

Dr. sc. Arijana Salkić¹

EVALUACIJA POSLOVNOG OKRUŽENJA U OKVIRU PROCESA PROCJENE KREDITNE SPOSOBNOSTI PREDUZEĆA U BiH²

EVALUATION OF THE BUSINESS ENVIRONMENT IN THE FRAMEWORK OF THE PROCESS OF ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF COMPANIES IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

SAŽETAK:

Neupitno je da na uspješnost preduzeća utiče makro- i mikrookruženje u kojem posluju. U radu smo predstavili osnovne elemente poslovnog okruženja, te PESTLE i SWOT analizu, odnosno alate za istraživanje okruženja u kojem preduzeća posluju, kao i za dubinsku analizu jakih i slabih snaga preduzeća. Dalje smo razmotrili stanje u poslovnom okruženju u BiH, te uporedili isto sa zemljama u regionu. U okviru rada su predstavljene rezultati istraživanja o načinu evaluacije poslovnog okruženja u bh. preduzećima. Dodatno je istraženo i da li i na koji način se vrši procjena poslovnog okruženja u bankama u BiH u okviru procesa procjene kreditne sposobnosti preduzeća.

APSTRAKT:

It is unquestionable that the success of companies is influenced by the macro- and microenvironment in which they operate. In the paper, we presented the basic elements of the business environment, as well as PESTLE and SWOT analysis, that is, tools for researching the environment in which companies operate, as well as for an in-depth analysis of the company's strengths and weaknesses. We further considered the situation in the business environment in BiH, and compared the same with countries in the region. The paper presents the results of research on business environment's research in companies in Bosnia and Herzegovina. In addition, it was investigated whether and in what way the assessment of the business environment in banks in Bosnia and Herzegovina is carried out within the process of assessing the creditworthiness of companies.

JEL: E51

1. UTICAJ OKRUŽENJA NA POSLOVANJE PREDUZEĆA

Preduzeća u različitim zemljama i regijama posluju u različitim, za svaku određenu zemlju ili regiju specifičnim poslovnim uslovima, koji utiču na uspješnost poslovanja preduzeća. Nivo razvijenosti tržišta, kupovna moć i kupovne navike kupaca, snaga konkurencije, dostupnost

¹ **Dr. sc. Arijana Salkić**, UniCredit bank dd, Armije BiH 3 Tuzla, arijana.salkic@gmail.com

² Urednički kolegij časopisa je recenzirao i kategorizirao rad kao NAUČNI- PREGLEDNI RAD

sirovina itd., su samo neke od komponenti okruženja u kojem preduzeće posluje, a svaka od njih utiče na nivo prihoda preduzeća, profitabilnost i likvidnost preduzeća itd.

Svako preduzeće posluje u nekom „makro okruženju“ kojeg oblikuju uticaji opšte ekonomije, demografije stanovništva, društvenih vrijednosti i stilova života, vladinih zakona i propisa, tehnoloških faktora i, u užem smislu, uticaji industrijskog i konkurentnog područja u kojem posluje.³ Obično razlikujemo: makro okruženje (opći ekonomski uvjeti, zakonski propisi, demografija stanovništva, društvene vrijednosti i stil života i tehnologija) i neposredno industrijsko i konkurentsko okruženje (dobavljači, supstitutivni proizvodi, kupci, novi konkurenti i konkurentska preduzeća). Što se više ovih komponenti poslovnog okruženja uključi u analizu kreditne sposobnosti preduzeća, to će se dobiti jasnija slika o njegovom poslovanju, poslovnim rizicima i prijetnjama, kao i jakim stranama preduzeća.

S tim u vezi, potrebno je istaći da fundamentalna analiza kreditne sposobnosti preduzeća podrazumijeva procjenu preduzeća i tržišta zasnovanu na analizi ekonomskih i finansijskih faktora. Širi okvir fundamentalne analize obuhvata i analizu nacionalne privrede (makroekonomsku analizu) i analizu djelatnosti (industrije). Značajni elementi prognoze nacionalne privrede su prognoza privrednih ciklusa, trenda monetarne i fiskalne politike, te glavnih ekonomskih pokazatelja, kao što su stopa rasta, stopa zaposlenosti, stopa inflacije i rast proizvodnje. Prognoza industrije (djelatnosti) uključuje:⁴

- ✓ životni ciklus i strukturu industrije:
Analiza u kojoj životnoj fazi (osnivanje, rast, ekspanzija, zrelost i pad) se nalazi industrija vrši se na osnovu analize finansijske pozicije preduzeća, jer životna faza utiče na rast zarade, dividende, kapitalne izdatke i potražnju za proizvodima. Nakon toga procjenjuje se stopa rasta industrije, moguće razlike u fazi za pojedina preduzeća, profitabilnost i stopa povrata.
- ✓ konkurenciju (ovisi o kvaliteti proizvoda, strukturi troškova i sl.),
- ✓ regulativu,
- ✓ poslovni ciklus, i
- ✓ finansijske standarde.

1.1. PESTLE i SWOT analiza poslovanja preduzeća

Kao alati za istraživanje okruženja u kojem preduzeće posluje, kao i za dubinsku analizu jakih i slabih snaga preduzeća poznate su PESTLE i SWOT analize koje će biti predstavljene u nastavku.

PESTLE analiza je alat za istraživanje vanjskog okruženja preduzeća. PESTLE je inače akronim za političke (*Political*), ekonomske (*Economic*), društvene (*Social*), tehnološke (*Technological*), ekološke (*Ecological*) i zakonodavne (*Legislative*) faktore koji se analiziraju kako bi se evaluiralo eksterno okruženje.

PESTLE analiza je struktura za planiranje, predstavljanje i pisanje izvještaja, a to je i analitički alat za razmatranje vanjskih faktora i pomoć pri analizi njihovih uticaja na preduzeće. PESTLE

³ Thompson A. A., Strickland A. J., Gamble J. E., *Strateški menadžment: U potrazi za konkurentskom prednošću*, Mate, Zagreb, 2008., str. 45-48

⁴ Vidučić Lj., *Financijski menadžment*, RRIF, Zagreb, 2011., str. 123-127

se uglavnom koristi za identifikaciju i sažimanje uticaja okruženja na organizaciju kako bi se procijenili sadašnji i budući strateški konteksti preduzeća. Osim toga, PESTLE je također koristan alat za razumijevanje makro okruženje preduzeća. PESTLE pomaže organizaciji da se proaktivno prilagodi okruženju, koje se stalno mijenja, te omogućava razmišljanje o budućnosti, tako da se problemi unaprijed predviđaju. Štoviše, PESTLE analiza može pomoći da se iskoriste mogućnosti i minimiziraju prijetnje preduzeću. PESTLE se može koristiti da se izbjegnu strategije koje mogu biti osuđene na neuspjeh zbog razloga koji su izvan kontrole preduzeća.⁵

U okviru PESTLE analize razmatra se kako sljedeći faktori mogu uticati na preduzeće, njihov potencijalni uticaj (visok, srednji ili nizak), te implikacije i važnost faktora (kritično, važno, nevažno):⁶

1. *Politički faktori*: trgovačka politika, proces osnivanja preduzeća, uticaj lobija, ratovi i sukobi, politika vlade, izbori, međususjedski odnosi, terorizam, politički trendovi, struktura vlade, interna politička pitanja.
2. *Ekonomski faktori*: domaća privredna situacija, domaći privredni trendovi, poreska politika, sezonalnost i vremenski uslovi, tržišni ciklusi, distribucijski trendovi, međunarodna trgovina, raspoloživi dohodak, nezaposlenost, kurs valute, inflacija, kamatne stope, indeks potrošačkog povjerenja.
3. *Društveni faktori*: stavovi potrošača, mediji, ugled preduzeća, navike potrošača, značajni događaji, etnička pitanja oglašavanja i publicitet, demografske promjene, obrazovanje, zdravlje, moda.
4. *Tehnološki faktori*: rezultati istraživanja, starost tehnologije, zamjena tehnologije, komunikacije, inovacijski potencijal, patentiranje, informacijska tehnologija, transport, bioinženjering, *Internet*, *e-mail*, *e-learning*, promjene u *softwer-u*.
5. *Pravni faktori*: trenutna pravna regulativa, buduća pravna regulativa, evropska pravna regulativa, regulativna tijela i procesi, zakon o radu, zaštita potrošača, regulacija konkurencije, trajanje pravnog postupka, upis vlasništva.
6. *Etičko/ekološki faktori*: ekološka pitanja, ekološka regulativa, potrošačke vrijednosti, tržišne vrijednosti, stav zaposlenika, menadžerski stil vođenja, organizacijska kultura, moral zaposlenika, uključenost zaposlenika.

SWOT analiza služi kako bi se identifikovati prilike koje se trenutno ne mogu iskoristiti zbog nedostatka potrebnih resursa i jedinstvene kompetencije koje preduzeće već posjeduje i superiornog načina na koji ih je moguće iskoristiti. Vanjsko okruženje sastoji se od varijabli (prilika i prijetnji) koje su izvan preduzeća i obično nisu unutar kratkoročne kontrole menadžmenta. Te varijable čine kontekst unutar kojeg preduzeće posluje. U unutrašnjem okruženju identifikuju se snage i slabosti preduzeća.

U Tabeli 1. su detaljno navedene činjenice koje je potrebno razmatrati prilikom identifikacije snaga, slabosti, prilika i prijetnji, odnosno SWOT analize, za određeno preduzeće.

Tabela 1. Činjenice na koje treba obratiti pažnju pri identifikovanju

⁵ Tan JH., Chua WL., Chow CK., Chong MC., Chew BC., *PESTLE Analysis on Toyota Hybrid Vehicles*, (www.academia.edu/download/29695054/PESTLE_Analysis_on_Toyota_Hybrid_Vehicles.pdf, 2023., august), str. 1

⁶ Mikić M., *PESTLE analiza*, (web.efzg.hr/dok/EPO/mmikic/PESTLE%20analiza.docx, 2023., august)

snaga, slabosti, prilika i prijetnji

Potencijalne resursne snage i konkurentske sposobnosti	Potencijalne resursne slabosti i konkurentski nedostaci
• Snažna strategija • Temeljne stručnosti u _____ • Prepoznatljiva stručnost u _____ • Proizvod koji se bitno razlikuje od konkurentskih proizvoda • Stručnost i sposobnost koje su dobro usklađene s industrijskim ključnim faktorima uspjeha • Snažno finansijsko stanje; dovoljno finansijskih sredstava za porast poslovanja • Snažan imidž robne marke/ugled preduzeća • Atraktivna baza kupaca • Ekonomija razmjera i/ili prednosti krivulje učenja i iskustva nad konkurentima • Patentirana tehnologija/vrhunske tehnološke vještine/važni patenti • Superiorni intelektualni kapital u odnosu na ključne konkurente • Troškovne prednosti nad konkurentima • Snažno oglašavanje i promidžba • Sposobnosti inoviranja proizvoda • Dokazane sposobnosti poboljšavanja proizvodnih procesa • Dobre sposobnosti upravljanja dobavljačkim lancem • Dobre sposobnosti usluge kupcu • Viša kvaliteta proizvoda u odnosu na konkurente • Široka geografska pokrivenost i/ili snažna sposobnost globalne distribucije • Savezi/zajednički poduhvati s drugim preduzećima koji omogućavaju pristup vrijednoj tehnologiji, stručnostima, i/ili atraktivnim geografskim tržištima	• Nejasan strateški smjer • Sredstva koja nisu dobro usklađena sa industrijskim ključnim faktorima uspjeha • Nedovoljno razvijena ili nedokazana stručnost • Slab bilans, previše dugova • Viši ukupni jedinični troškovi u odnosu na ključne konkurente • Slabe ili nedokazane sposobnosti inoviranja proizvoda • Proizvod/usluga s prosječnim svojstvima ili odlikama koje su inferiorne suparničkim • Preuska proizvodna linija u odnosu na konkurente • Slab imidž ili ugled robne marke • Slabije trgovačke mreže od ključnih konkurenata i/ili nedostatak adekvatne sposobnosti globalne distribucije • Zaostatak u kvaliteti proizvoda, istraživanju i razvoju i/ili tehnološkom <i>know-how-u</i> • Pogrešna strateška grupa • Gubitak tržišnog udjela zbog _____ • Nedovoljna menadžerska dubina • Inferiorniji intelektualni kapital u odnosu na vodeće suparnike • Ispodprosječna profitabilnost zbog _____ • Mnoštvo unutrašnjih operativnih problema ili zastarjeli pogoni • Zaostajanje za suparnicima u sposobnostima e-poslovanja • Nedovoljno finansijskih sredstava za porast poslovanja i ostvarivanje perspektivnih inicijativa • Previše nedovoljno iskorištenog kapaciteta pogona
Potencijalne tržišne prilike	Pojačane vanjske prijetnje blagostanju preduzeća
• Mogućnost osvajanja tržišnog udjela konkurenata • Ubrzani porast kupčeve potražnje za industrijskim proizvodom • Opsluživanje dodatnih skupina kupaca ili tržišnih segmenata • Širenje na geografska tržišta • Širenje proizvodne linije radi popunjavanja većeg raspona kupčevih	• Pojačani intenzitet konkurisanja među industrijskim takmacima – može smanjiti marže profita • Zastoj u rastu tržišta • Mogući ulazak novih moćnih konkurenata • Gubitak u prodaji zbog supstitutivnih proizvoda • Rastuća pregovaračka moć kupaca i dobavljača

potreba • Utiliziranje postojećih vještina i tehnološkog <i>know-how-a</i> za uvođenje novih proizvodnih linija ili novih djelatnosti • On line prodaja • Progresivno ili regresivno integrisanje • Rušenje trgovačkih barijera na atraktivnim inostranim tržištima • Preuzimanje konkurentskih preduzeća ili preduzeća sa primamljivim tehnološkim stručnim znanjem ili sposobnostima • Ulazak u saveze ili zajedničke poduhvate koji mogu proširiti tržišnu pokrivenost preduzeća ili ojačati njegovu konkurentsku sposobnost • Mogućnost iskorištenja novih tehnologija u nastajanju	• Preokret u kupčevim potrebama i ukusima • Nepovoljne demografske promjene koje prijete ograničavanjem potražnje za industrijskim proizvodom • Osjetljivost na industrijske pokretačke sile • Restriktivne trgovačke politike inostranih vlada • Skupe nove regulatorne obaveze
--	--

Izvor: Thompson A. A., Strickland A. J., Gamble J. E., *Strateški menadžment: U potrazi za konkurentskom prednošću*, Mate, Zagreb, 2008., str. 95

Ovdje je bitno naglasiti da postoje određena preklapanja između PESTLE i SWOT analize. Naime, slični faktori se pojavljuju u svakoj od njih. Međutim, PESTLE i SWOT imaju sasvim sigurno dvije različite perspektive: PESTLE teži da procijeni tržište, uključujući i konkurenciju, sa stajališta određenog prijedloga ili posla, dok SWOT analiza u poslovanju i marketingu teži tome da procjeni poslovanje ili prijedlog vlastitog preduzeća ili (manje uobičajeno) poslovanje konkurencije.⁷

Dodatno na već navedeno, u okviru donošenja odluke o kreditnoj sposobnosti preduzeća, kako ističe Rose, banke treba da detaljno razmotre šest osnovnih *C* (*Character, Capacity, Cash, Collateral, Conditions, Control*) klijenta. Analiza uslova (*Conditions*) podrazumijeva sljedeće:⁸

- Klijentov položaj u privrednoj grani i očekivano učešće na tržištu;
- Poslovanje klijenta u odnosu na konkurentne kompanije u istoj djelatnosti poslovanja;
- Konkurentna klima za proizvode klijenta;
- Osjetljivost klijenta i oblasti poslovanja na poslovne cikluse i promjene tehnologije;
- Tržišni uslovi u pogledu radne snage u oblasti poslovanja klijenta;
- Uticaj inflacije na klijentov bilans stanja i novčane tokove;
- Dugoročni izgledi za tu djelatnost;
- Propisi, politički faktori i faktori okruženja koji utiču na klijenta, njegovo poslovanje ili oblast poslovanja.

U okviru navedenih analiza potrebno je koristiti što više izvora podataka: *Internet*, dnevnu štampu i stručne časopise, zaključke komitenta i drugih preduzeća koja rade u istoj privrednoj grani itd.

⁷ RIC Centre, *SWOT analysis and PEST analysis*, (<http://riccentre.ca/PDFS/Session-1-Takeaways-Guidlines.pdf>), 2023., august), str.4

⁸ Rose P. S., *Menadžment komercijalnih banaka*, Mate, Zagreb, 2003., str. 529

U nastavku rada ćemo predstaviti ključne pokazatelje poslovnog okruženja u BiH.

2. Poslovno okruženje u BiH

Jedan od pokazatelja poslovnog okruženja je indeks koji se objavljuje u “Ekonomskim slobodama širom svijeta”, a koji mjeri stepen do kojeg politike i institucije država podržavaju ekonomsku slobodu. Ključni faktori ekonomske slobode su: lični izbor, sloboda razmjene, sloboda ulaska i takmičenja na tržištu, i sigurnost osobe i privatne svojine. Četrdeset tačaka se koriste za dizajniranje sažetog indeksa i mjerenje stepena ekonomske slobode u pet širokih oblasti: 1) Veličina vlade: rashodi (izdaci), porezi i preduzeća, 2) Struktura zakona i sigurnost vlasničkih prava, 3) Pristup čvrstoj valuti, 4) Sloboda međunarodne trgovine i 5) Regulisanje kredita, rada i biznisa. Kako je navedeno u izvještaju za 2021 godinu, zbirni rejting ekonomskih sloboda za Bosnu i Hercegovinu iznosi 6,66 na skali od 1 do 10 gdje viša vrijednost pokazuje viši nivo ekonomske slobode. Što se tiče rangiranja, Bosna i Hercegovina zauzima 82. poziciju od 165 država. U poređenju sa drugim državama ex-Jugoslavije, BiH je najlošije rangirana, te se nalazi na zadnjem mjestu iza Slovenije (55), Srbije (76), Makedonije (65), Hrvatske (53) i Crne Gore (32).⁹

Pored navedenog indeksa, poznat je i indeks lakoće poslovanja, koji publicira Svjetska banka i pomoću kojeg kreira tzv. *Doing Business* listu, odnosno dodjeljuje *Ease of doing business* rejting. Navedeni indeks ocjenjuje regulaciju poslovanja i nivo zaštite vlasničkih prava u određenoj zemlji. Indeks lakoće poslovanja je globalni pokazatelj za procjenu poslovnog okruženja i relativne konkurentnosti, a zemlje koje su visoko rangirane na *Doing Business* listi, se ocjenjuju kao atraktivnije za direktne strane investicije. Izvještaj *Doing Business 2020* objavljuje podatke za 190 država i analizira vrijednosti indikatora na sljedećim područjima: osnivanje novih preduzeća, izdavanje građevinskih dozvola, dobivanje priključka za električnu energiju, registrovanje nepokretnosti, dobivanje kredita, zaštita manjinskih investitora, plaćanje poreza, prekogranična trgovina, provođenje ugovora i rješavanje problema nesolventnosti. Prema *Doing Business* izvještaju za 2020. godinu, Bosna i Hercegovina je na 90. mjestu, što znači da je ostvarila pogoršanje u odnosu na rejting iz 2018. za 4 mjesta. I prema ovom indeksu, sve ostale države regiona su bolje rangirane od BiH, budući da je Hrvatska na 51. mjestu, Srbija na 44. mjestu, a Makedonija na 17. mjestu.¹⁰

Bitno je predočiti i ocjenu poslovnog okruženja u BiH na osnovu Globalnog indeksa konkurentnosti GCI 4.0, koji je, vjerovatno, i najkompleksniji od ovdje predstavljenih indeksa. Naime, od 2005. godine, Svjetski ekonomski forum (WEF) svoju analizu konkurentnosti bazira na Globalnom indeksu konkurentnosti (GCI), sveobuhvatnom okviru koji mjeri mikroekonomske i makroekonomske osnove nacionalne konkurentnosti, koji se sastoji od 98 indikatora grupisanih u sljedećih 12 stubova: 1) Institucije, 2) Infrastruktura, 3) Usvajanje informatičkih i

⁹ Fraser Institut, *Economic Freedom of the World: 2022 Annual Report* (<https://www.fraserinstitute.org/sites/default/files/economic-freedom-of-the-world-2023.pdf>, 2023, septembar),

¹⁰ World Bank, *Doing Business 2020*, (<https://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>, 2023, septembar)

komunikacijskih tehnologija, 4) Makroekonomska stabilnost, 5) Zdravstvo, 6) Vještine, 7) Tržište robe, 8) Tržište rada, 9) Finansijski sistem, 10) Veličina tržišta, 11) Poslovna dinamika i 12) Sposobnost inovacija. Od 98 indikatora koji čine metodologiju GCI 4.0, 44 su izvori iz ankete WEF Forum a 54 su zasnovana na statističkim podacima pouzdanih eksternih izvora. Stubovi i rezultati indeksa se izražavaju na ljestvici od 0 do 100 i tumače se kao "rezultati napredovanja", pokazujući koliko je zemlja bliska idealnom stanju. Ukupni rezultat indeksa je jednostavan prosjek 12 stubova, tako da težina svakog stuba iznosi 8,3%. U izvještaju za globalnu konkurentnost GCI 4.0 za 2019. godine BiH je zauzela 92. mjesto sa ocjenom 54,7 (maksimalna ocjena je 100, a minimalna 0), uz napomenu da je izvještaj u svojoj ocjeni obuhvatio 141 zemalja. Sve ostale zemlje u okruženju su ostvarile bolje rezultate. Poređenja radi, Slovenija je najbolje rangirana i to 35., Srbija je 72., dok je Hrvatska 63.¹¹

Na osnovu prezentiranih podataka može se zaključiti da je poslovno okruženje u BiH nepovoljno, te da su sve zemlje u regiji znatno bolje rangirane. Na žalost, BiH rejtinzi ne evidentiraju nikakav trend poboljšanja, te se ovakve ocjene poslovnog okruženja u BiH očekuju i u budućnosti. Dalje ćemo razmotriti način evaluacije poslovnog okruženja u bh. preduzećima, kao i procjenu poslovnog okruženja u bankama u BiH u okviru procesa procjene kreditne sposobnosti preduzeća.

3. Evaluacija poslovnog okruženja u okviru procjene kreditne sposobnosti preduzeća u BiH

3.1. Metodologija istraživanja

U okviru primarnog istraživanja (*field research*) provedena su dva anketna ispitivanja, i to:

- Anketa banaka: Osnovni skup ispitivanja predstavljali su zaposlenici banaka involvirani u proces generisanja odluka u kreditnom poslovanju sa pravnim licima u bankama u BiH (direktori poslovnica/regija, rizik menadžeri, voditelji poslovnih odnosa). Podaci su prikupljeni pomoću anketnog upitnika.
- Anketa za pravna lica: Područje i objekat ispitivanja predstavljala su pravna lica registrovana kao dionička društva (d.d.) ili kao društva sa ograničenom odgovornošću (d.o.o.) koja su predala AFIP-u (Agencija za finansijske, informatičke i posredničke usluge d.d. Sarajevo) finansijski izvještaj o poslovanju za i čije je sjedište na području Tuzlanskog kantona. Podaci su prikupljeni pomoću anketnog upitnika ličnim ispitivanjem direktora ili finansijskog direktora preduzeća.

3.2. Izbor uzorka

Uzorak zaposlenika banaka je izabran korištenjem namjernog uzorka, i to na sljedeći način. Bankama koje posluju u Tuzli poslana je *mail*-om molba za anketiranje zaposlenih, a anketiranje je lično vršio autor rada. Na ovaj način je prikupljeno 14 anketnih upitnika. Bankama koje nemaju poslovnice u Tuzli, poslan je anketni upitnik *mail*-om sa molbom da se isti vrati popunjen u cilju provođenja istraživanja. Popunjen upitnik vratile su 3 banke. Prikupljeni uzorak

¹¹ Federalni zavod za programiranje razvoja, FBiH, *Konkurentnost 2019 Bosna i Hercegovina*, (<https://www.fzzpr.gov.ba/files/Konkurentnost%20Bosne%20i%20Hercegovine/Konkurentnost%202019%20.pdf> , 2023, septembar), str. 1-34

od 17 anketnih upitnika, s tim da je ovdje bitno napomenuti da su anketni upitnik popunile dvije vodeće bankarske grupacije u BiH, kao i tri najveće banke u RS.

Uzorak pravnih lica izabran je korištenjem jednostavnog slučajnog uzorka i to na sljedeći način: iz populacije pravnih lica koja su predala AFIP-u završni finansijski izvještaj o poslovanju i čije je sjedište na području Tuzlanskog kantona, izabrano je 130 pravnih lica korištenjem tablice slučajnih brojeva. Potreban broj preduzeća za anketiranje je 100, te su ona činila osnovni spisak pravnih lica za anketiranje, dok je dodatno izabranih 30 pravnih lica činilo rezervna preduzeća za anketiranje ukoliko anketari ne bi uspjeli anketirati neke od pravnih lica sa osnovnog spiska. Podaci su prikupljeni pomoću anketnog upitnika ličnim ispitivanjem direktora ili finansijskog direktora preduzeća. U konačnici je prikupljeno 102 popunjena anketna upitnika, odnosno 2 više od planiranog broja usljed činjenice da je veći broj anketara provodio anketiranje istovremeno. U nastavku ukratko predstavljamo obilježja anketiranih pravnih lica.

Od 102 anketirana pravna lica, 87 ih je bilo registrovano kao društvo sa ograničenom odgovornošću, 1 kao dioničko društvo, dok je njih 14 registrovano kao obrt.

Najveći broj preduzeća iz uzorka kao registrovanu djelatnost su naveli trgovinu, njih 39,2%, zatim usluge 29,4%, te proizvodnju 21,6%

Prema trajanju poslovne aktivnosti, najveći broj anketiranih preduzeća posluje između 6 i 10, odnosno 11 i 15 godina, i to u procentu od 21,6%. 18,6% preduzeća posluje između 1 i 5 godina, kao i između 16 i 20 godina. Duže od 20 godina posluje 17 (16,7%) preduzeća, dok 3 anketirana preduzeća nisu dala odgovor na ovo pitanje.

Najčešća starosna dob direktora preduzeća je između 50 i 60 godina, i to u 28 preduzeća (27,5%), dok u 24 (23,5%) preduzeća direktori imaju između 41 i 50 godinu. Najčešći spol direktora je muški 80,4%, dok je 18,6% direktora ženskog pola. Kada je riječ o stručnoj spremi direktora preduzeća evidentno je da dominira srednja stručna sprema (56 ispitanika ili 54,9%), a zatim visoka stručna sprema (30 ispitanika ili 29,4%).

3.3. Analiza poslovnog okruženja u preduzećima

Cilj našeg istraživanja je bio i da utvrdimo da li i na koji način preduzeća u BiH prate dešavanja u svom poslovnom okruženju, koja neminovno utiču na njihovo poslovanje. U nastavku ćemo predstaviti rezultate anketnog ispitivanja, koja se odnose na navedenu problematiku.

Kao što je vidljivo iz Tabele 2. 66,7% (68) anketiranih preduzeća tvrdi da analizira poslovanje vlastite industrijske grane, dok čak 32,4% (33) preduzeća ne prati poslovne trendove u djelatnosti u kojoj posluje.

Tabela 2. Analiza poslovanja vlastite grane djelatnosti od strane preduzeća

Analiza vlastite grane djelatnosti	Frekvencija	Procenat
Da	68	66,7
Ne	33	32,4
Ukupno	101	99,0
Bez odgovora	1	1,0
Svi ispitanici	102	100,0

Izvor: istraživanje autora

Ovdje je bitno utvrditi i ozbiljnost navedenih analiza, odnosno na koji način se pristupa prikupljanju podataka o poslovanju određenih industrijskih grana, što je prikazano u Tabeli 3. Samo 42 (61,8%) preduzeća donosi zaključke na osnovu dostupnih podataka iz eksternih izvora kao što su *Internet*, statistički izvještaji, izvještaji privrednih komora i sl., dok ostatak preduzeća analizira stanje u privrednoj grani na osnovu razgovora sa poslovnim partnerima (19 ili 27,9%), odnosno na osnovu zaključaka menadžera preduzeća (7 ili 10,3%).

Tabela 3. Načini prikupljanja podataka za analizu poslovanja grane djelatnosti

Načini prikupljanja podataka	Frekvencija	Procenat
Eksterni podaci	42	61,8
Iz razgovora sa poslovnim partnerima	19	27,9
Na osnovu zaključaka menadžmenta preduzeća	7	10,3
Ukupno	68	100,0

Izvor: istraživanje autora

Na pitanje o tome da li se prati položaj preduzeća u odnosu na konkurenciju u industrijskoj grani u kojoj preduzeća posluju, 77,5% (79) preduzeća je odgovorilo potvrdno, dok 22,5% (23) preduzeća nije dalo odgovor

Nadalje, 31 (39,2%) preduzeće je izjavilo da položaj preduzeća u industrijskoj grani analizira na osnovu profitabilnosti preduzeća u odnosu na prosjek industrijske grane, 16,5% (13) vrši poređenje indikatora poslovanja sa prosjekom industrijske grane, odnosno sa vodećim preduzećima u industrijskoj grani, dok se čak 24% (19) oslanja na procjene menadžera preduzeća (Tabela 4.). 3 preduzeća nisu odgovorila na ovo pitanje.

Tabela 4. Način praćenja položaja preduzeća u odnosu na konkurenciju

Način praćenja položaja preduzeća u odnosu na konkurenciju	Frekvencija	Procenat
Profitabilnost preduzeća u odnosu na prosjek industrijske grane	31	39,2
Poređenje indikatora poslovanja sa prosjekom industrijske grane	13	16,5
Poređenje indikatora poslovanja sa vodećim preduzećima u grani	13	16,5
Procjena menadžmenta preduzeća	19	24,0
Ukupno	76	96,2
Bez odgovora	3	3,8
Svi ispitanici	79	100,0

Izvor: istraživanje autora

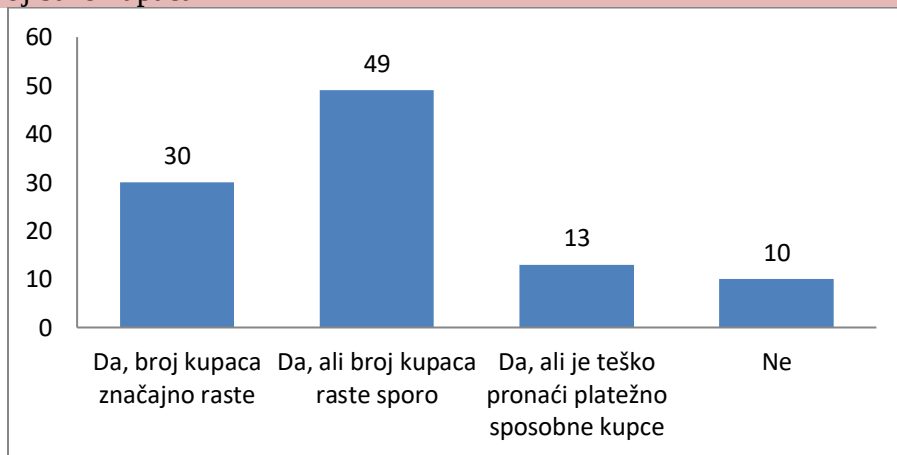
Veliki broj preduzeća, njih 79 (77,5%), prati poslovanje konkurencije, dok 23 (22,5%) preduzeća ne prikuplja ove podatke. 72 (70,6%) preduzeća je definisalo vlastite prednosti u poređenju sa konkurencijom, dok 30 (29,4%) nije ovo determinisalo. Očekivano, čak 74 (72,5%) preduzeća je definisalo vlastite nedostatke u odnosu na konkurenciju, a 28 (27,5%) preduzeća se nisu bavili ovom problematikom.

Neočekivani su odgovori na pitanje o praćenju pravne regulative za industrijsku granu u kojoj preduzeće posluje. Iako bi bilo za očekivati da se ovim bave sva preduzeća, jer bi poznavanje pravne regulative trebao biti *conditio sine qua non* uspjehnog poslovanja, čak 21 (20,6%) je odgovorilo da ne prati pravnu regulativu koja se odnosi na njegovo poslovanje.

Od ukupno anketiranih preduzeća, njih 30 (29,4%) navodi da broj njihovih kupaca značajno raste, 49 (48%) su stava da broj kupaca raste sporo, 13 (12,7%) preduzeća ima poteškoće da pronađu platežno sposobne kupce, dok kod 10 (9,8%) nema porasta baze kupaca (Slika 1.).

Čak 22 (21,6%) anketirana preduzeća ima nekoliko (najviše 5) kupaca na osnovu kojih preduzeće ostvaruje više od 80% svojih prihoda. Ovdje je bitno naglasiti da je ovisnost o velikim kupcima značajan rizik u poslovanju. Naime, ukoliko bi veliki kupci postali insolventni ili prekinuli poslovnu saradnju sa preduzećem poslovanje preduzeća bi pretrpilo značajan udar, te bi i sam opstanak preduzeća mogao postati upitan.

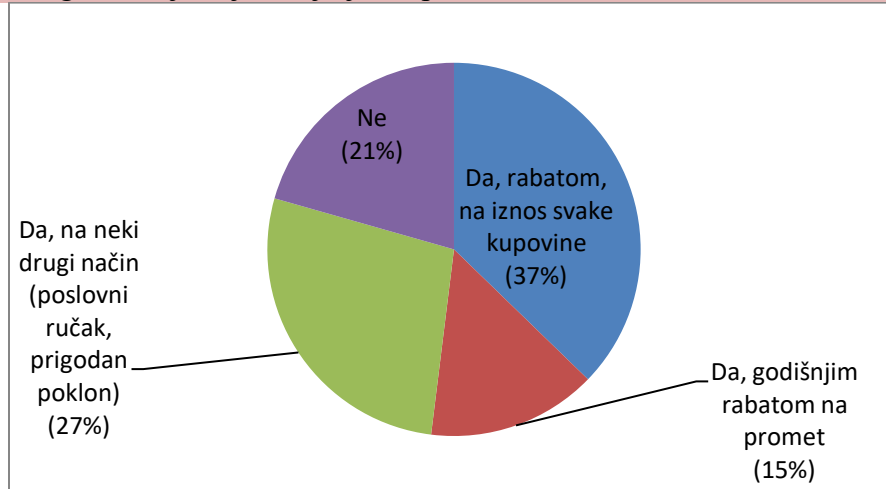
Slika 1. Razvoj baze kupaca



Izvor: istraživanje autora

Što se tiče nagrađivanja najznačajnijih kupaca, 37% preduzeća odobrava svojim kupcima rabat na iznos svake kupovine, 27% preduzeća za najznačajnije kupce organizuje poslovni ručak ili im daju prigodne poklone, 15% preduzeća odobrava rabat na godišnjem nivou, dok 21% preduzeće nema običaj da nagrađuje svoje kupce (Slika 3.2.).

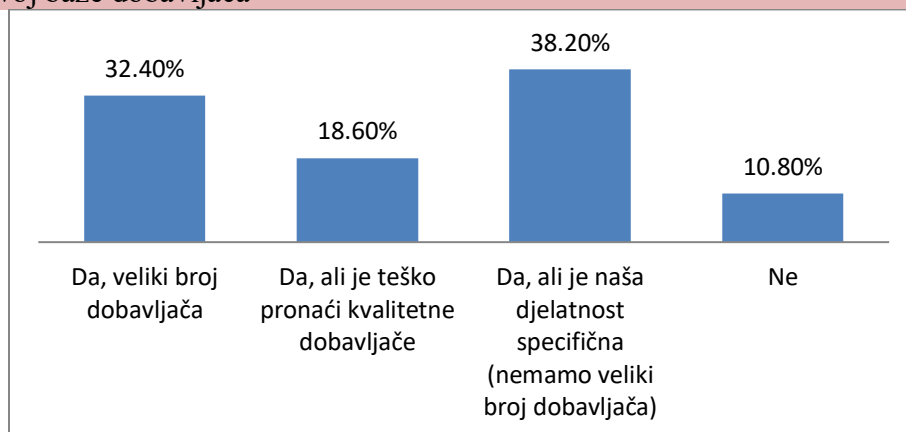
Slika 2. Načini nagrađivanja najznačajnijih kupaca



Izvor: istraživanje autora

Pozitivno je to što čak 95 (93,1%) preduzeća prati kvalitet dobavljača (rokove isporuke, kvalitet isporučene robe/usluge i sl.). Međutim, najveći broj preduzeća (38,2%) izjavljuje da imaju specifičnu djelatnost, te da nemaju veliki broj dobavljača, dok je 32,4% preduzeća stava da razvijaju bazu dobavljača, te da imaju velik broj dobavljača. 18,6% preduzeća smatra da teško pronaći kvalitetne dobavljače, dok 10,8% nema potrebu za razvojem baze dobavljača (Slika 3.3.).

Slika 3. Razvoj baze dobavljača



Izvor: istraživanje autora

I, konačno, čak 56,9% (58) preduzeća ima nekoliko dobavljača (najviše 5) koji isporučuju 80% potrebnih roba/sirovina/usluga. Ovdje se ponovo javlja rizik poslovanja radi ovisnosti o nekoliko dobavljača ili jednom dobavljaču, kao što su: kod dobavljača se mogu dogoditi nepredviđene okolnosti te neće biti u mogućnosti isporučiti robu/uslugu, dobavljač može diktirati cijenu robe/usluga ili rokove i načine plaćanja, ne traže se povoljniji dobavljači, radi čega preduzeće gubi mogućnost bolje zarade ili ne nudi svoje proizvode po povoljnim cijenama itd.

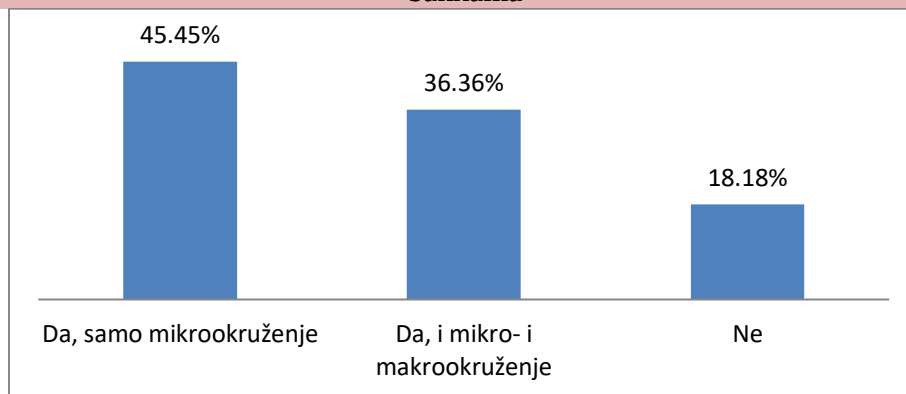
Najvažniji rezultati predmetnog istraživanja mogu se sumirati u sljedećem:

- 32,4% preduzeća ne analizira poslovne trendove u djelatnosti u kojoj posluju.
- 38,24% preduzeća, koja evaluiraju poslovanje svoje industrijske grane, kao izvor informacija koriste razgovore sa poslovnim partnerima ili se oslanjaju na zaključke menadžmenta preduzeća, umjesto da im za navedeno služe zvanične informacije statističkih zavoda ili privrednih komora i sl.
- 22,5% anketiranih preduzeća uopšte ne prati svoj položaj na tržištu u odnosu na konkurenciju.
- neočekivano visok procent preduzeća ima veoma mali broj kupaca ili dobavljača (do 5), što je potencijalno značajan poslovni rizik.

3.4.Evaluacije poslovnog okruženja prilikom utvrđivanja kreditne sposobnosti pravnih lica u bh. bankama

Dalji fokus našeg istraživanja se seli na banke, odnosno na način evaluacije poslovnog okruženja prilikom utvrđivanja kreditne sposobnosti pravnih lica u bankama. Anketnim ispitivanjem banaka došli smo do sljedećih zaključaka. Od svih anketiranih banaka, njih 36,36% u okviru procjene kreditne sposobnosti preduzeća analizira i makro- i mikro okruženje u kojima ona posluju, 45,45% banaka analizira samo mikro okruženje, dok u 18,18% banaka ne razmatraju uticaj poslovnog okruženja na kreditnu sposobnost pravnih lica (Slika 4.).

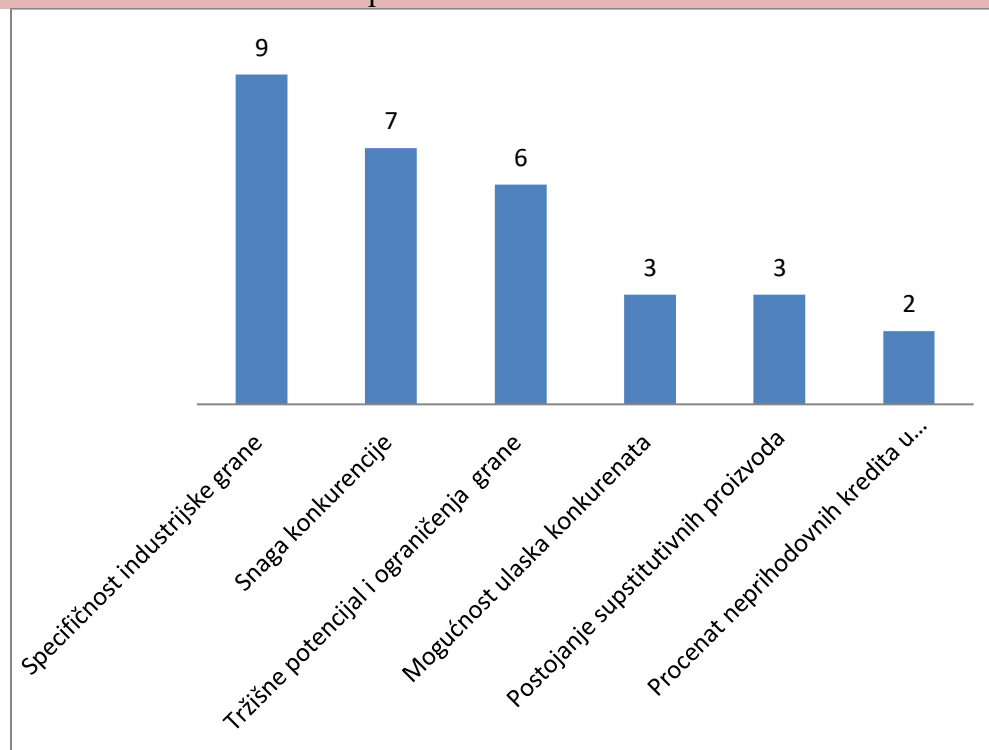
Slika 4. Analiza makro i mikro okruženje u okviru procjene kreditne sposobnosti preduzeća u bankama



Izvor: istraživanje autora

Prilikom analize makro okruženja 4 banke procjenjuju opšte ekonomske uslove poslovanja, 3 ostvareni privredni rast ili pad, dok po jedna banka ocjenjuje inflaciju i državne podsticaje. U okviru analize mikrookruženja, banke najčešće ocjenjuju specifičnost industrijske grane (ekspanzija, stagnacija, pad poslovanja), i to 9 banaka, zatim snagu konkurencije (7 banaka), tržišne potencijale i ograničenja industrijske grane (6 banaka), po 3 banke ocjenjuju mogućnost ulaska konkurenata i postojanje supstitutivnih proizvoda, dok 2 analiziraju i procenat neprihodovnih kredita u industrijskoj grani (Slika 5.).

Slika 5. Analiza faktora poslovnog mikrookruženje u okviru procjene kreditne sposobnosti preduzeća u bankama



Izvor: istraživanje autora

Što se tiče načina prikupljanja informacija o poslovnom mikro okruženju preduzeća, banke se najčešće (6 banaka) oslanjaju na eksterne izvore podataka, kao što su *Internet*, publikacije, izvještaji privredne komore i sl., kao i na informacije koje im u razgovoru daju menadžeri preduzeća (6 banaka). Pored navedenog, kao izvori podataka služe i standardni upitnici banaka kojeg popunjavaju preduzeća (2) ili finansijski savjetnici (1). Neke banke (3) se oslanjaju i na vlastitu procjenu mikro okruženja.

- 18,18% banaka uopšte ne procjenjuju poslovno okruženja preduzeća pri evaluaciji njegove kreditne sposobnosti. Sem toga, banke koje procjenjuju poslovno mikro okruženje preduzeća se u velikoj mjeri oslanjaju na podatke koje im pruža menadžment preduzeća, bilo u neformalnom razgovoru, bilo u obliku popunjenog upitnika. Budući da preduzeća, kao što je već prezentovano, u velikom broju uopšte ne analiziraju poslovno okruženje, odnosno zaključke donosi menadžment preduzeća, često bez dovoljno znanja, informacija i stvarnih činjenica, otvaraju se pitanja o kvaliteti evaluacije faktora poslovnog okruženja prilikom procjene kreditne sposobnosti preduzeća u BiH.

ZAKLJUČAK

Na osnovu prezentiranih podataka može se zaključiti da je poslovno okruženje u BiH nepovoljno, te da su sve zemlje u regiji znatno bolje rangirane. Naime, prema indeksu koji se objavljuje u “Ekonomskim slobodama širom svijeta” navedeno je da za 2021 godinu, zbirni rejting ekonomskih sloboda za Bosnu i Hercegovinu iznosi 6,66 na skali od 1 do 10 gdje viša vrijednost pokazuje viši nivo ekonomske slobode, čime zauzima 82. poziciju od 165 država. Poslovno okruženje u BiH je također nepovoljno rangirano i prema *Doing Business* izvještaju za 2020. godinu. Prema ovom izvještaju, Bosna i Hercegovina je na 90. mjestu, te bilježi trend pogoršanja u odnosu na prethodne godine.

U okviru anketnog istraživanja utvrdili smo da relativno mali broj preduzeća (66,7% anketiranih preduzeća) analizira poslovanje vlastite industrijske grane. Samo 61,8% ovih preduzeća donosi zaključke na osnovu dostupnih podataka iz eksternih izvora, kao što su: *Internet*, statistički izvještaji, izvještaji privrednih komora i sl., dok ostatak preduzeća analizira stanje u privrednoj grani na osnovu razgovora sa poslovnim partnerima, odnosno na osnovu zaključaka menadžera preduzeća. Nadalje, 77,5% preduzeća prati svoj položaj u odnosu na konkurenciju u industrijskoj grani u kojoj posluju, a čak 20,6% preduzeća ne prati pravnu regulativu koja se odnosi na njihovo poslovanje.

Banke, s druge strane, u okviru procjene kreditne sposobnosti preduzeća, u 36,36% slučajeva vrše analizu i makro- i mikro okruženje u kojima preduzeća posluju, 45,45% banaka analizira samo mikro okruženje, dok u 18,18% banaka nikako ne razmatraju uticaj poslovnog okruženja na kreditnu sposobnost pravnih lica. Prilikom analize makro okruženja banke, najčešće, procjenjuju opšte ekonomske uslove poslovanja, zatim ostvareni privredni rast ili pad, dok po jedna banka ocjenjuje inflaciju i državne podsticaje. U okviru analize mikro okruženja, banke najčešće ocjenjuju specifičnost industrijske grane (ekspanzija, stagnacija, pad poslovanja), zatim snagu konkurencije, tržišne potencijale i ograničenja industrijske grane, mogućnost ulaska konkurenata i postojanje supstitutivnih proizvoda, te procenat neprihodovnih kredita u industrijskoj grani. Što se tiče načina prikupljanja informacija o poslovnom mikro okruženju preduzeća, banke se oslanjaju na eksterne izvore podataka, kao što su: *Internet*, publikacije, izvještaji privredne komore i sl., kao i na informacije koje im u razgovoru daju menadžeri preduzeća.

Evidentno je da su neki od problema, koji se javljaju prilikom analize poslovnog okruženja u BiH, nekonzistentnost i nedostupnost validnih podataka. Međutim, provedeno istraživanje ukazuje da preduzeća, s jedne strane, analizi tržišta pristupaju neorganizovano i netemeljito, dok se banke, s druge strane, u velikom procentu oslanjaju na informacije o poslovnom okruženju koje im prezentuju menadžeri preduzeća. Uzevši u obzir sve navedeno, evidentno je da je potrebno da svi elementi poslovnog okruženja u BiH bi zabilježe značajna poboljšanja kako bi se bh. poslovno okruženje približilo nivou kvaliteta koje bilježe ostale zemlje u regiji. Također je bitno poboljšanja u pristupu evaluacije poslovnog okruženja, kako u preduzećima tako i u samim bankama.

LITERATURA:

1. Federalni zavod za programiranje razvoja, FBiH, *Konkurentnost 2019 Bosna i Hercegovina*, Retrieved 18. September 2023. <https://www.fzzpr.gov.ba/files/Konkurentnost%20Bosne%20i%20Hercegovine/Konkurentnost%202019%20.pdf>
2. Fraser Institut, *Economic Freedom of the World: 2022 Annual Report*, Retrieved 20. August 2023. From <https://www.fraserinstitute.org/sites/default/files/economic-freedom-of-the-world-2023.pdf>
3. Mikić M., *PESTLE analiza*, Retrieved 19. August 2023. From <web.efzg.hr/dok/EPO/mmikic/PESTLE%20analiza.docx>
4. RIC Centre, *SWOT analysis and PEST analysis*, Retrieved 19. August 2023. From <http://riccentre.ca/PDFS/Session-1-Takeaways-Guidlines.pdf>
5. Rose P. S., (2003.), *Menadžment komercijalnih banaka*, Mate, Zagreb
6. Tan JH., Chua WL., Chow CK., Chong MC., Chew BC., *PESTLE Analysis on Toyota Hybrid Vehicles*, Retrieved 19. August 2023. From www.academia.edu/download/29695054/PESTLE_Analysis_on_Toyota_Hybrid_Vehicles.pdf,
7. Thompson A. A., Strickland A. J., Gamble J. E., (2008.), *Strateški menadžment: U potrazi za konkurentskom prednošću*, Mate, Zagreb
8. Vidučić Lj., (2011.), *Financijski menadžment*, RRIF, Zagreb
9. World Bank, *Doing Business 2020*, Retrieved 18. September 2023. from <https://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>