Ekonomski pokazatelji uspješnosti i stabilnosti poslovanja logističkih operatera

Romčević, Marinela

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Transport and Traffic Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet prometnih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:119:165471

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



Repository / Repozitorij:

Faculty of Transport and Traffic Sciences - Institutional Repository







SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FAKULTET PROMETNIH ZNANOSTI

Marinela Romčević

EKONOMSKI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI I STABILNOSTI POSLOVANJA LOGISTIČKIH OPERATERA

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2017.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET PROMETNIH ZNANOSTI
ODBOR ZA ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 25. travnja 2017.

Zavod: **Samostalne katedre**
Predmet: **Ekonomika prometa**

ZAVRŠNI ZADATAK br. 4232

Pristupnik: **Marinela Romčević (0119018975)**
Studij: Inteligentni transportni sustavi i logistika
Smjer: Logistika

Zadatak: **Ekonomski pokazatelji uspješnosti i stabilnosti poslovanja logističkih operatera**

Opis zadatka:

U radu je potrebno navesti pojam i značenje logističkog operatera. Nadalje, odrediti značaj logistike u uvjetima suvremenog poslovanja, te analizirati financijske pokazatelje uspješnosti i stabilnosti poslovanja logističkih operatera. Rad bi trebao rezultirati analizom poslovanja logističkih operatera na međunoradnom i domaćem tržištu.

Zadatak uručen pristupniku: 28. travnja 2017.

Mentor:

izv. prof. dr. sc. Mihaela Bukljaš Skočibušić

Predsjednik povjerenstva za završni ispit:

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet prometnih znanosti

ZAVRŠNI RAD

EKONOMSKI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI I STABILNOSTI POSLOVANJA LOGISTIČKIH OPERATERA

ECONOMIC INDICATORS OF SUCCESS AND STABILITY OF LOGISTICS OPERATORS

Mentor: izv. prof. dr. sc. Mihaela Bukljaš Skočibušić

Student: Marinela Romčević

JMBAG : 0119018975

Zagreb, 2017.

SAŽETAK

Poslovanje logističkih tvrtki podložno je konstantnim promjenama koje su relevantne. U suvremeno doba sve su prisutniji logistički procesi, a kompanije čije je temeljno zanimanje logistika, uz optimalno planiranje logističkih procesa ostvaruju veću dobit te stabilniji položaj na globalnom tržištu. Za pružanje logističkih usluga tvrtke ili klijenti upotrebljavaju logističke operatere. Logistički operater se definira kao čimbenik koji uspješno dizajnira te optimizira logističku mrežu koja je sve više integrirana u nacionalni, regionalni te globalni gospodarski sustav. Paralelno s razvojem logistike došlo je do razvoja i koncepata logističkih operatera. Povezanost logističke funkcije s marketingom je osobito relevantna u zadovoljenju potreba i želja kupaca, odnosno potrošača. Temeljem financijskih izvještaja poduzeća te financijske strukture, definira se stanje poduzeća koje upućuje na stanje imovine, obveza i kapitala poduzeća.

Ključne riječi: *logističke tvrtke, logističke usluge, logistički operater, globalno tržište, financijski izvještaj*

SUMMARY

The business of logistics companies is subject to constant changes that are relevant. In modern times, logistics processes are becoming more and more present, and companies with a fundamental interest in logistics, with the optimal planning of logistics processes gain more profit and a more stable position in global market. Logistic operators are used by companies or clients to provide logistics services. A logistical operator is defined as a factor that successfully designs and optimizes a logistic network that is increasingly integrated into the national, regional and global economic system. Parallel to the development of logistics, the development and concepts of logistic operators have evolved. The linkage of the logistic function with marketing ids particulary relevant in meeting the needs and whishes of cutomers or consumers. Based on the financial statements of the company and the financial structure, it defines the state of the company referring to the assets, liabilities and capital of the company.

Keywords: *logistics companies, logistic services, logistic operator, global market, financial report*

SADRŽAJ

1. UVOD 1

2. POJAM I DEFINICIJA LOGISTIČKOG OPERATERA 3

2.1. Logistički operateri u globalnom gospodarskom sustavu 3

2.2. Logistički operateri u globalnim logističkim lancima 4

2.3. Koncepti logističkih operatera 7

2.3.1. Koncept 1PL operatera 8

2.3.2. Koncept 2PL operatera 8

2.3.3. Koncept 3PL operatera 8

2.3.4. Koncept 4PL operatera 9

2.3.5. Koncept 5PL operatera 10

3. ZNAČAJ LOGISTIKE ZA SUVREMENO POSLOVANJE 11

3.1. Suvremena logistika danas 12

3.2. Marketinški aspekt logistike 14

3.3. Logistička funkcija te unaprjeđenje poslovanja 16

4. FINANCIJSKI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI I STABILNOSTI PROMETNIH PODUZEĆA 18

4.1. Pokazatelji likvidnosti 19

4.2. Pokazatelji zaduženosti 20

4.3. Pokazatelji aktivnosti 21

4.4. Pokazatelji ekonomičnosti 23

4.5. Pokazatelji profitabilnosti 24

4.6. Produktivnost 26

4.7. Ekonomičnost 27

4.8. Rentabilnost ili profitabilnost 28

5. POSLOVANJE LOGISTISTIČKIH PODUZEĆA 30

5.1. Poslovanje međunarodnih logističkih poduzeća 33

5.2. Poslovanje domaćih logističkih poduzeća 33

6. ZAKLJUČAK 35

LITERATURA 36

POPIS KRATICA 38

POPIS SLIKA 38

1. UVOD

Logistika je određena kao upravljanje tokovima robe te sirovina, procesima izrade završenih proizvoda te pridruženim informacijama od početne do završne točke uporabe u skladu s potrebama i zahtjevima kupaca. U širem smislu ona obuhvaća povrat, kao i raspolaganje otpadnim tvarima. Upravo radi toga, poduzeća ili klijenti za pružanje logističkih usluga upotrebljavaju logističke operatere. Niz je različitih logističkih aktivnosti koje obavljaju logistički operateri, od točke isporuke, pa do točke primitka uz pomoć svog intelektualnog kapitala. Oni omogućavaju globalnim logističkim lancima pronalazak prostora na svjetskom tržištu te povezuju sve sudionike globalnih logističkih lanaca, povezujući na taj način jeftin rad s jedne strane globalnog logističkog lanca s bogatim tržištima s druge strane globalnog logističkog lanca.

U suvremeno doba je razvijeno pet koncepata logističkih operatera, od kojih je najrazvijeniji koncept 5PL (*Fifth Party Logistics*) operatera. Postoji niz stajališta o podrijetlu pojma logistika. Ona se kao znanost i poslovna aktivnost vrlo brzo razvila, a osim toga i potvrdila u svim gospodarskim sektorima. Niz je čimbenika koji su tome doprinijeli, a neki od njih su sveprisutna globalizacija, internacionalizacija proizvodnje i trgovine, jačanje konkurencije, demokratizacija i slično. U suvremeno doba se naglasak stavlja na integriranje logistike, te internacionalizacija poslovanja postaje neizostavan proces opstanka svakog gospodarskog sustava. Uvođenje logistike u uslužna poduzeća, uvjetovano je kvalitetom informacijskog sustava.

Poslovanje poduzeća se procjenjuje temeljem financijskih izvještaja koji se mogu svrstati u nekoliko skupina (pokazatelji likvidnosti, zaduženosti, aktivnosti, ekonomičnosti, profitabilnosti). Sama profitabilnost svake kompanije je u znatnoj mjeri ovisna o logističkim troškovima koji čine znatan dio ukupnih troškova poslovanja.

Naslov završnog rada je: **Ekonomski pokazatelji uspješnosti i stabilnosti poslovanja logističkih operatera.** Svrha ovog rada je prikazati pojam i značenje logističkog operatera, zatim odrediti značaj logistike u uvjetima suvremenog poslovanja te analizirati financijske pokazatelje

uspješnosti i stabilnosti poslovanja logističkih operatera. Slijedom navedenog, struktura rada je sljedeća:

1. Uvod
2. Pojam i definicija logističkog operatera
3. Značaj logistike za suvremeno poslovanje
4. Financijski pokazatelji uspješnosti i stabilnosti prometnih poduzeća
5. Poslovanje logističkih poduzeća
6. Zaključak

2. POJAM I DEFINICIJA LOGISTIČKOG OPERATERA

Logistički operater jest čimbenik koji uspješno dizajnira i optimizira logističku mrežu koja je sve više integrirana u globalni gospodarski sustav te obavlja razne logističke aktivnosti od točke isporuke do točke primitka i uz minimalne uložene resurse maksimalno zadovoljava zahtjeve tržišta.

2.1. Logistički operateri u globalnom gospodarskom sustavu

U uvjetima globalizacije prednost imaju mega logistički operateri, koji su u stanju vertikalno se integrirati u cijelosti.[1] Oni ne nude samo transport, nego i skladištenje, informacijsku tehnologiju, zatim proizvodnju, kao i globalni nastup. Proces globalizacije koji se odvija u svijetu nameće potrebu da se pod utjecajem razvoja svjetskog gospodarstva i društva, uklanjanja trgovinskih barijera, kao i jačanja međunarodne, svjetske konkurencije, tehnologije, širenja mogućnosti i povećanja pojedinih tržišta na mnogo široj razini od nacionalne, ustroji i globalni logistički sustav, čija je temeljna zadaća omogućavanje globalnim tvrtkama mogućnost kombinacije domaćih i međunarodnih resursa tako da se omogući efikasna i efektivna realizacija njihovih poslovnih pothvata unutar globalnog prometnog, logističkog i gospodarskog sustava.

Takav logistički sustav povećava natjecateljske sposobnosti pojedinih čimbenika proizvodnje (zemlje, rada, kapitala), kao i pojedinih područja (država, regija, ekonomskih područja), Sukladno tome, država najrazvijenije središnjice svjetskoga gospodarstva raspolažu brojnim mjerama poticanja ili sprječavanja, uključivanja ili isključivanja pojedinih nacionalnih prometnih, logističkih i gospodarskih sustava u regionalnu i globalnu prometnu, logističku i gospodarsku mrežu, a sve kako bi potaknule željeno reagiranje onih koji koče procese globalizacije prometnoga, logističkoga i gospodarskoga sustava i/ili postavljaju barijere za efikasno i efektivno odvijanje takvih procesa.[2]

To je ujedno i razlog zbog kojeg su troškovi međunarodne logistike (25% do 35% vrijednosti prodajne cijene) značajno veći od troškova nacionalne logistike (10% vrijednosti

[1] Zelenika R., Pupavac, D.: Menadžment logističkih sustava, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2008., str. 61.
[2] Pupavac, D.: Logistički operator – čimbenik dinamičke optimalizacije globalnih logističkih lanaca, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2006., str. 31

prodajne cijene proizvoda), proces globalizacije usmjerava logističke operatere na regionalna i/ili globalno tržište logističkih usluga, odnosno primorava ih da razmotre mogućnosti koje im se pružaju na regionalnim i /ili globalnom logističkom tržištu, odnosno odrede stupanj svoje nazočnosti na svjetskom tržištu.

Kreirajući globalni logistički sustav, logistički operateri smanjuju potrebu za brojnim tržišnim posrednicima, uslugama carinskoga zastupanja, skladišnim prostorima, pojednostavljuju administrativnu proceduru uz istodobno poticanje razvoja proizvodnih djelatnosti, izgradnju logističko-proizvodnih centara i novih logističkih kapaciteta za potrebe globalnoga logističkoga i gospodarskoga sustava.[3]

2.2. Logistički operateri u globalnim logističkim lancima

U suvremenom globalnom svijetu postoji niz logističkih lanaca koji se natječu u sličnim poslovima na različitim tržištima diljem svijeta. Globalni logistički lanci umrežavajući ponudu i potražnju, odnosno proizvodnju i potrošnju formiraju nacionalnu, regionalnu i globalnu logističku mrežu koja je sudionicima globalnog logističkog lanca u stanju:

- Sniziti troškove – rada, poreza, carinskih i drugih pristojbi,
- Poboljšati učinke svih sudionika opskrbnoga lanca oko kojega su se formirali,
- Dati kvalitetnije inpute proizvodnje, a osobito kvalitetnije logističke usluge,
- Otvoriti nova i udaljena tržišta, te
- Poboljšati vlastite performanse temeljem razvijanja partnerskih odnosa sa ostalim sudionicima logističkog lanca.[4]

Logistički operateri pružaju mogućnost globalnim logističkim lancima da pronađu svoje mjesto na globalnom svjetskom tržištu, odnosno da plasiraju svoje proizvode bilo gdje u svijetu. Logistički operateri daju potporu globalnim logističkim lancima u svjetskoj razmjeni dobara u kopnenom prijevozu, svjetskom zračnom, kao i pomorskom prijevozu, te u svim srodnim logističkim uslugama. Posjedujući vlastite logističke centre, smještene u čvorištima svjetskih tokova robe, stvaraju efikasnu vezu između prijevoznika dajući pritom sudionicima globalnog logističkog lanca široki spektar usluga dodane vrijednosti. Logistički operateri povezujući sve

[3] Ibid, str. 32.
[4] Ibid, str. 46.

sudionike globalnih logističkih lanaca, povezuju jeftin rad s jedne strane globalnoga logističkoga lanca s bogatim tržištima s druge strane globalnoga logističkoga lanca. Logistički operateri u stanju su osigurati brzo premještanje dijelova ili gotovih proizvoda iz primjerice azijskih proizvodnih pogona do zapadnih tržišta. To dovodi do integriranja unutar logističke djelatnosti, tradicionalno vrlo fragmentirane.

Kako su na početku 21. stoljeća poznati temelji i modeli gospodarskoga rasta ozbiljno uzdrmani, a tipičnog predstavnika engleskog Citya zamijenili Bill Gateovski tipovi, predočen je matematički model u funkciji mjerenja intelektualnoga kapitala logističkih operatera. Temeljem prezentiranog matematičkog modela razvidno je da je intelektualni kapital kompozitni pojam koji se sastoji od: ljudskoga kapitala, strukturalnoga kapitala i potrošačkog kapitala. Da bi logistički operater mogao provesti strateško planiranje logističkoga lanca on mora maksimalizirati razinu intelektualnoga kapitala. U skladu s tim intelektualni kapital unutar globalnog logističkog lanca treba shvatiti kao aktivni proces stvaranja vrijednosti. Intelektualni kapital i informacijske tehnologije razaraju tradicionalne oblike logističkih lanaca i na njima utemeljenih logističkih mreža, te se sve više govori o virtualnoj logističkoj mreži.

Pored Interneta koji služi kao infrastruktura virtualne logističke mreže, sastavnim dijelom infrastrukture virtualne logističke mreže treba promatrati i logističke operatere bez kojih uspostavljanje takvih mreža niti ne bi imalo smisla, niti bi one mogle funkcionirati na primjeren način. Porast intelektualnoga kapitala, informatizacija globalnih logističkih lanaca i nastanak globalnih logističkih operatera dovest će u narednom periodu do razvijanja veće partnerske suradnje, ali i do smanjivanja broja aktivnih sudionika u logističkim lancima. Suvremeni logistički lanci predstavljaju dinamične, fleksibilne i responzivne mreže, koje rade po načelu "predvidi i odradi" nasuprot tradicionalnom pristupu "proizvodi pa prodaj".[5] Za proizvodna i uslužna poduzeća troškovi logističkih lanaca kreću se od 50% do 80% od postotka prodaje.

Ako je potražnja za proizvodima logističkoga lanca nepromijenjena tada se dobit opskrbnoga lanca može povećati jedino snižavanjem ukupnih troškova. Ovo je bitno imati na umu jer je logistički operater u mogućnosti braniti logistički lanac od promjenljivosti i nepostojanosti potražnje, odnosno osigurati mu punu responzivnost. Modeli globalnih logističkih lanaca upravljani logističkim operaterom započinju s izborom odgovarajuće strategije

[5] Ibid, str. 46

logističkoga lanca, zatim optimalnim izborom sudionika globalnoga logističkoga lanca, te profiliranjem konkurentskih performansi globalnog logističkoga lanca. Optimalni izbor sudionika globalnog logističkoga lanca osigurava izvršavanje globalnoga pothvata po minimalnim troškovima. Važnost optimalnog izbora aktivnih sudionika globalnoga logističkoga lanca i uloge koju pri tome ima logistički operater zorno predočava i dobiveno optimalno rješenje na praktičnom primjeru. Dobiveno rješenje je 100% povoljnije od onoga koje bi se dobilo kada se ne bi izvršila optimizacija kvalificiranih potencijalnih sudionika logističkoga lanca.

Testiranjem logističkoga modela dinamičke optimizacije u praksi potvrđeno je da se optimizacijom proizvodnje unutar globalnoga logističkoga lanca mogu dodatno poboljšati performanse globalnog logističkoga lanca, odnosno ostvariti značajne uštede troškova u gotovo svim fazama proizvodnje unutar logističkoga lanca, a posebice u troškovima držanja zaliha. Radom na konkurentskim performansama globalnoga logističkoga lanca logistički operater osigurava poboljšanje efikasnosti logističkoga lanca za dodatnih 15,7%. Logistički lanac predstavlja vertikalnu strukturu koja je neefikasna zbog efekta dvostruke marginalizacije.

Naime, kada sudionik više razine unutar logističkoga lanca uzima cijene sudionika s prethodne razine kao zadane i upravlja se isključivo željom za maksimalizacijom vlastite dobiti, proizvodi negativne učinke po sve druge sudionike logističkoga lanca. Tako se smanjuje ukupni output logističkoga lanca i njegova ukupna dobit. Za uklanjanje negativnog efekta dvostruke marginalizacije čini se primjerenim ustrojiti logistički lanac kao kooperativnu umjesto konkurentne strukture. Potencijal za izgradnju kooperativne strukture unutar logističkoga lanca nastaje kada jedan od sudionika logističkoga lanca može pomoći drugim sudionicama posredstvom kooperacije. To znači da će u praksi do kooperacije doći kada dobit od kooperativne strukture premašuje troškove uspostavljanja takve strukture.[6] Za razvijanje kooperativne strukture logističkog lanca od presudnog značenja su:

1) dovoljno duga sjena budućnosti i

2) razvitak kooperacije na načelima uzajamnosti.

[6] Ibid, str.49

Ugovor o povratnoj logistici predstavlja jedan od temeljnih preduvjeta za neutraliziranje efekta dvostruke marginalizacije unutar logističkog lanca. Da bi se znanstveno utemeljeno vrednovao razvojni potencijal hrvatskih logističkih operatera, kao i logističkih operatera u drugim tranzicijskim državama najprije je modelom Boston Consulting Group određena pozicija pojedinih logističkih operatera na europskom logističkom tržištu, a potom su određeni razvojni elementi za vrednovanje potencijala logističkih operatera: globalizacija, logistička infrastruktura, logistička suprastruktura, suvremene transportne tehnologije, logistički intelektualni kapital, financijski resursi, logistička ekologija, *outsourcing*, logistički *outsourcing*, logistički informacijski sustavi, informacijske tehnologije, logistički troškovi, inter i intralogistika, logističko pravo, logistički kontroling i ostali razvojni elementi.[7]

Razvojni elementi su vrednovani pomoću matrice rasta ponajprije zbog nemogućnosti da se preko direktnih stopa rasta iskažu međuodnosi razvojnih elemenata. Tako se pomoću matrice rasta uvode indirektne stope rasta, pomoću kojih se mogu promatrati složeniji odnosi između razvojnih elemenata, odnosno pomoću kojih se preciznije mogu utvrditi apsolutne i relativne brzine rasta kao i odnosi između razvojnih elemenata.[8] Logistički operateri su prisiljeni obavljati dodatne aktivnosti, više transakcija u manjim količinama, sa kraćim vremenom ukrcaja i iskrcaja, uz manje troškove i sa većom točnošću.[9]

2.3. Koncepti logističkih operatera

U suvremeno doba u logistici se javlja pet koncepata logističkih operatera:

- Koncept 1PL (First Party Logistics) operatera
- Koncept 2PL (Second Party Logistics) operatera
- Koncept 3PL (Third Party Logistics) operatera
- Koncept 4PL (Fourth Party Logistics) operatera
- Koncept 5PL (Fifth Party Logistics) operatera

[7] Zelenika, R., Pupavac, D.: Menadžment logističkih sustava, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2008. str. 548

[8] Pupavac, D.: Logistički operator – čimbenik dinamičke optimalizacije globalnih logističkih lanaca, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2006., str.50-51.

[9] Šafran, M.: *Planiranje logističkih procesa*, Fakultet prometnih znanosti u Zagrebu, Zagreb, 2012. str. 5.

2.3.1. Koncept 1PL operatera

Koncept 1PL se može odrediti kao poduzeće koje obavlja svoje vlastite logističke aktivnosti. Ovaj se koncept odnosi na veće prijevozne kompanije koje su pružale ograničene usluge čitavom transportom lancu. Pod kontekstom prijevoznika se definiraju kao fizičke usluge transporta materijalnih ili nematerijalnih dobara.[10] Do kraja 1970-ih godina 1PL poduzeća koja su se bavila proizvodnjom samostalno su obavljala interne logističke usluge. Većina glavnih djelatnosti logistike, tj. transport, rukovanje te skladištenje su bile u mogućnosti obavljati same kompanije, upravo iz razloga što su imale svoj vozni park te skladišta, dok su se špediteri, zrakoplovne i brodske linije koristile samo za određene međunarodne destinacije. Kratica 1PL se odnosi na tvrtke koje nude regionalno ograničene operativne transportne te logističke usluge.[11]

2.3.2. Koncept 2PL operatera

Koncept 2PL je specijaliziran u području prometa u opskrbnom lancu, prebacujući robu iz jede točke u drugu. Već 80-ih godina 20. stoljeća dolazi do geografskog širenja te pomicanja granica logistike, a logistička poduzeća angažiraju dobavljača za obavljanje logističkih aktivnosti transporta te skladištenja u svrhu uštede vremena ili umanjenja troškova. *Outsourcing* je ključ uspjeha za veliki broj proizvođača. *Outsourcing* logističkih usluga se odnosi na upotrebu vanjskog dobavljača usluga za obavljanje poslova te usluga koje se ne uzimaju kao strateški važne za postizanje misije.[12]

2.3.3. Koncept 3PL operatera

3PL operater je vanjski davatelj logističkih usluga, odnosno poduzeće specijalizirano za pružanje cjelovitih skladišnih, prekrcajno – manipulacijskih te transportnih usluga, koje preuzima organizaciju, kao i provedbu određenog dijela opskrbnog lanca korisnika.[13] 3PL dobavljač nudi široku paletu usluga, dok osim realizacije logističkih aktivnosti, naglasak se stavlja na razmjenu informacija, rizika te koristi između 3PL dobavljača te kompanije.[14]

[10] Drašković, M.: Evolucija sistemskih logistikih provajdera, Montenegro Journal of Economics, N^0 8, Univerzitet Crne Gore, Fakultet za pomorstvo u Kotoru
[11] http://intralogistik.tips/kontraktlogistik-effizientes-outsourcing-von-logistikleistungen/
[12] Dunković, D.: Logističke mreže i suvremene logističke usluge, Suvremena trgovina, br. 4/2010.
[13] Šafran, M.: Planiranje logističkih procesa, Fakultet prometnih znanosti u Zagrebu, Zagreb, 2012. str. 6
[14] Zečević, S., Gojković P.: Logistički trendovi, Međunarodna znanstveno-stručna konferencija, Logistika 2010, Saobraćajni fakultet u Doboju, Doboj, 2010.

Operateri 3PL usluga su unaprijedili učinkovitost upravljanja logističkih lanaca, proširili lepezu logističkih usluga te povećali sposobnosti prijevoznika tereta te špeditera.

Koncept 3PL je početna točka transportnih te logističkih aktivnosti osamostaljenih operatera kao vanjskih kompanija. U najvećem broju slučajeva ovaj koncept uključuje više povezanih, međusobno koordiniranih te komplementiranih aktivnosti, kao što su skladištenje, isporuka te prijevoz, ali i niz dodatnih usluga. Ovaj se koncept počeo razvijati u razdoblju deregulacije transportne industrije 80-ih te 90-ih godina, kada su se mnogi 2PL operateri počeli razvijati u 3PL operatere. 3PL operateri tada dobivaju nove usluge, među koje se ubrajaju usluge prepakiravanja, usluge rezervne logistike ili povrata proizvoda od krajnjeg kupca, hlađenja, kao i sušenja kod prehrambenih proizvoda, zatim korištenje *outsourcinga* samo u nekim vršnim dijelovima dana, tjedna ili godine kada kapaciteti ne mogu podnijeti tekuću potražnju, prijevoz vrlo malog ili vrlo velikog tereta itd.[15]

Zahvaljujući prijenosu logističkih funkcija na 3PL operatere štedi se vrijeme, zatim se oslobađaju financijski resursi koji se usmjeravaju na ključne aktivnosti kompanije, kvalitetnije i brže se obavljaju logističke operacije, zatim se dijeli odgovornost za upravljanje te poslovni rizik, što sveukupno osigurava stvaranje natjecateljske prednosti na tržištu. Četiri su temeljne kategorije u koje se može klasificirati 3PL:

- Standardni 3PL dobavljač – koji obavlja osnovne logističke funkcije,
- Unaprjeđivač usluge – koji klijentima nudi dodatno isplative usluge prijevoza, praćenje, čuvanja, pakiranja, osiguranja,
- Prilagođavač korisniku – koji na zahtjev kupaca preuzima potpunu kontrolu nad logističkim aktivnostima u poduzeću,
- Unaprjeđivač za korisnike –kao najviši nivo 3PL, integriraju se sa svojim klijentima te preuzimaju sve logističke funkcije.[16]

2.3.4. Koncept 4PL operatera

[15] Dunković, D.: Logističke mreže i suvremene logističke usluge, Suvremena trgovina, br. 4/2010., Zagreb, Hrvatska
[16] http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850102002286

4PL operateri predstavljaju specijalistička poduzeća koja najkvalitetnije upravljaju resursima, kapacitetima, kao i tehnologijama uslužno-organizacijskih oblika koji funkcioniraju u okvirima jednog opskrbnog lanca. Koncept 4PL se temelji na intelektualnom logističkom kapitalu te IT sustavima, a ne na posjedovanju infrastrukture (terminala, skladišta…) te drugih materijalnih sredstava – prijevoznih sredstava, prekrcajne mehanizacije i sl., zbog čega za pružanje usluga svojim klijentima upotrebljava različite 3PL dobavljače.[17] Poduzeće koje pruža 4PL usluge se može odrediti kao ono koje pruža cjeloviti *outsourcing* logističkih funkcija uključujući mogućnost angažiranja, kao i nadzora konkretnih izvršitelja logističkih aktivnosti u opskrbnom lancu.

2.3.5. Koncept 5PL operatera

5PL logistički koncept usmjeren je na osiguravanje apsolutnih logističkih rješenja čitavog opskrbnog lanca te predstavlja napredni menadžment opskrbnog lanca kao integraciju svih aktivnosti povezanih s tokovima dobara u suvremenim logističkim mrežama. Ovaj se koncept upotrebljava u transformaciji opskrbnog lanca u opskrbnu mrežu. U bliskom kontaktu s klijentom 5PL logistički operater razvija te implementira najbolji mogući opskrbni lanac ili opskrbnu mrežu.[18] Vrlo često su međusobno povezani putem e-poslovanja pod čijim utjecajem se razvila i elektronička logistika. Elektronička logistika kao znanost te elektronička logistika kao aktivnost označava koordinirani, konzistentni te računalno upravljani skup složenih intra te interorganizacijskih logističkih fenomena za sve aspekte poslovnih aktivnosti, koje se mogu upravljati te voditi putem računalne mreže Internet.[19]

[17] Šafran, M.: Planiranje logističkih procesa, Fakultet prometnih znanosti u Zagrebu, Zagreb, 2012., str. 8.
[18] http://www.logisticsglossary.com/
[19] Zelenika, R., Pupavac, D., Vukmirović, S.: *Elektroničko poslovanje - čimbenik promjene marketinško-logističke paradigme*, izvorni znanstveni rad, Ekonomski pregled, Hrvatsko društvo ekonomista, Godina 53, 3 – 4, str. 292 – 319., Zagreb, 2002.

3. ZNAČAJ LOGISTIKE ZA SUVREMENO POSLOVANJE

U znanstvenoj kao i u stručnoj literaturi može se pronaći više stajališta o podrijetlu pojma logistika. Prema jednom od stajališta, pojam logistike prvenstveno se upotrebljava davne 1670. godine u vojnim dokumentima sa značenjem opskrbe vojničkih trupa potrebnim materijalima te transportne potpore prilikom prebacivanja trupa, naoružanja, opreme i slično iz jednog položaja u drugi. Već prema tome je nastala teorija prema kojoj je pojam logistike nastao od francuske riječi *loger* koja znači stanovati, smjestiti se ili noćiti pod vedrim nebom.[20]

Kao znanost i poslovna aktivnost logistika se u 20. stoljeću iznimno brzo razvijala te se potvrdila u svim gospodarskim sektorima, kao i u značenju multidisciplinarne i interdisciplinarne znanosti koja se proučava i primjenjuje gotovo u svakom području ljudske aktivnosti. U samim počecima razvoja logistike kao aktivnosti prvenstvo su zauzimali vještina, kao i iskustvo koji su u kasnijim stadijima razvoja svoje mjesto prepustili znanstvenim spoznajama, činjenicama, zakonima, kao i različitim teorijama.

Prvi tekstovi koji se odnose na logistiku nastali su još 1960-ih godina. Tada je P. Drucker ustvrdio da je logistika jedna od mogućnosti pomoću kojih se poboljšava korporativna učinkovitost.[21] Porastom kamatnih stopa 1970-ih godina, kao i povećanjem troškova energenata, logistika je postala bitan faktor prilikom obračuna troškova prijevoza predstavljajući problem brojnim organizacijama u industriji na globalnoj razini. Kvalitetan način upravljanja organizacijom obuhvaća da domaća organizacija ima idealnu mogućnost pružanja odgovarajućeg proizvoda ili usluge obližnjem tržištu od inozemnih konkurenata.

Jednako tako, paralelno porastu broja sudionika u okviru međunarodnog tržišta, opskrbni lanac svake organizacije, kao i ostalih sudionika na tržištu postaje duži, skuplji te kompleksniji, pa se prema tome zahtijeva kvalitetna logistika u cilju kontrole troškova i iskorištenje mogućnosti globalnog tržišta. Paralelno s tim dolazi do razvoja informacijske tehnologije kojom

[20] Zelenika, R., Logistički sustavi, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2005., str.18
[21] Lambert, D. M., Stock, J. R., Ellram, L. M., Fundamentals of Logistic Management, Irwin McGraw – Hill, USA, str.6

se omogućava nadzor svih logističkih aktivnosti (kao što su npr. naručivanje, kretanje te skladištenje robe i materijala). Pritom je došlo do razvoja velikog broja sustava kao što je *Just-in-time* sustav, sustav za planiranje distribucije resursa koji organizacijama omogućuje povezivanje aktivnosti, od onih upravljanja zalihama, narudžbi od proizvođača, prognoziranja i rasporeda proizvodnje.

Do razvoja logistike došlo je napretkom u tehnologiji informacijskih sustava u pogledu stavljanja naglaska na uslugu kupcima, na rastuću prepoznatljivost nužnosti sustavnog pristupa te upravljanja troškovima kako bi logistika postala strateški alat u natjecanju na globalnom tržištu. Logistikom se postižu racionalnosti u poslovanju te se usvaja i novi način razmišljanja u poduzeću prema kojem je nužno postaviti materijalne, vrijednosne i informacijske tokove. Prema tome ubrzanom razvoju logistike doprinijela je:

- Sveprisutna globalizacija i koncentracija gospodarskih aktivnosti,
- Internacionalizacija proizvodnje i trgovine,
- Ubrzani rast i razvoj znanstvenih spoznaja u svim područjima,
- Jačanje konkurencije,
- Ubrzani razvoj i modernizacija prometne infrastrukture,
- Povećanje kupovne moći stanovnika visoko i srednje razvijenih zemalja, kao i
- Demokratizacija.

Pod logistikom se prvenstveno podrazumijeva ukupnost aktivnosti u postavljanju, osiguranju te poboljšanju raspoloživosti svih osoba te sredstava, koje su pretpostavka, prateća pomoć ili osiguranje za tokove unutar jednog sustava.[22] S druge strane opći ili univerzalni logistički sustav je sustav međusobno svrsishodno povezanih te međuutjecajnih podsustava i elemenata logističke infrastrukture, logističkog intelektualnog kapitala, kao i drugih potencijalnih resursa, koji u visoko sofisticiranoj logističkoj industriji omogućuju uspješnu, učinkovitu te racionalnu proizvodnju logističkih proizvoda.

3.1. Suvremena logistika danas

[22] Segetlija, Z., Uvod u poslovnu logistiku, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 2002., str.11

Obzirom na činjenicu da uloga i važnost logistike svakodnevno raste, kao posljedica toga javlja se potreba za koordinacijom te kontrolom logističkih aktivnosti, tj. posljednjih se godina naglasak stavlja na integriranje suvremene logistike. U suvremeno se doba internacionalizacija poslovanja postavlja kao neizostavan proces opstanka te razvoja svakog gospodarskog sustava zbog činjenica što sudjelovanjem na globalnom tržištu cijela poslovna politika organizacije u smislu kreiranja ciljeva, misije, kao i strategije poslovanja mora biti postavljena u kontekstu postizanja manjih troškova poslovanja te efikasnog ostvarenja dobiti.

Logistika u suvremeno doba je obilježena globalizacijom poslovanja te revolucijom u informacijskoj tehnologiji. Globalizacijom dolazi do širenja tržišta proizvoda, ali i porasta broja konkurenata, a razvoj informacijske tehnologije, kao i kontinuirano ulaganje u nju pruža mogućnost sniženja zaliha, unapređenja nabave, kao i ostalih logističkih funkcija temeljem razvijene informacijske mreže. U suvremeno doba pogled na logistiku ističe pojam opskrbnog lanca koji bi morao biti izvorište konkurentske prednosti te potencijala. Upravljanje opskrbnim lancem odnosi se na integraciju poslovnih procesa od krajnjeg korisnika do izvornih dobavljača koji nude proizvode, usluge te informacije koje dodaju vrijednost za kupca.[23]

Upravljanje opskrbnim lancem predstavlja poprilično novi način pristupa poslovanju pa stoga postoje različita gledišta na procese koji čine dio opskrbnog lanca:

- Upravljanje odnosima s kupcima,
- Upravljanje službom za korisnike,
- Upravljanje potražnjom,
- Ispunjenje narudžbi,
- Razvoj proizvoda i komercijalizacija istih.

Upravljanje opskrbnim lancem nastaje u obostranom interesu poduzeća s dobavljačem u cilju smanjenja neizvjesnosti u opskrbnom lancu, usklađivanja lanca dobavljača te optimiziranja lanca dobave, a to se u najvećoj mjeri postiže putem interneta. Individualno se prilagođava na

[23] Lambert, M.D., Stock, J. R., Ellram, L.M, Fundamentals of Logistic Management, Irwin McGraw-Hill; USA, 1998., str.504

relevantni slučaj primjene te pritom uključuje planiranje, provođenje, kontrolu te upravljanje tokom materijala te informacija kroz cijeli lanac.

3.2. Marketinški aspekt logistike

S obzirom da je logistička funkcija jedna od temeljnih u djelovanju poduzeća njen odnos sa funkcijom marketinga je relevantan u zadovoljavanju potreba te želja kupaca, odnosno potrošača koji su u središtu pozornosti kako marketinga, tako i čitavog poduzeća. Pet je relevantnih koristi logistike kroz marketinšku funkciju za zadovoljenje potreba kupaca[24]:

- Koristi od oblika proizvoda – podrazumijeva kvalitetu, dizajn, imidž proizvoda, ali ova karakteristika se ne smatra dovoljnom za zadovoljenje potrebe kupaca.
- Koristi od prava na proizvod – kupcu je potrebno prenijeti pravo na proizvod, bilo da se radi o najmu ili o trajnom vlasništvu,
- Koristi od informacija – treba se dodati da bi koristi od oblika proizvoda bile dovoljne za zadovoljenje potrebe kupaca,
- Koristi od mjesta – ovo se smatra potrebnom karakteristikom jer je proizvod potrebno poslati kupcu na mjestu koje njemu odgovara,
- Koristi od vremena – karakteristika koja je nužna jer se proizvod mora dostaviti u trenutku kada je kupcu potreban.

U suvremeno doba logistika je mnogo složenija, jer osim zahtjeva efikasnosti tu su još i marketinški zahtjevi u smislu prilagođavanja usluga ne samo užoj skupini potrošača već pojedinim potrošačima. Na taj način tradicionalna logistika postaje sredstvo podizanja kvalitete usluge potrošačima, s obzirom da je vidljivo postojanje tendencije rasta broja potrošača koji žele višu razinu usluge, koja je opstala sredstvom stvaranja konkurentske prednosti te time stvorila priliku za diferencijaciju standardnog proizvoda te zadovoljenje posebnih potreba potrošača.

Tradicionalno, marketinška logistika predstavlja određenu potporu marketinškom spletu, te obuhvaća aktivnosti koje su uzrok marketinških troškova, dok istovremeno povećavaju vrijednost ponude. Pritom se potrošaču dostavlja proizvod koji je tražio uz minimalne troškove, koji se javljaju kao posljedice premoštenja vremenskih, kao i lokacijskih, odnosno prostornih

[24] Segetlija, Z., Uvod u poslovnu logistiku, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 2002., str. 51

razlika između proizvodnje te potrošnje. Javlja se međuovisnost logističke usluge isporuke kupcu s elementima u okviru marketinškog spleta na područjima[25]:

- Proizvoda,
- Cijene,
- Komuniciranja te
- Distribucije.

Do proširenja proizvodnog programa u najvećem broju slučajeva dolazi uvođenjem novih proizvoda ili njihovom diferencijacijom, a time logistički problemi izvršavanja narudžbi, pakiranja te transporta postaju još složeniji s obzirom da proširenjem proizvodnog programa dolazi i do porasta zaliha. Jednako tako, važno je voditi računa i o oblikovanju proizvoda kako bi ga se učinilo prikladnim za skladištenje i transport. Prilikom određivanja cijene u obzir se moraju uzeti i logistički troškovi. Iz tog razloga cijena se može odrediti prostornim diferenciranjem ili diferenciranjem prema prodanim količinama. Prostornim se diferenciranjem cijena definiraju razlike između stvarnih logističkih troškova koji su vezani uz isporuku nekog proizvoda te cijene.

Kada se radi o prodanim količinama, diferenciranjem cijena se utvrđuje politika rabata koji se može odobravati ili prema veličini pojedine narudžbe ili prema ukupno preuzetim količinama u nekom određenom razdoblju. Osim navedenog nužno je da se ostvari i koordinacija u postupku komuniciranja u cilju zadovoljenja povišene potražnje do koje je došlo uslijed propagande, unaprjeđenja prodaje te osobne prodaje. Propagandom se može postići bolji imidž proizvoda a to ujedno vodi i višoj cijeni proizvoda, kao i lakšem pokrivanju troškova distribucije, potom u vidu unapređenja prodaje putem pakiranja, te to na takav način da pakiranje potiče impulzivnu kupnju jer psihički povoljno utječe na kupca kako bi što brže donio odluku o kupnji.

Osobnom prodajom suradnik mora biti upoznat sa logističkim sustavom svog vlastitog poduzeća da bi u prodajnom razgovoru mogao ponuditi adekvatnu uslugu isporuke. U pogledu logistike isporuke relevantno je definirati i kanal distribucije u smislu da li će poduzeće samo izvršiti zadaću isporuke ili će je delegirati na samostalne partnere. U direktnom kanalu

[25] Ibid, str. 53.

distribucije nema posrednika, dok kod neizravnog kanala u procesu isporuke sudjeluju i ostali subjekti, kao što su agenti, zastupnici i slično. Kako bi se postignuo maksimalni učinak, logistika i marketing kao funkcije poduzeća moraju djelovati skupa i biti koordinirane te kompletirane s ostalim funkcijama. Funkcija marketinga je stvaranje potražnje, dok je funkcija logistike uslužiti i zadovoljiti potražnju. [26]

3.3. Logistička funkcija te unaprjeđenje poslovanja

Kako bi se unaprijedilo poslovanje poduzeća, u prvom redu je nužno usvajanje novog načina promatranja te sustavnog razmišljanja u domeni logistike. Usvajanjem logističke koncepcije analiza problema se provodi na temelju upotrebe novih pojmova, opisa, objašnjenja te spajanja. Takav način promatranja problema proizlazi iz temeljnih parametara svakog logističkog sustava. Prilikom usvajanja sustavnog načina razmišljanja, spoznaje o odnosima između pojedinačnih elemenata uzimaju se kao najvažniji element usvojenog načina razmišljanja iz jednostavnog razloga što bi, kad su se razmatralo suprotno, mogla donijeti pogrešna poslovna odluka.

Za trgovinska poduzeća je najjednostavnije implementiranje logistike u organizaciju poduzeća, uzimajući u obzir zasebne organizacijske cjeline u okviru poduzeća – skladište, transport i sl. Kvaliteta informacijskog sustava uvjetuje uvođenje logistike u uslužna poduzeća. Uvođenje, kao i sam razvoj logistike u poslovanju utemeljen je na logističkom konceptu. Provođenjem logističke koncepcije u funkcijskom, instrumentalnom, kao i institucijskom pogledu postiže se veći stupanj efikasnosti poslovanja poduzeća temeljem sniženja logističkih troškova, ubrzanja obrta kapitala, povišenja razine servisa, poboljšanja procesa odlučivanja, smanjenja konflikata u organizaciji poduzeća, poboljšanja suradnje među poduzećima itd.[27]

Povećanjem kvalitete poslovanja putem logistike dolazi i do rješavanja problema usklađivanja te optimiziranja u okviru samog logističkog područja, kao i između logistike i ostalih funkcija u poduzeću (npr. nabava, proizvodnja ili prodaja). Sam koncept uvođenja logistike u poslovanje poduzeća, kako bi se ono poboljšalo, mora biti integralan te mora

[26] Ibid, str. 54.
[27] Ibid, str. 48.

ispunjavati zahtjeve potpunosti u pogledu dostizanja cjelovitosti rješenja, transparentnosti, sposobnosti provođenja tako da se opišu kompetencije logističke funkcije, kontroliranja postavljenih ciljeva povezano uz učinke, kao i troškove prema fazama provođenja, kao i zahtjev uklapanja u okvire planiranih troškova, koji su dobiveni i okviru analize troškova, kao i koristi. Sam sadržaj logističkog koncepta koji je usvojen u organizaciji sadrži[28]:

- Temeljna načela za formiranje proizvoda s logističkog aspekta,
- Načela kojima se postavlja struktura, kao i organizacija proizvodnje,
- Omjer vlastite te tuđe obrade, ako se radi o poluproizvodima,
- Planiranje, kao i provođenje čitavog tijeka nabave, od same proizvodnje, pa do isporuke,
- Logistiku nabave – načela što, kako, koliko, kada nabaviti od materijala, zatim,
- Broj, kao i lokaciju proizvodnih jedinica i skladišta te
- Vrstu transporta.

[28] Ibid, str. 236.

4. FINANCIJSKI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI I STABILNOSTI PROMETNIH PODUZEĆA

Uspješno i kvalitetno poslovanje poduzeća pretpostavlja sustav stalnog integralnog planiranja poslovnih te financijskih aktivnosti. Na temelju financijskih izvještaja poduzeća, kao i financijske strukture, prikazuje se financijska situacija poduzeća koja upućuje na stanje imovine, obveza te vlastitog kapitala poduzeća. Ne uzimaju se u obzir samo financije poduzeća kao sredstvo raspolaganja te obavljanja funkcija i ciljeva poduzeća te pokazatelji učinkovitosti poslovanja te financiranja. Financijski su pokazatelji utemeljeni na pokazateljima analize financijskih izvještaja te se mogu svrstati u sljedeće skupine[29]:

- pokazatelji likvidnosti – pokazatelji kojima se mjeri sposobnost poduzeća da podmiri svoje dospjele kratkoročne obveze;
- pokazatelji zaduženosti – pokazatelji kojima se mjeri do koje granice se poduzeće financira iz tuđih izvora sredstava;
- pokazatelji aktivnosti – pokazatelji kojima se mjeri koliko efikasno poduzeće upotrebljava svoje resurse;
- pokazatelji ekonomičnosti – pokazatelji kojima se mjeri odnos prihoda i rashoda;
- pokazatelji profitabilnosti – pokazatelji kojima se mjeri povrat uloženog kapitala.

Struktura kapitala podrazumijeva kombinaciju raznoraznih izvora koje poduzeće upotrebljava prilikom pribavljanja kapitala kojim ono financira svoje investicijske aktivnosti. Tradicionalno se zastupa stav da je optimalna struktura kapitala ona kod koje je najmanji trošak financiranja poduzeća. Kako bi se pravilno procijenila uspješnost poslovanja poduzeća moraju se uzeti u obzir sljedeći pokazatelji (slika 1):

- produktivnost,
- rentabilnost,
- ekonomičnost.

[29] http://www.mathos.unios.hr/analizapp/Files/Financijska_analiza.doc.pdf



Slika 1. Ekonomski principi poslovanja
Izvor: https://nastavapreduzetnistva.files.wordpress.com/2012/02/principi1.jpg

4.1. Pokazatelji likvidnosti

Likvidnost se definira kao svojstvo imovine ili njenih pojedinih dijelova da se mogu pretvoriti u gotovinu koja je dostatna za pokriće preuzetih obaveza.[30] Likvidnost poduzeća prikazuje se kroz sposobnost podmirenja obveza. Putem pokazatelja likvidnosti može se razaznati i izmjeriti sposobnost poduzeća za podmirenjem dospjelih kratkoročnih obveza. Dobra likvidnost u velikoj mjeri utječe na smanjenje rizika od mogućeg financijskog sloma poduzeća. Kao najčešći pokazatelji likvidnosti javljaju se koeficijent trenutne likvidnosti, koeficijent ubrzane likvidnosti, koeficijent tekuće likvidnosti, kao i koeficijent financijske stabilnosti.[31]

Koeficijentom tekuće likvidnosti obuhvaća se čitava kratkotrajna imovina. Tim se koeficijentom stavlja u omjer kratkotrajna imovina, kao i kratkoročne obveze, te se pokazuje može li poduzeće izvršiti sve svoje dospjele kratkoročne obveze iz kratkotrajne imovine. Vrijednost tih pokazatelja mora biti 2, a u tom slučaju bi kratkotrajna imovina poduzeća bila dvostruko veća od njegovih kratkotrajnih obveza[32]:

Koeficijent tekuće likvidnosti = kratkotrajna imovina / kratkoročne obveze.

[30] http://www.poslovni.hr/leksikon/likvidnost-1443
[31] Žager, K., Žager, L., Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 172.
[32] http://www.efos.unios.hr/financiranjepoduzetnickogpothvata/wpcontent/uploads/sites/224/2013/04/8_ financijski-pokazatelji.pdf

S druge strane, pokazatelj ubrzane likvidnosti u omjer stavlja novac, kao i potraživanja s kratkoročnim obvezama. Njime se pokazuje je li poduzeće sposobno generirati prikladnu količinu gotovine za podmirenje kratkoročnih obveza. U odnosu prema koeficijentu trenutne likvidnosti, pokazatelj ubrzane likvidnosti uključuje i manje likvidnu kratkotrajnu imovinu, potraživanja. Kao poželjna vrijednost tog pokazatelja je 1, dok je granična vrijednost 0,9[33]:

Koeficijent ubrzane likvidnosti = (novac + potraživanja) / kratkoročne obveze

Koeficijent trenutne likvidnosti dovodi u omjer novac i kratkoročne obveze, a upućuje i na sposobnost poduzeća za trenutno podmirenje obveza. Tim se koeficijentom prikazuje sposobnost pokrivenosti kratkoročnih obveza likvidnom kratkotrajnom imovinom, odnosno novčanim sredstvima. Najmanja vrijednost koeficijenta trenutne likvidnosti morala bi biti 0,10[34]:

Koeficijent trenutne likvidnosti = novac / kratkoročne obveze

U omjer se koeficijentom financijske stabilnosti stavlja dugotrajna imovina i kapital te dugoročne obveze. Poželjna vrijednost ovog koeficijenta je manja od 1, zato što se iz dijela dugoročnih izvora mora financirati i kratkotrajna imovina[35]:

Koeficijent financijske stabilnosti = dugotrajna imovina / (kapital + dugoročne obveze).

4.2. Pokazatelji zaduženosti

Pokazatelji zaduženosti poduzeća ukazuju na strukturu kapitala, odnosno odnos tuđeg te vlastitog kapitala. Ti su pokazatelji oblikovani temeljem bilance te radi toga održavaju statičku zaduženost, odnosno zaduženost na datum koji je na bilanci naznačen. Pokazatelji zaduženosti poduzeća odražavaju strukturu pasive te govore veličinu imovine koja je financirana iz vlastitog

[33] Žager, K., Žager, L., Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 172.
[34] http://www.efos.unios.hr/financiranjepoduzetnickogpothvata/wpcontent/uploads/sites/224/2013/04/8_ financijski-pokazatelji.pdf
[35] Žager, K., Žager, L., Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 172.

kapitala, odnosno glavnice, a koliko je imovine financirano iz tuđeg kapitala, odnosno obaveza. Najčešći pokazatelji zaduženosti poduzeća su sljedeći[36]:

- Koeficijent zaduženosti,
- Koeficijent financiranja, kao i
- Koeficijent vlastitog financiranja.

Koeficijentom zaduženosti prikazuje se do koje mjere neko poduzeće upotrebljava zaduživanje kao oblik svog financiranja, tj. koliki je postotak imovine pribavljen zaduživanjem. Što više raste odnos duga i imovine, to više raste i financijski rizik, a što se odnos duga i imovine smanjuje to je niži i financijski rizik. U pravilu bi vrijednost koeficijenta zaduženosti morala iznositi 0,5 ili manje[37]:

Koeficijent zaduženosti = ukupne obveze / ukupna imovina

Koeficijent financiranja predstavlja jedan od najvažnijih financijskih pokazatelja koji nas usmjerava na visinu rizičnosti ulaganja u neko određeno poduzeće. Ovim se koeficijentom stavljaju u omjer ukupne obveze i glavnica. Pritom bi bilo dobro da pokazatelj bude što manji, a najviše 1. Ukoliko je vrijednost koeficijenta financiranja previsoka, to ukazuje da mogućnost postojanja teškoća u vraćanju posuđenih sredstava, kao i u plaćanja kamata:

Koeficijent financiranja = ukupne obveze / glavnica

Koeficijentom vlastitog financiranja prikazuje se visina imovine koja je financirana iz vlastitog kapitala, odnosno glavnice, pa u omjer stavlja kapital i ukupnu imovinu. Pokazatelj je bolji što je koeficijent veći od 0,50:

Koeficijent vlastitog financiranja = glavnica / ukupna imovina

4.3. Pokazatelji aktivnosti

[36] http://www.mathos.unios.hr/analizapp/Files/Financijska_analiza.doc.pdf
[37] Ibid

Pokazatelji aktivnosti ukazuju na stupanj aktivnosti poduzeća, odnosno na brzinu cirkulacije imovine u poslovnom procesu. Pokazatelji aktivnosti se računaju temeljem odnosa prometa te prosječnog stanja. Previsoki iznos akumulirane amortizacije u odnosu na iskazanu dugotrajnu imovinu može biti indikator zastarjelosti, kao i potrebe za unaprjeđenjem, dok relevantan porast stanja novca može upućivati na višak sredstava. U različitim oblicima, pokazatelji aktivnosti izražavaju relativnu veličinu kapitala koja podržava obujam poslovnih transakcija. Ukoliko je koeficijent obrta poznat, može se izračunati i prosječne dane vezivanja sredstava, odnosno prosječno trajanje obrta.

Navedeni se pokazatelji mogu utvrditi temeljem podataka iz bilance, kao i računa dobiti i gubitaka, dok općenito pravilo kaže kako je bolje da je koeficijent obrta što veći broj, odnosno da je vrijeme vezivanja ukupne te pojedinih vrsta imovine što kraće. Najčešće korišteni omjeri su[38]:

- Koeficijent obrta ukupne imovine,
- Koeficijent obrta dugotrajne imovine,
- Koeficijent obrta kratkotrajne imovine.

Koeficijent obrta ukupne imovine u omjer stavlja ukupni prihod te ukupnu imovinu pritom ukazujući na podatak koliko puta poduzeće u godini dana obrne svoju imovinu te je pretvori u prihod. Na taj se način pokazuje uspješnost poduzeća u iskorištavanju ukupne imovine u stvaranju rezultata. Svakako je poželjno da koeficijent obrta ukupne imovine u konačnici bude što veći[39]:

Koeficijent obrta ukupne imovine = ukupni prihod / ukupna imovina

[38] Ibid
[39] ibid

Koeficijentom obrta dugotrajne imovine u omjer se stavlja ukupni prihod te kratkotrajna imovina poduzeća i pritom se prikazuje uspješnost poduzeća u korištenju dugotrajne imovine u cilju ostvarivanja prihoda. Poželjno je da koeficijent obrta dugotrajne imovine bude što veći[40]:

Koeficijent obrta dugotrajne imovine = ukupni prihod / dugotrajna imovina

S druge strane, koeficijent obrta kratkotrajne imovine prikazuje efikasnost korištenja kratkotrajne imovine kod ostvarivanja prihoda. Ona u omjer stavlja ukupni prihod te kratkotrajnu imovinu i upućuje na to koliko puta se kroz jednu godinu obrne kratkotrajna imovina poduzeća. Kao i za koeficijent obrta ukupne imovine i koeficijent obrta dugotrajne imovine, poželjno je da koeficijent obrta kratkotrajne imovine bude što veći[41]:

Koeficijent obrta kratkotrajne imovine = ukupni prihod / kratkotrajna imovina

4.4. Pokazatelji ekonomičnosti

Pokazatelji ekonomičnosti se računaju na temelju podataka iz računa dobiti i gubitka i to na način da se stavljaju u međusobni odnos prihodi i rashodi. Njima se izražava razina prihoda koja se ostvaruje po jedinici rashoda. Pokazatelji ekonomičnosti moraju biti veći od 1, dok je poželjno da budu što veći. Ukoliko su pokazatelji ekonomičnosti veći od 1 to ukazuje da su prihodi veći od rashoda te da poduzeće posluje ekonomično, tj. da ima dobitak. S druge strane, ako su pokazatelji manji od 1, to znači da je poslovanje poduzeća neekonomično, odnosno da posluje s gubitkom. U pokazatelje ekonomičnost spadaju[42]:

- Pokazatelj ekonomičnosti ukupnog poslovanja,
- Pokazatelj ekonomičnosti poslovnih aktivnosti (prodaje), te
- Pokazatelj ekonomičnosti financiranja.

[40] Ibid
[41] Ibid
[42] http://www.revident.ba/public/files/primjena-analize-financijskih-izvjestaja-pomocu-kljucnih-financijskih-pokazatelja.pdf2

Pokazatelj ekonomičnosti se izračunava na način da se u odnos stavljaju ukupni prihodi poduzeća te ukupni rashodi poduzeća. Poslovanje poduzeća je ekonomično ukoliko su sveukupni prihodi veći od sveukupnih rashoda i samim time je koeficijent ekonomičnosti ukupnog poslovanja veći od 1, ukoliko je koeficijent manji od 1 to znači da su ukupni rashodi veći od ukupnih prihoda te da poduzeće ne posluje ekonomično[43]:

Pokazatelj ekonomičnosti ukupnog poslovanja = ukupni prihodi / ukupni rashodi

Pokazatelj ekonomičnosti poslovnih aktivnosti (prodaje) stavlja u omjer prihode te rashode od poslovne aktivnosti (prodaje) i upućuje na uspjeh osnovne djelatnosti poduzeća:

Pokazatelj ekonomičnosti poslovanja (prodaje) = prihodi od poslovnih aktivnosti (prodaje) / rashodi prodaje

Pokazatelj ekonomičnosti financiranja prikazuje omjer financijskih prihoda te financijskih rashoda poduzeća. Pritom je poželjno da omjer bude što veći[44]:

Pokazatelj ekonomičnosti financiranja = financijskih prihodi / financijskih rashodi

4.5. Pokazatelji profitabilnosti

Analiza profitabilnosti poslovanja poduzeća, svrstava se, opravdano u najvažnije dijelove financijskih analiza. Pokazatelji profitabilnosti su odnosi koji povezuju profit s prihodima iz prodaje te investicijama, a ukupno promatrani pokazuju ukupnu učinkovitost poslovanja poduzeća.[45] Kao najčešće korišteni pokazatelji profitabilnosti javljaju se:

- Neto marža – prikazuje odnos između dobiti nakon oporezivanja (neto dobiti), povećane za kamate te prihodima od prodaje poduzeća. Neto marža profita je najtočniji pokazatelj finalnih učinaka ostvarenih poslova te pokazuje koliko

[43] Žager, K., Žager, L., Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 1999., str. 179.
[44] http://www.mathos.unios.hr/analizapp/Files/Financijska_analiza.doc.pdf
[45] http://www.mathos.unios.hr/analizapp/Files/Financijska_analiza.doc.pdf

postotak prihoda ostaje u vidu dobiti kojom se može slobodno raspolagati. Preostali prihod predstavlja dobitak poduzeća te poželjno je da bude što veći[46]:

Neto profitna mreža = neto dobit / ukupni prihod

- Stopa povrata imovine – pokazuje koliku dobit ostvaruje poduzeće na jednu uloženu kunu imovine. Pritom je poželjno da taj pokazatelj bude što veći. Kod ocjenjivanja pokazatelja rentabilnosti treba paziti na starost dugotrajne imovine. Poduzeća sa starijom imovinom će imati veće stope povrata od poduzeća koja se koriste novom imovinom, a to radi knjigovodstvenog smanjenja vrijednosti imovine zbog amortizacije:

Stopa povrata imovine = neto dobit / ukupna imovina

- Stopa povrata kapitala – ova stopa pokazuje koliko novčanih jedinica dobiti poduzeće ostvaruje na jedu jedinicu kapitala. Što je veća stopa povrata, to je poduzeće zanimljivije za potencijalne dobavljače. Smatra se da je ulaganje povoljno u slučajevima kada je povrat na ulog veći ili barem jednak kamatnoj stopi na oročena sredstva u banci. Na vrijednost rentabilnosti vlastitog kapitala utječe i smanjenje kapitala i rezervi. Stopa rentabilnosti ne mora se povećavati zbog povećanja dobiti, već i zbog smanjenja glavnice. Isto tako, kod konačnog ocjenjivanja ostvarenih pokazatelja relevantno je provesti analizu te udio zaduženosti u ukupnoj pasivi, jer i porast zaduženosti vodi ka povećanju ovog pokazatelja[47]:

Stopa povrata vlastitog kapitala (glavnice) = neto dobiti / vlastiti kapital (glavnica)

[46] http://www.revident.ba/public/files/primjena-analize-financijskih-izvjestaja-pomocu-kljucnih-financijskih-pokazatelja.pdf
[47] http://www.mathos.unios.hr/analizapp/Files/Financijska_analiza.doc.pdf

4.6. Produktivnost

Produktivnost kao ekonomski princip poslovanja predstavlja težnju da se u poslovanju ostvari što više proizvoda i usluga, uz što manje ulaganje rada, odnosno utrošaka radne snage.[48] U širem smislu produktivnost se označava kao učinkovitost nekog djelatnog procesa koja se izražava u ostvarenom rezultatu te njegovom odnosu prema angažiranim sredstvima ili količinom utrošenog radnog vremena, a može se promatrati s aspekta jednog poduzeća, grane proizvodnje, pa i s aspekta cjelokupnog nacionalnog gospodarstva. Produktivnost se na taj način jednostavno može izraziti kao odnos između realiziranog (izlaznog) fizičkog obujma proizvodnje ili usluga (output) i njegovom odnosu prema angažiranim sredstva ili količini utrošenog radnog vremena (input) u određenom promatranom razdoblju[49].

$$\text{PRODUKTIVNOST} = \frac{\text{IZLAZ (output)}}{POJEDINAČNI\ ULAZ\ (inputi)}$$

Odnosno:

$$\text{p} = \frac{Q}{S} \qquad (1)$$

- P – produktivnost
- Q – dnevna proizvodnja
- S – broj radnika

Povećanje produktivnosti rada pruža mogućnost brojnih pozitivnih učinaka, od kojih se posebno ističu[50]:

- Predstavlja temeljni način povećanja osobnih primanja, a to ima relevantan utjecaj na kupovnu moć stanovništva,
- Djeluje protuinflacijski jer smanjuje troškove proizvodnje,
- Smanjuje cijene po jedinici proizvoda, čime uvelike utječe na konkurentsku sposobnost na tuzemnom ili domaćem, kao i inozemnom ili stranom tržištu.

[48] https://nastavapreduzetnistva.wordpress.com/2012/02/21/ekonomski-principi-poslovanja/
[49] Bukljaš Skočibušić, M., Radačić, Ž., Jurčević, M.: Ekonomika prometa, Fakultet Prometnih Znanosti, Zagreb 2011., str. 204.
[50] Ibid, str. 204

4.7. Ekonomičnost

Ekonomičnost predstavlja najkompleksnije mjerilo uspješnosti poslovanja. Ona se izražava putem odnosa između ostvarenih učinaka te količine rada, predmeta rada, sredstava za rad, kao i tuđih usluga koje su potrebne za njihovo ostvarenje. Samo djelovanje ekonomskih zahtjeva prisiljava te stimulira prometna poduzeća u ostvarivanju ciljeva poslovanja uz minimalne troškove. Ekonomičnost prikazuje u kojoj mjeri se postižu poslovni ciljevi te u kojoj se mjeri štete resursi koji su nužni za njihovo ostvarivanje. Za neko poslovanje se može reći da je ekonomično ukoliko je ostvareni učinak rezultat ekonomičnog trošenja sredstava za rad, predmeta rada, tuđih usluga te racionalnog raspolaganja s radnom snagom i ukoliko postoji mogućnost za realizaciju ostvarene proizvodnje.[51]

Ekonomičnost se može izračunati tako da se ostvareni učinak te utrošeni elementi radnog procesa stave u odnos[52]:

$$\mathrm{e} = \frac{Q}{T} \qquad (2)$$

gdje je:

- e – ekonomičnost
- Q – ostvareni učinci
- T – utrošeni elementi proizvodnje

Osim toga može se koristiti i formula recipročne ekonomičnosti, odnosno štedljivosti. Taj koeficijent predstavlja stupanj štedljivosti, te se računa kao[53]:

$$r^e = \frac{Q}{T} \qquad (3)$$

Gdje je:

- r^e – ekonomičnost u obliku štedljivosti,
- T – utrošeni elementi radnog procesa,
- Q - ostvareni učinci.

Ovisno o veličini izračunatih koeficijenata, poslovanje može biti:

[51] Ibid, str. 207
[52] Ibid, str. 207.
[53] Ibid, str. 208.

e > 1 – poslovanje je ekonomično, a to znači da postoji dobit;

e < 1 – poslovanje je neekonomično;

e = 1 – poslovanje je na granici ekonomičnosti.

4.8. Rentabilnost ili profitabilnost

Rentabilnost ili profitabilnost je ekonomsko mjerilo uspješnosti, a ocrtava unosnost kapitala koji je uložen u određenom vremenu, odnosno u nekom određenom poslu. Rentabilnost je sastavnica ekonomičnosti, te se one mogu, ali i ne moraju podudarati, zbog činjenice da se kod povećane ekonomičnosti uloži i više kapitala. Rentabilnost se iskazuje putem odnosa poslovnog rezultata odnosno profita, kao i uloženog kapitala. Gledano s ekonomskog aspekta, rentabilnost je pokazatelj koji u sebi sadrži dobit, pa je prema tome izravni iskaz za temeljni princip poslovanja, tj. princip maksimizacije profita, odnosno dobiti. [54]

Za poduzeće se može reći da posluje rentabilno, ukoliko ono ostvaruje dobit, a nerentabilno ukoliko posluje s gubitkom. Rentabilnost predstavlja zahtjev prema kojem se mora raspoloživim kapitalom postići najbolji mogući poslovni rezultat odnosno profit. Rentabilnost poslovanja izražava se sljedećom formulom[55]:

$$\text{Rentabilnost (r)} = \frac{profit}{uloženi\ kapital}\ x\ 100 \qquad (4)$$

Dobiveni koeficijent prikazuje koliko se jedinica poslovnog rezultata ostvari na jedinicu uloženog kapitala. Prilikom mjerenja rentabilnosti, kao uloženi kapital, može se uzeti[56]:

- Vlastiti kapital poduzeća, tj. kapital za koji ne postoji nikakva obveza vraćanja,
- Sredstva poduzeća, odnosno prosječna vrijednost uloženih sredstava koja se upotrebljavaju za ostvarenje poslovnog rezultata, a pripadaju im: obrtna sredstva, osnovna sredstva, te dugoročna i kratkoročna financijska ulaganja.

[54] Ibid, str. 212.
[55] Ibid, str. 212.
[56] Ibid, str. 212 – 213.

Rentabilnost se može umjesto koeficijentom mjeriti i stopom, pa na taj način postoje izračuni za[57]:

- Rentabilnost vlastitog kapitala (r%)
- Rentabilnost sredstava poduzeća,
- Rentabilnost ukupne imovine.

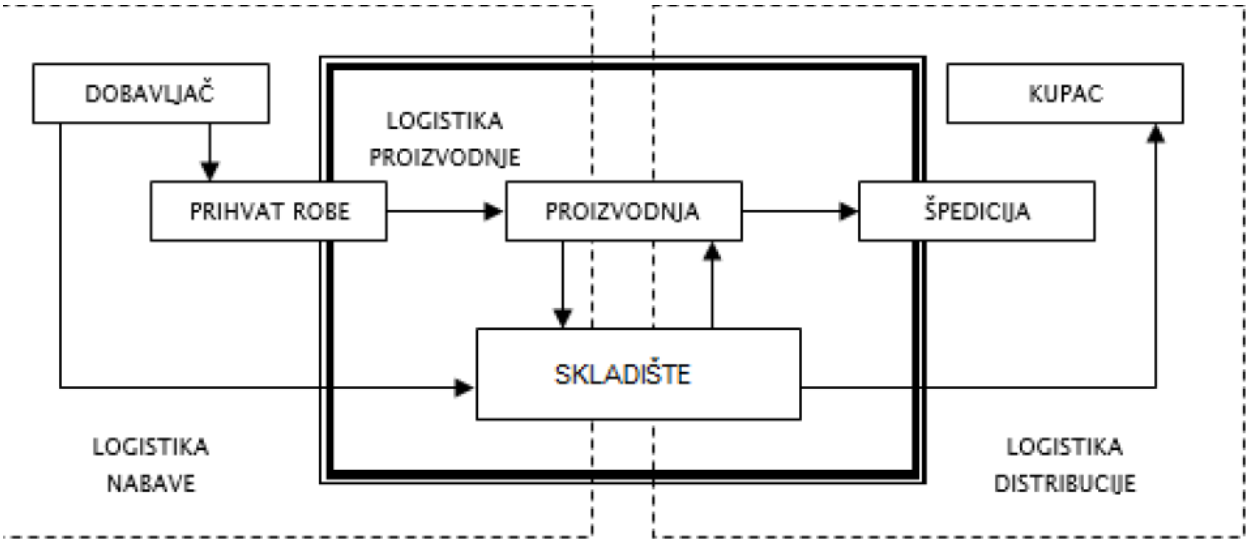
Osim navedenih načina, stopa rentabilnosti može se izraziti i na sljedeći način:

$$\text{RENTABILNOST} = \frac{PRIHODI - TROŠKOVI}{KAPITAL} \qquad (5)$$

[57] Ibid, str. 213.

5. POSLOVANJE LOGISTISTIČKIH PODUZEĆA

Logistički operateri predstavljaju čimbenik koji relativno uspješno dizajnira te optimizira logističku mrežu koja je sve više i više uključena u globalni gospodarski sustav i obavlja različite logističke aktivnosti od točke isporuke do točke primitka te uz minimalno uložene resurse maksimalno ispunjava zahtjeve tržišta. Tim se poduzećima ostvaruje lakše zaključivanje poslova, ubrzava se te se racionalizira robne tokove. Osim toga pruža se mogućnost proizvođačima, kao i trgovcima da se posvete svojim temeljnim djelatnostima. Oni rade prema nalogu drugih. Slikom 2 prikazan je spektar logističkih procesa. [58]



Slika 2. Spektar logističkih procesa
Izvor: http://free-os.t-com.hr/pavin/files/Uvod%20u%20poslovnu%20logistiku.doc

Profitabilnost svakog poduzeća je ovisna u velikoj mjeri o logističkim troškovima upravo zato što čine relevantan dio ukupnih troškova poslovanja. Udio logističkih troškova u ukupnim se troškovima razlikuje u proizvodnim te maloprodajnim tvrtkama te se kreće u intervalu od 15% do 25% troškova. Unaprjeđenjem logističkih centara kod maloprodajnih subjekata se u velikoj mjeri umanjuje potreba za zadržavanjem vlastitih logističkih operacija u proizvođačkim kompanijama. Kao posljedica navedenog javlja se smanjenje broja dostavnih mjesta na kojima

[58] Pupavac, D.: Logistički operator - čimbenik dinamičke optimalizacije globalnih logističkih lanaca, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2006.

se mora distribuirati proizvode, odnosno centralna skladišta pojedinih trgovaca, broj vozila ostaje jednak zbog pokrivanja preostalih tržišnih subjekata za znatno manjim količinama te za proizvođače distribucija postaje neprofitabilna. [59]

Temeljem ekonomije obujma, sami najveći maloprodajni subjekti na tržištu uspijevaju smanjiti troškove te konkurirati niskim cijenama. Na tržištu je situacija takva da manji maloprodajni lanci organiziraju distribuciju te skladištenje u svom aranžmanu. Zbog manjih količina te velikog broja dostavnih mjesta, ukupnim izračunom logističkih troškova dolazi se do zaključka da je jeftinije te jednostavnije naći pouzdanog logističkih partnera koji će osigurati kvalitetnu te kompletnu logističku uslugu. Tim razmišljanjima se dostiže do generatora troškova te profita logističkih poduzeća. Udjel troškova logistike je 8% ukupnog ostvarenog prihoda poduzeća, dok neka istraživanja pokazuju da strukturu ukupnih logističkih troškova čine: transport (45%), skladištenje (25%), zalihe (20%) te administrativni troškovi (10%), ali to ne mora nužno činiti strukturu svakog poduzeća.

Većina navedenih poslova ne čini strateški važne poslove na kojima poduzeća grade svoju konkurentsku prednost, međutim, ključne su za operativno djelovanje, ali i profitabilno poslovanje. Troškovi za logističke funkcije u maloprodaji znatno su važniji nego li u proizvodnoj industriji. Baš zbog velikih troškova, maloprodajni lanci su počeli tražiti uštede u razvoju vlastitog logističkog sustava. Veliki dio poslovnih subjekta u kalkulaciji logističkih usluga ne uračunava sve troškovne linije. Najčešće se uračunavaju samo troškovi goriva, cestarina te neto plaća vozača. Međutim, logistički troškovi su sveobuhvatniji.

Kao najvažnija točka kod troškova javljaju se transportna sredstva, kao i svi oblici održavanja vozila – amortizacija kamiona / viličara, troškovi ulja, guma, registracije, osiguranja, održavanja prijevozne opreme te pranje komore te izravni troškovi prijevoza (gorivo, svi troškovi puta…). Troškovi koji spadaju među troškove u skladišnim operacijama su: trošak najma skladišta / amortizacija vlastitih skladišnih kapaciteta, zatim režijski troškovi skladišta

[59] http://www.progressive.com.hr/component/content/article/62-kolumne/5547-sto-uracunati-u-stvarne-logisticke-troskove.html

(struja, voda, komunalne naknade, servisi opreme…), amortizacija infrastrukture (održavanje kruga, čišćenje skladišta…).[60]

Kako bi se logističke operacije provele efikasno nužno je korištenje suvremene informacijske, kao i komunikacijske tehnologije. Zbog toga se u logističke troškove mora ubrajati amortizacija investicije tehnologija (WMS – *eng. Warehouse management system* – računalni sustav za upravljanje skladištem, TP/RP – *eng. Transport/route planing* – planiranje rute, TM – *eng. Transport management* – sustav upravljanja transportom, EDI – *eng. Electronic data interchange* – sustav elektroničke razmjene podataka između poslovnih partnera, održavanje IT opreme, usluga servisa / GPS praćenja…).

Kao najvažniji troškovi javljaju se troškovi osoblja – ukupna bruto plaća vozača, skladišnih radnika, administrativnog osoblja, zamjena za godišnje odmore i bolovanja, prekovremeni sati… Osim navedenog nužno je uzeti u obzir i troškove vezane uz administraciju – kao što je obrada dokumenata, računovodstvo, troškovi ureda…Međutim, nužno je obraditi i generatore profita, koji su kod logističkih poduzeća usluge objedinjavanja nekoliko poslova pod jednu kapu, kao i njihovo efikasno i pravovremeno ispunjavanje. Dok većina poduzeća svoj profit ostvaruje putem razlike u cijeni roba, ostali poslovanje temelje samo na izvrsnosti logističke usluge. [61]

Nezavisni logističari iz tog razloga mogu u isto vrijeme pružati mogućnost da budu fokusirani na svoju temeljenu djelatnost. Logistika se prepušta specijalistima za logistiku koji kroz vlastitu sinergiju mogu ponuditi optimalnu logističku uslugu. Konkurentnost svih vrsta poslovanja se povećava porastom fokusa na svoju temeljnu djelatnost. Nitko ne može biti savršen u svim elementima poslovanja, dok izdvajanja pojedinih dijelova poslovanja su postala nužnost. Proizvođači, kao i maloprodajni subjekti se prilikom upravljanja logističkim operacijama fokusiraju na zadovoljavanje potreba svojih vlastitih poslovnih jedinica. Prilikom toga iznimno je jednostavno izgubiti iz fokusa temeljni cilj – ostvarenje profitabilne logistike.

[60] Ibid
[61] Ibid

5.1. Poslovanje međunarodnih logističkih poduzeća

Udjel logističkih poslovnih troškova u bruto domaćem proizvodu (BDP) u Sjedinjenim Američkim Državama je u 2014. godini iznosio 8,3% BDP-a (1450 milijardi dolara), a iznosilo je porast od 3.1%.[62] Tim se podatkom ukazuje na relevantnost logistike u čitavom svijetu. U 2015. godini top 50 logističkih poduzeća ostvarilo je prihod od gotovo 230 milijardi dolara, a to je manje nego u 2014. godini. Tada je ostvaren prihod od 245 milijardi dolara. Logistička poduzeća su ostvarila dodatnih 4.1% prihoda što predstavlja rast 50 najvećih poduzeća jačim i bržim tempom od rasta globalne trgovine. Pad prihoda je uzrokovao i pad cijena goriva.[63]

U branši se kao lider javlja DHL koji je prijavio prihod od 2.41 milijardi eura dobiti u 2015. godini, iako im je promet dosta pao u odnosu na 2014. godinu, kada je iznosio 2.96 milijardi eura. [64] Dominacija Europskih logističkih poduzeća vidljiva je iz činjenice da poduzeća Kuehne Nagel te DB Schenker slijede DHL u stopu.

5.2. Poslovanje domaćih logističkih poduzeća

Stupanjem u Europsku uniju 2013. godine, dobiveni su veliki potencijali na raspolaganje. Međutim, bez obzira na to, u Republici Hrvatskoj se na tržištu logistike ne događa ništa relevantno. Nema rasta niti ulaganja u proizvodnju i izvoz, kao niti rasta potrošnje, a bez toga neće biti niti nekih ozbiljnijih pomaka. Sva su istraživanja pokazala da Hrvatska u logističkom smislu u velikoj mjeri zaostaje za trendovima razvijenih tržišta. Samo 30% logistike je *outsorcano* dok je 70% još uvijek dio „*in house"*(proizvodnja ili rad unutar poduzeća).[65]

U Republici Hrvatskoj su poslovni subjekti još poprilično oprezni prilikom predavanja logističkih operacija u *outsourcing* u strahu da netko drugi neće moći uspješno ispuniti njihove unutarnje procese te tržište zahtjeve. Do specijalizacije, kao i do *outsourcinga* dolazi iz

[62] http://www.supplychainquarterly.com/news/20150624-state-of-logistics-report-us-business-logistics-costs-hit-145-trillion-in-2014-up-31-percent-from-2013/
[63] http://www.joc.com/special-topics/top-50-3pls
[64]http://www.dpdhl.com/content/dam/dpdhl/Investors/Events/Reporting/2016/FY2015/DPDHL_2015_Annual_Report.pdf
[65] http://www.ralulogistics.com/getattachment/d21d8714-8896-4a74-97ff-d89ebbf7be3a/Intervju-mjeseca_Zvonimir-Scurec.pdf.aspx

jednostavnog razloga što tvrtke gube konkurentnost te troše kapital na sporedne djelatnosti. Kako bi se donijela odluka o *outsourcingu* logistike nužno je da se utvrde ukupni logistički troškovi. S obzirom na složenost zadatka koji ovisi o nizu faktora, neka poduzeća ne znaju kvalitetno i pravilno izračunati svoje logističke troškove, kao i troškove upravljanja lancem opskrbe.

Ključnu ulogu u postizanju efikasnosti u logistici, kao i u profitabilnosti poduzeća ima ekonomija obujma. Veliki dio troškova su fiksni, a osobito kod skladišnih operacija, dok se troškovi skladištenja dodatno povećavaju kod hlađenog i duboko smrznutog asortimana. Osim toga kod distribucije, radi velikog broja dostavnih mjesta, a u svrhu kvalitetnog te točnog odrađivanja usluge dostave, nužno je imati dostatan broj vozila. U Republici Hrvatskoj, logistička poduzeća u velikom broju slučajeva imaju veliki broj vozila, a malu iskorištenost. Na tržištu su zahtjevi klijenata sve veći te postoji sve veća konkurencija među 3PL subjektima, pa je prema tome relevantno fokusirati se na usku specijalizaciju i ponudu velikog broja usluga. Prema statistici iz 2013. godine može se uočiti da je na temelju rang liste od 100 najvećih logističkih kompanija prema ukupnom prihodu koje su ostvarile, 2013. godina donijela ponovno povećanje ukupnih prihoda u odnosu na 2012. godinu koja je donijela pad od 5% naspram 2011. godine, odnosno 10 milijardi kuna, a spali su na 9.5 milijardi kuna ostvarenih ukupnih prihoda, a bolje poslovanje, odnosno veća robna razmjena, a dovela je do povećanje brojke za 5%. [66]

[66] Ibid

6. ZAKLJUČAK

Logistički operateri posjeduju odgovarajuću strategiju, a to im pruža mogućnost financijske stabilnosti, a osim toga u svakom pojedinom trenutku im pruža mogućnost efikasnog i brzog premještanja dijelova ili čak gotovih proizvoda iz jedne točke u drugu pa gdje god da je to potrebno. Kao što je kroz rad u nekoliko navrata i navedeno logistički operateri, zapravo pružaju mogućnost globalnim logističkim lancima da se priključe i pronađu svoje mjestu na globalnom svjetskom tržištu, tj. da stave svoje proizvode u promet bilo gdje u svijetu. Međutim, ostvarenje svega navedenog uvjetovano je je prvenstveno odgovarajućim znanjem, a potom i intelektualnim logističkim kapitalom logističkih operatera te stručnjaka.

Paralelno s razvojem logistike došlo je i do razvoja pet koncepata logističkih operatera od 1PL do 5PL. Koncept 5PL, koji je najsuvremeniji te upravlja mrežom raznoraznih opskrbnih lanaca koji su najčešće povezani putem e-poslovanja. Uspješnost i kvaliteta poslovanja poduzeća uvjetovana je sustavom stalnog integralnog planiranja poslovnih i financijskih aktivnosti. Financijski pokazatelji se temelje na financijskim izvještajima koje se mogu svrstati u nekoliko skupina, a među najvažnije se svrstava pokazatelj profitabilnosti. Udio logističkih troškova je različit u proizvodnim i maloprodajnim tvrtkama i kreće se u intervalu od 15% do 25% troškova.

Smatra se da se struktura ukupnih logističkih troškova sastoji od transporta, skladištenja, zaliha i administrativnih troškova, međutim to ne mora nužno činiti strukturu svakog poduzeća. Za uspješnost i kvalitetu logističke operacije nužno je korištenje suvremene informacijske i komunikacijske tehnologije. Trenutno u svijetu u branši logistike dominiraju europska logistička poduzeća što je vidljivo iz uspješnosti njihova poslovanja. Ipak, hrvatska logistička poduzeća u velikoj mjeri zaostaju za trendovima razvijenih tržišta, bez obzira na niz potencijala koja su dobili ulaskom u Europsku uniju.

LITERATURA

Knjige:

(1) Bukljaš Skočibušić, M., Radačić, Ž., Jurčević, M.: Ekonomika prometa, Fakultet Prometnih Znanosti, Zagreb 2011.

(2) Segetlija, Z., Uvod u poslovnu logistiku, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 2002.

(3) Zelenika R., Pupavac, D.: Menadžment logističkih sustava, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2008., str. 61.

(4) Zelenika, R., Logistički sustavi, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2005.

(5) Žager, K., Žager, L., Analiza financijskih izvještaja, Masmedia, Zagreb, 1999.

Članci:

(1) Drašković, M.: Evolucija sistemskih logistikih provajdera, Montenegro Journal of Economics, N^0 8, Univerzitet Crne Gore, Fakultet za pomorstvo u Kotoru

(2) Dunković, D.: Logističke mreže i suvremene logističke usluge, Suvremena trgovina, br. 4/2010., Zagreb, Hrvatska

(3) Pupavac, D.: Logistički operator - čimbenik dinamičke optimalizacije globalnih logističkih lanaca, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2006.

(4) Šafran, M.: *Planiranje logističkih procesa*, Fakultet prometnih znanosti u Zagrebu, Zagreb

(5) Lambert, D. M., Stock, J. R., Ellram, L. M., Fundamentals of Logistic Management, Irwin McGraw – Hill, USA

(6) Pupavac, D.: Logistički operator - čimbenik dinamičke optimalizacije globalnih logističkih lanaca, doktorska disertacija, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, 2006.

(7) Šafran, M.: Planiranje logističkih procesa, Fakultet prometnih znanosti u Zagrebu, Zagreb

(8) Zečević, S., Gojković P.: Logistički trendovi, Međunarodna znanstveno-stručna konferencija, Logistika 2010, Saobraćajni fakultet u Doboju, Doboj, 2010.

(9) Zelenika, R., Pupavac, D., Vukmirović, S.: Elektroničko poslovanje – čimbenik promjene marketinško-logističke paradigme, izvorni znanstveni rad, Ekonomski pregled, Hrvatsko društvo ekonomista, Godina 53, 3 – 4, str. 292 – 319., Zagreb, 2002.

Internet izvori:

(1) URL: http://www.mathos.unios.hr/analizapp/Files/Financijska_analiza.doc.pdf (pristup: srpanj 2017.)

(2) URL: http://www.poslovni.hr/leksikon/likvidnost-1443 (pristup: srpanj 2017.)

(3) URL:http://www.efos.unios.hr/financiranjepoduzetnickogpothvata/wpcontent/uploads/sites/224/2013/04/8_ financijski-pokazatelji.pdf (pristup: srpanj 2017.)

(4) URL: http://www.revident.ba/public/files/primjena-analize-financijskih-izvjestaja-pomocu-kljucnih-financijskih-pokazatelja.pdf (pristup: srpanj 2017.)

(5) URL: https://nastavapreduzetnistva.wordpress.com/2012/02/21/ekonomski-principi-poslovanja/ (pristup: srpanj 2017.)

(6) URL: http://www.progressive.com.hr/component/content/article/62-kolumne/5547-sto-uracunati-u-stvarne-logisticke-troskove.html (pristup: srpanj 2017.)

(7) URL: http://www.supplychainquarterly.com/news/20150624-state-of-logistics-report-us-business-logistics-costs-hit-145-trillion-in-2014-up-31-percent-from-2013/ (pristup: srpanj 2017.)

(8) URL: http://www.joc.com/special-topics/top-50-3pls (pristup: srpanj 2017.)

(9) URL: http://www.dpdhl.com/content/dam/dpdhl/Investors/Events/Reporting/2016/FY2015/DPDHL_2015_Annual_Report.pdf (pristup: srpanj 2017.)

(10) URL: http://www.ralulogistics.com/getattachment/d21d8714-8896-4a74-97ff-d89ebbf7be3a/ Intervju-mjeseca_Zvonimir-Scurec.pdf.aspx(pristup: srpanj 2017.)

(11) URL: http://intralogistik.tips/kontraktlogistik-effizientes-outsourcing-von-logistikleistungen/ (pristup: srpanj 2017.)

(12) URL: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850102002286 (pristup: srpanj 2017.)

(13) URL: http://www.logisticsglossary.com/ (pristup: srpanj 2017.)

POPIS KRATICA

1PL	(First Party Logistics) prijevoznik
2PL	(Second Party Logistic) špediter
3PL	(Third Party Logistics) operater logističkih usluga
4PL	(Fourth Party Logistics) mrežni integrator
5PL	(Fifth Party Logistics) menadžer lanca isporuka
WMS	Warehouse Management System (računalni sustav za upravljanje skladištem)
TP/RP	(Transport/Route Plannin) planiranje rute
TM	(Transport Management) sustav upravljanja transportom
EDI	(Electronic Data Interchange) sustav elektroničke razmjene podataka između poslovnih partnera
BDP	Bruto Domaći Proizvod

POPIS SLIKA

Slika 1. Ekonomski principi poslovanja 17

Slika 2. Spektar logističkih procesa 27

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet prometnih znanosti
10000 Zagreb
Vukelićeva 4

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI I SUGLASNOST

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem kako je ovaj završni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem kako nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, niti je prepisan iz necitiranog rada, te nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem također, kako nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Svojim potpisom potvrđujem i dajem suglasnost za javnu objavu završnog rada pod naslovom **Ekonomski pokazatelji uspješnosti i stabilnosti poslovanja logističkih operatera**

na internetskim stranicama i repozitoriju Fakulteta prometnih znanosti, Digitalnom akademskom repozitoriju (DAR) pri Nacionalnoj i sveučilišnoj knjižnici u Zagrebu.

Student/ica:

U Zagrebu, 05.09.2017 Lončević
(potpis)