje udio dugotrajne imovine skupine G45.1 u dugotrajnoj imovini cijelog gospodarstva u odnosu na udio broja zaposlenih skupine u ukupnoj zaposlenosti. S druge strane, koeficijent radne intenzivnosti je obrnuto proporcionalan koeficijentu kapitalne intenzivnosti. Na temelju podataka iz grafikona, može se utvrditi da je u prvim dvjema godinama koeficijent radne intenzivnosti iznad 1, dok je u posljednje dvije godine znatno ispod vrijednosti 1. Drugim riječima, iako je vrijednost radne intenzivnosti skupine u 2019. i 2020. godini malo iznad vrijednosti 1, u posljednje dvije godine njena vrijednost znatno opada, što znači da je radna intenzivnost skupine u 2021. i 2022. godini ispod prosjeka gospodarstva. Dakle, promatrajući

posljednje dvije godine može se zaključiti da je skupina G45.1 kapitalno intenzivna industrija obzirom da su koeficijenti kapitalne intenzivnosti veći od prosjeka gospodarstva dok su koeficijenti radne intenzivnosti manji od prosjeka gospodarstva.

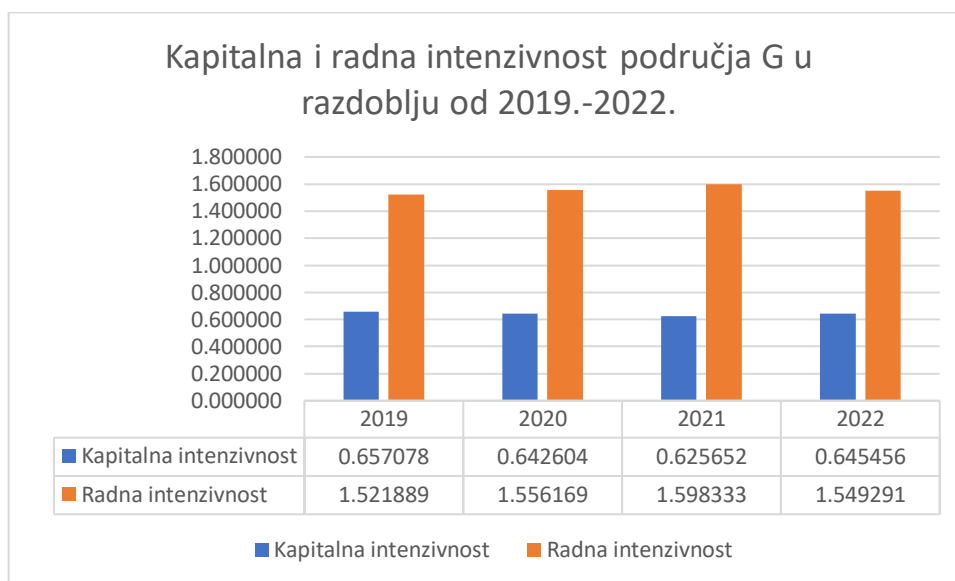
U nastavku je grafikon broj 24 koji prikazuje kapitalnu i radnu intenzivnost područja G u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Za razliku od prethodnog grafikona, ovdje se može ustanoviti da u svim promatranim godinama prevladava udio koeficijenata radne intenzivnosti. To znači da je područje G radno intenzivna industrija obzirom da su koeficijenti radne intenzivnosti iznad prosjeka gospodarstva, dok su koeficijenti kapitalne intenzivnosti ispod prosjeka gospodarstva. Usporedbom kapitalne i radne intenzivnosti skupine u odnosu na kapitalnu i radnu intenzivnost područja, može se zaključiti da je industrija Trgovine motornim vozilima kapitalno intenzivna industrija dok je područje Trgovine na veliko i malo; popravak motornih vozila i motocikala radno intenzivno. S obzirom da su ulazne barijere manje u industrijama koja su radno intenzivne, jer ne zahtijevaju velike količine kapitala, može se konstatirati da nova poduzeća lakše ulaze na tržište Trgovine na veliko i malo, te popravak motornih vozila i motocikala u odnosu na analizirajuću industriju Trgovine motornim vozilima.

Graf 23. Kapitalna i radna intenzivnosti skupine G45.1



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Graf 24. Kapitalna i radna intenzivnost područja G



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.5. Produktivnost u odabranoj djelatnosti

U kontekstu produktivnosti, u nastavku će se analizirati produktivnost rada, kapitala i materijalnih inputa. Važno je istaknuti da se istraživanje provodi u razdoblju od 2019. do 2022. godine, a analizirat će se produktivnost skupine G45.1, područja G i Republike Hrvatske i to u kategoriji malih poduzeća. Podaci su preuzeti 08.03.2024. godine sa službene baze podataka Financijske agencije, a u svrhu analize koristili su se sumarni podaci.

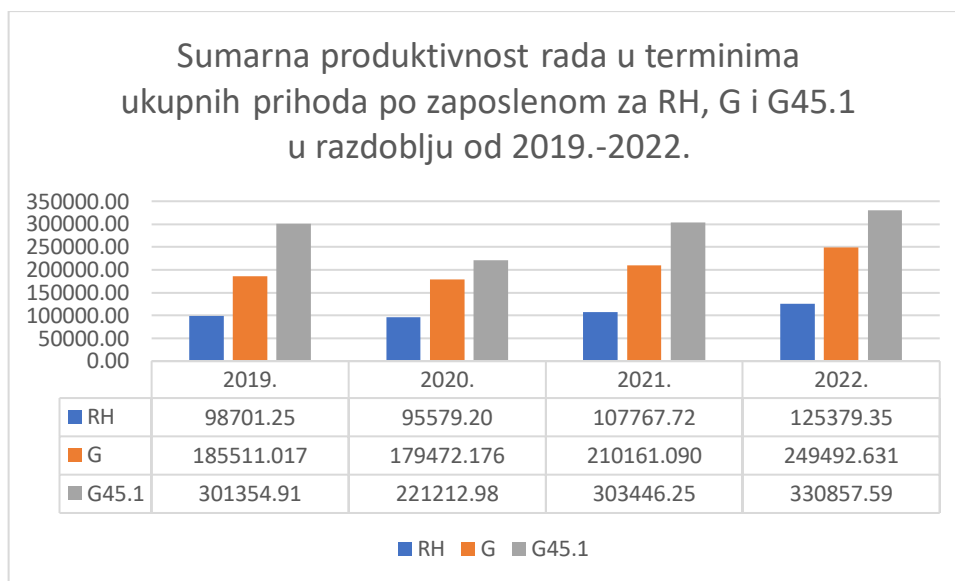
U ekonomskoj teoriji produktivnost se može definirati kao omjer između proizvodnog učinka i proizvodnog faktora korištenog u proizvodnji. Najčešće se mjeri produktivnost rada kao omjer proizvodnog učinka i ukupno utrošenog rada. Općenito govoreći produktivnost je veća ako veća količina upotrijebljenih inputa daje veću količinu proizvoda. (Hrvatska enciklopedija, bez dat.)

4.5.1. Produktivnost rada

Na grafikonu broj 25 prikazani su koeficijenti produktivnosti rada u terminima ukupnih prihoda po zaposlenom za Republiku Hrvatsku, djelatnost G i G45.1 u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Vidljivo je da proizvodnost rada skupine G45.1 opada 2020., a nakon toga raste sve do 2022. godine. Osim toga, može se ustanoviti da je produktivnost skupine veća u odnosu

na profitabilnost područja G, ali i cijele Republike Hrvatske. Razlog tome je što skupina G45.1 stvara više prihoda u odnosu na broj zaposlenih, što je i razumno s obzirom na to da je djelatnost Trgovine motornim vozilima kapitalno intenzivna industrija i koristi više kapitala u ostvarivanju proizvodnih učinaka, a manje radne snage. Također, može se utvrditi da je područje G produktivnije u odnosu na gospodarstvo Republike Hrvatske obzirom da uz manje uloženog rada postiže više ukupnih prihoda.

Graf 25. Sumarna produktivnost rada u terminima ukupnih prihoda po zaposlenom

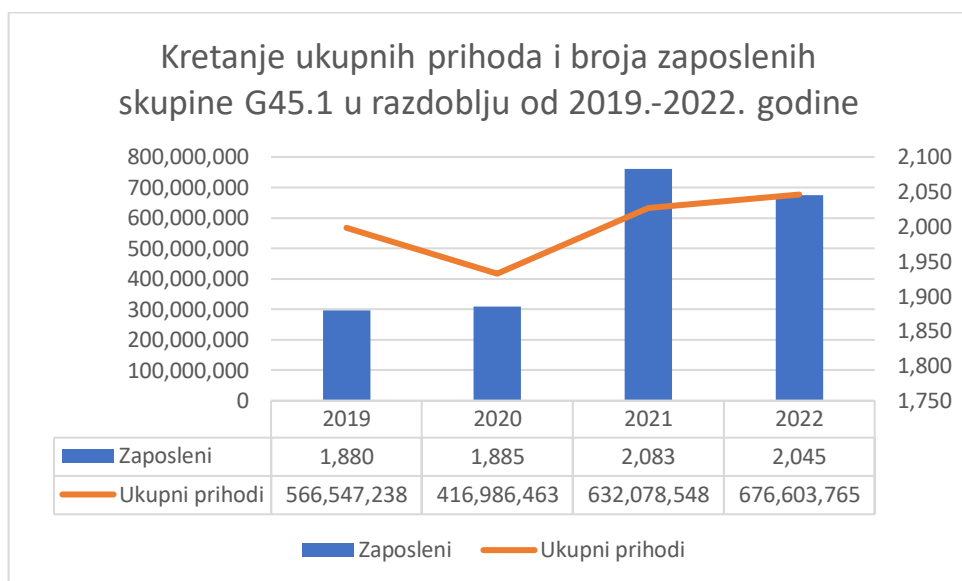


Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Nadalje, na grafikonu broj 26 vidljivo je kretanje ukupnih prihoda i broja zaposlenih skupine G45.1 u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Može se ustanoviti nestabilan tijek u kretanju prihoda i broja zaposlenih. Što se tiče broja zaposlenih, oni rastu sve do 2021. godine dok se posljednje promatrane godine uočava blagi pad broja zaposlenih. S druge strane, ukupni prihodi blago opadaju 2020. godine nakon čega se može vidjeti rast prihoda sve do 2022. godine. Razlog tome što su prihodi najmanji 2020. godine može se pretpostaviti da je uzrok pandemija korona krize na čitavo gospodarstvo.

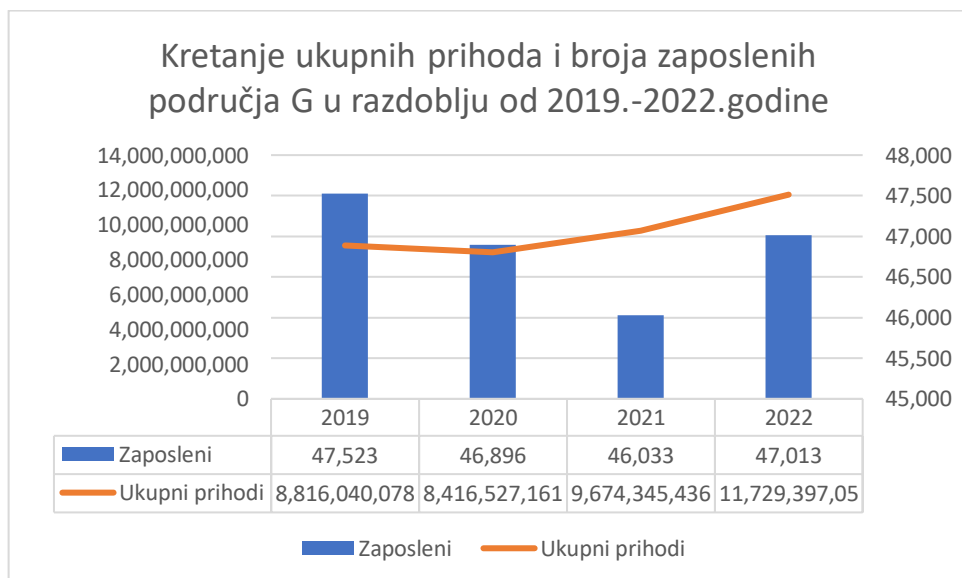
Na grafikonu broj 27 prikazano je kretanje ukupnih prihoda i broja zaposlenih područja G u razdoblju od 2019. do 2022. godine. U 2020 godini vidljiv je blagi pad prihoda i broja zaposlenih koji nakon toga rastu sve do 2022. godine. Razlog takvom trendu rasta očituje se i u rastu koeficijenta produktivnosti rada kroz promatrano razdoblje.

Graf 26. Kretanje ukupnih prihoda i broja zaposlenih skupine G45.1



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Graf 27. Kretanje ukupnih prihoda i broja zaposlenih područja G



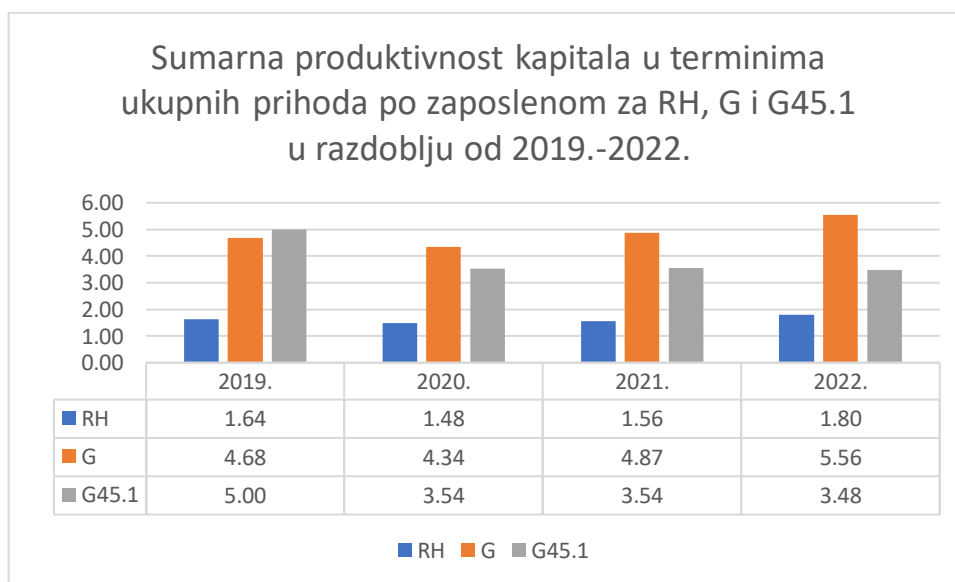
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.5.2. Produktivnost kapitala

Na grafikonu 28 može se primijetiti da je produktivnost kapitala u posljednje tri godine manja u djelatnosti Trgovine motornim vozilima u odnosu na područje G, što je i za očekivati s obzirom na to da je područje G radno intenzivna industrija i koristi više radne snage, a manje kapitala kako bi ostvarila ukupne prihode. Važno je istaknuti da se javlja negativan trend, odnosno pad koeficijenta produktivnosti kapitala u djelatnosti G45.1 kroz promatrano razdoblje. Može se zaključiti da je to pozitivno u aspektu ulaznih barijera zbog toga što je mnogo lakše ući na tržište Trgovine motornih vozila u 2022. godini nego 2019.

Promatrajući kretanje koeficijenta u djelatnosti G, može se ustanoviti da je produktivnost kapitala veća u odnosu na skupinu G45.1, odnosno da poduzeća unutar područja G ostvaruju više prihoda u odnosu na uloženu dugotrajnu imovinu. Naravno, razlog tome je što područje G koristi manje kapitala, a više radne snage u ostvarivanju proizvodnih učinaka. Što se tiče gospodarstva Republike Hrvatske, i u ovom slučaju se može vidjeti utjecaj korona krize zbog koje je koeficijent produktivnosti kapitala najmanji 2020. godine. Međutim, pozitivno je to što se javlja oporavak, odnosno rast produktivnosti kapitala sve do 2022. godine.

Graf 28. Sumarna produktivnost kapitala u terminima ukupnih prihoda po zaposlenom



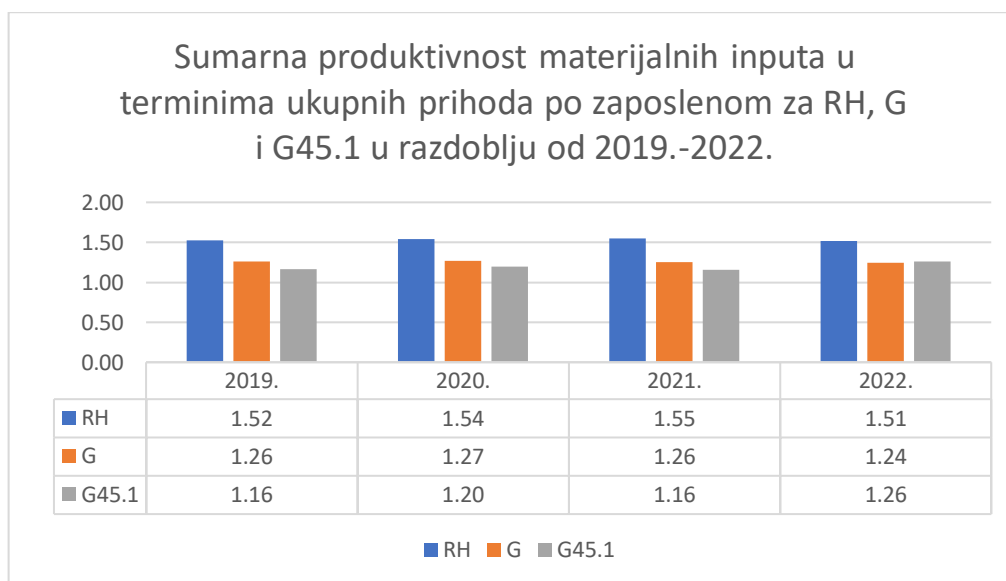
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

4.5.3. Produktivnost materijalnih inputa

U kontekstu materijalnih inputa, može se primijetiti da je produktivnost podjednaka u području G i skupini G45.1 budući da se i u jednom, a i u drugom slučaju radi o trgovini koja ima podjednake materijalne troškove. Iako je koeficijent materijalnih inputa veći kod područja G u prve tri godine, u 2022. godini dolazi do promijene pa se produktivnost Trgovine motornih vozila povećala i iznosi 1,26. Razlog tome je što je u posljednjoj promatranoj godini došlo do smanjenja materijalnih troškova za 1,45%, dok je s druge strane došlo do povećanja ukupnih prihoda za 7,04% ukazujući na pozitivan trend rasta produktivnosti.

Bitna razlika se može iščitati u kretanje koeficijenata Republike Hrvatske u odnosu na kretanje koeficijenata područja G i G45.1. Može se primijetiti da je u svim promatranim godinama produktivnost materijalnih inputa veća u gospodarstvu RH u odnosu na promatrane djelatnosti trgovina. Dakle, može se pretpostaviti da trgovačke djelatnosti imaju veći teret materijalnih troškova u odnosu na cijelo gospodarstvo RH, a to se ponajviše odnosi na troškove razdoblja i troškove zaliha.

Graf 29. Sumarna produktivnost materijalnih inputa u terminima ukupnih prihoda po zaposlenom



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

5. Rezultati analize pokazatelja tržišne strukture

5.1. Poslovna demografija

U ovom poglavlju analizirani su pokazatelji poslovne demografije promatrane djelatnosti i njena usporedba sa čitavim područjem. Podaci su preuzeti iz baze Financijske agencije na internetskom servisu info.BIZ, a broj poduzetnika se odnosi na broj subjekata koji su predali godišnje financijske izvještaje. Budući da se unutar spomenute baze podataka podaci nerijetko ažuriraju, važno je istaknuti da su ispod navedeni podaci, s ciljem analize pokazatelja tržišne strukture, preuzeti 17.04.2024. godine. Nastavljajući se na prethodno, prikazana je analiza stanja i kretanja broja poduzeća prema veličini poduzeća u skupini, neto ulazne i izlazne stope, rođenja, smrti i stope preživljavanja poduzeća. Cilj je ustanoviti koja poduzeća dominiraju u promatranoj djelatnosti te dolazi li do rasta ili pada broja poduzeća kroz promatrano razdoblje.

5.1.1. Stanje i kretanje broja poduzeća

Prema članku 5. Zakona o računovodstvu, poduzeća se razvrstavaju na mikro, mala, srednja i velika ovisno o uvjetima utvrđenima zakonom. Uvjeti po kojima se određuje veličina poduzeća su ukupna imovina, ukupni prihodi i prosječan broj radnika. Mikro poduzetnici su oni čija imovina ne prelazi 350.000 eura, prihodi ne prelaze 700.000 eura, a prosječan broj radnika je 10. Mali poduzetnici su oni čija imovina ne prelazi 4.000.000 eura, prihodi ne prelaze 8.000.000 eura, a prosječni broj radnika je 50. Srednji poduzetnici su oni čija imovina ne prelazi 20.000.000 eura, prihodi ne prelaze 40.000.000 eura, a prosječni broj radnika je 250. U slučaju da neko poduzeće prelazi dva od tri spomenuta uvjeta svrstava se u višu kategoriju. Prema tome, srednji poduzetnici koji prelaze dva od tri uvjeta upast će u kategoriju velikih poduzetnika. (Zakon o računovodstvu, NN 78/15, 114/22)

U tablici broj 1 vidljiv je broj poduzeća s obzirom na veličinu poduzeća u razdoblju od 2019. do 2022. godine. Na temelju dostupnih podataka može se uočiti trend rasta broja poduzeća u promatranoj skupini. Zanimljivo je istaknuti da u kategoriji malih poduzetnika broj poduzeća u 2020. godini blago raste, iduće godine pada, a u 2022. godini bilježi najveći rast kada broj poduzeća iznosi 193. Također, moguće je uočiti negativan trend u kategoriji velikih poduzeća gdje se broj poduzetnika smanjuje od 2020. pa sve do 2022. godine. Vidljivo je da dominiraju mikro poduzeća koja čine čak oko 83,12% ukupnog broja poduzeća u djelatnosti Trgovine motornim vozilima. Međutim, bez obzira na spomenutu dominaciju, mikro poduzeća ostvaruju samo 9% ukupnih prihoda unutar promatrane skupine. Sagledavajući kretanje ukupnih prihoda po pojedinim kategorijama veličine poduzeća unutar skupine G45.1, što je

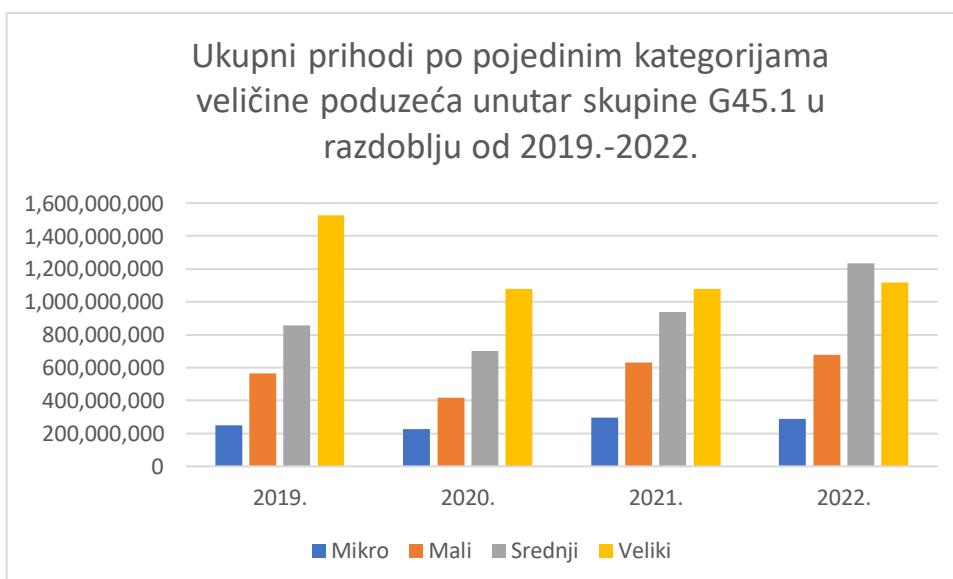
moguće vidjeti na grafikonu 30, može se ustanoviti da prihodi malih poduzeća bilježe pad 2020. godine zbog mogućeg utjecaja korona krize, a nakon 2020. prihodi rastu sve do 2022. godine uslijed oporavka gospodarstva. Zanimljivo je istaknuti da sve ostale kategorije bilježe isti trend kretanja prihoda. Premda, uspoređujući kretanje prihoda velikih i srednjih poduzetnika koji ostvaruju čak 72% ukupnih prihoda skupine G45.1, može se ustanoviti da je rast prihoda veći u kategoriji srednjih poduzeća u odnosu na kategoriju velikih poduzeća. Može se pretpostaviti da je jedan od razloga pad broja velikih poduzeća u 2021. i 2022. godini. U posljednjoj promatranoj godini, poduzeća koja spadaju u kategoriju srednjih poduzetnika ostvaruju veće prihode u odnosu na velika poduzeća i to u iznosu od 1.235.969.814 eura.

Tablica 1. Broj poduzeća s obzirom na veličinu poduzeća

	2019.	2020.	2021.	2022.
mikro G45.1	1017	1031	1065	1044
mala G45.1	162	172	160	193
srednja G45.1	26	32	33	33
velika G45.1	9	11	7	6
ukupno G45.1	1.214	1.246	1.265	1.276
ukupno G	28.912	28.855	28.875	28.792
ukupno RH	140.306	143.426	147.936	153.914

Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.), preuzeto 17.04.2024.

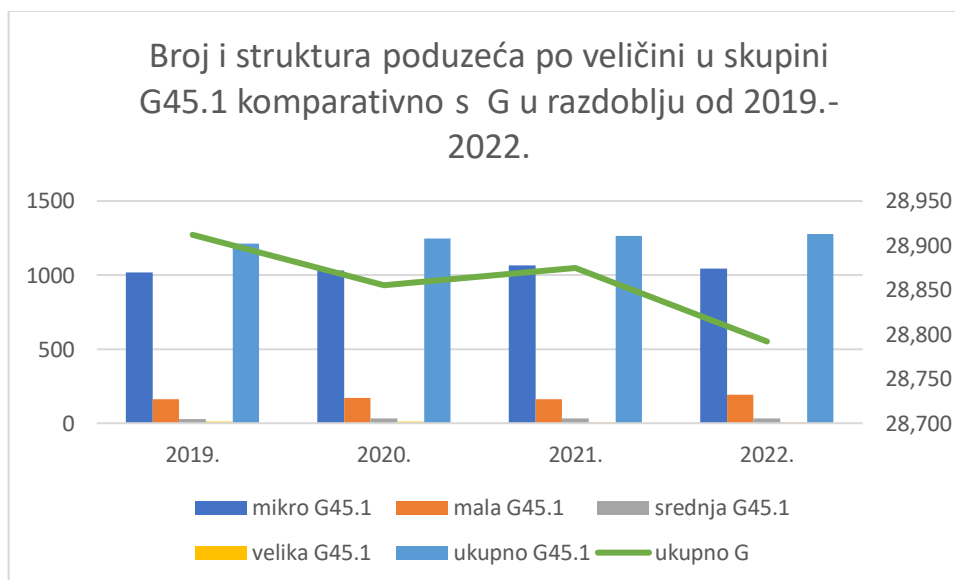
Graf 30. Ukupni prihodi po pojedinim kategorijama veličine poduzeća unutar skupine G45.1



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

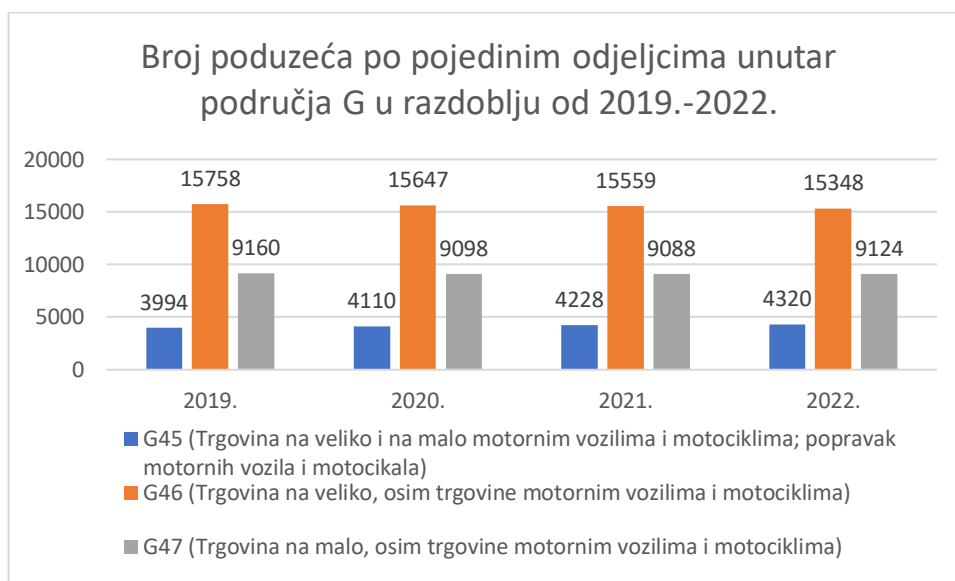
Za razliku od pozitivnog trenda skupine G45.1, na grafikonu 31 je vidljivo kako broj poduzeća u području G ima uglavnom padajući trend. U odnosu na prvu analiziranu godinu, broj poduzeća u posljednjoj godini pada za 120 poduzeća. Nadalje, na grafikonu 32 se jasno može vidjeti koje to djelatnosti utječu na negativan trend promatranog područja. Kao što je i za očekivati sukladno kretanju broja poduzeća u djelatnosti Trgovine motornim vozilima, povezana skupina ima također pozitivan trend, odnosno rast poduzeća kroz analizirane godine. U maloprodaji koja ne uključuje trgovinu motornim vozilima i motociklima može se uočiti trend pada broja poduzeća sve do 2021. godine, a nakon toga i oporavak 2022. godine. Osim toga, može se uočiti i negativan trend u padu broja poduzeća veleprodaje koja ne uključuje trgovinu motornim vozilima i motociklima. Budući da djelatnost veleprodaje ima najveći pad, ali i najveći udio u ukupnom broju poduzeća područja G, može se zaključiti da ima i značajan utjecaj na pad broja poduzeća u promatranom području.

Graf 31. Broj i struktura poduzeća po veličini u skupini G45.1 komparativno s G



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Graf 32. Broj poduzeća po pojedinim odjeljcima unutar područja G



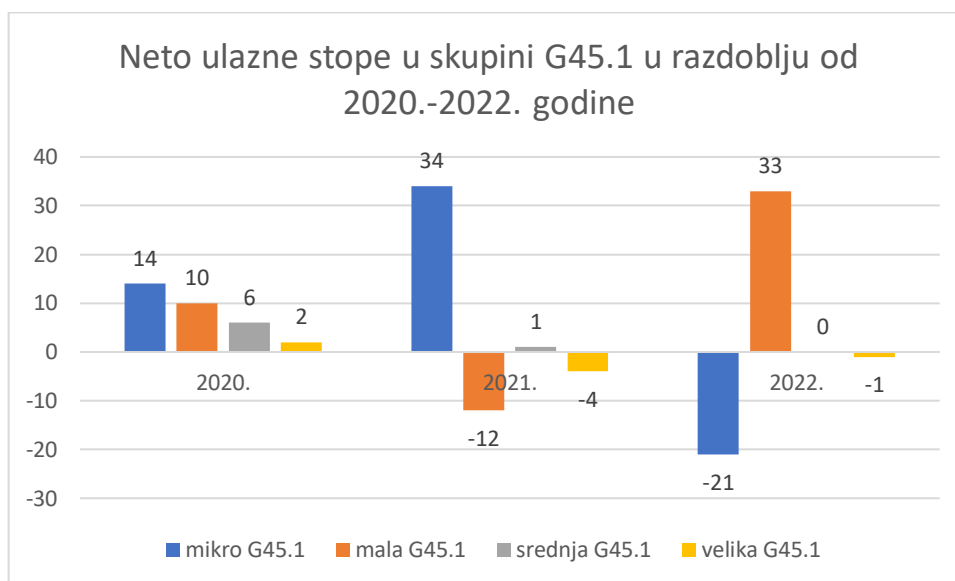
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

5.1.2. Neto ulazne i izlazne stope

Analizirajući neto ulazne i izlazne stope, može se vidjeti da postoji više ulaza, a manje izlaza poduzeća, što je i za očekivati budući da broj poduzeća u djelatnosti Trgovine motornim vozilima raste kroz promatrano razdoblje, sukladno analizi kretanja broja poduzeća. Potrebno je istaknuti da su neto ulazne i izlazne stope izračunate za 2020., 2021. i 2022. godinu zato što za izračun 2019. godine, za koju je bilo potrebno uzeti podatke o broju poduzeća prethodne godine, nisu bili dostupni podaci u bazi podataka Financijske agencije.

Na temelju podataka u grafikonu 33 može se vidjeti da najveći ulaz ostvaruju mikro poduzeća 2021. godine kada broj neto ulaza iznosi 34, dok najveći neto izlaz ostvaruju također mikro poduzeća i to 2022. godine kada neto izlaz iznosi 21. To je i logično za očekivati s obzirom na to da mikro poduzeća dominiraju po broju poduzeća u odabranoj djelatnosti. Kao što se može vidjeti i u prethodnoj analizi, velika poduzeća ostvaruju pad broja poduzeća 2021. i 2022. godine što posljedično utječe i na kretanje prihoda. Također, zanimljivo je istaknuti da 2020. godine sve kategorije poduzeća ostvaruju pozitivan trend neto ulaznih stopa što možda i ne bismo očekivali zbog utjecaja korona krize.

Graf 33. Neto ulazne stope u skupini G45.1



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

5.1.3. Rođenja, smrti i stope preživljavanja poduzeća prema podacima DZS-a

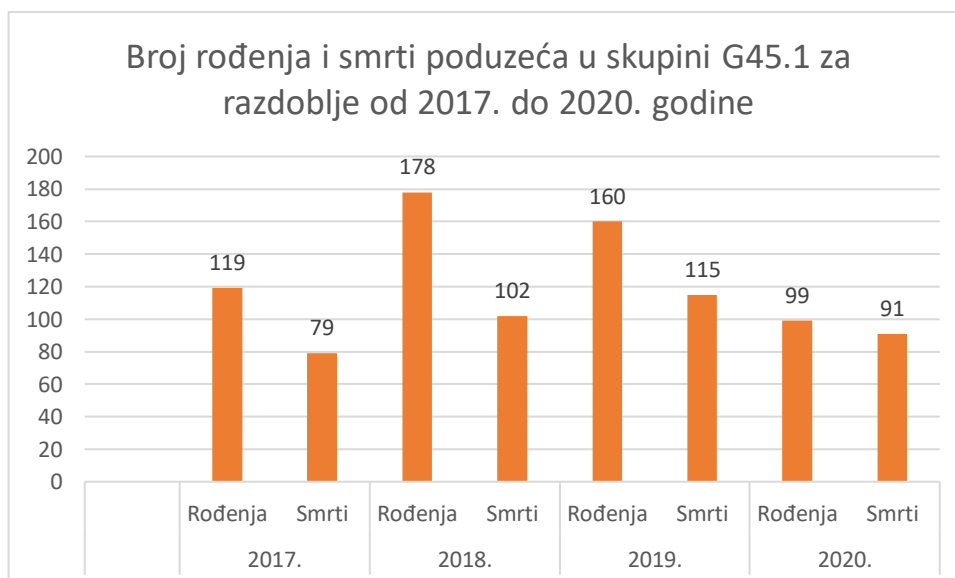
U pogledu analize smrti i rođenja poduzeća, prikazano je koliko je poduzeća novonastalo, a koliko je prestalo svoje poslovanje u skupini G45.1 i područja G promatranog razdoblja. Podaci su preuzeti iz PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku u kategoriji Strukturne poslovne statistike- Poslovna demografija. Važno je istaknuti da su uzeti podaci od 2017. do 2020. godine iz razloga što su to posljednje dostupni podaci u spomenutoj bazi podataka.

Na grafikonu 34 su prikazani brojevi rođenja i smrti poduzeća skupine G45.1 u razdoblju od 2017. do 2020. godine. Vidljivo je da postoji veći broj rođenih u odnosu na broj smrti, što sugerira da postoji veća zainteresiranost poduzetnika da uđu u djelatnost Trgovine motornih vozila. Bez obzira što je prethodno ustanovljeno da se radi o kapitalno intenzivnoj industriji, može se zaključiti da potreba za višim kapitalnim ulaganjima nema toliki utjecaj na ulazak novih poduzeća na tržište. Najveći broj novonastalih poduzeća je bio 2018. godine kada je rođeno čak 178 poduzeća, dok je najveći broj smrti bio 2019. godine kada je 115 poduzeća prestalo sa svojim poslovanjem.

Uspoređujući brojke rođenih i umrlih skupine G45.1 sa područjem G, može se vidjeti u potpunosti drugačija situacija. Na grafikonu 35 prikazane su brojke rođenja i smrti poduzeća u području G u razdoblju od 2017. do 2020. godine koje ukazuju da postoji veći broj umrlih u odnosu na broj rođenih poduzeća. To ukazuje da postoji veći broj poduzeća koja ne uspijevaju efikasno poslovati pa su primorani ugasiti svoje poslovanje. Najveći broj smrti poduzeća je bio 2019. godine kada je 3453 poduzeća prestalo poslovati, dok je najveći broj rođenih poduzeća bio iste godine kada je 3171 poduzeća pokrenulo svoje poslovanje.

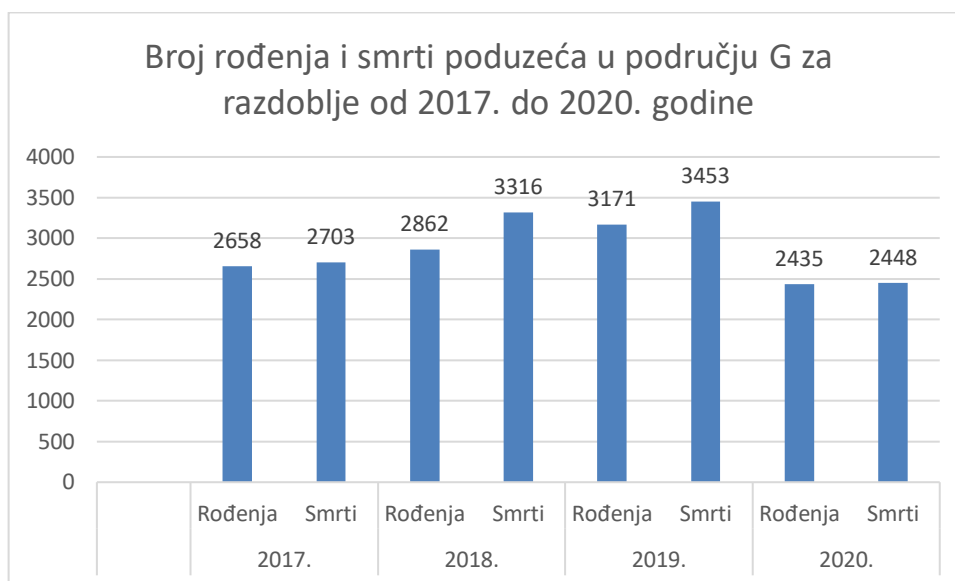
S obzirom na sve što je spomenuto, razumno je očekivati da će stope preživljavanja poduzeća biti veće u djelatnosti Trgovine motornim vozilima u odnosu na cijelo područje. Na grafikonu 36 su prikazane stope preživljavanja poduzeća od prve do pete godine skupine G45.1 i područja G u razdoblju od 2013. do 2016. godine. Kao i kod prethodne analize, podaci su uzeti iz baze Državnog zavoda za statistiku, a odabrane su spomenute godine iz razloga što u tim godinama u bazi postoje posljednji kompletni podaci. Na temelju dostupnih podataka, može se zaključiti da je otprilike 35% poduzeća u skupini G45.1 prestalo poslovati nakon 5. godine, dok u području G čak 45% poduzeća prestaje poslovati nakon 5. godine. S obzirom da su stope preživljavanja poduzeća nešto više u djelatnosti Trgovine motornim vozilima u odnosu na čitavo područje, može se ustanoviti da veći postotak poduzeća uspije opstati u ovoj industriji u odnosu na čitavo područje djelatnosti.

Graf 34. Broj rođenja i smrti poduzeća u skupini G45.1



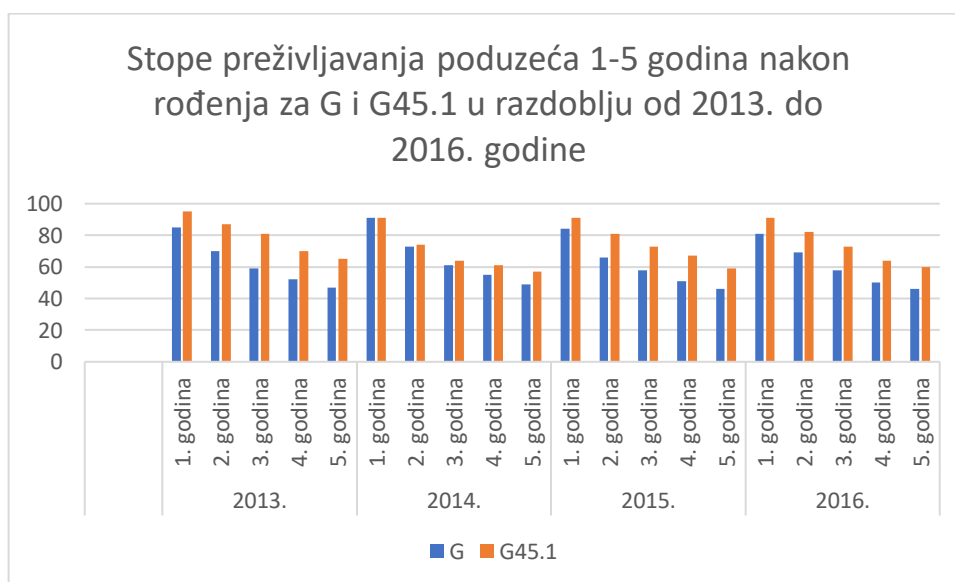
Izvor: Izrada autorice prema podacima iz PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku (Strukturne poslovne statistike), preuzeto 17.04.2024. s: https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_type=PX&px_db=Strukturne+poslovne+statistike&px_language=hr

Graf 35. Broj rođenja i smrti poduzeća u području G



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku (Strukturne poslovne statistike), preuzeto 17.04.2024. s: https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_type=PX&px_db=Strukturne+poslovne+statistike&px_language=hr

Graf 36. Stope preživljavanja poduzeća za G i G45.1



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz PC-Axis baze podataka Državnog zavoda za statistiku (Strukturne poslovne statistike), preuzeto 17.04.2024. s: https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_type=PX&px_db=Strukturne+poslovne+statistike&px_language=hr

5.2. Tržišna koncentracija skupine G45.1 u kategoriji malih poduzeća

Analizirajući tržišnu koncentraciju u kategoriji malih poduzeća skupine G45.1 izračunati su koeficijenti koncentracije, Herfindahl-Hirshmanov indeks, Ginijev koeficijent i Lorenzova krivulja.

5.2.1. Koeficijenti koncentracije

Koeficijent koncentracije prikazuje postotni udio n najkрупnijih poduzeća u promatranoj djelatnosti. Kod savršenog monopola iznosi 100%, a kod savršene konkurencije je manji što je broj poduzeća veći. Budući da je analiza provedena samo na kategoriji malih poduzeća može se pretpostaviti da će i pokazatelji biti nešto drugačiji. U promatranom razdoblju koeficijenti koncentracije četiri najkрупnija poduzeća u kategoriji malih poduzeća se kreću između 12 i 17%, a koeficijenti koncentracije osam najkрупnijih poduzeća se kreću između 20 i 27%. Također, važno je istaknuti da koeficijenti imaju uglavnom pozitivan trend, odnosno pad koeficijenta kroz promatrano razdoblje što sugerira da tržište postaje manje koncentrirano. Iako u 2022. godini imamo blagi rast koeficijenata i kako bi se vidjelo je li to zabrinjavajuće ili ne, bilo bi poželjno napraviti analizu i nakon 2022. godine.

Iako se poredak lagano mijenja, prvih pet poduzeća koja imaju najveći tržišni udio su PORSCHE ZAGREB d.o.o., P.S.C. PRIMORJE d.o.o., ZOOM 2016 d.o.o., AUTO KUĆA GAŠPEROV d.o.o. i P.S.C. OSIJEK d.o.o. Važno je napomenuti da PORSCHE ZAGREB ima najveći tržišni udio u posljednjoj promatranoj godini koji iznosi 5,20 %.

U pogledu koeficijenta koncentracije, prema Kostiću i suradnicima Trgovina motornim vozilima u kategoriji malih poduzeća spada u nekoncentrirano tržište (Kostić i sur., 2016). Drugim riječima, radi se o djelatnosti u kojoj postoji velik broj manjih poduzeća s približno istim, odnosno manjim udjelom prodaje. Budući da koncentriranost tržišta ukazuje na značajnu barijeru ulaska u pojedinu djelatnost, može se zaključiti da je prema koeficijentu koncentracije poduzeća imaju relativno lak ulazak na promatrano tržište.

5.2.2. Herfindahl- Hirschmanov indeks

Za razliku od koeficijenata koncentracije, Herfindahl-Hirshmanov indeks daje preciznije rezultate budući da u izračun uključuje sva poduzeća unutar jedne industrije. Na grafikonu broj 37 se može uočiti da se Herfindahl-Hirshmanov indeks kreće između 121 i 161. Uzimajući u obzir HHI indeks, prema Kostiću i suradnicima radi se o nekoncentriranom ili nisko

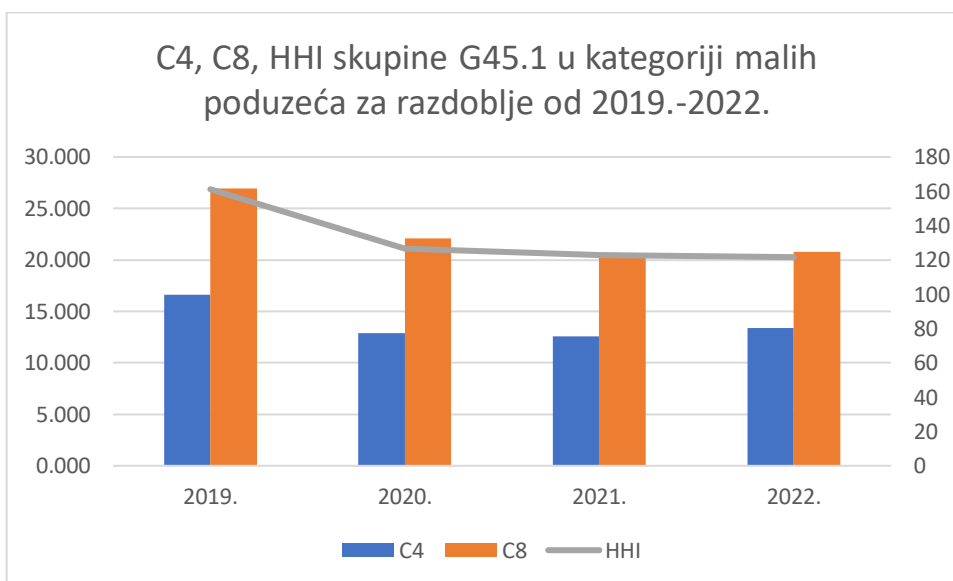
koncentriranom tržištu. Kao i u prethodnom slučaju, javlja se pozitivan trend, odnosno smanjenje indeksa kroz promatrano razdoblje što sugerira na smanjenje tržišne koncentracije. Dakle može se zaključiti da u Trgovini motornih vozila kategorije malih poduzeća postoji niska koncentracija i relativno niža ulazna barijera.

Tablica 2. C4, C8 i HHI

	2019.	2020.	2021.	2022.
C4	16,622	12,865	12,601	13,362
C8	26,944	22,091	20,511	20,810
HHI	161,1966	126,6563	122,7923	121,6184

Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Graf 37. C4, C8 i HHI skupine G45.1



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

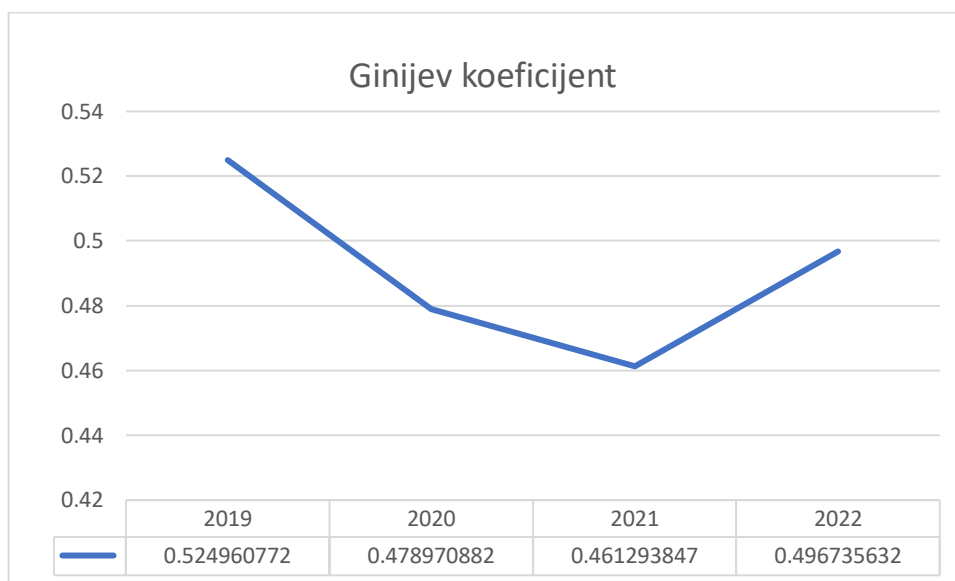
5.2.3. Ginijev koeficijent i Lorenzova krivulja

Ginijev koeficijent koncentracije spada u relativne mjere koncentracije ili mjere nejednakosti statističkog niza. Njihova vrijednost može biti bilo koji realan broj između 0 i 1. Što je ta vrijednost bliža nuli, vrijednosti niza su ravnomjernije raspoređene. Obrnuto, što je ta vrijednost bliža jedinici, vrijednosti niza su neravnomjernije raspoređene. (Kovačić, Opačić, Marohnić, 2012)

Na grafikonu 38 je vidljivo kretanje vrijednosti Ginijevog koeficijenta kroz promatrano razdoblje. Od 2019. do 2021. godine javlja se pad koeficijenta, dok 2022. godine Ginijev koeficijent pokazuje trend rasta. S obzirom na spomenuto, može se zaključiti da je industrija imala najveću nejednakost u prihodima u prvoj godini kada iznosi 0,52, a najmanju nejednakost u prihodima je imala 2021. godine kada iznosi 0,46. Budući da je Ginijev koeficijent negdje otprilike na polovici segmenta između 0 i 1, može se zaključiti da prema ovom pokazatelju postoji umjereno do niža nejednakost u raspodjeli prihoda.

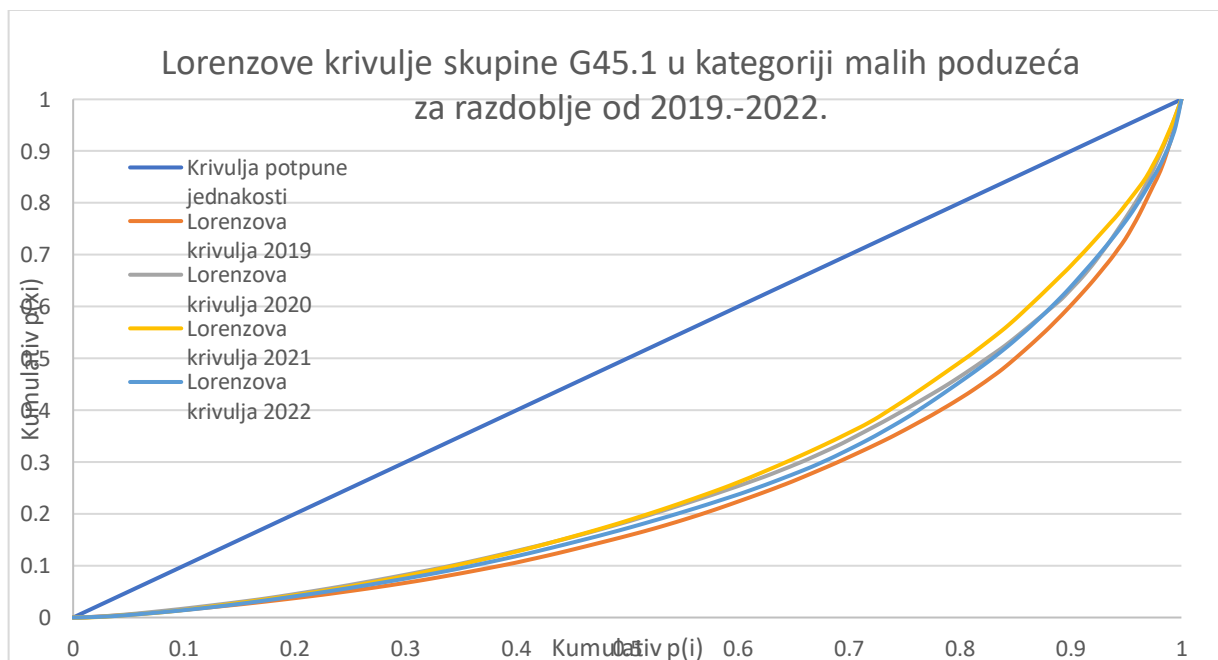
Slijedom navedenog, Lorenzova krivulja je grafička metoda na principu kumulativnog niza kojom se uspoređuju dvije distribucije izražene u postocima. Važno je istaknuti da metoda omogućava vizualni efekt koncentracije promatrane pojave u odnosu na neku veličinu koja je uzeta za bazu. Osim toga, potrebno je istaknuti da su Ginijev koeficijent i Lorenzova krivulja povezani budući da je dvostruka površina koju zatvaraju Lorenzova krivulja i krivulja jednake raspodjele jednaka veličini Ginijevog koeficijenta. (Pavlaković-Koči, 1974) Na grafikonu 39 su prikazane Lorenzove krivulje svih promatranih godina i krivulja potpune jednakosti. Što su Lorenzove krivulje udaljenije od krivulje potpune jednakosti to je koncentracija u promatranoj industriji veća. Može se uočiti da se najveća koncentracija, odnosno nejednakost u ostvarenim prihodima javlja 2019. godine, a najmanja 2021. godine. Kada bi svako poduzeće imalo jednak udio prihoda linija takve distribucije bila bi pravac. Budući da Lorenzove krivulje nisu toliko značajno udaljene od krivulje potpune jednakosti, može se zaključiti da postoji određena nejednakost u ostvarenim prihodima, ali je ona nešto niža. Shodno tome, postoji nešto niža koncentracija na tržištu Trgovine motornim vozilima.

Graf 38. Ginijev koeficijent



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Graf 39. Lorenzove krivulje skupine G45.1



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

5.3. Minimalna efikasna veličina skupine G45.1

Minimalna efikasna veličina se odnosi na minimalnu veličinu koju poduzeće mora ostvariti da bi opstalo na tržištu i poslovalo efikasno, a promatra se kroz mjeru ekonomije obujma ili nepovratnog troška. Ekonomija opsega je važna determinatna preživljavanja koja je vezana uz karakteristike industrije. Što je veća minimalna efikasna veličina koja povećava troškove za ulaznike što posluju na sub-optimalnoj razini, to je manja vjerojatnost preživljavanja novih poduzeća, a vrijedi i obrnuto. (Kovačević, Vuković, 2006)

U tablici broj 3 prikazane su medijalne i prosječne veličine ukupnih prihoda. Jedno medijalno poduzeće koje egzistira u ovoj djelatnosti i nalazi se u kategoriji malih poduzeća ostvaruje ukupne prihode između 1.537.609 i 2.324.184 eura, što predstavlja godišnje prihode koje poduzeće mora ostvariti da bi opstalo na tržištu. Može se utvrditi da 2019. godine 79 poduzeća ostvari prihode od 2.324.184 eura, a druga polovica iznad te vrijednosti. Za razliku od medijalne vrijednosti, prosječni ukupni prihodi su skoro duplo veći od medijalnih prihoda i kreću se između 2.489.520 i 4.144.215 eura. Budući da otprilike 30% poduzeća ostvaruje ukupne prihode iznad prosjeka uočava se pozitivna asimetričnost distribucije, odnosno postoji veći broj poduzeća koji je ispod prosjeka promatrane veličine, a manji broj poduzeća koji su iznad prosjeka. Zanimljivo je istaknuti da medijalne i prosječne veličine prihoda variraju kroz promatrano razdoblje i ne može se ustanoviti negativan ili pozitivan trend.

Promatrajući medijalnu veličinu broja zaposlenih, vidljivo je da polovica poduzeća ima između 7 i 9 zaposlenih osoba, a druga polovica iznad tih vrijednosti. U prosjeku se ovoj djelatnosti broj zaposlenih kreće između 10 i 12, a može se konstatirati da samo oko 38% poduzeća ima broj zaposlenih iznad prosjeka, a ostatak ispod prosjeka. Kao i u prethodnom slučaju, postoji pozitivna asimetrična distribucija. Međutim, u ovom slučaju ona je nešto niža u odnosu na veličinu ukupnih prihoda. S obzirom na sve što je spomenuto, može se zaključiti da su medijalne veličine prihoda prilično velike i to je jedan od razloga zbog čega je potencijalnim ulaznicima teže ući u djelatnost Trgovine motornim vozilima.

Tablica 3. Minimalna efikasna veličina u terminu ukupnih prihoda

UKUPNI PRIHODI	2019	2020	2021	2022
Prosjeak ukupnih prihoda	4.144.215,28	2.489.520,01	3.381.804,96	3.420.424,22
Medijan ukupnih prihoda	2.324.183,69	1.537.609,00	2.262.590,35	2.033.105,18
Broj poduzeća u G45.1	158	167	157	192
Broj poduzeća iznad prosjeka	45	53	51	60

Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

Tablica 4. Minimalna efikasna veličina u terminu broja zaposlenih

BROJ ZAPOSLENIH	2019	2020	2021	2022
Prosjeak zaposlenih	12	10	11	10
Medijan zaposlenih	9	8	9	7
Broj poduzeća u G45.1	158	167	157	192
Broj poduzeća iznad prosjeka	62	66	63	66

Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

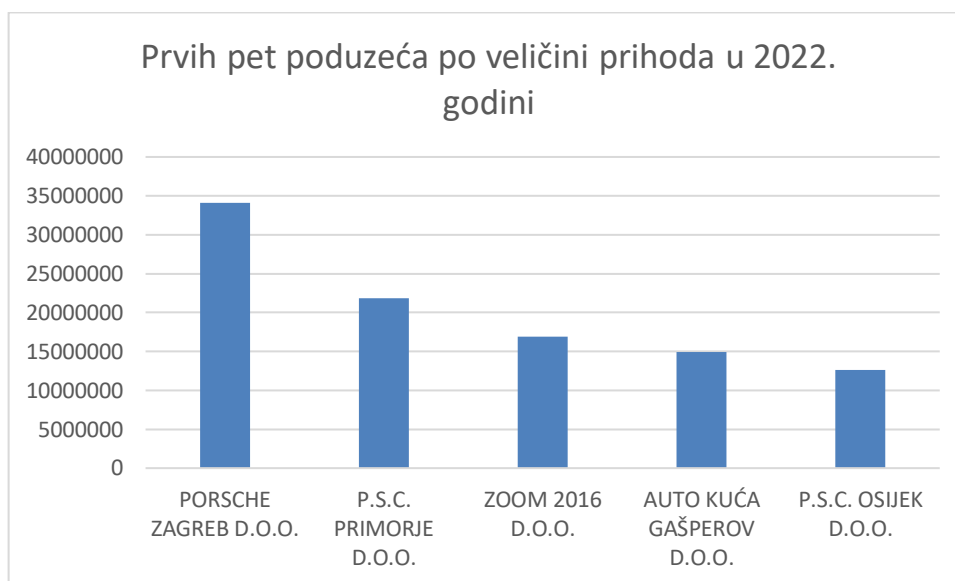
5.4. Međuovisnost poduzeća unutar odabrane djelatnosti

Grafikon 40 prikazuje prvih pet poduzeća koja zauzimaju najveći tržišni udio u kategoriji malih poduzeća unutar promatrane djelatnosti. S obzirom na to da se poredak iz godine u godinu mijenja, grafikon je izrađen samo za 2022. godinu. Poduzeće koje je ostvarilo najveći prihod je PORSCHE ZAGREB. Poduzeće je osnovano 1999. godine u Hrvatskoj prema zakonima i propisima Republike Hrvatske, a sjedište Društva se nalazi u Zagrebu. Osnovna djelatnost Društva je iznajmljivanje poslovnog prostora i držanje udjela, a ostale registrirane djelatnosti kojima se poduzeće bavi su održavanje i popravak motornih vozila, kupnja i prodaja robe, trgovačko posredovanje, zastupanje inozemnih tvrtki, usluge otpremništva, mjenjački poslovi, iznajmljivanje automobila, poslovanje nekretninama i upravljačke djelatnosti holding društva. („Registar godišnjih financijskih izvještaja - FINA“, 2020) Na drugom mjestu se nalazi poduzeće P.S.C. PRIMORJE d.o.o. Poduzeće je ovlašteni distributer Opel, Chevrolet, Fiat i Alfa Romeo vozila, rezervnih dijelova i servis. P.S.C. PRIMORJE je dio Njemačke AVAG grupacije, a sjedište mu se nalazi u Rijeci. (Web stranica P.S.C. PRIMORJE, bez dat.) Poduzeće zapošljava oko 30 zaposlenika i ostvaruje godišnje prosječne prihode u iznosu od

18.534.832 eura. Na trećem mjestu se nalazi poduzeće ZOOM 2016 d.o.o. čije se sjedište nalazi u Splitu. Primarna djelatnost Društva je uvoz i prodaja rabljenih automobila iz Njemačke, Belgije, Italije, Austrije i ostalih tržišta zapadne Europe. (Web stranica ZOOM 2016, bez dat.) Poduzeće zapošljava troje zaposlenika i ostvaruje godišnje prosječne prihode u iznosu od 12.557.138 eura. Na četvrtom mjestu se nalazi poduzeće AUTO KUĆA GAŠPEROV d.o.o. koja ima dvije poslovnice u Splitu i Šibeniku. Primarna djelatnost Društva je prodaja Renault vozila i pružanje servisnih usluga. Uz servisnu službu i prodaju rezervnih dijelova, poduzeće se bavi uslugom lakiranja i limarije vozila. (Web stranica AUTO KUĆA GAŠPEROV, bez dat.) Poduzeće ima oko 48 zaposlenih i ostvaruje prosječne godišnje prihode u iznosu od 11.512.858 eura. Naposljetku, poduzeće koje se nalazi na posljednjem mjestu je P.S.C. OSIJEK. Radi se o poduzeću koje osim prodaje novih Opel i Citroen vozila, prodaje rabljena vozila i ovlašteni su serviseri za Opel, Citroen i Chevrolet vozila. Kao i P.S.C. PRIMORJE, P.S.C. OSIJEK je također dio Njemačke AVAG grupacije koja na području Njemačke, Mađarske, Austrije, Poljske i Hrvatske ima 110 prodajno-servisnih centara. (Web stranica P.S.C. OSIJEK, bez dat.) Poduzeće ima oko 35 zaposlenih i ostvaruje prosječne godišnje prihode u iznosu od 7.380.473 eura.

Postoji nekoliko različitih naknada i poreza koja ranije spomenuta, ali i sva ostala poduzeća u promatranoj djelatnosti moraju plaćati. Najvažniji od njih je poseban porez na motorna vozila kojeg donosi Zakon o posebnom porezu na motorna vozila. Predmet oporezivanja su sva motorna vozila na koje nije obračunat i plaćen poseban porez u Republici Hrvatskoj i nad kojima se provodi postupak registracije. (Zakon o posebnom porezu na motorna vozila, NN 115/16) Trgovci su obvezni na temelju evidencija, do 15. dana u mjesecu i to za protekli mjesec, sastavljati i nadležnom carinskom uredu dostavljati mjesečna izvješća koja sadržavaju podatke o uvezenim, unesenim, isporučenim, prodanim motornim vozilima, ali i različite ostale informacije koje će olakšati sveobuhvatnu evidenciju obračuna posebnog poreza na motorna vozila. (Zakon o posebnom porezu na motorna vozila, NN 115/16) Osim toga, prema Zakonu o održivom gospodarenju otpadom, poduzeća imaju obvezu snositi troškove gospodarenja otpadom, a neke od njih su Naknada za gospodarenje otpadnim vozilima, Naknada za gospodarenje otpadnim gumama i Naknada za gospodarenje otpadnim baterijama i akumulatorima. (Hrvatska gospodarska komora, bez dat.)

Graf 40. Prvih pet poduzeća po veličini prihoda u 2022. godini



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz baze podataka Financijske agencije (Financijski rezultati poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske obveznika poreza na dobit za godine 2019.-2022.)

5.5. Diferenciranost proizvoda i postojanje supstituta u skupini G45.1

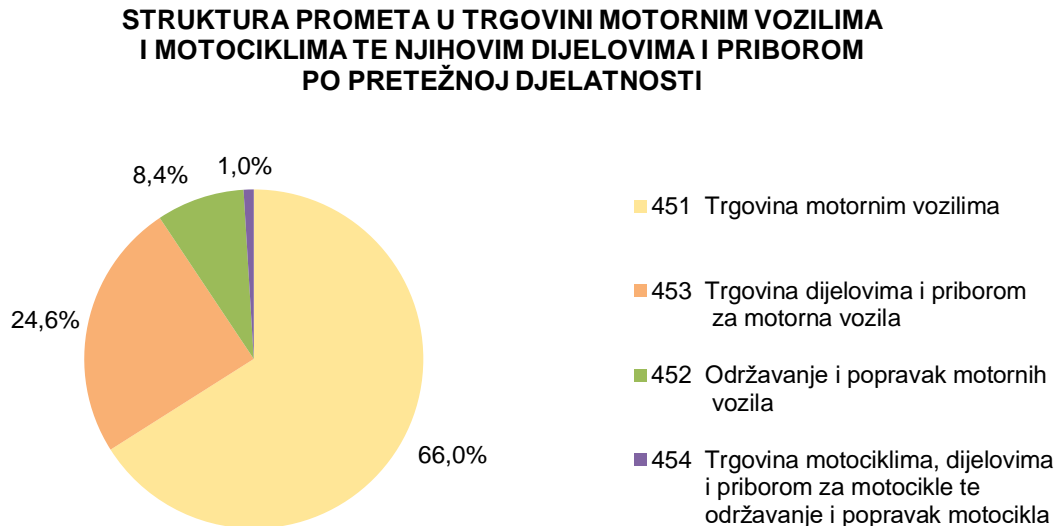
Analizirajući pet najvećih poduzeća u kategoriji malih poduzeća unutar djelatnosti Trgovine motornih vozila, dolazi se do zaključka da se proizvodi koje ta poduzeća nude na tržištu mogu podijeliti na opipljive proizvode i usluge. Iako po NKD-u Trgovina motornim vozilima (G45.1) nudi isključivo opipljive proizvode, evidentno je da su poduzeća proširila svoju ponudu nudeći i različite usluge povezane sa djelatnosti. U opipljive proizvode spadaju nova vozila, rabljena vozila, dijelovi i pribor za motorna vozila, dok su neke od usluga održavanje i popravak motornih vozila, te najam vozila.

Na grafikonu 41 koji je preuzet sa službenih stranica Državnog zavoda za statistiku prikazana je struktura prometa odjeljka G45. Može se zaključiti da se najviše prometa ostvaruje trgovinom motornih vozila i to u postotku od 66%. Na drugom mjestu se nalazi trgovina dijelovima i priborom za motorna vozila u postotku od 24,6%, a na posljednjem mjestu se nalaz održavanje i popravak motornih vozila (8,4%), te trgovina motociklima i ostalim poslovima vezanim uz motocikle. S obzirom na to što je spomenuto, može se utvrditi da se najviše prihoda ostvaruje prodajom opipljivih proizvoda, odnosno prodajom novih i rabljenih vozila.

Budući da djelatnost Trgovine motornim vozilima u praksi obuhvaća širu paletu proizvoda i usluga, analizirana poduzeća ne nude u potpunosti isti asortiman proizvoda. Na primjer, neko poduzeće je distributer novih Mazda vozila, neko je distributer Porsche vozila i tako dalje. Iako na tržištu Republike Hrvatske postoji nekoliko distributera Mazda vozila, oni prema sličnoj ponudi proizvoda i usluga jesu jači konkurenti, ali pošto su raspoređeni po različitim regijama konkurencija je ipak manjeg obuhvata. Generalno se može zaključiti da poduzeća nude diferencirane proizvode i usluge budući da se razlikuju po nekom svom obilježju. Na primjer, srodna poduzeća u istom gradu će vrlo vjerojatno imati različitu ponudu rabljenih vozila, bit će distributeri drugačijih novih vozila i možda će imati i malo drugačije usluge koje nude.

Osim toga, može se ustanoviti da su proizvodi i supstituti, ali ne savršeni supstituti. Ako značajno poraste cijena Mazda vozilima, kupci će vjerojatno više kupovati Nissan vozila. Važno je istaknuti da je cijena jedna od glavnih faktora kupcu u procesu kupovine vozila, pa može značajno utjecati na kupovnu odluku, a prema tome i ostvarenom tržišnom udjelu pojedinog poduzeća u promatranj industriji.

Graf 41. Struktura prometa odjeljka G45

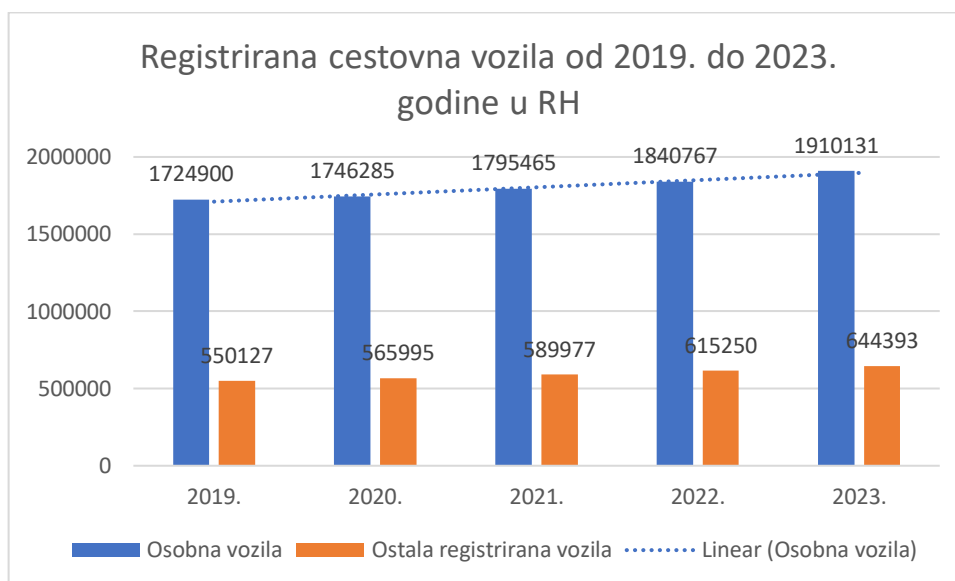


Izvor: Preuzeto 20.03.2024. iz Državnog zavoda za statistiku (Trgovina motornim vozilima, dijelovima i priborom. XLS datoteka)

Na grafikonu broj 42 je moguće vidjeti broj registriranih cestovnih vozila u razdoblju od 2019. do 2023. godine na području Republike Hrvatske. Budući da broj registriranih vozila raste kroz promatrano razdoblje može se pretpostaviti da će se i prodaja vozila nastaviti istim trendom. Grafikon 43 također potvrđuje ovu činjenicu. U kontekstu novih vozila vidljiv je pad broja registracije u „pandemijskoj godini“, ali nakon toga je moguće primijetiti pozitivan trend, odnosno rast prve registracije novih vozila na području Republike Hrvatske sve do 2023. godine. Pojednostavljeno rečeno, raste prodaja novih vozila od 2020. do 2023. godine. To ukazuje na činjenicu da postoji značajan potencijal za rast i razvoj poduzeća u djelatnosti Trgovine motornim vozilima. Između ostalog, vidljivo je da kupci više kupuju polovna vozila u odnosu na nova, pa bi bilo poželjno osim ponude novih vozila proširiti asortiman na prodaju i rabljenih vozila jer je razvidno da će kupci obilaziti poduzeća koja imaju veću ponudu proizvoda. Budući da se danas kupci sve više informiraju putem interneta, marketinško pozicioniranje i oglašavanje može učiniti značajnu distinkciju na konkurentnom tržištu. Kako bi poduzeće obuhvatilo šire geografsko područje sve više prezentira svoju ponudu na različitim oglašivačkim stranicama. Kao što se može vidjeti na grafikonu 43, broj polovnih vozila varira kroz promatrano razdoblje, a najveći broj prve registracije polovnih vozila je ostvaren u 2023. godini. Bez obzira što broj prve registracije polovnih vozila ne ukazuje na stabilan trend, u posljednjoj godini raste broj prve registracije za 35% u odnosu na prethodnu godinu.

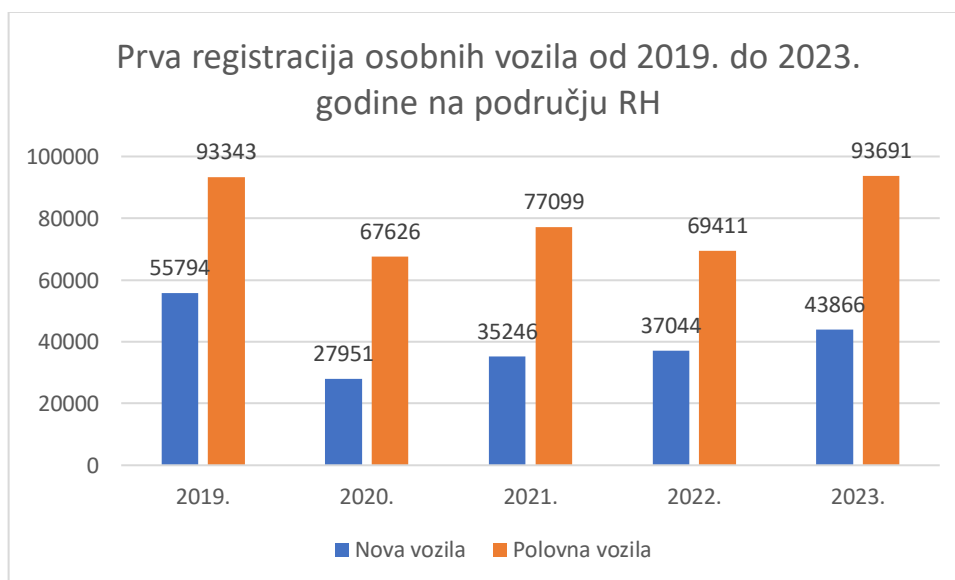
S obzirom na sve što je spomenuto, može se zaključiti da djelatnost Trgovine motornim vozilima ima potencijal za rast i razvoj u segmentu prodaje vozila. Ako pretpostavimo da će se trend i dalje nastaviti može se očekivati rast potražnje za motornim vozilima što će posljedično povećati prodaju, a time i ukupne prihode. No važnost marketinške reprezentacije se ne smije zanemariti zbog toga što kupci sve više nastoje uz kvalitetan proizvod dobiti i kvalitetnu popratnu uslugu, te pozitivno kupovno iskustvo. Budući da je konkurencija na ovom tržištu relativno velika, poduzeća se moraju istaknuti u svakom pogledu pružene usluge.

Graf 42. Registrirana cestovna vozila



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (Registrirana cestovna vozila i cestovne prometne nesreće u 2023.) Preuzeto 14.05.2024. s <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77312>

Graf 43. Prva registracija osobnih vozila



Izvor: Izrada autorice prema podacima iz Državnog zavoda za statistiku (Registrirana cestovna vozila i cestovne prometne nesreće u 2023.) Preuzeto 14.05.2024. s <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77312>

6. Ocjena tržišne strukture

Prema kriteriju određivanja tržišne strukture, koji je prikazan u tablici 5, iznijet je vrijednosni sud o tržišnoj strukturi promatrane industrije Trgovine motornim vozilima. Analizirajući stanje i kretanje broja poduzeća, može se utvrditi da postoji velik broj poduzeća od kojih najviše dominiraju mikro poduzeća. Na to ukazuje činjenica da otprilike 83,12% poduzeća spada u kategoriju mikro poduzetnika. Iako je udio malih, srednjih i velikih poduzeća nešto manji ne može ih se u potpunosti zanemariti, ali može se zaključiti da se prema broju poduzeća Trgovina motornih vozila nalazi u kategoriji monopolističke konkurencije gdje postoji značajno fragmentirano tržište velikog broja mikro i malih poduzeća.

Stupanj koncentracije je utvrđen na temelju koeficijenata koncentracije, Herfindahl-Hirshmanovog indeksa, Ginijevog koeficijenta i Lorenzove krivulje koji su izračunati prema kategoriji malih poduzeća djelatnosti Trgovine motornim vozilima. Prema izračunatim koeficijentima koncentracije djelatnost G45.1 spada u kategoriju tržišta s vrlo niskim stupnjem koncentracije ukazujući na nekoncentrirano ili vrlo nisko koncentrirano tržište. Iako prema Ginijevom koeficijentu postoji umjereno do niža nejednakost u ostvarenim prihodima, budući da neto ulazne stope ukazuju na relativno lak ulazak novih poduzeća na tržište, može se zaključiti da postoji niži stupanj koncentracije.

Nadalje, valja naglasiti da na tržištu postoji konkurencija budući da su proizvodi slični supstituti. U pogledu distribucije novih motornih vozila, neko poduzeće može biti distributer isključivo Mazda vozila, neko poduzeće je distributer Renault vozila, a neko poduzeće prodaje različite vrste rabljenih vozila. Razumno je očekivati da će porast cijene Mazda vozila na tržištu zasigurno utjecati na porast potražnje za drugom markom vozila u sličnom rangu. Na primjer kupci će vjerojatno u tom slučaju više kupovati vozila marke Nissan. Osim toga, može se tvrditi da su proizvodi uglavnom diferencirani po nekom obilježju, kao na primjer dizajn, udobnost i ostale karakteristike vozila. Proizvodi se generalno mogu podijeliti na opipljive proizvode i usluge. Primarni opipljivi proizvodi su nova motorna vozila, rabljena motorna vozila, dijelovi i pribor za motorna vozila, a u usluge uglavnom spada odražavanje, popravak i najam motornih vozila. Kao što je i ranije spomenuto, mnoga poduzeća nastoje proširiti svoju ponudu kako bi bila što konkurentnija na tržištu.

Bez obzira na to što je analiza minimalne efikasne veličine ukazala na nešto više vrijednosti prihoda koje poduzeće mora ostvariti da bi poslovalo efikasno na promatranom tržištu, valja naglasiti da Trgovina motornim vozilima ima veće stope preživljavanja poduzeća u odnosu na područje G. Osim toga, analiza neto ulaznih i izlaznih stopa pokazuje da postoji veći broj poduzeća koji ulaze, a manji broj poduzeća koji izlaze s tržišta u promatranom

razdoblju. Sukladno tome, broj rođenih i umrlih također upućuju na veći broj rođenih, a manji broj umrlih. To sugerira na činjenicu da poduzeća lakše ulaze u promatranu industriju, a veći dio njih uspije održati i nastaviti svoje poslovanje. Bez obzira na to što je prethodno ustanovljeno da se radi o kapitalno intenzivnoj industriji, može se zaključiti da potreba za višim kapitalnim ulaganjima nema toliki utjecaj na ulazak novih poduzeća na tržište. S obzirom na sve što je spomenuto, može se zaključiti da poduzeća relativno lako ulaze u promatranu industriju.

Uzevši sve u obzir, može se konstatirati da je djelatnost Trgovine motornim vozilima, prema kriteriju određivanja tržišne strukture, monopolistička konkurencija.

Tablica 5. Kriterij određivanja tržišne strukture

Kriterij određivanja tržišne strukture	Monopol	Duopol ili oligopol	Monopolistička konkurencija	Savršena konkurencija
Broj poduzeća	Jedno veliko poduzeće	2-15 poduzeća	Velik broj poduzeća različite veličine	Velik broj malih poduzeća
Stupanj koncentracije	100 % koncentracija	Značajan stupanj koncentracije	Niži stupanj koncentracije	Mali stupanj koncentracije
Kriterij međuovisnosti konkurenata	Ne postoji konkurencija	Razapetost između suradnje i osobnog interesa	Konkurencija, ali ne savršena	Visoka konkurencija
Stupanj diferencijacije proizvoda	Diferencirani proizvod	Homogeni ili diferencirani proizvod	Diferencirani po nekom obilježju	Standardizirani, homogeni proizvod
Postojanje i bliskost supstituta	Nema bliskih supstituta	Supstituti, ali ne savršeni	Bliski supstituti	Savršeni supstituti
Ulazak i izlazak s tržišta	Velike prepreke ulaska na tržište	Otežan ulazak na tržište	Relativno lak ulazak na tržište	Apsolutna sloboda ulaska i izlaska

Izvor: Izrada autorice prema Korent, D., Bubanić, M. (2022). Ocjena tržišne strukture. Multimedijski sustavi [Moodle]. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacija i informatike Varaždin

7.Zaključak

S ciljem izvođenja zaključka o sigurnosti i uspješnosti poslovanja malih poduzeća koja se nalaze u djelatnosti Trgovine motornim vozilima u razdoblju od 2019. do 2022. godine, provedena je financijska analiza. Generalno se može zaključiti da poduzeća nisu značajno zadužena zbog toga što svake godine uspijevaju svojim zaradama pokriti rashode od kamata, a velik dio zarade ostaje i za vlasnike vlastitih izvora financiranja. Osim toga, zadovoljena su i zlatna pravila financiranja što ukazuje da poduzeća koriste jedan dio dugoročnih izvora financiranja za financiranje kratkotrajne imovine. Pomoću analize je ustanovljeno da poduzeća raspoložuju dosta visokim radnim kapitalom iz čega se daje zaključiti da su poduzeća sposobnija samostalnije financirati rast poslovanja i eventualna korigiranja operativnog poslovanja. Važno je istaknuti da je likvidnost na zadovoljavajućoj razini i da se javlja pozitivan trend u pogledu rasta likvidnosti kroz promatrano razdoblje. Što se tiče pokazatelja aktivnosti, može se zaključiti da poduzeća efikasno koriste raspoloživu imovinu što ukazuje na činjenicu da će poduzeća brže dolaziti do novčanih sredstava koja će im omogućiti da pravovremeno izvršavaju svoje financijske obveze. Prema analizi pokazatelja profitabilnosti može se konstatirati da su poduzeća generalno sposobna da ostvaruju povrate na temelju ukupno raspoloživih resursa, odnosno da uspješno ostvaruju povrate za vlasnike svih oblika izvora financiranja.

Kao što je spomenuto ocjenom tržišne strukture, može se utvrditi da je djelatnost Trgovine motornim vozilima monopolistička konkurencija gdje postoji značajno fragmentirano tržište velikog broja mikro i malih poduzeća. Također, radi se o djelatnosti u kojoj postoji vrlo nizak stupanj koncentracije. Bez obzira što je analiza minimalne efikasne veličine ukazala na nešto više vrijednosti prihoda koje poduzeće mora ostvariti da bi efikasno poslovalo na promatranom tržištu, stope preživljavanja poduzeća pokazuju da veći dio poduzeća uspije održati svoje poslovanje. Sukladno analizi rođenih i umrlih moglo se ustanoviti da je veći broj rođenih, a manji broj umrlih poduzeća što pokazuje da poduzeća lakše ulaze u promatranu industriju. Kao što je i ranije ustanovljeno, djelatnost se može svrstati u kapitalno intenzivnu industriju. Međutim, vidljivo je da potreba za višim kapitalnim ulaganjima nema toliki utjecaj za ulazak novih poduzeća na tržište. Iako bi bilo logično za očekivati da će ulazne barijere negativno utjecati na rast i razvoj promatrane industrije koja je pretežito kapitalno intenzivna, može se ustanoviti da poduzeća relativno lako ulaze u industriju i većina njih uspješno nastavlja svoje poslovanje.

U kontekstu proizvoda koji se nude na tržištu Trgovine motornim vozilima, proizvodi se mogu podijeliti na opipljive proizvode i usluge. Dok su opipljivi proizvodi nova motorna vozila, rabljena vozila, dijelovi i pribor za motorna vozila, u usluge se mogu svrstati održavanje,

popravak i najam motornih vozila. Važno je istaknuti da su proizvodi uglavnom diferencirani po nekom obilježju, kao na primjer dizajn, udobnost, snaga motora i ostale karakteristike. Budući da su proizvodi slični supstituti, može se zaključiti da na tržištu postoji konkurencija. Kako bi poduzeće bilo što konkurentnije na današnjem tržištu svakodnevno pokušava proširiti svoju ponudu i isporučiti što veću kvalitetu usluga. Razvidno je da će kupci prilikom kupovine vozila tražiti ona poduzeća koja imaju veću ponudu vozila, što se pogotovo odnosi na kupovinu rabljenih vozila. S obzirom na to da se danas kupci motornih vozila sve više informiraju putem interneta, važnost marketinškog pozicioniranja i oglašavanja igra veliku ulogu. Kako bi poduzeće svojom ponudom obuhvatilo šire geografsko tržište sve više oglašava svoj asortiman na različitim oglašivačkim stranicama. Generalno se može zaključiti da na tržištu Trgovine motornim vozilima postoji potencijal za rast i razvoj sukladno činjenici da raste broj registriranih vozila kroz promatrano razdoblje. Osim toga, postoji mogućnost napretka u prodaji električnih vozila. Iako je udio električnih vozila malen u ukupnom broju registriranih vozila u Hrvatskoj, postoji sve veća osviještenost ljudi, pa se sve više Hrvata odlučuje upravo za tu vrstu vozila. U pogledu korona krize, može se utvrditi da korona kriza 2020. godine negativno utječe na poslovanje poduzeća u djelatnosti Trgovine motornim vozilima, što je vidljivo ne samo u padu potražnje za radnom snagom već i u kontekstu financijske analize.

Popis literature

1. Barić, V., Čavrak, V., Družić, I., Kovačević, Z., Obadić, A., Tica, J., Andabaka, A., Beg, M., Bogdan, Ž., Gelo, T., Globan, T., Raguž Krištić, I., Rogić Dumančić, L., Sekur, T., Smolić, Š., Arčabić, V., Družić, M., Nadoveza, O. (2016). *Gospodarstvo Hrvatske*. Zagreb: Sveučilišna tiskara d.o.o., Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Klasa: 032-01/16-01/15. Ur.broj: 380-061/252-16-5
2. Čaval, J. (1977). *Statističke metode u privrednim i društvenim istraživanjima*. Sveučilišna naknada Liber. Zagreb.
3. Kostić, M., Maksimović, Lj., Stojanović, B. (2016). *The limitations of competition in the insurance markets of Slovenia, Croatia and Serbia*. Preuzeto 02.04.2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/253387>
4. Kovačević, Z., Vuković, K. (2006). Ekonomska misao i praksa. *Performanse poduzeća u hrvatskom sektoru informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT)*. Preuzeto 03.04.2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/16370>
5. Kovačić, B., Opačić, R., Marohnić, L. (2012). Hrvatski matematički elektronički časopis. *O Ginijevu koeficijentu koncentracije*. Preuzeto 02.04.2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/151776>
6. Narodne novine (2007). Odluka o Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007.- NKD 2007. Preuzeto 06.03.2024. s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_06_58_1870.html
7. Orsag, S. (2015). *Poslovne financije*. Zagreb: Avantis. HUFA
8. Pavlaković-Koči, V. (1974). *Geografski glasnik. Neki aspekti primjene Lorenzove krivulje u prostornim analizama*. Preuzeto 02.04.2024. s <https://hrcak.srce.hr/file/85004>
9. Tintor, J. (2009). *Poslovna analiza*. Zagreb: Masmedia.
10. Vukadinović, P., Jović, Z. (2012). *Investicije*. UNIVERZITET SINGIDUNUM Beograd. ISBN: 978-86-7912-407-4
11. Zelenika, R. (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Četvrto izdanje. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci. ISBN 9536148102
12. Žager, K., Mamić Sačer, I., Sever Mališ, S., Ježovita, A., Žager, L. (2020). *Analiza financijskih izvještaja (4. izd.)*. Zagreb: Hrvatska zajednica računovođa i financijskih djelatnika
13. Žager, L., Ježovita, A. (2014). *Ocjena zaduženosti poduzeća pokazateljima profitabilnosti*. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, Vol. 12 No. 1, UDK: 658.14/.15:65.011.44, Hrčak ID: 124753, str. 2

14. Žager, L., Ježovita, A. (2017). *Utjecaj strukture imovine poduzeća na ocjenu likvidnosti*. Zbornik radova Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Mostar. No. 23, Hrčak ID: 202156, 230-232
15. Državni zavod za statistiku (2024). Registrirana cestovna vozila i cestovne prometne nesreće u 2023. ISSN 1334-0557. Preuzeto 14.05.2024. s <https://podaci.dzs.hr/2024/hr/77312>
16. Financijska agencija (bez dat.) Registar godišnjih financijskih izvještaja. Preuzeto 05.04.2024. s file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/The_Audit_Report_2022_MB01481452.pdf
17. Hrvatska enciklopedija (bez dat.) Leksikografski zavod Miroslava Krležje, 2013.-2024. Preuzeto 13.05.2024. s <https://www.enciklopedija.hr/clanak/proizvodnost>
18. Hrvatska gospodarska komora (bez dat.) Nadzor trgovine motornim vozilima. Preuzeto 09.05.2024. s <https://www.hgk.hr/documents/ss-trg-motornim-vozilima-prezentacija-sa-sjednice-nadzor-trgovine-motornim-vozilima57d2ba9e35d5d.pdf>
19. Službena stranica AUTO KUĆA GAŠPEROV (bez dat.) O nama. Preuzeto 05.04.2024. s <https://gasperov.hr/o-nama/poslovnica-split>
20. Službena stranica P.S.C. OSIJEK (bez dat.) O nama. Preuzeto 06.04.2024. s <https://psc-osijek.hr/o-nama/>
21. Službena stranica P.S.C. PRIMORJE (bez dat.) O nama. Preuzeto 05.04.2024. s <https://psc-primorje.hr/o-nama/>
22. Službena stranica ZOOM 2016 (bez dat.) O nama. Preuzeto 05.04.2024. s <https://www.zoom-auto.hr/onama>
23. Zakon o posebnom porezu na motorna vozila (NN 115/16). Preuzeto 09.05.2024. s <https://www.zakon.hr/z/561/Zakon-o-posebnom-porezu-na-motorna-vozila>
24. Zakon o računovodstvu (NN78/15, 114/22). Preuzeto 17.04.2024. s <https://www.zakon.hr/z/118/Zakon-o-ra%C4%8Dunovodstvu>

Popis grafova

Graf 1. Raspodjela broja poduzeća po područjima djelatnosti NKD-a.....	4
Graf 2. Broj poduzeća po pojedinim odjeljcima unutar područja G.....	5
Graf 3. Broj poduzeća po pojedinim skupinama unutar odjeljka G45.....	6
Graf 4. Koeficijent zaduženosti	8
Graf 5. Odnos dugoročnog duga i glavnice.....	9
Graf 6. Stupanj pokriva 2.....	10
Graf 7. Pokriće troškova kamata	11
Graf 8. Koeficijent tekuće likvidnosti	12
Graf 9. Koeficijent financijske stabilnosti.....	13
Graf 10. Koeficijent obrtaja ukupne imovine	15
Graf 11. Dani vezivanja zaliha	16
Graf 12. Dani naplate potraživanja od kupaca	17
Graf 13. Dani vezivanja obveza prema dobavljačima	18
Graf 14. Bruto ROA	19
Graf 15. ROE	20
Graf 16. Aktivno stanovništvo, zaposleni i nezaposleni u RH.....	22
Graf 17. Stope registrirane nezaposlenosti po spolu u RH	22
Graf 18. Broj zaposlenih muškaraca i žena u području G prema NKD-u.....	23
Graf 19. Broj zaposlenih i nezaposlenih u području G	24
Graf 20. Prijavljena slobodna radna mjesta u RH i području G	25
Graf 21. Sumarne bruto i neto investicije u skupini G45.1	26
Graf 22. Sumarne bruto i neto investicije u području G.....	27
Graf 23. Kapitalna i radna intenzivnosti skupine G45.1.....	28
Graf 24. Kapitalna i radna intenzivnost područja G.....	29
Graf 25. Sumarna produktivnost rada u terminima ukupnih prihoda po zaposlenom	30
Graf 26. Kretanje ukupnih prihoda i broja zaposlenih skupine G45.1	31
Graf 27. Kretanje ukupnih prihoda i broja zaposlenih područja G	31
Graf 28. Sumarna produktivnost kapitala u terminima ukupnih prihoda po zaposlenom	32
Graf 29. Sumarna produktivnost materijalnih inputa u terminima ukupnih prihoda po zaposlenom.....	33
Graf 30. Ukupni prihodi po pojedinim kategorijama veličine poduzeća unutar skupine G45.1	35
Graf 31. Broj i struktura poduzeća po veličini u skupini G45.1 komparativno s G.....	36
Graf 32. Broj poduzeća po pojedinim odjeljcima unutar područja G.....	37

Graf 33. Neto ulazne stope u skupini G45.1	38
Graf 34. Broj rođenja i smrti poduzeća u skupini G45.1	39
Graf 35. Broj rođenja i smrti poduzeća u području G	40
Graf 36. Stope preživljavanja poduzeća za G i G45.1.....	40
Graf 37. C4, C8 i HHI skupine G45.1.....	42
Graf 38. Ginijev koeficijent.....	44
Graf 39. Lorenzove krivulje skupine G45.1	44
Graf 40. Prvih pet poduzeća po veličini prihoda u 2022. godini.....	48
Graf 41. Struktura prometa odjeljka G45	49
Graf 42. Registrirana cestovna vozila	51
Graf 43. Prva registracija osobnih vozila.....	51

Popis tablica

Tablica 1. Broj poduzeća s obzirom na veličinu poduzeća	35
Tablica 2. C4, C8 i HHI	42
Tablica 3. Minimalna efikasna veličina u terminu ukupnih prihoda	46
Tablica 4. Minimalna efikasna veličina u terminu broja zaposlenih	46
Tablica 5. Kriterij određivanja tržišne strukture	53