



UNIVERSITETI I EVROPËS JUGLINDORE
УНИВЕРЗИТЕТ НА ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА
SOUTH EAST EUROPEAN UNIVERSITY

МАГИСТЕРСКА ТЕЗА:

Конкурентната позиција на Нептун и Сетек на пазарот на трговија на мало

Изработил:

Весна Анастасова

Ментор:

Проф. Д-р Шенај Хаџимустафа

Скопје, Ноември 2019

Содржина

Апстракт	6
Вовед	9
Предмет и цел на истражување	10
Методологија на истражување	13
ГЛАВА 1. ТРГОВИЈАТА И ЕКОНОМИЈАТА	14
1. Важноста на трговијата во глобалната економија	14
2. Движење и развој на трговијата	15
ГЛАВА 2. МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА АНАЛИЗИРАНА ОД МАКРОЕКОНОМСКИ АСПЕКТ	18
1. Состојба на реалниот БДП и економскиот раст во Република Северна Македонија	18
2. Анализа на компонентите на БДП според секторската анализа и според расходниот метод.	24
ГЛАВА 3. ТРГОВИЈАТА НА МАЛО ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	30
1. Поим и функција на трговијата на мало	30
2. Раст и движење на трговијата на мало во Република Северна Македонија	32
ГЛАВА 4. КОНКУРЕНЦИЈА	35
1. Конкурентност и видови на конкуренција	35
2. Фактори на конкурентност	38
3. Идентификација на конкуренцијата и нејзините стратегии	40
4. Анализа на конкурентите	42
ГЛАВА 5. КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА НА ФИНАНСИСКИТЕ ИЗВЕШТАИ НА ДВАТА НАЈГОЛЕМИ КОНКУРЕНТИ НА ПАЗАРОТ НА ТРГОВИЈА НА МАЛО	44
1. Позиционирање на пазарот на трговија на мало	44
2. Учеството на НЕПТУН И СЕТЕК во рамките на трговијата на мало	48
3. Поим, цели и задачи на финансиската анализа	49
4. Хоризонтална анализа на НЕПТУН и СЕТЕК	51
5. Вертикална анализа на НЕПТУН и СЕТЕК	58

6. Анализа на профитабилноста на НЕПТУН и СЕТЕК	64
6.1. Бруто профитна маржа	64
6.2. Оперативна профитна маржа	66
6.3. Нето - профитна маржа	67
6.4. Враќање на инвестициите	68
6.5. Стапка на поврат на вкупни средства (ROA – Return Of Assets)	69
6.6. Поврат на капитал (ROE – Return of equity)	70
7. Анализа на ликвидноста на НЕПТУН и СЕТЕК	70
7.1. Тековно рацио	71
7.2. Стапка на забрзана ликвидност (Quick ratio)	72
Заклучок	73
Користена литература	77

СПИСОК НА ТАБЕЛИ

Табела бр. 1 (БДП во Република Северна Македонија во периодот од 1990-2017 година)	20
Табела бр. 2 (Хоризонтална анализа на Билансот на состојба на Нептун Македонија)	53
Табела бр. 3 (Хоризонтална анализа на Билансот на успех на Нептун Македонија)	55
Табела бр. 4 (Хоризонтална анализа на Билансот на состојба на Сетек)	56
Табела бр. 5 (Хоризонтална анализа на Билансот на успех на Сетек)	57
Табела бр. 6 (Вертикална анализа на Билансот на состојба на Нептун Македонија)	60
Табела бр. 7 (Вертикална анализа на Билансот на успех на Нептун Македонија)	61
Табела бр. 8 (Вертикална анализа на Билансот на состојба на Сетек)	62
Табела бр. 9 (Вертикална анализа на Билансот на успех на Сетек)	63
Табела бр. 10 (Бруто профитна маржа на Нептун и Сетек)	65
Табела бр. 11 (Оперативна профитна маржа на Нептун и Сетек)	66
Табела бр. 12 (Нето профитна маржа на Нептун и Сетек)	67
Табела бр. 13 (Враќање на инвестициите - ROTA на Нептун и Сетек)	68
Табела бр. 14 (Враќање на средства - ROA на Нептун и Сетек)	69
Табела бр. 15 (Поврат на капитал - ROЕ на Нептун и Сетек)	70
Табела бр. 16 (Тековно рацио на Нептун и Сетек)	71
Табела бр. 17 (Брзо рацио на Нептун и Сетек)	72

СПИСОК НА ГРАФИКОНИ

Графикон бр. 1 (БДП тренд на земји во транзиција)	21
Графикон бр. 2 (Стапки на економски раст во Република Северна Македонија во периодот 1990-2016 година)	22
Графикон бр. 3 (Реален БДП и стапка на економски раст во Република Северна Македонија во периодот 1990-2017 година)	23
Графикон бр. 4 (Квартални податоци за БДП и стапки на раст во Република Северна Македонија во периодот 2014-2017 година)	24
Графикон бр. 5 (Учество на доминантните сектори во БДП во Република Северна Македонија во периодот 2006-2015 година)	25
Графикон бр. 6 (Структурно учество на бруто - инвестициите, извозот и увозот на стоки и услуги во Република Северна Македонија во периодот 2006-2015 година)	26
Графикон бр. 7 (Учество на компонентите во БДП според расходниот метод во Република Северна Македонија во периодот 2006-2015 година)	27
Графикон бр. 8 (Структурно учество на видовите потрошувачка во вкупната финална потрошувачка во Република Северна Македонија во периодот 2006-2015 година)	29
Графикон бр. 9 (Структура на прометот во секторот Трговија, декември 2018 година)	33
Графикон бр. 10 (Просечен број на вработени во Нептун и Сетек)	49

СПИСОК НА СЛИКИ

Слика бр. 1 (БДП тренд на земји во транзиција)	39
--	----

Апстракт

Трговијата на мало е значаен сегмент од економијата на секоја земја. Трговијата на мало со електронски уреди и бела техника е во подем во Република Северна Македонија и истата дава голем придонес во вкупната вработеност и целокупната економија во државата. Трговијата на мало во Република Северна Македонија се соочува со многубројни предизвици, како што се: зголемувањето на важноста на електронската трговија, развој на нови форми на трговија на мало, воведувањето на современи технологии и конкурентноста, која се наметнува како императив во развојот на компаниите.

Во услови на глобализација и либерализација на светскиот пазар постои голема конкуренција, а единствен начин да се успее на пазарот е да се биде конкурентен.

Најблиски конкурентни компании се оние компании кои дејствуваат на ист пазар и применуваат иста стратегија. Потребно е да се утврдат најголемите конкуренти на пазарот на кој делува одредена компанија со цел да се утврдат предностите и недостатоците кои ги има главниот конкурент на пазарот.

Позиционирањето на компаниите во рамките на пазарот на трговија на мало најдобро се отсликува преку компаративна финансиска анализа. Финансиската анализа претставува селекција, евалуација и интерпретација на финансиските податоци и други важни информации. Финансиската анализа е претставена преку историска пресметка на финансиските показатели за временски период од 5 години на двата најголеми конкуренти Нептун и Сетек на пазарот на трговија на мало во Република Северна Македонија со цел да се изврши оценка на нивните оперативните перформанси и финансиската состојба. Финансиската анализа дава целокупната слика за работењето на овие две конкурентни компании и нивното позиционирање на пазарот на трговија на мало.

Анализата на конкуренцијата се прави со цел да се добијат детални информации за деловното работење на секој конкурент. По идентификувањето и

анализирањето на главните конкуренти, компанијата треба да дефинира конкурентна стратегија, со која ќе може да ја обезбеди конкурентната позиција. Не постои единствена стратегија што е оптимална за конкурентно позиционирање на пазарот. Секоја компанија мора да ја утврди својата цел на деловно работење на пазарот, своите деловни цели, јаки страни, слаби страни, можности и ограничувања и да формулира соодветни стратегии, различни од конкуренцијата.

Предизвиците, поврзани со конкурентноста на домашните фирми, се подеднакво важни за да може земјата да генерира раст којшто е потребен за постигнување конвергенција со нивоата на доход во Европската Унија и адресирање на невработеноста.

Клучни зборови: трговија на мало, конкуренција, анализа на финансиски извештаи, позиционирање на пазарот, стратегија.

Abstract

Retail trade is an important segment of the economy of every country. Retail trade of electronic devices and white goods is booming in the Republic of North Macedonia and it contributes greatly to the overall employment and the overall economy of the country. The retail trade in the Republic of North Macedonia faces many challenges, such as: the increasing importance of e-commerce, the development of new forms of retail trade, the introduction of modern technologies and competitiveness, which is imposed as an imperative in the development of the companies.

In conditions of globalization and liberalization of the world market there is great competition, and the only way to succeed in the market is to be competitive.

The closest competing companies are those that operate in the same market and apply the same strategy. It is necessary to identify the biggest competitors on the market in

which a particular company operates in order to identify the advantages and disadvantages of the main competitor in the market.

The positioning of companies within the retail market is best illustrated by Comparative analysis of financial statements. Financial analysis is the selection, evaluation and interpretation of financial data and other important information. The financial analysis is based on historical accounting information of the two largest competitors Neptun and Setec on the retail market in the Republic of North Macedonia, for period of 5 years, in order to evaluate their operating performance and financial condition. The financial analysis gives an overview of the performance of these two competing companies and their positioning in the retail market. The financial analysis gives an overview of the performance of these two competing companies and their positioning in the retail market.

Competition analysis is in order to obtain detailed information on the business performance of each competitor. After identifying and analyzing the main competitors, the company needs to define a competitive strategy that can secure its competitive position. There is no single strategy that is optimal for competitive market positioning. Each company must set its own business objectives, market goals, strengths, weaknesses, opportunities and constraints and formulate appropriate strategies different from competition.

Challenges related to the competitiveness of domestic companies are equally important for the country to generate the growth needed to achieve convergence with EU income levels and address unemployment.

Keywords: retail trade, competition, financial statement analysis, market positioning, strategy.

Вовед

Процесот на се поголема меѓу зависност кој што денес се нарекува глобализација е мултидимензионален и комплексен феномен кој што сублимира интензивни политички, социјални и економски интеракции како на национално така и над национално ниво. Економската глобализација се однесува на зголемување на меѓузависноста на економиите во светот како резултат на зголемениот обем на прекугранична трговија, меѓународното движење на капитал и брзиот трансфер на технологија. Трговијата е интегрален дел од процесот на економска глобализација.

Истражувањето е составено од пет поврзани дела.

Во првата глава, под наслов Трговијата и економијата, посебен акцент е ставен на суштината и значењето на трговијата во глобалната економија. Анализата на трговијата е опфатена во временските периоди низ кои се рефлектираат два бранови на економска глобализација и кои се карактеризираат со брз раст на светската трговија, но и со значајни промени во нивните релативни големини во поодделните временски периоди и анализа на трговските текови во 21 век.

Во втората глава од овој магистерски труд истражувањето се насочува кон анализа на македонската економија со посебен акцен на анализа на БДП како основен показател на економските движења во Република Северна Македонија

Во третата глава, пак, е опфатена трговијата на мало како значаен сегмент од економијата во земјата. Трговијата на мало е анализирана според одлуката на Националната класификација на дејности и растот и уделот на трговијата на мало анализирана преку статистички податоци добиени од Државниот завод за статистика на Република Северна Македонија.

Четвртата глава Конкуренција, се однесува на конкуренцијата како теоретски концепт и практика, видовите на конкуренција, идентификација на конкурентите кои делуваат на истот економско подрачје, конкурентските стратегии и анализа на конкурентите со цел да се утврдат предностите и недостатоците на компаниите кои конкурираат на пазарот.

Петтата глава се однесува на двата најголеми конкуренти на пазарот на трговија на мало, нивната позиција на пазарот, нивното учество во рамките на трговијата на мало. Станува збор за Нептун и Сетек како најголеми играчи во своето делување. Анализата е посебно насочена на финансиските извештаи на Нептун и Сетек преку компарација, со цел да се согледаат предностите и недостатоците кои ги имаат овие две компании. Финансиските извештаи се еден од основните извори на податоци за оцена на финансиската состојба и резултат на анализата за севкупното работење на компанијата. Компаративната анализа дава јасна слика за компаниите кои се анализираат и дава оценка за себе и за конкурентната компанија која се анализира.

Предмет и цел на истражување

Предмет на ова истражување ќе биде обработување на проблематиката на позицијата на двата најголеми конкуренти на пазарот на трговијата на мало со електронски уреди и бела техника во Република Северна Македонија. На релевантноста и актуелноста на оваа тема влијаат две групи на фактори. Од една страна, тоа се значењето, доприносот и перспективите на трговијата на мало во растот на економијата на земјата, а од друга страна, конкурентноста, која се наметнува како императив во развојот на компаниите. Во услови на глобализација и либерализација на светскиот пазар постои голема конкуренција, а единствен начин да се успее на пазарот е да се биде конкурентен.

Позиционирањето на компаниите во рамките на пазарот на трговија на мало најдобро се отсликува преку компаративна финансиска анализа. Финансиската анализа претставува селекција, евалуација и интерпретација на финансиските податоци и други важни информации, со цел да се изврши оценка на оперативните перформанси и финансиската состојба на компанијата.

Оперативните перформанси претставуваат мерило за тоа колку добро компанијата ги користи своите средства, материјални и нематеријални, со цел да оствари поврат на вложените средства. Финансиската позиција на компанијата е мерило на способноста на компанијата да ги исполни доспеаните обврски, како што е на пример плаќањето на камата на земаниот долг навремено.

Финансиското известување претставува колекција и презентација на тековните и историски финансиски информации за работењето на компанијата. Ваквото известување вклучува годишни извештаи доставени до стеикхолдерите, како и различни соопштенија за јавноста, издадени од страна на компанијата. Финансиската анализа ги зема предвид ваквите информации, врши нивна оценка и евалуација и ги користи во насока на утврдување на минатите перформанси и состојба на компанијата, а што е уште поважно, во насока на предвидување на нејзините идни перформанси и состојба.

Предмет на магистерскиот труд е токму финансиската анализа претставена преку пресметка на финансиските показатели на двата најголеми конкуренти Нептун и Сетек на пазарот на трговија на мало во Македонија и оценка на нивните оперативни и финансиски перформанси, преку пресметка на финансиските показатели за временски период од 5 години и донесување заклучоци за целокупната слика на нивното работење.

Причината поради која е одлучено анализирање на компаниите Нептун и Сетек, претставува фактот што трговијата на мало со електронски уреди и бела техника е во подем во Република Северна Македонија и истата дава голем придонес во вкупната вработеност и целокупната економија во државата. За цели на анализата се искористени јавно објавените ревидирани финансиски извештаи на компаниите. Посебен акцент при анализата ќе биде ставен на правилно толкување на добиените резултати, како неопходен предуслов за ефикасно деловно одлучување.

Цели на истражувањето на магистерскиот труд се:

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

1. Добивање значајни информации поврзани со ликвидноста, задолженоста, профитабилноста и другите аспекти од работењето на компаниите во иста индустрија

2. Утврдување на најдобра стратегија за позиционирање на пазарот на трговија на мало

3. Утврдување на најдобри начини за подобрување на условите во трговијата

4. Утврдување на ефикасноста и ефективноста од позиционирањето на македонскиот пазар

Како задачи на истражувањето во оваа магистерска теза ќе бидат:

А) Идентификување на најголемите конкуренти на пазарот на трговија на мало и нивното значење за раст и развој на економијата.

Б) Хоризонтална анализа која има задача да ја објасни релацијата помеѓу одделните ставки на финансиските извештаи, кои комбинирани на најразлични начини даваат значајни информации поврзани со ликвидноста, задолженоста, профитабилноста и другите аспекти од работењето на една компанија.

В) Споредба на финансиските извештаи во тек на неколку години што го открива правецот, брзината и обемот на промена на елементите на финансиските извештаи.

Г) Вертикална анализа која ги покажува промените на ставките во финансиските извештаи кои настануваат во тек на избран репрезентативен период.

Д) Анализа на профитабилноста на најголемите конкуренти на пазарот во трговијата на мало со бела техника и електронски уреди, како и нивното учество во трговијата на мало.

Ѓ) Анализа на ликвидноста на двете компании кои имаат најзначајна улога во растот на трговијата на мало во Македонија, како значаен сегмент од трговијата.

Методологија на истражување

Во ова истражување ќе бидат употребени податоци добиени од секундарни извори и податоци добиени од примарни извори. Значи, за изработка на магистерскиот труд ќе бидат користени податоци од објавени книги, публикувани трудови, списанија, статии и сл. од областа на трговијата, добиени од библиотечните фондови или преку користење на интернет мрежата, како и податоци добиени од финансиски извештаи направени од страна на кандидатот. При компаративната анализа на двата најголеми конкуренти ќе бидат користени примарни податоци добиени преку јавно објавените финансиски извештаи. Од методолошкиот инструментариум ќе бидат користени следните методи:

- Метод на анализа и синтеза - овој метод ќе биде користен за логичко претставување на предметот на истражување, односно состојбите, проблемите и перспективите на трговијата на мало, преку нејзино расчленување на составни делови како и извлекување на крајни генерални заклучоци во однос на трговијата и значењето на трговијата на мало за економскиот развој.
- Метод на индукција и дедукција – овој метод ќе биде користен за донесување на заклучоци и препораки поврзани со оваа проблематика, притоа поаѓајќи од испитувањата на поединостите и специфичностите поврзани со ова прашање како и од идентификацијата на некои непознати поединости врз основа на факти кои се општо познати или врз основа на нешто што се претпоставува.
- Компаративен метод – овој метод ќе се користи при компарација на двата најголеми конкуренти и нивната позиција на пазарот на трговија на мало во Република Северна Македонија.

Глава 1. ТРГОВИЈАТА И ЕКОНОМИЈАТА

1. Важноста на трговијата во глобалната економија

Во текот на последните два века трговијата расте неверојатно, целосно ја трансформира глобалната економија. Глобализацијата претставува интеграција на националните економии во глобален економски систем. Овој процес е мултидимензионален и комплексен феномен кој што сублимира интензивни политички, социјални и економски интеракции во национални и меѓународни размери. Економската глобализација се однесува на зголемување на меѓузависноста на економиите во светот како резултат на зголемениот обем на прекугранична трговија, меѓународното движење на капитал и брзиот трансфер на технологија (Ospina, Beltekian, & Rose, 2018).

Трговијата има важна улога во процесот на економска глобализација. Анализата на трговијата ги опфаќа временските периоди низ кои се рефлектираат два бранови на економска глобализација и кои се карактеризираат со брз раст на светската трговија, но и со значајни промени во нивните релативни големини во поодделните временски периоди. Првиот бран започнува во 19 век и завршува со почетокот на Првата светска војна. Вториот бран започнува по Втората светска војна и сеуште продолжува. Со други зборови, анализата се движи во насока на согледување на растот, дисперзираноста и структурираноста на трговијата во периодот до Втората светска војна, односно периодот до 1913 кој се поклопува со првата фаза на глобализација како и анализа на трговските текови во периодот по Втората светска војна па се до денес. Притоа посебно внимание се посветува на т.н. “златен” период, 1950-1973 како период за економскиот раст и трговијата, но и на економските проблеми и ограничениот раст на трговијата во периодот 1973-1990, на состојбата во светската трговија во 1990-тите,

како и на трендовите на трговијата присутни во 21 век, со посебен акцент на колапсот на светската трговија како последица на глобалната финансиска криза (Prof. d-r Fotov, 2010).

2. Движење и развој на трговијата

Трговските текови во периодот до Втората светска војна се сегментирани во два периоди: периодот до 1913 година и меѓувоенниот период односно периодот меѓу двете светски војни. Доколку се анализираат трговските текови во периодот од 1800-1913 година се констатираат две главни карактеристики: прво, периодот се карактеризира со висок раст на меѓународната трговија и второ, светската трговија расте со повисоки стапки отколку светскиот аутпут (Kenwood & Lougheed, 2001).

Во периодот помеѓу двете светски војни, процесот на експанзија на меѓународната трговија се одвива со подолги паузи. Иако обемот на меѓународна трговија продолжува да се зголемува, стапката на раст на светската трговија по децении се намалува во просек од околу 40% во периодот од 1881 до 1913 година на 14% во периодот 1913-1937 година (Miteva-Kacarski, 2010).

Но, светското производство се опоравува многу побрзо од светската трговија, при што во 1937 година индустриското производство се зголемува за 104% во споредба со 1929 година, додека светската трговија регистрира раст од 97% (Miteva-Kacarski, 2010).

Наредниот период е периодот од 1914-1945 година, кога глобалната економија, заради двете светски војни и Големата депресија била речиси уништена (Svrtinov, 2013)

До почетокот на 1950-тите години, првата фаза од повоеното обновување на глобалната економија е речиси завршена. Европските економии се реконструирани, производството е нормализирано и воспоставена е стабилна ценовна политика. Овие

знаци на подобрување на светската економија укажуваат на тоа дека за разлика од периодот на Големата депресија во 1930-тите и суровите ограничувања на почетокот на војната, 1950-тите и 1960-тите биле децении на брзо подобрување на животниот стандард на населението во Западна Европа и САД и децении во кои стапките на економски раст ги надминале сите преседани во глобалната економија. Во периодот 1950-1973 година има највисока стапка на раст на светската трговија од 7.2% и стапка на раст на светскиот аутпут од 4.7% (Eaton, Kortum, & Kramarz, 2005).

Периодот на експанзивен раст доаѓа до својот крај после 1973 година. Инфлацијата на светско ниво се зголемува од 5.9% во 1971 година на 9.6% во 1973 година, при што истата надминува 15% во 1974 година, и од таа причина националните монетарни и фискални политики се насочуваат кон стабилизирање на ценовното зголемување (Neal & Cameron, 2015).

Ниската стапка на економски раст во 1970-тите е резултат на рестриктивната економска политика која што ја водат националните влади во обид да се справат со проблемот на инфлацијата.

Во светската економија во периодот 1990-2000 година започнува друга промена како резултат на забрзаната економска глобализација. Во тој период светската трговија расте многу побрзо во споредба со светскиот аутпут, односно во просек светската трговија расте два пати побрзо во однос на светскиот аутпут. Просечната стапка на раст на светската трговија изнесува 6.2%, додека стапката на раст на светскиот аутпут изнесува 3%.

Во текот на овој период настануваат значајни промени во поглед на либерализацијата на трговијата и економската глобализација. Имено, потпишан е Договорот во Маракеш и 124 земји кои што партиципираат во рамките на Уругвајската рунда и го формираат концептот на Светската Трговска Организација. Оваа институција има основна цел редуцирање на трговските бариери и воспоставување на мултилатерална трговска размена (Das, 2003).

Трговијата со производи е движечка сила на светската економија. И во обем и по вредност светската трговија со стоки растела два пати побрзо во споредба со светскиот аутпут во периодот 2003-2007 (World Trade Organization, 2008).

Во текот на 2007 година растот на светската трговија има незначителна важност за економската посебно за развиените економии. Растот на трговијата со стоки започнува во 2001 година и е реализиран од страна на развиените земји и Источна Азија предводена од Кина. Во средината на 2008 година, глобалната економија се наоѓа на работ на рецесија. После четири години релативно брз раст, кризата е резултат на голем број фактори и тоа: зголемените цени на стоките, глобалното распространување на финансиската криза од САД, сè поголемата рестриктивност на монетарната политика во поголем број земји како и нестабилноста на берзата. Без силна и меѓународно координирана акција на макроекономската политика, глобалната рецесија изгледа неизбежна.

Намалувањето на увозот и на побарувачката во САД, предизвикува забавување на растот на извозот во развиена Азија (претежно Јапонија). Падот на цената на нафтата го променува трендот од претходните години и ѝ овозможува на Јапонија да го одржи трговскиот суфицит и покрај порастот на извозот и сиромашните извозни перформанси. Австралија успева да го намали трговскиот дефицит благодарение на нагло то зголемување на договорните цени на железната руда и јагленот за извоз, притоа остварувајќи раст на приходите од извоз за повеќе од 20% во 2008 (World Trade Organization, 2008).

Новиот економски поредок кој е настанат како резултат на процесот на глобализација, кон крајот на минатиот век, нуди поголеми предности за сите учесници во светската трговија. Имено, драстичното намалување и укинување на бројните ограничувања во меѓународната трговија, допринесе до развој на трговијата на земјите во развој и економиите во транзиција. Всушност за малите и средни економии, можноста за развој на трговијата се темели на производството кое е ориентирано кон меѓународните пазари и на можностите за слободна трговија. Со тоа

кај земјите во развој се отвори можноста за остварување на брз економски развој (Свртинов, 2012).

Глава 2. МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА АНАЛИЗИРАНА ОД МАКРОЕКОНОМСКИ И МИКРОЕКОНОМСКИ АСПЕКТ

1. Состојба на реалниот БДП и економскиот раст во Република Северна Македонија

Македонската економија, како дел од севкупното глобално окружување е подложна на промени како резултат на бројни глобални, регионални и специфични фактори или тн. двигатели на промени (Министерство за образование и наука, 2017).

Економскиот раст на Република Северна Македонија се соочува со сериозни проблеми во текот на целиот период од изминативе години. Основен показател на економските движења е реалниот БДП. Анализата на БДП и стапката на економски раст го вклучува периодот од 1990 – 2016 година. Ваквиот временски период дава сеопфатна слика на движењата на БДП и економскиот раст на Република Северна Македонија, земајќи ги предвид годините од осамостојувањето на државата, потоа периодот на економските блокади и воениот конфликт од 2001 година. Посебно ќе се разгледаат кварталните податоци за БДП и економскиот раст во времето на политичката криза од 2014 до 2017 година, за да може да се утврдат и презентираат одредени промени во овој период. Секако од големо значење при детерминирањето на областите каде се појавуваат промени од кризата, е секторската анализа на БДП и

анализата на БДП според расходниот метод на пресметка. За таа цел користени се секундарни извори на податоци од базите на Државниот завод за статистика на Република Северна Македонија, како и меѓународните бази на податоци на Светска Банка, ИМФ, Еуростат и Обединетите Нации. Податоците во табелата број 1 се однесуваат на реалниот БДП во Република Северна Македонија. Сè до 1997 година, статистички показатели на економскиот раст биле брутоопштествениот производ (БОП), општествениот производ (ОП) и националниот доход (НД). БОП ја покажувал вкупната вредност на домашното производство и услуги во текот на една година, сметајќи ги и трошоците за сировини и материјали и вредноста на полупроизводите и недовршените производи. Најзначаен показател за домашното производство е општествениот производ (ОП), кој ја претставувал вкупната вредност на произведените добра и услуги во период од една година, исклучувајќи ги сировините и материјалите како и недовршените производи и полупроизводите. Но, овој показател ја вклучувал депрецијацијата на капиталот. Показател кој ја исклучувал вредноста на депрецираниот капитал е националниот доход (НД), кој всушност ја претставува новосоздадената вредност во економијата во текот на една година. Според пресметката на овие показатели, БОП на Македонија бил за 36,6% понизок од просекот на СФРЈ/Југославија (Micevska, Eftimoski, & Petkovska, 2002).

Всушност јазот во БОП помеѓу најразвиените републики на СФРЈ – Словенија и Република Северна Македонија се продлабочувал уште во периодот по Втората Светска војна. Ова е показател дека развојот на Република Северна Македонија заостанувал споредено со останатите Републики на СФРЈ, и покрај трансферите од 6 проценти од БОП на Македонија, што биле добивани од Федералниот Буџет (Бошковска & Мајовски, 2018).

Податоците за периодот од 1990 – 1993 година, во согласност со методологијата „Систем на национални сметки (СНС 93), и со метод на конверзија се преработени. Пресметките на БДП, за периодот 1994-1996 се врз основа на воспоставените пресметки. Серијата на податоци од 1990 до 1997 не е преработена според новите

методологии, сепак овие податоци се многу важни за движењата во економијата и се користат за споредба. Пресметките на БДП од 1996-2017 година се базираат на принципите на БДП, според ЕСС-2010 методологијата. Реалниот БДП е изразен во милиони денари пресметан според тековните цени, исто така и во милиони евра, како и во милиони евра по жител. Податоците за БДП дефлаторот се исто така значајни, бидејќи го земаат предвид влијанието на инфлацијата односно промените на цените на макрониво, во промените на реалниот БДП. Најголем БДП дефлатор е евидентиран во 1992 година, кога реално Република Северна Македонија се соочува со хиперинфлација (Бошковска & Мајовски, 2018).

Табела 1. БДП во Република Северна Македонија во периодот од 1990 – 2017 година

Година	БДП по тековни цени (во милиони денари)	БДП по жител во евра (по тековен курс)	БДП во милиони евра(по тековен курс)	Стапки на раст на БДП	БДП дефлатор
1990	506	2.232	4.252	-	-
1991	920	2.083	3.990	-6,2	193,7
1992	11.794	1.937	3.728	-6,6	1.371,80
1993	59.165	1.785	3.450	-7,5	542,1
1994	146.409	1.742	3.389	-1,8	251,9
1995	169.521	1.705	3.351	-1,1	117,1
1996	176.444	1.777	3.523	1,2	102,9
1997	186.018	1.658	3.310	1,4	103,4
1998	194.979	1.590	3.193	3,4	101,4
1999	209.010	1.709	3.448	4,3	102,7
2000	248.646	2.021	4.095	4,5	108,2
2001	252.393	2.036	4.143	-3,1	103,6
2002	258.581	2.099	4.241	1,5	100,9
2003	268.694	2.164	4.386	2,2	101,7
2004	280.786	2.252	4.578	4,7	99,8
2005	308.447	2.470	5.032	4,7	104,9
2006	334.840	2.682	5.472	5,1	103,3
2007	372.889	2.982	6.095	6,5	104,6
2008	414.890	3.308	6.772	5,5	105,5
2009	414.622	3.300	6.767	-0,4	100,3
2010	437.296	3.459	7.109	3,4	102
2011	464.186	3.665	7.544	2,3	103,7
2012	466.703	3680	7585	-0,5	101
2013	501.891	3948	8150	2,9	104,5
2014	527.631	4141	8562	3,6	101,4
2015	558.954	4382	9072	3,9	102
2016	598.881	4691	9723	2,9	104,1
2017	630.859		10241	1,6	103,6

*податоците за БДП по жител и вкупен БДП за периодот 1990-1996 година се изразени во американски долари (САД \$);

**податоците за 2017 година се проекции според Министерството за финансии на Република Северна Македонија

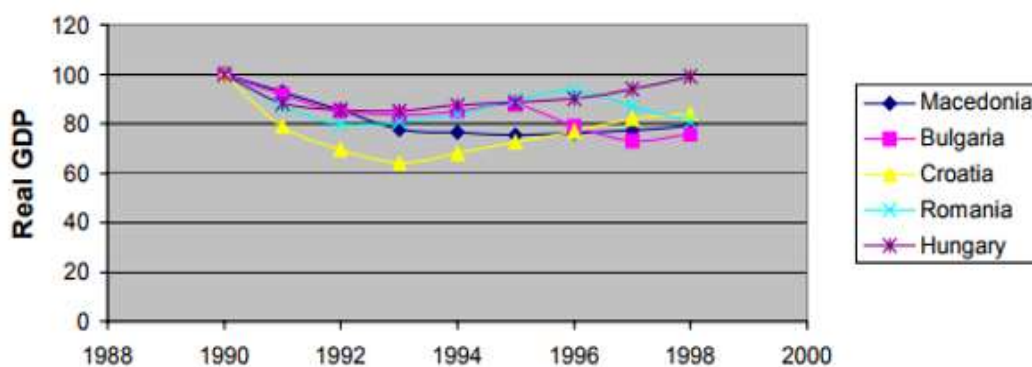
Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

(Државен завод за статистика., Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2000) (Државен завод за статистика., Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2001) (Државен завод за статистика., Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2002; Скопје, 2003) (Државен завод за статистика., Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2005) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2004) (Државен завод за статистика., Статистички преглед - Национална економија и финансии, 2009) (Државен завод за статистика., Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2011)

Република Северна Македонија во текот на 1990 година и по осамостојувањето доживува голем пад на БДП. Таквата состојба е карактеристична за сите економии во транзиција: (Графикон број 1) „Само Унгарија многу брзо се извлекла од депресијата и БДП во 1998 година го достигнал нивото од 1990 година“ (Бошковска & Мајовски, 2018).

Од друга страна, Република Северна Македонија, Бугарија, Хрватска и Романија почувствуваат длабока и подолготрајна депресија. Иако сите четири земји имаат различни трендови на БДП во 1998 година, нивните БДП се движат околу 20% под нивото од 1990 година. Овој период од развојот на економијата не само што претставува економски предизвик во кој настанува промена од планска во пазарна економија и соодветно на тоа следуваат низа на реформи и реструктурирања на претпријатијата и на институциите, либерализирање на економијата и нејзино отворање, туку е и проследен со низа политички влијанија и случувања. Тие имаат исто така големо значење за падот на БДП на Македонија и економската и политичка нестабилност на земјата.

Графикон 1. БДП тренд на земји во транзиција

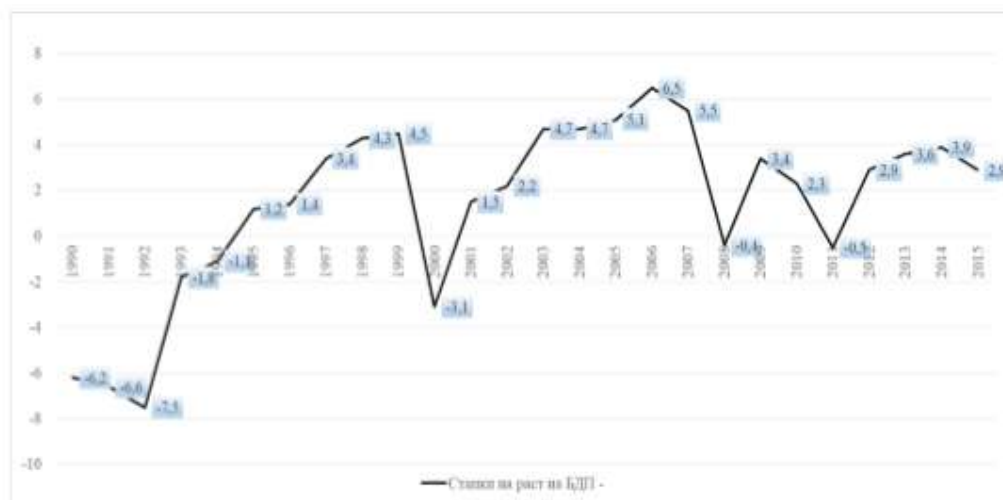


Извор: (статистика, н.д.)

Трендот на стапката на економски раст на Република Северна Македонија е прикажан на графиконот број 2. Сè до 1995 година, македонската економија бележи негативни стапки на раст на БДП. Во 1996 година, за првпат по осамостојувањето, е остварена позитивна стапка на раст и таквиот тренд на позитивни стапки на раст продолжува до 2001 година, кога поради воениот конфликт доаѓа до опаѓање на економската активност и негативна стапка на раст од -4,5%. Од 2001 до 2006 година економијата се опоравува од последиците на воениот конфликт во 2001 година. Трендот на раст на БДП се јавува од 2002 година и се одвива со многу бавно темпо, при што во 2007 година ја достигнува највисоката вредност од 6,5% која е забележана во изминативе дваесеттина години од постоењето на државата. Нагорниот тренд на раст доживува драстично намалување во 2009 година при што од стапка на раст 5,5% во 2008 паѓа на негативна -0,4% во 2009 година. Намалувањето е последица на големата, светска, финансиска и економска криза која започнува во 2008 година во САД и набрзо се проширува во земјите од Европската Унија, а реперкусии почувствуваа скоро сите економии во светот (Бошковска & Мајовски, 2018).

Графикон 2. Стапки на економски раст во Република Северна Македонија во периодот 1990-2016 година

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

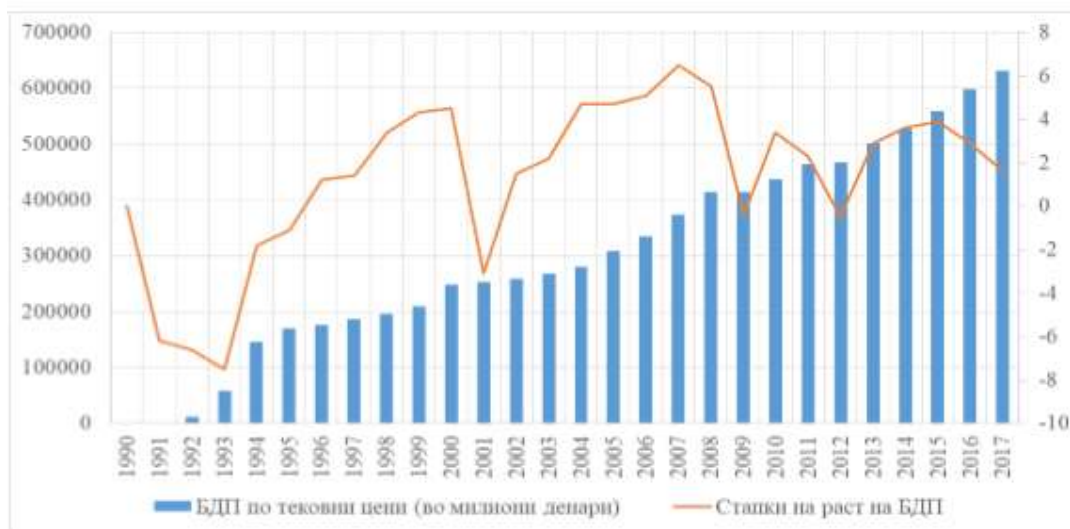


Извор: (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2000) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2001) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2002) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2003) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2004) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2005) (Државен завод за статистика, Статистички преглед - Национална економија и финансии, 2009) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2011)

Во следните две години економијата се стабилизира од кризата и покажува позитивна стапка на раст во 2010 од 3,4%, и со благо намалување, но сепак позитивна стапка од 2,3 ја завршува 2011 година. Во 2012 година има повторно негативна стапка на економски раст од -0.5%, која во периодот од 2012 до 2014 година остварува благ пораст. (2,9% во 2012 година, 3,6% во 2013 година и 3,9% во 2014 година). Стапката на економски раст иако позитивна, веќе во 2016 година бележи намалување и изнесува 2,9%. Графиконот број 3 дава слика на реалниот БДП и економскиот раст.

Графикон 3. Реален БДП и стапка на економски раст во Република Северна Македонија во периодот 1990-2017 година

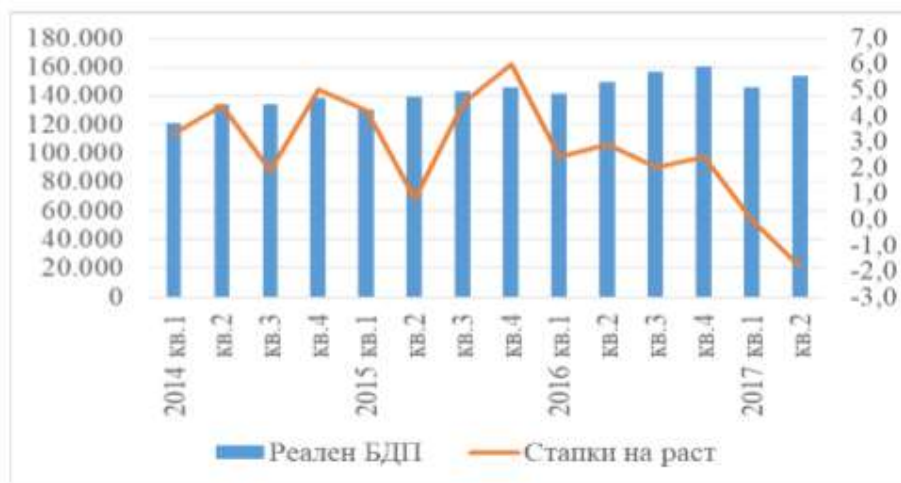
Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало



Извор: (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2000) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2001) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2002) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2003) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2004) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2005) (Државен завод за статистика, Статистички преглед - Национална економија и финансии, 2009) (Државен завод за статистика, Статистички годишник - Национална економија и финансии, 2011)

Многу подетална слика за движењето на БДП се добива кога ќе се анализираат кварталните податоци и стапките на раст во периодот на политичката криза. Графиконот број 4 за овие податоци, јасно укажува на намалување на БДП и намалена стапка на раст на БДП.

Графикон 4. Квартални податоци за БДП и стапки на раст во Република Северна Македонија во периодот 2014-2017 година



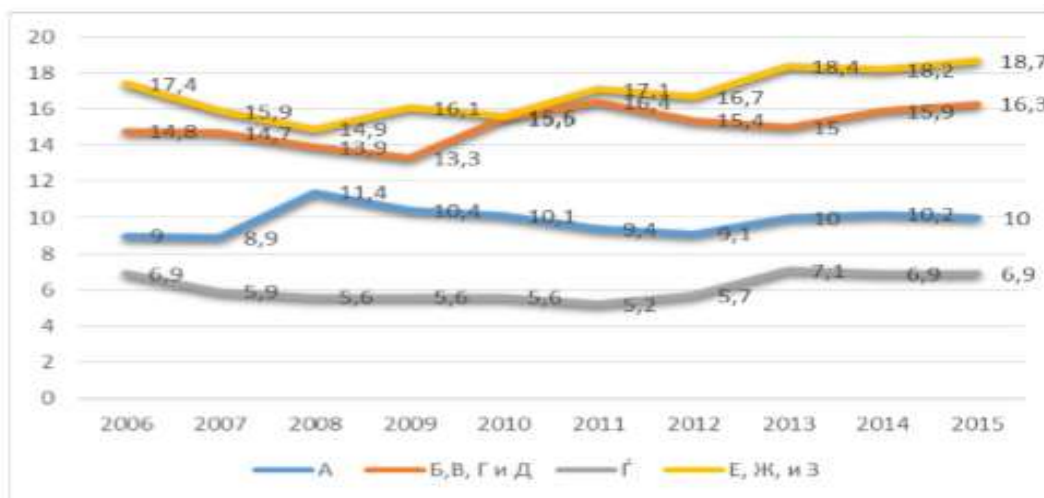
Извор: (Државен завод за статистика, Статистички прилог II, 2017)

2. Анализа на компонентите на БДП според секторската анализа и според расходниот метод

Во поглед на секторите кои го сочинуваат БДП, анализата покажува дека значаен придонес за економскиот раст во анализираниот период има растот на градежништвото и трговијата на големо и мало. Во графиконот број 5 прикажани се учествата на определени доминантни сектори во создавањето на БДП во Република Северна Македонија. Најзначајно за овој период е растот на градежништвото, главно како резултат на реализацијата на повеќе јавно финансирани проекти за изградба на инфраструктурата, како и очекуваните инвестиции во слободните економски зони. Учеството на преработувачката индустрија во БДП се движи околу 10% проценти и во анализираниот период со благи осцилации на намалување од 2006 до 2009 година е забележано најниското учество од 8,8% во 2009 година. Порастот во следните години е, исто така, незначителен и во 2011 година достигнува 11,4% и истото ниво го

достигнува во 2015 година повторно, после падот во 2012 (10,2%) и во 2013 година (9,9%) (Бошковска & Мајовски, 2018).

Графикон 5. Учество на доминантните сектори во БДП во Република Северна Македонија во периодот 2006 – 2015 година



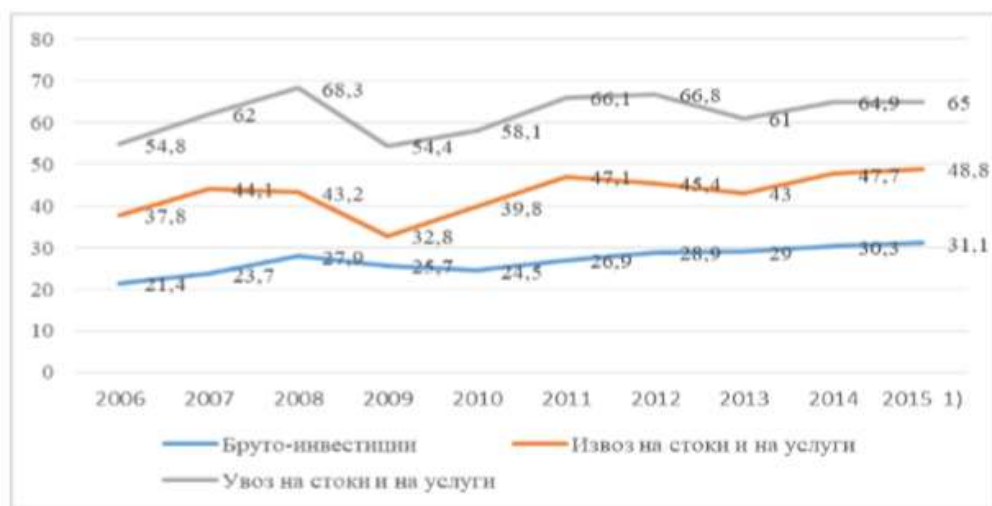
Забелешка: А - Земјоделство, шумарство и рибарство; Б, В, Г и Д – Рударство и вадење на камен, преработувачка индустрија, Снабдување со електрична енергија, гас, пареа и климатизација, Снабдување со вода, отстранување на отпадни води, управување со отпад и дејности за санација на околината; Г – Градежништво; Е, Ж и З – Трговија на големо и трговија на мало, поправка на моторни возила и мотоцикли, Транспорт и складирање, Објекти за сместување и сервисни дејности со храна.

Извор: (Државен завод за статистика, Годишник на Република Северна Македонија, 2016)

Анализата на БДП според расходниот метод се осврнува на податоците за финалната потрошувачка, јавна и потрошувачката на домаќинствата, на состојбата со бруто-инвестициите и надворешно трговската размена. Состојбата со извозот и увозот во Република Северна Македонија и нивното учество во БДП е претставена и на следниот графикон (графикон број 6). Тренд линијата на извозот и увозот на стоки и услуги се движат прилично симетрично една со друга, со тоа што извозот на стоки и услуги е на пониско ниво (се движи од 37,8% - 48,8% од БДП) за разлика од увозот

(54,8% - 65 % од БДП). Меѓутоа, треба да се има предвид дека Македонија, како мала и отворена економија, се одликува со висока зависност од надворешниот сектор. Паралелно со зголемувањето на извозот, се зголемува и увозот што придонесува за одржување на негативното трговско салдо во размената со странство (Бошковска & Мајовски, 2018).

Графикон 6. Структурно учество на бруто - инвестициите, извозот и увозот на стоки и услуги во Република Северна Македонија во периодот 2006-2015 година



Извор: (Државен завод за статистика, stat.gov.mk)

Воедно, за Македонската економија од особено значење е зголемувањето на бруто инвестициите чие што учество во периодот од 2006 наваму се зголемува од 27,9% на 31,9% од БДП. Пред сè ова е резултат на зголемената активност во градежништвото, зголемените капитални инвестиции во јавниот сектор како инвестиции во изградба на инфраструктурни објекти, изградба и инвестиции во слободните економски зони, подобрување на транспортната мрежа во земјата, како и реализација на проекти за подобрување на енергетската и комуналната

инфраструктура, подобрување на условите на образовниот, социјалниот и здравствениот систем. Според расходниот метод на БДП, најголемо учество во анализираниот период има потрошувачката. Ако се разгледа структурата на потрошувачката се забележува дека во однос на вкупната потрошувачка, финалната потрошувачка на домаќинствата е опаѓачка (78,2% во 2006 година, до 67,7% во 2015 година) и доминантна и во најголем дел ја креира вкупната потрошувачка.

Графикон 7. Учество на компонентите во БДП според расходниот метод во Република Северна Македонија во периодот 2006-2015 година



Извор: Државен завод за статистика на РСМ, Статистички преглед, Национална економија и финансии бр. 3.4.11.01/677 (2009 година), 3.4.13.02/740 (2011 година), 3.4. 16.09/860 (2014 година), Соопштение бр. 30.9. 2016 Соопштение бр. 30.9.2016 број 31.16.05

Ова е показател дека растот на БДП во периодот по 2006 не произлегува од јавната потрошувачка, туку е резултат на постојаната потрошувачка на домаќинствата и на порастот на бруто инвестициите. Трендот продолжува и во периодот од 2015 до 2017 година.

Графиконот број 8 ја претставува структурата на потрошувачката во однос на вкупната финална потрошувачка во Република Северна Македонија. Јасно воочливо е

големото учество на потрошувачката на домаќинствата, а многу помало е учеството на јавната потрошувачка. Иако во текот на целиот анализиран период се забележува благо намалување на учеството на финалната потрошувачка на домаќинствата истото не продуцира големи промени на пораст на јавната потрошувачки и не е доволно за да услови позабележителни промени во структурата на БДП според расходниот метод. Напротив и таа се движи во тесни рамки околу 17 проценти, со исклучок на 2009 година кога изнесува 0,76 %. (Графикон бр. 8).

Теоретските претпоставки се дека во услови на рецесија економијата треба да ја придвижува државата со поттикнување на инвестиции финансирани од страна на државата. Според тоа и во Република Северна Македонија, во периодот по 2009 година, излезот од глобалната економска и финансиска криза, освен со фискална дисциплина се реализира и со промовирање на активности со кои се поттикнува економската активност (Бошковска & Мајовски, 2018).

Графикон 8. Структурно учество на видовите потрошувачка во вкупната финална потрошувачка во Република Северна Македонија во периодот 2006-2015 година

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало



Извор: (Државен завод за статистика, Годишник на Република Северна Македонија, 2016), (Државен завод за статистика, Статистички преглед - Национална економија и финансии, 2009), (Државен завод за статистика, Статистички преглед - Национална економија и финансии, 2014),

ГЛАВА 3. ТРГОВИЈА НА МАЛО ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

1. Поим и функција на трговијата на мало

Според Законот за трговија, трговија на мало е продавање на стоки на крајните потрошувачи. Како трговија на стоки на крајните потрошувачи се смета трговијата на стоки за лична потрошувачка и трговијата на стоки за потребите на домаќинствата.

Трговија на мало се врши во продавници (стоковни куќи, самопослуги и слично) или деловни простори пред нив, ако за таков начин на продажба се исполнети условите пропишани со закон и друг пропис (Закон за трговија, 2015).

Трговија на мало може да вршат правни и физички лица кои се регистрирани за вршење на таа дејност во соодветен регистар согласно со закон. Трговецот ја врши трговијата слободно и под еднакви услови на пазарот, на начин со кој не ја попречува конкуренцијата, не предизвикува штета на потрошувачите и на животната средина и здравјето на луѓето и е во согласност со закон, меѓународните спогодби и договори што ги ратификувала Република Северна Македонија и добрите деловни обичаи (Арслани, Амети, & Исени, 2019).

Трговијата на мало, според одлуката на НКД (Национална класификација на дејности), е опфатена во сектор G/E, оддел 47 (НКД - Рев.2 -01.01.2013). Овој сектор опфаќа трговија на големо и трговија на мало (т.е. продажба без преработка) на кој било вид стока и услуги при продажба на трговска стока. Трговијата на мало е краен чекор во дистрибуцијата на трговската стока (Национална класификација на дејности, 2013).

Оддел 47 опфаќа трговија на мало (продажба без преработка) на нови и користени стоки главно на населението за лична потрошувачка или за потрошувачка на домаќинствата, преку продавници, стоковни куќи, тезги, преку пошта, интернет, продавачи кои одат по домовите на купувачите, улични продавачи, потрошувачки задруги итн.

Трговијата на мало прво е класифицирана според типот на продавницата (трговија на мало во продавници, групи 47.1 до 47.7; трговија на мало вон продавници: групи 47.8 и 47.9). Трговијата на мало во продавници опфаќа и трговија на мало со користени (половни) стоки (класа 47.79.). Кај трговијата на мало во продавници постои понатамошно разликување помеѓу специјализираната трговија на мало (групите од 47.2 до 47.7) и неспецијализираната трговија на мало (група 47.1). Овие групи понатаму се делат според видот на производите кои ги продаваат. Продажбата што не е преку продавници се разликува според начинот на кој се одвива како што е продажба на тезги и пазари (група 47.8) и друга продажба вон продавници, на пр. порачка преку пошта, врата на врата, самопослужни автомати итн. (Група 47.9) (Национална класификација на дејности, 2013).

Трговијата на мало, како дејност ги вклучува сите активности поврзани со продажба на стоки и услуги на крајните корисници или домаќинства за лична употреба или употреба во домаќинствата и ги претставува сите трансакции во кои купувачот има намера да го користи производот за лична, семејна и домашна употреба. Крајните потрошувачи се физички лица кои купуваат производи за лична употреба во домаќинството, па затоа за ненаменски цели. Бидејќи малопродажниот бизнис продава стоки и услуги на крајните корисници, директно влијае врз реализацијата на основниот маркетинг принцип на "задоволување на потребите и желбите на клиентите". Трговијата на мало, исто така, претставува голем извор на маркетинг информации за ставовите, желбите и потребите на потрошувачите, бидејќи има директен контакт со потрошувачите (Stanković & Čavić, 2013).

Во функционална смисла трговијата на мало претставува економска активност за набавка и продажба на стоки и други услуги на крајниот потрошувач, без оглед на тоа кој субјект ја врши дејноста. Во индустриска смисла трговијата на мало се однесува на носители чија деловна активност е исклучиво или претежно трговија на мало. Функцијата на малопродажбата е, исто така, складирање на производите во магацини и грижа за овие производи. Горенаведените функции бараат работни активности на

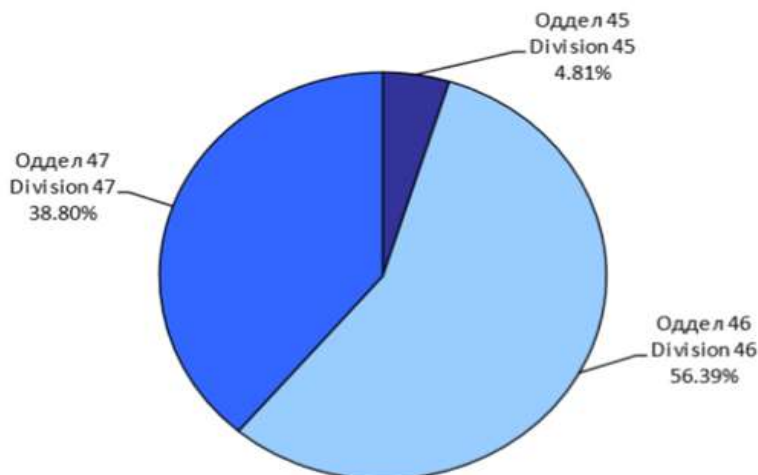
трговците на мало и организација и обука на вработените. Од големо значење е и функцијата што ја олеснува реализацијата на трансакциите до крајните потрошувачи, бидејќи трговците на мало ја обавуваат својата дејност во продажни објекти кои треба да се прифатливи за крајните потрошувачи во смисла на големината на просторот и неговата локација. Исто така, потребно е да се дефинираат работните часови кои ќе бидат соодветни за клиентите. Со цел да се привлечат што е можно повеќе крајни потрошувачи се воведуваат поволни кредитни функции како што се плаќање на рати, плаќања со кредитни картички за одложено плаќање, итн (Stanković & Čavić, 2013).

2. Раст и движење на трговијата на мало во Република Северна Македонија

Во последните години, трговијата на мало во Република Северна Македонија се соочува со многубројни предизвици, како што се: зголемувањето на важноста на електронската трговија, развој на нови форми на трговија на мало, воведувањето на современи технологии, како и остриот пораст на конкуренцијата.

Според последните податоци на Државниот завод за статистика, во трговијата на мало, во декември 2018 година, во споредба со декември 2017 година, гледано по групи и класи, зголемување на прометот е забележано во групите: Трговија на мало со храна, пијалаци и тутун (номинално за 13.2 %, а реално за 9.8 %), Трговија на мало со непрехранбени продукти, освен гориво (номинално за 8.6 %, а реално за 5.0 %), Трговија на мало, освен трговија со горива (номинално за 10.8 %, а реално за 8.1 %) и Трговија на мало со автомобилски горива (номинално за 4.8 %, а реално за 5.8 %) (Статистички прегледи, 2018).

Графикон 9. Структура на прометот во секторот Трговија, декември 2018 година



Извор: Државен завод за статистика на РМ, Статистички преглед 2018

Од графиконот број 9 може да се види дека од вкупниот промет во секторот трговија, 38,80% е промет остварен во оддел 47 - Трговија на мало, освен трговија со моторни возила и мотоцикли.

Според последните објавени податоци на Државниот завод за статистика, прометот во трговијата на мало по производи, во 2015 година изнесува 126 965 914 илјади денари. По групи на производи, најголем промет од 22.6% е остварен во групата „Трговија на мало со автомобилски горива и мазива“, потоа во групата „Други на друго место во номенклатурата неспомнати производи“ 12.4%, во групата „Трговија на мало со млечни производи“ 4.5%, во групата „Трговија на мало со аудио и видеоопрема и телекомуникациска и информатичка опрема“ 3.8%, во групата „Трговија на мало со тутунски производи“ 3.7%, во групата „Трговија на мало со пекарски производи“ 3.4%, во групата „Трговија на мало со козметички и тоалетни производи“ 3.3%, во групата „Трговија на мало со електрични апарати за домаќинствата“ 3.2% итн. Гледано по производи, поголем промет е остварен кај

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

следниве производи: моторен бензин, гасни масла, пури, цигарилоси и цигари од тутун и замена за тутун, лекови и медицински алкохол, свеж леб, компјутерски машини и нивни делови и прибор и други производи, течен нафтен гас, сокови и други производи (статистика Д. Д., 2016).

Глава 4. КОНКУРЕНЦИЈА

1. Конкурентност и видови на конкуренција

Конкурентноста како теоретски концепт и практика произлегува од современите трендови, што ја движат светската економија во последните две децении. Фактот што конкурентноста се дефинира како способност на компанијата да ги совлада конкурентите кога на пазарот преку понудата на својот производ успева да совлада друга компанија која нуди ист или сличен производ, упатува на способностите на менаџментот да најде начин и да го стори тоа. Начинот со кој компанијата се пренесува во идната посакувана позиција е стратегијата. Стратегијата како планска акција ја насочува компанијата да ги оствари поставените цели, а основа за нејзина изработка се ресурсите и способностите во компанијата. Анализата на факторите од екстерното опкружување имаат потенцијално влијание врз компанијата, а анализата на интерното опкружување има критична улога за поддршка на конкурентската стратегија.

Компаниите добииваат конкурентска предност со тоа што даваат понуди кои ги задоволуваат потребите на целните клиенти подобро од другите конкурентски понуди. Тие можат да дадат поголема вредност за клиентот, нудење пониски цени на клиентите од конкурентите за слични производи и услуги, или со давање повеќе бенефиции што ги оправдуваат повисоките цени (Jankulovski, 2013).

Во зависност од дејноста со која се занимаваат компаниите припаѓаат на различни пазарни структури. Конкуренцијата се разликува, главно, според два критериуми: бројот на учесници на пазарот (продавачи и купувачи) и моќта да се влијае врз висината на цената на добрата и услугите. Од тука произлегува поделбата на совршена конкуренција и несовршена (нецелосна) конкуренција (www.analitika.mk, 2019).

Совршената конкуренција е форма на конкуренција во која се појавуваат голем број на продавачи и купувачи, кои продаваат производи со идентични карактеристики, во која не постојат бариери за влез и излез од секторот и цените се однапред утврдени

од страна на пазарот. Овој модел на пазарна структура е идеален и рационално ги користи сите расположливи ресурси (www.wikipedia.org, 2019).

Услови на совршена конкуренција:

- Голем број на мали продавачи и купувачи
- Производот што се продава е ист за сите продавачи, а купувачот може да избере кој било продавач на стоката за купување
- Неможност за контрола на цената на производот и обемот на купување и продажба (<https://mk.tierient.com>, 2019).

Несовршена конкуренција е форма на конкуренција во која се појавуваат голем број на учесници на пазарот на страната на побарувачката (голем број на купувачи), а еден или мал број на компании кои имаат доминантни позиции на пазарот. Во ваквите видови пазарни структури цената на производите и услугите најчесто не се формира врз дејството на понудата и побарувачката и најчесто конкуренцијата е ограничена на неколку компании во секторот.

Монополот и олигополот се форми на нецелосна конкуренција кои се разликуваат по тоа што една или повеќе големи компании го заземаат пазарот или доминантен дел од пазарот, имаат значајно или одредено влијание врз цената на производите и услугите и нудат единствен, ист или сличен производ со различни карактеристики и својства.

Монополот како форма на нецелосна конкуренција се карактеризира со еден единствен производител (продавач) кој има целосна контрола врз еден сектор во економијата. Постоенето на еден продавач (производител) кој ја диктира цената на производите и услугите како и количината на тие производи и услуги доведува до прашањето дали продавачот (производителот) максимално ги користи своите капацитети и дали со тоа влијае врз висината на цената на производите и услугите, врз неговите вкупни приходи и врз добивката која ја остварува.

Поради своите карактеристики како пазарна структура, монополот има можност да го ограничи производството или продажбата на одреден производ или услуга и со тоа да влијае врз цената на добрата и услугите, врз остварените приходи и врз остварената добивка. Затоа, државата има влијание врз монополите, односно го регулира нивното функционирање.

Од друга страна, државата најчесто дава и ексклузивно право одредена дејност да извршува само една компанија во одреден економски сектор, најмногу заради видот на вложувања кои во одредени сектори бараат многу голем капитал и крајно неефикасно и неисплатливо би било да се прават такви големи идентични инвестиции и од други компании кои би ја извршувале истата.

Олигопол како форма на пазарна структура се карактеризира со мал број на компании кои имаат доминантни позиции на пазарот. Во зависност од видот на производите и услугите кои ги нудат компаниите, можеме да зборуваме за:

- Повеќе компании на одреден пазар кои нудат идентични производи или услуги (компаниии од телекомуникациската индустрија);
- Повеќе компании на одреден пазар кои нудат исти производи или услуги кои поседуваат различни својства и карактеристики (компаниии од автомобилската индустрија, информатичката индустрија) (www.analitika.mk, 2019)

2. Фактори на конкурентност

Зголемувањето на конкурентската способност е многу сложен процес кој бара активен ангажман на компаниите, но и на државата преку создавање на поволна деловна клима, институционална инфраструктура за поддршка на фирмите во развој и извозот, како и ефикасни државни политики, програми и мерки кои ги поттикнуваат и

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

поддржуваат факторите на конкурентноста. Ова е посебно изразено во услови кога сите држави водат активни политики, издвојуваат многу средства за поддршка и јакнење на бизнис секторот и максимално ги искористуваат можностите кои ги нуди либерализацијата на пазарите.

Преку процесот на анализа на конкуренцијата се идентификуваат сите потенцијални конкуренти кои имаат аспирации да ги задоволат потребите на целните потрошувачи. За таа цел компаниите го користат моделот на конкурентност развиен од страна на Michael E. Porter во 1979 година (Ѓуревска, Јакимовска, & Филипоски, 2017).

Моделот на Портер е составен од пет сегменти наменети за анализа на природата на конкурентското опкружување, прикажани на сликата бр. 1.

Слика 1. Петте конкурентски фактори



Извор: Figure by (Porter, 1980)

1. Конкурентност

Овој фактор се однесува на конкурентите кои веќе се позиционирани на пазарот. Задачата на менаџментот во компанијата е да се определи бројот на конкурентите и нивната моќ на пазарот.

2. Закана од влез на нови компании

Пазарната моќ се отсликува и врз основа на вториот фактор од овој модел а тоа е влез на нови компании.

3. Закана од субститути

Субститути се производи и услуги кои не се исти како производите на конкретниот бизнис, но можат да се користат како замена на производите и услугите што ги нуди самата компанија. На овој фактор најголем импакт имаат купувачите. Тука игра важна улога способноста на купувачите лесно да го заменат користењето на определен

производ со некој субститут. Доколку субституцијата на бизнис моделот може да постои и е едноставна да се направи, тогаш оваа сила ја намалува моќта на пазарот на тој бизнис.

4. Моќта на купувачите

Моќта на купувачите е реален фактор кој може да постои во секој пазар. Овој фактор се базира на бројот на купувачи врз кои се потпира бизнисот и нивната важност за бизнисот.

5. Моќта на добавувачите

Како петти фактор која влијае на позицијата на бизнис на пазарот согласно овој модел е моќта на добавувачите. Голем број компании, т.е менаџментот кој ги води, не се ни свесни колку добавувачите можат да влијаат на еден бизнис. Овој фактор е под влијание на бројот на добавувачи, ризикот од нивната замена, уникатноста на нивните производи или услуги и сл. Тука големо влијание има и врските кои ги има компанијата со добавувачите.

Целта со овој модел е да се намали негативното влијание на овие фактори и кои конкретни чекори треба да ги превземе менаџментот на една компанија за да ја зајакне својата позиција на пазарот и како да се заштити од конкурентното влијание на пазарот (Jankulovski, 2013).

3. Идентификација на конкуренцијата и нејзините стратегии

Најблиски конкурентни компании се оние компании кои дејствуваат на ист пазар и применуваат иста стратегија. Стратешка група се нарекува групата компании кои следат иста стратегија на одреден пазар на кој се фокусирани. Компанијата треба

да ја идентификува стратешката група на која и конкурира, да ги знае нивните цели и нивните стратегии.

Според тоа на компанијата и требаат детални информации за деловното работење на секој конкурент, неговата финансиска состојба, истражување и развој, стратегиите на човечкиот потенцијал, за квалитетот и карактеристиките на производите и услугите кои ги дава на купувачите, за политиката на одредување на цените, за покриеноста на дистрибуцијата.

За компаниите да имаат влијателна деловна стратегија мора да ги проучуваат своите конкуренти користејќи ја профилинг методата. Тоа значи дека компаниите мора да ја препознаат стратегијата, целите, предностите и недостатоците како и вообичаените реакции на своите конкуренти. На тој начин компанијата може да ги усогласи своите стратегии за настап на пазарот во однос на конкурентската позиција (Jankulovski, 2013).

Стратегии за конкуренција се планови кои помагаат да се постигне супериорност над конкурентите. Нивната цел е да се надминат конкурентите во обезбедувањето добра и услуги кои им се на располагање на потрошувачите.

Постојат неколку видови на стратегии, бидејќи тие се развиени земајќи ги предвид внатрешните карактеристики на компанијата, сферата во која сака да го заземе своето место и пазарна состојба.

- Лидерска стратегија за трошоци

За да се постигне оваа стратегија, неопходно е вкупните трошоци за производство или продажба да бидат помали од трошоците на нивните конкуренти.

- Стратегијата на широка диференцијација

Оваа стратегија се состои во нудење на стоки и услуги со потрошувачки својства кои моментално не се достапни за слични производи или услуги на конкурентите, или

со постигнување на повисока потрошувачка вредност што конкурентите не можат да ја обезбедат.

- Оптимална стратегија за трошоци

Се состои во дистрибуција на стоки и намалување на трошоците. Целта на оптималната стратегија е да се понуди на купувачот високопродажен производ со вредности што ги исполнува неговите очекувања за основните потреби и ги надминува неговите очекувања за цената (<https://mk.tierient.com>, 2019).

4. Анализа на конкурентите

Анализата на конкуренцијата е тема којашто треба најмногу да ги засегне компаниите. Таа покажува зошто потенцијални клиенти купуваат од конкурентите и што е тоа што тие го прават подобро.

За да планира ефикасни конкурентски стратегии кои овозможуваат подобрување на конкурентската позиција, една компанија мора да дознае сè што е потребно за своите конкуренти. Тие мора постојано да ги споредуваат своите продажни капацитети, цени, канали за дистрибуција и промоции со тие на нивните блиски конкуренти. На овој начин компанијата може да најде области во кои има потенцијална конкурентска предност или слабост, и како може да ја подобри својата позиција на пазарот на кој делува.

Анализата на конкуренцијата треба да се направи што подетално и потемелно. За почеток, треба да се направи листа на сите конкуренти кои се наоѓаат на пазарот. Доколку тоа е невозможно поради нивниот преголем број (во одредени пазари), треба се се групираат во различни групи според некои заеднички критериуми. Исто така треба да се утврдат најголемите конкуренти на пазарот на кој делува одредена

компанија и да се направи компаративна финансиска анализа на “главните играчи” со цел да се утврдат предностите и недостатоците кои ги има главниот конкурент на пазарот.

По идентификувањето и анализирањето на главните конкуренти, компанијата треба да дефинира конкурентна стратегија, со која ќе може да ја обезбеди конкурентната позиција. Не постои единствена стратегија што е оптимална за конкурентно позиционирање на пазарот. Секоја компанија мора да ја утврди својата цел на деловно работење на пазарот, своите деловни цели, јаки страни, слаби страни, можности и ограничувања и да формулира соодветни стратегии, различни од конкуренцијата (Savic & Pavlovic).

На тој начин компанијата може да ја подобри својата позиција на пазарот во однос на својата конкуренција (Jankulovski, 2013).

Глава 5. КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА НА ФИНАНСИСКИТЕ ИЗВЕШТАИ НА ДВАТА НАЈГОЛЕМИ КОНКУРЕНТИ НЕПТУН И СЕТЕК НА ПАЗАРОТ НА ТРГОВИЈА НА МАЛО

1. Позиционирање на пазарот на трговија на мало

На македонскиот пазар во трговијата на мало со електронски уреди и бела техника опстојуваат четири најголеми трговски ланци, кои во 2017 година имаат кумулативен приход од продажба над 102 милиони евра. Станува збор за компаниите Нептун, Сетек, АМЦ и Техномаркет. Најголем е Нептун кој прави повеќе од половина од целиот приход.

Според податоците за 2016 и 2017 година, производите кои ги нудат овие компании, речиси во целост се од увоз, со што овие компании го стимулираат увозот со стотина милиони евра годишно (www.faktor.mk, n.d.).

Нептун е убедливо најголемиот конкурент со најголем промет во споредба со својата конкуренција.

Нептун е бренд име на компанијата Нептун Македонија ДОО Скопје, основана во 1998 година, која во 1999 година станува дел од Нептун Интернешнал.

Нептун е најголемата малопродажна и дистрибутивна мрежа на производи од бела техника, апарати за домаќинство, ТВ/Аудио/Видео, компјутери, телефони, фото апарати и камери, производи за нега и убавина, ладење и греење, во Македонија (Нептун Македонија, н.д.).

Првата продавница на Нептун е отворена во 1998 година во Градскиот трговски центар (ГТЦ) во Скопје. Во 2006 година се отвораат продавниците во Градскиот стадион во Скопје, како и на репрезентативни локации во Гостивар и Тетово. Во наредниот период, компанијата продолжува да ги доближува своите производи и услуги до купувачите од другите градови во Македонија отворајќи продавници во Охрид и Куманово во 2007 година, во 2008 година мрежата се шири во Струга, Прилеп и Битола, а во 2009 година во Штип, Струмица и Кочани. 2007-та година е значајна и по започнувањето на експанзијата на мрежата Нептун на Косовскиот пазар. 2012 година е година во која во Скопје се отвораат двете најголеми продавници, во Аеродром и Скопје Сити Мол во Карпош. Во периодот од 2012 до 2017 година се отвораат продавници во Кавадарци, Гевгелија, Велес, Кичево, Дебар, Крива Паланка, Радовиш, Ресен, Чаир, Неготино, Свети Николе и Сарај во Скопје.

Во 2016 година, започнува со работа новиот магацински комплекс, лоциран во општина Илинден, кој по својата функција ги обединува работата на Магацинот, Шпедицијата и Јавниот царински склад.

Малопродажната мрежа на Нептун е присутна 20 години на македонскиот пазар, и е застапена со 25 продажни места во 21 град во Македонија, со вкупен број на вработени од над 400.

Со цел постојано да биде во тек со современите перформанси на пазарот, во 2009 година, Нептун се ребрендира, притоа напуштајќи го стариот концепт на работа, и модернизирајќи го целокупниот изглед.

Во однос на брендovите кои ги застапува и продава, хронолошки, Нептун станува официјален застапник за Филипс во 1998 година, ексклузивен дистрибутер за ЛГ во 1999 година, официјален застапник за Сони во 2000 и ексклузивен дистрибутер за Беко во 2004.

Со сите брендови во своето портфолио, без разлика дали станува збор за Беко, Филипс, Панасоник, ЛГ, Самсунг, Сони, СЕБ Групацијата (Тефал, Ровента, Мулинекс),

Електролукс, Индесит, Бош, Асус, Хјуавеи или Фуего, Нептун е водечки фактор на пазарот за бела техника во трговијата на мало во Македонија и регионот.

Компанијата е дел од бизнис кој постојано се менува и каде секојдневно има нови технологии и нови понапредни модели. Поради тие причини компанијата постојано го следи наметнатото брзо темпо и е во чекор со потребите и барањата на клиентите. Нептун постојано инвестира во своите вработени, во нивниот професионален развој низ постојани обуки, семинари, работилници и во нивната исполнителност на работното место. Работната атмосфера и инвестирањето во надградбата на вработените придонесува и за квалитетната и професионална услуга на клиентите. Покрај тоа, оваа компанија постојано инвестира и во модернизација на своите малопродажни објекти, со што допринесува Нептун да биде препознатлива компанија во сегментот на трговијата каде е пласирана.

Дополнително, за најдобро можно купувачко искуство, Нептун нуди и широка палета на услуги на своите клиенти како инстант кредити, осигурување на производи, дополнителни гаранции, разни типови на достава и најновиот продукт кобрендираната картичка harpu во партнерство со НЛБ Банка.

Финансиските иновации на Нептун во малопордажбата носат корист за илјадници потрошувачи и даваат придонес во развојот на трговијата на мало во Република Северна Македонија (<http://ekonomijaibiznis.mk/>, н.д.).

СЕТЕК е втор по големина според остварениот промет во 2017 година. СЕТЕК е формиран во 1993 година, и првите години главна дејност е само дистрибуција во ИТ сегментот. Оваа компанија поседува голема дистрибутивна мрежа во Македонија која ја сочинуваат повеќе од 500 активни партнерски фирми – соработници и кооператори. Истовремено СЕТЕК има и свој малопродажен ланец кој континуирано се развива. СЕТЕК моментално брои околу 250 вработени (Сетек Се од Техника, n.d.).

Приходот од продажба на Сетек во 2017 година изнесува 27,85 милиони евра и во однос на 2016 година е поголем за 8,5 милиони евра и по тој параметар е најуспешен

во споредба со конкуренцијата. Сетек го дуплира и профитот во споредба со 2017 и тој достигнува 1,37 милиони евра. Сетек е втор по големина и според бројот на своите вработени. Во 2017 година има 266 вработени и бројот е зголемен за 66 вработени во споредба со 2016 година.

На трето место е АМЦ со приход од 14 милиони евра. Неговиот приход бележи пад од 2 милиони евра во споредба со 2016 година. 2017 година компанијата ја завршува со добивка од 7.000 евра и тоа е најмала добивка во споредба со конкуренцијата. Оваа компанија има неверојатно голем пад на профитот во споредба со 2017 година кога добивката изнесувала четврт милион евра односно 247.600 евра. Компанијата во 2017 година има 120 вработени и нема промени во однос на 2016 година.

Најмал играч во трговијата на мало со бела техника, а еден од најстарите на пазарот е Техномаркет (www.faktor.mk, н.д.).

Техномаркет претставува малопродажен ланец за бела техника кој на регионално ниво датира уште од 1997 година. Првата продавница со овој бренд е отворена на македонскиот пазар во 2003 година. Техномаркет Македонија е дистрибутер на производите од светски познатите брендови Panasonic, Electrolux, SONY, Philips, Daewoo, Tefal, Krups, Lafe, Zanussi, AEG, Rowenta, Gorenje, LG, Braun, Whirlpool, Indesit, Amica, Hansa, Ariston и други (Техномаркет, n.d.).

Во 2017 година неговиот приход од продажба изнесува 7,7 милиони евра и бележи зголемување за половина милион евра во споредба со 2016 година. Профитот за 2017 година изнесува 16.000 евра и тоа е неспоредливо подобар резултат од 2016 година кога компанијата завршува со загуба од 373.650 евра. Техномаркет во 2017 година има 127 вработени.

2. Учеството на НЕПТУН И СЕТЕК во рамките на трговијата на мало

Според последните објавени податоци на Државниот завод за статистика, прометот во трговијата на мало по производи, во 2015 година изнесува 126 965 914 илјади денари. Групата „Трговија на мало со електрични апарати за домаќинствата“ има остварен промет од 4 043 208 илјади денари што претставува 3,2% остварен промет во однос на вкупниот промет од трговијата на мало. Во овој промет најголемо учество има Нептун со 29,5%, а потоа Сетек со 15% учество во прометот во „Трговија на мало со електрични апарати за домаќинствата“.

Статистичкото истражување за вработени и плати има цел да обезбеди податоци за бројот на вработените и за платите во државата, заради задоволување определени потреби на корисниците, а особено за утврдување и следење на макроекономската политика на државата.

На ниво на цела земја, 46,6% од вкупно вработените се во 3 дејности и тоа: трговија, преработувачка индустрија и градежништво.

Во преработувачката индустрија се вработени 22,4% од вкупно вработените лица, во трговијата 18,3% и во градежништвото 5,9%. Очигледно е дека овие три дејности апсорбираат голем дел од вработените.

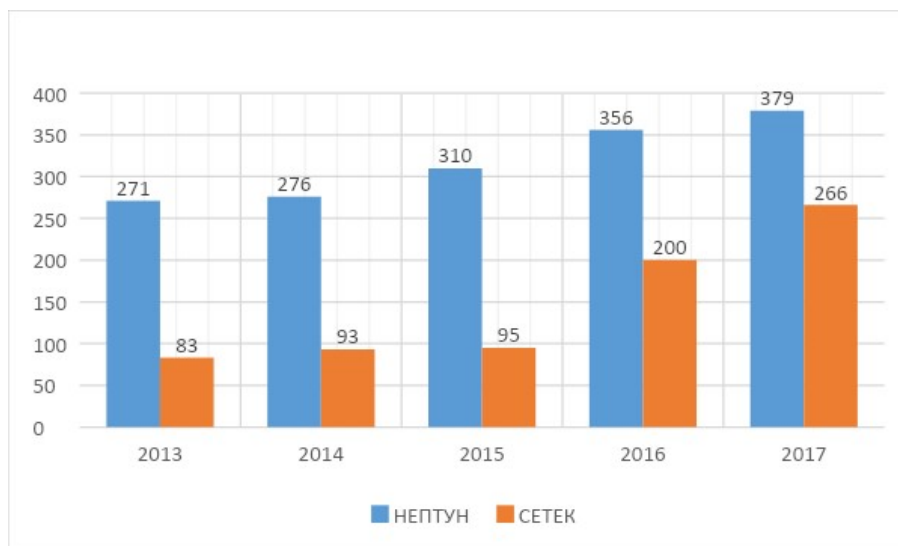
Доколку се направи една паралела помеѓу вработеноста во овие дејности и БДП што се создава во нив, се гледа дека, овие три дејности, во 2017 година произведуваат 39,1% од бруто-домашниот производ во Република Северна Македонија, односно: трговијата 18,3%, преработувачката индустрија 10,6%, и градежништвото 10,2%.

Во графиконот 10 е направена конкретна анализа за вработени на двете анализирани компании со цел да се утврди која од нив има поголемо влијание врз

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

макроекономијата во Република Северна Македонија, анализирана во сегментот на трговијата на мало, освен трговија со мотори возила и мотоцикли.

Графикон 10. Просечен број на вработени во Нептун и Сетек



Извор: Сопствени пресметки

Овие податоци покажуваат дека Нептун зазема од 0,44% до 0,50% од вкупниот број на вработени во трговијата на мало, додека процентот кој го зазема Сетек е далеку помал и се движи од 0,13% до 0,14%, анализирано по години.

Нептун како лидер на пазарот и најголема малопродажна и дистрибутивна мрежа, присутен 20 години на македонскиот пазар, денес е застапен со 25 продажни места во 21 град во Македонија, а вкупниот број на вработени брои над 400.

Малопродажната мрежа на Сетек е застапена со 25 продажни места во 19 градови во Македонија, а вкупниот број на вработени брои околу 300.

3. Поим, цели и задачи на финансиската анализа

Финансиската анализа претставува селекција, евалуација и интерпретација на финансиските податоци и други важни информации, со цел да се изврши оценка на оперативните перформанси и финансиската состојба на компанијата. Целта на финансиската анализа е да обезбеди информации што се однесуваат на состојбата на финансиска стабилност на деловниот субјект, ликвидноста и неговата заработувачка способност. Исто така, анализата на финансиските извештаи ги вклучува аспектите на истражување, квантифицирање, се занимава со аналитички приказ и хронолошка евиденција на деловните трансакции од билансот на состојба, билансот на успех и извештајот за парични текови, со цел донесување валидна оцена на финансиската позиција и рентабилноста на работењето на деловниот субјект.

Финансиските извештаи се еден од основните извори на податоци за оцена на финансиската состојба и резултат на анализата за севкупното работење на компанијата. Тие се јавно достапен извор на деловни информации што е во функција на давање поддршка на менаџерите, акционерите, кредиторите, вработените, даночните органи, регулаторните тела, конкурентските компании итн. Со оглед на тоа што постојат голем број корисници на финансиските извештаи, постои потреба финансиските извештаи да се структурираат и да се приспособат кон потребите во зависност од тоа дали се подготвуваат за потребите на екстерните или на интерните корисници

Финансиските аналитичари утврдуваат кои финансиски информации ќе бидат предмет на нивна анализа (финансиски извештаи, пазарни информации, економски информации и сл.) и колкав опсег на информации ќе анализираат, односно колкав временски период (пет години, десет годин, итн.)

Формата, содржината и вреднувањето на поодделните ставки во финансиските извештаи се регулирани пред сè со Меѓународни стандарди за финансиско известување, Меѓународни стандарди за ревизија, како и законските одредби кои ја регулираат сметководствената практика во одделни држави (Костадинова, 2014).

Процесот на анализа на финансиските извештаи е дизајниран за да им помогне на деловните луѓе, инвеститорите и кредиторите да научат како да ги читаат, интерпретираат и анализираат подготвените финансиски извештаи. Многу скандали коишто настанаа во минатите години, всушност, се резултат на манипулациите во користењето на финансиската анализа. Иако не е можно да се откријат и да се спречат сите случаи на измама и манипулација, аналитичарите со текот на годините, а врз основа на своето искуство, утврдиле голем број сигнали, т.н. *red flags*, коишто укажуваат на одредени пропусти и неправилности и претставуваат сигнали за поголема претпазливост. Примери за вакви сигнали се:

- раст на приходот кој е надвор од линијата со другите компании во рамките на истата индустрија;
- профити кои се зголемуваат со многу поголема стапка од паричните текови генерирани од активностите;
- исчезнување на долгот од билансот на состојба и сл

4. Хоризонтална анализа на НЕПТУН и СЕТЕК – компаративен пристап

Појдовна точка во проучувањето на финансиските извештаи претставува хоризонталната анализа.

Целта на хоризонталната анализа е да се овозможи споредување податоци во подолг временски период за да се откријат тенденциите и динамиката во поединечни билансни промени. Врз основа на тие промени, се следат успешноста и сигурноста на

работењето на деловните субјекти. Тоа овозможува полесно да се идентификуваат финансиските перформанси на деловниот субјект. Анализата на работењето бара, покрај податоците од тековните финансиски извештаи, и податоци од претходните сметководствени периоди заради нивна меѓусебна компарација.

Хоризонталната анализа на финансиските извештаи уште и под поимот компаративна анализа. Таа се врши со споредување на билансните позиции во билансот на состојба и билансот на успех за две или повеќе години, со цел да се согледаат промените во индивидуалните категории кои настанале во текот на анализираниот период. Најважниот елемент што се открива преку оваа компаративна финансиска анализа е трендот на движење на одделните ставки од финансиските извештаи (Чабасоска, 2018).

Споредбата на финансиските извештаи во период од неколку години го открива правецот, брзината и обемот на промена на елементите на финансиските извештаи. Таквата анализа се нарекува анализа на трендови на развојот на позициите на билансите.

Хоризонталната анализа на финансиските извештаи се врши со повторно изразување на вредноста на секоја ставка или група на ставки од финансиските извештаи во проценти. Калкулацијата на процентите се врши на тој начин што се избира една базична година и вредноста на сите ставки од таа година се изразува како проценти. Потоа, вредноста на истите ставки или групи на ставки во претходните и следните години кои се анализираат се изразуваат како проценти од вредностите на ставките од базичната година. Добиените резултати со ваквата пресметка се нарекуваат индексни броеви или стапки на трендот.

**Табела 2. Хоризонтална анализа на Билансот на состојба на Нептун
Македонија**

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

BALANCE SHEET NEPTUN							
ASSETS	31.12.2016	Change 2016/2015	31.12.2015	Change 2015/2014	31.12.2014	Change 2014/2013	31.12.2013
NON - CURRENT ASSETS	3.569.805 €	260%	990.560 €	44%	687.534 €	0%	688.838 €
Intangible assets	13.643 €	13%	12.055 €	4062%	290 €	-86%	2.116 €
Tangible assets	3.546.356 €	429%	670.152 €	-2%	682.203 €	8%	631.641 €
Investments in real estates	- €		- €		- €		- €
Long - term financial investments	9.806 €	-97%	308.353 €	6017%	5.041 €	-91%	55.081 €
Long - term receivables	- €		- €		- €		- €
DIFFERENT TAX ASSETS	- €		- €		- €		- €
CURRENT ASSETS	14.008.389 €	12%	12.549.919 €	2%	12.337.467 €	-5%	12.931.072 €
Inventories	9.761.602 €	12%	8.748.720 €	3%	8.500.799 €	9%	7.784.909 €
Short - term receivables	2.695.830 €	-15%	3.161.874 €	13%	2.797.328 €	-26%	3.800.414 €
Short - term financial assets	- €		- €		- €	-100%	600.238 €
Cash and cash equivalents	1.550.958 €	143%	639.326 €	-38%	1.039.341 €	39%	745.510 €
ASSETS (OR GROUPS FOR ALIENATION INTENDED FOR SALE AND DISCOUNTED OPERATIONS)	- €		- €		- €		- €
PAID EXPENDITURES FOR THE FUTURE PERIODS AND CALCULATED INCOMES (AVR)	658.100 €	130%	285.667 €	53%	187.282 €	35%	138.425 €
TOTAL ASSETS	18.236.295 €	32%	13.826.146 €	5%	13.212.282 €	-4%	13.758.335 €
EQUITY AND LIABILITIES	31.12.2016	Change 2016/2015	31.12.2015	Change 2015/2014	31.12.2014	Change 2014/2013	31.12.2013
EQUITY	3.991.945 €	10%	3.620.877 €	98%	1.831.356 €	174%	667.766 €
Share capital	10.098 €	0%	10.098 €	0%	10.098 €	0%	10.098 €
Premiums on issued shares	- €		- €		- €		- €
Own shares (-)	- €		- €		- €		- €
Registered, unpaid capital (-)	- €		- €		- €		- €
REVALUATION RESERVES AND DIFFERENCES FROM VALUATION OF COMPONENTS FROM THE OTHER COMPREHENSIVE INCOME	- €		- €		- €		- €
Reserves	289.926 €	-11%	326.221 €	99%	163.620 €	1596%	1.018 €
Retained earnings	148.354 €	-50%	298.239 €	85%	161.641 €	37%	117.589 €
Transferred loss (-)	- €		- €		- €		- €
Profit for business year	3.543.567 €	19%	2.986.319 €	100%	1.495.997 €	178%	539.060 €
Loss for business year (-)	- €		- €		- €		- €
LIABILITIES	13.622.711 €	41%	9.698.029 €	-10%	10.799.542 €	-14%	12.551.912 €
Long - term reservations for risks and expenditures	- €		- €		- €		- €
Long - term liabilities	1.890.893 €	439%	350.539 €	-36%	549.834 €	-38%	891.326 €
Short - term liabilities	11.731.818 €	26%	9.342.490 €	-9%	10.249.709 €	-12%	11.660.586 €
DEFERRED TAX LIABILITIES	393.460 €	0%	393.460 €	0%	393.460 €	0%	393.460 €
DEFERRED PAYMENT OF EXPENDITURES AND INCOMES IN THE FUTURE PERIOD (PVR)	228.178 €	92%	118.781 €	-37%	187.924 €	29%	145.198 €
LIABILITIES FROM NON-CURRENT ASSETS (OR GROUPS ALIENATION) THAT ARE HELD FOR SALE AND DISCOUNTED OPERATIONS	- €		- €		- €		- €
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	18.236.295 €	32%	13.826.146 €	5%	13.212.282 €	-4%	13.758.335 €

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Според хоризонталната анализа на билансот на состојба на Нептун Македонија:

- Материјалните средства во 2016 година во однос на 2015 година се зголемени за 429% или за 2.876.204 евра, а главно се финансирани (83%) од долгорочни кредити, што е зголемено за 439% или 2.389.329 евра. Остатокот од оваа инвестиција се финансира од краткорочни обврски.

- Во 2016 година, во споредба со 2015 година, нивото на залихи се зголемува за 12% или за 1.012.882 евра, кое се финансира од краткорочни обврски, односно одделни обврски кон добавувачите се зголемуваат приближно за истиот износ, со исклучок на делот кој се кориси за инвестирање во материјални средства.
- Краткорочните побарувања се намалени за 15% во 2016 година во споредба со 2015 година, а паричните средства и паричните еквиваленти се повисоки за 143%, што укажува дека наплатата на побарувањата е подобра.
- Во текот на 2015 година наспроти 2014 година, компанијата прави долгорочни финансиски инвестиции и зголемување на нетековните средства за 44% или 303.026 евра и зголемување на тековните средства (залихи и краткорочни побарувања) за 2% или 212.452 евра. Споменатите инвестиции се финансираат од сопственички капитал на компанијата, кој е зголемен за 98% или 1.789.521 евра.
- Дел од зголемувањето на јазот во 2015 година се користи за намалување на вкупниот долг на компанијата -10% или - 1.106.514 евра.
- Во 2014 година, во споредба со 2013 година, промените не се големи и немаат материјално значење.

Табела 3. Хоризонтална анализа на Билансот на успех на Нептун Македонија

INCOME STATEMENT NEPTUN							
Income statement	2016	Change 2016/2015	2015	Change 2015/2014	2014	Change 2014/2013	2013
Revenues from sales	58.951.612 €	15%	51.351.658 €	22%	41.953.062 €	14%	36.841.197 €
Other revenues	2.952.773 €	54%	1.911.632 €	32%	1.444.237 €	88%	767.122 €
Total Revenues	61.904.384 €	16%	53.263.289 €	23%	43.397.300 €	15%	37.608.320 €
Cost for raw and other materials	-377.877 €	17%	-323.386 €	2%	-315.838 €	0%	-316.446 €
Cost of goods sold	-49.597.044 €	15%	-43.263.084 €	18%	-36.622.702 €	15%	-31.847.986 €
Cost of sales	-49.974.921 €	15%	-43.586.470 €	18%	-36.938.539 €	15%	-32.164.432 €
Gross income(Loss)	11.929.463 €	23%	9.676.819 €	50%	6.458.761 €	19%	5.443.887 €
Gross margin %	19,27%	6%	18,17%	22%	14,88%	3%	14,48%
Expenses for employees	-3.021.646 €	10%	-2.749.190 €	22%	-2.247.898 €	11%	-2.021.977 €
Expenses from operation	-2.283.904 €	8%	-2.108.310 €	4%	-2.021.734 €	22%	-1.657.380 €
Other expenses	-1.543.282 €	49%	-1.035.416 €	80%	-575.925 €	17%	-491.908 €
Total operating expense	-6.848.832 €	16%	-5.892.916 €	22%	-4.845.497 €	16%	-4.171.265 €
EBITDA	5.080.631 €	34%	3.783.902 €	135%	1.613.263 €	27%	1.272.623 €
Depretiation and Amortization	-249.340 €	-16%	-297.168 €	47%	-202.779 €	-25%	-269.643 €
EBIT	4.831.291 €	39%	3.486.734 €	147%	1.410.484 €	41%	1.002.979 €
Interest and other financial revenues and costs	-689.759 €	247%	-158.591 €	-174%	269.578 €	-168%	-394.716 €
EBT	4.141.531 €	26%	3.288.143 €	96%	1.680.062 €	176%	608.263 €
Income Tax	-414.153 €	37%	-301.825 €	64%	-184.065 €	166%	-69.202 €
Net Profit (Loss)	3.727.378 €	25%	2.986.318 €	100%	1.495.997 €	178%	539.060 €

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Според хоризонталната анализа на Билансот на успех на Нептун:

- Продажбата во 2016 година се зголемува за 15%, а другите приходи за 54% (вкупно 16%), најверојатно како резултат на продолжените услови за кредитирање што ги нуди компанијата (рати без камата), што е зголемено за 247% или 491.169 евра. Истиот заклучок се однесува и за продажбата во 2015 година наспроти 2014 година.

- Трошоците за продажба во 2016 година се зголемени за 15% и во споредба со зголемувањето на продажбата, се генерира поголем профит од продажба.

- Депрецијацијата и амортизацијата е намалена за 16%, а знаејќи дека нето-тековните средства се зголемени, може да се заклучи дека инвестициите во нетековни средства се прават во имот со подолг корисен век.

- Оперативните трошоци се зголемуваат според продажбата, т.е. тие ги следат продажбите.

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

Табела 4. Хоризонтална анализа на Билансот на состојба на Сетек

BALANCE SHEET SETEC							
ASSETS	31.12.2016	Change 2016/2015	31.12.2015	Change 2015/2014	31.12.2014	Change 2014/2013	31.12.2013
NON - CURRENT ASSETS	206.933 €	171%	76.265 €	6%	72.081 €	26%	57.355 €
Intangible assets	- €		- €		- €		- €
Tangible assets	206.933 €	171%	76.265 €	6%	72.081 €	26%	57.355 €
Investments in real estates	- €		- €		- €		- €
Long - term financial investments	- €		- €		- €		- €
Long - term receivables	- €		- €		- €		- €
DIFFERET TAX ASSETS	- €		- €		- €		- €
CURRENT ASSETS	12.239.198 €	123%	5.486.913 €	31%	4.174.613 €	19%	3.506.719 €
Inventories	7.611.635 €	207%	2.483.071 €	33%	1.873.229 €	9%	1.722.585 €
Short - term receivables	4.140.383 €	50%	2.762.635 €	27%	2.162.276 €	32%	1.634.178 €
Short - term financial assets	- €		- €		- €		- €
Cash and cash equivalents	487.180 €	94%	251.207 €	81%	139.107 €	-7%	149.956 €
INTENDED FOR SALE AND DISCOUNTED OPERATIONS)	- €		- €		- €		- €
PAID EXPENDITURES FOR THE FUTURE PERIODS AND CALCULATED INCOMES (AVR)	- €	-100%	11.700 €	58%	7.397 €	-61%	19.005 €
TOTAL ASSETS	12.446.131 €	123%	5.574.878 €	31%	4.254.091 €	19%	3.583.078 €
EQUITY AND LIABILITIES	31.12.2016	Change 2016/2015	31.12.2015	Change 2015/2014	31.12.2014	Change 2014/2013	31.12.2013
EQUITY	888.363 €	98%	449.443 €	156%	175.829 €	46%	120.749 €
Share capital	4.976 €	0%	4.976 €	0%	4.976 €	0%	4.976 €
Premiums on issued shares	- €		- €		- €		- €
Own shares (-)	- €		- €		- €		- €
Registered, unpaid capital (-)	- €		- €		- €		- €
REVALUATION RESERVES AND DIFFERENCES FROM Reserves	- €		- €		- €		- €
Retained earnings	444.488 €	160%	170.854 €	48%	115.767 €	24%	93.642 €
Transferred loss (-)	- €		- €		- €		- €
Profit for business year	601.521 €	120%	273.614 €	397%	55.087 €	149%	22.131 €
Loss for business year (-)	- €		- €		- €		- €
LIABILITIES	11.395.167 €	122%	5.125.434 €	26%	4.077.440 €	18%	3.462.329 €
Long - term reservations for risks and expenditures	- €		- €		- €		- €
Long - term liabilities	- €		- €		- €		- €
Short - term liabilities	11.395.167 €	226%	3.499.418 €	-14%	4.077.440 €	18%	3.462.329 €
DEFERRED TAX LIABILITIES	- €		- €		- €		- €
DEFERRED PAYMENT OF EXPENDITURES AND INCOMES IN THE FUTURE PERIOD (PVR)	- €		- €	-100%	821 €		- €
LIABILITIES FROM NON-CURRENT ASSETS (OR GROUPS ALIENATION) THAT ARE HELD FOR SALE AND DISCOUNTED OPERATIONS	- €		- €		- €		- €
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	12.446.131 €	123%	5.574.878 €	31%	4.254.091 €	19%	3.583.078 €

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Според хоризонталната анализа на билансот на состојба на Сетек:

- Материјалните средства се зголемени за 171%, но тие се финансираат од сопственички или краткорочни обврски, бидејќи нема промени во долгорочните обврски.

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

- Залихите се зголемени за 207%, што предизвикува раст на краткорочните обврски за 226%.

- Се гледа дека должниците го зголемуваат долгот за 50%, што може да резултира со проблеми во исплатата на своите доверители. Оваа можност објаснува драматично зголемување на краткорочните обврски од 226%.

Табела 5. Хоризонтална анализа на Билансот на успех на Сетек

INCOME STATEMENT SETEC							
Income statement	2016	Change 2016/2015	2015	Change 2015/2014	2014	Change 2014/2013	2013
Revenues from sales	18.971.623 €	65%	11.470.660 €	29%	8.914.596 €	29%	6.890.556 €
Other revenues	44.978 €	530%	7.143 €	-98%	290.247 €	-10%	321.549 €
Total Revenues	19.016.601 €	66%	11.477.803 €	25%	9.204.843 €	28%	7.212.105 €
Cost for raw and other materials	-125.374 €	15%	-109.462 €	19%	-92.367 €	7273%	-1.253 €
Cost of goods sold	-16.875.732 €	63%	-10.350.932 €	27%	-8.131.419 €	27%	-6.377.679 €
Cost of sales	-17.001.106 €	63%	-10.460.394 €	27%	-8.223.786 €	29%	-6.378.932 €
Gross income(Loss)	2.015.495 €	98%	1.017.409 €	4%	981.057 €	18%	833.173 €
Gross margin %	10,60%	20%	8,66%	-17%	10,66%	-8%	11,59%
Expenses for employees	-822.707 €	86%	-443.292 €	16%	-381.762 €	27%	-299.476 €
Expenses from operation	-628.448 €	60%	-392.414 €	3%	-382.054 €		0 €
Other expenses	-139.166 €	49%	-93.517 €	-7%	-100.144 €	-80%	-497.966 €
Total operating expense	-1.590.321 €	71%	-929.223 €	8%	-863.960 €	8%	-797.442 €
EBITDA	425.174 €	382%	88.186 €	-25%	117.097 €	228%	35.731 €
Depreciation and Amortization	-28.588 €	-15%	-33.794 €	45%	-23.347 €	72%	-13.594 €
EBIT	396.586 €	629%	54.391 €	-42%	93.749 €	323%	22.137 €
Interest and other financial revenues and costs	271.828 €	9%	249.631 €	-867%	-32.525 €		0 €
EBT	668.414 €	120%	304.023 €	397%	61.224 €	177%	22.137 €
Income Tax	-66.893 €	120%	-30.409 €	395%	-6.137 €	100551%	-6 €
Net Profit (Loss)	601.521 €	120%	273.614 €	397%	55.087 €	149%	22.131 €

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Според хоризонталната анализа на Билансот на успех на Сетек:

- Продажбата е зголемена за 65%, а другите приходи за 520%, или вкупно 66%, што покажуваат дека 2016 година е една од најдобрите години во последните неколку години на деловната активност на Сетек.

- Оперативните трошоци од друга страна се зголемени за 71% и го надминуваат растот на вкупната продажба, што потсетува дека може да се направи поголема

продажба со истите оперативни трошоци, особено со истите лични трошоци кои се повисоки за 86%.

- Сетек има приходи од камати или други финансиски приходи, кои покажуваат дека користат свој извор на финансирање на своите клиенти и трошоците за камата се нивниот приход.

5. Вертикална анализа на Нептун и Сетек

Вертикалната анализа ја покажува големината на делот на секоја билансна позиција во вкупната актива, пасива или приход во финансиските извештаи за избран репрезентативен период. Вертикалната анализа се нарекува и структурна анализа.

Вертикалната анализа на финансиските извештаи ја открива врската т.е. односот што постои помеѓу секоја поединечна ставка од финансиските извештаи и одредена специфична ставка која се избира за основа и се означува со 100%. Секоја ставка од финансиските извештаи се изразува како процент од таа базна големина. Кога се анализира билансот на успех, најчесто нето добивката се зема за база. Под претпоставка, во нормални услови бруто профитот на компанијата да изнесува 70% од нето продажбата, падот на истиот на 60% може да доведе до загуба во работењето. Менаџментот, инвеститорите и кредиторите гледаат на големиот пад на бруто профитот и оперативната добивка на компанијата како на сигнал кој покажува на загрозеност на нивните интереси. Ова изразување на секоја ставка од финансиските извештаи во проценти од одредена базна големина може да се изврши во посебен извештај кој не содржи вредности изразени во валута, туку само во проценти. Таквиот финансиски извештај е познат како упростен, едноставен извештај (commonsize statement).

Во common-size statement секоја ставка се изразува како процент од вредноста на нето продажбата на компанијата. Нето продажбата претставува заедничка големина, со која се споредуваат вредностите на сите останати ставки од финансискиот извештај. Тоа се однесува на билансот на успех. Во билансот на состојба, како заедничка големина може да се земат, вкупните средства на компанијата.

Изготвувањето на “common-size statements” ја олеснува споредбата помеѓу различни компании и во исто време помага во идентификување на потребата за корективни активности.

Терминот “benchmarking”, кој се среќава во финансиските анализи, претставува практика на компарација на остварувањата на компанијата со поставени стандарди од страна на другите компании, со нагласок на нивни идни подобрувања и усовршувања. Со анализата на работењето на компанијата се добива информација за нејзините минати и идни перформанси, но е лимитирано само на таа компанија. Може да се добие податок дека бруто профитот на компанијата се намалил, а нето добивката се зголемила за последните 10 години. Овој податок е корисен, но од него не може да се добие информација за тоа како се однесувале останатите компании во истиот тој период, дали можеби биле попрофитабилни во однос на анализираната компанија. Менаџерите, инвеститорите и кредиторите се посебно заинтересирани за перформансите на останатите компании во истата индустрија и за просекот на најзначајните показатели кои ги покажуваат различните аспекти од работењето на компаниите.

Common-size извештаите се користат и за вршење споредба помеѓу две или повеќе компании. Да претпоставиме дека еден финансиски аналитичар кој работи во одредена компанија ја проучува можноста за инвестирање во акции на некоја друга компанија. За таа цел, тој врши компарација помеѓу перформансите на две различни компании и донесува одлука за инвестирање во една од нив. Директната компарација на нивните финансиски извештаи изразени во долари нема големо значење, од причина што вредностите се многу различни. За оваа цел, тој едноставно ќе ги

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

конвертира нивните биланси на успех во common-size извештаи и врз основа на вредностите изразени во проценти ќе може да изврши многу поедноставна и пореална споредба.

Табела 6. Вертикална анализа на Билансот на состојба на Нептун Македонија

BALANCE SHEET NEPTUN								
ASSETS	31.12.2016	Structure in %	31.12.2015	Structure in %	31.12.2014	Structure in %	31.12.2013	Structure in %
NON - CURRENT ASSETS	3.569.805 €	19,6%	990.560 €	7,2%	687.534 €	5,2%	688.838 €	5,0%
Intangible assets	13.643 €	0,1%	12.055 €	0,1%	290 €	0,0%	2.116 €	0,0%
Tangible assets	3.546.356 €	19,4%	670.152 €	4,8%	682.203 €	5,2%	631.641 €	4,8%
Investments in real estates	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
Long - term financial investments	9.806 €	0,1%	308.353 €	2,2%	5.041 €	0,0%	55.081 €	0,4%
Long - term receivables	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
DIFFERET TAX ASSETS	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
CURRENT ASSETS	14.006.309 €	70,8%	12.546.919 €	90,8%	12.337.407 €	93,4%	12.931.072 €	94,0%
Inventories	9.761.602 €	53,5%	8.748.720 €	63,3%	8.500.799 €	64,3%	7.784.909 €	56,6%
Short - term receivables	2.695.830 €	14,8%	3.161.874 €	22,9%	2.797.328 €	21,2%	3.800.414 €	27,6%
Short - term financial assets	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	600.238 €	4,4%
Cash and cash equivalents	1.550.858 €	8,5%	639.326 €	4,6%	1.039.341 €	7,9%	745.510 €	5,4%
ASSETS (OR GROUPS FOR ALIENATION INTENDED FOR SALE AND DISCOUNTED OPERATIONS)	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
PAID EXPENDITURES FOR THE FUTURE PERIODS AND CALCULATED INCOMES (AVR)	658.100 €	3,6%	285.667 €	2,1%	187.282 €	1,4%	138.425 €	1,0%
TOTAL ASSETS	18.236.295 €	#####	13.826.146 €	100%	13.212.282 €	100%	13.758.335 €	100,0%
EQUITY AND LIABILITIES	31.12.2016	Structure in %	31.12.2015	Structure in %	31.12.2014	Structure in %	31.12.2013	Structure in %
EQUITY	3.991.945 €	21,9%	3.620.877 €	26,2%	1.831.356 €	13,9%	667.766 €	4,9%
Share capital	10.098 €	0,1%	10.098 €	0,1%	10.098 €	0,1%	10.098 €	0,1%
Premiums on issued shares	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
Own shares (-)	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
Registered, unpaid capital (-)	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
REVALUATION RESERVES AND DIFFERENCES FROM VALUATION OF COMPONENTS FROM THE OTHER COMPREHENSIVE INCOME	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
Reserves	269.926 €	1,6%	326.221 €	2,4%	163.620 €	1,2%	1.018 €	0,0%
Retained earnings	148.354 €	0,8%	298.239 €	2,2%	161.641 €	1,2%	117.589 €	0,9%
Transferred loss (-)	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
Profit for business year	3.543.567 €	19,4%	2.986.319 €	21,6%	1.495.997 €	11,3%	539.060 €	3,9%
Loss for business year (-)	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
LIABILITIES	13.622.711 €	74,7%	9.693.029 €	70,1%	10.799.542 €	81,7%	12.551.912 €	91,2%
Long - term reservations for risks and expenditures	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
Long - term liabilities	1.890.693 €	10,4%	350.539 €	2,5%	549.834 €	4,2%	891.326 €	6,5%
Short - term liabilities	11.731.818 €	64,3%	9.342.480 €	67,6%	10.249.709 €	77,6%	11.660.586 €	84,8%
DEFERRED TAX LIABILITIES	393.460 €	2,2%	393.460 €	2,8%	393.460 €	3,0%	393.460 €	2,9%
DEFERRED PAYMENT OF EXPENDITURES AND INCOMES IN THE FUTURE PERIOD(PVR)	228.178 €	1,3%	118.781 €	0,9%	187.924 €	1,4%	145.198 €	1,1%
LIABILITIES FROM NON-CURRENT ASSETS (OR GROUPS ALIENATION) THAT ARE HELD FOR SALE AND DISCOUNTED OPERATIONS	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	18.236.295 €	#####	13.826.146 €	66,5%	13.212.282 €	100%	13.758.335 €	100,0%

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Според вертикалната анализа на билансот на состојба на Нептун:

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

- Нетековните средства се зголемени за 19,6% од вкупната актива во 2016 година, во споредба со другите, каде што беше од 5 до 7,2%. Може да се сфати дека компанијата инвестира во идните профити, што е евидентно и од хоризонталната анализа на Нептун како што е опишано погоре
- Финансирањето на компанијата во 2016 година е повеќе од доверители 74,4% во споредба со 2015 година каде што изнесуваше 70%
- Евидентно е дека краткорочните обврски претставуваат помал дел од вкупните обврски.
- Компанијата ја зголемува својата готовина и претставува 8,5% од вкупната актива, во споредба со 4,6% во 2015 година, што укажува на добро управување со готовина.

Табела 7. Вертикална анализа на Билансот на успех на Нептун Македонија

INCOME STATEMENT NEPTUN								
Income statement	2016	Structure in %	2015	Structure in %	2014	Structure in %	2013	Structure in %
Revenues from sales	58.951.612 €	95,2%	51.351.658 €	96,4%	41.953.062 €	96,7%	36.841.197 €	98,0%
Other revenues	2.952.773 €	4,8%	1.911.632 €	3,6%	1.444.237 €	3,3%	767.122 €	2,0%
Total Revenues	61.904.384 €	100,0%	53.263.289 €	100,0%	43.397.300 €	100,0%	37.608.320 €	100,0%
Cost for raw and other materials	-377.877 €	-0,6%	-323.386 €	-0,6%	-315.838 €	-0,7%	-316.446 €	-0,8%
Cost of goods sold	-49.597.044 €	-80,1%	-43.263.084 €	-81,2%	-36.622.702 €	-84,4%	-31.647.986 €	-84,7%
Cost of sales	-49.974.921 €	-80,7%	-43.586.470 €	-81,8%	-36.938.539 €	-85,1%	-32.164.432 €	-85,5%
Gross income(Loss)	11.929.463 €	19,3%	9.676.819 €	18,2%	6.458.761 €	14,9%	5.443.887 €	14,5%
Gross margin %	19,27%	0,0%	18,17%	0,0%	14,86%	0,0%	14,48%	0,0%
Expenses for employees	-3.021.646 €	-4,9%	-2.749.190 €	-5,2%	-2.247.838 €	-5,2%	-2.021.977 €	-5,4%
Expenses from operation	-2.289.904 €	-3,7%	-2.108.310 €	-4,0%	-2.021.734 €	-4,7%	-1.657.380 €	-4,4%
Other expenses	-1.543.282 €	-2,5%	-1.035.416 €	-1,9%	-575.925 €	-1,3%	-491.908 €	-1,3%
Total operating expense	-6.843.832 €	-11,1%	-5.892.916 €	-11,1%	-4.845.497 €	-11,2%	-4.171.265 €	-11,1%
EBITDA	5.085.631 €	8,2%	3.783.902 €	7,1%	1.613.263 €	3,7%	1.272.623 €	3,4%
Depreciation and Amortization	-249.340 €	-0,4%	-297.168 €	-0,6%	-202.779 €	-0,5%	-269.643 €	-0,7%
EBIT	4.836.291 €	7,8%	3.486.734 €	6,5%	1.410.484 €	3,3%	1.002.979 €	2,7%
Interest and other financial revenues and costs	-689.759 €	-1,1%	-196.591 €	-0,4%	269.578 €	0,6%	-394.716 €	-1,0%
EBT	4.146.531 €	6,7%	3.289.143 €	6,2%	1.680.062 €	3,9%	608.263 €	1,6%
Income Tax	-414.153 €	-0,7%	-301.825 €	-0,6%	-184.065 €	-0,4%	-69.202 €	-0,2%
Net Profit (Loss)	3.732.378 €	6,0%	2.987.318 €	5,6%	1.495.997 €	3,4%	539.060 €	1,4%

Извор: Собствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Според вертикалната анализа на Билансот на успех на Нептун:

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

- Компанијата постојано ги зголемува другите приходи, а во 2016 година изнесуваат 4,8% од вкупните приходи во споредба со 2% во 2013 година
- Намалувањето на трошоците за продажба во споредба со претходните години покажува дека политиката на продажба е подобрена, или компанијата има поевтини добавувачи.
- Трошоците за вработените се константно подобрени и се раководат од приходите.
- Расходите за камати се повисоки во 2016 година, но тоа може да се толкува како инвестиција за зголемување на продажбата.

Табела 8. Вертикална анализа на Билансот на состојба на Сетек

BALANCE SHEET SETEC											
ASSETS	31.12.2016	Structure in %	31.12.2015	Structure in %	31.12.2014	Structure in %	31.12.2013	Structure in %			
NON - CURRENT ASSETS	206.933 €	1,7%	76.265 €	1,4%	72.081 €	1,7%	57.355 €	1,6%			
Intangible assets	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%			
Tangible assets	206.933 €	1,7%	76.265 €	1,4%	72.081 €	1,7%	57.355 €	1,6%			
Investments in real estates	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%			
Long - term financial investments	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%			
Long - term receivables	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%			
DIFFERET TAX ASSETS	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%			
CURRENT ASSETS	12.239.198 €	98,3%	5.486.913 €	98,4%	4.174.613 €	98,1%	3.506.719 €	97,9%			
Inventories	7.611.635 €	61,2%	2.483.071 €	44,5%	1.873.229 €	44,0%	1.722.585 €	48,1%			
Short - term receivables	4.140.383 €	33,3%	2.752.635 €	49,4%	2.162.276 €	50,8%	1.634.178 €	45,6%			
Short - term financial assets	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%			
Casch and casch equivalents	487.180 €	3,9%	251.207 €	4,5%	139.107 €	3,3%	149.956 €	4,2%			
INTENDED FOR SALE AND DISCOUNTED OPERATIONS)	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%	- €	0,0%			
PAID EXPENDITURES FOR THE FUTURE PERIODS AND CALCULATED INCOMES (AVR)	- €	0,0%	11.700 €	0,2%	7.397 €	0,2%	19.005 €	0,5%			
TOTAL ASSETS	12.446.131 €	100,0%	5.574.878 €	100,0%	4.254.091 €	100,0%	3.583.078 €	100,0%			
EQUITY AND LIABILITIES	31.12.2016	Structure in %	Change 2016/2015	31.12.2015	Structure in %	Change 2015/2014	31.12.2014	Structure in %	Change 2014/2013	31.12.2013	Structure in %
EQUITY	888.363 €	7,1%	99%	449.443 €	8,1%	156%	175.829 €	4,1%	46%	120.749 €	3,4%
Share capital	4.976 €	0,0%	0%	4.976 €	0,1%	0%	4.976 €	0,1%	0%	4.976 €	0,1%
Premiums on issued shares	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
Own shares (-)	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
Registered, unpaid capital (-)	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
REVALUATION RESERVES AND DIFFERENCES FROM	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
Reserves	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
Retained earnings	444.468 €	3,6%	160%	170.854 €	3,1%	48%	115.767 €	2,7%	24%	93.642 €	2,6%
Transferred loss (-)	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
Profit for business year	601.521 €	4,8%	120%	273.614 €	4,9%	397%	55.087 €	1,3%	149%	22.131 €	0,6%
Loss for business year (-)	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
LIABILITIES	11.395.167 €	91,6%	226%	3.499.418 €	62,8%	-14%	4.077.440 €	95,8%	18%	3.462.329 €	96,6%
Long - term reservations for risks and expenditures	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
Long - term liabilities	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
Short - term liabilities	11.395.167 €	91,6%	226%	3.499.418 €	62,8%	-14%	4.077.440 €	95,8%	18%	3.462.329 €	96,6%
DEFERRED TAX LIABILITIES	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
DEFERRED PAYMENT OF EXPENDITURES AND INCOMES IN THE FUTURE PERIOD (PVR)	- €	0,0%		- €	0,0%	-100%	821 €	0,0%		- €	0,0%
LIABILITIES FROM NON-CURRENT ASSETS (OR GROUPS ALIENATION) THAT ARE HELD FOR SALE AND DISCOUNTED OPERATIONS	- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%		- €	0,0%
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	12.446.131 €	100,0%	123%	5.574.878 €	100,0%	31%	4.254.091 €	100,0%	19%	3.583.078 €	100,0%

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

Според вертикалната анализа на билансот на состојба на Сетек:

- Инвестицијата во залихите се зголемува од 44,5% на 61,2%. Ова зголемување може да се должи на зголемувањето на побарувачката што е потврдено со 65% зголемување на продажбата, или може да укажува дека залихите се застарени.

- Зголемувањето на краткорочните обврски од 62,8 на 91,6%, укажува на проблемот со готовината со која располага компанијата, што е очигледно и од намалувањето на учеството на готовината од 4,2% на 3,9%.

Табела 9. Вертикална анализа на Билансот на успех на Сетек

INCOME STATEMENT SETEC								
Income statement	2016	Structure in %	2015	Structure in %	2014	Structure in %	2013	Structure in %
Revenues from sales	18.971.623 €	99,8%	11.470.660 €	99,9%	8.914.596 €	96,8%	6.890.556 €	95,5%
Other revenues	44.978 €	0,2%	7.143 €	0,1%	290.247 €	3,2%	321.549 €	4,5%
Total Revenues	19.016.601 €	100,0%	11.477.803 €	100,0%	9.204.843 €	100,0%	7.212.105 €	100,0%
Cost for raw and other materials	-125.374 €	-0,7%	-109.462 €	-1,0%	-92.367 €	-1,0%	-1.253 €	0,0%
Cost of goods sold	-16.875.732 €	-88,7%	-10.350.932 €	-90,2%	-8.131.419 €	-88,3%	-6.377.679 €	-88,4%
Cost of sales	-17.001.106 €	-89,4%	-10.460.394 €	-91,1%	-8.223.786 €	-89,3%	-6.378.982 €	-88,4%
Gross income (Loss)	2.015.495 €	10,6%	1.017.409 €	8,9%	981.057 €	10,7%	833.173 €	11,6%
Gross margin %	10,60%	0,0%	8,88%	0,0%	10,66%	0,0%	11,55%	0,0%
Expenses for employees	-822.707 €	-4,3%	-443.292 €	-3,9%	-381.762 €	-4,1%	-299.476 €	-4,2%
Expenses from operation	-628.448 €	-3,3%	-392.414 €	-3,4%	-382.054 €	-4,2%	0 €	0,0%
Other expenses	-139.166 €	-0,7%	-93.517 €	-0,8%	-100.144 €	-1,1%	-497.966 €	-6,9%
Total operating expense	-1.590.321 €	-8,4%	-929.223 €	-8,1%	-863.960 €	-9,4%	-797.442 €	-11,1%
EBITDA	425.174 €	2,2%	88.186 €	0,8%	117.097 €	1,3%	35.731 €	0,5%
Depreciation and Amortization	-28.588 €	-0,2%	-33.794 €	-0,3%	-23.347 €	-0,3%	-13.594 €	-0,2%
EBIT	396.586 €	2,1%	54.391 €	0,5%	93.749 €	1,0%	22.137 €	0,3%
Interest and other financial revenues and costs	271.828 €	1,4%	249.631 €	2,2%	-32.525 €	-0,4%	0 €	0,0%
EBT	668.414 €	3,5%	304.023 €	2,6%	61.224 €	0,7%	22.137 €	0,3%
Income Tax	-66.893 €	-0,4%	-30.409 €	-0,3%	-6.137 €	-0,1%	-6 €	0,0%
Net Profit (Loss)	601.521 €	3,2%	273.614 €	2,4%	55.087 €	0,6%	22.131 €	0,3%

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Според вертикалната анализа на Билансот на успех на Сетек:

- Трошоците за продажба малку се подобруваат, т.е се намалуваат од 91,1% на 89,4%. Најверојатно тоа доаѓа од други приходи, кои во 2016 година изнесуваат 0,2%

во споредба со претходната година каде што изнесуваат 0,1% во однос на вкупните приходи.

- Оперативните трошоци се повисоки од 2015 година од 8,1% на 8,4%, особено кај трошоците за вработените, односно од 3,9% на 4,3%.

- Намалувањето на приходите од камати од 2,2% на 1,5% укажува дека сопствените извори на финансирање се речиси на исто ниво како и во претходната година и не можат да ја следат побарувачката или зголемувањето на продажбата.

6. Анализа на профитабилноста на НЕПТУН и СЕТЕК

Еден аспект од анализата на работењето на компаниите опфаќа проучување на профитабилноста на компанијата, која таа ја остварува со извршување на основните оперативни, финансиски и инвестициони активности. Оваа анализа е поврзана со оценката за исполнување на основната цел на компанијата – остварување профит. Финансиските показатели за остварената профитабилност служат за мерење на тоа колку ефикасно компанијата управува со трошоците на работењето. Показателите за остварената профитна маржа (profit margin ratios) опфаќаат споредба на различните компоненти на остварената добивка со вредноста на продажбата на компанијата. Тие даваат информација за тоа кои фактори придонесуваат за остварување на добивката и вообичаено се изразуваат како дел од секој остварен денар продажба (Стрезоска, 2012).

Показателите за остварената профитабилност во работењето на компаниите кои се обработени во овој дел се разликуваат само во именителот, преку кој всушност се врши проценка на различните аспекти на работењето на компанијата.

6.1 Бруто профитна маржа

Показателот бруто профитна маржа (Gross profit margin) претставува сооднос помеѓу бруто добивката и вредноста на вкупните приходи.

Бруто профитната маржа е под влијание на:

- промените во обемот на продажба, од кој директно зависат трошоците на продадените производи и вредноста на продажбата;
- промените во продажните цени;
- промените во производствените трошоци, од кои зависи вредноста на трошоците на продадените производи.

Секоја промена во бруто профитната маржа од еден во друг период е предизвикана од влијанието на еден или повеќе од горенаведените фактори. На ист начин и разликата во профитните маржи меѓу компаниите е резултат на различното влијание на тие фактори.

Табела 10. Бруто профитна маржа на Нептун и Сетек

Gross profit margin = $\frac{\text{Gross income}}{\text{Revenue}}$				
Company	Year 2016	Year 2015	Year 2014	Year 2013
NEPTUN	$\frac{11.929.463 \text{ €}}{61.904.384 \text{ €}} = 19,3\%$	$\frac{9.676.819 \text{ €}}{53.263.289 \text{ €}} = 18,2\%$	$\frac{6.458.761 \text{ €}}{43.397.300 \text{ €}} = 14,9\%$	$\frac{5.443.887 \text{ €}}{37.608.320 \text{ €}} = 14,5\%$
SETEC	$\frac{2.015.495 \text{ €}}{19.016.601 \text{ €}} = 10,6\%$	$\frac{1.017.409 \text{ €}}{11.477.803 \text{ €}} = 8,9\%$	$\frac{981.057 \text{ €}}{9.204.843 \text{ €}} = 10,7\%$	$\frac{833.173 \text{ €}}{7.212.105 \text{ €}} = 11,6\%$

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Бруто профитната маржа е мерка на сооднос со што се споредува директниот приход со директните трошоци, изразен во проценти. Соодносот покажува колку приходи остануваат по одбивање на директните трошоци за да се исполнат другите административни трошоци.

Табела бр. 10 покажува дека Нептун има многу подобра бруто профитна маржа во споредба со конкурентот и се зголемува со текот на годините, додека пак Сетек има нестабилна бруто профитна маржа.

6.2 Оперативна профитна маржа

За проценка на оперативните перформанси на компанијата е потребно да се земат предвид и оперативните трошоци, како дополнување на трошоците на продадените производи. За таа цел, од бруто добивката се одземаат оперативните трошоци (пример, општите трошоци за продажба и администрација), со што останува оперативната добивка, во развиените земји позната како добивка пред сите камати и оданочувања (EBIT – earnings before interest and tax).

Оперативната профитна маржа е под влијание на истите фактори како и бруто профитната маржа, плус оперативните трошоци, како што се: трошоци за закуп, трошоци за огласи, трошоци за покривање на ненаплативите заеми и слично. Сите овие трошоци се поврзани со продажбата, иако истите не се директно вклучени во трошоците на продадените производи. Од тука и разликата помеѓу бруто профитната маржа и оперативната профитна маржа се јавува како резултат на овие индиректни ставки кои влегуваат во пресметка на оперативната профитна маржа.

Оперативната профитна маржа го изразува процентот на оперативен профит.

Табела 11. Оперативна профитна маржа на Нептун и Сетек

Operating profit margin = $\frac{\text{Net operating income}}{\text{Revenue}}$				
Company	Year 2016	Year 2015	Year 2014	Year 2013
NEPTUN	$\frac{5.080.631 \text{ €}}{61.904.384 \text{ €}} = 8,2\%$	$\frac{3.783.902 \text{ €}}{53.263.289 \text{ €}} = 7,1\%$	$\frac{1.613.263 \text{ €}}{43.397.300 \text{ €}} = 3,7\%$	$\frac{1.272.623 \text{ €}}{37.608.320 \text{ €}} = 3,4\%$
SETEC	$\frac{425.174 \text{ €}}{19.016.601 \text{ €}} = 2,2\%$	$\frac{88.186 \text{ €}}{11.477.803 \text{ €}} = 0,8\%$	$\frac{117.097 \text{ €}}{9.204.843 \text{ €}} = 1,3\%$	$\frac{35.731 \text{ €}}{7.212.105 \text{ €}} = 0,5\%$

Извор: Собствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Табела бр. 11 покажува дека оперативните трошоци на Сетек се повисоки, но се подобруваат во 2016 година. Со текот на годините, оперативната профитна маржа на Нептун многу се подобри во последните две години.

6.3 Нето-профитна маржа

И двете профитни маржи (брuto и оперативна профитна маржа) ги покажуваат оперативните перформанси на компанијата, без земање предвид на начинот на нивното финансирање. За проценка на влијанието и на финансиските одлуки на менаџментот треба да се стават во сооднос вредноста на остварената нето добивка (добивката по одземање на каматата и даноците) и вредноста на остварената продажба. На овој начин се добива т.н. нето-профитна маржа.

Нето-профитната маржа ја покажува нето добивката генерирана од секој денар остварена продажба, таа ги зема предвид и финансиските трошоци кои оперативната профитна маржа не ги опфаќа во пресметката. Овој показател претставува однос помеѓу нето добивката за финансиската година и вкупните приходи. Просечната вредност на нето профитната маржа на правните субјекти на пазарот на трговија на мало изнесува 7,3%.

Табела 12. Нето профитна маржа на Нептун и Сетек

Net profit margin = $\frac{\text{Net Income}}{\text{Revenue}}$				
Company	Year 2016	Year 2015	Year 2014	Year 2013
NEPTUN	$\frac{3.727.378 \text{ €}}{61.904.384 \text{ €}} = 6,0\%$	$\frac{2.986.318 \text{ €}}{53.263.289 \text{ €}} = 5,6\%$	$\frac{1.495.997 \text{ €}}{43.397.300 \text{ €}} = 3,4\%$	$\frac{539.060 \text{ €}}{37.608.320 \text{ €}} = 1,4\%$
SETEC	$\frac{601.521 \text{ €}}{19.016.601 \text{ €}} = 3,2\%$	$\frac{273.614 \text{ €}}{11.477.803 \text{ €}} = 2,4\%$	$\frac{55.087 \text{ €}}{9.204.843 \text{ €}} = 0,6\%$	$\frac{22.131 \text{ €}}{7.212.105 \text{ €}} = 0,3\%$

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

Нето-профитната маржа ја изразува севкупната профитабилност на компанијата. Очигледно е дека Нептун е речиси двојно попрофитабилен од Сетек. И двете компании се подобруваат во последните две години. Во споредба со остварувањето на профитната маржа, се гледа дека нето-профитната маржа на Сетек е поголема, од каде може да се донесе заклучок дека имаат приходи кои не се поврзани со дејноста.

6.4 Враќање на инвестициите

Овој показател, враќање на инвестициите (ROTA) е сооднос кој ги мери приходите на компанијата пред камати и даноци (EBIT) во однос на вкупните нето средства.

Односот се смета за показател за тоа колку ефективно една компанија ги користи своите средства за генерирање приходи. EBIT се користи наместо нето добивка за да се задржи метриката фокусирана на оперативните приходи без влијание на даночни или финансиски разлики во споредба со слични компании со различна големина на нето добивка и различен обем на ангажиран капитал.

Табела 13. Враќање на инвестициите (ROTA) на Нептун и Сетек

Return on total assets = $\frac{\text{EBIT}}{\text{Total Assets}}$				
Company	Year 2016	Year 2015	Year 2014	Year 2013
NEPTUN	$\frac{4.831.291 \text{ €}}{18.236.295 \text{ €}} = 26,5\%$	$\frac{3.486.734 \text{ €}}{13.826.146 \text{ €}} = 25,2\%$	$\frac{1.410.484 \text{ €}}{13.212.282 \text{ €}} = 10,7\%$	$\frac{1.002.979 \text{ €}}{13.758.335 \text{ €}} = 7,3\%$
SETEC	$\frac{396.586 \text{ €}}{12.446.131 \text{ €}} = 3,2\%$	$\frac{54.391 \text{ €}}{5.574.878 \text{ €}} = 1,0\%$	$\frac{93.749 \text{ €}}{4.254.091 \text{ €}} = 2,2\%$	$\frac{22.137 \text{ €}}{3.583.078 \text{ €}} = 0,6\%$

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Односот покажува колку ефикасно компанијата ја користи својата актива за генерирање на приходи. Како што е јасно од табелата, соодносот покажува дека Нептун има поголем поврат на инвестициите во споредба со Сетек, а од година во година враќањето е се повисоко.

6.5 Стапка на поврат на вкупни средства (ROA – Return Of Assets)

Стапката на поврат на вкупни средства е основен концепт во финансиската анализа. Овој показател претставува мерило за продуктивното користење на средствата. Зошто е важно продуктивното користење на средствата?

Непродуктивно користените средства го врзуваат капиталот кој може да се искористи за инвестирање во развој на нов производ, за купување на конкурент, отплата на долгови или исплата на дивиденди. Неискористените средства со текот на времето можат да резултираат во предвидени загуби. Овој финансиски показател помага во донесување одлуки поврзани со оттуѓување на подружници и утврдување на ефикасноста на менаџментот.

Табела 14. Враќање на средства (ROA) на Нептун и Сетек

Return on assets = $\frac{\text{Net Income}}{\text{Total assets}}$				
Company	Year 2016	Year 2015	Year 2014	Year 2013
NEPTUN	$\frac{3.727.378 \text{ €}}{18.236.295 \text{ €}} = 20,4\%$	$\frac{2.986.318 \text{ €}}{13.826.146 \text{ €}} = 21,6\%$	$\frac{1.495.997 \text{ €}}{13.212.282 \text{ €}} = 11,3\%$	$\frac{539.060 \text{ €}}{13.758.335 \text{ €}} = 3,9\%$
SETEC	$\frac{601.521 \text{ €}}{12.446.131 \text{ €}} = 4,8\%$	$\frac{273.614 \text{ €}}{5.574.878 \text{ €}} = 4,9\%$	$\frac{55.087 \text{ €}}{4.254.091 \text{ €}} = 1,3\%$	$\frac{22.131 \text{ €}}{3.583.078 \text{ €}} = 0,6\%$

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Враќањето на средствата е подобар показател за ефикасноста на искористување на средствата на компанијата. Од табелата се гледа дека компаниите се поконзистентни

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

во искористување на средствата во последните две години, и повторно е евидентно дека Сетек создава приходи од камати, бидејќи нето приходот е повисок од ЕБИТ.

6.6 Поврат на капитал (ROE – Return of equity)

Стапката на поврат на капиталот (ROE - Return on equity) е мерило за користа која ја добиваат сопствениците на компаниите. Овој значаен финансиски индикатор, им покажува на сопствениците на капиталот колку ефикасно се користат нивните средства.

Односно ROE покажува колкав поврат имаат сопствениците на својата инвестиција.

Табела 15. Поврат на капитал (ROE) на Нептун и Сетек

Return on equity = $\frac{\text{Net income}}{\text{Shareholder's equity}}$				
Company	Year 2016	Year 2015	Year 2014	Year 2013
NEPTUN	$\frac{3.727.378 \text{ €}}{3.991.945 \text{ €}} = 93,4\%$	$\frac{2.986.318 \text{ €}}{3.620.877 \text{ €}} = 82,5\%$	$\frac{1.495.997 \text{ €}}{1.831.356 \text{ €}} = 81,7\%$	$\frac{539.060 \text{ €}}{667.766 \text{ €}} = 80,7\%$
SETEC	$\frac{601.521 \text{ €}}{888.363 \text{ €}} = 67,7\%$	$\frac{273.614 \text{ €}}{449.443 \text{ €}} = 60,9\%$	$\frac{55.087 \text{ €}}{175.829 \text{ €}} = 31,3\%$	$\frac{22.131 \text{ €}}{120.749 \text{ €}} = 18,3\%$

Извор: Сопствени пресметки од Годишни сметки 2013, 2014 2015 и 2016

Повторно се гледа голема разлика помеѓу Нептун и Сетек, но двете компании имаат повисок поврат секоја година. Тоа може да биде многу важно за потенцијалните инвеститори за двете компании.

7. Анализа на ликвидноста на НЕПТУН и СЕТЕК

Под ликвидност се подразбира способноста на компанијата да ги подмири своите краткорочни обврски во договорениот рок. Стапките на ликвидност се фокусирани на тековни средства и тековни обврски. Тековната актива може, по дефиниција, генерално да се претвори во парични средства во рок од 12 месеци, а тековните обврски се долгови кои мора да се подмират во рок од 12 месеци.

Колкава е ликвидноста на работењето може да се утврди преку индикаторите на ликвидност.

7.1 Тековно рацио

Тековното рацио е еден од првите финансиски показатели на кои банките посветуваат внимание со цел да го утврдат кредитниот ризик на компаниите. Овој финансиски показател покажува колку брзо средствата на компанијата можат да се претворат во паричен облик, со цел да се излезе во пресрет на обврските кои треба да се подмират во блиска иднина, односно во моментот кога тие ќе достасаат за плаќање. Тековни средства се средствата на компанијата кои таа очекува да ги претвори во парични средства во период пократок од една година. Во оваа категорија се вклучуваат: парите, паричните еквиваленти, акциите кои компанијата ги чува за инвестициски цели, побарувањата и залихите. Тековни обврски се обврските кои компанијата треба да ги плати во рок пократок од една година. Тука влегуваат: обврските спрема добавувачите, пресметаните плати, авансното плаќање, долговите и другите финансиски обврски кои достасуваат во рок од една година.

Показателот тековно рацио покажува колку пати тековните средства со кои располага компанијата ги покриваат обврските кои компанијата треба да ги плати во блиска иднина.

Табела 16. Тековно рацио на Нептун и Сетек

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

Current ratio = $\frac{\text{Current assets}}{\text{Current liabilities}}$				
Company	Year 2016	Year 2015	Year 2014	Year 2013
NEPTUN	$\frac{14.008.389 \text{ €}}{11.731.818 \text{ €}} = 1,19$	$\frac{12.549.919 \text{ €}}{9.342.490 \text{ €}} = 1,34$	$\frac{12.337.467 \text{ €}}{10.249.709 \text{ €}} = 1,20$	$\frac{12.931.072 \text{ €}}{11.660.586 \text{ €}} = 1,11$
SETEC	$\frac{12.239.198 \text{ €}}{11.395.167 \text{ €}} = 1,07$	$\frac{5.486.913 \text{ €}}{3.499.418 \text{ €}} = 1,57$	$\frac{4.174.613 \text{ €}}{4.077.440 \text{ €}} = 1,02$	$\frac{3.506.719 \text{ €}}{3.462.329 \text{ €}} = 1,01$

Извор: Сопствени пресметки

Во принцип, вредноста на овој показател треба да биде поголема од 1, а повисоката вредност се смета за подобра позиција, но ако е повеќе од 2, тогаш е достапен доволен кеш или не се користи правилно. Нептун има подобри резултати за вредностите на овој показател на ликвидност, додека Сетек во зависност од видот и структурата на залихите може да биде во опасна ситуација.

7.2 Стапка на забрзана ликвидност (Quick ratio – брзо рацио)

Брзо рацио е финансиски показател кој претставува построга варијанта на тековното рацио. Се пресметува така што од тековните средства се одземаат залихите, кои се сметаат за најнеликвидни тековни средства (голем дел од залихите кои ги поседува компанијата можат да бидат застарени, оштетени и сл.) и таквата вредност се става во однос со тековните обврски.

Табела 17. Брзо рацио на Нептун и Сетек

Quick ratio (Acid test) = $\frac{\text{Current assets - Inventories}}{\text{Current liabilities}}$				
Company	Year 2016	Year 2015	Year 2014	Year 2013
NEPTUN	$\frac{4.246.788 \text{ €}}{11.731.818 \text{ €}} = 0,36$	$\frac{3.801.200 \text{ €}}{9.342.490 \text{ €}} = 0,41$	$\frac{3.836.669 \text{ €}}{10.249.709 \text{ €}} = 0,37$	$\frac{5.146.162 \text{ €}}{11.660.586 \text{ €}} = 0,44$
SETEC	$\frac{4.627.563 \text{ €}}{11.395.167 \text{ €}} = 0,41$	$\frac{3.003.842 \text{ €}}{3.499.418 \text{ €}} = 0,86$	$\frac{2.301.383 \text{ €}}{4.077.440 \text{ €}} = 0,56$	$\frac{1.784.134 \text{ €}}{3.462.329 \text{ €}} = 0,52$

Извор: Сопствени пресметки

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

Анализата покажува дека двете компании имаат вредности под 1 за овој финансиски показател, што значи дека за секое 1 евро од тековните обврски тие имаат само 0,36 евра до 0,41 евра на расположливи ликвидни средства.

ЗАКЛУЧОК

Врз основа на спроведената анализа на истражуваната проблематика, сами по себе се наметнаа одделни релевантни заклучоци, односно се дефинираа постојните состојби и произлегоа некои констатации, кои можат да претставуваат добра подлога за натамошни истражувања во оваа област.

Она што е важно е фактот дека за да се добие целосна слика за работењето на компанијата потребно е пресметка на сите овие показатели, кои даваат значајни информации за различни аспекти од работењето на компанијата. Добиените вредности сами по себе, изолирано, немаат големо значење, туку својата вредност ја добиваат кога ќе се споредат со индустриските просеци, поставените стандарди, со нивните минати вредности или, пак, со истите показатели на другите компании во рамките на дејноста.

Сè почесто финансиските аналитичари при вреднување на акциите и донесување на одлуките тргнуваат од паричните текови на компанијата, бидејќи токму

паричните текови се основи за дополнителни инвестирања, ангажирање на стручен кадар, развој на нови производи и пробивање на нови пазари. По пат на овој метод вредноста на акцијата се пресметува кога вредноста на компанијата, ќе се подели со бројот на акции на компанијата.

Вториот метод на вреднување на акциите по пат на заработката, тргнува од заработката на компанијата пред камати и даноци EBIT. Овој метод вклучува пресметка на т.н. EBIT мултипликатор за индустријата, кој се пресметува како однос помеѓу вредноста на водечката компанија во индустријата со заработката пред камати и даноци за акцијата и претставува основа за вреднување на компаниите во рамките на една индустрија.

Она што треба да се нагласи е дека пресметката на финансиските показатели не претставува крајна точка во финансиската анализа. Имено, пресметаните показатели сами по себе не даваат значајни информации за работењето на компанијата. Клучните вредности од показателите се добиваат кога ќе се споредат со нивните историски вредности, со просекот на индустријата или, пак, со поставените стандарди. Доколку се сака да се добие целосна слика за успешноста на работењето на компанијата, како оперативно, така и финансиско, потребно е да се земат предвид финансиските показатели од различни аспекти на работењето (показатели на задолженоста, показатели на профитабилноста, финансиски показатели на активноста и сл.), како и влијанието на останати квалитативни фактори, кои сметководството не може да ги вреднува, а имаат исклучително значајно влијание врз работата и развојот на компаниите (потесно опкружување – економско, политичко и сл., стручност на вработени и менаџери, конкуренција, глобални услови на стопанисување итн.).

Финансиската анализа има задача да ја објасни релацијата помеѓу одделните ставки на финансиските извештаи, кои комбинирани на најразлични начини даваат значајни информации поврзани со ликвидноста, задолженоста, профитабилноста и другите аспекти од работењето на двете анализирани компании. Секое инвестирање е проследено со прибирање податоци за минатото работење на компанијата,

остварените резултати, нејзината ликвидност, исплатените дивиденди, инвестирањето во сопствениот раст и сл.

Сите овие минати резултати и одлуки влијаат врз профитот кој ќе го остварува компанијата во иднина, а со тоа и врз прерцепцијата за заработувачката од инвестирањето на средствата на сите субјекти кои гледаат перспектива во работењето на избраната компанија и остварување на нивните поединечни цели. На тој начин, преку финансиската анализа и пресметката на финансиските показатели, стејкхолдерите го препознаваат и го оценуваат ризикот од инвестирање во самите хартии од вредност на компанијата. Тргувајќи од овој факт, особено е јасно зошто се посветува големо внимание токму на финансиската анализа, како и на финансиските показатели и методи кои се користат при нејзино спроведување.

Целисходноста на финансиските анализи и истражувања доаѓа до израз само доколку тие послужат како основа за предлагање и преземање мерки за надминување на воочените слабости со кои се соочува било која компанија. Финансиските извештаи во развиените економии претставуваат и облик на маркетиншко претставување на компанијата и се предмет на постојано иновирање.

Менаџерите, инвеститорите и кредиторите се посебно заинтересирани за перформансите на различните компании во истата индустрија и за просекот на најзначајните показатели кои ги покажуваат различните аспекти од работењето на компаниите.

Анализата на состојбите во одделните компании од ист сектор на македонската економија недвосмислено ја потврдува констатацијата за постоење на нагласена макроекономска стабилност, од една страна, и недоволен економски раст, од друга страна. Ваквата состојба во основа не е во согласност со бројните теоретски и емпириски истражувања што укажуваат на позитивната и поттикнувачка врска помеѓу макроекономската стабилност и економскиот раст. Имено трговијата на мало има значајна улога во макроекономската стабилност и економскиот раст во земјата.

Предизвиците, поврзани со конкурентноста на домашните фирми, се подеднакво важни за да може земјата да генерира раст којшто е потребен за постигнување конвергенција со нивоата на доход во Европската Унија и адресирање на невработеноста.

Економскиот раст на Македонија се одликува со ниски просечни стапки на раст во услови на непостоење на позитивни структурни промени и тенденции на влошување на економската структура и тоа, како помеѓу различни дејностите во економијата, така и во рамките на иста дејност. Потребно е да се обезбеди интензивен раст на домашната економија за воспоставување на ефикасен пазарен механизам и ефективна пазарна економија, како и јавен сектор што е ориентиран кон обезбедување на услови за: испорака на ефикасни и ефективни јавни добра, вклучувајќи ги јавните институции и политики; поттикнување на приватните инвестиции во фактори со позитивни екстерналии во економијата; и обезбедување на механизми за брз и ефикасен трансфер и дисеминација на новите знаења и технологии од светот во домашната економија, вклучувајќи го зголемувањето на иновациите во сопствените инвестиции.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- (н.д.). Превземено од www.faktor.mk: <https://faktor.mk/koj-e-koj-vo-biznisot-so-prodazba-na-bela-tehnika-vo-zemjava>
- Das, D. K. (2003). *Trade And Global Integration*. Coventry: Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation (CSGR), University of Warwick.
- Eaton, J., Kortum, S., & Kramarz, F. (2005). *An anatomy of international trade*. Chicago: University of Chicago.
- Harvey, L. E. (2008). *RePEc Author Service*. Преземено 2019 од <https://authors.repec.org/>
- Jeffrey, B. H., & Baier, S. L. (2001). The growth of world trade, *Journal of International Economics*, 2001. *Journal of international economics*.
- Kenwood, A. G., & Lougheed, A. L. (2001). *The growth of the international economy 1820-2000*. London: Rout ledge.
- Micevska, M., Eftimoski, D., & Petkovska, T. (2002). *Economic Growth of the Republic of Macedonia: Experiences and Policy Recommendations*.
- Maja Micevska, Dimitar Eftimov, Economic Growth of the Republic of MaWorld Bank Global Research Project.

- Miteva-Kacarski, E. (2010). Трговските текови во глобализираниот свет. *Godisen zbornik na Ekonomski fakultet, Univerzitet "Goce Delcev" Stip.*
- Neal, L., & Cameron, R. (2015). *A concise economic history of the world* (Fifth edition изд.). Oxford: Oxford University.
- Ospina, E. O., Beltekian, D., & Rose, M. (2018, October). *Trade and Globalization*. Превземено од ourworldindata.org: <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization>
- <http://ekonomijaibiznis.mk/>. (n.d.). Retrieved from Економија и бизнис: <http://ekonomijaibiznis.mk/News.aspx?id=21956>
- <https://mk.tierient.com>. (2019). Retrieved from <https://mk.tierient.com>: <https://mk.tierient.com/видови-на-конкуренција/>
- Jankulovski, A. (2013). *Сегментацијата и позиционирањето на компаниите на македонскиот пазар за остварување конкурентска позиција*. Retrieved from www.eccfp.uklo.edu.mk.
- Porter, M. E. (1980). *COMPETITIVE STRATEGY* Michael E. Porter, *Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Prof. d-r Fotov, R. (2010). *Годишен зборник*. Штип: УГД Гоце Делчев.
- Savic, M., & Pavlovic, N. (n.d.). <https://scindeks.ceon.rs/>. Retrieved from <https://scindeks.ceon.rs/>: <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1452-4457/2014/1452-44571401131S.pdf>
- Svrtinov, V. G. (2013). Историски развој на финансиската глобализација. *Четврта меѓународна научна конференција: Меѓународен дијалог: Исток-запад*. www.analitika.mk. (2019, October). Retrieved from www.analitika.mk: <https://analitika.mk/monopol-i-oligopol-formi-na-necelosna-konkurencija-na-pazarot/>
- www.wikipedia.org. (2019). Retrieved from <https://mk.wikipedia.org>: https://mk.wikipedia.org/wiki/Совршена_конкуренција
- Арслани, М., Амети, М., & Исени, Д. (2019). *Прирачник за трговија на мало*. Скопје: Стопанска Комора на Северо-Западна Македонија.

- Ѓуревска, С., Јакимовска, Ф., & Филипоски, О. (2017, Мај 27). АНАЛИЗА НА КОНКУРЕНЦИЈАТА ВО БИЗНИС СЕКТОРОТ. *ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ ОД ВТОРАТА МЕЃУНАРОДНА НАУЧНО-СТРУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА*.
- Костадинова, Г. (2014). *ПРИМЕНА НА ФИНАНСИСКИТЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА АНАЛИЗА НА РАБОТЕЊЕТО НА КОМПАНИИТЕ - СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ПОКАЗАТЕЛИТЕ ЗА ЛИКВИДНОСТ НА МАКЕДОНСКОТО СТОПАНСТВО*. Retrieved from <http://eprints.ugd.edu.mk/11245/1/Magisterski%20trud%20-%20GROZDA%20KOSTADINOVA.pdf>
- Министерство за образование и наука. (2017, Април). *АНАЛИЗА НА СЕКТОРОТ ЗА ЕКОНОМИЈА, ПРАВО И ТРГОВИЈА*. Retrieved from <http://www.csoo.edu.mk:> <http://www.csoo.edu.mk/images/DOCs/Analizi17/ans-ekonpravotrg.pdf>
- Свртинов, В. Г. (2012). Финансиска либерализација и финансиска стабилност. In В. Г. Свртинов. Куманово: Македонска ризница.
- Стрезоска, З. (2012). *ФИНАНСИСКА АНАЛИЗА НА РАБОТЕЊЕТО НА АД „ГД-ТИКВЕШ“ - КАВАДАРЦИ*. Retrieved from www.fznh.ukim.edu.mk: www.fznh.ukim.edu.mk/jafes/VOL_58_2012/Trudovi_PDF/010_Srezoska_2012.pdf
- Чабасоска, М. (2018). *АНАЛИЗА НА ФИНАНСИСКИТЕ РЕЗУЛТАТИ ВО РАБОТЕЊЕТО НА ОСИГУРИТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ ВО Р.МАКЕДОНИЈА ВО ФУНКЦИЈА НА РАЗВОЈ НА ОСИГУРИТЕЛНИОТ СЕКТОР*. Retrieved from http://courses.ftu.uklo.edu.mk/pluginfile.php/31/mod_folder/content/.docx?forcedownload=1
- Stanković, J., & Čavić, B. (2013). *Trgovina I drugi kanali marketinga*. Belgrad: Univerzitet Singidunum.
- World Trade Organization. (2008). *World Trade Report 2008*. Преземено 12 2018 од http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report08_e.pdf
- Бошковска, Д., & Мајовски, И. (2018). ЕКОНОМСКИТЕ ИМПЛИКАЦИИ ОД ПОЛИТИЧКАТА КРИЗА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА. Скопје: УНИВЕРЗИТЕТ “СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ”-ЕКОНОМСКИ ИНСТИТУТ.
- Закон за трговија (2015). Преземено Март 2019 од <http://www.economy.gov.mk/docs/zakoni>

Македонија, Д. з. (н.д.). *Државен завод за статистика на Република Северна Македонија*. Преземено 2018 од <http://www.stat.gov.mk>

Национална класификација на дејности. (2013). Преземено од Државен завод за статистика: <http://www.stat.gov.mk/KlasifikaciiNomenklaturi.aspx?id=2>

Нептун Македонија. (н.д.). Преземено од www.neptun.mk: <https://www.neptun.mk/about-us>

Сетек Се од Техника. (н.д.). Преземено од www.setec.mk: http://setec.mk/index.php?route=information/information&information_id=4

Скопје, Државен завод за статистика (2003). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика Скопје.

статистика, Државен завод за статистика (н.д.). <http://www.stat.gov.mk/>. Преземено од www.stat.gov.mk: <http://www.stat.gov.mk/>

статистика, Д. Д. (2016, 12 12). *stat.gov.mk*. Преземено 2019 од <http://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie.aspx?rbrtxt=107>

статистика, Државен завод за статистика (2000). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2001). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2002). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2003). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2004). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2005). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2005). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2009). *Статистички преглед - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2011). *Статистички годишник - Национална економија и финансии*. Скопје: Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2014). *Статистички преглед - Национална економија и финансии*. Државен завод за статистика.

статистика, Државен завод за статистика (2016, 09 30). Годишник на Република Македонија. *Соопштение бр. 3.1.16.05*.

статистика, Државен завод за статистика (2017). Статистички прилог II. *Квартален извештај*.

статистика, Државен завод за статистика (н.д.). *stat.gov.mk*. Повратено од МАКСтат - база на податоци:
<http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat/?rxid=46ee0f64-2992-4b45-a2d9-cb4e5f7ec5ef>

(2018). *Статистички прегледи*. Скопје: Државен завод за статистика.

Техномаркет. (н.д.). Превземено од www.tehnomarket.mk:

<https://tehnomarket.com.mk/profile>

Конкурентната позиција на НЕПТУН и СЕТЕК на пазарот на трговија на мало

ИЗЈАВА

Јас Весна Анастасова, студентка на втор циклус студии на Факултетот за Бизнис и Економија, насока Финансии, со место на живеење на улица Малешевска 1 број 37 во Скопје со ЕМБГ 0103981445019 и број на индекс 127482, изјавувам дека сум оригинален автор на овој магистерски труд.

Магистерскиот труд под овој наслов и во оваа форма не е пријавен за одбрана на ниту еден друг Универзитет во земјава или странство. Согласно сум да ги сносам сите обврски и одговорности кои произлегуваат од неовластено користење на туѓ текст или плагијаторство, согласно важечките законски и подзаконски акти кои ги регулираат авторските и сродните права.

Универзитетот ги има авторските права на трудот за употреба за образовно-едукативни и истражувачки цели.

Скопје _____ 2019 година

Давател на изјавата:

Весна Анастасова _____