



SERIJA ČLANAKA U NASTAJANJU

Članak broj 06-04

Ksenija Dumičić
Nataša Kurnoga Živadinović
Anita Pavković
Marko Slipčević

**Primjena odabranih statističkih
metoda u ispitivanju
karakteristika korištenja
bankovnih usluga financijskog
savjetovanja od strane poduzeća
u Hrvatskoj**



Primjena odabranih statističkih metoda u ispitivanju karakteristika korištenja bankovnih usluga financijskog savjetovanja od strane poduzeća u Hrvatskoj

Ksenija Dumičić
kdumicic@efzg.hr

Nataša Kurnoga Živadinović
nkurnoga@efzg.hr

Anita Pavković
apavkovic@efzg.hr

Marko Slipčević
mslipcevic@efzg.hr

Ekonomski fakultet – Zagreb
Sveučilište u Zagrebu
Trg J. F. Kennedyja 6
10 000 Zagreb, Hrvatska

Sve izneseno u ovom članku u nastajanju stav je autora i ne odražava nužno službena stajališta Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Članak nije podvrgnut uobičajenoj recenziji. Članak je objavljen kako bi se potaknula rasprava o rezultatima istraživanja u tijeku, a u svrhu njegovog poboljšanja prije konačnog objavljivanja.

Copyright 2006 by Ksenija Dumičić, Nataša Kurnoga Živadinović, Anita Pavković, Marko Slipčević

Sva prava pridržana.

Dijelove teksta dopušteno je citirati uz obavezno navođenje izvora.

Abstract

The main thing that connects commercial banks and clients are credits and the criteria (interest rates, fees...) on which they are being offered on the market. Today, even more than ever, provision, services in the area of safety vault, trading and liquidity, are of strategic significance for the bank and for the companies. Commercial banks policy, according to modern principles of banking management, is going in direction of providing and supplying more and more financial products to their clients, that is, offering and satisfying all the demands of the clients in order to keep them satisfied. In that sense, commercial banks offer consulting services to their clients and offer complete financial service – one-stop shop, full-service. The quality of the given services dictates the demand for that kind of service, so the consultants should possess qualities like: expertise or competency, quality consulting – clarity, availability in every moment, knowing the company, its business, financial needs, authorization to decide about fees, interest rates and other prices considering the client's rating, counseling about investment and the choice of the product and service, safety and risk, and other characteristics that will correspond to the clients grown requests in the best way.

The goals of the research were: (1) to determine to what extent Croatian medium sized and large companies use the bank's services of financial consulting, and (2) find out if there is a difference between characteristics of the companies which use these services and the companies which do not use them.

According to the survey conducted, it can be concluded that somewhat more than half of the companies use the services of financial consulting, and the largest number of the interviewees use the service two to three times a year. By that, the interviewees equally accept the advisory services in either company's or bank's premises. The most desirable characteristics of the financial consultant are: ability to react quickly, ability to find the solution and answer to whichever demand, knowledge of the company's activities, and the possibility of contacting him even in non-working hours.

The contribution of this research is in testing the hypothesis that the characteristics of companies which use the financial consulting services differ from the characteristics of the companies which do not use these kinds of services. Only the main results of the research will be shown. It was revealed that the investigated companies with higher total revenue use the bank's financial consulting service more often. The education and the age of financial managers do not have an influence on the manager's decision whether to use financial consulting services, but the female managers use consulting services more often. The company's financial situation is also relevant, and the companies with better financial situation use the financial consulting service more often. There is no connection between using the service of financial consulting and the company's export (measured by the proportion of export in total revenue), but the companies which cover larger market use financial consulting services more often.

Based on this results it can be concluded that using the services of financial consulting contributes to the success of the company, measured in terms of total revenue, company's financial situation (liquidity) and the size of the market that the company covers. Only constant informing and proactive monitoring of the news from financial market can assure survival, keeping current position, or in other words progress of the company in today's turbulent times.

In the future, the authors of the paper plan to include additional criteria in classifying the companies, in order to conduct even more detailed research regarding the characteristics and use of different instruments in order to protect Croatian companies from financial risk.

Ključne riječi

anketno istraživanje na uzorku poduzeća; procjena parametra; χ^2 test neovisnosti obilježja; t-test razlike aritmetičkih sredina; bankarsko savjetovanje za poduzeća

JEL klasifikacija

C4, C42, G2, G24

1. UVOD

Velika poduzeća i korporacije izvore sredstava za svoje poslovanje prikupljaju na različite načine, interno kroz izdavanje vlastitog kapitala ili eksterno kroz sustave banaka ili drugih sličnih institucija. U razvijenim financijskim sustavima tvrtke nisu isključivo orijentirane na bankovni kredit kao jedini izvor sredstava za tekuće poslovanje ili investicijske projekte. Danas u suvremenim tržišno orijentiranim financijskim tržištima velike kompanije dobrog rejtinga i boniteta izlaze na tržište kapitala samostalno, izdaju financijske instrumente koji zbog visokih ocjena boniteta se jednostavno i efikasno rasprodaju na tržištu pod povoljnim uvjetima te se na taj način tvrtke/korporacije samostalno zadužuju na tržištu kapitala (disintermedijacija-dezintermedijacija). Ukoliko poduzeća nisu tako dobrog boniteta u svijetu je danas u intenzivnoj primjeni tehnika sekuritizacije potraživanja koja također dovodi do povezivanja jeftinijih izvora financiranja i tržišta kapitala.

Iz svih navedenih razloga poduzeća se orijentiraju sve više na korištenje financijskih proizvoda i usluga financijskih institucija koji su profesionalci u preuzimanju rizika na financijskom tržištu. Cilj interakcije poduzetnika i poslovnih banaka je preuzimanje rizika s financijskog tržišta koji nisu temeljna djelatnost poduzeća. Poslovna politika banaka i interesi vlasnika dioničarskog kapitala banaka nameću jasne zahtjeve za profitabilnošću i efikasnošću imovine i kapitala banke pa se kroz te ciljeve nameću i zahtjevi kako od menadžmenta tako i od svih zaposlenika banke da te rezultate i ostvare. Stoga kadrovi na svim razinama organizacijske strukture banke nastoje ostvariti pozitivne financijske učinke iz svih segmenata poslovanja, odnosno iz prodaje što više proizvoda svim komitentima banke, a naročito velikim tvrtkama čija sredstava na računima banaka (depozitna sredstva u pasivi banke) ostvaruju i donose značajne učinke na efikasnije upravljanje aktivom i pasivom banke. To vodi do ostvarenja zarada i na aktivnim i pasivnim operacijama s takvim komitentima. Također, suvremeni trend u bankarstvu je i pružanje sve više «ostalih» suvremenih usluga koje nisu isključivo bankovni depozitno-kreditni posao, a koji donose značajne prihode za banku gdje se ubrajaju i financijske usluge banaka u obliku savjetovanja komitenata o različitim financijskim pitanjima tvrtke kao komitenta.

Svrha ovog rada je istražiti povezanost općih karakteristika hrvatskih velikih poduzeća i karakteristike korištenja usluge financijskog savjetovanja kod banaka (engl. *“corporate banking advisory service”*). Očekuje se da će predloženo empirijsko istraživanje dovesti do novih saznanja glede karakteristika korištenja bankovnih usluga financijskog savjetovanja od strane hrvatskih poduzetnika. Dovedi će do korisnih smjernica za potencijalne korisnike rezultata ovog istraživanja:

- za banke - po nalazima ovog istraživanja banke će bolje razumjeti korporativne klijente te inovirati, redizajnirati i intenzivirati svoje savjetodavne usluge poduzećima vezano za financijski management poduzeća. Istraživanje će omogućiti doseganje informacija koje bi mogle utjecati na promjenu ponašanja banaka te na povećanje njihove konkurentnosti, odnosno njihovo aktivno i kontrolirano uključivanje, opstanak i prosperitet u okviru međunarodnog, odnosno globalnog tržišta koje je bremenito financijskim problemima i rizicima te traži specijalne usluge financijskog konzaltinga.
- za poduzeća – po nalazima ankete, poduzeća će bolje artikulirati vlastite potrebe i kriterije razine usluge glede financijskog savjetovanja od strane eksperata banke sa ciljem poboljšanja vlastitog financijskog managementa, što je potencijalna korist za poduzeća.

Rezultati ovog statističkog istraživanja bili bi zanimljivi ne samo bankama i poduzećima, već i specijaliziranim udrugama, konzultantima i institutima (primjerice, HIBO-u i drugima) te znanstvenicima.

Glavna hipoteza rada je da postoji povezanost između karakteristika poduzeća i korištenja usluga financijskog savjetovanja kod banaka (engl. *„corporate banking advisory service”*). Istraživačke hipoteze su sljedeće:

- I. Postoji povezanost između primarne djelatnosti i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom
- II. Postoji povezanost između oblika vlasništva i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom
- III. Postoji povezanost između veličine poduzeća (veličine ukupnog prihoda) i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom
- IV. Postoji povezanost između vrste poduzeća (s obzirom na vezanost odnosno samostalnost poduzeća) i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom

- V. Postoji povezanost između karakteristika suvremenog financijskog managera u poduzeću i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom, kao što su dob managera i stupanj obrazovanja
- VI. Obilježja savjetnika/referenta banke (stručnost savjetnika, spremnost da pomogne, ljubaznost, brzina reakcija i sl.) utječu na korištenje savjetodavne usluge banke od strane managera u poduzeću.
- VII. Postoji povezanost između ocjene financijske situacije poduzeća i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom.
- VIII. Postoji povezanost korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom i plasiranja viškova vlastitih sredstava i uzimanja kredita
- IX. Postoji povezanost između stupnja izvozne orijentacije iskazane udjelom izvoza u godišnjem prometu poduzeća i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom. Pretpostavlja se da poduzeća koja imaju jaču izvoznu orijentaciju više koriste financijski konzalting banaka.
- X. Postoji povezanost između veličine tržišta koju poduzeće pokriva i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom.

Hipoteze će se provjeriti odgovarajućim statističkim testovima, koji će se provesti uz teorijsku razinu značajnosti od 5%.

Rad se sastoji od sljedećih dijelova. Nakon uvodnog, u drugom dijelu rada opisane su promjene u okruženju banaka, dok je treći dio rada usmjeren na karakteristike i definiranje suvremenih poslovnih banaka. Financijsko savjetovanje bankovnih usluga hrvatskih banaka opisano je u četvrtom dijelu rada. Primjeri usluga poduzećima navedeni su u petom dijelu rada. U šestom dijelu rada opisana je metodologija istraživanja, a u sedmom dijelu opisane su karakteristike uzorka. Osmi dio rada navodi praksu korištenja usluga financijskog savjetovanja. Deveti dio rada istražuje povezanost karakteristika poduzeća i korištenja usluge financijskog savjetovanja, dok deseti dio rada sadrži zaključna razmatranja.

2. PROMJENE U OKRUŽENJU BANAKA

U financijskom sektoru i sustavu financijskih proizvoda i usluga događaju se brojne i raznolike promjene koje mijenjaju prirodu poslovanja i djelovanja poslovnih banaka, njihovu poziciju među konkurentima te način, broj i ponudu financijskih proizvoda i usluga poduzećima kao važnim komitentima banaka. Globalna uloga financijskih usluga banaka u ovisnosti je od širokog spektra promjena koje se događaju na tržištu financijskih usluga. Privatizacija i sekuritizacija su dva glavna pokretača koji mijenjaju prirodu i način distribucija financijskih usluga kompanijama i ostalim korisnicima. U zadnjem desetljeću u razvijenim sustavima prisutno je okretanje retail bankarstvu a danas, nakon što je to tržište prezasićeno i poslovne banke okreću se sve više tržišnom segmentu velikih poduzeća. Primjerice, tehnologija omogućava direktnu prodaju vrijednosnica investitorima dok to do sada nije bilo moguće. Regulatori moraju prilagoditi svoju percepciju rizika u dinamičnom okruženju i nastojati sustav održati sigurnim kroz nova pravila prudencijalne regulacije. Sudionici industrije, među kojima su i poslovne banke, moraju imati jasnu sliku o dinamičnim promjenama da bi razvili efektivnu strategiju za budućnost [17]. Kao rezultat djelovanja tih promjena događa se transformacija financijskih usluga, nastanak internacionalnih raznolikosti u ponudi proizvoda i usluga, nastaju novi pokretači promjena, mijenja se priroda opsega i obujma regulatornih utjecaja na djelovanje banaka i ostalih financijskih institucija.

Prisiljene prilagođavati se novim okolnostima i izazovima u okruženju, najveći broj banaka se u posljednja dva desetljeća preoblikovao od tradicionalnih depozitno-kreditnih institucija u banke "potpune usluge" sposobne pružiti svaku financijsku uslugu i na domaćem i na međunarodnim financijskim tržištima. Današnje banke preoblikovale su se u složene financijske konglomerate – financijske hobotnice sa pipcima u svim tradicionalnim bankovnim, nebankovnim pa čak i u pomoćnim financijskim poslovima.

Prilagodba banaka odvijala se dvosmjerno: prvo, pritiskom na regulatorna tijela kako bi se uklonila zakonska ograničenja i zabrane zbog kojih su banke bile u neravnopravnom položaju u odnosu na nebankovne konkurente i drugo, proaktivnom tržišnom strategijom preuzimanja svih poslova na financijskom tržištu. Deregulacija, promjene u poslovnoj filozofiji i u upravljanju i sveobuhvatno restrukturiranje banaka doveli su do toga da su suvremene banke imaju bitno drukčije karakteristike od tradicionalnih banaka od prije dvadesetak godina [20, str. 189].

3. KARAKTERISTIKE I DEFINIRANJE SUVREMENIH POSLOVNIH BANAKA

Poslovne banke su univerzalne financijske institucije u Europi za razliku od SAD gdje postoji razdvojenost investicijskog i komercijalnog bankarstva. Razlika se navodi iz razloga djelokruga poslova kojima se poslovne banke mogu baviti. Iz tog razloga poslovne banke uz depozitno kreditni posao koji je okosnica njihova poslovanja obavljaju danas i čitav niz drugih poslova koji nisu isključivo bankovni (platni promet, depo poslovi, leasing, factoring i sl.).

Poslovne banke, u strukturi prihoda, imaju veliki udjel prihoda od financijskih uslužnih poslova. U tu skupinu, prema teorijskim i regulatornim kategorizacijama spadaju i savjetodavne ili konzalting usluge korporacijama i velikim poduzećima. Razlozi koji su doveli do toga su pojava novih konkurenata kao što su investicijske banke, konzalting tvrtke, investicijski fondovi i ostale financijske institucije koje su zbog liberalnijih regulatornih ograničenja ali i zauzimanja sve većeg tržišnog segmenta i ponude sve više financijskih proizvoda i usluga počele pružati i te usluge. Stoga se može reći da su uzrokovane strogom regulacijom banaka, globalizacijom-internacionalizacijom, operativnom efikasnošću, željom komitenata za transparentnijim poslovanjem, novim rizicima u financijskom poslovanju i slično. Tehnologija i novi kanali distribucije dovode do proširivanja tradicionalne ponude financijskih proizvoda i kreiranja novih usluga za osiguranje kompletnih zahtjeva komitenata i segmenta tržišta.

Opisana kretanja mijenjaju prirodu banaka i njihovu ekonomsku definiciju. Europske banke tradicionalno su univerzalne ali su deregulacija i usporedni razvoj tržišta vrijednosnih papira znatno proširili mogućnosti poslovanja pa se raspon njihovih poslova kreće od tradicionalnih depozitnih i kreditnih aktivnosti do prihvaćanja svih poslova univerzalne banke kako je definira Smjernica 2000/12/EC. Europskoj banci danas je dopušteno izravno obavljanje brokeraže i dealinga vrijednosnica, skrbi (engl. custody) o vrijednosnim papirima, upravljanja tuđom imovinom (engl. asset management), participiranje u izdanjima dionica i usluge u svezi s njihovim izdavanjem, savjetovanje poduzeća pri restrukturiranju, usluge uz poslove spajanja i kupovine poduzeća. Današnje banke osnivaju ili preuzimaju investicijske i mirovinske fondove, ulaze u osiguranje (engl. bankassurance), sudjeluju u primarnim emisijama vrijednosnica, u složenim konstrukcijama sekuritizacije aktive, poslovima obrade podataka, trgovanju derivativnim instrumentima, administriranju kredita itd. Preuzimanje novih, netradicionalnih bilančnih poslova, a posebno porast izvanbilančnog poslovanja i nekamatnih prihoda predstavljaju ključne čimbenike oporavka banaka u zadnjem desetljeću svugdje u svijetu [20, str. 189].

Europske banke tradicionalno su univerzalne ali su deregulacija financijskog sektora i snažan razvoj tržišta vrijednosnih papira znatno proširile mogućnosti poslovanja, što one proaktivnom strategijom nastoje koristiti. Bankovne aktivnosti proširuju se ulaskom na nova tržišta i kreacijom novih proizvoda. Raspon poslova kreditnih institucija po članicama kreće se od tradicionalnog depozitnog i kreditnog poslovanja do prihvaćanja svih poslova univerzalne banke kako je definira smjernica Europske unije (Tablica 6).¹ Važno je napomenuti da je europskoj banci dopušteno izravno obavljanje poslova brokeraže, dealinga, investicijskog bankarstva, skrbništva i upravljanja investicijskim fondovima [20, str. 10].

Zakonska i ekonomska definiranja banaka redovito neusklađena, tj. zakonska rješenja u pravilu tek naknadno priznaju realna kretanja. Najčešći legalni način zaobilaženja vladajućih restriktivnih zakonskih ograničenja bio je formiranje bankovnih holding kompanija (BHC), što je posebno bilo izraženo u izrazito strogo reguliranom bankovnom sustavu SAD, ali i drugdje.² Preko subsidiarija, na razini holdinga moguće je obavljati i nebankovne ali bankama bliske poslove koji su im inače zabranjeni ili im je njihovo obavljanje ograničeno [20, str. 190].

Kreditne institucije su poduzeća ("undertakings") čiji je posao primanje depozita ili drugih novčanih sredstava s obvezom vraćanja, od javnosti, i odobravanje kredita za vlastiti račun.

Dozvoljeni bankovni poslovi u EU [20, str. 3]:

1. Primanje depozita i ostalih novčanih sredstava s obvezom vraćanja
2. Kreditiranje (uključujući potrošačke i hipotekarne kredite, factoring, financiranje trgovine uključujući forfeiting)
3. Financijski leasing

¹ U cjelini ih je u Zakon o kreditnom poslovanju integrirala Njemačka od 1.01. 1996.

² Konglomeracija banaka kroz akvizicije posebno je intenzivna zadnjih desetak godina, ali im osnovni motiv više nije preuzimanje nebankovnih poslova već jačanje konkurentske pozicije na integriranim financijskim tržištima, "rezanja" troškova, ekonomije veličine i sl.

4. Usluge prijenosa novca
5. Izdavanje i poslovanje s instrumentima plaćanja (uključujući kreditne kartice, putne i bankovne čekove)
6. Izdavanje garancija i preuzimanje drugih obveza
7. Trgovanje za vlastiti račun ili za račun komitenta: instrumentima novčanog tržišta (čekovima, mjenicama, certifikatima o depozitu, itd.); devizama; financijskim futures i opcijским ugovorima; deviznim i kamatnim instrumentima; prenosivim vrijednosnicama
8. Participacije u izdanjima dionica i pružanje usluga uz takva izdavanja
9. Savjetovanje pri zahvatima u kapitalnu strukturu, industrijsku strategiju i s tim povezanim pitanjima i usluge u svezi sa spajanjima i kupovinom poduzeća
10. Posredovanje u trgovini novcem
11. Upravljanje portfeljem i savjetovanje
12. Čuvanje i administriranje vrijednosnim papirima
13. Usluge po kreditima
14. Usluge čuvanja i skrbi

Prema Zakonu o bankama [22] banke u Hrvatskoj mogu pružati i usluge savjetovanja. Banke u Hrvatskoj mogu pružati bankovne i ostale financijske usluge definirane zakonom. Bankovne usluge su primanje novčanih depozita i odobravanje kredita i drugih plasmana iz tih sredstava u svoje ime i za svoj račun, kao i izdavanje sredstava plaćanja u obliku elektronskog novca. Bankovne usluge smiju pružati samo navedene osobe osim ako nije drukčije određeno drugim zakonom. Banka i podružnica strane banke, osim bankovnih usluga, može pružati i ostale financijske usluge ako od Hrvatske narodne banke dobije odobrenje za pružanje tih usluga.

U smislu ovoga Zakona ostale financijske usluge jesu:

1. izdavanje garancija ili drugih jamstava,
2. factoring,
3. financijski najam (leasing),
4. kreditiranje, uključujući potrošačke kredite, hipotekarne kredite i financiranje komercijalnih poslova (uključujući forfeiting),
5. trgovanje u svoje ime i za svoj račun ili u svoje ime i za račun klijenta: a) instrumentima tržišta novca i ostalim prenosivim vrijednosnim papirima; b) stranim sredstvima plaćanja uključujući mjenjačke poslove; c) financijskim terminskim ugovorima i opcijama; d) valutnim i kamatnim instrumentima,
6. obavljanje platnog prometa u zemlji i s inozemstvom sukladno posebnim zakonima,
7. prikupljanje, izrada, analiza i davanje informacija o kreditnoj sposobnosti pravnih i fizičkih osoba koje samostalno obavljaju djelatnost,
8. posredovanje i zastupanje u prodaji polica osiguranja, u skladu sa zakonom koji uređuje osiguranje, posredovanje i zastupanje u osiguranju,
9. izdavanje i upravljanje instrumentima plaćanja,
10. iznajmljivanje sefova,
11. posredovanje pri sklapanju financijskih poslova,
12. usluge vezane uz vrijednosne papire, u skladu sa zakonom koji uređuje izdavanje vrijednosnih papira i trgovanje tim papirima,
13. upravljanje mirovinskim ili investicijskim fondovima, u skladu sa zakonom koji uređuje mirovinske odnosno investicijske fondove,
14. savjetovanje u pogledu strukture kapitala, poslovne strategije i sličnih pitanja kao i pružanje usluga koje se odnose na stjecanje dionica i poslovnih udjela u drugim društvima i druga značajna ulaganja,
15. druge slične usluge koje su navedene u odobrenju za rad banke.

U Hrvatskoj poslovne banke ne smiju obavljati druge usluge osim bankovnih usluga, ostalih financijskih usluga i pomoćnih bankovnih usluga kao što su djelatnosti neposredno povezane s pružanjem bankovnih usluga, djelatnosti vezane za upravljanje nekretninama, upravljanje i vođenje sustava za obradu podataka i sl.

Suvremeno zakonodavstvo SAD-a, EU i Japana danas omogućava još šire i slobodnije povezivanje banaka u financijskim holding kompanijama (FHC) u okviru kojih se mogu obavljati ne samo bankama "bliski" već i oni poslovi koji su samo "komplementarni" bankovnim ili predstavljaju pomoćne bankovne usluge pa suvremene megabanke djeluju kao "one-stop shops" za financijske usluge.

Za potrebe supervizije suvremeno zakonodavstvo definiralo je i pojam “grupe banaka” tako da je danas u potpunosti omogućeno vlasničko i upravljačko povezivanje banaka i svih drugih pravno nezavisnih financijskih institucija u financijske konglomerate.

4. FINACIJSKO SAVJETOVANJE BANKOVNIH USLUGA HRVATSKIH BANAKA

Financijsko savjetovanje je korištenje postojećih znanja o investicijama, poreznim zakonima, osiguranjima s ciljem da se predlože financijske opcije pojedincima ili poduzećima u skladu s njihovim kratkoročnim odnosno dugoročnim planovima.

Financijski savjetnik (konzultant) je pojedinac ili poduzeće specijalizirano u alokaciju financijskih sredstava. Ukratko rečeno financijsko savjetovanje je strukturiranje poslovnog plana s ciljem da privuče željeni novac.

Danas je velika konkurencija na savjetodavnim tržištima. Uz banke koje imaju svoje konzultante javljaju se i investicijske banke. Razlika nam je poznata, no, možemo se zapitati za koga se klijenti opredjeljuju tj. kakav je trend u financijskom savjetovanju na razvijenim tržištima?

Generalni zaključak je, što su brojna istraživanja u svijetu pokazala, da komercijalne banke drže primat u savjetodavnim uslugama na domaćim tržištima, gdje potražnja za istim uslugama dolazi prvenstveno od malih i srednjih poduzeća, dok investicijske banke privlače velika poduzeća i poduzeća koja prvi put izlaze na tržište, a pogotovo međunarodna tržišta.

Drugim riječima razlog bankarske dominacije u financijskom savjetovanju malih i srednjih poduzeća jest uzajamna duže vremenska bliska kreditna povezanost (suradnja) s klijentom koja banci daje kompleta uvid o karakteristikama klijenta i ciljevima njegove kompanije [2].

Posrednici, koji rade primarno kao savjetnici dobivaju mandat da osmisle i poduzmu različite planove i akcije s ciljem pomoći svojim klijentima da uspješno prevladaju svoje kompleksne potrebe koje poprimaju različite strateške oblike ili oblike financijskih stajališta, koje nisu obično povezane za njihove dnevne operativne aktivnosti.

Neke od većih i glavnih usluga kojima se financijski konzultanti bave su:

Rast poduzeća putem spajanja i pripajanja poduzeća (Merger and acquisition – M&A); downsizing strategija putem spin offs (preokretanja) i split offs (cjepkanja) s ciljem fokusiranja aktivnosti na specifično područje; i strateški savezi putem međusobne razmjene udjela u poduzeću; stvaranja plana za restrukturiranje kompanija u krizama itd.

Osim, nazovimo ih, «tradicionalnim» uslugama u posljednje vrijeme financijski savjetnici se počinju baviti tzv. Leveraged acquisitions (osobito management buy-outs, i family buy-outs) s ciljem intergeneracijskog nasljeđivanja, ili financijskim savjetovanje s ciljem reduciranja osjetljivosti kompanija, koja je, većinom rezultat neuravnoteženih financijskih politika, vodstva na bilancu koju karakterizira veliki omjer duga i glavnice i, nadalje, dominantno kratkoročno financiranje dugovanja.

Trendovi u financijskim savjetovanjima u svijetu:

- najveći broj financijskih savjeta odnosi se na poslove spajanja i pripajanja
- udio financijskih savjeta komercijalnih banaka raste ponajprije jer banke, uz svoj tradicionalni posao prikupljanja i plasiranja depozita, ulaze u druge sektore financijskih usluga kao savjetovanje, mirovinski fondovi, vrijednosni papiri itd.
- Financijsko savjetovanje u svijetu raste što govori u prilog ekspanziji financijskih tržišta kod svih financijskih savjetnika (banke, investicijske banke i slično).
- Strani financijski savjetnici se više fokusiraju na savjete vezane za operacije spajanja i preuzimanja (engl. merger and acquisition) što je razumljivo jer je danas financijsko tržište globalno pa se poduzeća bilo iz strateških razloga ili drugih spajaju ili ih veća preuzimaju. To je atraktivan posao jer su investitori velika poduzeća, a i provizije savjetnika su velike jer zahtijevaju financijske savjetnike sa iskustvom
- Najveća potražnja za uslugama financijskog savjetovanja je, statistički gledano, najizraženija u sektoru informacijskih tehnologija (IT), telekomunikacija, kemijskoj industriji i u automobilskoj industriji (autodijelovi). Dok je u transportu, proizvodnji hrane i manufakturi (tekstilna industrija) kao i u nekretninama, građevinarstvu to manje izraženo. Zaključak je da je potražnja za uslugama konzultanata izražena u, danas, najbrže rastućim sektorima koji su prvenstveno kapitalno intenzivni.

- Pri izboru financijskog savjetnika klijentima su najvažniji elementi: reputacija financijskog savjetnika (banke), duža vremenska povezanost sa bankom savjetnikom, sposobnost savjetnika, povezanost između pozajmljivanja sredstava i financijskog savjetovanja.
- Ovisno o veličini financijskog savjetnika među relevantne troškove savjetovanja spadaju sljedeći: profesionalni treninzi zaposlenika ili usavršavanje zaposlenika, a zatim troškovi radne snage [12].

U bankarskoj djelatnosti, a isto tako i u djelatnosti pojedinih poduzeća mogu se pojaviti sljedeći tipovi rizika: kreditni rizik, rizik likvidnosti, kamatni rizik, operacijski rizik, rizik kapitala i valutni rizik [16]. Ukoliko gledamo sa stajališta rizika zadaća financijskog savjetnika je diversifikacija gore navedenih rizika ili financijsko savjetovanje možemo opisati kao djelatnost minimiziranja ili favoriziranja jednog ili nekih od gore navedenih rizika.

5. PRIMJERI USLUGA VELIKIM PODUZEĆIMA

HSBC Holding³ sa aktivom od 1.277 milijardi USD krajem 2004. godine pri čemu je zauzimala četvrto mjesto rangirano prema veličini aktive, 67,3 milijarde USD temeljnog kapitala, te pokazateljem ROA (profitabilnost imovine poslovne banke dobije se kao omjer neto dobiti i iznosa aktive) od 1,38% za isto razdoblje. Prisutan je u 77 zemalja svijeta. Proizvodi i usluge korporativnim komitetima obuhvaćaju:

- **Bankovne usluge.** Uključuju tradicionalne bankovne kredite i depozite i povezane usluge: usluge platnog prometa i «cash» menadžmenta na međunarodnoj i regionalnoj razini kao i domaće usluge: trgovinske usluge, usluge s vrijednosnicama (jedan je od vodećih «custodiana» koji nudi usluge povjere i kliringa domaćim i inozemnim investitorima). Nudi usluge leasinga, factoringa te diskontiranja.
- **Financijske i savjetodavne usluge:** uključuju povećavanje kapitala – izdavanje dužničkih i vlasničkih instrumenata, strukturalno financiranje, sindicirano financiranje, korporativno financiranje te savjetodavne usluge vezane uz M&A, raspolaganje imovinom, listiranja na burzama, privatizaciju i kapitalna restrukturiranja, usluge projektnog i eksportnog financiranja (financiranje izvoznika, uvoznika i financijskih institucija uz suradnju sa izvoznim kreditnim agencijama), strukturalno financiranje za porezno pogodne investicijske mogućnosti te strukturalne proizvode koji odgovaraju pravilima islamskog bankarstva.
- **Investicijske usluge:** trezorske i usluge tržišta kapitala na međunarodnom tržištu, središnje banke, korporacije, institucionalne i individualne investitore, financijske institucije i ostale. Proizvodi uključuju devizne, valutne, kamatne, obvezničke i druge derivative, državne i nedežavne instrumente sa fiksnim prinosima, instrumente tržišta novca, futures ugovore za precizne metale. Usluge equity uključuju istraživanje, prodaju i trgovanje za institucionalne, individualne i korporativne komitente i usluge upravljanja imovinom te globalna investicijska savjetovanja i usluge fond menadžmenta.

BNP Paribas⁴ je holding na šestom mjestu mjereno veličinom aktive koja je koncem 2004. godine iznosila 1.234 milijarde USD, temeljni kapital od 35,7 milijarde USD te omjer ROA 0,84%. Prisutna je u 85 zemalja svijeta. U 2003. BNP Paribas bio je jedan od 15 najvažnijih sudionika u transakcijama spajanja i akvizicija u Europi. Thomson Financial smjestio ga je na 13. mjesto po obujmu transakcija i na 11. mjesto kao savjetnika kompanijama vezano uz spajanja i akvizicije. Zauzela je prvo mjesto za operacije na primarnom tržištu izdanja vlasničkih vrijednosnica.

- **Korporativne financije:** BNP nude usluge savjetovanja u postupcima M&A i primarnih transakcija na tržištu vlasničkih instrumenata. M&A timovi savjetuju kupce i prodavatelje te daju druge financijske savjete primjerice oko privatizacije. Usluge na primarnom tržištu uključuju izdanja vlasničkih instrumenata, sekundarne ponude i izdanja zamjenjivih obveznica. Odjel korporativnih financija ima matričnu organizaciju koja nudi najbolju kombinaciju specijalista za svaki proizvod, industriju ili geografsko područje, optimirajući upravljanje kadrovima. Uključuje, umreženih, 330 stručnjaka širom svijeta.
- **Financiranje poslovanja (energetika, robne burze, izvoz i projektno financiranje):** BNP Paribas stvorila je novu strukturu financiranja energetike, robe s burze, izvoza i projektnog financiranja koja zadovoljava potrebe komitenata i ostvaruje sinergijske efekte poslovanja. Na svjetskoj razini servisira poslove vezane uz energetiku, robe s burze, izvoza i projektnog financiranja. Tijekom 2003., BNP Paribas prozvan je "2003 Highly Commended Best Commodity Bank".

³ HSBC Holding, službeni podaci, pristupljeno siječanj 2006.

⁴ BNP Paribas, službeni podaci, pristupljeno siječanj 2006.

- **Strukturno financiranje i pozajmljivanje:** BNP Paribas tim za strukturno financiranje kreira niz kompleksnih i inovativnih ugovora o financiranju na svjetskoj razini, što uključuje: sindicirane kredite, financiranje akvizicija, LBO financiranje, projektno financiranje, financiranje imovine, medija i telekomunikacija te financiranje kupovine zrakoplova i plovila. U 2003. zauzeo je 6. mjesto vodećih svjetskih ugovarača u svijet sindiciranih kredita i četvrto mjesto u regiji Europe-Daleki istok-Afrika. Također je u 2004. godini bio četvrti najbolji ugovaratelj «leverage» kredita u Europi. Divizija za strukturno financiranje nadgleda strukturu i nadgleda transakcije poslovnih banaka.

U Republici Hrvatskoj, kao i u ostalim tranzicijskim zemljama, financijsko tržište nije razvijeno kao u zapadnim zemljama. Stoga će trendovi, koji su prethodno nabrojani nastupiti naknadno ili se već polagano nadziru.

U nas ipak uočavamo da se najveći dio savjetovanja odnosi se na odabir optimalnog načina financiranja potreba klijenta s obzirom na predmet financiranja, kreditnu sposobnost, moguće instrumente osiguranja naplate potraživanja te preferencije klijenta / kreditora. Klijentu treba prezentirati prednosti različitih modaliteta financiranja i pomoći mu odabrati onaj koji najbolje zadovoljava njegove potrebe. Pri tome bankar mora ostati neutralan, odnosno ne stvarati dojam kod klijenta da mu je odluka nametnuta. U svakom trenutku mora biti jasno da je klijent taj koji donosi odluku o modelu financiranja, a da banka po zaprimanju sve potrebne dokumentacije razmatra mogućnost odobrenja sukladno kriterijima procjene kreditnog rizika.

Osim toga, često je savjetovanje vezano za tehnologiju rada u bankarstvu: npr. upiti vezani na proces odobrenja pojedinog proizvoda, vrijeme potrebno za provođenje određene transakcije, dokumentaciju koju je potrebno predložiti banci za ugovaranje određenog bankarskog proizvoda, način korištenja neke bankarske usluge i sl.

Učestalost savjetovanja ovisi o prirodi djelatnosti klijenta. Uobičajeno je prilikom podnošenja zahtjeva za odobrenje novih plasmana, ali ne mora biti pravilo. Specifične djelatnosti zahtijevaju češći kontakt klijenta i bankara što može biti samo pozitivno jer se čestim kontaktom s klijentom saznaju informacije korisne banci za praćenje poslovanja i rizičnosti prije odobrenih plasmana. Na taj način banka dolazi u priliku kontinuirano iz direktnog kontakta s klijentom pratiti promjene u njegovom poslovanju i okruženju te na vrijeme reagirati ukoliko procijeni da bi moglo doći do porasta rizičnosti poslovanja klijenta.

Analizom službenih web stranica **hrvatskih banaka** utvrđeno je da se i hrvatske banke sve više okreću sektoru poduzeća (SME, velika poduzeća i sl.) i da osim klasičnim depozitno kreditnih poslova nude i široki raspon ostalih financijskih usluga koji će pospješiti financijsko poslovanje i komitenta-poduzeća i same poslovne banke. Primjerice usluge «cash» menadžmenta obuhvaćaju usluge vezna uz priljeve i odljeve novčanih sredstava s poslovnih računa komitenata, upravljanje poslovnim računima i upravljanje viškovima sredstava čime se smanjuju troškovi (integracijama procesa i prelaskom od papirnatoj ka elektronskom načinu poslovanja), povećavaju prihodi (efikasnijim upravljanjem likvidnošću i investiranje povremenih viškova sredstava), povećava efikasnost (skraćivanjem procesa naplate, ubrzanjem administrativnih poslova, ubrzanjem odlučivanja), smanjuje rizik (kao rezultat savjesnog i profesionalnog upravljanja transakcijskim rizicima). Poslovne banke u želji da osiguraju kvalitetnu uslugu i odgovarajuće proizvode nude prepoznatljivost i tradiciju, iskustva u radu s različitim komitentima, brзом usvajanju novih tehnologija i potrebnih znanja i sl. banka se okreće kvaliteti usluge, upravljanju poslovnim procesima, razvoju novih proizvoda prilagođenih zahtjevima komitenata, tehnologiji i prihvaćanju novih znanja i iskustava.

Ono što je najvažnije, banke su svjesne da bi financijski savjetnik bio uspješan od njega se prvenstveno očekuje da: aktivno sluša probleme klijenta i poštuje izabrani stupanj rizika kojega je klijent svjestan; razjasni nejasnoće i opcije koje klijentu stoje na raspolaganju; razvija pozitivan stav prema klijentu i da svojim nastupom i odnosom prema klijentu pobuđuje povjerenje što mu olakšava protok informacija od klijenta; poznavanje poslovanja klijenta i uvjet u kojima se to poslovanje odvija (tehnologija, radna snaga, tržišni uvjet i slično); ljubaznost i pristojnost i laka dostupnost.

6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U prikupljanju i analizi empirijskih podataka korištene su sljedeće statističke i kvalitativne metode znanstvenoistraživačkog rada: metoda uzorkovanja [3, 19, 21, 1]; metoda kvantitativnog empirijskog istraživanja; metoda ankete na uzorku poduzeća [4, 5,6]; metoda intervjuiranja [8, 7]; metode deskriptivne i inferencijalne statistike: grafičke i numeričke metode; nepristrana metoda procjene parametara populacije (proporcija, postotaka); te postupci testiranja statističkih hipoteza (χ^2 -testovi, t-test i drugi odgovarajući testovi).

Istraživanje o financijskim uslugama poslovnih banaka provedeno je u Hrvatskoj od rujna do studenog 2005. godine na uzorku od 321 poduzeća. Podaci su prikupljeni metodom telefonskog intervjua, a ispitanici su definirani kao financijski manageri ili kompetentni financijski stručnjaci.

Strukturirani anketni upitnik je, pored 14 općih, sadržavao i 15 specifičnih pitanja s mnoštvom ponuđenih odgovora, posebno dizajniranih za potrebe ovog istraživanja. Ukratko će se opisati strategija uzorkovanja, odnosno metoda izbora uzorka te metoda procjenjivanja parametara.

Konkretna veličina uzorka za stvarnu anketu nije jednoznačno određena. U praksi treba pronaći ravnotežu između zahtjeva za preciznošću te raspoloživih sredstava, kadrova i vremena. Pravilo je da troškovi rastu s povećanjem veličine uzorka, no, statističke knjige poučavaju da preciznost raste sporije i da je proporcionalna s drugim korijenom veličine uzorka. Stoga, treba se zalagati za manje, ali na odgovarajući način dizajnirane uzorke [7,8].

Izvor podataka bila je baza podataka Poslovna Hrvatska. Korištena su tri stratuma: za mala, srednja i velika poduzeća⁵. Za odabir jedinica na slučaj unutar svakog od stratuma korišten je generator slučajnih brojeva. Model stratificiranog uzorka poduzeća temeljen na "broju zaposlenika" kao jedinom kriteriju stratifikacije, primijenjen je uz (približno) jednaku alokaciju jedinica uzorka po stratumima i on je osigurao kontroliranu zastupljenost tri veličine firmi. Tako, u ovo je istraživanje na uzorku od $n=321$ poduzeća uključeno: $n_1=103$ mala poduzeća (do 50 zaposlenih), $n_2=108$ srednje veliko poduzeće (s 51-250 zaposlenih) i $n_3=110$ velikih poduzeća (s više od 250 zaposlenika). Za sve tri skupine poduzeća frakcija izbora je manja od 0,05.

Tijekom istraživanja otkriveno je da je udio poduzeća koja koriste uslugu financijskog savjetovanja banaka tek nešto veći kod velikih poduzeća (57,27%) u odnosu na srednja (56,48%) i mala poduzeća (48,54%), tako da se ta značajka kao stratifikacijski kriterij nije pokazala bitnom. Također, χ^2 -test je pokazao da ne postoji statistički značajna ovisnost između veličine poduzeća (mjerene brojem zaposlenih) i korištenja usluga financijskog savjetovanja od banke ($\chi^2=2,863925$, p-vrijednost=0,23884), tako da se u ovdje prikazanoj analizi rezultata odustalo od posebnog uvažavanja ovih kriterija za poststratifikaciju.

Tek po provedenom istraživanju, poduzeća su razvrstana glede pripadnosti djelatnosti, obliku vlasništva, regiji i drugim obilježjima. Unutar (post)stratuma korištena je nepristrana metoda procjene proporcije, odnosno postotka, primjerena jednostavnom slučajnom uzorku. Kod intervalnog procjenjivanja proporcije populacije $p = \frac{M}{N}$, gdje je M broj jedinica koje imaju određenu karakteristiku, a N je broj svih

jedinica u populaciji, pomoću nepristranog procjenitelja jednim brojem $\hat{p} = \frac{m}{n}$, gdje je m broj jedinica u uzorku koje imaju određenu karakteristiku, n je veličina jednostavnog slučajnog uzorka, uz razinu pouzdanosti $(1 - \gamma)$ i koeficijent pouzdanosti normalne distribucije $z_{\gamma/2}$, koristi se sljedeći izraz:

$$\Pr \left\{ \hat{p} - z_{\gamma/2} \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n}} < p < \hat{p} + z_{\gamma/2} \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n}} \right\} = (1 - \gamma).$$

⁵ Prema klasifikaciji Europske unije poduzeća se mogu svrstati u grupu velikih poduzeća ako imaju više od 250 zaposlenih, te u grupu srednje velikih ako imaju više od 50 do najviše 250 zaposlenih, te je ovaj kriterij korišten u istraživanju.

Standardna pogreška procjene proporcije, u slučaju nepoznavanja proporcije p iz populacije, dana je sljedećom aproksimativnom formulom: $\sigma_{\hat{p}} \approx \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n}} \sqrt{(1-f)}$. Ako je frakcija izbora $f = \frac{n}{N} < 0.05$, faktor se korekcije za konačne populacije $\sqrt{(1-f)}$ zanemaruje.

Za orijentaciju o preciznosti velikog broja procjena preko svih stratuma, pri različitim veličinama uzoraka, dana je Tablica 1, koja sadrži granice maksimalnih pogreški koje se, uz pretpostavku normalne aproksimacije distribucije procjenitelja \hat{p} , očekuju uz razinu pouzdanosti procjene parametra od 95% uz respektiranje pojedinih veličina uzoraka.

Tablica 1. Granice maksimalne pogreške ($\mp z_{\gamma/2} \cdot \sqrt{(\hat{p}(1-\hat{p})/n)}$) uz $(1-\gamma) = 0.95$

Veličina uzorka	$(\mp 1.96 \cdot \frac{0.5}{\sqrt{n}})$
25	$\mp 20.0\%$
30	$\mp 17.9\%$
40	$\mp 15.5\%$
50	$\mp 14.2\%$
60	$\mp 12.7\%$
75	$\mp 11.5\%$
100	$\mp 10.0\%$

Ipak, u slučaju želje za tretiranjem planiranih stratuma, procjena proporcije populacije p temeljem podataka stratificiranog uzorka računa se pomoću sljedeće nepristrane formule:

$$p_{st} = \sum_{h=1}^H \frac{N_h}{N} \hat{p}_h,$$

dok se odgovarajuća procjena varijance računa pomoću sljedećeg izraza:

$$\text{var}(p_{st}) = \sum_{h=1}^H W_h^2 (1-f_h) \frac{\hat{p}_h(1-\hat{p}_h)}{n_h-1},$$

gdje je $\hat{p}_h = \frac{m_h}{n_h}$ procjenitelj proporcije za stratum h , N_h je veličina stratuma h , za $h=1, \dots, H$, $W_h = \frac{N_h}{N}$

je ponder, $f_h = \frac{n_h}{N}$ je frakcija izbora u stratumu h , a što vrijedi za ma koju alokaciju i za ma koji broj stratuma [19, str. 82]. Frakcija f_h se zanemaruje kada je manja od 0.05.

7. KARAKTERISTIKE UZORKA

U ovom dijelu rada opisać će se karakteristike poduzeća iz uzorka, te njihovih zaposlenika koji su kao ispitanici sudjelovali u istraživanju o korištenju usluge financijskog savjetovanja u hrvatskim poduzećima.

U uzorak je izabrano ukupno 321 poduzeće od čega je 32,1% poduzeća bilo u skupini malih poduzeća, 33,6% u skupini srednjih poduzeća, te 34,3% u skupini velikih poduzeća.

Tablica 2. Veličina poduzeća prema broju zaposlenih

Veličina poduzeća	Broj poduzeća	Struktura u %
Mala	103	32,08723
Srednja	108	33,64486
Velika	110	34,26791

Struktura poduzeća prema djelatnostima prikazana je u sljedećoj tablici. Poduzeća su klasificirana u različite djelatnosti prema Nacionalnoj klasifikaciji gospodarskih aktivnosti koja se bazira na Europskoj klasifikaciji gospodarskih aktivnosti NACE Rev 1., a koja je obavezna za sve članice Europske unije (Zavod za statistiku, 2005). Kao što je vidljivo, najveći broj poduzeća iz uzorka bavi se trgovinom (25,2%), te proizvodnjom, industrijom ili rudarstvom (22,7%). Približno 10% poduzeća bavi se graditeljstvom i financijskim uslugama. Ostale djelatnosti zastupljene su sa manje od 10% poduzeća u uzorku.

Tablica 3. Osnovna djelatnost poduzeća

Djelatnost	Broj poduzeća	Struktura u %
Trgovina	81	25,23364
Proizvodnja, industrija ili rudarstvo	73	22,74143
Graditeljstvo	40	12,46106
Financijske ili ostale usluge	35	10,90343
Komunalne službe	23	7,16511
Prijevoz i komunikacije	19	5,91900
Hotelijerstvo, restorani ili turizam	11	3,42679
Vodoprivreda	7	2,18069
Obrazovanje ili kultura	5	1,55763
Poljoprivreda ili ribarstvo	4	1,24611
Šumarstvo	1	0,31153
Bez odgovora	22	6,85358

S obzirom na veličinu uzorka od 321 poduzeća, NACE klasifikacija je previše detaljna, te će se poduzeća klasificirati u dvije kategorije:

1. Industrijska poduzeća, koja obuhvaćaju prerađivačku industriju, komunalne službe, graditeljstvo, vodoprivreda, poljoprivredu ili ribarstvo i šumarstvo;
2. Trgovačka i uslužna poduzeća, koja obuhvaćaju trgovinu, financijske i ostale usluge, prijevoz i komunikacije, hotelijerstvo, restorani ili turizam, te obrazovanje ili kulturu;

U sljedećoj tablici vidljivo je da približno jednak broj poduzeća iz uzorka pripada proizvodnim (46,1%), kao i uslužnim djelatnostima (47,1%).

Tablica 4. Proizvodne i uslužne djelatnosti poduzeća

Grupe djelatnosti	Broj poduzeća	Struktura u %
Proizvodne	148	46,10592
Uslužne	151	47,04050
Bez odgovora	22	6,85358

Zatim je analiziran ukupan prihod poduzeća u prethodnoj godini. Približno polovina poduzeća ima ukupan prihod do 33 milijuna kuna, a preostala poduzeća imaju veći ukupan prihod. Zanimljivo je da je u uzorku najviše poduzeća u skupini od 14 do 33 milijuna kuna, a slijede poduzeća sa 75 do 300 milijuna kuna godišnjeg ukupnog prihoda.

Tablica 5. Ukupni prihod poduzeća u prethodnoj godini

Veličina ukupnog prihoda	Broj poduzeća	Struktura u %	Kumulativ %
Do 100.000 kuna	10	3,11526	3,11526
Od 100.000 do 1 milijun kuna	37	11,52648	14,64174
Od 1 do 3,5 milijuna kuna	17	5,29595	19,93769
Od 3,5 do 7 milijuna kuna	17	5,29595	25,23364
Od 7 do 11 milijuna kuna	7	2,18069	27,41433
Od 14 do 33 milijuna kuna	56	17,44548	44,85981
Od 33 do 56 milijuna kuna	48	14,95327	59,81308
Od 56 do 75 milijuna kuna	32	9,96885	69,78193
Od 75 do 300 milijuna kuna	54	16,82243	86,60436
300 i više milijuna kuna	43	13,39564	100

Najveći broj poduzeća iz uzorka je u privatnom vlasništvu (74,1%), a slijede državna poduzeća (19,6%). Najmanje je poduzeća s mješovitim vlasništvom (6,2%).

Tablica 6. Oblik vlasništva nad poduzećem

Oblik vlasništva	Broj poduzeća	Struktura u %
Državno (javna poduzeća)	63	19,62617
Mješovito	20	6,23053
Privatno	238	74,14330

Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju rade na poslovima financija. U srednjim i velikim poduzećima uglavnom se radi o direktorima financija i računovodstva, a u malim poduzećima u istraživanju je sudjelovao uglavnom sam vlasnik poduzeća ili računovođa. Sljedeća tablica prikazuje strukturu ispitanika prema spolu i razini obrazovanja. Ispitanici su u većem broju slučajeva ženskog spola (58,9%), te imaju najmanje fakultetsko obrazovanje (66,3%).

Tablica 7. Spol i razina obrazovanja ispitanika

Karakteristika	Broj poduzeća	Struktura u %
Spol		
Muški	132	41,12150
Ženski	189	58,87850
Obrazovanje		
Manje od VSS	108	33,64486
VSS i više	213	66,35514

8. KORIŠTENJE USLUGE FINACIJSKOG SAVJETOVANJA

Većina istraživanih poduzeća (55,8%) ima mogućnost financijskog savjetovanja u glavnoj banci poduzeća, ali ipak jedna trećina nema tu mogućnost (34,6%). Međutim, približno jedna desetina ispitanika (9,7%) izjavila je da ne zna za takvu mogućnost, a radi se o ispitanicima uglavnom iz malih poduzeća, te se može pretpostaviti da i ta poduzeća nemaju nikakvu mogućnost savjetovanja

Tablica 8. Mogućnost financijskog savjetovanja u glavnoj banci poduzeća

Mogućnost financijskog savjetovanja	Broj poduzeća	Struktura u %
Postoji	179	55,76324
Ne postoji	111	34,57944
Ne znam / bez odgovora	31	9,65732
Ukupno	321	100

Na pitanje o učestalosti financijskog savjetovanja odgovarali su samo oni ispitanici u čijim poduzećima već postoji mogućnost financijskog savjetovanja. Najveći broj ispitanika koristi uslugu financijskog savjetovanja tri i više puta godišnje (26,9%), a slijede oni koji dva puta godišnje kontaktiraju savjetnika (20,1%). Dosta su brojni ispitanici koji se jednom godišnje financijski savjetuju sa bankovnim službenikom (13,9%), te oni koji to čine jednom mjesečno (15,6%). Vrlo je mali broj ispitanika koji nikada ne koriste uslugu financijskog savjetovanja (2,8%). Proizlazi da 174 (54,2%) poduzeća iz uzorka koristi uslugu financijskog savjetovanja.

Tablica 9. Učestalost financijskog savjetovanja

Učestalost	Broj poduzeća	Struktura u %
Jednom godišnje	25	13,96648
Dva puta godišnje	36	20,11173
Tri i više puta godišnje	48	26,81564
Mjesečno jedan put	28	15,64246
Više puta mjesečno	17	9,497207
Svaki tjedan	4	2,234637
Nešto drugo	16	8,938547
Nikada	5	2,793296
Ukupno	179	100

Ispitanici su zamoljeni da odaberu koji je poželjan prostor za financijsko savjetovanje usmjereno na prodaju novih bankovnih proizvoda i usluga, korisnih za rješavanje financijskih zahtjeva i problema poduzeća. Dilema se sastojala od izbora poduzeća ili banke kao preferiranog mjesta savjetovanja. Većina ispitanika (57,0%) preferiraju kombinaciju obje metode poslovanja. Približno jedna petina želi da predstavnik banke dođe kod njih u poduzeće (18,7%), a isti broj smatra da su prikladniji odlasci u banku (22,4%).

Tablica 10. Stavovi ispitanika o poželjnom prostoru za savjetovanje

Prostor savjetovanja	Broj poduzeća	Struktura u %
Bolje je da predstavnik banke dolazi u poduzeće	60	18,69159
Trebalo bi kombinirati obje metode poslovanja	183	57,00935
Preferiram odlaske u banku	72	22,42991
Ne znam / Bez odgovora	6	1,86916
Ukupno	321	100

Nešto više od polovine ispitanika (56,1%) smatra da bi bilo dobro da predstavnici banke dolaze u poduzeće sa svrhom financijskog savjetovanja. Približno jedna trećina ispitanika (35,2%) ne bi željela biti uznemiravana od strane djelatnika banke u prostorijama svog poduzeća.

Tablica 11. Stavovi ispitanika o mogućem dolasku djelatnika banke u poduzeće sa svrhom financijskog savjetovanja

Stav ispitanika	Broj poduzeća	Struktura u %
Bilo bi dobro da dolaze	180	56,07477
Ne bi bilo dobro da dolaze	113	35,20249
Ne znam / Bez odgovora	28	8,72274
Ukupno	321	100

Osobine savjetnika vrlo su važne za poduzeće. Dobar savjetnik moći će poduzeću pružiti odličnu uslugu, čime će pridonijeti dobrom poslovanju poduzeća. Ispitanici su zamoljeni da ocijene od 1-5 (1 – nevažno, 5 – jako važno) osobine savjetnika prikazane u sljedećoj tablici.

Većina osobina dobila je prosječnu ocjenu višu od 4,5, a prednjače sljedeće osobine sa ocjenom višom od 4,7:

- Brzina reakcije na bilo koji zahtjev
- Pronalaženje rješenja i odgovora na bilo koji zahtjev
- Poznavanje granu posla s kojim se poduzeće bavi
- Mogućnost kontakta savjetnika u vrijeme kad banka ne radi

Tablica 12 Važnost obilježja savjetnika u banci (1 – nevažno, 5 – jako važno)

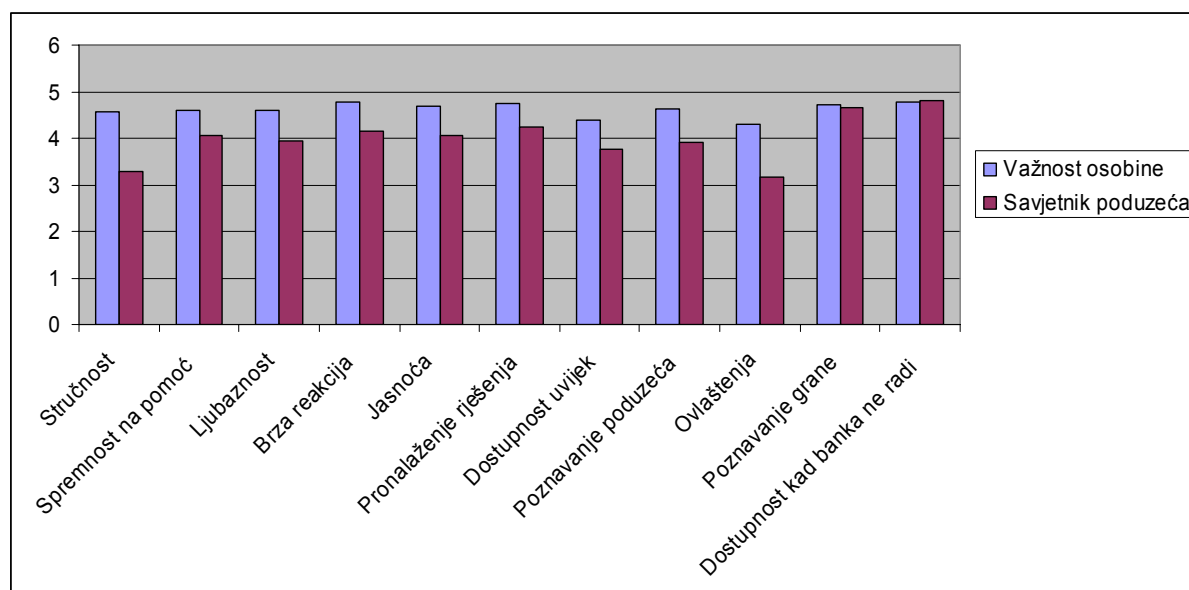
Obilježje savjetnika	Prosjek	Standardna devijacija
Stručnost / kompetentnost savjetnika.	4,580645	1,343188
Savjetovanje je tako kvalitetno da mi je poslije sve jasno.	4,683386	0,616905
Savjetnik pronalazi rješenja i odgovore za svaki naš problem.	4,748428	0,577917
Savjetnik poznaje naše poduzeće i njegove financijske potrebe.	4,616352	0,618319
Savjetnik je uvijek spreman pomoći.	4,598746	0,688265
Savjetnik je ljubazan i pristojan.	4,589342	0,703101
Naš savjetnik poznaje granu posla kojim se naše poduzeće bavi.	4,717868	0,584410
Naš savjetnik ima dovoljna ovlaštenja da odluči o naknadama, kamatnim stopama, itd.	4,306962	0,971376
Možemo doći do savjetnika i u vrijeme kad banka ne radi.	4,778481	0,486300
Do savjetnika je lako doći kad god ga trebamo.	4,391850	0,850488
Brza reakcija savjetnika na bilo koji naš zahtjev ili pitanje.	4,783699	0,482640

Ispitanici su također ocijenili od 1 do 5 (1 - jako nezadovoljan, 5 – jako zadovoljan) zadovoljstvo osobinama savjetnika u banci. Ocjene zadovoljstva ispitanika niže su od ocjena važnosti osobine financijskog savjetnika (Slika 1). Ispitanici su najmanje zadovoljni sa količinom ovlaštenja koja savjetnik ima da odluči o naknadama i kamatama i slično. Dosta je niska i ocjena stručnosti /kompetentnosti savjetnika u banci, te ljubaznosti i pristojnosti. Najviše su ocjene za poznavanje grane posla kojim se poduzeće bavi, te dostupnosti savjetnika i u vrijeme kada banka ne radi.

Tablica 13. Zadovoljstvo ispitanika osobinama savjetnika/referenta u banci (1 - jako nezadovoljan, 5 – jako zadovoljan)

Obilježje savjetnika	Prosjek	Standardna devijacija
Stručnost / kompetentnost savjetnika /referenta	3,270833	1,454176
Savjetovanje je tako kvalitetno da mi je poslije sve jasno.	4,072165	0,963980
Savjetnik/referent pronalazi rješenja i odgovore za svaki naš problem.	4,225256	0,927386
Savjetnik/referent poznaje naše poduzeće i njegove financijske potrebe.	3,907850	0,980131
Savjetnik /referent je uvijek spreman pomoći.	4,067568	1,049049
Savjetnik /referent je ljubazan i pristojan.	3,938776	1,112906
Naš savjetnik/referent poznaje granu posla kojim se naše poduzeće bavi.	4,671141	0,681086
Naš savjetnik/referent ima dovoljna ovlaštenja da odluči o naknadama, kamatnim stopama, itd.	3,178182	1,223655
Možemo doći do savjetnika/referenta i u vrijeme kad banka ne radi.	4,794393	1,237980
Do savjetnika/referenta je lako doći kad god ga trebamo.	3,773973	1,076270
Brza reakcija savjetnika/referenta na bilo koji naš zahtjev ili pitanje.	4,163880	1,008304

Slika 1. Povezanost prosječne ocjene važnosti osobine i prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika sa savjetnikom poduzeća



Konačno su ispitanici naveli tri najvažnija obilježja savjetnika u banci njihovog poduzeća. Daleko su najvažnije dvije osobine: brzina reakcije i stručnost / kompetentnost savjetnika, koje je navela među tri najvažnija obilježja skoro polovina ispitanika. Približno jedna trećina ispitanika navela je među tri najvažnija obilježja: pronalaženje rješenja za svaki problem, te dostupnost savjetnika kad god je to potrebno. Osobine koje su među najvažnijima za četvrtinu ispitanika su poznavanje poduzeća i njegovih financija, kvalitetno savjetovanje nakon čega je ispitaniku sve jasno, te spremnost na pomoć.

Tablica 14. Tri najvažnija obilježja savjetnika

Obilježja savjetnika	Broj odgovora	Udio u ukupnom broju poduzeća
Brza reakcija savjetnika na bilo koji naš zahtjev	154	47,98
Stručnost / kompetentnost savjetnika	149	46,42
Savjetnik pronalazi rješenja i odgovore za svaki	116	36,14
Do savjetnika je lako doći kad god ga trebamo	104	32,40
Savjetnik poznaje naše poduzeće i njegove financije	82	25,55
Savjetovanje je tako kvalitetno da mi je poslije sve jasno	77	23,99
Savjetnik je uvijek spreman pomoći.	73	22,74
Savjetnik je ljubazan i pristojan.	48	14,95
Naš savjetnik poznaje granu posla kojim se naše poduzeće bavi	44	13,71
Možemo doći do savjetnika i u vrijeme kad banka ne radi	18	5,61

9. POVEZANOST KARAKTERISTIKA PODUZEĆA I KORIŠTENJA USLUGE FINACIJSKOG SAVJETOVANJA

Rezultati istraživanja analizirat će se kroz povezanost korištenja usluge financijskog savjetovanja i sljedećih karakteristika poduzeća: (1) opće karakteristike poduzeća, (2) karakteristike financijskog menagera i financijskog savjetnika, (3) financijske situacije u poduzeću, (4) plasiranja viškova sredstava vs. uzimanja kredita, te (5) izvozne orijentacije i veličine tržišta poduzeća.

Poduzeća su podijeljena s obzirom na učestalost i korištenje usluge financijskog savjetovanja. Prema korištenju, poduzeća su podijeljena na poduzeća koja koriste (174 poduzeća) i koja ne koriste uslugu financijskog savjetovanja (147 poduzeća). Prema učestalosti, poduzeća su podijeljena na poduzeća koja

koriste uslugu financijskog savjetovanja barem jednom mjesečno (48 poduzeća) i ona koja koriste uslugu rjeđe od jednom mjesečno (121 poduzeće). Analizirat će se ove četiri skupine poduzeća ovisno o gore navedenim karakteristikama.

9.1. Povezanost općih karakteristika poduzeća i korištenja usluge financijskog savjetovanja

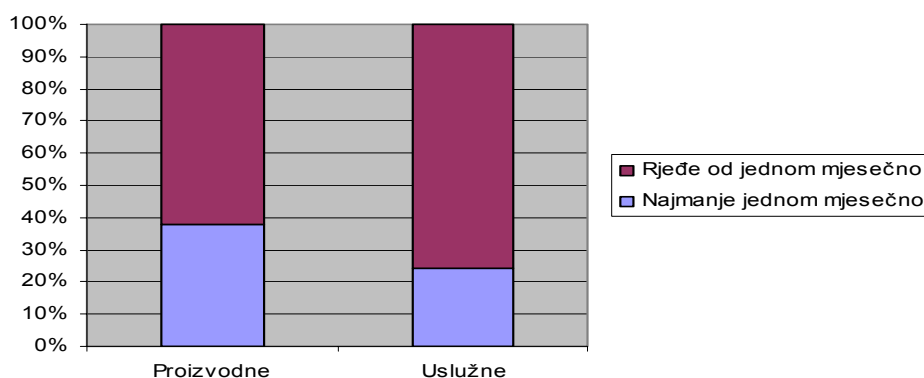
Opće značajke poduzeća su za potrebe ovog istraživanja definirane kao primarna djelatnost poduzeća, oblik vlasništva, veličina poduzeća i vrsta poduzeća (s obzirom na vezanost odnosno samostalnost poduzeća).

Poduzeća iz proizvodnih djelatnosti češće koriste usluge financijskog savjetovanja s bankom (38%) u usporedbi s poduzećima iz uslužnih djelatnosti (24%). Proveden je hi-kvadrat test neovisnosti obilježja, te je utvrđeno da nema statističke značajnosti (hi-kvadrat=3,307796, p-vrijednosti=0,06895). Time nije potvrđena hipoteza da *postoji povezanost između primarne djelatnosti i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom*.

Tablica 15 . Broj poduzeća u uzorku prema učestalosti korištenja usluge financijskog savjetovanja s bankom i djelatnosti (proizvodne vs. uslužne)

Učestalost korištenja	Proizvodne	Uslužne	Ukupno
Najmanje jednom mjesečno	20	28	48
Rjeđe od jednom mjesečno	33	88	121
Ukupno	53	116	169

Slika 2. Struktura poduzeća u uzorku s obzirom na učestalost korištenja usluge financijskog savjetovanja i djelatnost

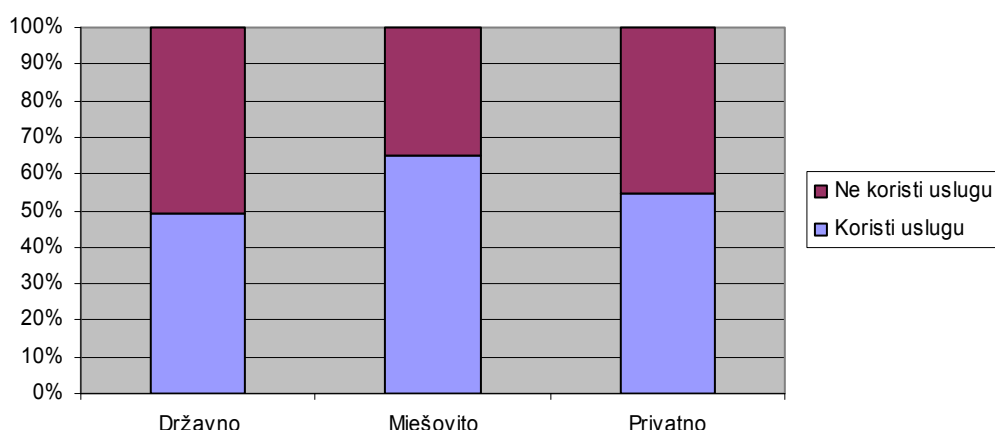


Vlasništvo poduzeća promatra se u tri kategorije – državno, mješovito i privatno. Poduzeća sa mješovitim vlasništvom najčešće koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom (65%), ali razlika nije velika u odnosu na državna (49%) i privatna poduzeća (57%). Razlika između poduzeća s obzirom na oblik vlasništva i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom nije statistički značajna što je pokazao hi-kvadrat test neovisnosti obilježja (hi-kvadrat=1,589705, p-vrijednost=0,45165), čime se nije potvrdila hipoteza da *postoji povezanost između oblika vlasništva i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom*.

Tablica 16. Broj poduzeća u uzorku prema obliku vlasništva i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom

Korištenje usluge	Državno	Mješovito	Privatno	Ukupno
Koristi uslugu	31	13	130	174
Ne koristi uslugu	32	7	108	147
Ukupno	63	20	238	321

Slika 3. Struktura poduzeća u uzorku s obzirom na oblik vlasništva i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom

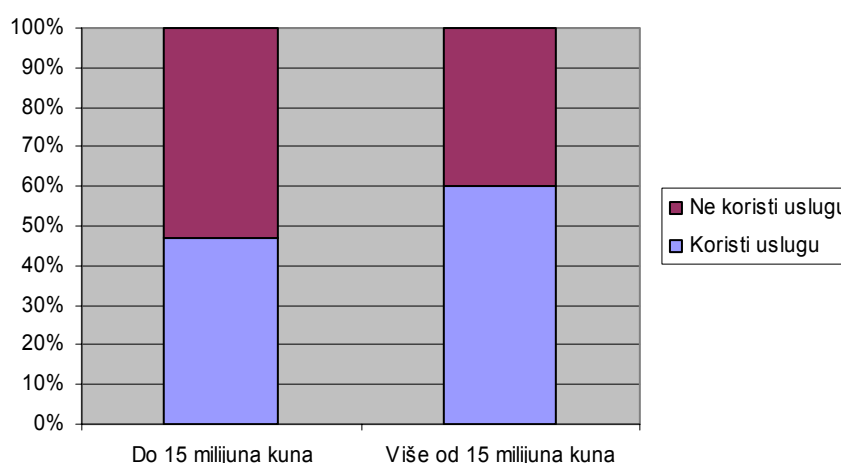


Veličina poduzeća uobičajeno se mjeri veličinom ukupnog prihoda ili brojem zaposlenih. Za potrebe ovog istraživanja poduzeća su kategorizirana u dvije skupine: poduzeća sa više i manje od 15 milijuna kuna ukupnog prihoda. Pokazalo se da poduzeća koja imaju veći ukupan prihod češće koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom (60% ih koristi uslugu) u usporedbi sa poduzećima koja imaju manje od 15 milijuna kuna (47% ih koristi uslugu). Proveden je hi-kvadrat test neovisnosti obilježja koji je pokazao da je ova razlika statistički značajna uz 5% signifikantnosti (hi-kvadrat=5,130619, p-vrijednost=0,02351), čime je potvrđena hipoteza da *postoji povezanost između veličine poduzeća (veličine ukupnog prihoda) i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom.*

Tablica 17. Broj poduzeća u uzorku prema veličini poduzeća (veličini ukupnog prihoda) i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom

Korištenje usluge	Do 15 milijuna kuna	Više od 15 milijuna kuna	Ukupno
Koristi uslugu	68	106	174
Ne koristi uslugu	76	71	147
Ukupno	144	177	321

Slika 4. Struktura poduzeća u uzorku s obzirom na veličinu poduzeća (veličinu ukupnog prihoda) i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom



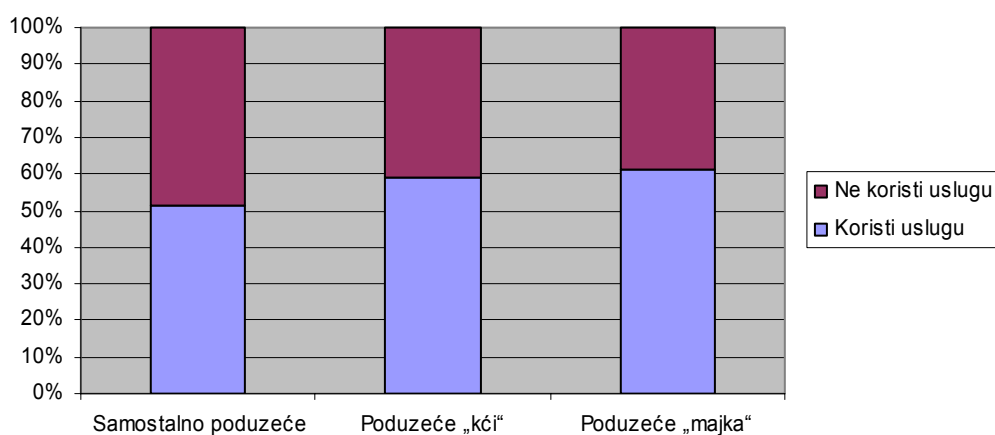
Vrsta poduzeća može se promatrati i prema vezanosti odnosno samostalnosti poduzeća, te se poduzeća mogu podijeliti u tri skupine – poduzeće „majka“, poduzeće „kćer“ i samostalno poduzeće. Prethodna hipoteza pokazala je da veća poduzeća češće koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom,

te se može također pretpostaviti da isto vrijedi za poduzeća „majke“, koja su u pravilu veća od poduzeća „kćeri“ i samostalnih poduzeća. Pretpostavka se pokazala točnom, te se pokazalo da 61% poduzeća „majki“ koriste uslugu financijskog savjetovanja, dok je isto slučaj kod 59% poduzeća „kćeri“ i 51% samostalnih poduzeća. Međutim, ova razlika nije statistički značajna, što je pokazao hi-kvadrat test čime nije potvrđena hipoteza da *postoji povezanost između vrste poduzeća (s obzirom na vezanost odnosno samostalnost poduzeća) i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom.*

Tablica 18. Broj poduzeća u uzorku s obzirom na vrstu poduzeća (s obzirom na vezanost odnosno samostalnost poduzeća) i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom

Korištenje usluge	Samostalno poduzeće	Poduzeće „kći“	Poduzeće „majka“	Ukupno
Koristi uslugu	110	30	33	173
Ne koristi uslugu	104	21	21	146
Ukupno	214	51	54	319

Slika 5. Struktura poduzeća u uzorku s obzirom na vrstu poduzeća (s obzirom na vezanost odnosno samostalnost poduzeća) i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom



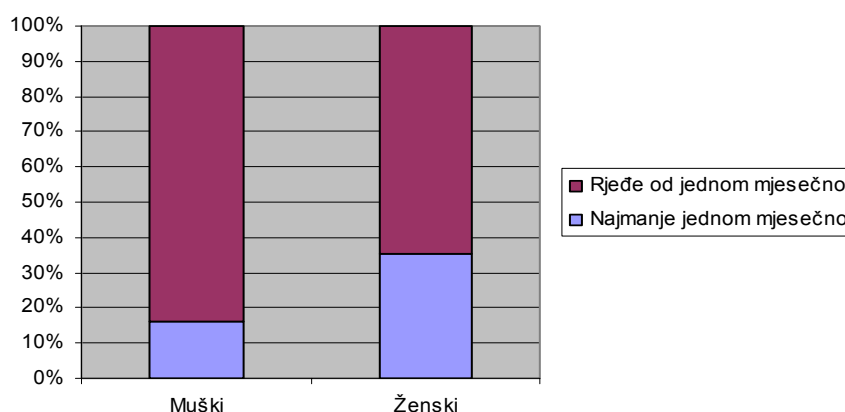
Povezanost karakteristika financijskog managera i financijskog savjetnika sa korištenjem usluga financijskog savjetovanja

Ispitanici u ovom istraživanju bili su financijski manageri, te se pokazalo da osobe na toj poziciji, a koje su ženskog spola češće koriste usluge financijskog savjetovanja s bankom (36%) u usporedbi sa financijskim managerima muškog spola (16%). Hi-kvadrat test neovisnosti obilježja potvrdio je da postoji statistički veoma značajna povezanost između spola financijskih managera i korištenja usluge financijskog savjetovanja s bankom uz 1% signifikantnosti (hi-kvadrat=8,400344, p-vrijednost=0,00375).

Tablica 19. Broj financijskih managera u uzorku s obzirom na spol i korištenje usluge financijskog savjetovanja s bankom

Učestalost korištenja	Muški	Ženski	Ukupno
Najmanje jednom mjesečno	12	37	49
Rjeđe od jednom mjesečno	63	67	130
Ukupno	75	104	179

Slika 5. Struktura finansijskih menagera u uzorku s obzirom na spol i korištenje uslugom finansijskog savjetovanja s bankom



Prosječna dob menagera koji koriste uslugu finansijskog savjetovanja s bankom češće od jednom mjesečno je 47,31 godinu (standardna devijacija je 10,83), dok je dob menagera koji koriste navedenu uslugu rjeđe od jednom mjesečno 45,64 godine (standardna devijacija je 9,53). Razlika nije velika, pogotovo ako se uzmu u obzir dosta velike standardne devijacije.

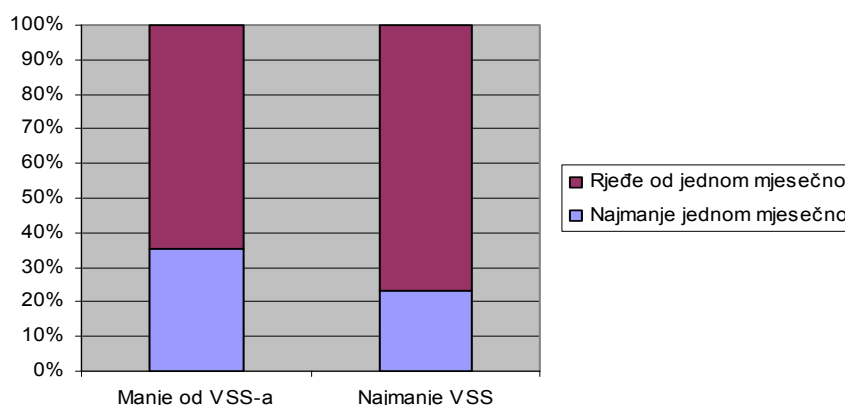
Proveden je t-test razlike prosječne starosti finansijskog menagera s obzirom na korištenje usluge finansijskog savjetovanja s bankom uz prihvaćenu pretpostavku jednakih varijanci (Levenov $F=0,237$, p -vrijednost= $0,627$). Ne postoji statistički značajna razlika između prosječne starosti menagera koji koriste uslugu finansijskog savjetovanja i prosječne starosti menagera koji ne koriste naveden uslugu ($t=1,005$, p -vrijednost= $0,316$).

Manegeri koji imaju najmanje visoku stručnu spremu češće koriste uslugu finansijskog savjetovanja (36%) u usporedbi sa menagerima koji imaju manje od visoke stručne spreme (23%). Međutim, ova razlika nije statistički značajna što je pokazao hi-kvadrat test (hi-kvadrat= $2,990335$, p -vrijednost= $0,08377$).

Tablica 20. Broj finansijskih menagera u uzorku s obzirom na obrazovanje i korištenje usluge finansijskog savjetovanja s bankom

	Manje od VSS-a	Najmanje VSS	Ukupno
Najmanje jednom mjesečno	21	28	49
Rjeđe od jednom mjesečno	38	92	130
Ukupno	59	120	179

Slika 6. Struktura finansijskih menagera u uzorku s obzirom na nivo obrazovanja i korištenje usluge finansijskog savjetovanja s bankom



Može se rezimirati da postoji statistički značajna razlika između managera koji koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom prema spolu, dok se isto ne može potvrditi za obrazovanje i dob. Stoga se može zaključiti da je djelomično potvrđena hipoteza o *povezanosti između karakteristika suvremenog financijskog managera u poduzeću i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom*.

Ispitanici su zamoljeni da rangiraju od 1 do 5 (1-najmanje važno, 5-najviše važno) odabrane osobine savjetnika/referenta banke. Pokazalo se da financijski manageri koji koriste usluge financijskog savjetnika ocjenjuju većom prosječnom ocjenom osobine savjetnika/referenta banke (stručnost savjetnika, spremnost da pomogne, ljubaznost, brzina reakcija i sl.). Proveden je t-test koji je pokazao da je razlika statistički značajna uz 1% vjerojatnosti za sve navedene osobine, s iznimkom mogućnosti kontakta sa savjetnikom i u vrijeme kad banka ne radi. Time je potvrđena hipoteza rada da *obilježja savjetnika/referenta banke (stručnost savjetnika, spremnost da pomogne, ljubaznost, brzina reakcija i sl.) utječu na korištenje savjetodavne usluge banke od strane managera u poduzeću*.

Tablica 21. Prosječna ocjena važnosti obilježja savjetnika/referenta banke ispitanika s obzirom na korištenje usluge financijskog savjetovanja s bankom

Obilježje savjetnika	Koristi uslugu	Ne koristi uslugu	t-value	p
Stručnost / kompetentnost savjetnika a	3,526316	2,953271	3,088196	0,002253*
Savjetnik je uvijek spreman pomoći.	4,234940	3,853846	3,148318	0,001811*
Savjetnik je ljubazan i pristojan.	4,253012	3,531250	5,813841	0,000000*
Brza reakcija savjetnika na bilo koji naš zahtjev ili pitanje.	4,386905	3,877863	4,466901	0,000011*
Savjetovanje je tako kvalitetno da mi je poslije sve jasno.	4,278788	3,801587	4,309090	0,000022*
Savjetnik pronalazi rješenja i odgovore za svaki naš problem.	4,415663	3,976378	4,126796	0,000048*
Do savjetnika je lako doći kad god ga trebamo.	4,005988	3,464000	4,389455	0,000016*
Savjetnik poznaje naše poduzeće i njegove financijske potrebe.	4,115152	3,640625	4,227535	0,000032*
Naš savjetnik ima dovoljna ovlaštenja da odluči o naknadama, kamatnim stopama, itd.	3,493590	2,764706	5,113733	0,000001*
Naš savjetnik poznaje granu posla kojim se naše poduzeće bavi.	4,773810	4,538462	2,997703	0,002951*
Možemo doći do savjetnika i u vrijeme kad banka ne radi.	4,844828	4,734694	0,793663	0,427981

* statistički značajno uz 1% vjerojatnosti

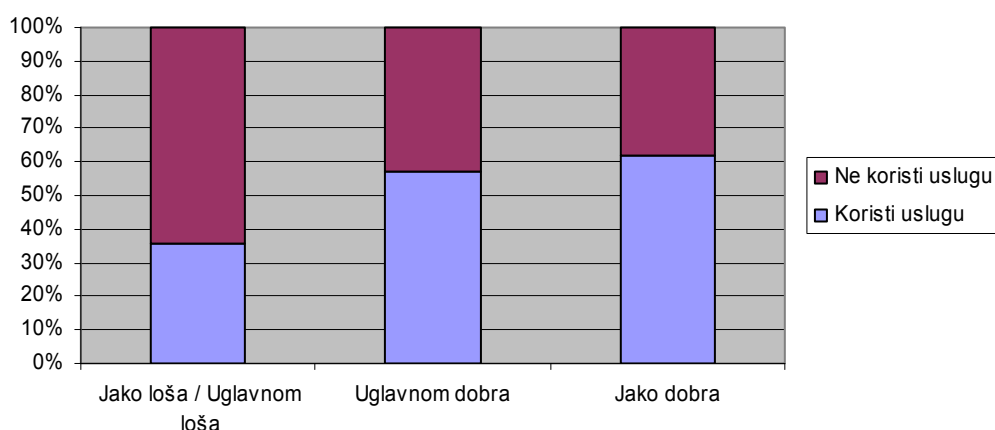
Povezanost između financijske situacije u poduzeću s korištenjem usluge financijskog savjetovanja s bankom

Poduzeća koja imaju jako dobru trenutnu financijsku situaciju u poduzeću (62%), kao i poduzeća koja imaju uglavnom dobru financijsku situaciju (57%) mnogo češće koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom u usporedbi s poduzećima koja imaju jako lošu ili uglavnom lošu financijsku situaciju (35%). Razlika je statistički značajna uz 5% signifikantnosti, što je pokazao hi-kvadrat test neovisnosti obilježja (hi-kvadrat=8,309936, p-vrijednost=0,01569), čime je dokazana hipoteza da *postoji povezanost između ocjene financijske situacije poduzeća i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom*.

Tablica 22. Broj poduzeća u uzorku s obzirom na ocjenu trenutne financijske situacije u poduzeća i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom

Korištenje usluge	Jako loša / Uglavnom loša	Uglavnom dobra	Jako dobra	Ukupno
Koristi uslugu	17	136	21	174
Ne koristi uslugu	31	103	13	147
Ukupno	48	239	34	321

Slika 7. Struktura poduzeća u uzorku s obzirom na ocjenu trenutne financijske situacije u poduzeća i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom



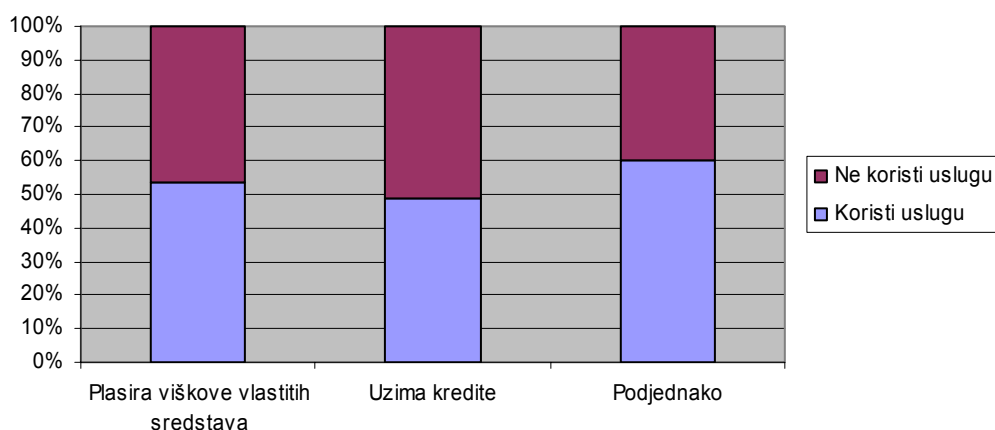
Povezanost između plasiranja viškova vlastitih sredstava i uzimanja kredita, sa korištenjem usluge financijskog savjetovanja s bankom

Poduzeća koja u jednakoj mjeri plasiraju viškove vlastitih sredstava i uzimaju kredite najčešće koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom (60%), a slijede poduzeća koja plasiraju viškove vlastitih sredstava (54%) i uzimaju kredite (49%). Međutim, hi-kvadrat test je pokazao da razlika nije statistički značajna (hi-kvadrat=1,6438005, p-vrijednost=0,56138), čime nije potvrđena hipoteza da *postoji povezanost korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom i plasiranja viškova vlastitih sredstava i uzimanja kredita*.

Tablica 23. Broj poduzeća u uzorku s obzirom na plasiranje viškova vlastitih sredstava i uzimanja kredita i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom

Korištenje usluge	Plasira viškove vlastitih sredstava	Uzima kredite	Podjednako	Ukupno
Koristi uslugu	51	42	57	150
Ne koristi uslugu	44	44	38	126
Ukupno	95	86	95	276

Slika 9. Struktura poduzeća u uzorku s obzirom na financijsku situaciju u poduzeću u odnosu na proteklu godinu i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom



Povezanost između izvozne orijentacije poduzeća sa korištenjem usluge financijskog savjetovanja

Ispitano je postoji li povezanost između stupnja izvozne orijentacije iskazane udjelom izvoza u godišnjem prometu poduzeća i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom. Moglo bi se pretpostaviti da poduzeća koja imaju veću izvoznju orijentaciju češće koriste usluge financijskog savjetovanja jer su više izložena deviznom riziku, međutim pokazalo se da nema razlike s obzirom na izvoznju orijentaciju i korištenje usluge financijskog savjetovanja.

Prosječan udio izvoza u ukupnom prihodu poduzeća koja koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom je 31,19 % (standardna devijacija je 29,59), dok je udio izvoza u ukupnom prihodu poduzeća koja ne koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom 32,48 godine (standardna devijacija je 30,84).

Proveden je t-test razlike prosječnog udjela izvoza u ukupnom prihodu poduzeća s obzirom na korištenje usluge financijskog savjetovanja s bankom uz prihvaćenu pretpostavku jednakih varijanci (Levenov $F=1,151$, p-vrijednost= $0,285$). Ne postoji statistički značajna razlika između prosječnog udjela izvoza u ukupnom prihodu poduzeća koja koriste uslugu financijskog savjetovanja i prosječnog udjela izvoza u ukupnom prihodu poduzeća koja ne koriste naveden uslugu ($t=0,253$, p-vrijednost= $0,801$). Time nije potvrđena hipoteza da *postoji povezanost između stupnja izvozne orijentacije iskazane udjelom izvoza u godišnjem prometu poduzeća i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom*.

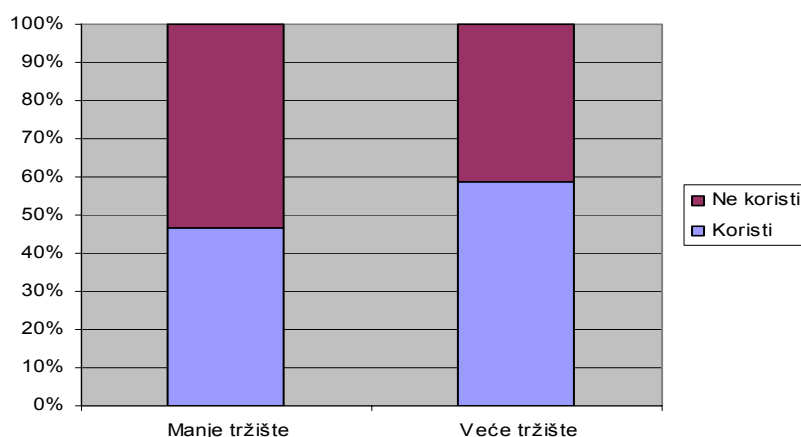
Povezanost između veličine tržišta poduzeća sa korištenjem usluge financijskog savjetovanja

Poduzeća koja imaju manje tržište (tj. pokrivaju područje šire regije ili manje područje) rjeđe koriste uslugu financijskog savjetovanja s bankom (34% poduzeća) u odnosu na poduzeća koja imaju veće tržište (tj. pokrivaju područje nekoliko regija ili veće područje), a koja češće koriste navedenu uslugu (45%). Proveden je hi-kvadrat test neovisnosti obilježja koji je pokazao da je navedena razlika statistički značajna uz 5% signifikantnosti (hi-kvadrat= $4,330174$, p-vrijednost= $0,03744$), čime je potvrđena hipoteza da *postoji povezanost između veličine tržišta koju poduzeće pokriva i korištenja uslugom financijskog savjetovanja s bankom*.

Tablica 24. Broj poduzeća u uzorku s obzirom na veličinu tržišta koju poduzeće pokriva i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom

Veličina tržišta	Koristi	Ne koristi	Ukupno
Manje tržište	58	66	124
Veće tržište	115	81	196
Ukupno	173	147	320

Slika 10. Broj poduzeća u uzorku s obzirom na veličinu tržišta koju poduzeće pokriva i korištenje uslugom financijskog savjetovanja s bankom



10. ZAKLJUČAK

Kreditni poslovnih banaka velikim poduzećima i uvjeti po kojima se oni nude na tržištu (kamatne stope, naknade i sl.) su ključna poveznica banke i komitenta, ali danas sve više i opskrba uslugama iz područja trezora, trgovanja i likvidnosti baziranim na naknadama pruženih poduzećima su od strateškog značenja i za banku i poduzeća. Poslovna politika banaka, prema suvremenim načelima bankovnog menadžmenta ide u smjeru pružanja i ponude sve više financijskih proizvoda svojim komitentima odnosno pružanje i zadovoljavanje svih zahtjeva komitenata i zadržavanje komitenta. U tom smislu i poslovne banke nude savjetodavne usluge svojim komitentima da bi zadržale komitenta i pružili mu potpuni financijski servis (tzv. one-stop shop, full-service). Kvaliteta pruženih usluga diktira i potražnju komitenata za takvim uslugama pa osoba savjetnika treba posjedovati kvalitete kao što su: stručnost ili kompetentnost, kvalitetno savjetovanje – jasnost, dostupnost u svakom trenutku, poznavanje poduzeća, njegove djelatnosti, financijskih potreba, ovlaštenja o odlučivanju o naknadama, kamatnim stopama i drugim cijenama s obzirom na rejting komitenta, savjetovanje o ulaganju, odabiru proizvoda i usluge, sigurnosti i riziku i druge karakteristike koje će na najbolji način odgovarati naraslim zahtjevima komitenata.

Ciljevi istraživanja bili su utvrditi u kojoj mjeri hrvatska poduzeća koriste usluge financijskog savjetovanja od banke, te postoji li razlika između karakteristika poduzeća koja usluge koriste ili ne.

Prema ovdje prezentiranoj anketi, može se rezimirati da nešto više od polovine istraživanih poduzeća koristi usluge financijskog savjetovanja, a najveći broj ispitanika uslugu koristi dva do tri puta godišnje. Pri tome ispitanici podjednako prihvaćaju savjetovanje u prostorima poduzeća ili banke. Najvažnije osobine financijskog savjetnika su: brza reakcija te pronalaženje rješenja i odgovora na bilo koji zahtjev, poznavanje djelatnosti poduzeća, te mogućnost kontakta sa savjetnikom i u vrijeme kad banka ne radi.

Doprinos ovog istraživanja je ispitivanje hipoteze da se poduzeća koja koriste usluge financijskog savjetovanja u banci razlikuju po svojim karakteristikama od poduzeća koja ih ne koriste. Rezimirat će se samo glavni rezultati istraživanja. Pokazalo se da istraživana poduzeća koja imaju veći ukupan prihod češće koriste uslugu financijskog savjetovanja od banke. Obrazovanje i dob financijskih menagera nemaju utjecaja na korištenje usluge financijskog savjetovanja, ali se manageri ženskog spola češće savjetuju. Financijska situacija u poduzeću također ima utjecaja, pa poduzeća sa boljom financijskom situacijom češće koriste uslugu financijskog savjetovanja. Nema povezanosti između korištenja usluge financijskog savjetovanja i izvozne orijentacije poduzeća (mjerene udjelom izvoza u ukupnom prihodu), ali postoji povezanost s veličinom tržišta. Tako, poduzeća koja pokrivaju veće tržište češće koriste uslugu financijskog savjetovanja.

Na temelju ovih rezultata može se zaključiti da korištenje bankarske usluge financijskog savjetovanja pridonosi uspješnosti poduzeća, mjerenoj u terminima veličine ukupnog prihoda, financijske situacije u poduzeću (likvidnosti) i veličine tržišta koju poduzeće pokriva. Jedino sustavno kontinuirano informiranje i proaktivno praćenje novosti na financijskom tržištu može osigurati opstanak, zadržavanje pozicije, odnosno napredak poduzeća u turbulentnim vremenima domaćih pretvorbi, globalizacije tržišta te stoga i neminovnosti poniranja u pravila igre konkurencije internacionalnih razmjera.

Autori rada planiraju u budućnosti pri stratifikaciji poduzeća uključiti dodatne kriterije, kako bi se provelo još sadržajnije istraživanje glede karakteristika poduzeća i korištenja savjetodavne funkcije banaka namijenjene poduzeću.

11. LITERATURA

1. Alreck, P. L., Settle, R. B. (1995). *The Survey Research Handbook. 2nd Ed..* Guidelines and Strategies for Conducting a Survey, Irwin, Chicago.
2. Capizzi, V. (2005). *The relative positioning of commercial bank and investment banks in the italian corporate finance industry. An empirical analysis.* European Financial Management Association, 2005 Annual Meetings, June 29-July 2, 2005, Milan, Italy
3. Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques.* Wiley, New York.
4. Cox, B. G., Binder, D. A., Chinappa, B. N., Colledge, M.J., Kott, P. (1995). *Business Survey Methods.* Wiley, New York.
5. Čižmešija, M. (2001a). *Pokazatelji konjunktura u prerađivačkoj industriji, građevinarstvu i trgovini Hrvatske*, U «Istraživanje konjunktura u Hrvatskoj» (Urednik: G. Nikić). Binozapress. Zagreb.

6. Čižmešija, M. (2001b). *Statističko-metodološka podloga konjunktturnih testova*. Doktorska disertacija. Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet – Zagreb.
7. Dumičić, K. (1989). *Izučavanje potpunosti i točnosti podataka u statističkim istraživanjima za potrebe poduzeća*. Ekonomski analitičar, 5, pp.3-11.
8. Dumičić, K. (1991). *Značaj ispravnog korištenja teorije i metode uzoraka u praktičnom istraživanju*. Ekonomski analitičar, 5, pp.17-25.
9. Dumičić, K., Čižmešija, M., Pavković, A. (2005). *Sample Survey Research on Financial Risk Management: A case of Croatian Companies*. The 8th International Symposium on Operational Research in Slovenia, 28-30 rujna 2005, Nova Gorica, Slovenia.
10. Dumičić, K., Čižmešija, M., Pavković, A., Andabaka, A., (2005). *Istraživanje primjene metoda upravljanja financijskim rizicima u hrvatskim poduzećima – Anketa na uzorku poduzeća*, Projekt Ekonomskog fakulteta – Zagreb.
11. Fraser, D.R., Benton, E.G., Kolari, J.W. (2001). *Commercial Banking – the management of risk*, South-Western College Publishing, Ohio.
12. Gatti, S. (2004). *Corporate Finance and Corporate Financial Advisory for Family Business*. (May 6, 2004). Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=540822>
13. Greenbaum, S. I., Thakor, D.V. (1998). *Contemporary Financial Intermediation*, The Dryden Press, Forth Worth.
14. Groves, R.M. (1989). *Survey Errors and Survey Costs*. New York, John Wiley & Sons. Inc.
15. Gup, B., E., Kolari, J.W. (2001). *Commercial banking – the management of risk*. Wiley, John Wiley & Sons, 2001.
16. Jakovčević, D. (2000). *Upravljanje kreditnim rizikom u suvremenom bankarstvu*. TEB poslovno savjetovanje, Zagreb.
17. Johnson, H. J. (2000). *Global Positioning for financial Services*, University of Louisville, Kentucky.
18. Kidwell, D.S., Peterson, R.L., Blackwell, D.W. (2000). *Financial institutions, Markets and Money*. The Dryden Press, Philadelphia.
19. Kish, L. (1965). *Survey Sampling*. Wiley, New York.
20. Leko, V., Božina, L. (2005). *Novac, bankarstvo i financijska tržišta*. Adverta, Zagreb.
21. Levy, P.S., Lemeshow, S. (2003). *Sampling of Populations: Methods and Applications, Textbook and Solutions Manual, Third Edition*. Wiley, New York.
22. Ministarstvo financija (2002). *Zakon o bankama*, NN broj 84/02.
23. Pavković, A (2003). *Vrednovanje uspješnosti poslovnih banaka*, Magistarski rad. Ekonomski fakultet Zagreb.
24. Pavković, A. (2004). *Instrumenti vrednovanja uspješnosti poslovnih banaka*. Ekonomski fakultet Zagreb, Zbornik radova, godina 2, broj 1.
25. Pavković, A., Stojanović, A. (2005). *Bank Consolidation – Significance, Valuation and Consequences*, 3. Međunarodna znanstvena konferencija "Accounting and Finance in Transition: European & Asian Experience and Public Policy Considerations", 13.-16. srpnja 2005., University of Greenwich, London, Velika Britanija.
26. Sinkey, J.F. (2002). *Commercial Bank Financial Management in the Financial-Services Industry*, Prentice Hall, New Jersey.
27. Sounders, A. (2000). *Financial Institutions Management – a modern perspective*, Irwin McGraw-Hill, Boston.
28. Zavod za statistiku (2005). *Statistički ljetopis 2004*. Zavod za statistiku, Zagreb.