

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**POMEN BONITETNIH INFORMACIJ PRI SKLENITVAH NOVIH
POSLOV**

Ljubljana, september 2011

VIGAN IDRIZI

IZJAVA

Študent Vigan Idrizi izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom asist. mag. Gregorja Pfajfarja, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 29.09.2011

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 NEGOTOVOST DRUŽB PRED SKLENITVIJO NOVIH POSLOV	2
1.1 Komercialna in nekomercialna tveganja	2
1.2 Bonitete podjetij	3
1.2.1 Zgodovina bonitet.....	3
1.2.2 Dun & Bradstreet.....	4
1.2.2 Preverjanje bonitet.....	4
2 ELEMENTI DOBREGA BONITETNEGA POROČILA	5
2.1 Standardizirana bonitetna poročila	6
3 ANALIZA BONITETNEGA POROČILA	6
3.1 Osnovni podatki o družbi in njeni boniteti	7
3.1.1 Podatki, ki so osnova za odločitve o kreditiranju.....	9
3.1.2 Ostali osnovni podatki o družbi.....	10
3.2 Jedro bonitetnega poročila.....	10
3.3 Finančni podatki	14
3.4 Finančni kazalniki	16
4 ZANESLJIVOST BONITETNIH PODATKOV.....	18
5 ANALIZA RAZLIČNIH PREVAR IN GOLJUFIJ	19
6 ŠTUDIJA UPORABE BONITET V PRAKSI	20
6.1 Metodologija pridobivanja podatkov	20
6.2 Opis podjetij	21
6.3 Analiza rezultatov.....	22
SKLEP	24
LITERATURA IN VIRI	26

Kazalo slik

Slika 1. Okvirček v glavi bonitetnega poročila.....	7
Slika 2. Finančni podatki.....	14
Slika 3. Količniki.....	16

Kazalo tabel

Tabela 1. Rangiranje družb po D&B-ju.....	7
---	---

Kazalo prilog

Priloga 1. Intervju z gospo Vido Vukovič – direktorico marketinga Predilnice Litija d.d..	29
Priloga 2. Intervju z gospo Aleksandro Selan – vodjo financ iz Valkartona d.d.....	34
Priloga 3. Intervju z gospodom Matejem Javornikom – strokovnim sodelavcem za kreditna tveganja iz Droge Kolinske d.d.....	37
Priloga 4. Testno slovensko bonitetno poročilo izmišljene družbe BREDA d.o.o., bonitetne hiše I d.o.o.....	40

UVOD

Proces globalizacije je pripomogel k temu, da podjetja ne poslujejo več samo lokalno, z znanimi in preverjenimi partnerji, pač še dobivajo ponudbe za sodelovanje iz različnih koncev sveta. Neznani poslovni partnerji, ki pokažejo visoko zanimanje za sodelovanje, lahko predstavljajo dobro poslovno priložnost, vendar pa za družbo hkrati prinašajo tudi visoko tveganje. V času krize tudi družbe same iščejo kupce, potencialne partnerje, ki bi jim prinesli dodatni prihodek, vendar tudi na ta način v tem primeru povečujejo svojo negotovost in tveganje. Cilj vsakega podjetja je prodajati, sodelovati ali ponujati svoje izdelke in storitve v zameno za denar ali drugo ekvivalentno dobrino, vendar pa morajo družbe pri doseganju tega svojega osnovnega cilja tudi uspešno upravljati tveganja.

Negotovost in tveganje, ki ju prinaša sklenitev novega posla, je grožnja za vsako družbo. Delno ju lahko omejimo s posestjo oziroma dostopom do pravih bonitetnih informacij. Te pa niso pomembne le za zmanjšanje poslovnega tveganja, temveč imajo tudi druge prednosti za poslovanje družbe.

Namen tega diplomskega dela je analizirati in dokazati tezo o pomembnosti bonitetnih informacij in njihovem vplivu na sprejemanje odločitev. V sodobnem poslovnem svetu je prava informacija velikega pomena pri sprejemanju odločitev in sklepanju novih poslov, te prave informacije pa se lahko nahajajo prav v bonitetnem poročilu. Naš cilj je pokazati, kako lahko družbe zmanjšajo tveganje, ki nastopi pri sprejemanju novih poslov in je zelo pomemben ne samo za preživetje podjetja, ampak tudi za vsakodnevno poslovanje, pogajanja in transakcije.

V začetnem delu bomo predstavili težave, ki jih imajo družbe pri sklepanju novih poslov. Ugotavljamo, da je ključnega pomena pri sklepanju le teh preverjanje potencialnih novih partnerjev pred sklenitvijo kakršnihkoli poslov. Danes poznamo kar nekaj globalnih ponudnikov bonitetnih informacij, ki v osnovi ponujajo podobne podatke. Sledi analiza glavnih komponent vzorčnega primera bonitetnega poročila. Izpostavili bomo pomen teh podatkov in analizirali njihovo zanesljivost. Kot vzorčni primer bonitetnega poročila nam bo služilo bonitetno poročilo bonitetne agencije Dun & Bradstreet, ki ga na slovenskem trgu predstavlja njihovo partnersko podjetje, Bonitetna hiša I, d.o.o.. V zadnjem delu bomo predstavili možne prevare in goljufije ter analizirali načine, kako jih lahko preprečimo oziroma se zaščitimo pred njimi.

Ugotovitve različnih strokovnjakov želimo podpreti ali ovreči tudi s pomočjo primerov iz prakse. Zato smo v okviru tega diplomskega dela naredili praktično raziskavo. Odločili smo se za globinski intervju kot eno najbolj poglobljenih metod raziskovanja. Predstavniki treh podjetji so z nami delili svoje razloge za uporabo bonitet ter izpostavili njihove prednosti in slabosti.

Intervjuje smo opravili le s predstavniki podjetji, ki bonitete že uporabljajo. Tako želimo z raziskavo preveriti, zakaj je po mnenju uporabnikov bonitet smiselno preveriti bonitetne informacije o novem potencialnem poslovnem partnerju pred samo izvedbo novega posla, hkrati pa želimo opozoriti, katere vse podatke bi odločevalci želeli imeti pred seboj, ko sprejemajo odločitve o novih poslih, pa jih bonitetna poročila običajno ne vključujejo.

S tem diplomskim delom želimo torej opozoriti podjetja na pomen preverjanja bonitetnih informacij pred sklenitvijo novih poslov, ponudnike bonitet pa, kakšnih informacij si v bonitetah želijo uporabniki le-teh.

1 NEGOTOVOST DRUŽB PRED SKLENITVIJO NOVIH POSLOV

Prihodnost še nikoli ni bila tako negotova kot je danes. Da bi se izognili dvomnosti, pa je pomembno razumeti razliko med negotovostjo in tveganjem ter uporabljati pravilen izraz. Na splošno beseda *negotovost* pomeni, da lahko obstaja več različnih vrednosti ali izidov na določeno količino oz. ponudbo; *tveganje* pa pomeni možnost izgube ali dobička, ki je posledica negotovosti (Rodger, Petch, 1999, str. 1).

Družbe v sodobnem poslovnem svetu s strani neznanih potencialnih poslovnih partnerjev prejemajo različne ponudbe za sodelovanje. Sklenitev posla z novim partnerjem se lahko za podjetje izkaže kot zelo koristna, vendar pa niso vsa poslovna sodelovanja uspešna; nekatera lahko prinesejo velike izgube, ki lahko na poslovanje vplivajo zelo negativno. Še posebej v zadnjem desetletju prejšnjega stoletja so podjetja za vsako ceno povečevala prihodke, pa čeprav je takšno početje v zameno za večji tržni delež prinašalo slabe dolgove in velika tveganja. Pogosto se iz strahu pred izgubo potencialne prodaje ni spoštovalo kreditne politike in temeljito preverjalo potencialnih partnerjev. V novem poslovnem okolju pa bi morala biti vloga managerjev vklopiti politiko preverjanja v celotno poslovno strategijo, ki bi pomenilo povečanje dobičkonosnosti vsakega posameznega klienta (Colina, 2002, str. 62).

Ker je negotovost družb pred sklenitvijo kakršnihkoli poslov je velika, se družbe redkeje odločajo za sodelovanje brez dodatnih preverjanj in analiz. Na ta način se lahko izognejo finančno nestabilnim partnerjem in zmanjšajo tveganje izgube premoženja ali slabega vpliva na ugled podjetja.

1.1 Komercialna in nekomercialna tveganja

Komercialna tveganja plačil ali zamud plačil, na domačem ali tujem trgu, so precej pogosta in zaradi njih imajo podjetja grenke izkušnje. Nastanejo lahko zaradi različnih bolj ali manj subjektivnih vzrokov na strani dolžnikov. Kadar govorimo o komercialnih tveganjih, gre večinoma za kupčevo (dolžnikovo) neizpolnitev obveznosti plačila bodisi zaradi njegove trajne nesolventnosti (stečaj, prisilna poravnava in podobni dogodki), bodisi zaradi

kupčeve podaljšane zamude plačila ali pa enostranske odpovedi oziroma razdrtja pogodbe s strani kupca. *Komercialna tveganja* so lahko odraz kupčevih moralnih načel ali slabih poslovnih navad, še veliko pogosteje pa lahko tveganja plačil nastopijo brez ali celo proti dolžnikovi volji (Jus, 2004, str. 43).

Poleg *komercialnih tveganj* smo pri mednarodnih poslovnih transakcijah lahko priča tudi raznim političnim in drugim *nekomercialnim tveganjem*. Ta neposredna ali posredna politična tveganja in tveganja naravnih katastrof so precej heterogena in so *komercialnim tveganjem* akcesorna. *Nekomercialna tveganja* so zunanja, saj svojih vzrokov običajno nimajo v poslovnem obnašanju zasebnopravnih kupcev, večji del so objektivna, zunaj vpliva kupca ali prodajalca, običajno so sistemska in lahko prizadenejo tudi vse subjekte, ki trgujejo z določeno državo. Pogodbene stranke jih velikokrat obravnavajo kot višjo silo. Stranke v primeru *nekomercialnih tveganj* škodnega dogodka ne morejo predvideti oziroma ga zelo težko predvidijo, preprečijo ali se mu izognejo (Jus, 2004, str. 44-46).

1.2 Bonitete podjetij

Beseda *boniteta* je latinskega izvora in je sestavljena iz besed *bonus*, ki pomeni dober, in *bonitas*, ki pomeni ugodnost. Razumemo jo lahko kot kakovost, vrednost nečesa. Boniteto podjetja v ožjem smislu povežemo s plačilno zanesljivostjo in sposobnostjo podjetja (Knez-Riedl, 2000, str. 19). Vendar pa boniteta podjetja niso le finančni izkazi, temveč tudi druge značilnosti podjetja, ter ocena tveganja, ki jo lahko analitik oceni, tudi če finančni podatki niso na voljo. Lahko rečemo, da bonitetna ocena poslovanja družbe ocenjuje zanesljivost, solidnost, uspešnost in perspektivnost družbe z upoštevanjem ekonomske, pravne in družbene odgovornosti (Bonitetna hiša I, 2011).

1.2.1 Zgodovina bonitet

Začelo se je v sredini 19. stoletja v Združenih državah Amerike, ko so železnice potrebovale velike naložbe kapitala za izgradnjo infrastrukturnega sistema. Gradbene korporacije so želele, da bi bili upniki odvisni od premoženja in dobička od poslovanja, ne pa od vlade ali bančnih garancij. Vendar pa se kredibilnosti železnic ni dalo oceniti samo z opazovanjem, ampak je to zahtevalo poznavanje prometne infrastrukture in ekonomike blaga, ki se je transportiralo preko železnic. Podatki o tonaži, ceni in stroških prevoza so bili bolj pomembni kot kakovost prog ali poštenost managerjev. Potencialni upniki teh podatkov niso mogli dobiti neposredno od podjetja, ki je denar potrebovalo, saj doslednih in zanesljivih finančnih podatkov niso poznali. Zaradi teh razlogov je Lewis Tappan ustanovil agencijo Mercantile, ki se je leta 1841 preoblikovala v podjetje *Dun & Bradstreet*. Slednje je naročnikom ponujalo poslovne informacije o podjetjih po celotnih Združenih državah Amerike. Približno v istem času so se začele pojavljati tudi druge specialne finančne agencije. Urednik časopisa *The American Railroad Journal* Henry Varnum Poor je začel objavljati finančne in poslovne podatke o ameriških železnicah,

kasneje pa se je združil z konkurentom *Standard Statistics*. Združeno podjetje je še danes poznano pod imenom *Standard & Poor's*. Leta 1909 je John Moody kombiniral kreditno poročanje podjetja Dun & Bradstreet s poročanjem podjetja *Standard & Poor's*, ki je bilo osredotočeno na investicije, in ustanovil kreditno agencijo *Moody's*. John Fitch je svoje podjetje *Fitch* ustanovil leta 1993 (Brown, 2004). Leta 1962 je družba *Dun & Bradstreet* kupila podjetje *Moody's*, kasneje, leta 2000, pa ga odcepila kot samostojno družbo.

Danes poznamo dve vrsti bonitetnih hiš. V prvi skupini so bonitetne hiše *Standard & Poor's* (S&P), *Fitch* in *Moody's*, ki ocenjujejo vrednostne papirje in izdajatelje vrednostnih papirjev. Delujejo mednarodno in svoje storitve ponujajo izdajateljem vrednostnih papirjev, ki so običajno podjetja, državne in nacionalne vlade, lokalne oblasti ali banke. Ti izdajatelji bonitetne hiše najamejo za ocenjevanje, te jim svoje storitve zaračunavajo, nato pa se ocene objavljajo brezplačno. Druga skupina bonitetnih hiš, kot so *Dun & Bradstreet*, *Coface*, *Creditreform* pa, kot je povedal Marko Batista, ocenjujejo tveganost dnevnih poslov, družbe pa jih najamejo za ocenjevanje drugih družb (Delo, 2010).

1.2.2 Dun & Bradstreet

Dun & Bradstreet je internacionalna informacijska družba s sedežem v Združenih državah Amerike, ki opravlja svojo osnovno dejavnost neodvisnega preverjanja solidnosti družb in ponujanja bonitetnih (poslovnih) informacij o podjetjih in družbah po celem svetu. Danes je vodilni ponudnik poslovnih informacij, ki preko interneta ponuja dostop do bonitetnih informacij o več kot 195.000.000 družbah iz vseh držav sveta. Na osnovi teh podatkov se družbe odločajo o tem, do katere mere bodo zaupale svojim kupcem in partnerjem, kreditojemalcem in zavarovancem. Z njihovo pomočjo se odloča tudi o plačilnih pogojih, kreditih, zavarovanjih in odkupih terjatev. Njihov osnovni produkt je boniteta (angl. *Business Information Report*). V Sloveniji jih predstavlja in zastopa bonitetna hiša I d.o.o., Ljubljana (Bonitetna hiša I, 2011).

1.2.2 Preverjanje bonitet

Podjetja v upravljanje tveganj vlagajo vedno več, posledično pa je preverjanje partnerjev v konstantni rasti. Na to vpliva več dejavnikov, med katerimi so tudi krize, napredna metodologija preverjanja in razvoj tehnologije (McEachern, 2002, str. 36). Za podjetje, ki želi omejiti tveganje, je bistveno, da si zagotovi bonitetno poročilo o novem potencialnem podjetju.

Bonitetno poročilo lahko pridobi v relativno kratkem času od različnih ponudnikov. Najbolj znane bonitetne agencije na slovenskem trgu so Bonitetna hiša I (*Dun & Bradstreet*), *Bisnode* (*Bisnode AB*), *Coface Slovenija*, *CreditReform* in Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve - *AJPES*. V bonitetnem poročilu običajno najdemo objektivne in popolne informacije, zato lahko z njimi pridobimo širšo

sliko o potencialnem partnerju. Z njihovo pomočjo lahko ugotovimo, ali so zanesljivi in kakšno tveganje predstavljajo za podjetje. Priporočljivo je celovit pregled poslovanja potencialnega partnerja in ne samo kratkih informacij o njem. Kot pravi John G. McCann (2007, str. 33), "hudič se skriva v podrobnostih", saj običajno ni samo en dogodek tisti, ki določi tveganost ali povzroči insolventnost družbe, temveč je to interakcija ločenih zunanjih in notranjih dejavnikov (Best's Review, 2009 str.6).

V večini primerov bonitetne hiše lahko zagotovijo osnovne podatke o družbi, rating družbe¹ in informacije o stanju, kreditnemu priporočilu, kratki zgodovini, povezanih družbah, vodstvu, bankah, plačilih, finančnih izkazih, trendu poslovanja, finančnih kazalnikih, denarnemu toku, verjetnosti prenehanja poslovanja, itd. Prav tako se lahko potencialnega partnerja primerja s povprečjem panoge, v kateri posluje. Analiza vseh teh podatkov nam lahko pove, ali je finančno dobra poteza odločiti se za sklenitev posla s tem partnerjem. V primeru, da se odločimo za sklenitev novega posla, pa je priporočljivo, da partnerja redno preverjamo tudi kasneje oz. nanj uvedemo monitoring (Dumstorf, 2004, str. 46).

Poznavanje bonitete obstoječih in možnih poslovnih partnerjev pa tudi lastne bonitete omogoča podjetju kakovostno odločanje o navezovanju in ohranjanju poslovnih razmer. Boniteta postaja pomembna predvsem za uresničevanje dolgoročnih ciljev podjetja in z njimi povezanih strategij (Knez-Riedl, 2000, str. 26).

V primeru, da ponudnik bonitetnih informacij (bonitetna hiša) zaradi različnih razlogov ne more priskrbeti bonitetnega poročila, oz. bonitetno poročilo ne vsebuje dovolj podatkov, na podlagi katerih se podjetje lahko odloči, ali je varno skleniti posel, se lahko podjetje odloči za kreditno zavarovanje oz. zavarovanje posla, predplačilo ali pa za zavrnitev ponudbe za sodelovanje zaradi anonimnosti potencialnega partnerja in prevelikega tveganja.

2 ELEMENTI DOBREGA BONITETNEGA POROČILA

Ko se podjetje sreča z novo ponudbo za sodelovanje s strani neznanega potencialnega partnerja, se mu porodijo številna vprašanja. Če v bonitetnem poročilu uspe najti večino odgovorov na ta vprašanja, lahko rečemo, da gre za dobro bonitetno poročilo.

Najbolj pogosto postavljena vprašanja so: Kdo je potencialni partner? Kako nevarno je poslovati z njim? Kakšno je njegovo finančno stanje? Ali je likviden? Ali je solventen? Kakšna je finančna moč družbe? Kakšna je njena velikost? Kako plačuje račune? Kdo so lastniki? Kakšen je priporočljivi kreditni limit v primeru poslovanja na odprto? Kakšna je verjetnost stečaja ali likvidacije? Seveda se podjetje zanima še za druge podatke o poslovanju družbe, večino odgovorov pa išče tudi v bonitetnem poročilu.

1- *rating družbe*: bonitetna ocena družbe; vsaka bonitetna hiša ima svojo lastno klasifikacijo bonitetnih ocen

Dobro bonitetno poročilo je odvisno tudi od količine podatkov, njihove kakovosti in ažurnosti.

V tem kontekstu danes bonitetnega poročila ne uporabljamo samo za zavarovanja in zagotavljanje finančne varnosti, temveč tudi za pridobivanje širših informacij o potencialnem partnerju. Podjetja se zavedajo raznovrstnih tveganj, s pomočjo bonitetnih informacij pa lahko izločijo tista podjetja, s katerimi je bolj tvegano sodelovati (Knez-Riedl, 2000, str. 23-24).

Tudi če bonitetna agencija pri popolnih identifikacijskih podatkih dostavlja skoraj prazno poročilo, v katerem piše, da določenega podjetja ni mogla locirati (angl. *UTL report – unable to locate*), je to lahko dovolj dober podatek, saj lahko pomeni, da imamo opravka z izmišljenim podjetjem in pa neresnostjo "potencialnega partnerja". Takšno ponudbo za sodelovanje je smiselno zavrniti in se tako izogniti nadaljnjim tveganjem (D&B EMC Cor. Dip.: Module 2).

2.1 Standardizirana bonitetna poročila

Dobro bonitetno poročilo je tudi standardizirano. Zaradi različne poslovne terminologije in načina pripravljanja finančnih izkazov ter zaradi različnih kulturoloških in verskih prepričanj, ki igrajo svojo vlogo pri oblikovanju bonitetnih poročil, so se v preteklosti slednja bistveno razlikovala med regijami, zato so jih managerji težko razlagali in na njihovi podlagi ocenjevali družbe. Zaradi te problematike so v zadnjih letih bonitetne agencije sprejele vrsto ukrepov za premagovanje nekaterih najbolj svojstevih težav in uvedle standardizirane sisteme ocenjevanja in rajtingov, tako da *rating* 2 družbe iz Portugalske pomeni popolnoma enako kot *rating* 2 družbe iz Mehike, Kitajske ali Egipta. Nekatere od teh sprememb sta omogočila tehnološki napredek in internet (Williams, 2005).

3 ANALIZA BONITETNEGA POROČILA

Za analizo bonitetnega poročila bomo uporabili testno boniteto izmišljene slovenske družbe BREDA d.o.o., bonitetne hiše I d.o.o., ki je delana po standardih in navodili njihovega partnerja Dun & Bradstreet (Bonitetna hiša I, 2011).

Bonitetno poročilo je analiza količinskih in kakovostnih dejavnikov (Knez-Riedl, 2000, str. 53). oz. je sestavljeno iz finančnih podatkov, ki so ključnega pomena za določanje ratinga družbe ter drugih relevantnih podatkov, ki so na voljo analitiku pri presojanju bonitete družbe. V nadaljevanju bomo predstavili in analizirali celotno poročilo v istem vrstnem redu, kakor si podatki sledijo v poročilu. Celotno bonitetno poročilo se nahaja v prilogi št.4.

3.1 Osnovni podatki o družbi in njeni boniteti

V glavi bonitetnega poročila najdemo "okvirček", ki je njen najpomembnejši del, saj so v njem prikazani najbolj pomembni podatki o boniteti družbe. To so *rating družbe, prejšnji rating, stanje, trend, kreditno priporočilo, plačilni ključ* in podatki o *povprečnih plačilih*.

Slika 1: Okvirček v glavi bonitetnega poročila

D&B RATING:	3A2
PREJŠNJI RATING:	3A2
STANJE:	dobro
TREND:	enak
KREDITNO PRIPOROČILO:	750.000 EUR
D&B PLAČILNI KLJUČ:	78
PLAČILA (POVPREČNO):	2 dni za rokom

Vir: Testno bonitetno poročilo bonitetne hiše I, d.o.o. 2011.

- **D&B Rating:** Je ocena stanja družbe, ki jo dodeli analitik na podlagi podatkov, ki so na voljo za določeno družbo. Ocena je alfanumerična, sestavljena pa je iz dveh kazalcev. Prvi del ocene **3A** je *kazalec finančne moči*, drugi del ocene **2** pa je *kazalec tveganosti pri sklepanju poslov*.

Kazalec finančne moči je lahko izračunan na podlagi neto vrednosti družbe ali pa na podlagi nominalnega kapitala. V primeru, da je izračunan iz nominalnega kapitala, se črka **A** podvoji na **AA**, v našem primeru bi torej ocena bila **3AA**. V spodnji tabeli, ki jo uporablja Dun & Bradstreet, so predstavljeni razredi po velikosti.

Tabela 1. Rangiranje družb po D&B-ju

<i>Razred neto vrednosti oz. Kapitala</i>	<i>Na podlagi neto vrednosti družbe</i>	<i>Na podlagi nominalnega kapitala</i>
60 M USD ali več	5A	5AA
25 M USD - 60 M USD	4A	4AA
12 M USD - 25 M USD	3A	3AA
2.5 M USD - 12 M USD	2A	2AA
1.2 M USD - 2.5 M USD	1A	1AA
600,000 USD - 1.2 M USD	A	AA
345,000 USD - 600,000 USD	B	BB
175,000 USD - 345,000 USD	C	CC
120,000 USD - 175,000 USD	D	DD
60,000 USD - 120,000 USD	E	EE
35,000 USD - 60,000 USD	F	FF
15,000 USD - 35,000 USD	G	GG
0 - 15,000 USD	H	HH

Vir: Dun & Bradstreet.

V bonitetah agencije Dun & Bradstreet lahko najdemo tudi oceno **N**, ki pomeni, da ima družba negativno neto vrednost; **0** pomeni, da ni dovolj podatkov za izračun ocene; **NB** (new business) pa pomeni, da gre za novoustanovljeno družbo, ki je pričela poslovati šele v

zadnjih 24-ih mesecih. Zaradi visoke verjetnosti neuspeha v prvih dveh letih poslovanja, moramo tem družbam posvetiti posebno pozornost (J.Lane & Schary, 1991, str. 96). Oceno **NQ** pa dobijo družbe, ki so prenehale poslovati oz. so neaktivne.

Kazalec tveganosti pri sklepanju poslov je zadnji znak pri ratingu oz. drugi del ratinga. Ko se odločamo o sklenitvi novega posla, ta kazalec predstavlja najpomembnejšo informacijo, saj opredeli tveganost poslovanja z družbo. Zavzema lahko vrednosti **1** (odlično), ki pomeni najnižjo stopnjo tveganja, **2** (dobro), **3** (povprečno) in **4** (slabo). Pri družbah z oceno 4 je verjetnost stečaja ali prenehanja poslovanja v naslednjih 12 mesecih višja od 70%. V nekaterih posebnih primerih lahko namesto vrednosti kazalca najdemo znak *minus* (-), ki pomeni, da analitik na podlagi podatkov, ki so bili na voljo, ni mogel določiti stopnjo tveganosti za določeno družbo. V našem primeru ima družba oceno tveganosti **2** (dobro), kar pomeni, da poslovanje s to družbo prinaša le majhno tveganje. V "okvirčku" na glavi bonitetnega poročila najdemo še termin *stanje*, ki je besedna obrazložitev kazalca tveganja. Pri določanju tveganosti družbe analitik upošteva in primerja več deset spremenljivk, kot so različna politična in gospodarska tveganja, znana kot tveganje države (Meschi, 2005, str. 143), in tveganje panoge, v kateri podjetje posluje, kakor tudi prijaznost in sodelovanje pri preverjanju podatkov preko intervjuja (Bonitetna hiša I, 2011). Meschi (2005, str. 143) posebej poudarja pomembnost državnega tveganje v primeru skupnih vlaganj in investicij v tujino, še posebej v države v razvoju.

- **Prejšnji rating** je ocena družbe v prejšnjem bonitetnem poročilu v primeru, da je boniteta družbe v preteklosti že bila ocenjena. Ta podatek uporabniku pomaga pri primerjanju finančne moči in ocene tveganja določene družbe; pove mu, če je družba bolj ali manj tvegana, kot je bila v preteklosti.
- **Trend** poslovanja je kazalec, ki prikazuje gibanje poslovanja določene družbe na podlagi njenih preteklih rezultatov poslovanja. Kazalec se izračunava na podlagi gibanja petih spremenljivk: neto vrednosti družbe, prihodkov iz poslovanja, dobička oz. izgube, zadolženosti družbe ter obratnega kapitala (razlike med gibljivimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi družbe). Trend lahko zavzema vrednosti "*navzgor*" (gibanja v poslovanju družbe so pozitivna), "*enak*" (uspešnost poslovanja družbe se ni bistveno spremenila) in "*navzdol*" (gibanje spremenljivk je negativno, posledično pa je povečano tudi tveganje sodelovanja z določeno družbo) (D&B EMC Cor. Dip.: Module 9).

Pri odločitvah o sodelovanju je bistvenega pomena sklepati posle s podjetji, ki imajo pozitiven trend gibanja vseh zgoraj navedenih spremenljivk in ne samo trenda povečanja prihodkov iz poslovanja. V našem primeru ima izmišljeno podjetje BREDA d.o.o. trend "*enak*", kar pomeni, da se njegovo poslovanje glede na pretekla leta ni bistveno spremenilo.

3.1.1 Podatki, ki so osnova za odločitve o kreditiranju

V sodobnih gospodarstvih pri sklenitvi kupo-prodajnih poslov velja pravilo "*kupi sedaj, plačaj kasneje*" (Jus, 2004, str. 18). Na ta način se ne poskušajo kreditirati le podjetja, ampak tudi večina posameznikov sledi trendu plačevanja s kreditnimi karticami ali drugim možnostim negotovinskega plačevanja. Tako je bilo npr. v Združenih Državah Amerike v letu 2006 samo 6,7% vseh plačil izvedenih z gotovino (Geoffrez R., 2008, str. 76).

Z vidika kupcev ima poslovanje z odloženim plačilom naslednje prednosti (D&B EMC Cor. Dip.: Module 1):

- ni potrebe po veliki količini denarja v gotovini za plačevanje računov ali nakup blaga,
- za blago ali storitve, ki jih kupi danes, lahko plača v prihodnosti.

Z vidika prodajalca pa ima prodaja z odloženim plačilom naslednje prednosti (D&B EMC Cor. Dip.: Module 1):

- privlačni plačilni pogoji povečujejo konkurenčnost in posledično prodajo podjetja,
- prodajalci lahko pridobijo dodatna sredstva s provizijami ali kaznimi, ki jih zaračunavajo strankam, če plačila trajajo dlje od dogovorjenega roka za plačilo.

Prodaja ni do konca opravljena, dokler niso izpolnjene obveznosti strank. Družba lahko pridobi informacije o plačilni disciplini partnerja, njegovemu priporočenemu kreditnemu limitu, in plačilnih navadah iz podatkov iz bonitetnega poročila kot so *kreditno priporočilo*, *plačilni ključ* in *povprečna plačila*.

- ***Kreditno priporočilo*** je znesek, ki uporabniku pove, do katerega zneska je varno poslovati, oz. kakšen je priporočen mesečni znesek kreditiranja določene družbe. Za izračun tega kazalca so upoštevani finančni podatki ter *plačilni ključ družbe*, če je le-ta na voljo. Kreditnega limita, ki presega kreditno priporočilo, ni priporočljivo odobriti (Dumstorff, 2004, str. 46).

V izjemnih primerih je ta kazalec lahko označen tudi besedno:

- "*priporočljive garancije*", pomeni, da se pri kreditiranju priporoča dodatno zavarovanje. V takšnih primerih je velikega pomena, da kupcu ne odobrimo kreditiranja oz. se dodatno zavarujemo ali zahtevamo avansno(pred) plačilo.
 - "*ni določeno*" je določilo, ki se uporablja pri bankah, zavarovalnicah, holdingih, itd.
 - "*nedoločljivo*" pomeni, da analitik ni imel dovolj preteklih finančnih podatkov, na podlagi katerih bi določil znesek kreditnega priporočila in zato kreditna ocena ni podana.
- ***D&B plačilni ključ*** določene družbe se računa kot povprečje plačil na podlagi večjih baz plačil, ki jih bonitetne družbe zbirajo od dobaviteljev, komercialnih virov, itd. V

izračunu *plačilnega ključa* niso nujno zajeti vsi računi ali najpomembnejši računi, temveč je to ocena povprečja plačanih računov, ki so bili dostopni bonitetni hiši v trenutku, ko je ocenila boniteto določene družbe. *Plačilni ključ* je indeks, ki lahko zavzema vrednosti med 0 in 100:

- vrednost 100 pomeni, da družba plačuje vse računa z avansom,
- vrednosti med 80 in 100 pomenijo, da družba plačuje v dogovorjenem roku ali hitreje, in
- vrednosti nižje od 80, pomenijo, da družba v povprečju plačuje z določeno zamudo.

Kot rezultat *plačilnega ključa* je izračunan kazalec *povprečna plačila*.

- **Plačila (povprečna)** je kazalec, ki je izračunan na podlagi *plačilnega ključa*, in nam pove, za koliko dni družba v povprečju zamuja s plačilom.

V našem primeru ima izmišljeno podjetje BREDA d.o.o. plačilni ključ 78, kar pomeni da povprečno plačuje z dvodnevno zamudo. To je podatek, ki uporabniku pove, kakšno povprečno zamudo plačil lahko pričakuje, če se odloči za sodelovanje z določeno družbo, v našem primeru z izmišljenim podjetjem BREDA d.o.o.

3.1.2 Ostali osnovni podatki o družbi

V okviru glave najdemo še osnovne podatke o družbi. To so uradno registrirano ime družbe (v tem okviru imamo lahko še podatek o drugem imenu oz. o drugem nazivu, če je družba poznana pod njim), registrirani naslov sedeža družbe, država, iz katere družba prihaja, kontakti (telefonska št., št. faksa, mobilni telefon, elektronski naslov, spletna stran), DUNS² številko - Data Universal Numbering System (mednarodna identifikacijska številka izdana s strani agencije Dun & Bradstreet), matična številka in/ali davčna številka družbe ter osnovni podatki o materinski družbi v primeru, da je družba v lasti druge družbe.

3.2 Jedro bonitetnega poročila

V jedru bonitetnega poročila se nahaja povzetek glavnih podatkov o poslovanju družbe.

V razdelku **vodstvo** so navedeni glavni in najbolj pomembni ljudje v družbi. Pri tem naj poudarimo, da seveda ni nujno, da so lastniki podjetja tudi zaposleni ali vodilni ljudje v podjetju.

V rubriki **banke** najdemo podatek, v katerih bankah ima družba odprt račun, kakšno je stanje blokad in kakšno je bilo število blokad v preteklosti. Banke so zelo zanesljiv vir podatkov pri preverjanju likvidnosti podjetij. Če ima družba blokirane račune, to pomeni,

2- *DUNS številka*: je numerični identifikator, ki ga ima vsaka družba, ki je registrirana v bazah agencije Dun & Bradstreet. Uvedena je bila leta 1962. Več kot 50 globalnih, industrijskih, trgovinskih ali drugih oblik združenj kot so Evropska Komisija, Združeni Narodi in Vlada Združenih držav Amerike priznavajo, priporočajo ali zahtevajo DUNS številko.

da je nelikvidna, ker ne more več plačevati zapadlih dolgov; če pa je imela v preteklosti večkrat blokirane bančne račune, je to znak, da ima lahko tudi v prihodnosti podobne likvidnostne težave, iz česar lahko sklepamo, da moramo biti previdni pri poslovanju s to družbo. Če družba ni likvidna, obstaja velika verjetnost prenehanja poslovanja.

Pri ocenjevanju tveganja določene družbe moramo veliko pozornosti posvetiti kazalcema *Basel rating* in *Temida rating*. To sta orodji za napovedovanje verjetnosti stečaja oz. prisilne poravnave in napovedovanje izpostavljenosti tveganju plačilnih zamud. Kazalec *Basel rating* je izračunan na podlagi bilančnih podatkov za zadnji dve leti in plačilnega ključa. Zavzema lahko vrednosti od AAA (najmanjša verjetnost za stečaj) do C (največja verjetnost za stečaj). Kazalec *Temida rating* se izračunava na podlagi več spremenljivk, med katerimi imata največjo težo plačilni ključ in delež zamujenih računov. Zavzema lahko vrednosti od 0 (največja verjetnost za plačilne zamude) do 10 (najmanjša verjetnost za plačilne zamude) (Bonitetna hiša I, 2011).

V delu **plačila** so prikazani in navedeni posamezni računi, njihov znesek in plačilna disciplina. Zaradi zaščite identitete virov so zneski zaokroženi. Prikazanih je le 80 zadnjih računov, ki niso starejši od 12 mesecev. Vseh faktur ni možno zbrati, vendar tudi tak vzorec predstavlja dobro orodje za oceno plačil. Slovenija je ena od redkih držav, ki ima pripravljeno takšno bazo podatkov o plačilih. V vseh državah teh podatkov ni možno dobiti zaradi različnih razlogov kot so slabe baze podatkov, drugačna zakonodaja, zaščita podatkov, itd (Bonitetna hiša I, 2011).

V rubriki **več o vodstvu** analitik iz javnih in komercialnih virov ter intervjuja zbere informacije o vodstvu, njegovi starostni in izobrazbeni strukturi, jezikih, ki jih govorijo, itd. Ti podatki lahko uporabniku povedo, v kakšnih rokah je njihov potencialni partner. Povprečna starost vodstva je zelo pomembna zaradi fleksibilnosti managementa in njegovega načina razmišljanja; izobrazba in jeziki, ki jih govorijo vodilni delavci, pa dajejo informacijo o kvalifikaciji vodstva družbe in jezikih, v katerih lahko potekajo nadaljnja pogajanja in morebitna sodelovanja.

V razdelku **zgodovina** najdemo podatke o starosti družbe, datumu registracije, spremembah v registraciji, itd. Zelo pomemben podatek je starost družbe, saj lahko iz njega sklepamo, v kateri stopnji življenjskega cikla se podjetje nahaja. Vsaka stopnja ima svoje prednosti in pomanjkljivosti. Mlajša podjetja so sama po sebi uganka, ker o njih ni veliko podatkov. So manj odporna, neizkušena, imajo majhen tržni delež, pogosto negativen poslovni izid ali pa so na meji donosnosti; zaradi začetnih težav in stisk so tudi najpogostejše žrtve preračunljivosti; pogosto so podkapitalizirana in stroškovno zelo obremenjena. To je nekaj razlogov, zaradi katerih so mlajša podjetja bolj tvegana in je dobro, da smo pri poslovanju z njimi previdni. Podjetja v stopnji rasti in zrelosti so manj tvegana, običajno imajo pozitiven poslovni izid, finančno so bolj samostojna, imajo večji tržni delež in so bolj specializirana. Podjetja v stopnji upadanja so prav tako kot mlajša podjetja bolj tvegana. Za poslovanje so neugodna z vidika, da se njihov tržni delež krči, donosnost upada, večja je

zadolženost; vse to pa ni v interesu podjetja, ki sklepa novo sodelovanje (Knez-Riedl, 2000, str. 63-66).

Pravna oblika je rezultat izbire podjetnika o obliki odgovornosti in delno tudi o načinu upravljanja. Zaradi jamstev, ki jih imajo partnerji in izhajajo iz pravne oblike, so nekatere pravne oblike bolj tvegane kot druge. Družba z omejeno odgovornostjo je na primer bolj tvegana kot družba z polno odgovornostjo. Skupni cilj podjetij je, da rastejo in se razvijajo, del njih pa ob tem spremeni svojo pravno obliko. Previdni moramo biti tudi glede spreminjanja pravne oblike oz. možnih sprememb v prihodnosti (Knez-Riedl, 2000, str. 62). Pravne oblike so lahko zelo različne in so odvisne od posameznih držav. Najbolj splošne in znane pravne oblike so: samostojni podjetniki, partnerstva, družbe z omejeno odgovornostjo in delniške družbe.

Kapital je pogosto rabljena beseda, ki ima veliko definicij in različnih aplikacij. Vedno pomeni nekaj, kar "imamo", vendar se z vidika podjetja *kapital* vedno nahaja na pasivni strani bilanci stanja, saj ga obravnavamo kot sredstva, ki jih podjetje "dolguje" svojim lastnikom. Običajno najdemo tri vrste kapitala:

- *osnovni kapital* (angl. *nominal capital*), znan tudi kot registrirani kapital, je skupni znesek denarja, ki se lahko dodeli lastnikom,
- *izdani kapital* (angl. *issued capital*) je znesek denarja, ki je bil dodeljen lastnikom. Je seštevnik osnovnega kapitala in prevrednotenega popravka kapitala,
- *vplačani kapital* (angl. *paid-up capital*) se nanaša na del kapitala, ki je bil plačan oz. prejet v plačilu. Običajno je ta znesek enak izdanemu kapitalu.

Lastniška struktura se oblikuje na podlagi vloženega denarja pri ustanovitvi družbe s strani posameznikov ali drugih družb ali kasneje z odkupom lastniških deležev oz. delnic. Vrsta in oblika lastnine določa pravice glasovanja, udeležbe v dobičku oz. dividende in likvidacije. Velikega pomena je, kdo so lastniki, saj njihove odločitve vplivajo na usodo podjetja. Knez-Riedl (2000, str. 63), poudarja, da je za partnerje pomemben indikator menjava lastništva. Treba je paziti predvsem na motive in vzroke menjave, morebitne zaplete ter pričakovane in možne posledice menjave lastništva. Lastnik je lahko pravna oseba, fizična oseba, razne institucije, država itd. V našem primeru je večinski lastnik oz. *materinska družba* INVESTBANKA PIRANKA, ki ima pravico nadzora nad vodstvom in poslovanjem z instrumenti vplivanja nanj ali izvolitvijo oz. menjavo vodstva. Drugi manjši lastniki so Miran Tiran (12,00 %), Sklad Zaklad (11,22 %) ter drugi zaposleni v družbi, ki imajo skupaj v lasti 21,15 % družbe. V nekaterih primerih je priporočljivo tudi preverjanje materinske družbe, saj nekatere družbe nimajo kontrole nad lastnimi financami in so finančno zelo odvisne od materinske družbe. V takih primerih pogosto družbe same predlagajo preverjanje njihovih materinskih družb.

Hčerinske družbe in kapitalno povezane družbe sta načina, na katera je lahko družba direktno povezana z drugo družbo. V hčerinskih družbah ima materinska družba lastniški

delež, večji od 50%. Pri kapitalno povezanih družbah, ima povezana družba 50% ali manj lastniškega deleža ali pa so to družbe, ki so kakorkoli kapitalno povezane z lastnikom ali vodstvom družbe.

V bonitetnem poročilu v večini primerov najdemo še podatke o **podružnicah**, ki niso samostojne pravne osebe, ampak le deli matične družbe, ki se nahajajo v matični državi ali v tujini.

V rubriki **poslovanje** najdemo še več podatkov, ki so prav tako pomembni pri odločitvah. To so podatki o dejavnosti družbe, vrsti klientov, blagovnih znamkah, zaposlenih, zastopstvih, prostorih poslovanja, voznem parku, državah uvoza in izvoza.

Dejavnost opisuje primarno panogo poslovanja podjetja. Poslovna dejavnost je lahko enaka, širša ali ožja od primarne dejavnosti (Knez-Riedl, 2000, str. 69). Pri odločitvah za nova sodelovanja je pomembno upoštevati tudi panogo, v kateri posluje izbrana družba, in sicer zaradi različne tveganosti različnih panog. Tveganost panoge vpliva tudi na bonitetno oceno tveganja družbe. Dejavnost družbe se natančneje opredeli v klasifikaciji, odvisno od države in zakonodaje. V poročilu agencije Dun & Bradstreet najdemo isto dejavnost vedno opredeljeno v dveh ali več klasifikacijah. Največkrat se uporabljajo:

- v Sloveniji se uporablja Slovenska Klasifikacija Dejavnosti (SKD 2008),
- v večini Evropskih držav se uporablja klasifikacija dejavnosti NACE (angl. *European industrial activity classification*),
- za mednarodno uporabo se uporablja Ameriška standardna industrijska klasifikacija (SIC-USA).

Informacije o *tipih kupcev in njihovem številu* so pomembne zaradi več razlogov. Povejo nam, ali je proučevana družba odvisna od enega samega kupca, malega ali velikega števila njih. Družbe, ki so odvisne od enega samega kupca ali majhnega števila njih so zaradi morebitne izgube kupca oziroma kupcev bolj tvegane. Zaradi zagotavljanja dolgoročnega preživetja in razvoja je pomembna tudi struktura kupcev. Pomembno je, ali so to z družbo povezane družbe, državna uprava, lokalne oblasti ali pa gre za prodajo na drobno. Leonido, Kastikeas in Hajdimarco (2002, str. 102) menijo, da imajo družbe, ki so prijazne za sodelovanje, po trikrat več klientov v primerjavi z neprijaznimi.

Število zaposlenih je dober kazalec velikosti družbe. Manjše družbe so bolj prilagodljive in vitke, vendar pa jih zaradi pomanjkljivosti kot so slaba specializacija, majhna stopnja raznovrstnosti, neobvladovanje trženjskih orodij, manjša finančna moč, odsotnost dolgoročne vizije, naravnost na kratek rok in šibka razvojna sposobnost opredeljujemo kot bolj tvegane od večjih družb (Knez-Riedl, 2000, str. 67). Tudi način zaposlovanja je pomemben, saj nam priča o tem, ali so posli družbe sezonski ali celoletni. To je razvidno iz načina, na katerega družba zaposluje; za polni delovni čas, pogodbeno, občasno ali za krajši delovni čas.

Države uvoza in izvoza proučevane družbe so z vidika odločanja pomemben podatek, saj lahko iz njega sklepamo o obstoječi neposredni konkurenci na domačem trgu ali posredni konkurenci v tujini. Podatek o uvozu nam tudi pomaga pri presoji odvisnosti od dobaviteljev. Podatek, da podjetje sodeluje z večjimi partnerji iz različnih držav pomeni, da družba skrbi za svoje partnerje in je prijazna za sodelovanje (Leonidou, Kastikeas in Hajdimarcou, 2002, str. 108).

Blagovne znamke, zastopstva, vozila, nepremičnine, druge tehnične zmogljivosti, neotipljiva sredstva kot so patenti, licence in druge pravice ter druga intelektualna lastnina imajo velik vpliv na boniteto družbe, prav tako kot imajo velik vpliv na odločitev o sklenitvi novih poslov.

3.3 Finančni podatki

Finančnih oz. računovodski izkazi so podlaga za presojanje bonitete družbe. Finančni izkazi so rezultat poslovanja določene družbe in kot taki uspeh ali neuspeh managementa v določeni družbi. So poročilo, ki prikazuje, kako je podjetje uporabljalo sredstva lastnikov in posojilodajalcev, njihov uspeh in trenutni finančni položaj. Za osebo, ki ima v rokah bonitetno poročilo, je zelo pomembna sposobnost branja in razumevanja finančnih izkazov.

Na spodnji sliki so prikazani podatki iz bilance stanja in izkaz poslovnega izida za zadnja tri leta, kar uporabnikom omogoča primerjavo podatkov za posamična leta med seboj.

Slika 2: Finančni podatki

Finančni izkazi			
Konec fiskalnega leta:	31. december, 2008	31. december, 2009	31. december, 2010
	v 1.000	v 1.000	v 1.000
Prihodki od prodaje	46.855	40.505	38.420
Celoten dobiček	825	1.842	993
Neto vrednost	12.281	13.366	13.522
Opredmetena osnovna sredstva	11.094	9.840	8.452
Celotna sredstva	33.005	29.482	26.799
Gibljava sredstva	21.636	19.378	18.099
Kratkoročne obveznosti	16.674	11.717	10.466
Obratni kapital	4.962	7.661	7.633
Dolgoročne in kratkoročne obveznosti	20.624	16.016	13.252
Dolgoročne finančne naložbe	197	197	184
Neopredmetena dolgoročna sredstva	807	792	757
Neto vrednost in celotna sredstva so zmanjšane vrednosti za znesek neopredmetenih sredstev.			

Vir: Testno bonitetno poročilo bonitetne hiše I, d.o.o. 2011.

Prihodki od prodaje in *celotni dobiček* sta dva ključna podatka za razumevanje, kako dobro podjetje posluje. Cilj podjetja in lastnikov je dobiček. Podjetje sicer lahko vsako leto povečuje prihodke od prodaje, vendar če posluje z izgubo, glavni cilj ni dosežen. Za podjetje, ki preverja svojega potencialnega kupca, so bolj pomembni prihodki od prodaje, kot pa dobiček.

S primerjavo sredstev in obveznosti lahko sklepamo o solventnosti in likvidnosti podjetja, kar je pomembno pri odločitvah za sodelovanje (D&B EMC Cor. Dip.: Module 8: str. 13).

- Podjetje je solventno, če je vrednost celotnih sredstev večja od vrednosti vseh obveznosti, kar pomeni, da bi podjetje lahko pokrilo vse obveznosti s prodajo ali porabo vseh svojih sredstev.
- Podjetje je likvidno, če je vrednost gibljivih sredstev večja od kratkoročnih obveznosti, kar pomeni, da podjetje lahko pokrije svoje kratkoročne obveznosti s prodajo ali porabo svojih gibljivih sredstev oz. ima dovolj denarnih sredstev za pokritje dolgov.

Pri preverjanju likvidnosti družbe dobimo podatek o *obratnem kapitalu* (gibljiva sredstva – kratkoročne obveznosti = obratni kapital). Pomembno je, da je ta znesek vedno pozitiven, saj to pomeni, da ima družba več denarnih sredstev kot kratkoročnih obveznosti oz. je likvidna. *Obratni kapital* je med ključnimi podatki pri odločitvi o kreditiranju (D&B EMC Cor. Dip.: Module 8: str. 13). Zaradi analitičnih razlogov so neto vrednost in celotna sredstva zmanjšana za znesek neopredmetenih sredstev (Bonitetna hiša I, 2011).

Pri analiziranju finančnih podatkov v bilanci stanja in njihovem primerjanju moramo biti pozorni na naslednje kazalce (D&B EMC Cor. Dip.: Module 8: str. 15):

a) na aktivni strani bilance:

- *denarna sredstva*: večja vsota denarnih sredstev je dobra za podjetje in kaže na zadovoljiv denarni tok,
- *kratkoročne/dolgoročne terjatve iz poslovanja*: velike številke lahko predstavljajo počasne plačnike, sezonsko poslovanje, prodajo na obroke ali slabe metode izterjave dolgov,
- *zaloge*: visoka vrednost zalog lahko vključuje počasno premikanje le teh, stare izdelke, rezerve za primer pomanjkanja ali sezonsko poslovanje družbe; nizka vrednost zalog lahko pomeni pomanjkanje zalog ali slabe kreditne aranžmaje,
- *opredmetena osnovna sredstva*: če se njihova vrednost povečuje, se mora tudi prodaja; odvisno od panoge, visoka vrednost lahko pomeni sodobna tehnologija,

b) na pasivni strani bilance:

- *poslovne obveznosti*: morajo rasti v skladu z prometom oz. obratno,
- *finančne obveznosti*: z leti se morajo zmanjševati
- *neto vrednost*: povečanje vrednosti pomeni izdajo novih delnic oz. povečanje osnovnega kapitala ali zadržan dobiček; zmanjševanje pa pomeni izgube, zmanjševanje kapitala, odkup delnic ali dividende,
- *obratni kapital*: zmanjševati se mora, če pada prodaja, in obratno

3.4 Finančni kazalniki

Količniki ali *kazalniki* so razmerja računanane vrednosti dveh ali več vrednosti iz finančnih izkazov družbe. Za analitike so finančni kazalniki koristni iz več razlogov. Ocenimo lahko sedanje razmere, jih primerjamo s preteklostjo in hitro in na točen način ugotovimo trende kazalnikov, priložnosti in morebitne težave, ki so lahko v vzponu (Reale, 2011, str. 46). Poznamo jih več vrst, pri odločitvah pa so pomembni predvsem v nadaljevanju opisani kazalniki. *Finančni kazalniki stanja*, znani kot kazalniki likvidnosti in solventnosti, se uporabljajo pri ocenjevanju sposobnosti podjetja za kritje kratkoročnih in dolgoročnih dolgov. Najbolj uporabni so, če lahko primerjamo kazalnike določene družbe s povprečjem panoge, vendar dajejo dobro sliko tudi brez primerjanja. *Kazalniki uporabnosti sredstev* kažejo, kako učinkovito družba uporablja in nadzoruje svoje premoženje. Zato predstavljajo informacijo, ki je ključnega pomena za ugotavljanje, ali se podjetje dobro upravlja. V tretjo skupino sodijo *kazalniki donosnosti*, iz katerih lahko sklepamo, ali družba ustvarja denar. V četrti skupini so *kazalniki produktivnosti*, ki se uporabljajo za merjenje produktivnosti in stroškov delovne sile (D&B EMC Cor. Dip.: Module 9).

Na spodnji sliki so prikazane vrednosti najbolj pomembnih kazalnikov in njihova nihanja v zadnjih treh letih, kar uporabnikom omogoča primerjanje njihovih vrednosti skozi čas.

Slika 3: Količniki

KOLIČNIKI	31. december, 2008	31. december, 2009	31. december, 2010
Kratkoročni koeficient (x)	1.30	1.65	1.73
Koeficient solventnosti (%)	268.75	220.57	198.19
Opredmetena osnovna sredstva / Neto vrednost (%)	90.33	73.62	62.51
Kratkoročne obveznosti / Neto vrednost (%)	135.77	87.66	77.40
Koeficient obračanja (%)	143.93	129.64	136.53
Prodaja / Obratni kapital (x)	9.54	6.42	5.02
Sredstva / Prodaja	69.48	77.13	73.24
Čista dobičkonosnost prodaje (%)	1.76	4.55	2.58
Donos kapitala	6.74	14.36	7.39
Donos sredstev	2.53	5.90	3.53
Prodaja / Število zaposlenih (v tisočih)	578.00	513.00	526.00
Dobiček / Število zaposlenih (v tisočih)	10.00	23.00	14.00

Vir: Testno bonitetno poročilo bonitetne hiše I, d.o.o. 2011.

Med finančne kazalnike sodijo:

- *kratkoročni koeficient* (angl. *Current Ratio*) nam pokaže razmerje med kratkoročnimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi. Pove nam, ali lahko družba vse kratkoročne obveznosti pokrije s kratkoročnimi sredstvi. Večja kot je vrednost kazalnika, večja je verjetnost poplačila upnikov. Priporočena vrednost kazalca je med 1,5 in 2,
- *koeficient solventnosti* (angl. *Solvency Ratio*) (%) nam pove, kako družba financira svoja sredstva in kako so viri financiranja usklajeni s sredstvi glede na ročnost. Izračunamo ga s sledečo formulo:

$$\text{Koeficient solventnosti} = \text{vse obveznosti(ali sredstva)/neto vrednosti} * 100.$$

Podjetje, za katerega se pokaže visoka odvisnost od kreditiranja, se lahko kaj hitro znajde v težavah. Nižji koeficient solventnosti pomeni visok delež financiranja iz lastnih sredstev, kar je dobro za družbo. To pomeni, da ni veliko zadolževanja v razmerju do svojega kapitala, s tem pa je tudi tveganje nižje,

- *kazalec opredmetena osnovna sredstva / neto vrednost* (angl. *Fixed Assets / Net worth*) (%) nam pokaže, kolikšno je lastniško financiranje stalnih sredstev. Vrednost nižja od 100 pomeni, da so stalna sredstva v celoti financirana z lastniškim kapitalom. Naložbe v stalna sredstva se močno razlikujejo v različnih panogah, zato je težko ugotoviti, ali je naložba v stalna sredstva normalna ali prevelika,
- *kazalec kratkoročne obveznosti / neto vrednost* (angl. *Current Liabs / Net worth*) (%) nam pokaže, kakšno je lastniško financiranje kratkoročnih obveznosti. Večja vrednost kazalca pomeni večje finančno tveganje za upnike družbe.

Med kazalnike uporabnosti sredstev spadajo:

- *koeficient obračanja* (angl. *Assets Turnover*) (%) je razmerje med prodajo in celotnimi sredstvi, ki nam pove, kako učinkovita je družba pri uporabi lastnih sredstev. Priporočena je vrednost, višja od 100. Povečanje vrednosti tega kazalca pomeni večjo učinkovitost in poslovno uspešnost družbe,
- *prodaja / obratni kapital* (angl. *Sales / Net Working Capital*) je še en kazalec uspešnosti. Pove nam, koliko evrov v prodaji generira en evro obratnega kapitala. Obratni kapital je razlika med kratkoročnimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi,
- *sredstva / prodaja* (angl. *Assets / Sales*) je obratna vrednost *koeficienta obračanja*. Pokaže nam, koliko sredstev je potrebovala družba za 100 evrov prodaje.

Med kazalnike donosnosti spadajo:

- *čista dobičkonosnost prodaje* (angl. *Profit margin*) (%) je kazalec, ki meri učinkovitost oz. vrednost dobička ali izgube, ki je bila realizirana na 100 evrov prometa. Priporočljiva je čim višja vrednost tega kazalca. Primerjava med leti pokaže tudi, kako družba prenaša rast stroškov, padec cen in upad prodaje,
- *donos kapitala* (angl. *Shareholders Return*) je razmerje, ki pokaže sposobnost vodstva za upravljanje podjetja v zagotavljanju lastnikom dostojnega dobička za njihovo naložbo. Višji kot je kazalec, bolj poslovno uspešna je družba. Vendar lahko pomeni večja vrednost kazalnika tudi večje tveganje za upnike, v primeru, da je bila dosežena na račun zadolževanja družbe. Pomembna je torej tudi sestava virov financiranja,
- *donos sredstev* (angl. *Returns on Assets*) pove, ali je družba uporabljala svoje premoženje učinkovito ali ne, ne glede na način financiranja. Večja je vrednost kazalca, boljše so bila sredstva uporabljena.

V četrto skupino spadata dva kazalca, ki pokažeta, kakšna je produktivnost na zaposlenega:

- *prodaja / št. zaposlenih* (angl. *Sales / Employees*) je kazalec učinkovitosti. Pokaže, koliko tisoč evrov prodaje je družba dosegla na zaposlenega. Najbolj je uporaben, če ga primerjamo s povprečjem panoge, v kateri posluje družba,
- *dobiček / št. zaposlenih* (angl. *Profit / Employees*) je kazalec produktivnosti. Pokaže, koliko tisoč evrov dobička je družba dosegla na zaposlenega. Tudi ta kazalec je najbolj uporaben, če razpolagamo tudi s povprečno vrednostjo za panogo in lahko podatka primerjamo med seboj.

V bonitetnem poročilu najdemo še celotno bilanco stanja, izkaz uspeha in izkaz finančnih tokov za zadnje poslovno leto ter informacijo, ali so finančni podatki revidirani ali nerevidirani in konsolidirani ali nekonsolidirani. Najdemo še podatek, ali so informacije v poročilu potrjene s strani vodstva v družbi, kakšen je planirani prihodek v tekočem letu, katere certifikate kakovosti ima družba, itd. Na koncu je podano še mnenje analitika ter razlaga ratinga družbe.

4 ZANESLJIVOST BONITETNIH PODATKOV

Veliko različnih študij je poskušalo odgovoriti na vprašanje, kako zanesljivi so podatki, ki jih podajajo bonitetne agencije, vendar enoznačnega odgovora ni mogoče podati (Quinn, 2011). V interesu bonitetnih agencij je, da ponujajo točne, zanesljive in ažurne podatke, vendar največkrat problemi nastanejo zaradi napak, do katerih prihaja izven agencij oz. so prisotne v virih informacij, ki jih bonitetne hiše uporabljajo in jih ni mogoče vedno preveriti (Bonitetna hiša I, 2011).

Napake lahko razdelimo na napake, ki neposredno vplivajo na oceno bonitete podjetja, kot so napake v računovodsko-finančnih izkazih, in napake, ki lahko posredno vplivajo na boniteto družbe. Največji problemi nastanejo, kadar družbe same posredujejo finančne izkaze. Da bi izboljšale svojo finančno sliko, jih poskušajo ponarediti in s tem dobiti boljšo oceno. Dejstvo, da družbe pogosto same posredujejo finančne podatke in druge informacije, ki vplivajo na presojo bonitete, poveča možnost manipulacije in goljufije (Bares, 2003, str. 11). Pri preverjanju bonitet morajo biti družbe previdne in preveriti, ali so finančni izkazi posredovani od same preverjane družbe in ali so revidirani. V primeru, da jih je družba posredovala sama in niso revidirani, je priporočljivo, da se družba dodatno preverja.

Javni viri kot so poslovni registri, gospodarske zbornice, statistični uradi, banke in druge komercialne institucije so glavni vir informacij, vendar lahko zaradi njihove nepovezanosti pride do neskladnosti in neažurnosti podatkov. Neposredna komunikacija preko intervjujev in obiski ter ogledi podjetij s strani analitikov zmanjšujemo možnost napake v bonitetnem poročilu (Knez-Riedl, 2000, str. 93). Še vedno pa so mogoče tudi nenamerne napake v

bonitetne poročilu, zato je za družbe priporočljivo, da uporabljajo še druge dodatne vire informacij.

Bonitetne agencije uporabljajo svoje lastne sisteme ocenjevanja in preverjanja, ki se med seboj nekoliko razlikujejo, vendar imajo vse enak osnovni namen, to je ocenjevanje družb. Ocene bonitet se lahko rahlo razlikujejo, vendar ne prihaja do takšnih razlik, da je lahko vprašljiva zanesljivost bonitetnih podatkov.

5 ANALIZA RAZLIČNIH PREVAR IN GOLJUFIJ

Namen prevare ali goljufije je pridobitev posesti ali blaga in zanj ne plačati. Sicer se goljufije lahko pojavijo na skoraj vsakem poslovnem področju, vendar so strokovnjaki ugotovili, da se največ prevar in goljufij pojavlja v sferi visoko potrošnih dobrin. Osnovni razlog za to je hitra preprodaja in zaslužek. Poznamo štiri najbolj pogoste poskuse prevar in goljufij (D&B EMC Cor. Dip.: Module 11).

- V prvo skupino spadajo tako imenovani hitri dobičkarji. Za namen prevare ali goljufije "ustanovijo" novo podjetje, od dobavitelja pa zahtevajo ponudbo in cene njihovih artiklov. Čez nekaj dni naročijo majhno količino (npr. 250 €) z nujno dostavo. Zaradi "lažne" nujnosti dobave in nizke vrednosti naročila oddelek za kreditiranje dobavo odobri brez dodatnih preverjanj. Čez nekaj časa naročijo veliko večjo količino. Ker račun pri dobavitelju že imajo, se lahko zgodi, da jim ta spet odobri nakup z odloženim plačilom brez dodatnih preverjanj in jim dostavi blago. Po nekaj mesecih pa upravljavci družbe zginejo. Te vrste goljufi na isti način poskušajo pri večjih dobaviteljev.
- Druga skupina goljufov je podobna prvi, vendar jih pri njihovem prvem večjem naročilu dobavitelj hoče preveriti. Prosi jih, da izpolnijo prošnjo za kredit in navedejo nekaj referenc. Naročnik pripravi prošnjo in navede "fiktivne" poslovne reference. Brez dodatnih preverjanj podjetje dobi blago na kredit, čez nekaj časa pa tega naročnika ni več. V to skupino lahko uvrstimo tudi "podjetja", ki dejansko ne obstajajo, vendar za namene goljufije ponaredijo spletne strani, kjer navedejo netočne podatke registracije, lažne reference, ponarejeno lastno bonitetno poročilo, itd.; in upajo da bodo ti podatki pretentali dobavitelje (Bares, 2003, str. 11).
- Treta vrsta goljufov so bolj "sofisticirani" goljufi. Ta vrsta goljufov z namenom prevare ustanovi ali uporablja ime, ki je zelo podobno neki drugi že znani in zelo spoštovani družbi v isti panogi, z namenom, da dobavitelju deluje kot eno in isto znano podjetje (ali njegov del). Dobavitelj na podlagi ugleda in dobrih izkušenj z resničnim podjetjem brez dodatnih preverjanj odobri kredit. Goljufi dobijo blago in spet izginejo. Hitra poslovanja in odnosi, ki temeljijo na komunikaciji preko interneta, še naprej omogočajo obstoj tovrstnih prevar (Bares, 2003, str. 11).

- Četrta skupina prevarantov in goljufov uporablja najbolj zapleteno in drago metodo. Dobro in znano podjetje se kupi za namenom izvajanja prevar in goljufij. Z novim lastnikom v prvih nekaj mesecih vse poteka normalno (nekateri partnerji in dobavitelji tudi ne opazijo, da ima podjetje nove lastnike), kasneje pa, ko bo blago, dobljeno na kredit, prodano, dobavitelji ne bodo poplačani, lastniki pa spet izginejo.

Poznamo še skupino goljufov, znanih kot "vzorčniki". Ti kontaktirajo proizvajalca ali dobavitelja bolj dragih dobrin in pokažejo interes za nakup večje količine blaga, pred tem pa se zahtevajo dostavo vzorcev. Proizvajalec ali dobavitelj, spodbujen zaradi možnosti večje prodaje, pošlje drage vzorce. Vzorci se nato prodajo za denar, "vzorčnik" pa spet zgine (D&B EMC Cor. Dip.: Module 11).

Bares (2003, str. 11-12) med drugim izpostavlja naslednje dejavnike, ki so pripomogli k povečanju poslovnih prevar in goljufij: spletno poslovanje, povečano število kupcev in druge prioritete zakonodajalcev. Da bi se zaščitili pred tveganjem, predlaga povečano agresivnost in inovativnost.

Seveda obstaja še veliko načinov, na katera posamezniki poskušajo izvesti prevaro in goljufijo, zato je zelo pomembno preverjanje bonitet poslovnega partnerja pred sklenitvijo posla in ne šele potem. Nekatera podjetja skušajo skriti svojo kreditno zgodovino, še posebej, če je ta zelo neugodna, zato se je zelo pomembno prepričati, ali v rokah držimo pravo boniteto (pravo ime družbe, naslov, pravna oblika, itd). Pri preverjanju moramo biti pozorni tudi na datum bonitetnega poročila oz. kdaj je analitik presojal boniteto preverjane družbe.

6 ŠTUDIJA UPORABE BONITET V PRAKSI

Z namenom, da bi preverili ugotovitve, do katerih smo prišli s pregledom strokovne literature na temo uporabe bonitet, smo se odločili za preverbo, kako stvari dejansko potekajo v praksi. Namen študije je opozoriti na pozitivne in negativne vidike uporabe bonitet, s katerimi se odločevalci dejansko srečujejo v praksi.

6.1 Metodologija pridobivanja podatkov

Raziskavo smo izvedli z globinskim intervjujem, torej s kvalitativnim raziskovalnim pristopom. Za takšen pristop je značilno, da raziskovalca usmerja globoko zanimanje za vsebino odgovorov intervjuvanca, z namenom pridobitve ustreznih rezultatov. Cilji kvalitativne raziskave je ugotoviti, kaj menijo odgovorni glede preučevane teze, in razkriti vidike, ki so najpomembnejši za obravnavano področje (Strgar, 2005, str. 55). V tem diplomskem delu smo preverjali, kje uporabniki vidijo prednosti uporabe bonitet, njihove pomanjkljivosti, predvsem pa, ali je tudi po njihovem mnenju preverjanje bonitet

esencialen del postopkov pred odločitvijo o sprejetju ali zavrnitvi nove poslovne ponudbe, s strani novega partnerja.

Globinski intervjuji se običajno izvajajo preko pošiljanja vprašanj, ki pokrivajo določeno temo, osebam, ki so strokovnjaki na tem področju (Strgar, 2005, str. 56). Tako smo vprašanja po elektronski pošti posredovali petim uporabnikom bonitet v septembru 2011. Za ta način smo se odločili tudi zato, ker smo s pisnim intervjujem intervjujancem lahko dal čas za premislek pred odgovorom.

Pri globinskem intervjuju gre za enega izmed zvrstnih kvalitativnih načinov raziskav, strukturiran in neposreden način pridobivanja informacij (Strgar, 2005, str. 56). Tako so vsi sodelujoči dobili obrazec z enakimi vprašanji, ki so sistematično zajela vse pomembne teme, obravnavane v tem diplomskem delu. Ker so intervjuji potekali ločeno, intervjujanci niso mogli vplivati na odgovore drug drugega. Od petih poslanih vprašalnikov smo dobili vrnjene tri izpolnjene obrazce, ki se nahajajo v priponki te diplomske naloge.

6.2 Opis podjetij

Za intervju smo si izbrali podjetja, ki sodelujejo tudi s tujino in zato bonitete še toliko bolj potrebujejo. Vse tri družbe za preverjanje partnerjev in poslovnih odločitvah s potencialnimi partnerji uporabljajo bonitetne agencije in njihova bonitetna poročila. Na intervju so odgovorili Vida Vukovič, direktorica marketinga iz Predilnice Litija d.d., Aleksandra Selan, vodja financ iz Valkartona d.d. in Matej Javornik, strokovni sodelavec za kreditna tveganja iz Droge Kolinske d.d.

Kot je povedala gospa Vukovič, je Predilnica Litija d.d. proizvajalka prej iz naravnih in umetnih vlaken ter njihovih mešanic v različnih variacijah. Njihove preje so namenjene pletilnicam in tkalnicam na področju mode, dekorativnega blaga in tehničnih tkanin. Po obsegu in raznovrstnosti prej je Predilnica Litija d.d. ena večjih proizvajalk prej v Evropi.

Valkarton d.d. je največji slovenski proizvajalec valovitega kartona ter embalaže iz valovitega kartona ter največji izvoznik omenjenih skupin izdelkov. Večino izdelkov prodajo na domačem trgu, vendar pa izvažajo tudi na evropska tržišča. Danes podjetje na trgu nastopa kot koncern s sedmimi povezanimi družbami v Sloveniji, ki imajo skupno nabavno in prodajno politiko (Valkarton d.d., 2011).

Droga Kolinska d.d. je član Atlantic Grupe iz Hrvaške. So med največjimi slovenskimi proizvajalci živilskih izdelkov in sicer kave, vode in brezalkoholnih pijač, delikatesnih namazov, sladkih in slanih prigrizkov ter otroške hrane. Tudi Droga Kolinska d.d. večino svojih izdelkov izvažajo na evropske trge (Droga Kolinska d.d., 2011).

6.3 Analiza rezultatov

Tako Vukovičeva kot Javornik sta izpostavila potrebo po preverbi bonitete že takoj, ko jih kontaktira potencialno zanimiv novi in neznani kupec. Oba pa sta izpostavila tudi pomen drugače pridobljenih informacij; pa naj si bo to poglobljena analiza ali preverjanje informacij na »terenu«. Selanova je kot prvi korak po prejetju ponudbe navedla dogovor za sestanek. Če to informacijo postavimo v širši kontekst, je to verjetno posledica dejstva, da večino ponudb dobijo iz Slovenije, kar olajša dogovor za sestanek, prav tako pa je v tem primeru dostop do dodatnih informacij mnogo lažji. Potreba po bonitetah je pri podjetjih, ki delujejo v mednarodnem okolju, gotovo večja.

Kot je izpostavil Javornik, boniteta predstavlja osnovo za odločanje, vendar pa jo je potrebno nadgraditi s svojo analizo in spoznanji. Tudi Vukovičeva vidi v bonitetah dodano vrednost, ki nadgradi vedenje, pridobljeno iz neposrednih kontaktov s kupci. Potrebo po iskanju dodatnih informacij lahko iščemo tudi v dejstvu, da vsi trije pogrešajo ažurnost informacij. Kot je zapisala Vukovičeva, je velik del podatkov za minulo leto možno dobiti šele v drugi polovici tekočega leta. Po drugi strani pa po Javornikovem mnenju primanjkuje tudi več tekočih novic. Prav tako opozarja, da nam vrednosti kazalcev povedo veliko več, če lahko spremljamo njihovo gibanje skozi čas.

Za Selanovo je prednost uporabe bonitet dejstvo, da z njo pridobijo prvo informacijo o finančnem stanju kupca. Tudi sicer je zanjo dobro bonitetno poročilo tisto, ki vsebuje ažurne finančne podatke, ki so potrebni pri odločanju. Vukovičeva in Javornik pa sta poleg finančnih izpostavila še druge elemente, s katerimi lahko podjetje pridobi širšo sliko o kupcu. Iz njunih odgovorov lahko sklepamo, da je finančni del seveda zelo pomemben, vendar pa si uporabniki bonitet želijo pridobiti celostno sliko o potencialnih poslovnih partnerjih.

Vsi trije delijo mnenje, da bonitetna ocena poda osnovno sliko o potencialnem partnerju, njegovi finančni moči in tveganosti poslovanja. Vendar uporabljajo bonitete tudi zaradi nefinančnih razlogov, predvsem za dodatne informacije oziroma analizo kupcev, preverjanje priporočenega kredita, plačilne discipline in lastniške strukture. Tako Selanova kot tudi Vukovičeva sta izpostavili, da s primerjavo ocen dobijo informacijo o trendu poslovanja. Vukovičeva izpostavlja še potrebo po preverjanju kapitalskih in personalnih povezav. Za Selanovo je pomemben tržni delež, za Javornika pa tožbe, povezane s potencialnim partnerjem, ter značilnosti panoge. Različne potrebe po informacijah so odraz dejstva, da podjetja poslujejo v različnih panogah in imajo različne poslovne strategije.

Vukovičeva pravi, da ima pozitiven trend poslovanja pozitiven vpliv na prizadevanje za dolgoročno poslovanje, ki je pravzaprav cilj vsakega podjetja, s čimer se strinjata tudi Javornik in Selanova. To potrdi tezo o pomembnosti pozitivnega trenda poslovanja.

Selanova in Vukovičeva sta mnenja, da sta podjetji, v katerih delujeta, bolj konkurenčni, če poslujeta z odloženim plačilom. Vukovičeva še omenja, da zaradi zavrnitev

zavarovalniških limitov del poslov tudi izgubijo. V Drogi Kolinski d.d. menijo, da je poslovanje na odprto odvisno od panoge in praske, ter da so tudi nadomestila za vnaprejšnje plačilo lahko dovolj finančno stimulatívna. Kreditna priporočila upoštevajo vsi.

Tako Selanova kot Vukovičeva sta izpostavili tudi potrebo po uporabi bonitet zaradi možnosti zavarovanja terjatev. Zavarovalniški kreditni limit je namreč določen na podlagi bonitetnih poročil.

Teza, da je poslovanje z manjšimi podjetji bolj tvegano, se ni potrdila. Vukovičeva je celo izpostavila razloge, zakaj je takšno sodelovanje včasih lahko lažje (fleksibilnost, inovativnost, kompetentnost sogovornika...). Javornik pravi, da je težje poslovati z manjšimi podjetji, kar je verjetno posledica panoge, v kateri poslujejo. Tudi pri novoustanovljenih družbah so v Drogi Kolinska bolj konservativni in ne tvegajo. Vukovičeva in Selanova izpostavljata, da poslujejo s predplačilom, če terjatve ni mogoče zavarovati.

Pri preverjanju potencialnih partnerjev so intervjujanci odgovorili, da razen bonitetnih hiš uporabljajo še druge vire ali reference. Vukovičeva izpostavlja kot dober vir informacij agente in skupne poslovne znance, če seveda obstajajo. Javornik in Selanova izpostavljata internet, medije in razne portale. Tudi v primeru, da bonitetna hiša ni mogla priskrbeti dovolj informacij, na podlagi katerih se odločevalci lahko odločijo, uporabijo še druge vire informacij. V Valkartonu d.d. in Predilnici Litija d.d. poskušajo pridobiti podatke od samega potencialnega klienta, kar potrjuje tezo, da podjetja razen bonitetnih poročil uporabljajo še druge vire in potencialne partnerje dodatno preverjajo.

Skupno za vsa tri podjetja je še to, da imajo uveden monitoring na že obstoječe stranke in najmanj enkrat do dvakrat letno preverjajo vse svoje stranke. Če začutijo plačilne težave, se preverjanj poslužujejo še pogosteje (Droga Kolinska d.d.).

Selanova pravi, da so v času krize še bolj pristopili k preverjanju kupcev, političnim tveganjem pa se poskušajo izogibati. Javornik trdi, da so politična tveganja lahko razlog za zavrnitev ponudb za sodelovanje, vendar jih lahko omejijo tudi z avansom ali bančno garancijo. To potrjuje tezo, da so politična tveganja pomemben dejavnik pri oceni tveganosti novih potencialnih partnerjev.

S poskusi prevar in goljufij se podjetja srečujejo. Vendar pa je Vukovičeva izpostavila, da tudi preverjanje bonitet ne pomaga odkriti vseh goljufov, saj imajo lahko le-ti v nekaterih primerih dobre bonitetne ocene. Vendar pa so bonitete kot že povedano pogosto tudi osnova za zavarovanje terjatev, zato smatramo, da je njihova uporaba posredno lahko koristna tudi v primerih, ko goljufa bonitete same ne razkrinkajo.

SKLEP

Podjetja ne poslujejo samo z znanimi poslovnimi partnerji, ki jih dobro poznajo. S procesom globalizacije družbe same iščejo nove partnerje ali dobivajo ponudbe za sodelovanje z različnih koncev sveta. Te ponudbe so lahko zanimive, vendar pa s seboj prinašajo veliko negotovost in poslovno tveganje. Negotovost in poslovno tveganje pa sta grožnji za vsako družbo. Za uspešno poslovanje in sodelovanje doma ali v tujini morajo tako družbe uspešno upravljati tveganja, vloga managerjev pa je vklopiti politiko preverjanja v celotno poslovno strategijo. Danes je prava informacija ključnega pomena pri odločitvah in sklepanju novih poslov.

V tem okviru je preverjanje bonitet potencialnih partnerjev postalo neizogibno orodje, ki podjetjem lahko pomaga, da se izognejo finančno nestabilnim partnerjem in zmanjšajo tveganje za izgubo premoženje ali slab vpliv na ugled podjetja. Tako danes večina preverja svoje potencialne partnerje pred sklenitvijo poslov. Bonitetna poročila niso le finančni izkazi, temveč tudi informacije o zanesljivosti, solidnosti, uspešnosti in perspektivnosti družbe z upoštevanjem ekonomske, pravne in družbene odgovornosti. Zaradi različnih vzrokov tveganja v različnih panogah je za upravljalce priporočljiv celovit pregled poslovanja potencialnega partnerja in ne samo finančnih podatkov o njem, kakor tudi ne samo preverjanje potencialnih partnerjev pred sklenitvijo poslov, temveč tudi njihovo stalno spremljanje.

Zaradi standardiziranih poročil in dokaj podobne ponudbe podatkov s strani bonitetnih hiš, smo v tem diplomskem delu predstavili in analizirali strukturo podatkov in informacij po vrstnem redu, kot so podane v testnem bonitetnem poročilu Bonitetne hiše I. Glava bonitetnega poročila nam da osnovno sliko o finančni moči, oceni tveganja, trendu poslovanja, kreditnem priporočilu, plačilni disciplini in drugih osnovnih podatkih o preverjeni družbi, vendar je za čim bolj uspešno zmanjšanje tveganja potrebna detajlna analiza in pregled vseh podatkov v bonitetnem poročilu.

Ker je v mnogih podjetjih uveljavljena poslovna praksa »kupi sedaj, plačaj kasneje«, so z vidika prodajalcev pred odločitvijo o poslovanju z odloženim plačilom pomembne informacije o plačilni disciplini, analize plačil, kreditno priporočilo. Če se podjetje na podlagi teh informacij ne more odločiti o poslovanju z odloženim plačilom, običajno poskuša kreditno zavarovati svoje terjatve ali zahtevati predplačilo. V jedru bonitetnega poročila najdemo še druge za oceno tveganja in analizo celotnega poslovanja družbe pomembne podatke. Seveda so računovodsko-finančni podatki in finančni kazalniki še vedno srž spoznavanja in presojanja bonitete podjetja, saj managerjem pomagajo pri poglobljeni finančni analizi potencialnega partnerja. Hitro in na točen način lahko ugotovijo trende kazalnikov, priložnosti in morebitne težave, ki so lahko v vzponu.

Z vidika zanesljivosti bonitetnih podatkov lahko trdimo, da bonitetne hiše ponujajo zanesljive podatke z zelo majhnim deležem nenamernih napak. Največje težave so, kadar

te napake nastanejo izven domene agencije oziroma v virih in kadar družbe same posredujejo podatke. Družbe se srečujejo tudi z verjetnostjo poskusov prevar in goljufij, vendar obstajajo načini preprečenja in zaščite pred njimi.

S pomočjo praktične raziskave z intervjuji smo uspeli dobiti mnenje o problematiki treh uporabnikov bonitetnih storitev in dokazati tezo, da so bonitetne informacije zelo pomembne pri sklenitvah novih poslov. Intervjujanci so bili predstavniki podjetji, ki že uporabljajo bonitetne informacije, izpostavili pa so svoja mnenja o prednostih in slabostih le-teh. Skupno vsem trem je bilo, da je preverjanje bonitet ključnega pomena in osnova pred sklenitvijo posla, vendar za celovito sprejemanje odločitev uporabljajo še druge vire preverjanja in reference. Izpostavili so dejstvo, da boniteta poda osnovno sliko o potencialnemu partnerju, njegovi finančni moči in tveganosti poslovanja, vendar uporabljajo bonitete tudi zaradi nefinančnih razlogov, predvsem za dodatne informacije oziroma analizo kupcev in zavarovanje terjatev.

Izkazalo se je, da družbe, ki uporabljajo bonitetna poročila, pogrešajo ažurne podatke in več tekočih novic. Bonitetne hiše bi se morale zavedati te pomanjkljivosti in poskušati izboljšati svojo ponudbo in priskrbeti za boljše storitve.

Ta diplomska naloga daje celosten pregled, zakaj bi bonitete morale biti osnova, ko se podjetja odločajo za sklenitve novih poslov. S praktično raziskavo smo zajeli tudi mnenja treh uporabnikov bonitet. Vendar pa je glavna omejitev te diplomske naloge, da njihova spoznanja ne moramo posplošiti na vsa podjetja, saj so trije intervjuji bistveno premajhen vzorec. Dajejo pa dobro osnovo za diskusijo o tem, kje delijo ista mnenja in kje se le ta razhajajo in zakaj.

LITERATURA IN VIRI

1. Bares, G. (2003). Hidden Oportunities in Credit Fraud Risk Management. *Business Credit*. 105(4). 11-12.
2. Barren, W. B. (1992). Key Financial Ratios. *The Secured Lender*. 48(5). 28-29.
3. Best's Review. (2009). Financial Heath. *Guide To Understanding*, 110, 4-14.
4. Blokirani račun. (2010, 23. marec). V *poslovni bazar*. Najdeno na 25. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.poslovnibazar.si/?article=2409&mod=articles>
5. Bonitetna hiša I, d.o.o. (2011). *Kako brati slovensko D&B boniteto*. (interno gradivo). Ljubljana: Bonitetna hiša I, d.o.o.
6. Bonitetna hiša I, d.o.o. (2011). *O bonitetni hiši Dun & Bradstreet*. Najdeno na 18. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.idoo.si/sl/pages/about.aspx>
7. Bonitetna hiša I, d.o.o. (2011). *Testna boniteta izmišljene družbe BREDA d.o.o.* Najdeno na 24. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.idoo.si/sl/pages/Demo/259_sl.pdf
8. Brown, A. (2004). The origins and the evolution of Credit Risk Managment. *Global Associations of RiskProfesionals*. 32-34.
9. Colina, J. (2002). Leveraging a though Economy to improve risk management: How credit managers can take advantages of a difficult economic environment to implement a consensus – Building Credit Policy. *Business Credit*. 104(9). 62-63.
10. Droga Kolinska, d.d. *Predstavitev Droge Kolinske*. Najdeno na 14. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.kolinska.si/sl/o_nas
11. Dumstorf, R. S. (2004). Seven essentials to a successful credit risk management program. *Electric Light & Power*. 82(6). 46-47.
12. Dun & Bradstreet. (b.l.). *Emerging Market Countries Correspondent Diploma*. 1, 2, 5, 8, 9.
13. Geoffrez R., G. (2008). Recent Payment Trends in the United States. *Federal Reserve Bulletin*. 75-106.
14. Jus, M.(2004) *Kreditno zavarovanje*. Ljubljana: Sanje.

15. Knes, M. (b.l.). Commercial credit reporting. *Reference for Business; Encyclopedia of Business*, 2nd ed. Najdeno 27. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/Clo-Con/Commercial-Credit-Reporting.html>
16. Knez-Riedl, J.(2000). *Pojmovanje in presojanje bonitete podjetja*. Ljubljana.
17. Lans, J. L. & Schary, M. (1991). Understanding the Business Failure Rate. *Contemporary Economic Policy*, 93-105.
18. Leonidou, L.C., Katsikeas S.C & Hajdimarcou, J. (2002). Building Successful Export Business Relationships: A behaviour Perspective. *Journal of International Marketing*. 10(3). 96-115.
19. McCann, J. G. (2007). How I Learned Trade Credit Risk Management. *Business Credit*. 32-33.
20. McEachern, C.(2002). Not What it Uses To Be: Risk-Management-Technology Spending. *Wall Street & Technology*. 36.
21. Meschi, P. X. (2005). Environmental uncertainty and survival of international joint ventures: the case of political and economic risk in emerging countries. *European Management Review* 2, 143-152.
22. Popit, V. B. (2010, 16. avgust). Kako do bolj zdrave konkurence med bonitetnimi hišami. *Delo*. str. 30.
23. Quinn, T. *New Study Examines Reliability of Credit Reports*. Najdeno 15. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.credit.com/blog/2011/06/new-study-examines-reliability-of-credit-reports/>
24. Reale, K. (2011). Financial Ratios: Understanding This Powerful Tool for Managing for Success. *BusinessWest*. 46-48.
25. Rodger, C. & Petch, J. (1999). Uncertainty & Risk Analysis. *Business dynamics: PriceWaterHouseCoopers*. United Kingdom.
26. Scott, D. (2007). *Why is Credit Risk Management Important?*. Najdeno na 13. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.freearticleforyou.com/business/consulting/189349-why-is-credit-risk-management-important.html>

27. Shaw, F. (2002). Uncertainty and the new consumer. *Foresight: The Journal of Future Studies, Strategic Thinking and Policy*. 4(6). 4-13.
28. Strgar, V. (2005). *Partnerstvo povezovanje blagovnih znamk (co-branding) kot trženjska strategija mednarodnega podjetja*. Magistersko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta. 55-56.
29. Valkarton, d.d. *Predstavitev Valkartona*. Najdeno na 13. avgusta 2011 na spletnem naslovu
http://www.valkarton.si/index.php?page=static&id=1&item=6&grp=company_profile&sklop=0&
30. Williams, M. (2005). The Global Credit Report. *Credit Control*. 26(8), 18-22.

Priloga 1. Intervju z gospo Vido Vukovič – direktorica marketinga Predilnice Litija d.d. na dan 02.09.2011

Kratka predstavitev vašega podjetja:

Predilnica Litija je proizvajalka prej iz naravnih in umetnih vlaken ter njihovih mešanic v različnih variacijah. Preje so namenjene pletilnicam in tkalnicam na področju mode, dekorativnega blaga in tehničnih tkanin. Naše preje v modnem segmentu so namenjene dobaviteljem priznanih blagovnih znamk srednjega in visokega cenovnega razreda. V dekorativnem delu smo vodilni v lanenih mešanicah, v tehničnem delu pa so naše preje namenjene za filtracijo, zaščitna delovna oblačila s posebnimi lastnostmi za delo v zahtevnih razmerah in za uniforme tako za vojsko kot tudi za policijo. Po obsegu in raznovrstnosti prej je Predilnica Litija ena večjih proizvajalk prej v Evropi. Z zanesljivo kvaliteto, dobrim servisom in stalnim razvojem smo uveljavljeni na evropskih trgih.

1. S katerimi državami največ poslužete in iz kje dobivate največ ponudb za sodelovanje?

Predilnica Litija je izrazito izvozno usmerjeno podjetje, saj na slovenskem trgu dosežemo manj kot 2 % prodaje. Na trge evropske unije prodamo preko 90 %. Naši najpomembnejši trgi so Italija, Belgija, Francija in Nemčija, vendar imamo partnerje v več kot 30 državah. Prav tako smo na tujino vezani pri nabavi vseh pomembnih surovin in opreme.

2. Kako ravnate, ko vas kontaktira novi in neznani potencialni partner in vam ponuja sodelovanje?

Najprej seveda ugotovimo, ali je povpraševanje za nas zanimivo, nato pa že v postopku priprave ponudbe preverjamo boniteto kupca. V kolikor prihaja povpraševanje s področja, kjer imamo že utečeno poslovno sodelovanje, skušamo prve informacije o novem potencialnem kupcu pridobiti preko obstoječih prodajnih poti, preverjanje bonitete pa je obvezno pred sklenitvijo posla. V naši firmi imamo vso prodajo zavarovano, pridobitev zavarovanja in višina zavarovanja je odvisna od bonitete.

3. Od kdaj (in zakaj) je preverjanje bonitet postalo neizogiben del poslovanja v vaši družbi?

S prestrukturiranjem proizvodnje in prodaje smo širili naša tržišča in pri tem smo se srečevali s pomanjkanjem informacij o posameznih kupcih, še zlasti, ker je to bilo obdobje, ko informacije niso bile na razpolago v takem obsegu kot danes in ko

je bil internet šele na začetku svojega uspešnega pohoda. Prvo načelo prodaje je bila zahteva po varnosti in v iskanju zagotovitve sigurnosti plačil smo že v letu 1994 pristopili k rednemu uporabljanju bonitet.

4. Kakšne so prednosti uporabe bonitetnih informacij pri sklenitvi poslov?

Iz bonitetnega poročila dobimo dodatne podatke o partnerju, s katerim zaokrožimo vedenje o partnerju, ki smo ga dobili preko neposrednih stikov.

5. Kaj je za vas dobro bonitetno poročilo? Katere elemente mora vsebovati?

Dobro bonitetno poročilo vsebuje kompletne podatke o kupcu, poleg finančnih podatkov so to še podatki o lastništvu, višini kapitala, strukturi prodajnih in nabavnih trgov, uvrstitvi v bonitetni razred in seveda višina priporočenega kredita (poslovanje na odprto). Pozorno preverimo podatek, ali svoje obveznosti poravnava v rokih. Morda bi si želeli še kaj več podatkov o poslovnem programu.

6. Kaj so po vašem mnenju pomanjkljivosti bonitetnih poročil?

Pogosto so bonitetna poročila pomanjkljiva, še zlasti iz držav, kjer preverjanje bonitet ni sestavni del stalnega poslovanja. Drugi problem je časovna odmaknjenost, saj je za velik del podatke za minulo leto možno dobiti šele v drugi polovici tekočega leta. To prihaja še posebej do izraza v kriznih obdobjih, ko se situacija spreminja že v krajših časovnih zamikih.

7. Kaj vam pove bonitetna ocena potencialnega partnerja?

Bonitetna ocena je zelo pomembna in osnovna informacija o kupcu. Nam da osnovno sliko o finančni moči in tveganosti poslovanja potencialnega partnerja.

8. Kateri podatki iz bonitetnega poročila, razen finančnih, so pomembni za vas?

Pozorno preverimo podatek o uvrstitvi v bonitetni razred, priporočeni kredit, roke plačila, pregledamo tudi podatke o lastništvu, vodilnem osebju, eventuelnih kapitalskih in personalnih povezavah, eventuelno izvozno naravnost in nabavne trge.

9. Razen za zagotavljanja finančne varnosti in zavarovanja, zakaj še uporabljate bonitetno poročilo?

Kot je razvidno iz prejšnjih odgovorov bonitetno poročilo uporabljamo za razširitev in zaokroženje informacij o partnerjih. Naj omenim, da občasno preverjamo tudi dobavitelje, saj želimo imeti stabilne nabavne vire.

10. Ali upoštevate kreditna priporočila v bonitetnem poročilu?

Kreditno priporočilo pozorno pregledamo, vendar imamo vso prodajo zavarovano in obseg prodaje pri posameznem kupcu na odloženo plačilo je povezan z limitom, ki nam ga določi zavarovalnica. Zavarovalnica običajno določi limit na osnovi bonitetnih poročil.

11. Razen bonitetne hiše, ali uporabljate še kakšne druge vire ali reference pri sklenitvi poslov?

Pri sklepanju poslov pridobivamo dodatne informacije. Poleg neposrednih informacij od partnerjev so vir pomembnih informacij agentje, skupni poslovni znanci, seveda tudi internet. Plačilni pogoji pri sklepanju prodajnih poslov so neposredno odvisni od bonitete in na tej osnovi pridobljenega zavarovalniškega limita.

12. Kakšen je vas pristop glede preverjanja vaših obstoječih strank? Ali jih preverjate oz. ves čas spremljate?

Da, v vseh kontaktih ugotavljamo kondicijo strank, najmanj enkrat letno preverimo bonitetno poročilo. Ker so le ta pogosto na razpolago z odlogom, včasih partnerje zaprosimo za njihovo bilanco, da lahko pridobimo višje zavarovalniške limite, če to dovoljuje izboljšanje poslovanja pri konkretnemu kupcu.

13. Ali ste v času krize spremenili strategijo upravljanja s tveganji?

Že daleč pred krizo je v našem podjetju načelo varnosti med prvimi načeli poslovanja. V času krize smo nekatera pravila zaostri. Prodajo brez zavarovanja smo ukinili in je dovoljena le za majhne zneske, ki eventuelno nastanejo zaradi zaokroževanja pošilk. Preverjanje bonitete pred prvo prodajo je obvezno, tudi v primeru majhnih zneskov. Zmanjšali smo toleranco do zamud pri plačilih in take primere posebej proučimo pred nadaljevanjem poslov, posebej oblikujemo pogoje za predplačila in v kritičnih primerih se skušamo dogovoriti tudi za delna predplačila pred izdelavo. Število poslov, zavarovanih z bančnimi inštrumenti, narašča. Načelo varnosti je naše prvo načelo poslovanja.

14. Kaj naredite v primeru, da bonitetno poročilo ne vsebuje dovolj podatkov, da bi sprejeli odločitev, ali pa bonitetna hiša ni mogla locirati določene družbe?

Prodaja brez zavarovanja v naši firmi ni možna, zato se skušamo s kupcem dogovoriti, da nam podatke posreduje ali za predplačilo. V primeru, da obstoja dvom o obstoju družbe, posla ni mogoče skleniti.

15. Kakšen pristop imate do novoustanovljenih družb oz. do družb, ki so mlajše kot 2 leti?

Posel mora biti zavarovan in če to ni možno, iščemo rešitev v predplačilu ali bančnih instrumentih zavarovanja.

16. Ali pozitivni trend poslovanja potencialnega partnerja vpliva na vaše odločitve?

Pozitivni trend ima vpliv v smeri prizadevanj za dolgoročno poslovanje, vendar so plačilni pogoji za odloženo plačilo vezani na zavarovalniški limit.

17. V kolikšni meri so politična tveganja razlog za zavrnitev ponudb sodelovanja?

S tem vprašanjem smo se doslej srečevali le redko. Politična tveganja so sestavni del vrednotenja posla, vendar na prodajnem področju tudi tu sledimo možnostim zavarovanja terjatev.

18. Ali menite, da ste bolj konkurenčni, če poslujete z odloženim plačilom?

Da, precejšen del partnerjev želi odloženo plačilo in del poslov tudi izgublamo, ker ni možno pridobiti zavarovalniškega limita. To se pogosto dogaja, saj pridobljeni limiti pogosto pri obstoječih cenah ne zadoščajo za odloženo plačilo.

19. Ali menite, da je poslovanje z manjšimi podjetji bolj tvegano? Če da, zakaj?

Odgovor na to vprašanje ni enoznačen. Med našimi kupci je veliko manjših firm, ki so inovativne, fleksibilne in stabilne v poslovanju. Sogovornik je ponavadi kompetentna oseba, ki odloča o vseh parametrih posla. Kreditni potenciali so manjši, vendar je ob pogoju, da ima izdelek vrednost za kupca, pot do dogovora včasih lažja kot v večjih sistemih, kjer so ravni odločanja razpršene.

20. Kakšne so vaše izkušnje z poskusi prevar in goljufij s strani potencialnih partnerjev?

S poizkusi goljufij se srečujemo redko, vendar niso izključene. V dveh desetletjih smo se srečali z očitno goljufijo dvakrat, vendar je v obeh primerih bila boniteta firm dobra. Ker poslovanje razvijamo postopno, smo zelo hitro ugotovili, da sta kupca problematična in obseg poslovanja se ni razvil v pomembne obseg. Imeli smo še nekaj primerov, kjer se je zdelo, da bi lahko šlo za namerno pridobivanje koristi, vendar smo ob slabih bonitetah zahtevali predplačilo in potencialni kupec tega pogoja ni sprejel. Če o kupcu ni bilo drugih pozitivnih informacij, smo se možnosti prodaje v konkretnem primeru odpovedali. Večja nevarnost je, kadar je boniteta dobra, vendar dodatno pridobivanje informacij in postopnost razvijanja poslov omeji možno oškodovanje.

Priloga 2. Intervju z gospo Aleksandro Selan – vodjo financ v Valkartona d.d. na dan 12.09.2011

Kratka predstavitev vašega podjetja:

Valkarton d.d. je največji slovenski proizvajalec valovitega kartona ter embalaže iz valovitega kartona ter največji izvoznik omenjenih skupin izdelkov. Večino proizvodov prodajo na domačem trgu, vendar pa izvažajo tudi na evropska tržišča. Danes podjetje na trgu nastopa kot koncern s sedmimi povezanimi družbami v Sloveniji, ki imajo skupno nabavno in prodajno politiko.

1. S katerimi državami največ poslužete in iz kje dobivate največ ponudb za sodelovanje?

Sodelujemo z Slovenijo, Avstrijo, Nemčijo, Nizozemsko, Italijo, Hrvaško, Madžarsko, Slovaško, Švico, Švedsko. Največ ponudb je iz Slovenije.

2. Kako ravnate, ko vas kontaktira novi in neznani potencialni partner in vam ponuja sodelovanje?

Se pogovorimo in dogovorimo za sestanek.

3. Od kdaj (in zakaj) je preverjanje bonitet postalo neizogiben del poslovanja v vaši družbi?

Preverjanje bonitet je postalo zelo pomembno, ko smo zavarovali svoje terjatve.

4. Kakšne so prednosti uporabe bonitetnih informacij pri sklenitvi poslov?

Pridobimo prvo informacijo o finančnem stanju kupca.

5. Kaj je za vas dobro bonitetno poročilo? Katere elemente mora vsebovati?

Najbolj pomembno je da ima bonitetno poročilo tekoče finančne podatke, ki jih potrebuješ pri odločanju.

6. Kaj so po vašem mnenju pomanjkljivosti bonitetnih poročil?

Da primanjkuje tekočih finančnih podatkov.

7. Kaj vam pove bonitetna ocena potencialnega partnerja?

Hitro oceno poslovnega partnerja, kam gre njegov trend (navzgor, navzdol).

8. Kateri podatki iz bonitetnega poročila, razen finančnih, so pomembni za vas?

Pomembni so podatki o lastniški strukturi, plačilni indeks, tržni delež.

9. Razen za zagotavljanja finančne varnosti in zavarovanja, zakaj še uporabljate bonitetno poročilo?

Za analize kupcev.

10. Ali upoštevate kreditna priporočila v bonitetnem poročilu?

Da.

11. Razen bonitetne hiše, ali uporabljate še kakšne druge vire ali reference pri sklenitvi poslov?

Uporabljamo še informacije, ki jih pridobimo iz trga, medijev.

12. Kakšen je vas pristop glede preverjanja vaših obstoječih strank? Ali jih preverjate oz. ves čas spremljate?

Da.

13. Ali ste v času krize spremenili strategijo upravljanja s tveganji?

Še bolj smo pristopili k preverjanju kupcev in njihovi plačilni sposobnosti.

14. Kaj naredite v primeru, da bonitetno poročilo ne vsebuje dovolj podatkov, da bi sprejeli odločitev, ali pa bonitetna hiša ni mogla locirati določene družbe?

Poskušamo pridobiti podatke od kupca samega.

15. Kakšen pristop imate do novoustanovljenih družb oz. do družb, ki so mlajše kot 2 leti?

Če jih ni mogoče zavarovati, poslujemo na predračun.

16. Ali pozitiven trend poslovanja potencialnega partnerja vpliva na vaše odločitve?

Da.

17. V kolikšni meri so politična tveganja razlog za zavrnitev ponudb sodelovanja?

Poskušamo se izogibati.

18. Ali menite, da ste bolj konkurenčni, če poslužete z odloženim plačilom?

Da

19. Ali menite, da je poslovanje z manjšimi podjetji bolj tvegano? Če da, zakaj?

Ne.

20. Kakšne so vaše izkušnje z poskusi prevar in goljufij s strani potencialnih partnerjev?

Prejemamo naročila od potencialnih partnerjev, ki so blokirani, ali ustanavljajo podjetja z namenom goljufije.

Priloga 3. Intervju z gospodom Matejem Javornikom, strokovnim sodelavcem za kreditna tveganja iz Droge Kolinske d.d. na dan 14.09.2011

Kratka predstavitev vašega podjetja:

Droga Kolinska d.d. je član Atlantic Grupe iz Hrvaške. So med največjimi slovenskimi proizvajalci živilskih izdelkov, in sicer kave, vode in brezalkoholnih pijač, delikatesnih namazov, sladkih in slanih prigrizkov ter otroške hrane. Tudi Droga Kolinska d.d. večino svojih proizvodov izvaža na evropske trge (Droga Kolinska d.d., 2011).

- 1. S katerimi državami največ poslužete in iz kje dobivate največ ponudb za sodelovanje?**

Ex-Jugoslovanske države in zahodna Evropa.

- 2. Kako ravnate , ko vas kontaktira novi in neznani potencialni partner in vam ponuja sodelovanje?**

Žal jih moramo iskati sami, drugače pa seveda bonitete in mehke informacije, pri tujini seveda poglobljena analiza.

- 3. Od kdaj (in zakaj) je preverjanje bonitet postalo neizogiben del poslovanja v vaši družbi?**

Boniteta so higiena, lastna analiza in spoznanje pa ključni.

- 4. Kakšne so prednosti uporabe bonitetnih informacij pri sklenitvi poslov?**

Možnost hitrejši odločitve in verodostojnosti, če je boniteta kredibilna hiša.

- 5. Kaj je za vas dobro bonitetno poročilo? Katere elemente mora vsebovati?**

Čim več mehkih informacij (zadnjih vkomponiranih novic) in seveda izkazi in časovna vrsta kazalnikov. (poslovnih, računovodskih in finančnih)

- 6. Kaj so po vašem mnenju pomanjkljivosti bonitetnih poročil?**

Premalo tekočih vkomponiranih novic in poudarek na računovodskih izkazih, ne na gibanju kazalnikov skozi čas.

- 7. Kaj vam pove bonitetna ocena potencialnega partnerja?**

Do katere meje se lahko izpostavimo.

8. Kateri podatki iz bonitetnega poročila, razen finančnih, so pomembni za vas?

Kreditni limit, zamude pri plačilih, lastniška sestava, tožbe, značilnosti panoge, itd.

9. Razen za zagotavljanja finančne varnosti in zavarovanja, zakaj še uporabljate bonitetno poročilo?

Pregled tveganosti kreditnega portfelja.

10. Ali upoštevate kreditna priporočila v bonitetnem poročilu?

Zelo.

11. Razen bonitetne hiše, ali uporabljate še kakšne druge vire ali reference pri sklenitvi poslov?

Da različne portale, statistike, centralne banke, IMF, ECB.

12. Kakšen je vas pristop glede preverjanja vaših obstoječih strank? Ali jih preverjate oz. ves čas spremljate?

2x letno preverjamo ali tudi večkrat, ko začutimo plačilne težave.

13. Ali ste v času krize spremenili strategijo upravljanja s tveganji?

Imamo fleksibilno politiko limitov in restriktivno zamud.

14. Kaj naredite v primeru, da bonitetno poročilo ne vsebuje dovolj podatkov, da bi sprejeli odločitev, ali pa bonitetna hiša ni mogla locirati določene družbe?

Pogledamo drugod ali se sami odločimo.

15. Kakšen pristop imate do novoustanovljenih družb oz. do družb, ki so mlajše kot 2 leti?

Konservativen, ne tvegamo.

16. Ali pozitiven trend poslovanja potencialnega partnerja vpliva na vaše odločitve?

Ja če je viden trend izboljšanja poslovanja in tudi plačilnih navad (finančna slika).

17. V kolikšni meri so politična tveganja razlog za zavrnitev ponudb sodelovanja?

Tudi , lahko pa to rešimo z avansom ali bančno garancijo.

18. Ali menite, da ste bolj konkurenčni, če poslujete z odloženim plačilom?

To je odvisno od panoge in države, se pravi praks, drugače pa to ni merilo, saj so lahko nadomestila za vnaprejšnje plačilo finančno stimulatívna.

19. Ali menite, da je poslovanje z manjšimi podjetji bolj tvegano? Če da, zakaj?

Ni nujno, je pa težje.

20. Kakšne so vaše izkušnje z poskusi prevar in goljufij s strani potencialnih partnerjev?

Priloga 4. Testno slovensko bonitetno poročilo izmišljene družbe BREDA d.o.o., bonitetne hiše I d.o.o.,



Bonitetno poročilo



Decide with Confidence

To bonitetno poročilo je po pooblastilu D&B pripravila Bonitetna hiša I, d.o.o., Ljubljana, Ulica Janeza Pavla II 8 (prej: Zrinjskega 4), Slovenija, Telefon: +386 1 234 29 40, Fax: +386 1 234 29 58, E-mail: imojstri@idoo.si, www.idoo.si.

Vse pravice pridržane. To poročilo je namenjeno izključno vašim lastnim poslovnim odločitvam in ga ni dovoljeno posredovati tretjim pravnim ali fizičnim osebam brez dovoljenja D&B. D&B skuša zagotoviti, da bi bile vse informacije v poročilu ažurne in popolne. Vendar pa zaradi množice podatkov iz virov, ki jih ni mogoče vedno preveriti (javni viri podatkov, registracije, lastništvo, ipd.) in pa zaradi nenamernih napak, D&B in Bonitetna hiša I, d.o.o., Ljubljana ne prevzemata nikakršne odgovornosti za morebitne napake.

Referenca

Bonitetna hiša I, d.o.o. Ljubljana

Osnovni podatki

BREDA D.O.O.

Znan tudi kot: A Dummy Demo Report

CESTA DVEH TELEBANOV 62

SI - 9220 PIRAN

Slovenija

Telefon: +386 23456731 , +386 28765421

Mobilni Telefon: +386 41123456

Telefax: +386 23237198

Elektronska pošta: info@breda.si

Internet: <http://www.breda.si/>

DUNS: 36-619-6041

MATIČNA ŠTEVILKA: 1234567

ID številka za DDV: SI1345678

Materinska družba:

Investbanka Piranka

Piranska bb

SI - PIRAN

Slovenija

DUNS: [36-019-4659](http://www.breda.si/)

D&B RATING:	3A2
PREJŠNJI RATING:	3A2
STANJE:	dobro
TREND:	enak
KREDITNO PRIPOROČILO:	750.000 EUR
D&B PLAČILNI KLJUČ:	78
PLAČILA (POVPREČNO):	2 dni za rokom

Zneski v tem bonitetnem poročilu so v domači valuti, če ni drugače navedeno.

Povzetek

PRIČETEK	1960	PRODAJA	38.420.000
REGISTRACIJA	1991	DOBIČEK	993.000
PRAVNA OBLIKA	družba z omejeno odgovornostjo	NETO VREDNOST	13.522.000
MATIČNA ŠTEVILKA	1234567	NOMINALNI KAPITAL	1.059.022
ŠTEVILO ZAPOSLENIH	73	IZDANI KAPITAL	1.233.048
SIC KODA	2851		
DEJAVNOST (SIC)	Proizvodnja barv, lakov in podobnih snovi		
SKD KODA	20.300		
DEJAVNOST (SKD 2008)	Proizvodnja barv, lakov in podobnih premazov, tiskarskih barv in kitov		

Vodstvo

Miran Tiran, direktor
Bogi Nemanič, finančni direktor
Jožko Umnik, tehnični direktor
Metka Zvitorepec, direktor prodaje

Banke

Stanje na dan: 23. avgust, 2011

Aktivni transakcijski računi:

Investbanka Piranka

Piranska PIRAN, Slovenija
Št. računa: 32000-6019786505
DUNS: [36-019-4659](#)

Investbanka Piranka

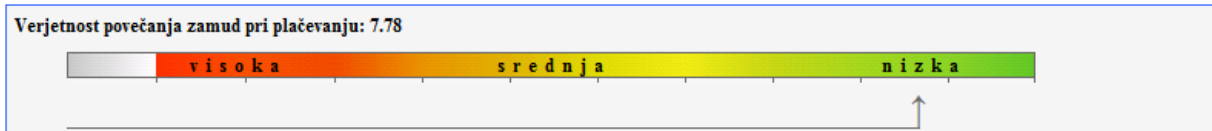
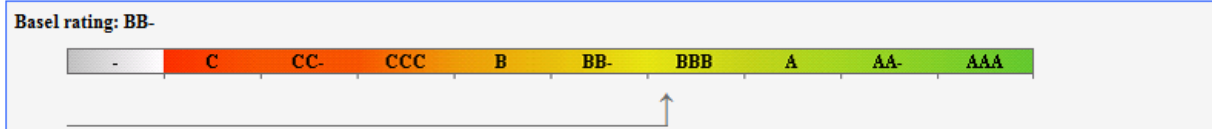
Piranska PIRAN, Slovenija
Št. računa: 32000-8221994862
DUNS: [36-019-4659](#)
Število dni blokad računa v zadnjih 6 mesecih: 4
Število blokad računa v zadnjih 6 mesecih: 1

Blokirani transakcijski računi:

Investbanka Piranka

Piranska PIRAN, Slovenija
Št. računa: 32000-967855441
DUNS: [36-019-4659](#)
Datum zadnje blokade: 30. april, 2011
Število dni blokad računa v zadnjih 6 mesecih: 20

Ocena tveganja



D&B Plačilni ključ 78

Družba po dostopnih podatkih plačuje dogovorjene obveznosti v povprečju **2 dni za rokom.**

Če je vrednost ključa 100 pomeni, da družba plačuje vse račune z avansom; če je vrednost ključa med 80 in 100, plačuje družba račune povprečno v dogovorjenem roku ali hitreje; če je vrednost ključa manjša od 80, družba v povprečju plačuje račune z določeno zamudo. Pri izračunu povprečne zamude je izpisanih zadnjih do 80 računov, ki niso starejši od 12 mesecev. V spodnji tabeli so navedena plačila in njih povprečne zamude razdeljena po kategorijah velikosti plačil, ki se nahajajo v bazi plačil Bonitetna hiša I, d.o.o., Ljubljana za zadnjih dvanajst mesecev. Zajeti so vsi računi za to družbo iz baze, ki niso starejši od 12 mesecev.

Spodaj so navedeni posamezni računi, iz katerih je bil izračunan plačilni ključ. Tu niso navedeni niti vsi, niti najpomembnejši računi, temveč zgolj tisti, ki so nam bili dostopni. Mogoče je, da je kateri od računov zamujen zato, ker se je izgubil, založil ali pa je bil sporen. Zneski na računih so v lokalni valuti in so zaokroženi.

datum	znesek	plačilo
junij 2011	20	v roku
junij 2011	200	v roku
junij 2011	200	v roku
maj 2011	200	v roku
april 2011	50	v roku
april 2011	200	v roku
april 2011	50	v roku
april 2011	20	v roku
april 2011	20	v roku
april 2011	500	v roku
marec 2011	50	v roku
marec 2011	200	v roku
marec 2011	500	v roku
marec 2011	500	v roku
marec 2011	500	v roku
marec 2011	500	v roku
marec 2011	500	v roku
marec 2011	500	v roku
marec 2011	50	v roku
marec 2011	50	v roku
februar 2011	20	v roku
februar 2011	200	v roku
februar 2011	200	v roku
februar 2011	20	v roku
februar 2011	500	v roku
februar 2011	50	v roku
februar 2011	500	v roku
februar 2011	50	v roku
februar 2011	20	v roku
januar 2011	500	zamuda do 15 dni
januar 2011	500	zamuda do 15 dni
januar 2011	500	v roku
januar 2011	500	v roku
januar 2011	500	v roku
januar 2011	200	v roku
januar 2011	500	v roku
januar 2011	500	v roku
januar 2011	2.000	v roku
januar 2011	50	zamuda do 15 dni
december 2010	50	v roku
december 2010	200	v roku
december 2010	200	v roku
december 2010	200	v roku
november 2010	500	v roku
november 2010	500	v roku
november 2010	20	v roku

november 2010	50	v roku
november 2010	200	v roku
november 2010	50	v roku
november 2010	50	v roku
november 2010	200	v roku
november 2010	200	v roku
oktober 2010	20	v roku
oktober 2010	50	v roku
oktober 2010	5.000	v roku
oktober 2010	500	v roku
oktober 2010	500	v roku
september 2010	50	zamuda do 15 dni
september 2010	200	zamuda do 15 dni
september 2010	500	zamuda do 15 dni
avgust 2010	500	v roku
avgust 2010	50	v roku
avgust 2010	200	v roku
avgust 2010	50	v roku
avgust 2010	50	v roku
avgust 2010	50	zamuda do 15 dni
avgust 2010	50	v roku
avgust 2010	200	v roku

Več o vodstvu

Miran Tiran, direktor

Rojstvo: 5. februar, 1951, PIRAN, Slovenija

Izobrazba: univerzitetni diplomirani inženir strojništva

Govori: slovensko, angleško

email (tiran@breda.si), tel: +386 23456732

Bogi Nemanič, finančni direktor

Rojstvo: 7. julij, 1953, IZOLA, Slovenija

Izobrazba: univerzitetni diplomirani ekonomist

Govori: slovensko, nemško

Jožko Umnik, tehnični direktor

Rojstvo: 22. april, 1944, MARIBOR, Slovenija

Izobrazba: diplomirani inženir

Govori: slovensko, angleško

Metka Zvitorepec, direktor prodaje

Rojstvo: 11. februar, 1948, LJUBLJANA, Slovenija

Izobrazba: univerzitetni diplomirani ekonomist

Govori: slovensko, angleško, italijansko

Zgodovina

Pričetek poslovanja: 1960 pod imenom Tovarna Barvitih Izdelkov.

Registriran od 1. april, 1991 kot družba z omejeno odgovornostjo.

Pravna oblika

Pravna oblika: družba z omejeno odgovornostjo, registracija 1. april, 1991.

Matična številka: 1234567

ID številka za DDV: SI1345678

Kapital

Izdani kapital: 1.233.048

Nominalni kapital: 1.059.022

Employees / Zaposleni ima v družbi 21.15% lastniškega deleža.

Miran Tiran ima v družbi 12.00% lastniškega deleža.
Sklad Zaklad ima v družbi 11.22% lastniškega deleža.

Materinska družba

Večinski lastnik te družbe je **Investbanka Piranka**, DUNS: 36-019-4659, SI - PIRAN, Slovenija, 55.63% lastniškega deleža.

Hčerinske družbe

Tople Barve d.o.o., PTUJ, Slovenija
Lastniški delež: 100.00% kapitala

Sole Verde, Napoli, Italija
Lastniški delež: 99.00% kapitala

Breda Kreda France, Armagnac, Francija
Lastniški delež: 61.00% kapitala

Podružnice

BREDA D.O.O., Makedonska 3, SKOPJE, Makedonija (v lasti pisarna)
BREDA D.O.O., Zagrebška 1, ZAGREB, Hrvaška (v lasti pisarna)
BREDA D.O.O., Sarajevska 6, SARAJEVO, Bosna in Hercegovina (v lasti pisarna)
BREDA D.O.O. (predstavništvo / representative office), Srbski trg 14, BEOGRAD, Srbija (v najemu pisarna)

Poslovanje

Dejavnost:
Standardna industrijska klasifikacija (SIC-USA):
2851 Proizvodnja barv, lakov in podobnih snovi
Letna proizvodnja je 1.500.000 liter.

Slovenska Klasifikacija dejavnosti (SKD 2008):
20.300 Proizvodnja barv, lakov in podobnih premazov, tiskarskih barv in kitov.
Letna proizvodnja je 1.500.000 liter.

Tipi kupcev:
družbe;
državna uprava;

Blagovne znamke:
MINI BREDA
MAXI BREDA

Družba proda 22% na domačem trgu.

Družba izvažata v države: Avstrija, Nemčija, Italija, Velika Britanija, Češka republika. Delež izvoza družbe je 78%.

Družba uvažata iz držav: Nemčija, Italija. Delež uvoza družbe je 42%.

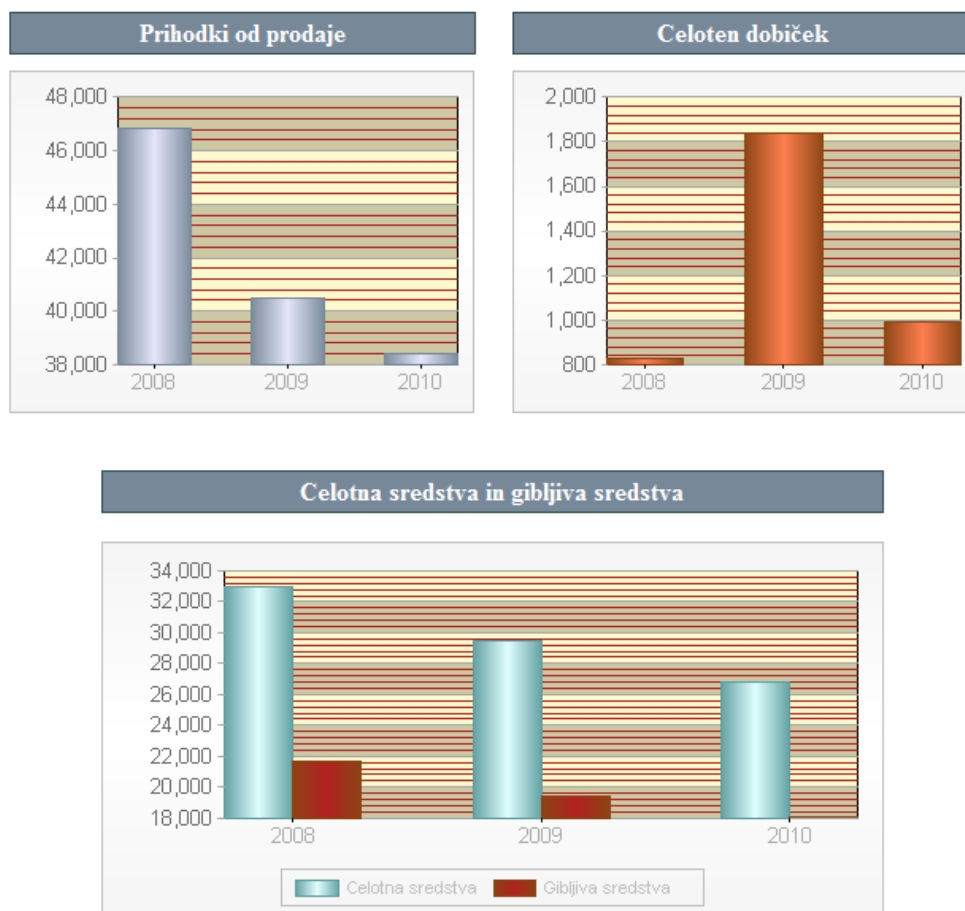
Zaposleni: 73, od tega 73 poln delovni čas.

Vozila: 8
dostavna vozila, v lasti: 3
tovornjaki, v lasti: 2
avtomobili, v lasti: 1
avtomobili, v najemu: 1
dostavna vozila, leasing: 1

Nepremičnine:
v lasti: tovarna, pisarna, skladišče 5.867 m².
v lasti: zemljišče 9.500 m².

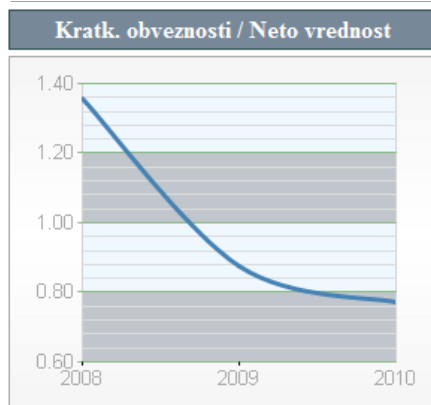
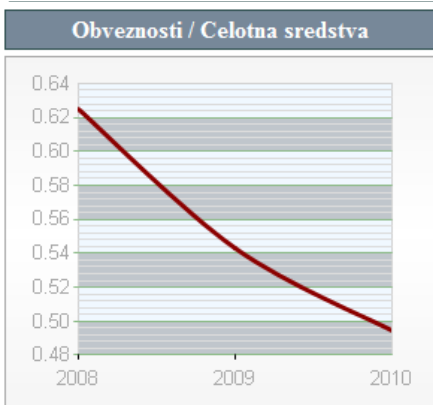
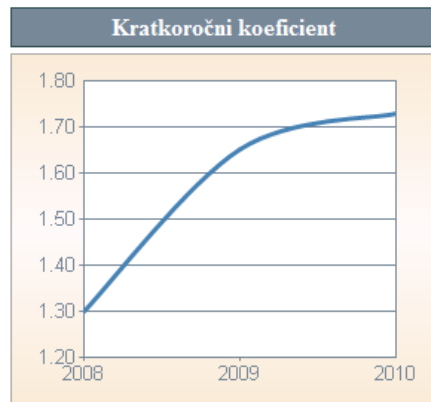
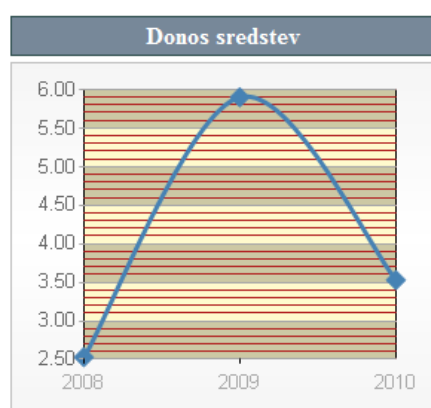
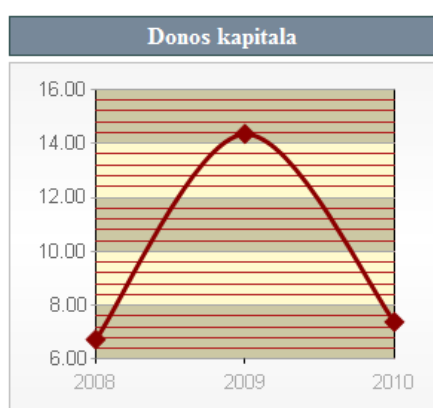
Konec fiskalnega leta:

	31. december, 2008	31. december, 2009	31. december, 2010
	v 1.000	v 1.000	v 1.000
Prihodki od prodaje	46.855	40.505	38.420
Celoten dobiček	825	1.842	993
Neto vrednost	12.281	13.366	13.522
Opredmetena osnovna sredstva	11.094	9.840	8.452
Celotna sredstva	33.005	29.482	26.799
Gibljava sredstva	21.636	19.378	18.099
Kratkoročne obveznosti	16.674	11.717	10.466
Obratni kapital	4.962	7.661	7.633
Dolgoročne in kratkoročne obveznosti	20.624	16.016	13.252
Dolgoročne finančne naložbe	197	197	184
Neopredmetena dolgoročna sredstva	807	792	757
Neto vrednost in celotna sredstva so zmanjšane vrednosti za znesek neopredmetenih sredstev.			



KOLIČNIKI

	31. december, 2008	31. december, 2009	31. december, 2010
Kratkoročni koeficient (x)	1.30	1.65	1.73
Koeficient solventnosti (%)	268.75	220.57	198.19
Opredmetena osnovna sredstva / Neto vrednost (%)	90.33	73.62	62.51
Kratkoročne obveznosti / Neto vrednost (%)	135.77	87.66	77.40
Koeficient obračanja (%)	143.93	129.64	136.53
Prodaja / Obratni kapital (x)	9.54	6.42	5.02
Sredstva / Prodaja	69.48	77.13	73.24
Čista dobičkonosnost prodaje (%)	1.76	4.55	2.58
Donos kapitala	6.74	14.36	7.39
Donos sredstev	2.53	5.90	3.53
Prodaja / Število zaposlenih (v tisočih)	578.00	513.00	526.00
Dobiček / Število zaposlenih (v tisočih)	10.00	23.00	14.00



Bilanca stanja na dan 31. december, 2010.

OBVEZNOSTI	v 1.000	SREDSTVA	v 1.000
Kapital	14.279	Dolgoročna sredstva	9.457
Osnovni kapital	1.059	Neopredmetena dolg. sredstva in dolg. AČR	757
Rezerve	4.607	Opredmetena osnovna sredstva	8.452
Preneseni čisti poslovni izid	7.862	Dolg. fin. naložbe	184
Čisti poslovni izid poslovnega leta	751	Dolgoročne terjatve iz poslovanja	64
Rezervacije in dolg. pasivne časovne razmejitve	709	Kratkoročna sredstva	18.099
Dolgoročne finančne obveznosti	2.077	Zaloge	5.956
Kratkoročne poslovne obveznosti	5.160	Kratkoročne terjatve iz poslovanja	10.635
Kratkoročne finančne obveznosti	5.306	Kratkoročne finančne naložbe	694
Kratk. pasivne časovne razmejitve	25	Denarna sredstva	785
		Kratk. aktivne časovne razmejitve	29
Skupaj obveznosti do virov sredstev	27.556	Skupaj sredstva	27.556

Izkaz poslovnega izida, 1. januar, 2010 do 31. december, 2010.

	v 1.000
Prihodki od prodaje	38.420
Stroški blaga, materiala in storitev	29.991
Bruto donos iz poslovanja	8.429
Stroški dela	4.465
Amortizacija in prevred.posl.odhodki pri neopr.in opred. sr.	1.725
Prevrednotovalni poslovni odhodki pri obratnih sredstvih	661
Drugi poslovni odhodki	181
Drugi prihodki poslovanja	14
Dobiček ali izguba iz poslovanja	1.411
Finančni prihodki iz deležev	14
Finančni prihodki iz danih posojil in posl. terjatev	37
Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov fin. naložb	156
Finančni odhodki iz fin. in posl. obveznosti	331
Dobiček oziroma izguba iz rednega delovanja	975
Drugi prihodki	32
Drugi odhodki	14
Celoten dobiček ali izguba	993
Davek iz dobička in odloženi davki	242
Čisti dobiček ali izguba obračunskega obdobja	751

Izkaz finančnih tokov, 1. januar, 2010 do 31. december, 2010.

	v 1.000
Začetno stanje denarnih sredstev	430
Čisti dobiček	751
Amortizacija	1.725
Sprememba zalog	458
Sprememba dolgoročnih terjatev iz poslovanja	(3)
Sprememba kratkoročnih terjatev iz poslovanja	(1.718)
Sprememba AČR	(1)
Sprememba obveznosti iz poslovanja	(1.596)
Sprememba PČR	(75)
Neto tok iz poslovanja	2.069
Spremembe neopredmetenih osnovnih sredstev	(35)
Spremembe opredmetenih osnovnih sredstev	(1.388)
Spremembe dolgoročnih finančnih naložb	(13)
Spremembe kratkoročnih finančnih naložb	(373)
Neto tok iz naložbenja	1.809
Spremembe dolgoročnih finančnih obveznosti	(1.386)
Spremembe kratkoročnih finančnih obveznosti	302
Sprememba kapitala	704
Sprememba dolgoročnih rezervacij	(84)

Neto tok iz financiranja	(464)
Končno stanje denarnih sredstev	785
Celotni denarni tok	3.414

Gornje številke so povzete iz revidiranih izkazov in dajejo objektivno sliko poslovanja.
Revizijska hiša: Revizijska družba Breda d.o.o., Ljubljana.

1. julij, 2011: Miran Tiran direktor potrdi to poročilo.

Lastniška struktura je bila pridobljena iz javnih virov dne 01.07.2011. Računovodski izkazi za leto 2010 so bili pridobljeni od družbe. Družba načrtuje rast prihodkov v letu 2011 za 7,5 %. Družba ima certifikat A1.000. v. To je primer poročilo, ki temelji na dejanskih podatkih s spremenjenimi identifikacijskimi podatki družbe. Poročilo je pripravila N.T.

Objave v tisku:

Na dan 12. september, 2010 je bilo v Finance objavljeno:

Družba namerava v letu 2011 razširiti svoje poslovanje na nove trge v južno Evropo.

Na dan 17. november, 2010 je bilo v Delo objavljeno:

Direktor družbe g. Miran Tiran je s postal 12% lastnik družbe.

Na dan 24. januar, 2011 je bilo v STA-Slovenska tiskovna agencija / Slovenian Press Agency objavljeno:

Družba je podpisana pogodbo o najetju posojila v vrednosti 42 milijonov € s kupino tujih bank.

Na dan 20. april, 2011 je bilo v Finance objavljeno:

Družba je napovedala povečanje proizvodnje.

Valuta

Devizni tečaj: 1 USD = 0.76 EUR na dan 31. december, 2010

Devizni tečaj: 1 USD = 0.69 EUR na dan 31. december, 2009

Devizni tečaj: 1 USD = 0.72 EUR na dan 31. december, 2008

Mnenje

Mnenje analitikov: Kreditiranje te družbe je sprejemljivo poslovno tveganje.

Družba po dostopnih podatkih plačuje dogovorjene obveznosti v povprečju 2 dni za rokom.

D&B rating 3A2 pomeni:

Finančna moč družbe je v razredu 12 - 25 mio USD (glede na neto vrednost) in splošno poslovno stanje je dobro (majhno tveganje).