

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Bonitet preduzeća". Rad ima 10 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

UVOD

Postoje različiti pristupi ocjene boniteta preduzeća, zavisno od toga da li se ta ocjena odnosi samo na analizu pokazatelja koji potvrđuju da je preduzeće siguran dužnik, ili na indikatore koji potvrđuju položaj preduzeća na tržištu, ukazuju na njegovu perspektivu poslovnog razvoja i poslovnu orijentaciju.

Opredjeljenje za tržišnu privredu sa racionalnim ekonomskim ponašanjem nameće potrebu utvrđivanja boniteta preduzeća, naročito kod aktuelne privatizacije preduzeća, kod konkurisanja za kredite na međunarodnom i domaćem finansijskom tržištu, kod povezivanja sa stranim kapitalom, kod emitovanja akcija i drugih hartija od vrijednosti.

U savremenim uslovima privređivanja preduzeće ima i kvalitativna i kvantitativna obilježja. Kvalitativno obilježje preduzeća je rezultat unutrašnje organizacije i ta kvalitativna obilježja spadaju u šira definisanja pojma boniteta.

Naime, bonitet je skup materijalnih i formalnih svojstava privrednog subjekta koja ga čine dobrim i sigurnim dužnikom, ali i nešto šire, jer podrazumijeva i njegovu opštu i materijalnu sigurnost, solventnost, dobru reputaciju u poslovnom svijetu, dobru poziciju na tržištu i sposobnost prilagođavanja izmjenjenim uslovima poslovanja.

Interes preduzeća se ne može svesti samo na sagledavanje boniteta sopstvene organizovanosti, jer u cilju minimiziranja poslovnog rizika treba da sagleda bonitet svojih poslovnih partnera, kako bi kompleksno posmatran bonitet preduzeća dao elemente rizika brojnih faktora iz okruženja, zbog uslova privređivanja, ekonomske politike i negativnih dejstava monetarnih faktora.

1. POJAM I ZNAČAJ BONITETA PREDUZEĆA

Bonitet potiče od latinske riječi „bonus“, koja znači dobar i predstavlja skup osobina jednog subjekta koji ga čine dobrim i sigurnim dužnikom. Pod pojmom boniteta podrazumijeva se formalno i materijalno svojstvo subjekata koje ga čine sigurnim dužnikom, bilo da je riječ o preduzeću kome se daje kredit ili koje se priprema za emitovanje HOV. U užem smislu bonitet izražava kreditnu sposobnost i likvidnost firme, a u širem smislu njegovu ukupnu poziciju – organizacionu, kadrovsku i materijalno – finansijsku konstituciju, poziciju na tržištu, poslovnu reputaciju, razvojne programe i poslovnu perspektivu, a otuda i kreditnu sposobnost i likvidnost.

Bonitet preduzeća ne može se izjednačiti sa njegovom likvidnošću. Neko preduzeće može biti nelikvidno u određenom vremenskom periodu, a da se pri tom izvedu pozitivne ocjene o njegovom bonitetu. S toga ne čudi činjenica da se u privrednoj praksi prave česte greške, koje se ogledaju u svođenju ocjene boniteta na analizu mogućnosti zaduženja preduzeća i analizu stepena pokrića zaduženja nepokretnom imovinom, potraživanjima, pokretnim stvarima ili nekim oblikom jemstva. Bonitet preduzeća uvijek obuhvata mogućnost realizacije preduzeća, stepen naplativosti njegovih potraživanja, sigurnost plasmana u to preduzeće, njegovu kreditnu sposobnost, ali i dosta širu dimenziju kojoj treba dati značajniju pažnju.

Na bonitet preduzeća značajan uticaj imaju i kvalitet i realnost razvojnih programa, stepen iskorišćenosti kapaciteta, nivo produktivnosti rada, kvalitet investicionih programa, razvijenost poslovnih funkcija i slično.

Utvrđivanje boniteta preduzeća uvijek prethodi donošenju neke značajne poslovne odluke samog preduzeća ili njegovih komitenata. Utvrđivanje boniteta pretpostavlja neke normalne tržišne uslove privređivanja i normalan privredni ambijent. U uslovima tržišnih nestabilnosti i privrednih poremećaja potrebno je naći nove principe i kriterijume na bazi kojih je moguće vršiti vrednovanje primjerno novim uslovima. U takvim uslovima neophodno je naći i definisati tzv. „reprezentativno preduzeće“ koje će poslužiti kao osnov za definisanje kriterijuma i metodologije za ocjenu boniteta preduzeća.

...

**-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD
MOŽETE PREUZETI NA SAJTU.-----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com