

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**PRESOJA BONITETE PODJETJA IN ANALIZA
BONITETNIH PONUDNIKOV V SLOVENIJI**

Ljubljana, januar 2003

JERNEJ KOKOŠAR

IZJAVA

Študent JERNEJ KOKOŠAR izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. MARKO HOČEVAR in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____ Podpis: _____

KAZALO

1. UVOD	1
2. POJEM IN POMEN BONITETE PODJETJA	2
2.1. POJEM BONITETE PODJETJA	2
2.2. VLOGE SODOBNE BONITETE PODJETJA	3
2.3. GLAVNI UPORABNIKI BONITETE PODJETJA	4
3. PRESOJANJE BONITETE PODJETJA S FINANČNIMI IN NEFINANČNIMI KAZALNIKI.....	8
3.1. FINANČNI KAZALNIKI	9
3.1.1. <i>Bilanca stanja</i>	9
3.1.2. <i>Izkaz poslovnega izida</i>	10
3.1.3. <i>Izkaz finančnega izida</i>	11
3.1.4. <i>Računovodski kazalniki</i>	12
3.2. NEFINANČNI KAZALNIKI	16
4. ANALIZA BONITETNIH PONUDNIKOV V SLOVENIJI.....	20
4.1. I POSLOVNE INFORMACIJE D. O. O. LJUBLJANA.....	21
4.2. COFACE INTERCREDIT D.O.O LJUBLJANA	25
4.3. CREDITREFORM D. O. O. LJUBLJANA	27
4.4. AGENCIJA ZA JAVNOPRAVNE EVIDENCE IN STORITVE (AJ PES).....	31
4.5. BONITETNA SLUŽBA V SLOVENSKI IZVOZNI DRUŽBI.....	34
4.6. OCENA BONITETNIH POROČIL SLOVENSКИH PONUDNIKOV	37
5. RAZISKAVA UPORABNOSTI BONITETNIH POROČIL V SLOVENSKEM PROSTORU	39
5.1. NAMEN RAZISKAVE	39
5.2. POTEK RAZISKAVE.....	39
5.3. OBRAZLOŽITEV REZULTATOV RAZISKAVE.....	40
5.4. KLJUČNE UGOTOVITVE RAZISKAVE.....	41
6. SKLEP.....	41
LITERATURA	43
VIRI	44
PRILOGE	

1. UVOD

Obvladovanje tveganj je postalo eden od ključnih dejavnikov uspešnosti v sodobnem poslovanju in prvi pogoj za ohranjanje konkurenčne sposobnosti podjetja. V tržnem gospodarstvu so podjetja pri poslovanju prepuščena sama sebi, sama so odgovorna za svoje poslovanje, posledice napačnih poslovnih odločitev morajo nositi sama. Tržno gospodarstvo torej pomeni individualizacijo tveganja in individualno prevzemanje odgovornosti za uresničitev ali neuresničitev poslovnih načrtov. Zato morajo biti poslovni subjekti bolj pazljivi pri vzpostavljanju poslovnih stikov z bodočimi poslovnimi partnerji, še posebej s tistimi, s katerimi še nimajo lastnih izkušenj. Razen tega pa morajo zaradi dinamičnosti sprememb poizvedovati tudi po informacijah o že obstoječih poslovnih partnerjih.

Vedno bolj uveljavljen vir informacij predstavlja boniteta podjetja, ki skuša opravičiti poslovne odnose in zaupanje v določeno podjetje. Slovenska podjetja so se šele dobro začela zavedati pomena bonitet, zato ponudniki bonitet med seboj tako rekoč ne tekmujejo, zlasti ne s ceno. V medicini se je uveljavilo načelo, da je bolje preprečiti kot zdraviti. V poslovnem svetu ima tako preventivno moč prav bonitetna dejavnost. Za nekaj denarja, ki ga bomo odšteli za boniteto, lahko prihranimo na milijone tolarjev, ki bi jih izgubili, če bi sklenili posel z družbo, ki se duši v dolgovih, ali pa nima jasno opredeljene vizije o prihodnosti. Morda je celo bolj dragocena boniteta tista, ki vsebuje le en stavek: podjetje, za katero ste naročili boniteto, ne obstaja. In če si dovolim nekoliko cinizma: če ne naročimo bonitete o poslovnem partnerju pred sklenitvijo posla, se nam lahko zgodi, da bomo morali naročiti drugo storitev, s katero se tudi ukvarjajo bonitetne hiše – izterjavo dolgov. Ta nas bo stala veliko več časa in denarja.

Osnovna dilema pri opredelitvi bonitete je v tem, ali naj bo ocena bonitete podjetja povezana le s tistimi pokazatelji, ki neposredno potrjujejo, da imamo opravka z zanesljivim ali nezanesljivim dolžnikom in poslovnim partnerjem, ali pa je obvezno analizirati vse tiste elemente in faktorje, ki zagotavljajo splošno ekonomsko stabilnost, ugled in perspektivo podjetja v poslovnem svetu, dober položaj na trgu ter dobre razvojne in proizvodne programe, ki omogočajo dolgoročen obstoj in pravilno strategijo podjetja.

V diplomski nalogi skušam zgoraj omenjeno dilemo razjasniti s pomočjo samega razvoja pojmovanja bonitete podjetja, pomena in glavnih uporabnikov le-te. V nadaljevanju sledi še konkreten prikaz nekaterih finančnih in nefinančnih kazalnikov, ki so nepogrešljivi za celovito boniteto podjetja. Razvitost trga (bonitetnih) informacij je povzročil, da je boniteta začela pridobivati svojstvo blaga, ki ima svojo ceno. Prav zato se v drugem delu diplomske naloge osredotočim na analizo vseh podjetij, ki pomembno soustvarjajo trg izdelovanja bonitet v Sloveniji. Predvsem pa me zanima, kakšen je njihov tržni položaj, po kakšnih kriterijih pripravljajo bonitete in katere so glavne vsebinske posebnosti vsake izmed njih. Namen same analize je ugotoviti, v kolikšni meri proučevane bonitetne hiše izpolnjujejo zahteve, ki jih postavlja sodobna interpretacija bonitete podjetja. Na drugi strani pa analiza

novemu uporabniku bonitet lahko koristi pri izbiri bonitetne hiše, ki bi v največji meri izpolnila njegova pričakovanja in želje. Nalogo zaključim s kratko interpretacijo ankete, v kateri sem spraševal naključna slovenska podjetja, katere ponudnike bonitet podjetij uporabljajo, kako so zadovoljni z njimi ter katerim informacijam, ki jih vsebuje boniteta, pripisujejo največji pomen.

2. POJEM IN POMEN BONITETE PODJETJA

2.1. POJEM BONITETE PODJETJA

Beseda boniteta ima izvor v latinski besedi "BONUS", kar pomeni dober, sposoben, prednost; oziroma v besedi "BONITAS", kar pomeni dobrot, odličnost, pravičnost. Beseda pomeni množico pozitivnih lastnosti gospodarskega subjekta, ki ga razvrščajo v dobrega in zanesljivega dolžnika. Boniteto lahko razumemo kot kakovost, vrednost posameznika, podjetja, stvari, zemljišč (Belak, 1994, str. 202).

Tako v domači kot v tuji literaturi je opazna vrsta nasprotujočih si opredelitev pojma bonitete podjetja. Mnogi boniteto pojmujejo zelo ozko in jo enačijo z lastnostmi, ki so le del celovite bonitete podjetja po pojmovanju drugih. Tako z ožjim pojmovanjem bonitete mislijo na kreditno sposobnost, ali še bolj parcialno, na plačilno sposobnost podjetja. Takšno tradicionalno gledanje na boniteto prevladuje v podjetjih, ki jih pestijo likvidnostne težave, ki jim grozi stečaj, oziroma v krogu podjetnikov, ki nimajo vizije o svojem poslovanju in pristopajo k poslovanju nenačrtno. Danes je predvsem uveljavljeno sodobno razumevanje bonitete podjetja, po katerem boniteta podjetja odraža kakovost njegovega poslovanja, ki se kaže v zanesljivosti, solidnosti, uspešnosti in perspektivnosti podjetja.

Medsebojno prepleteni razlogi, kot so družbeno politične spremembe, kompleksnejše okolje (razen poslovnega tudi kulturno, tehnično, politično, izobraževalno, demografsko in naravno), napredek znanosti in tehnike s pozitivnimi in negativnimi učinki, informatizacija družbe, globalizacija, splošna gospodarska nihanja, krizne okoliščine v podjetjih in stečaji podjetij, sekurizacija itd., ob vzporednem spreminjanju vrednot in načina mišljenja (holistično mišljenje, okoljska ozaveščenost) so vzrok drugačnega in kompleksnejšega dojetja bonitete podjetja.

Osnovna razlika med tradicionalnim in sodobnim gledanjem na boniteto podjetja je predvsem ta, da tradicionalno pojmovanje upošteva tistih lastnosti podjetja, ki so sredstvo oziroma pogoj za doseganje bonitete podjetja v sodobnem pomenu. Različen je tudi časovni horizont. Boniteta podjetja v tradicionalnem pomenu odkriva v glavnem pretekla dogajanja in stanja v podjetju. Za razliko od tega poudarjenega retrospektivnega gledanja v mejah podjetja uveljavlja sodobno pojmovanje prospektivno gledanje, usmerjenost v prihodnost. Pri tem se ne omejuje zgolj na podjetje, upošteva tudi dogajanja in stanja v njegovem okolju. Bistvena razlika je nadalje v tem, da tradicionalno pojmovanje upošteva lastnosti, ki jih je možno kvantificirati. Sodobno opredeljevanje jemlje ob teh vse bolj v obzir kvalitativne lastnosti, t. i.

mehke elemente, in med njimi vse bolj potenciale podjetja. Kvantifikacija le-teh je težka, včasih nesmiselna ali celo nemogoča (Knez-Riedl, 1998, str. 19).

Opredelitve avtorjev po celem svetu se zelo razlikujejo, vendar pa imajo vse skupno točko – ugodnost poslovanja. Sam bi boniteto podjetja opredelil kot celotno sliko podjetja, ki poleg splošnih podatkov prikazuje tudi vse pozitivne in negativne pojave ter procese v podjetju, ki vplivajo na uspešnost podjetja, pa tudi pojave in procese v njegovem okolju, ki se jim mora podjetje prilagajati, da bi si zagotovilo obstanek in razvoj.

2.2. VLOGE SODOBNE BONITETE PODJETJA

V razvitih tržnih gospodarstvih je preverjanje bonitete bodočih poslovnih partnerjev nekaj povsem običajnega, medtem ko v Sloveniji ocenjevanju bonitete poslovanja podjetja do nedavnega ni bila namenjena takšna pozornost, vendar pa se pomembnost dobre bonitete danes vse bolj kaže tudi v Sloveniji.

Boniteta podjetja je osnova zdrave poslovne politike in razvoja. Nobena od aktivnosti organizacijskega prestrukturiranja, lastniške transformacije, uvajanja novih investicijskih programov, izdaje vrednostnih papirjev, finančne politike, javnih natečajev in upravljanja podjetja ni možna, preden se ne oceni boniteta podjetja.

S pomočjo dobro pripravljene bonitete podjetja lahko vodstveni delavci oz. tudi drugi uporabniki sprejemajo dobre poslovne odločitve. Nema lokrat so se podjetja na podlagi bonitet izognila izgubi, ki bi nastopila v primeru, da bi sodelovali s podjetjem, za katerega je bila ugotovljena slaba boniteta.

Poznavanje bonitete obstoječih in potencialnih poslovnih partnerjev, pa tudi lastne bonitete podjetja je eden izmed temeljnih pogojev kakovostnega poslovnega odločanja glede ohranjanja in navezovanja poslovnih razmerij. Zlasti dragocena so dolgoročna razmerja, prav za te pa je nevarnost zmot v presojanju perspektivnosti povezave lahko najusodnejša. Seznanjenost z boniteto podjetja zmanjšuje tveganje napačnih odločitev, ki lahko podjetje oškodujejo in celo ogrožajo, utegnejo ga tudi odvrniti od perspektivnih naložb in drugih poslovnih potez. Vedno bolj do izraza prihaja pomen bonitete za uresničevanje strategij in doseganje dolgoročnih ciljev podjetja. Tudi v tem kontekstu je poleg bonitete poslovnih partnerjev enako pomemben lasten bonitetni položaj.

Temeljne vloge bonitete podjetja so:

– **Obvladovanje tveganj** – v tradicionalnem pomenu je bil glavni namen bonitete podjetja zavarovanje pred finančnimi tveganji. Finančna tveganja navadno delimo na tržna tveganja (obrestno, valutno in druga tveganja), kreditno tveganje ter tveganje zmanjšane plačilne sposobnosti. Danes so podjetja izpostavljena tudi vsakršnim drugim poslovnim tveganjem, povezanim z negotovostjo prihodnje konkurenčnosti ter možnosti razvoja, rasti in preživetja. Podjetja se lahko zavarujejo pred tveganji tako, da uvedejo ustrezen sistem ravnanja s

tveganji, s katerim opredelijo vrsto tveganj in izpostavljenost posameznim vrstam tveganj. Izpostavljenost tveganjem pri poslovnih razmerjih se vodstva podjetij v veliki meri izognejo z upoštevanjem bonitete poslovnih partnerjev.

– **Usmeritev k priložnostim** – sodoben koncept bonitete podjetja nudi možnost indentifikacije priložnosti, kar pomeni preusmeritev k perspektivnim partnerjem. Ta nova vloga bonitete podjetja se udejanja pri sklepanju kooperacijskih pogodb, pri oblikovanju in razvijanju partnerstev in zavezništev, pri navezovanju podporne mreže.

– **Kakovostnejše komunikacije** – boniteta podjetja omogoča smiselno širjenje komunikacijske mreže tako znotraj podjetja (med poslovnimi delavci in lastniki podjetja, med njimi in zaposlenimi ter med zaposlenimi) kot med podjetjem in okoljem (poslovnimi partnerji, vladnimi in drugimi institucijami, javnostjo). S pomočjo izmenjave mnenj lahko boniteta podjetja pripomore k doseganju komunikacijskih ciljev kot so: poznavanje podjetja, poudarjanje njegovih prednosti, večanje zanimanja za podjetje, razumevanje ravnanja podjetja, vzpodbujanje dejanj podjetja v prid uresničitvi njegovih ciljev in strategij.

– **Priporočilo poslovnim partnerjem** – boniteta podjetja je prvenstveno referenca poslovnim partnerjem, pa najsi zvedo zanjo od samega podjetja ali preko posrednikov. Pomembna pa postaja tudi za oblikovanje javnega mnenja o podjetju, za oceno njegove družbene odgovornosti in znotraj nje čedalje bolj okoljske odgovornosti.

Poslovna pogajanja potekajo v neprestani časovni stiski in v razmerah nepopolnih informacij. Zaradi razgibanega dogajanja, pogostih in pomembnih sprememb se je treba oskrbeti z bistvenimi, zanesljivimi informacijami. Pomankljive informacije pred vzpostavitvijo poslovnega razmerja in tudi že po njej se kažejo v tako imenovani informacijski nesomernosti (asimetriji). Zanja je značilno, da poslovna partnerja nista enakovredno informirana. Obstaja nevarnost, da bo bolje informirani partner izkoristil prednost v škodo drugega. Žrtve informacijske nesomernosti so predvsem mala podjetja, ki obvladujejo le del poslovnega procesa in niso niti vešča niti finančno sposobna priskrbiti potrebne informacije. Pomanjkanje izkušenj in znanja jih peha v sklepanje neugodnih, tveganih poslovnih pogodb s partnerji, ki prikrivajo pomembne informacije o sebi in svojih poslovnih namerah (Knez-Riedl, 2000, str. 26).

2.3. GLAVNI UPORABNIKI BONITETE PODJETJA

Poslovni svet posveča boniteti podjetja vse večjo pozornost. Tako so po informacijah o boniteti pričeli povpraševati različni interesenti, kar dokazuje, da se je upoštevanje bonitete pričelo vidneje uveljavljati kot sredstvo za minimiziranje tveganja ter kot selekcijski instrument pri raznovrstnih poslih. Po informacijah o boniteti so pričeli povpraševati poslovni subjekti pri vseh blagovnih in finančnih razmerjih (Osmanagić-Benedik, 1992, str. 27).

Različni uporabniki pripisujejo boniteti podjetja različen pomen in vrednost informacij. Investitorja bodo finančni kazalci zanimali z drugega vidika kot npr. kreditodajalca. V nadaljevanju prikažem nekatere glavne skupine uporabnikov bonitete podjetja, in sicer: investitorje, banke in druge posojilodajalce, poslovne partnerje, konkurente, lastnike podjetja, podjetja za lastno oceno svojega poslovanja, Slovensko izvozno družbo in druge kreditne zavarovalnice ter druge interesente.

a) Investitorji

Za investitorja je pomembno, da ima čim več znanja in da je njegova analiza naložbe čim boljša. S tem si investitor zniža tveganje, ki je poleg donosnosti in stopnje družbene odgovornosti glavno vodilo pri oblikovanju in spremljanju svojega portfelja. Za analizo investitor potrebuje čim več podatkov o podjetju. Nekatere podjetja predložijo kar sama (javne delniške družbe, ki svoje delnice prodajajo odprtemu krogu investorjev), vendar so to le finančni podatki o poslovanju, pa tudi podatki o tržnih namerah, o vodilnih delavcih, načrtih raziskave in razvoja itd. Investitor mora pridobiti tudi nekatere neodvisne informacije, saj se lahko pojavi problem pristranskosti informacij (Mramor, 1993, str. 141). Rešitev predstavlja kakovostna boniteta poslovanja podjetja.

b) Banke in posojilodajalci

Posojilodajalce, ki financirajo podjetje kratkoročno, zanima kratkoročna kreditna sposobnost. V primeru dolgoročnega financiranja jih zanima dolgoročna kreditna sposobnost in vse več drugih dejavnikov, ki opredeljujejo sodobno boniteto podjetja. V primeru večjega zneska kredita so zahtevnejši. Njihov interes oziroma cilj so varna naložba, zadovoljive obresti in rast premoženja.

V razvitih tržnih gospodarstvih so banke praviloma najpomembnejši finančni posredniki. Predstavljajo finančno institucijo, ki sprejema depozite od fizičnih in pravnih oseb ter daje kredite iz teh sredstev za svoj račun in opravlja druge storitve, za katere zakon določa, da jih smejo opravljati samo banke. Zakon o bankah točno določa, da mora banka poslovati po načelih varnosti, likvidnosti in rentabilnosti.

Ko banka kot posojilodajalec podjetju odobri posojilo, prevzame nase posojilno tveganje, torej tveganje, da posojilo ne bo vrnjeno v dogovorjenem vračilnem roku, ali sploh ne bo vrnjeno.

V namen zmanjševanja tveganja so banke ustanovile lastne službe, ki se v večini primerov imenujejo bonitetne službe. Te službe se ukvarjajo izključno z analizami bonitet podjetij, ki banko zaprosijo za odobritev večjega kratkoročnega ali dolgoročnega kredita.

Glavni cilji bank pri določanju bonitete podjetij so:

- opredeliti višino rizika, ki ga banka sprejema ob odobritvi posojila podjetju in je izražen v obliki bonitetnega ratinga
- opredeliti perspektivnost podjetja
- opredeliti nevarne točke v poslovanju podjetja
- opredeliti višino limita za kreditiranje podjetja s strani banke

Banke imajo sicer organizirane lastne bonitetne službe, vendar pa kot vir informacij uporabljajo tudi bonitete specializiranih bonitetnih hiš. Upoštevajo predvsem podatke o rednosti poravnavanja obveznosti do dobaviteljev, posojilno priporočilo in oceno podjetja, ki ju določi bonitetna hiša, število zaposlenih, podatke o lastnikih itd.

c) Poslovni partnerji

Podjetja, ki preverjajo poslovne partnerje, so najpogostejši naročniki bonitet. Pri obstoječih poslovnih partnerjih je zaupljivost podjetja večja, tveganje sklenjenega posla pa manjše. Z razvojem sodelovanja in večletnimi izkušnjami se praviloma pojavi zdrava mera zaupanja, vendar pa mora biti podjetje pozorno, saj lahko obstoječi poslovni partner spremeni pogoje poslovanja, katerim pa se mora podjetje prilagoditi. Če stroški presežejo koristi spremenjenega poslovanja, lahko podjetje partnerstvo tudi opusti. Najpogostejši znaki, ki kažejo na to, da partner posluje manj uspešno kot v preteklosti, so predvsem spremenjeni pogoji plačilnega poslovanja, težave pri poravnavanju obveznosti in negativne spremembe rezultatov poslovanja. Alarmu se podjetje odzove tako, da naroči boniteto podjetja in s tem pridobi tako finančne kot nefinančne informacije.

Vstopanje v poslovni odnos terja običajno bolj skrbnejše preučevanje bonitete podjetja. Podjetje svojega potencialnega partnerja ne pozna dobro, z njim nima nikakršnih poslovnih navad, zato naroči obsežno boniteto in s tem zmanjša tveganje napačne izbire. Pri tem je pozorno predvsem na splošni del bonitetnega poročila (tveganost poslovanja, trend poslovanja, posojilna in plačilna sposobnost), pravnoorganizacijsko obliko (pokritje neporavnanih obveznosti v primeru stečaja), starost podjetja, število zaposlenih, plačilne navade različnim dobaviteljem, premoženje podjetja.

“Na kaj usmerjajo svojo pozornost, vpliva tudi vrsta poslov. Pri kratkoročnih poslih je v ospredju predvsem plačilna sposobnost, pri dolgoročnih pa dolgoročna sposobnost. Partnerji, ki iščejo priložnosti, kažejo več zanimanja za zmožnosti podjetja in kaj je možno uresničiti z njim. Ne glede na ročnost poslov imajo čedalje večjo težo zanesljivost, poslovna morala, okoljska ozaveščenost podjetja” (Knez-Riedl, 2000, str. 28).

d) Konkurenti

Vsako podjetje pripada določeni panogi, v kateri je skoncentrirano več ključnih dejavnikov uspešnosti podjetja. Podjetje preverja boniteto drugih podjetij v panogi in si s tem veča možnosti konkurenčne prednosti. Če je določeno konkurenčno podjetje doseglo bistveno boljše poslovne rezultate v enakih gospodarskih in političnih pogojih, potem je pomembno, da podjetje opravi primerjalno analizo in ugotovi, kje je razlog za njegovo manjšo uspešnost. Pozorni pa moramo biti tako na pomanjkljivosti kot na prednosti tekmecev, saj se vse več podjetij zanima za boniteto zaradi vzpostavitve strateških partnerstev in drugih načinov sodelovanja s podjetji – konkurenti.

e) Lastniki podjetja

Lastnike zanimajo varnost in donosnost naložb ter pravice, povezane z njimi. Različne vrste lastnikov so različno motivirane za pridobivanje popolnejših informacij o podjetju. Velikokrat nastopajo posamezni lastniki tudi v vlogi upnikov (banke, dobavitelji, kupci, zaposleni itd.). Ta hkratna vloga lastnika in upnika ima dodaten razlog za pridobitev bonitete podjetij, saj si te interesne skupine tako povečujejo sposobnost nadzora nad upravo, omogočijo si aktivnejšo vlogo pri obvladovanju podjetij, kvalitetnejšo oceno tveganja svojih naložb, v primeru delniških družb pa tudi spoznanja, da cene delnic v kar največji meri odražajo njihovo pravo vrednost.¹

f) Podjetja za lastno oceno svojega poslovanja

Poznavanje lastne bonitete podjetja omogoča podjetju ocenitev svojih možnosti in s tem neko pozitivno spodbudo za podjetje samo, ki si prizadeva odpraviti pomanjkljivosti v svojem poslovanju. Managerjem omogoča primerjavo z drugimi podjetji, spremljanje, nadziranje in usmerjanje poslovanja (podlaga za določanje bodoče strategije podjetja), za poročanje lastnikom podjetja in članom upravnega odbora. Najpogosteje podjetje potrebuje svojo boniteto, kadar navezuje stike z novimi poslovnimi partnerji. Z njo se predstavi poslovnemu partnerju in mu pomaga pri odločitvi, na kakšen način sodelovati s podjetjem.

g) Slovenska izvozna družba² in druge kreditne zavarovalnice

Še pred časom je Slovenija na področju uporabe bonitete pri poslovanju zaostajala za zahodnimi podjetji. Poleg bank so izrazito rast povpraševanja po bonitetah povzročile prav Slovenska izvozna družba (SID) in druge kreditne zavarovalnice.

¹ Več o tem glej Stefančič et al: Priročnik o obvladovanju podjetij Ljubljana: Agencija RS za prestrukturiranje in privatizacijo, 1997. Str. 15-19.

² "Družba za zavarovanje in financiranje izvoza Slovenije je finančna organizacija za zavarovanje in financiranje izvoznih poslov ter za opravljanje drugih poslov, s katerimi se spodbuja in pospešuje ekonomske odnose s tujino." (drugi odstavek 2. člena Zakona o družbi za zavarovanje in financiranje izvoza Slovenije, Uradni list RS, št. 32/92, 37/95, 34/96, 31/97 in 99/99).

Vse bolj razvito kreditno zavarovanje omogočajo v Sloveniji tri zavarovalnice, pri čemer je SID vodilna in edina specializirana za to vrsto zavarovanj. Drugi dve sta splošni zavarovalnici, katerima je kreditno zavarovanje zgolj dopolnitev njune druge ponudbe in tako marginalen del njunega celotnega portfelja.

Pri mednarodnem poslovanju je podjetje – izvoznik izpostavljeno komercialnemu in nekomercialnemu tveganju. Pred tem tveganjem se lahko zavaruje pri zavarovalnicah, ki izvajajo zavarovanja poslovnega tveganja. Ta oblika zavarovanja podjetja proti neplačilu tujih kupcev je ena najbolj tveganih. Zavarovalnice tako pred sklenitvijo zavarovanja zahtevajo tudi boniteto podjetja – uvoznika, torej poslovnega partnerja, s katerim želi podjetje – izvoznik skleniti nek posel.

SID je edina finančna institucija v Sloveniji, ki zavaruje kredite tako pred komercialnimi kot tudi pred nekomercialnimi riziki. Pri tem SID svojim strankam ne pomaga samo pri nastopanju na tujih trgih, pač pa jim pred kratkoročnimi komercialnimi riziki zavaruje tudi njihove domače terjatve. Z zavarovalnim kriterijem jim torej lahko pokrije njihovo celotno prodajo. Enako velja tudi za garancije, ki jih SID izdaja za poslovanje podjetij na domačem trgu.

Za zavarovanje izvoznih in domačih kreditov ter investicij v tujini, za izdajanje garancij in financiranje poslov mednarodne menjave in pa glede na to, da so s strani SID-a (nekoliko več o SID-u v točki 4.5, na str. 34) podprti posli že po definiciji rizični, so ustrezne baze podatkov in ocene rizičnosti trgov, kreditne informacije in ocene bonitet kupcev, dolžnikov in garantov nujne za uspešno opravljanje dejavnosti izvozno-kreditnih agencij.

h) Drugi interesenti

Čedalje večji interes izhaja iz skupine t. i. drugih interesentov, kamor lahko uvrstimo davčne in podjetniške svetovalce, revizorje, finančne analitike, vladne in javne institucije, raziskovalne institucije, strokovna združenja, medije in tako imenovano javnost, sestavljeno iz ozaveščenih posameznikov in njihovih skupin (na primer politična gibanja, porabniki). Njihov interes je usmerjen na tveganje, povezano s posameznim podjetjem ali s skupino podjetij. Hkrati imajo podjetja glede na svojo boniteto pri nekaterih od teh udeležencev programov večje možnosti financiranja določenih projektov (Knez-Riedl, 1998, str. 47).

3. PRESOJANJE BONITETE PODJETJA S FINANČNIMI IN NEFINANČNIMI KAZALNIKI

Pri presoji bonitete podjetja upoštevamo tako finančne kot nefinančne kazalnike. Finančni oziroma količinski kazalniki so osnova za presojanje uspešnosti podjetja. Vendar je njihova izrazna moč omejena, njihovo čezmerno poudarjanje pa je lahko zavajajoče. Računovodski izkazi so vedno le zgodovina, iz katerih lahko sicer napovemo prihodnost, vendar moramo imeti na voljo daljšo časovno vrsto in upoštevati, da se okoliščine in razmere ne bodo

bistveno spremenile. Finančni kazalniki so parcialni, vsak od njih omogoča le delni vpogled v poslovanje. Uporabniki bonitet potrebujejo predvsem informacije, ki so usmerjene v prihodnost, o priložnostih in tveganjih, to je nefinančne kazalnike. V današnji globalizaciji svetovna konkurenca sloni na tehnologiji, zadovoljstvu strank, kakovosti, znanju in usposobljenosti managerjev in vseh zaposlenih.

“Merjenje nefinančne uspešnosti – kot je merjenje zadovoljstva strank ali hitrosti, s katero novi izdelki prehajajo iz razvojne faze – bi bilo vlagateljem in analitikom v veliko pomoč. Podjetja bi morala poročati o tovrstnih informacijah, tako da bi podala celovito podobo o svojem delovanju” (Kaplan, Norton, 2000, str. 50).

Dobra boniteta podjetja mora zato vsebovati primeren splet finančnih kazalnikov kot rezultat poslovanja in nefinančnih kazalnikov kot gibal dolgoročne uspešnosti poslovanja.

3.1. FINANČNI KAZALNIKI

Pri presojanju celovite bonitete podjetja je finančna boniteta ključnega pomena. Finančna boniteta je izdelana na osnovi analize finančnega položaja, ta pa je izdelana na osnovi izkaza poslovnega izida, bilance stanja, izkaza finančnega izida, na osnovi računovodskih kazalnikov ter še nekaterih drugih informacijah, ki pripomorejo k popolnejši finančni analizi. S finančnimi kazalniki lahko pravilno presojamo boniteto samo, če upoštevamo njihovo medsebojno odvisnost in povezanost, saj posamezni kazalnik daje le delni vpogled v poslovanje podjetja. Vsi kazalniki niso vedno bistveni za vsako podjetje, izbiramo jih glede na značilnost posameznega podjetja. Celostna slika finančne analize nastane šele s primerjavami podatkov prejšnjih let, z načrtovanimi cilji, s sorodnimi podjetji, z najboljšimi konkurenti, s povprečjem v panogi, s povprečjem v gospodarstvu.

3.1.1. Bilanca stanja

Bilanca stanja nam prikazuje premoženjski in finančni položaj podjetja na določen dan. Kaže nam obseg in strukturo stalnih in gibljivih sredstev ter obseg in strukturo njihovega financiranja.³ Za finančno analizo uporabljamo skrajšano verzijo in prirejeno vsebino bilance stanja, ki je prikazana v sliki 1 (glej str. 10). Skrajšana vsebina daje boljši pregled ročnosti sredstev in obveznosti ter zadostuje za izvedbo analize.

³ Več o tem glej npr. v Igličar, Hočevar: Računovodstvo za managerje. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1996. Str. 47.

Slika 1: Skrajšana oblika bilance stanja

AKTIVA-SREDSTVA

dolgoročna sredstva

- STALNA SREDSTVA
 - neopredmetena dolgoročna sredstva
 - opredmetena osnovna sredstva
 - dolgoročne finančne naložbe
 - popravek kapitala
 - dolgoročne terjatve iz poslovanja

PASIVA-VIRI

dolgoročni viri

- KAPITAL
- DOLGOROČNE REZERVACIJE
- DOLGOROČNE OBVEZNOSTI

kratkoročna sredstva

- GIBLJIVA SREDSTVA
 - zaloge
 - kratkoročne terjatve iz poslovanja
 - kratkoročne finančne naložbe
 - denarna sredstva
 - AČR

kratkoročni viri

- KRATKOROČNE OBVEZNOSTI
 - kratkoročne obveznosti iz poslovanja
 - kratkoročne obveznosti iz financiranja
- PČR

Vir: Ocena kreditne sposobnosti podjetja. Seminar. Ljubljana: Interno gradivo CICEF, 1996.

Ravnovesje med strukturo sredstev glede na njihovo likvidnost in strukturo obveznosti do virov sredstev glede na zapadlost virov pomembno vpliva na finančni položaj podjetja. Struktura ročnosti virov sredstev naj bi bila enaka ročnosti sredstev. Manj likvidna oziroma dolgoročna sredstva naj bi se financirala z dolgoročnimi viri, visoko likvidna sredstva pa s kratkoročnimi viri. Bilanca stanja mora biti analizirana vsaj za tri leta, da lahko opazujemo gibanje posameznih kategorij. Presoja podatkov iz bilance stanja je kvalitetnejša, če podatke primerjamo tudi z dejavnostjo, v katero je podjetje razvrščeno.

3.1.2. Izkaz poslovnega izida

“Izkaz uspeha je poleg bilance stanja temeljni računovodski izkaz, ki ga mora na koncu poslovnega leta sestaviti organizacija, da v njem prikaže poslovni izid. V njem so po določenem vrstnem redu navedeni vsi prihodki in odhodki obračunskega obdobja, razlika med njimi pa je poslovni izid” (Turk et al., 1999, str. 192).

Kot pri analizi bilance stanja tudi za analizo izkaza poslovnega izida zadostuje skrajšana oblika izkaza poslovnega izida, ki je predstavljena v Sliki 2 (glej str. 11).

Slika 2: Skrajšana oblika izkaza poslovnega izida

<p>1. Poslovni prihodki</p> <ul style="list-style-type: none"> • domači trg • tuji trg <p>2. Poslovni odhodki</p> <p>3. Dobiček / izguba v poslovnem delu = 1 – 2</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
<p>4. Finančni prihodki</p> <p>5. Finančni odhodki</p> <p>6. Dobiček / izguba iz financiranja = 4 – 5</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
<p>7. Dobiček / izguba v rednem delu = 3 + 6</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
<p>8. Izredni prihodki</p> <p>9. Izredni odhodki</p> <p>10. Dobiček / izguba v izrednem delu = 8 – 9</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
<p>11. CELOTNI PRIHODKI = 1 + 4 + 8</p> <p>12. CELOTNI ODHODKI = 2 + 5 + 9</p> <p>13. CELOTNI DOBIČEK / IZGUBA = 11 – 12</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
<p>14. Davki</p> <p>15. ČISTI DOBIČEK / IZGUBA = 13 – 14</p>

Vir: Ocena kreditne sposobnosti podjetja. Seminar. Ljubljana: Interno gradivo CICEF, 1996.

Analiziranje izkaza poslovnega izida nudi vpogled v poslovno uspešnost podjetja. Pomembno je, da je izkaz poslovnega izida prikazan v časovni vrsti, najmanj za tri zaporedna leta, saj lahko na podlagi tega vidimo, ali se uspešnost povečuje ali zmanjšuje. Prav tako je koristna primerjava s planiranim poslovnim izidom. Pri presojanju nas zlasti zanimajo redni prihodki, odhodki ter poslovni izid, kajti to so glavni indikatorji bodoče uspešnosti (redni prihodki zrcalijo normalne pojave pri poslovanju, izredni pa so rezultat izrednih poslovnih dogodkov).

3.1.3. Izkaz finančnega izida

Izkaz finančnega izida z vidika financiranja dopolnjuje informacije, ki jih dajeta bilanca stanja in izkaz poslovnega izida in jih uporabniki potrebujejo za odločanje pri financiranju in naložbenju. S finančnim izidom razumemo vsako spremembo stanja denarnih sredstev in njihovih ustreznikov v določenem obdobju, za katerega se sestavlja (za poslovno leto ali medletna obdobja). Prikazuje nam finančne tokove pri poslovanju, pri naložbenju ter pri

financiranju. Posamezne postavke finančnega izida nam povedo, kako podjetje denarna sredstva in njihove ustreznike pridobiva, kako jih porablja ter kakšno je stanje teh sredstev na začetku in na koncu obračunskega obdobja. Na podlagi tega, se lahko ugotovi razloge za povečanje ali zmanjšanje denarnih sredstev v določenem obdobju. Denarna sredstva se lahko povečajo na podlagi novega financiranja (povečanja obveznosti do virov sredstev) ali raznaložbenja (zmanjšanja nedenarnih sredstev), zmanjšujejo pa se lahko zaradi naložbenja (povečevanja nedenarnih sredstev) ali definciranja (zmanjševanja obveznosti do virov sredstev).⁴

3.1.4. Računovodski kazalniki

Računovodski kazalniki poslovne uspešnosti gospodarskih družb so eden najpomembnejših elementov finančne analize. Njihova izrazna moč se kaže predvsem v njihovi časovni, medpodjetniškimi in panožni primerljivosti. Razvrščamo jih v naslednje skupine: kazalniki investiranja, kazalniki financiranja, kazalniki plačilne sposobnosti, kazalniki obračanja in kazalniki donosnosti.

a) Kazalniki investiranja

S kazalniki investiranja analiziramo strukturo sredstev oziroma aktivno stran bilance stanja. Ti kazalniki se zelo razlikujejo med posameznimi dejavnostmi, zato so uporabni zgolj za primerjave znotraj ene dejavnosti.

- **Delež osnovnih sredstev v sredstvih:** osnovna sredstva (neopredmetena +opredmetena)/sredstva

Delež osnovnih sredstev pove, kolikšen del stalnih sredstev ima podjetje med vsemi sredstvi. V tehnološko intenzivnih panogah je vrednost tega kazalca običajno večja kot v delovno intenzivnih panogah.

- **Delež finančnih naložb v sredstvih:** kratkoročne in dolgoročne finančne naložbe/sredstva

”Kazalnik nas opozarja, kakšna je udeležba tistih sredstev, ki ne nastopajo pri nastajanju prihodkov od poslovanja, ampak pri nastajanju prihodkov od financiranja” (Turk et al., 1996, str. 366).

b) Kazalniki financiranja

S kazalniki financiranja presojamo sestavo obveznosti do virov sredstev. Struktura financiranja sredstev vpliva na finančno tveganje ter donosnost gospodarske družbe. Ti kazalci so pomembni zlasti za posojilodajalce pri oceni tveganja glede vračila posojil.

⁴ Povzeto po Lipnik: SRS 26 in 27 – oblike izkazov finančnega izida in gibanja kapitala za zunanje poslovno poročanje. Zbornik referatov 5. letne konference preizkušenih računovodij. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo, 2002. Str. 133-155.

Donosnost in finančno tveganje sta povezana. Podjetja s stabilnim, dobro predvidljivim poslovanjem lahko varneje uporabljajo več dolžniških virov financiranja.⁵

- **Delež kapitala v financiranju (equity ratio):** kapital/obveznosti do virov sredstev

Delež kapitala v financiranju nam kaže, kakšna je stopnja lastniškega financiranja. Čim večja je njegova vrednost, tem večji je delež kapitala med celotnimi viri financiranja, večja je stopnja finančne varnosti. Lastniški kapital je za podjetje najdražji vir financiranja, zato je pomembno ravnotežje med varnostjo in stroški financiranja.

- **Delež dolgov v financiranju (debt ratio):** dolgovi/obveznosti do virov sredstev

Delež dolgov v financiranju nam kaže, kakšna je stopnja dolžniškega financiranja, oziroma kakšna je odvisnost podjetja od zunanjih virov financiranja. Za posojilodajalce je pomembno, da je ta kazalec čim manjši, ker bo tako finančno tveganje pri novih posojilih manjše.

- **Finančni vzvod (debt/equity ratio):** obveznosti iz financiranja/kapital

Kazalnik kaže odnos dolgov do kapitala podjetja. Večja kot je vrednost tega kazalnika, večje je finančno tveganje tako za upnike kot za lastnike.

c) Kazalniki plačilne sposobnosti

Kazalniki plačilne sposobnosti podjetja temeljijo na primerjavi postavk iz aktivne in pasivne strani bilance stanja na določen dan, z vidika ročnosti vnovčenja sredstev z zapadlostjo obveznosti.

- **Dolgoročno financiranje stalnih sredstev:** kapital, dolgoročne rezervacije in dolgoročni dolgovi/dolgoročna sredstva

Podjetje ne bi imelo večjih težav s plačilno sposobnostjo, če bi vsa svoja stalna sredstva financiralo s kapitalom in dolgoročnimi viri. Vrednost tega kazalca mora biti praviloma večja od 1. Podjetje, ki izpolnjuje to merilo, je kreditno sposobno in lahko prevzema nove kreditne obveznosti. Če je vrednost kazalnika manjša od 1, podjetje dolgoročno vlaganje financira s kratkoročnimi viri, kar pa ga lahko pripelje v likvidnostne težave.

- **Dolgoročno financiranje stalnih sredstev in zalog:** kapital, dolgoročne rezervacije in dolgoročni dolgovi/dolgoročna sredstva in zaloge

Ta kazalnik je dopolnitev prejšnjega, saj so običajno zaloge kot del gibljivih sredstev stalno prisotne in bi se tako morale v celoti ali delno tudi financirati iz dolgoročnih virov.

S tem kazalnikom se prikazuje dolgoročno financiranje vseh tistih sredstev, ki bi morala biti tako financirana, čeprav se med njimi nahajajo tudi zaloge, ki se morajo sorazmerno hitro obračati (Turk et al., 1999, str. 616).

⁵ Več o kazalnikih financiranja glej v Igličar, Hočevar: Računovodstvo za managerje. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1997. Str. 233.

- **Kratkoročni koeficient:** kratkoročna sredstva/kratkoročne obveznosti

Ta kazalnik meri sposobnost podjetja za poravnavo kratkoročnih obveznosti s kratkoročnimi sredstvi, če bi vse naenkrat zapadle v plačilo. Imenujemo ga tudi količnik obratne likvidnosti. Njegova vrednost je odvisna od značilnosti panoge, od gotovinske ali kreditne prodaje, od potrebnih zalog. Če so potrebne zaloge visoke, mora biti tudi vrednost tega kazalca visoka (npr. čez 2), če so nizke, pa mora biti tudi vrednost kazalca nizka (npr. okoli 1).⁶

- **Pospešeni koeficient:** kratkoročna sredstva manj zaloge/kratkoročne obveznosti

Pospešeni koeficient ali količnik obratne finančne likvidnosti prikazuje razmerje med kratkoročnimi sredstvi brez zalog in kratkoročnimi obveznostmi. Je boljši pokazatelj likvidnosti od prejšnjega kazalnika, saj so med sredstvi le denarna sredstva in terjatve, ki so hitreje vnovčljive kot zaloge. Pospešeni koeficient je ugoden, če je večji od 1, kar pomeni, da ima podjetje vsaj toliko denarnih sredstev in kratkoročnih terjatev, kot neporavnanih obveznosti.⁷

d) Kazalniki obračanja sredstev

Hitrost obračanja sredstev vpliva na donosnost sredstev in s tem na donosnost kapitala. Izračunani so kot razmerje med spremenljivko toka in spremenljivko stanja. Primerljivi so le med gospodarskimi družbami v isti dejavnosti. Izražajo ustreznost upravljanja s sredstvi, posebej pa še s posameznimi vrstami sredstev.

- **Koeficient obračanja zalog materiala:** stroški materiala/povprečno stanje zalog materiala

Koeficient obračanja zalog materiala kaže število obratov zaloge materiala v proizvodnjo v letu dni.

- **Koeficient obračanja zalog proizvodov:** stroški prodanih proizvodov/povprečno stanje zalog proizvodov

Koeficient obračanja zalog proizvodov pove, kolikokrat letno se v zalogah proizvodov vezana finančna sredstva spremenijo v denar in terjatve do kupcev, kar posledično vpliva na stroške financiranja zalog.

- **Koeficient obračanja terjatev iz poslovanja:** prihodki iz poslovanja/povprečno stanje terjatev iz poslovanja

Koeficient obračanja terjatev do kupcev kaže, kolikokrat se le-te v enem letu spremenijo v denar. So odraz sposobnosti izterjave terjatev na strani posloводства ter plačilne sposobnosti na strani kupcev.

⁶ Več o tem glej v Mramor: Uvod v poslovne finance. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1993. Na str. 166.

⁷ Več o tem glej v Bergant: Sistem kompleksne analize finančnega podjetja. Ljubljana: Inštitut za trženje, ekonomiko in organizacijo, 1993. Na str. 131-133.

- **Koeficient obračanja celotnih sredstev:** prihodki/povprečno stanje celotnih sredstev

Koeficient obračanja celotnih sredstev kaže število obratov sredstev v enem letu. Čim večja je vrednost koeficienta, učinkovitejše je (praviloma) upravljanje s celotnimi sredstvi podjetja. Velikost koeficienta je zelo odvisna od dejavnosti podjetja, ki pogojuje velikost stalnih sredstev.⁸

e) Kazalniki donosnosti

Kazalniki donosnosti poslovanja so kazalniki poslovne uspešnosti gospodarskih družb, pojasnjujejo nam, kaj smo dosegli z določenim vložkom v poslovanje.

“Pri kazalniku donosnosti gre za različne možnosti opredeljevanja števca in imenovalca. Razlikuje se že donosnost s finančnega zornega kota, kjer gre za vprašanje dolgoročnih čistih prejemkov, ki so posledica določene naložbe denarnih sredstev, od donosnosti z ekonomskega zornega kota, kjer v posameznem letu primerjamo ustrezne računovodsko izmerjene ekonomske kategorije med seboj” (Turk et al., 1996, str. 380).

- **Kosmata donosnost prihodkov iz prodaje (gross margin):** kosmati dobiček iz prodaje/čisti prihodki iz prodaje

Kosmata donosnost prihodkov iz prodaje nam pove, kolikšen del kosmatega dobička je podjetje ustvarilo s prihodki iz prodaje. Ta kazalnik je obenem stopnja prispevka za kritje neproizvajalnih stroškov, finančnih in izrednih odhodkov in doseganje dobička.

- **Čista donosnost prihodkov iz prodaje (net margin):** čisti dobiček/čisti prihodki iz prodaje

Čista donosnost prihodkov iz prodaje kaže delež čistega dobička v prodaji. Na vrednost tega kazalca vplivajo tako spremembe prodajnih cen kot povečanje ali zmanjšanje stroškov poslovanja.

- **Čista donosnost prihodkov:** čisti dobiček/prihodki

Ta kazalnik je podoben prejšnjemu, le da v imenovalcu izkazujemo vse prihodke. Zato je njegova vrednost nižja od vrednosti kazalnika čiste donosnosti prihodkov iz prodaje.

- **Čista donosnost sredstev:** čisti dobiček/povprečno stanje sredstev

Kazalnik čiste donosnosti sredstev pove, kako uspešno je bilo poslovanje podjetja pri upravljanju vseh sredstev. Vrednost kazalnika lahko primerjamo z obrestno mero in ugotovimo, ali bi bilo bolje naložiti sredstva v banko.

⁸ Za dodatno razumevanje tega kazalca glej v Foster: Financial Statement Analysis. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall International, 1986. Na str. 68.

- **Čista donosnost kapitala:** Čisti dobiček/povprečno stanje kapitala

Kazalnik čiste donosnosti kapitala je pravzaprav najpomembnejši kazalec poslovanja podjetja, saj (posredno) meri donosnost naložbe lastnikov podjetja. Računa se kot razmerje med čistim dobičkom in lastniškim kapitalom, vloženim v podjetje. V nasprotju s prejšnjimi kazalci je kazalec donosnosti kapitala v načelu primerljiv med vsemi podjetji in med obdobji (Mramor, 1993, str. 169).

Dobičkonosnost kapitala je zanimiva predvsem za lastnike, saj kaže, koliko denarnih enot je ustvarila ena denarna enota kapitala.

3.2. NEFINANČNI KAZALNIKI

Z razvojem tržnega načina poslovanja podjetij so postali nefinančni ali kakovostni dejavniki (strategija, poslovni ugled, kultura, organiziranost, informacijski sistem, okolje varstvena naravnost itd.) pri presoji bonitete ne le nepogrešljiv, marveč tudi vse bolj upoštevan del skupne ocene. Pomembni so predvsem pri oceni razvojne sposobnosti podjetja in njegove prihodnje uspešnosti, pa tudi kot razlaga preteklih pogojev, dogajanj in izidov podjetja. Spekter kakovostnih dejavnikov je zelo raznolik. Na njihovo segmentacijo ter na razvoj njihovega preučevanja vpliva spreminjanje sistema vrednot, poslovnih razmer. Kakovostne dejavnike presojamo opisno ter opredeljujemo njihov vpliv, ki je lahko pozitiven, negativen ali pa nevtralen na boniteto podjetja. Tudi nefinančne kazalnike moramo primerjati v času, z dejavnostjo, z izbranim podjetjem, z družbenimi standardi.

a) Pravnoorganizacijska oblika podjetja

Pravnoorganizacijska oblika podjetja nam pove obliko odgovornosti, jamstvo podjetja in način upravljanja. Nekatere pravne oblike so bolj tvegane od drugih (na primer družba z omejeno odgovornostjo bolj od družbe s polno odgovornostjo), pomembno je tudi dosedanje spreminjanje pravne oblike in pa možne spremembe v prihodnosti.

b) Kratka zgodovina podjetja

Kratka zgodovina podjetja je pomemben pokazatelj. Tako ugotovimo, koliko časa je podjetje že prisotno na trgu in s tem prepoznavnost podjetja ter izkušnost. Mlajša podjetja so praviloma manj odporna in bolj tvegana, njihova ranljivost je zlasti posledica podkapitaliziranosti in velike stroškovne obremenjenosti. S pomočjo zgodovine ugotovimo tudi ključne prelomnice v celotnem razvoju (širitev poslovanja, uvedba blagovne znamke, sprememba pravne oblike organiziranosti ...).

c) Lokacija

Boniteto podjetja izboljšuje predvsem tista lokacija, ki partnerju povzroča manjše transportne in komunikacijske stroške. Pomembno je tudi, da ne ovira prostorskega širjenja. Lokacija pa lahko boniteti podjetja celo škoduje, in sicer je tvegana zlasti z okoljskega vidika oporečna lokacija.

d) Velikost podjetja

Pri velikosti podjetja moramo upoštevati Zakon o gospodarskih družbah, ki razporedi podjetje v tri skupine, in sicer med majhna, srednja in velika podjetja. Prednost majhnih podjetij je predvsem v veliki prilagodljivosti, vitki organizaciji; glavne slabosti pa so pomanjkljiva specializacija, neobvladovanje trženjskih orodij, slabša finančna moč, naravnost na kratki rok in šibka razvojna sposobnost.

e) Lastniška struktura podjetja

Lastniki so pri boniteti podjetja deležni velike pozornosti predvsem zato, ker njihove odločitve, povezane z deleži vloženega kapitala, vplivajo na usodo podjetja. Pomembna je menjava lastništva, pri kateri je potrebno paziti na motive in vzroke zanjo, morebitne zaplete ter pričakovane in možne posledice menjave lastništva. Pomembne pa so tudi značilnosti lastnikov podjetja, še zlasti če so hkrati podjetniki in poslovodni delavci. Ko govorimo o lastništvu podjetij, pa ne smemo prezreti tudi tujih lastnikov. Ti naj bi povečali gospodarsko rast in večjo vključitev v mednarodne tokove.

f) Nepremičnine v lasti podjetja

V večini primerov, ko so v stalnih sredstvih nepremičnine, so zelo pomembni podatki o tržni vrednosti nepremičnin. S stališča kreditodajalca nas zanima predvsem to, ali se bodo krediti v primeru likvidacije podjetja na kakršenkoli način lahko poplačali.

g) Kapitalske povezave

Podjetje ima lahko hčerinska podjetja (v primeru, ko je podjetje več kot 51% lastnik) in kapitalsko povezana podjetja (takrat, ko je podjetje udeleženo z manj kot 51% deležem) ter druge poslovne povezave, ki omogočajo njegovo rast navzven. Cilj takih povezav je v sinergijskih učinkih in v razpršitvi tveganja, kar ugodno vpliva na boniteto podjetja. V današnjem času pa so čedalje večje pozornosti deležne strateške povezave, tako imenovana strateška zaveznitva.

h) Dejavnost podjetja

Dejavnost podjetja je povezana s panogo. Značilnosti panoge, njene prednosti, priložnosti in nevarnosti pa so velikega pomena pri presoji bonitete podjetja z vidika tveganja.

i) Proizvodno-prodajni program

Analiza proizvodno-prodajnega programa nam omogoča vpogled v poslovni program podjetja, pri katerem so pomembne predvsem informacije o namembnosti proizvodov/storitev, zastarelost ali sodobnost poslovnega programa, dosedanja in prihodnja strateška usmeritev podjetja, stopnja standardiziranosti in inovativnosti, razvejanost, diverzifikacija itd.

j) Kakovost proizvodov in storitev

V osemdesetih letih je kakovost pridobila svojstvo konkurenčnega orožja. Zadovoljstvo kupcev postaja že nekaj časa osrednji kriterij kakovosti. Uveljavil se je model celovitega obvladovanja kakovosti (angl. Total Quality Management ali kratko TQM), ki je hkrati osnova za certifikate kakovosti (t. i. ISO standarde). Na podlagi tega bi morali pri presoji bonitete upoštevati podatke o certificiranju kakovosti poslovanja podjetja, pri tem pa tudi upoštevati, ali je podjetje v postopku certificiranja, ali pa že razpolaga s certifikatom. Dodatni, zelo informativni faktor so prejete nagrade za kakovost, na primer Evropska nagrada za kakovost (ang. European Quality Award – EQA), ali nagrade in diplome, ki jih svojim partnerjem podeljujejo uveljavljena podjetja (primer IKEA iz Švedske).⁹

k) Tehnologija

Tehnologijo lahko povežemo z boniteto podjetja z vidika njene aktualnosti ter ekonomske in ekološke primernosti.

l) Naložbene aktivnosti

Naložbe pomenijo vlaganje v vse poslovne prvine. Vrste naložb, njihovi dejanski in predvideni učinki pomembno vplivajo na boniteto podjetja. Ni vseeno ali so naložbe nadomestne (zagotavljajo obstoj podjetja) ali širitvene (omogočajo razvoj podjetja). Nedokončane, zgrešene, prepozne, prenagljene ali še iz drugih vzrokov nedonosne naložbe precej poslabšajo oceno podjetja.

m) Inovacije

Danes je za podjetje bistvenega pomena, tako za preživetje kot za razvoj, kakovostna inovacijska dejavnost. Gibala dolgoročnega uspeha zahtevajo, da podjetja neprestano ustvarjajo nove izdelke in storitve, ki bodo izpopolnjevali nove potrebe zdajšnjih in prihodnjih kupcev. Biti uspešen, učinkovit in pravočasen v procesu inovacij, je za večino podjetij celo pomembnejše kot odličnost njihovih vsakodnevnih operativnih procesov.

n) Analiza panoge in trga

Analiza panoge se prične s strukturiranostjo in ekonomsko uspešnostjo. V tem sklopu se predvsem preveri konkurenčnost panoge, ali v njej delujejo podjetja oligopolno ali pa je v panogi celo monopol. Na poslovanje panoge ima močan vpliv zakonodaja, državni nadzor in pomen ter status panoge v celotnem gospodarstvu. Pomemben faktor v sklopu strukturiranosti in uspešnosti je stopnja kontrole povpraševanja in cen s strani panoge.

⁹ Model popolnega obvladovanja kakovosti kot podlaga evropske nagrade za kakovost vsebuje devet prvin: vlogo ljudstva, uveljavljanje in razvijanje delovnih sposobnosti zaposlenih, poslovno politiko in strategijo, vire, delovne procese, zadovoljstvo zaposlenih, zadovoljstvo kupcev, vplive na družbo, poslovne izide (Mihelčič, 1996).

Drugi sklop v analizi panoge in trga je zrelost panoge. Ni vseeno v kakšni stopnji se nahajajo proizvodi panoge ali na začetku razvoja ali pa so že v fazi zrelosti. Možnost vstopa v panogo in stopnja povečanja kapacitet sta dva faktorja, ki pomembno odločata o presojanju panoge.

Tretji sklop je stabilnost. Pri analizi stabilnosti panoge se ugotovi močan vpliv tehnoloških inovacij, sprememb v načinu proizvodnje in distribucije ter vpliv sprememb v obnašanju potrošnikov.

o) Tržna usmeritev podjetja

Kupci in dobavitelji so pomembni za razvoj obstoječih in nadaljnjih poslov, zato so zelo pomembni dejavniki, ki merijo odnos do strank. Z vidika odjemalcev so najpomembnejši naslednji kazalniki: tržni deleži, ohranjanje poslov pri obstoječih kupcih, pridobivanje novih kupcev z novimi izdelki ali storitvami, zadovoljstvo kupcev, dobičkonosnost kupcev. Tržni delež odseva delež poslov podjetja na določenem trgu glede na obseg prodaje ali na število strank. Ohranjanje poslov ter pridobivanje novih kupcev merimo z absolutno ali relativno stopnjo, po kateri podjetje ohranja in vzdržuje obstoječe odnose s svojimi strankami, oziroma privablja in pridobiva nove stranke ali posle. Zadovoljstvo kupcev merimo s časom odzivnosti od naročila do dobave, s kakovostjo izdelkov in storitev ter s ceno. Merjenje dobičkonosnosti posameznih ali skupnih kupcev omogočajo sistemi obračunavanja stroškov po aktivnostih.¹⁰ Dolgoročno partnerstvo s kupci na eni strani in zmožnost stalnega pridobivanja novih kupcev na drugi strani in s tem večanja tržnega deleža, kaže na veliko tržno usmerjenost podjetja in tako pomembno vpliva na ugodno boniteto podjetja. Podjetje, ki je usmerjeno na tuje trge in izvaža lastno znanje, opredmeteno v proizvodih in vključeno v storitve lastne blagovne znamke, ima večjo boniteto. Veliko podjetij izvaža le storitve dodelave, pri čemer sama praviloma ostajajo anonimna. Na svetovnem trgu pa je podjetje izpostavljeno določenim tveganjem, kot so valutno tveganje, tveganje premalo poznane tuje konkurence, nezadostnega poznavanja domicilne zakonodaje in na določenih trgih tudi politično tveganje.

Podobno na boniteto podjetja vplivajo tudi značilnosti njegovih dobaviteljev. Merimo pravočasnost dobav, ustreznost kvalitete ter stroške. Vzrok za slabšo boniteto podjetja predstavlja velika odvisnost od posameznih dobaviteljev in šibka pogajalska moč podjetja pri sklepanju poslovnih razmerij.

Pomembno je tudi, da poznamo glavne tekmece, kakšne so njihove prednosti in kako napadalni so. Ugotoviti je potrebno, kakšna je konkurenčna prednost podjetja.

p) Informacijski sistem

Informatizacija korenito spreminja doslej ustaljene poslovne transakcije in procese, vrste in kakovost informacij namenjenih tako notranjim kot zunanjim uporabnikom. Dobiva vlogo

¹⁰ Več o tem je mogoče prebrati v Kaplan, Norton: Uravnoveženi sistem kazalnikov. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 2000. Na str. 77-82.

dodatnega merila pri presoji bonitete podjetja (katere informacije so na razpolago, kako zanesljive so, ali so na voljo v realnem času itd.).

q) Analiza managementa

Analiza managementa v podjetju predstavlja pomembno pozicijo v boniteti podjetja. Zahteva zelo mehak in dosleden pristop. Sposoben, proaktiven in inovativen manager, strokovno, panožno in tudi na splošno razgledan, s koristnimi izkušnjami vzbuja interes, zaupanje in spoštovanje tako pri poslovnih partnerjih kot v javnosti.

Uspešnost in učinkovitost dela managerjev sta težko ocenljivi, ocene so odvisne od kriterijev in ocenjevalcev, same uspešnosti in pa tudi od sreče. Ocene temeljijo na merljivih rezultatih, lastnostih in obnašanju in na ustvarjanju organizacijske kulture oziroma prilagajanja njej (Rozman, Kovač, Koletnik, 1993, str. 300).

r) Strategija

Poslovanje podjetji, ki nimajo jasno določene vizije, ključnih ciljev poslovanja ter strategij za uresničevanje ciljev, je veliko bolj tvegano kot poslovanje podjetji, ki imajo razvito strateško načrtovanje poslovanja, oziroma strateško usmeritev. Za strateško usmerjeno podjetje je značilno, da management podjetja nenehno razmišlja o razreševanju problemov nepredvidljivega okolja ter razreševanju problemov v notranjem poslovanju. Fleksibilnost strateškega načrtovanja v stalnem preverjanju nevarnosti in priložnosti v okolju ter prednosti in slabosti v notranjem poslovanju zmanjšuje tveganje podjetja, da bi zašlo v nepredvidene težave pri svojem poslovanju.

s) Ostali nefinančni kazalniki

Med ostale kakovostne kazalce lahko štejemo mnenje neodvisnega revizorja iz letnega revizijskega poročila, razne informacije o dogajanjih v podjetju iz javnih medijev, navedbe poslovnih bank, pri katerih ima podjetje račune itd.

4. ANALIZA BONITETNIH PONUDNIKOV V SLOVENIJI

V Sloveniji so se v času pred osamosvojitvijo, v okviru bivše Jugoslavije, z zbiranjem in posredovanjem poslovnih informacij ukvarjale Gospodarska zbornica Jugoslavije (Biro za poslovne informacije), poslovne banke in Služba družbenega knjigovodstva. Po razpadu Jugoslavije pa je sprememba gospodarskega sistema vplivala na razvoj podjetij, ki danes sestavljajo bonitetna poročila.

V Sloveniji kljub majhnem tržišču že deset let delujejo tri specializirane bonitetne hiše, ki za trg izdelujejo bonitetna poročila podjetij, in sicer: I poslovne informacije d. o. o. Ljubljana, Coface Intercredit d. o. o. Ljubljana in Creditreform d. o. o. Ljubljana. Poleg njih se v ponudbo vključuje tudi Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve.

Tudi Slovenska izvozna družba kot ena izmed največjih uporabnikov bonitet v Sloveniji, ima v okviru svoje osnovne dejavnosti organiziran poseben bonitetni oddelek.

V nadaljevanju je podana osnovna predstavitev ponudnikov bonitet v Sloveniji. Njihova bonitetna poročila imajo vrsto enakih ali podobnih splošnih, finančnih in nefinančnih podatkov ter informacij (glej priloge 1, 2, 3, 4 in 5, na str. 1–27). Podrobno so tudi opisane posebnosti posameznih bonitetnih poročil, ki v največji meri prispevajo h končnemu izračunu bonitetne ocene.

4.1. I POSLOVNE INFORMACIJE D. O. O. LJUBLJANA

Ameriška multinacionalna bonitetna hiša Dun & Bradstreet (v nadaljevanju D & B) ima že 160-letno tradicijo posredovanja poslovnih informacij. Je vodilna bonitetna hiša v svetovnem merilu. V svoji bazi podatkov ima okrog 75 milijonov bonitet iz 214 držav. Razvejanost ponudbe jim omogočajo izredne računalniške zmogljivosti, ki uporabnikom dovoljujejo neposreden vpogled v bazo podatkov. Poleg bonitetnih sestavljajo še celo vrsto drugih poročil, ki pomagajo uporabnikom pri raznih odločitvah.

Partner in ne podružnica (ni kapitalskih povezav) mednarodnega bonitetnega velikana na slovenskem trgu je bonitetna hiša I poslovne informacije d. o. o. Ljubljana (v nadaljevanju I d. o. o.), ki uporablja njegovo informacijsko tehnologijo, skupaj pa imata tudi svetovno bazo bonitetnih poročil. Trg sta si razdelili tako, da slovenskim podjetjem prodaja bonitete le I d. o. o., bodisi bonitete o domačih ali tujih podjetjih. V tujini pa bonitete prodaja izključno D & B.

Bonitetna hiša I d. o. o. je bila ustanovljena leta 1990 kot prva in najuspešnejša v Sloveniji. Podjetje vodi Marko Batista. Na leto izdela nekaj tisoč bonitet – tako za tuje naročnike kot za slovenske uporabnike. Poleg tega pa ponuja tudi tako imenovane preliminarne ocene, ki vsebujejo le zadnje razpoložljive finančne podatke ter podatke o povprečni zamudi pri plačevanju za več kot deset tisoč slovenskih družb. To osnovno poročilo dobi uporabnik takoj, potem pa analitik podjetje temeljito preveri in svoje delo opravi najkasneje v treh dneh. Poleg lastne izdelave bonitet pa I d. o. o. tudi posreduje bonitete, ki jih izdela D & B. V letu 2001 so dosegli 166,4 milijonov SIT prometa.

I d. o. o. izdeluje bonitete za slovenska, hrvaška in bosanska podjetja. Izdelane so lahko v angleškem in v slovenskem jeziku, bonitete posredovane direktno od D & B pa so v angleškem in vseh ostalih evropskih jezikih. Bonitete posredujejo na dva načina. Prvi je primeren za družbe, ki potrebujejo le nekaj bonitet na leto in jih lahko naročajo po pošti ali telefaksu. Bonitete jim lahko posredujejo tudi po elektronski pošti, ne morejo pa imeti "on-line" dostopa do njihovih baz. Po bistveno nižji ceni in po lažji poti pridejo do bonitet pogodbeni uporabniki, na osnovi letne pogodbe. Z zakupom določenega števila bonitet (točk) uporabniki pridobijo nižjo ceno in dostop preko interneta z geslom (82 % vseh bonitet prodajo s pomočjo gesla, ki je uporaben tudi za vse bonitete, ki jih ponuja D & B). Pri ceni je treba poleg načina in hitrosti dobave upoštevati tudi zemljepisno območje, v katerem je

obravnavana družba. Cena za slovenska podjetja se giblje od 5.000 SIT za (največje uporabnike) do 12.000 SIT (za posamezna "ad hoc" naročila). Za podjetja iz držav članic Evropske unije pa se cena giblje od 8.000 do 30.000 SIT. Takojšna dostava bonitet iz eksotičnih držav naključnim uporabnikom lahko stane tudi do 60.000 SIT. V primeru, da boniteta za proučevano podjetje še ni izdelana, je večina bonitet pripravljenih v dveh (razvite države) do desetih dneh (nerazvite države). Novost bonitetne hiše predstavlja tako imenovani boniwap, ki je informacijski servis za preverjanje solidnosti partnerjev preko mobilnega telefona. Boniwap nudi za večino slovenskih družb in za nekatere samostojne podjetnike naslednje informacije: letni promet, dobiček/izguba, povprečno število dni zamude pri plačevanju in redkeje oceno tveganja poslovanja z družbo. Cena servisa je za pogodbene uporabnike 1 pogodbeno enoto, za nepogodbene pa 2.500 SIT za vsak pogled. Geslo je za pogodbene uporabnike enako geslu za iskanje bonitet, za nepogodbene uporabnike pa je na voljo ob naročilu.

I d. o. o. pridobiva informacije iz javnih virov, kot so razni registri, vladne statistike in mediji, državne ustanove (Gospodarska zbornica Slovenije, sodišča), razni poslovni imeniki, letna poročila in zborniki. Poleg javnih virov pridobijo informacije še preko elektronske pošte s pomočjo vprašalnika, z vprašanji preko telefona, z informacijami, ki jih pridobijo od dobaviteljev proučevanega podjetja itd. Kadar podjetje ne želi posredovati podatkov, analitik oblikuje boniteto le na podlagi javnih virov. Nepripravljenost podjetij pri posredovanju informacij izvira iz njihovega nepoznavanja pomena ocene svojega podjetja. Zaradi tega je lahko boniteta, zlasti njen nefinančni del, nekoliko slabše kvalitete in lahko kvari sliko podjetja. Probleme imajo pri zbiranju informacij za podjetja iz Hrvaške in Bosne, saj bilance niso javno dostopne. Po zelo visoki ceni lahko pridejo le do nepopolnih informacij, ki jih cena same bonitete ne pokrije.

Boniteta I d. o. o. je enotna in vsebuje 10 strani (glej prilogo 1, str. 1-9). Najpomembnejši del bonitete so za naročnike podatki o oceni proučevanega podjetja, ki so predstavljeni na začetku v "okvirčku", in sicer: ocena poslovanja Dun & Bradstreeta, prejšnji rating, stanje, trend, kreditno priporočilo in plačilni ključ.

a) Ocena poslovanja Dun & Bradstreeta ("D & B rating"):

Bonitetni rating D & B je kompleksna alfanumerična ocena, sestavljena iz ocene finančne moči in indikatorja tveganja. **Kazalec finančne moči** je lahko izračunan na podlagi neto vrednosti družbe. V tem primeru je sestavljen iz številke in črke (npr. 1A). Kazalec finančne moči izračunan na podlagi vplačanega kapitala, pa je zaradi lažjega ločevanja sestavljen iz številke in dveh podvojenih črk (npr. 3AA). Te vrednosti so lahko od 5A oz. 5AA (navišja) do H oz. HH (najnižja). Velikostni razredi se v posameznih državah razlikujejo. **Indikator tveganja** lahko zavzema vrednosti od 1 do 4 (plus razred, v katerega sodijo podjetja, ki jih ni bilo mogoče oceniti zaradi pomanjkanja podatkov). Oceno ena dobijo najodličnejša podjetja, ki so finančno stabilna in pravočasno plačujejo obveznosti, zato pri poslovanju z njimi ni pričakovati težav. Oceno dve si pridobijo tista podjetja, katerih poslovanje je prav tako

solidno, vendar svoje obveznosti plačujejo z nekajdnevno zamudo oziroma imajo nekoliko slabše finančne kazalnike. Poslovanje z njimi ne pomeni velikega tveganja. Pozorno pa je že treba spremljati podjetja z oceno tri, saj ta običajno svoje obveznosti poravnajo v povprečju z več kot 15-dnevno zamudo, finančni kazalniki pa tudi niso bleščeči. Podjetja z oceno štiri imajo po besedah namestnika direktorja podjetja Andreja Brvarja 70-odstotno verjetnost, da bodo v prihodnjem letu šle v stečaj, zato je pri poslovanju s takimi podjetji poslovanje zelo tvegano, zavarovanje poslov pa nujno.

b) Prejšnji rating (“former rating”)

Prejšnji rating je rating, ki ga je imelo proučevano podjetje pri prejšnji boniteti, če je seveda v preteklosti taka boniteta za proučevano podjetje že bila narejena. Na osnovi tega podatka lahko s primerjavo “D & B ratinga” ugotovimo, če sta se finančna moč podjetja in kazalec tveganosti povečala ali zmanjšala.

c) Stanje (“condition”)

Stanje je besedna obrazložitev kazalca tveganja. Če je vrednost le-tega 1, to pomeni, da je splošno poslovno stanje družbe odlično (“strong”). Za vrednost 2 velja, da je splošno poslovno stanje družbe dobro (“good”), za 3 velja, da je stanje zadovoljivo (“fair”), pri vrednosti 4 pa je stanje slabo (“poor”).

d) Trend

Trend je kazalec, ki kaže, kako se v zadnjih letih v povprečju spreminjajo določene postavke iz bilance stanja in bilance uspeha. Izračunati ga je mogoče le, če so na voljo računovodski podatki za vsaj dve pretekli leti. Trend predstavlja spremembe vrednosti neto premoženja podjetja, kosmatega donosa poslovanja, dobička ali izgube, dolgoročnih obveznosti podjetja in čistih obratnih sredstev (razlika med gibljivimi sredstvi in kratkoročnimi obveznostmi). Sprememba vsake izmed postavk je točkovana; porast vrednosti pomeni pozitivne, padec vrednosti pa negativne točke. Glede na seštevek točkovanih postavk se določi trend poslovanja, ki ima tri vrednosti:

- navzgor (“up”); ta pove, da se vrednosti naštetih postavk v povprečju povečujejo, s čimer se povečuje tudi uspešnost podjetja,
- ustaljeno (“even”); kar pomeni, da se uspešnost podjetja v povprečju bistveno ne spreminja,
- navzdol (“down”); ta pove, da se uspešnost podjetja v povprečju zmanjšuje.

e) Kreditno priporočilo (“credit”)

Kreditno priporočilo pove, koliko posojila je podjetje sposobno odplačevati. Pri njegovem izračunu se upošteva vrednost kosmatega donosa poslovanja iz zadnjega dostopnega izkaza poslovnega izida. V nekaterih izjemnih primerih je ta kazalec označen tudi besedno, in sicer:

- "guarantees", kar pomeni, da se pri kreditiranju priporoča zavarovanje,
- "non seeker", kar pomeni, da takšno podjetje ne išče posojila (izraz se uporablja pri bankah, holdingih ...),
- "insufficient data", če ni podatkov o prodaji družbe v preteklem letu in zato ni mogoče določiti kreditne ocene.

f) D & B plačilni ključ

I d. o. o. ima v svoji bazi plačil okrog 2.500.000 računov, ki so jih plačale slovenske družbe v zadnjem letu. Iz njih izračunava plačilni ključ, ki je zbirni kazalec načina plačevanja dogovorjenih obveznosti in je sestavljen iz treh delov (glej Prilogo 1, na str. 2-4). Prvi del prikazuje avtomatski izračun vrednosti plačilnega ključa. Vrednost 100 pomeni, da družba vse račune plačuje s predplačili, vrednost 80 pa pomeni, da družba plačuje vse račune v dogovorjenem času. Vrednost pod 80 nam pove, da družba v povprečju plačuje z večjo ali manjšo zamudo. Drugi del plačilnega ključa je povprečno število dni zamude, izračunano iz dostopnih faktur, ki jih je družba plačevala dobaviteljem zadnje leto. Vzorec je statistično obdelan tako, da so netipično zamujene fakture izločene, ker zelo verjetno izvirajo iz napake pri knjiženju, ali pa je bila faktura izgubljena, ali ugovarjana. V tretjem delu so izpisani posamezni računi, iz katerih je bil izračunan plačilni ključ.

Ključ pomembno vpliva tudi na bonitetno oceno. V najvišjem bonitetnem razredu so lahko ob drugih pogojih uspešnosti le družbe, ki v povprečju poravnajo svoje obveznosti z največ petdnevno zamudo. Pet dnevna toleranca je nujna zaradi zelo velikih družb, ki kljub odlični likvidnosti logistično težko dosežejo manjšo povprečno zamudo.

D & B takšna poročila o plačilih pripravljajo le v državah, kjer mu uspe zbrati dovolj velike vzorce plačil iz dovolj zanesljivih virov. Podjetju I Poslovne informacije d. o. o. je uspelo v bazi plačil zajeti okoli 90 odstotkov slovenskih gospodarskih družb, vse banke in zavarovalnice, večino javnih zavodov in okoli 15 odstotkov samostojnih podjetnikov, o katerih sicer ni javno dostopnih podatov. Cena za plačilni ključ je približno 2.500 SIT, dostopen pa je z geslom na spletni strani I d. o. o., za redne naročnike pa se cena lahko zniža tudi do polovice.

Sledijo najpomembnejši finančni podatki iz bilance stanja in uspeha za zadnja tri leta, veliko informacijsko vrednost ima tudi dvanajst finančnih kazalnikov.

Na koncu finančnih podatkov zasledimo še podatek o planiranem prihodku za naslednje leto, ki jim ga posreduje proučevano podjetje in pa razne objave v medijih o trenutnem dogajanju v podjetju.

Boniteta se konča z mnenjem analitikov, v katerem so še enkrat povzete bistvene ugotovitve iz "okvirčka" na začetku bonitete. Pri končnem ocenjevanju podjetij se po besedah namestnika direktorja Andreja Brvarja poleg finančnih kriterijev upošteva še precej drugih

faktorjev, kot so: izvenbilančne obveznosti, sodni postopki, nenormalna borzna gibanja, pogoste kapitalske spremembe, tvegane naložbe, rizičnost panoge, ekološki problemi itd.

4.2. COFACE INTERCREDIT D.O.O LJUBLJANA

Ljubljansko podjetje Coface Intercredit d. o. o. (še nedavno Intercredit Ljubljana), ki ga vodi direktor Miloš Varga, je bilo ustanovljeno leta 1991. Predstavlja eno izmed odvisnih družb avstrijske bonitetne hiše Coface Intercredit Holding d. d., ki je bila ustanovljena leta 1989 z namenom, da ustanavlja svoje hčerinske družbe v Vzhodni oziroma Centralni Evropi. Poleg Slovenije ima Intercredit Holding svoja odvisna podjetja še v Bolgariji, Hrvaški, Češki, Madžarski, Poljski, Romuniji in Slovaški. Nedavno je Holding prešel v večinsko last (75 %) ene izmed največjih zavarovalnic za zavarovanje izvoznih tveganj na svetu, francoske COFACE (Compagnie Francaise d'Assurance pour le Commerce Exterieur). Zavarovalniška skupina je bila ustanovljena leta 1946 in je prisotna v 96 državah po vsem svetu. Drugi lastnik je avstrijska informacijska hiša KSV (Kreditschutzverband von 1870), ki je vodilno podjetje na področju poslovnih informacij in izterjave dolgov na avstrijskem tržišču.

V letu 2001 je Coface Intercredit d. o. o. Ljubljana imelo 118 milijonov tolarjev prihodkov.

Coface Intercredit d. o. o. Ljubljana ponuja bonitete za podjetja iz katerega koli dela sveta. Izdeluje jih v slovenskem, nemškem in angleškem jeziku. 85 odstotkov vseh njihovih bonitet je narejenih za eno od tujih zavarovalnic, ki skupaj z zavarovalnico Coface sestavljajo svetovno mrežo kreditnih zavarovalnic CreditAlliance. Bonitete domačih in tujih podjetij se razlikujejo glede na to, kako hitro se jih želi pridobiti. Boniteta je lahko klasična, ki predstavlja najdaljši rok izdelave (do 8 dni), ekspresna (3 ali 4 dni) in pa bliskovita, ki mora biti opravljena najkasneje naslednji delovni dan po naročilu. Cenik bonitet je oblikovan na podlagi točkovnega sistema. Bonitete za tuja podjetja so točkovane glede na cono, v katero je država uvrščena in sega od najcenejše cone, kamor spadajo najmanj rizične države, do najvišje tarife za najbolj rizična področja. Točke so odvisne tudi od hitrosti posredovanja bonitet. Države so razvrščene v sedem skupin, v odvisnosti od hitrosti možnosti dostopa do informacij. Hitrost posredovanja bonitet za slovenska podjetja je opredeljena v štirih nivojih, od "normalne" po ceni 10.000 SIT, "ekspres" po 15.000 SIT in "superflash" po 20.000 SIT za posamezno boniteto. Cenik se razlikuje tudi po tem, ali gre za stalne naročnike, ki plačajo članarino in s tem dobijo pravico koriščenja storitev dogovorjenih s pogodbo, ali za enkratne naročnike, ki plačujejo višjo vrednost točke.

Coface Intercredit d. o. o. Ljubljana razpolaga z ogromno količino informacij preko svojega ustanovitelja in svetovne mreže kreditnih zavarovalnic Credit Alliance. Poleg tega njihovo obširno informacijsko bazo polnijo tako uradni (kot so Sodni register, zemljiške knjige itd.) kot neuradni viri, ki jim po besedah direktorja Miloša Varga v svoji analizi namenijo največ pozornosti. V prvi vrsti je to sam intervju s proučevanim podjetjem, s katerim si na eni strani pridobijo manjkajoče podatke (tako splošne kot finančne), obenem pa si oblikujejo splošen vtis o podjetju. To še posebej pride do izraza predvsem pri večjih poslih, ko tudi osebno obišejo podjetje. Sledijo razne druge "mehke informacije", kot so mnenje okolice, v katerem

je locirano podjetje, pogovori z glavnimi dobavitelji podjetja, dnevno v svojo bazo vnašajo tudi informacije z javnih medijev. Precej informacij pa dobijo tudi iz njihove vzporedne dejavnosti izterjave dolgov.

Boniteta Intercredita obsega zgolj tri strani, informacije o podjetju pa so kratke in jedernate (glej Prilogo 2, str. 10-13). Vsebinsko je boniteta sestavljena iz treh delov. Prvi del predstavlja osnovna ali kratka boniteta, ki nam prikaže splošne podatke o proučevanem podjetju. Drugi del imenujejo bilančno poročilo, ki poleg osnovne bonitete nudi tudi podatke o uvozu in izvozu ter izkaz poslovnega izida in bilanco stanja za zadnja tri poslovna leta. Če se odločimo za celotno boniteto ali "full report", pa poleg omenjenega pridobimo še informacije o številu zaposlenih, o nepremičninah podjetja, o povezanih družbah, o poslovnih bankah, s katerimi podjetje sodeluje, plačilno moralo podjetja, oceno finančne situacije in na koncu še maksimalno kreditno sposobnost za podjetje.

a) Plačilna morala

Za oceno plačilne sposobnosti Intercredit uporablja izraz plačilna morala. Intercredit za oceno plačilne nediscipline uporablja številčno lestvico od 100 do 699 (glej Tabelo 1). Izračun je avtomatski, vendar pa predstavlja le podlago za dokončno oceno plačilne morale (končno oceno določi analitik sam). Največ informacij pridobijo iz njihove vzporedne dejavnosti – izterjave dolgov, poleg tega pa so pomembne tudi razne "mehke informacije", kot so pogovori z glavnimi dobavitelji analiziranega podjetja ter druge poslovne povezave.

Tabela 1: Plačilna morala

	Plačilna morala
100 – 149	Plačila so vedno korektna.
150 – 199	Plačila so korektna.
200 – 249	Plačila deloma v skonto rokih oz. točno v okviru pogojev.
250 – 299	Plačilne obveznosti so poravnane po dogovoru.
300 – 349	Plačila večinoma točna v okviru pogojev, občasno pride do zakasnitev in opominov.
340 – 399	Plačila sledijo različno, deloma po dogovoru. Občasno so potrebni opomini.
400 – 449	Počasna plačila.
450 – 499	Počasna plačila, izterjave niso izključene.
500 – 549	Plačila počasna so dolgotrajna, prihaja do opominov in deloma tudi do izterjav.
550 – 599	Počasna plačila, pogosto prihaja do izterjav.
600 – 699	Plačila so izrazito dolgotrajna, stalno prihaja do izterjav.

Vir: Interni podatki Coface Intercredita d. o. o. Ljubljana, oktober 2002.

b) Ocena finančne situacije

Pomembni del bonitete je ocena finančne situacije (glej Tabela 2). Izračun finančne situacije je prav tako avtomatski, osnovo predstavljajo bilance in kazalniki (končno oceno postavi analitik sam). Izračunana je z indeksom, ki je analogen oceni plačilne morale in zavzema vrednosti od 100 do 699. Višji kot je, večje je tveganje poslovanja s tem podjetjem. Finančna situacija še velja za zadovoljivo, če ocena ne preseže vrednosti 299.

Tabela 2: Ocena finančne situacije

	Ocena
100 – 149	Finančna situacija je odlična.
150 – 199	Finančna situacija je zelo dobra.
200 – 249	Finančna situacija je dobra.
250 – 299	Finančna situacija je zadovoljiva.
300 – 349	Povprečna finančna situacija.
340 – 399	Povprečna finančna situacija, povečana uporaba tujega kapitala.
400 – 449	Finančna situacija je še zadovoljiva.
450 – 499	Trenutna finančna situacija je kritična.
500 – 549	Kritična finančna situacija.
550 – 599	Izjemno kritična finančna situacija.
600 – 699	Podjetje pred stečajem.

Vir: Interni podatki Coface Intercredita d. o. o. Ljubljana, oktober 2002.

c) Maksimalni kredit

Na koncu analitik na podlagi vseh zbranih informacijah postavi še maksimalni kredit za proučevano podjetje. Po besedah direktorja Intercredita Miloša Varge pri določitvi maksimalnega kredita pomembno vlogo namenijo "mehkim informacijam" (trenutno dogajanje v podjetju na raznih področjih delovanja itd.). Pri postavitvi končne ocene podjetja so zelo strogi, priporočljiv maksimalen kredit po njihovem mnenju res kaže zgornjo mejo poslovanja na odprt račun. Ob upoštevanju te meje ne bi smeli imeti težav pri poslovanju s proučevanim podjetjem.

4.3. CREDITREFORM D. O. O. LJUBLJANA

Creditreform International s sedežem v Nemčiji je največje združenje za izdelavo bonitet v Evropi in eno največjih na svetu, kjer je prisotno že od leta 1879. Po Evropi ima več kot 180 predstavništev, s pomočjo katerih izdela preko 10 milijonov bonitet na leto. Zaposlenih ima okrog 3.600 ljudi in ustvari preko 400 milijonov EUR prometa letno. Z združevanjem z vodilnimi nacionalnimi, neodvisnimi bonitetnimi hišami v zahodni Evropi v Business Information Group Network (BIGNet) Creditreform omogoča online dostop do bonitetnih poročil 16-ih milijonov družb iz desetih držav (Nemčija, Avstrija, VB, Francija, Švica, Švedska, Finska, Danska, Nizozemska, Norveška), bazo neprestano širijo in že letos bo možen tudi dostop do poročil iz Slovenije, Poljske, Češke, Madžarske. Med pomembnejše

dejavnosti Creditrefoma sodi tudi pomoč pri izterjavah plačil, izvedba strokovnih seminarjev in marketinške storitve.

Ljubljanski Creditreform je prišel na slovenski trg leta 1988, vendar ne pod svojim imenom, temveč v sklopu Unilesa. Pod imenom Creditreform je začel delovati sredi leta 1992, ko je bil organiziran kot družba z omejeno odgovornostjo in kot sestavni del Creditreformove informacijske mreže. Na začetku je bilo ljubljansko podjetje v stoddstotni lasti dunajskega Creditrefoma, od konca leta 1999 pa je podjetje v mešani lasti (večinski lastnik je še vedno Creditreform Dunaj). Podjetje vodi Slavica Koderman, letna realizacija v letu 2001 je bila 47,5 milijonov SIT.

Creditreform Ljubljana izdelava letno preko 3000 bonitet, od tega več kot polovico za tuje poslovne partnerje, tj. predvsem za Creditreformove družbe po Evropi in tuje zavarovalnice. Največ poizvedb o slovenskih podjetjih opravijo nemški izvozniki na slovenski trg in nemška izvozna družba Hermes. Domače stranke so predvsem slovenske družbe, ki poslujejo s tujino. Creditreform uporablja v Sloveniji za izdelavo bonitet dvojezično bazo, tj. slovensko in nemško. Bonitete tujih podjetij posredujejo v nemškem jeziku, oz. jih na željo kupca prevedejo v slovenščino. Povečuje se tudi število slovenskih strank, ki redno naročajo bonitete tudi o slovenskih poslovnih partnerjih.

Cena bonitete je odvisna od števila vnaprej kupljenih točk in znaša pri zakupu 100 točk: za Nemčijo in Avstrijo 8.000 SIT, za Slovenijo 12.000 SIT. Naročniki, ki plačajo članarino in si s tem pridobijo pravico do koriščenja določenega števila točk, plačujejo precej nižjo ceno kot enkratni naročniki. Cena je odvisna tudi od naročenega dobavnega roka in od države, iz katere je družba, po kateri se povprašuje. S tujino sodelujejo predvsem preko ostalih družb Creditrefoma, ki same določajo ceno končnemu kupcu. Roki dobave med njihovimi družbami so od 1 do 8 delovnih dni.

Tudi Creditreform lahko o slovenskih podjetjih izdelava več vrst bonitet glede na stopnjo hitrosti. Normalna poročila zahtevajo najdaljši odzivni čas, sledijo nujna ali ekspresna poročila in bliskovita poročila, ki vsebujejo osnovne informacije o podjetjih in prispejo v elektronski obliki. Najhitrejša so t. i. superflash poročila o zahodnoevropskih podjetjih, ki prispejo v nekaj urah.

Creditreform d. o. o. Ljubljana uporablja za svojo informacijsko bazo podatke, ki jih pridobi preko največjega evropskega poslovnega združenja bonitetnih hiš Creditreform International v Nemčiji. Informacije o slovenskih podjetjih pa pridobiva na podoben način kot I Poslovne informacije ali Coface Intercredit. Vse baze podatkov se tekoče dopolnjujejo. Poleg uradnih virov pridobijo informacije tudi s pomočjo njihove službe za opominjanje in izterjavo, uporabljajo informacije iz javnih medijev, način plačevanja preverjajo pri dobaviteljih itd.

Bonitete družb Creditreform obsegajo od 2 do 6 strani (glej Prilogo 3, str. 14-15). Kriteriji za izdelavo so bili izdelani v sodelovanju z zavarovalnicami in bankami v Nemčiji in danes

predstavljajo standard, po katerem izdelujejo bonitete vse Creditreformove družbe po Evropi. Boniteta vsebuje splošne podatke o proučevanem podjetju, pomembnejše postavke iz bilance stanja (samo za zadnje poslovno leto), banke, s katerimi podjetje sodeluje, višino kreditne sposobnosti, kreditna vprašanja in plačilno disciplino.

V nadaljevanju so prikazani trije pomembnejši elementi, ki jih prikazuje boniteta Creditreforma: bonitetni indeks, način plačila, kreditna ocena.

a) Bonitetni indeks

Creditreform je za ugotavljanje bonitete razvil bonitetni indeks, ki zavzema vrednosti od 100 do 600 in predstavlja skupno oceno podjetja na podlagi vseh zbranih podatkov (omogoča neposredno oceno kreditnega tveganja). Višji kot je indeks, večje je tveganje pri kreditnem poslovanju z ocenjeno družbo.

Za določitev bonitetnega indeksa se uporablja 15 glavnih dejavnikov in sicer: način plačila, kreditno vprašanje, stanje naročil/poslovanje, struktura zaposlenih, promet/skupni dosežek, produktivnost, struktura lastnega kapitala, plačilna disciplina strank, obračanje kapitala, pravna oblika družbe, starostna struktura, struktura družbe in položaj panoge.

Poenostavljeno pa lahko ugotovimo, da se pri izračunu bonitetnega indeksa upošteva:

- način plačila 20 - 25 %,
- ocena kreditne sposobnosti 18 - 25 %,
- podatki o prometu in financah 15 - 20 %,
- strukturni podatki 10 - 15 %,
- ostalo 10 - 15 %.

Za orientacijo so prikazane sledeče ocene:

- 100 - 149 ... odlična boniteta,
- 150 - 200 ... zelo dobra boniteta,
- 201 - 250 ... dobra boniteta,
- 251 - 300 ... srednje dobra (povprečna) boniteta,
- 301 - 350 ... šibka boniteta,
- 351 - 499 ... zelo slaba boniteta,
- 500 ... nezadostna boniteta,
- 600 ... izrazito negativna boniteta.

V Tabeli 3 (glej na str. 30) je prikazan poenostavljen in fiktiven izračun bonitetnega indeksa.

Posebno pozornost je treba nameniti podjetjem, pri katerih je bonitetni indeks nad 292. Pri takih podjetjih svetujejo sestanek odgovornih v podjetju in natančen pregled bilančnih postavk, nikakor pa ne svetujejo prodaje na odprt račun.

Tabela 3: Primer izračuna bonitetnega indeksa

Pravna oblika	d. o. o.
Panoga	proizvodnja in prodaja izdelkov iz umetne mase
Starost podjetja	18 let
Stanje naročil	dobro (razred 2)
Način plačila	v dogovorjnih rokih (razred 2)
Kreditno vprašanje	poslovno sodelovanje je dopustno (razred 2)

Faktor tveganja	Rangiranje	Klasifikacija					
		%	10	20	30	40	50
Način plačila	20		40				
Kreditno vprašanje	25		50				
Razvoj podjetja	8		16				
Stanje naročil	7		14				
Pravna oblika	4				16		
Panoga	4	4					
Starost podjetja	4	4					
Promet	2		4				
Promet / Sodelavci	4		8				
Število sodelavcev	2			6			
Lastni kapital	4		8				
Obrat kapitala	4	4					
Plačilna disciplina podjetja	4		8				
Plačilna disciplina stranke	4		8				
Struktura družbenikov	4		8				
vsota	100	12	164	6	16	0	0

Bonitetni index	198
-----------------	-----

Vir: Creditreform. [URL: <http://www.creditreform.si>], oktober 2002.

b) Način plačila

Analiza temelji na nekaj zbranih računov glavnih dobaviteljev preučevanega podjetja. Uporabljajo številčno lestvico od 11 do 67, kjer višja številka pomeni slabši način plačila. Mejna ocena, ki še označuje plačevanje vseh obveznosti v dogovorjenem roku je 29.

c) Kreditna ocena

Kreditno oceno predstavijo opisno, kot na primer "poslovanje je dopustno", ali pa na željo stranke izračunajo priporočeno višino kreditne sposobnosti – tj. višino zneska, do katerega menijo, da je varno poslovati (v primeru, da stranka tega izrecno ne zahteva, zneska ne objavijo).

4.4. AGENCIJA ZA JAVNOPRAVNE EVIDENCE IN STORITVE (AJPES)

AJPES je bila po Zakonu o plačilnem prometu ustanovljena julija 2002. Od Agencije za plačilni promet (APP) je prevzela opravljanje statistično-informativnih nalog, to je obdelovanje in objavljanje podatkov iz letnih poročil posameznih poslovnih subjektov (pravne osebe in po letu 2003 tudi za samostojne podjetnike) in izvajanje različnih statističnih registrov in evidenc podatkov, med katerimi je najpomembnejši Poslovni register Slovenije. Posebno področje dela AJPES je tudi izdelovanje informacij o boniteti poslovanja in izvajanje večstranskega pobotanja obveznosti in terjatev poslovnih subjektov. AJPES opravlja svoje naloge v 12 organizacijskih enotah, določenih v Sklepu o ustanovitvi AJPES. Centrala ima sedež v Ljubljani, izpostave pa v naslednjih krajih: Ljubljana, Celje, Koper, Kranj, Krško, Maribor, Murska Sobota, Nova Gorica, Novo mesto, Postojna in Velenje. Razvejana mreža organizacijskih enot AJPES je v prid tako dajalcem podatkov kot tudi njihovim uporabnikom – državi, državnim institucijam, znanstvenoraziskovalnim in drugim institucijam ter posameznim poslovnim subjektom. Organa AJPES sta 5-članski Svet in direktor. Člane Sveta AJPES in direktorja imenuje in razrešuje Vlada Republike Slovenije. AJPES ni prava bonitetna hiša, vendar sodi v sklop obravnavanih ponudnikov bonitet.

AJPES naročnikom zagotavlja podatke o boniteti poslovanja gospodarskih družb, zavodov, inštitutov in drugih ter podatke o boniteti poslovanja za poslovne subjekte iz Hrvaške, Makedonije in ZRJ, s katerimi so sklenjeni posebni sporazumi. Izdelujejo jih v slovenskem, angleškem, nemškem in italijanskem jeziku, naročiti pa jih je mogoče po elektronski pošti, telefaksu in pošti. Bonitete (BON) lahko naročniki po telefaksu prejmejo že na dan naročila oziroma po pošti naslednji dan, na analizo bonitete poslovanja pa je treba počakati tri dni. V treh dneh po naročilu prejmejo naročniki tudi bonitete o pravnih osebah iz Hrvaške, Makedonije in Zvezne Republike Jugoslavije. Agencija letno izdela okrog 60.000 bonitet. Poleg informacij o boniteti poslovanja, ki jih Agencija pripravlja na podlagi dnevniških naročil, je naročnikom na voljo še "FI-PO" finančni podatki gospodarskih družb, ki ga je Agencija pripravila v sodelovanju z Gospodarskim vestnikom. Nudi vpogled v podatke in kazalnike iz računovodskih izkazov, pomembne za presojo velikosti, finančne stabilnosti in uspešnosti poslovanja za več kot 37.000 družb (tudi bank) in več kot 1.200 dejavnosti (skupek podjetji in posamezni dejavnosti), za obdobje zadnjih sedmih let (od leta 1994 dalje). "FI-PO" je uporabnikom na voljo na spletnih straneh Agencije in na spletnih straneh Gospodarskega vestnika.

AJPES-u omogoča informacijsko bazo kar Zakon o gospodarskih družbah. Ta vsem družbam, podjetnikom, bankam, zavarovalnicam, pravnim osebam javnega prava in pravnim osebam zasebnega prava nalaga, da predlagajo svoja letna poročila AJPES-u. Bonitete o slovenskih podjetjih pripravlja na podlagi splošnih podatkov o gospodarski družbi, zbranih iz različnih javnih registrov (Sodni register, Poslovni register Slovenije, Register imetnikov računov pri Agenciji, Register transakcijskih računov itd.), podatkov iz letnih poročil oziroma računovodskih izkazov in iz revidiranih letnih poročil oziroma računovodskih izkazov za tiste družbe, ki so zavezane za revizijo le teh, zbirnih podatkov iz računovodskih izkazov pravnih oseb posameznih dejavnosti in iz podatkov plačilnega prometa. Oblika in velikost sta odvisna od razvrščanja družb po velikosti. Ajpes ne zbira podatkov preko telefonskih razgovorov, javnih medijev in drugih. K dodatnim "mehkim informacijam", ki si jih poslužuje, lahko štejemo le pridobivanje podatkov o plačilni sposobnosti proučevanega subjekta pri poslovnih bankah preko transakcijskih računov

AJPES izdeluje naslednje vrste bonitet: BON-1, BON-1/P, BON-1/IN, BON-1/S, BON-1/Z, BON-2, analiza bonitete poslovanja, BON-HR, BON-MK in BON-ZRJ.

a) BON-1

Boniteta vsebuje splošne podatke o gospodarski družbi, zbrane iz različnih javnih registrov, podatke iz letnih poročil – tudi revidiranih in podatke iz plačilnega prometa (glej prilogo 4, str. 16–19). Podatki iz letnih poročil in iz njih izračunani pomembnejši kazalniki poslovanja dajejo vpogled v velikost, v premoženjsko finančni položaj in v poslovni izid gospodarske družbe. Izračunani so namreč vsi pomembnejši kazalniki, od kazalnikov financiranja, plačilne sposobnosti, gospodarnosti, donosnosti do kazalnikov produktivnosti. Navedeni so tudi istovrstni podatki in kazalniki za dejavnost, v katero je gospodarska družba uvrščena, kar omogoča primerjavo rezultatov poslovanja posamezne gospodarske družbe z rezultati poslovanja dejavnosti. Pri tem so podatki družbe primerjani tudi s podatki družb enake velikosti v dejavnosti, kar omogoča še natančnejšo primerjavo rezultatov poslovanja. V posebni tabeli pa so prikazani tudi pomembnejši podatki in kazalniki finančnega poslovanja družbe za zadnjih pet let in njenega položaja v dejavnosti. Podatke iz letnih poročil dopolnjujejo nekateri podatki o obsegu finančnega poslovanja poslovnega subjekta v tekočem letu in nekateri podatki o njegovi finančni disciplini, ki je razvidna iz podatkov o morebitnih neporavnanih obveznostih družbe v zadnjih šestih mesecih. Višine kreditne sposobnosti podjetja ne izračunavajo.

b) BON-1/P

Boniteta je namenjena tistim naročnikom, ki želijo še podrobnejše podatke o finančnem poslovanju posamezne gospodarske družbe kot jih nudi BON-1.

c) BON-1/IN

Predstavlja BON-1 v angleškem, nemškem ali italijanskem jeziku, preračunan v EUR.

d) BON-1/S

Boniteta vsebuje splošne podatke, podatke o prejemkih na račune in o izdatkih z računov ter o finančni disciplini tistih gospodarskih družb, ki Agenciji za zadnje leto niso predložile računovodskih izkazov.

e) BON-1/Z

Predstavlja boniteto poslovanja zavodov, inštitutov ...

f) BON-2

Naročnikom zagotavlja informacije o plačilni sposobnosti podjetij. Poleg osnovnih identifikacijskih podatkov o podjetju vsebujejo podatke o obsegu njegovega finančnega poslovanja v tekočem letu in nekatere podatke o njegovi finančni disciplini.

Agencija za plačilni promet je 30. 06. 2002 prenehala opravljati plačilni promet za pravne osebe. Po tem datumu ni imela več na voljo ustreznih informacij, na podlagi katerih bi lahko pripravila verodostojno poročilo o plačilni sposobnosti, saj ima vpogled v stanje na transakcijskem računu le banka, ki vodi račun pravne osebe.

Agencija bo v skladu z Letnim programom statističnih raziskovanj za leto tudi v bodoče spremljala podatke o pravnih osebah z neporavnanimi obveznostmi neprekinjeno nad 5 dni, evidentiranih pri bankah. Meseca julija 2002 je bilo po podatkih bank evidentiranih 534 pravnih oseb z neporavnanimi obveznostmi neprekinjeno nad 5 dni, kar je 38 več kot junija. Povprečni znesek neporavnanih obveznosti (2.105 milijonov SIT) se je v primerjavi z junijem povečal za 15,3 %. Med plačilno nesposobnimi pravnimi osebami so imele 203 pravne osebe neporavnane obveznosti od 6 do 30 dni neprekinjeno, 130 pravnih oseb od 31 do 90 dni in 201 pravna oseba več kot 90 dni, od tega 20 pravnih oseb več kot eno leto (AJPES, [URL:<http://www.sdk.si/>], oktober 2002).

g) ANALIZA BONITETE POSLOVANJA

Na željo naročnika lahko Agencija nudi tudi podrobnejši vpogled v poslovanje posamezne družbe v zadnjih petih letih. Poleg podatkov iz računovodskih izkazov za več let in podatkov plačilnega prometa so v tej analizi tudi podatki iz poslovnega poročila oziroma iz revidiranega letnega poročila družbe. Dopolnjujejo jo grafični prikazi in preglednice s podrobno razčlenjenimi podatki in kazalniki iz računovodskih izkazov družbe za zadnjih pet let.

h) BON-HR, BON-MK in BON-ZRJ

Naročniki lahko dobijo bonitete ne le o poslovnih subjektih iz Slovenije, ampak tudi iz nekaterih drugih držav, s katerimi so sklenjeni posebni sporazumi (Hrvaška, Makedonija, Zvezna Republika Jugoslavija). Vsebujejo identifikacijske podatke o posamezni družbi in iz računovodskih izkazov zbrane pomembnejše podatke in kazalnike poslovanja in dejavnosti, v katero je proučevana družba uvrščena. Vsebujejo tudi podatke o finančni disciplini družbe (podatki o morebitnih neporavnanih obveznostih).

4.5. BONITETNA SLUŽBA V SLOVENSKI IZVOZNI DRUŽBI

Slovenska izvozna družba, d. d. Ljubljana (v nadaljevanju SID), je slovenska izvozno-kreditna agencija. Ustanovljena je bila 22. 10. 1992 kot posebna zasebnopravna finančna institucija za zavarovanje in financiranje izvoza, na podlagi posebnega zakona o družbi za zavarovanje in financiranje izvoza Slovenije. Večinski lastnik družbe je Republika Slovenija (konec leta 2001 je njen delež znašal 91,15 odstotkov), poleg nje pa so delničarji še banke, zavarovalnice, Gospodarska zbornica Slovenije ter številna druga slovenska podjetja.

V primerjavi z večino izvozno-kreditnih agencij (IKA) iz drugih držav se SID uvršča med tiste, ki svojim strankam ponuja široko in kompletno paleto različnih zavarovalnih in finančnih storitev. Temeljne dejavnosti SID-a so:

- zavarovanje kratkoročnih izvoznih in domačih terjatev pred komercialnimi riziki,
- zavarovanje izvoznih kreditov in vlaganj v tujini pred nekomercialnimi riziki,
- zavarovanje srednjeročnih izvoznih kreditov pred komercialnimi riziki,
- financiranje izvoza,
- izdajanje storitvenih in carinskih garancij.

Za izpolnjevanje svojih obveznosti jamči SID s svojim kapitalom (konec leta 2001 je znašal 18 milijard SIT), poleg tega pa ima za izpolnjevanje svojih obveznosti tudi zakonsko garancijo države, ker določene posle izvaja za državni račun. Pri svojem delu sodeluje s številnimi izvozno-kreditnimi agencijami v svetu in drugimi mednarodnimi finančnimi institucijami, s katerimi izmenjuje informacije o bonitetah tujih kupcev, tujih bank, podnebnju naložb in country-risku, poleg tega pa je bil SID 18. 10. 2000 tudi uradno sprejet v polnopravno članstvo Bernske unije (Mednarodna zveza zavarovateljev kreditov in investicij).

Zaradi tveganosti poslov, ki jih opravljajo izvozno-kreditne agencije, so za uspešno delovanje potrebne ustrezne baze podatkov, ocene rizičnosti trgov, kreditne informacije in ocene bonitet kupcev, dolžnikov in garantov. SID od leta 1996 razvija svojo bonitetno službo, ki predstavlja podporno službo temeljnim dejavnostim družbe. Pri svojem delu uporablja sodobne profesionalne metodologije ocenjevanja rizičnosti, lasten izgrajen informacijski sistem in vzpostavljanje in tekoče dopolnjevanje interne baze podatkov ter kreditne informacije in analize domačih in tujih zunanjih institucij. Ob tem pa uporablja tudi informacije o tujih trgih, plačanih oziroma najavljenih škodah, kupcih, dolžnikih in garantih, ki si jih med seboj izmenjujejo na primer tudi članice Bernske unije. Poleg lastne bonitetne službe SID uporablja tudi bonitete drugih ponudnikov, tako slovenskih kot tujih.

Bonitetna služba je usmerjena predvsem na pripravljanje:

- bonitet o slovenskih podjetjih,
- bonitet o slovenskih bankah,
- bonitet o bankah v tujih državah, zlasti v JV, S in V Evropi,
- bonitet o podjetjih, zlasti iz držav JV, S in V Evrope.

V največjem številu se v bonitetni službi pripravljajo bonitete za podjetja iz Slovenije in Hrvaške. Glavni viri za pripravo slovenskih bonitet so uradni statistični bilančni podatki za zadnja tri leta, letna poročila podjetij, revizijskega poročila, izpisi iz sodnega registra, klasifikacija dejavnosti, bonitetna razvrstitev podjetja pri poslovni banki, neposreden kontakt s podjetjem, ki je predmet analize (telefonski razgovor s finančnim direktorjem ali drugo strokovno osebo, obisk podjetja), imenik pravnih oseb (IPO), strokovni članki o iskanem podjetju, plačilni ključ, uradni vpisi stečajev in prisilnih poravnjav, informacije pridobljene na spletni strani podjetja itd.

Hrvaške bonitete se pripravljajo na podlagi obrazcev BON1 in BON2, ki se pridobijo preko hrvaške Agencije za plačilni promet, ter na podlagi nekaterih že prej naštetih razpoložljivih virov. V primeru, da so bonitete, ki jih SID pridobi pri drugih bonitetnih hišah, pomanjkljive, pripravlja SID za svoje zavarovance tudi bonitete za tuja podjetja po celem svetu. Te pripravlja na podlagi bilanc stanja in izkaza uspeha za zadnji dve leti, ki jih včasih pridobi tudi zavarovanec direktno od svojih tujih kupcev. Bilance morajo biti v slovenskem, hrvaškem ali angleškem jeziku ter po možnosti revidirane. Dopolnjujejo se še z različnimi informacijami, ki so dostopne preko spletnih strani.

Bonitetna služba SID izdeluje dve vrsti bonitet za slovenske družbe, ki se pripravljajo v slovenskem in angleškem jeziku. Najbolj obsežna je **boniteta tipa A**, ki vsebuje celovito analizo o preučevani družbi. Na podlagi bilance stanja, izkaza uspeha ter finančnih kazalnikov se analizira uspešnost podjetja ter finančnopremoženjski položaj in njegovo spremembo v obravnavanih zadnjih treh letih. Skupaj z mnogimi drugimi informacijami in nekaterimi subjektivnimi ocenami (tržni položaj podjetja, neto vrednost podjetja, ocena managementa, strateški načrt podjetja ...) nato postavijo končno oceno proučevanega podjetja. Sestavljena je iz kratkega povzetka, ki vsebuje komentar o gibanju mesečne in letne prodaje, oceno finančne stabilnosti, kapitaliziranosti, likvidnostnem položaju podjetja, podatke o kratkoročni zadolženosti, podatke o upravljanju s sredstvi in o tekoči plačilni sposobnosti. Povzetek podaja tudi primerjavo podjetja s panogo in s predhodnim letom ter pomembnejše informacije o razvojnih projektih podjetja. Po povzetku sledi razvrstitev podjetja v enega izmed bonitetnih razredov, ki poteka po interno določenih pravilih (v skladu s predpisi Banke Slovenije). Na koncu, na podlagi bonitetne razvrstitve, zahteve zavarovanca ter izračuna kreditne sposobnosti obravnavanega podjetja, sledi določitev indikativnega limita zavarovalnega kritja za posamezno podjetje. Limit je lahko manjši ali enak zahtevanemu limitu. Pove nam, do katerega zneska lahko podjetju zavarujejo prodajo na odprt račun, ali izdajo določeno vrsto garancije. Bonitete tipa A uporabljajo oddelki znotraj SID-a pri večjih poslih. Izjemoma pa jo lahko naročijo tudi zunanji uporabniki.

Drugo vrsto bonitete predstavlja **boniteta tipa B ali t. i. SID-BON**. Od decembra 2002 je registriranim uporabnikom možen dostop do bonitet za več kot 37.000 podjetij tudi preko interneta (on-line preko SID-NET). Bonitetna služba je razvila sistem baz bonitet domačih podjetij in podjetij iz držav, ki predstavljajo za slovensko gospodarstvo pomembnejše izvozne

trge. Projekt je zahteval povezavo z najboljšimi ponudniki bonitet in drugih informacij za posamezna tržišča ter vzpostavitev ažurnih baz podatkov in povezav, ki so dodatno podprte z analitičnim delom strokovnjakov iz bonitetne službe SID.

Boniteta SID-BON je sestavljena iz treh delov (glej prilogo 5, str. 20-27). Prva stran vsebuje nekatere splošne podatke o podjetju, sledi bilanca stanja in izkaz poslovnega izida ter finančna analiza, iz katere je razviden likvidnostni položaj podjetja, finančna moč, uspešnost poslovanja, upravljanje s sredstvi in zadolženost podjetja. Izračuni so prikazani za zadnja tri poslovna leta, analiza pa vsebuje tudi izračune za povprečje vseh družb skupaj v dejavnosti za zadnje poslovno leto. Po analizi sledi prikaz: avtomatskega izračuna doseženih točk, bonitetnega razreda, indikativnega limita in trenda.

a) Avtomatski izračun doseženih točk

Točkovni sistem je razdeljen v tri sklope finančnih kazalnikov, ki kažejo likvidnost, varnost naložbe in uspešnost poslovanja. Maksimalno število doseženih točk je 100, kar predstavlja najboljšo oceno. Na boniteti je prikazano samo skupno število točk.

b) Bonitetni razred

Bonitetni razred je opredeljen tako z uspešnostjo poslovanja, kot tudi s finančno-premoženjskim položajem družbe. Družbe so uvrščene v devet bonitetnih razredov in sicer od AAA, ki predstavlja najboljši bonitetni razred, do E, ki predstavlja najslabši bonitetni razred. V nekaterih primerih ima družba oznako bonitetnega razreda N (ni na razpolago finančnih podatkov za zadnje poslovno leto, družba je v postopku prisilne poravnave, posluje krajši čas). Osnova za avtomatsko razporeditev družbe je število doseženih točk in nekateri drugi pomembni elementi.

V bonitetni razred A so razvrščene družbe z vrednostjo točk od 65 do 100 s pogojem, da so vsi trije sklopi kazalnikov iz točkovnega sistema večji od 0. Za uvrstitev v bonitetna razreda AAA in AA mora družba izpolnjevati kriterije za uvrstitev med srednje oz. večje slovenske družbe (skladno z novelo ZGD), poslovati mora z dobičkom iz poslovanja in poslovno leto mora zaključiti s čistim dobičkom.

V bonitetni razred B so razvrščene družbe z vrednostjo točk od 25 do 64 točk, v razred C pa od 10 do 24 točk.

V bonitetni razred D so razvrščene družbe s številom točk od 0 do 9 in družbe z negativno vrednostjo kapitala.

V bonitetni razred E so razvrščene družbe, ki so v postopku stečaja ali likvidacije.

c) Indikativni limit

Indikativni limit je izračunan avtomatsko in je navzgor omejen z bonitetnim razredom. Giblje se od 0 (za bonitetne razrede D, E, N) pa do 100 mio SIT (za bonitetni razred AAA). V nekaterih primerih ga tudi ročno popravijo.

d) Trend

Trend je izdelan v obliki grafičnega prikaza doseženega števila točk v zadnjih treh letih.

Boniteta vsebuje tudi tri priloge, in sicer bilanco stanja – strukturo in indekse, izkaz poslovnega izida – strukturo in indekse ter grafe, ki prikazujejo nekatera pomembnejša dejstva o proučevanem podjetju (struktura aktive in pasive po ročnosti, struktura skupnega prihodka, delež akumulacije v prihodkih, rast prihodkov in donosnost kapitala).

Posebnost delovanja bonitetne službe v SID-u je, kadar uporabniki potrebujejo celovite storitve SID-a. Preučevano podjetje SID ne le oceni in določi stopnjo rizika, ampak ga lahko tudi zavaruje. Tudi v primeru, ko SID financira določen projekt, ali pa nudi storitvene garancije, je podlaga za tako odobritev boniteta. Pri velikih vrednosti in velikih tveganjih poslovanja morajo biti informacije kar se da popolne.

4.6. OCENA BONITETNIH POROČIL SLOVENSКИH PONUDNIKOV

Bonitetna poročila I d.o.o, Intercredita, Creditreforma in bonitetne službe v SID-u so vsaka zase specifična in na svojstven način podajo oceno proučevanega podjetja. Med njimi je največ formalnih razlik pri prikazovanju eksplicitnih ocen tveganosti poslovanja preverjenega podjetja in pri velikosti priporočenega kreditnega zneska. Posledica tega je uporaba različnih metodologij obdelave podatkov in končnega izračuna ocen. Ocene kreditnih zneskov veljajo za dokaj konzervativne – toliko bolj, če je uporabnik bonitete kreditna zavarovalnica, saj je to za bonitetne hiše varovalka za vse negotovosti, ki jih v analizi ne morejo upoštevati. Zato vam v slovenskem Creditreformu, če se ne dogovorite drugače, v poročilu zneska niti ne objavijo. Vse analize v bonitetnih poročilih (razen pri AJ PES-u) se končajo z numerično oceno tveganosti poslovanja, ki omogoča preprosto obravnavanje in vrednotenje podatkov v poročilu. I d. o. o. prikazuje bonitetni rating Dun & Bradstreet, Creditreform je razvil bonitetni indeks, Intercredit prav tako predstavlja oceno finančne situacije z indeksom, bonitetna služba v SID-u pa izračunava skupno število doseženih točk.

Slovenske bonitetne hiše nastopajo več ali manj na istih tržiščih, pa tudi vire informacij imajo precej podobne. Ker se poslovni dogodki in informacije, ki vplivajo na boniteto, spreminjajo tako rekoč iz dneva v dan, je zavljo ažurnosti in točnosti navedb boniteta individualni izdelek. Informacije se ne zajemajo le enkratno ob izdelavi bonitete. Vsak dan se sveže informacije evidentirajo in shranjujejo v podatkovno bazo neodvisno od povpraševanja.

Problem, s katerim se srečujejo bonitetne hiše, je nepripravljenost podjetij za posredovanje informacij, kar še posebej velja za majhna podjetja ter za področja nerazvitih držav. Nepripravljenost vodstva za posredovanje podatkov ni priporočljiva, ker že sama po sebi nosi oznako visokega poslovnega tveganja, zato analitiki v boniteti tega ne pozabijo omeniti. Problem predstavljajo tudi samostojni podjetniki, ki so po zakonu zavarovani kot privatne osebe in je možno (zlasti finančne) podatke uporabiti le z njihovim privoljenjem. Ta problem

naj bi se z letom 2003 odpravil, saj bodo morali v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah letna poročila predložiti vsi podjetniki.

V 3. točki diplomske naloge (glej na straneh 8–20) sem na kratko opisal nekatere finančne in nefinančne kazalnike, ki naj jih vsebuje boniteta podjetja. V Tabeli 4 je razvidno, katere kazalnike najdemo v posameznih bonitetnih poročilih slovenskih ponudnikov. Na osnovi analize ugotavljam, da bonitetne hiše pri končni oceni podjetij (razen AJPES-a, ki končne ocene ne prikaže) v glavnem **poleg naštetih v Tabeli 4 upoštevajo tudi ostale nefinančne kazalnike** (kakovost, naložbene aktivnosti, inovacije, ekologija itd.).

Tabela 4: Katere finančne in nefinančne kazalnike vsebujejo bonitetna poročila proučevanih ponudnikov bonitet?

<i>FINANČNI IN NEFINANČNI KAZALNIKI</i>	<i>BONITETNA POROČILA SLOVENSКИH PONUDNIKOV</i>
--	--

	I d. o. o.	Intercredit	Creditreform	AJPES (BON-1)	Bonitna služba SID (SIDBON) ¹¹
Bilanca stanja	☺	☺	☺	☺	☺
Izkaz posl. izida	☺	☺	☺	☺	☺
Izkaz fin. izida	/	/	/	/	/
Računovodski kazalniki	☺	/	/	☺	☺
Primerjava s panogo	/	/	/	☺	☺
Pravnoorganizacijska oblika	☺	☺	☺	☺	☺
Zgodovina podjetja	☺	/	/	/	/
Velikost	☺	/	/	☺	☺
Lastniška struktura	☺	☺	☺	☺	/
Nepremičnine	☺	☺	☺	/	/
Kapitalske povezave	☺	☺	/	/	/
Dejavnost podjetja	☺	☺	☺	☺	☺
Tržna usmeritev podjetja	☺	☺	☺	/	☺
Analiza managementa	☺	☺	/	/	/
Strategija podjetja	/	/	☺	/	/
Informacije iz javnih medijev in druge "mehke informacije"	☺	☺	/	/	/

☺ - bonitetno poročilo vsebuje kazalnik; / - bonitetno poročilo ne vsebuje kazalnik

¹¹ Vsebinska ne velja za celovitejšo boniteto tipa A, ki jo bonitetna služba Slovenske izvozne družbe tudi ponuja.

Boniteta v primerjavi s koristmi, ki jih prinaša, ne pomeni bistvenega stroška. Boniteta za slovensko podjetje praviloma ne znaša več kot 12.000 SIT. Tako podjetja kot tudi banke in zavarovalne družbe običajno pri večjih poslih za svoje stranke uporabijo bonitetno poročilo vsaj dveh ponudnikov. S kombinacijo različnih ocen bonitete podjetja dobijo bolj utemeljeno in realnejšo sliko o tveganosti poslovanja.

5. RAZISKAVA UPORABNOSTI BONITETNIH POROČIL V SLOVENSKEM PROSTORU

5.1. NAMEN RAZISKAVE

Z raziskavo sem poskušal ugotoviti:

- katerih ponudnikov bonitetnih storitev se najpogosteje poslužujejo slovenska podjetja pri svojem poslovanju,
- kateri podatki oziroma informacije so za anketirana podjetja najpomembnejša pri oceni bonitete podjetja ter
- od anketirancev dobiti oceno na trgu razpoložljivih bonitetnih poročil.

5.2. POTEK RAZISKAVE

Raziskavo sem opravil s pomočjo ankete, ki sem jo po elektronski pošti skupaj s spremnim dopisom posredoval 140-im podjetjem v Sloveniji. Prošnjo za izpolnitev sem naslovil na finančnega direktorja podjetja. Odgovore sem prejel iz 30 podjetij kar je 21 % poslanih anket - od tega je poslalo odgovore 22 velikih podjetij in 8 srednje velikih podjetij iz povsem različnih panog. Med njimi so najuglednejša slovenska podjetja, kot so Lek, Petrol, Luka Koper, BTC, Belinka, Trimo, DZS itd.

Anketa je bila sestavljena iz vprašalnika in numerične ocenjevalne lestvice, ki je bila vrednotena od 1 do 5, in sicer je pomenila:

- 1 - zelo nepomembno
- 2 - nepomembno
- 3 - delno pomembno
- 4 - pomembno
- 5 - zelo pomembno.

(Za lažje razumevanje same analize ankete glej prilogo 6, na str. 28-30.)

5.3. OBRAZLOŽITEV REZULTATOV RAZISKAVE

a) Odgovori na vprašanja o ponudnikih bonitetnih storitev

Vsi anketiranci so (100 %) odgovorili, da uporabljajo informacije o bonitetah podjetij. Večina se poslužuje informacije večih ponudnikov bonitetnih storitev. Največ podjetja uporabljajo storitve Agencije za plačilni promet, sledita ji, v približno enaki velikosti, bonitetna hiša I d. o. o. Poslovne informacije in Slovenska izvozna družba (oddelek bonitetna služba). Nekoliko manj pa podjetja uporabljajo storitve Creditreform d. o. o. ter Coface Intercredit Ljubljana d. o. o.

Pri sklepanju novih poslovnih razmerij vsi vprašani uporabljajo informacije o bonitetah podjetij. 70 % jih uporablja tudi za obnavljanje in utrjevanje obstoječih poslovnih razmerij ter dobrih 36 % za spoznavanje in upravljanje lastne bonitete podjetja.

Večina anketiranih podjetij bonitete najbolj uporablja v finančni službi (93 %) in v komerciali (90 %), nekaj manj pa te informacije uporablja vodstvo podjetja (60 %). Dobra polovica vprašanih uporablja bonitete vsakodnevno, približno četrtnina mesečno ter 15 % kvartalno oziroma enkrat letno.

Dobra polovica podjetij je tudi odgovorila, da povprašujejo po bonitetah tako domačih kot tujih podjetij. 30 % jih povprašuje samo po slovenskih podjetjih, 13 % pa samo po podjetjih iz tujine.

b) Odgovori na vprašanja o pomembnosti podatkov za oceno bonitete podjetja

Vprašanja so bila strukturirana v štiri sklope. Prvi sklop se je nanašal na podatke o vodstvu podjetja, drugi sklop na podatke o poslovnem okolju, tretji sklop o pomembnosti finančnih podatkov za oceno bonitete ter četrti sklop na nekaj splošnih vprašanj.

Na vprašanja glede podatkov o vodstvu podjetja so za večino vprašanih podjetij (57 %) imena članov uprave delno pomembna, delno oziroma pomembni so podatki o njihovih delovnih izkušnjah (83 %), povsem nepomembni pa so po njihovem mnenju rojstni podatki članov uprave (83 %). Podatki o imenih članov nadzornega sveta se zdijo anketirancem nepomembna (63 %).

Glede podatkov o poslovnem okolju so anketiranci menili, da so informacije o lastniški strukturi podjetja (93 %), o prodajnih in nabavnih trgih na katerih podjetje posluje (87 %) ter podatki o organiziranosti družb (80 %) zelo pomembni podatki. Pomemben je še podatek o dejavnosti podjetja (70 %), delno pomembni pa so po mnenju vprašanih podatki o datumu ustanovitve podjetja (83 %) ter podatki o bankah s katerimi posluje podjetje (63 %).

Brez izjeme pa so za vsa anketirana podjetja najpomembnejši finančni podatki, med katere z najvišjim odstotkom odgovorov sodijo podatki o izpolnjevanju plačilnih obveznosti (90 %),

izkaz uspeha in bilanca stanja (84 %), podatki o zadolženosti podjetja (80 %) ter kazalniki uspešnosti in likvidnosti poslovanja (70 %).

Med splošnimi vprašanji so za anketirance zelo pomembni podatki o morebitnih sodnih procesih, ki jih je deležno podjetje (73 %), med pomembne podatke pa sodi tudi informacija ali podjetje posluje po ISO standardih ali ne (70 %).

c) Odgovori na vprašanja o oceni vsebine bonitete podjetja

Večina vprašanih delno upošteva predlog limita, ki ga predlaga bonitetna hiša. Dobra polovica ocenjuje, da je cena bonitet primerna. Za vse anketirance je glavna pomankljivost bonitet ažurnost oziroma neažurnost, navajajo pa tudi problem natančnosti podatkov, neresnično izkazovanje podatkov (V Evropa) itd. 83 % vprašanih je odgovorilo, da imajo bonitete srednjo zanesljivost. Več kot polovica anketirancev hkrati ocenjuje, da imajo bonitete srednji vpliv na nadaljnje poslovne odločitve v podjetju, prav tako pa se jih tudi več kot polovica strinja, da naj boniteta vsebuje tako podrobne informacije o podjetju kot tudi povzetek z oceno tveganja.

5.4. KLJUČNE UGOTOVITVE RAZISKAVE

Rezultati ankete so pokazali, da se velika in srednje velika slovenska podjetja poslužujejo bonitetnih storitev predvsem zaradi zniževanja poslovnega tveganja pri sklepanju novih poslovnih razmerij. Med najpomembnejšimi podatki za oceno bonitete podjetij so sicer finančni podatki, čeprav v zadnjem času pridobivajo na pomenu tudi nekateri nefinančni podatki. Iz ankete je tudi razvidno, da je zaupanje podjetij v zanesljivost bonitet srednje in to predvsem na račun premajhne ažurnosti in natančnosti podatkov. Kljub temu pa je vpliv bonitet na sprejemanje odločitev o poslovanju v anketiranih podjetjih sorazmerno velik.

6. SKLEP

Vse ostrejša konkurenca, ki jo je prinesla globalizacija, sooča podjetja z vedno večjimi tveganji. Iskanje priložnosti ob obvladovanju tveganj v poslovanju pa je eden izmed ključnih dejavnikov uspeha današnjega managementa. Poznavanje bonitete poslovnih partnerjev omogoča podjetju, da dovolj varno vstopa v nove poslovne odnose in stalno preverja obstoječe.

V diplomski nalogi sem najprej opredelil sam pojem bonitete, njeno temeljno vlogo pri obvladovanju tveganj in predstavil, za koga je boniteta pomembna, oziroma kdo so uporabniki informacij, ki jih boniteta nudi.

Izdelava bonitete podjetja s pomočjo finančnih in nefinančnih kazalnikov je tako vsebinsko kot tudi tehnično izredno zahtevno opravilo.

Finančni kazalniki imajo veliko vlogo pri boniteti podjetja, saj kažejo, ali uveljavljanje in izvajanje strategije v podjetju prispeva k finančni uspešnosti podjetja. Preveliko poudarjanje

finančnih kazalnikov nas lahko osredotoči na preteklost namesto na prihodnost, saj imajo računovodski izkazi vedno le zgodovinske informacije. Zato je uporaba kakovostnih (nefinančnih) kazalnikov nujna in ima tudi vedno večjo težo in pomen. Z njimi ocenjujemo uspešnost ključnih poslovnih procesov od poslovanja s strankami pa do poslovnega ugleda. Med pomembne kakovostne kazalnike nedvomno sodi tudi presoja o pravnoformalnem okviru delovanja podjetja, njegovi zgodovini, sedanji vpletenosti v okolje, okoljevarstveni naravnosti in podobno.

Vse kazalnike pa morajo izdelovalci bonitet presojati v njihovi medsebojni uravnoteženosti, kar zahteva veliko informacijsko bazo ter ekspertna znanja, večšine in določene osebnostne lastnosti samih presojevalcev.

V Sloveniji imamo kljub majhnosti prostora že dokaj razvit in razširjen trg komercialne ponudbe bonitetnih informacij. Celovite bonitete izdelujejo le štiri podjetja, vsi ostali ponudniki v glavnem nudijo le metodološko obdelana letna računovodska poročila.

Predstavitev podjetji, ki v Sloveniji izdelujejo bonitete, sem opisal skozi bistveno vsebino njihovih bonitetnih poročil, s poudarkom na nekaterih posebnostih. Iz omejenih informacij in podatkov, ki so na voljo, nisem mogel izdelati podrobne analize prednosti in slabosti posameznih bonitet, ki bi mi omogočila postaviti objektivne kvalitetne ocene.

Raziskava uporabnosti bonitetnih poročil, ki je prikazana s pomočjo izvedene ankete, dopolnjuje sliko umestitve te dejavnosti v slovenskem prostoru. Na anketo so se odzvala predvsem velika, uspešna slovenska podjetja, kar dokazuje, kolikšno pomembnost pri svojem delovanju dajejo boniteti. Majhna podjetja očitno še niso dovolj osveščena na tem področju bodisi zaradi premajhnega zavedanja uporabnosti ali nepoznavanja možnosti pridobivanja bonitet.

LITERATURA

1. Belak Janko: Unternehmen im Uebergangsprozess zur Marktwirtschaft. Maribor: Založba Obzorja, 1994. 382 str.
2. Bergant Živko: Sistem kompleksne analize finančnega položaja podjetja. Ljubljana: Inštitut za trženje, ekonomiko in organizacijo, 1993. 263 str.
3. Foster George: Financial Statement Analysis. Second edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall International, 1986. 625 str.
4. Hočevar Marko, Igličar Aleksander Igličar: Osnove računovodstva. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1996. 268 str.
5. Igličar Aleksander, Hočevar Marko: Računovodstvo za managerje. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1997. 423 str.
6. Kaplan Robert S., Norton David P.: Uravnoteženi sistem kazalnikov. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 2000. 343 str.
7. Knez-Riedl Jožica: Objektivizacija presoje bonitete podjetja s pomočjo panožnih dejavnikov. Doktorska disertacija. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, 1998. 278 str.
8. Knez-Riedl Jožica: Pojmovanje in presojanje bonitete podjetja. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 2000. 206 str.
9. Lipnik Janez: SRS 26 in 27 – oblike izkazov finančnega izida in gibanja kapitala za zunanje poslovno poročanje. Zbornik referatov 5. letne konference preizkušenih računovodij. Ljubljana: Slovenski inštitut za revizijo, 2002, str. 133-155.
10. Mihelčič M.: Analiza organizacije združbe ob uvajanju modela evropske nagrade za kakovost v Sloveniji, Vloga analitikov pri prenovi delovnih procesov podjetij in zavodov. 2. strokovno posvetovanje o sodobnih vidikih analize poslovanja in organizacije, Zveza ekonomistov Slovenije, Sekcija za poslovno analizo, Portorož 1996, str. 133-187.
11. Mramor Dušan: Osnove poslovnih financ 1. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1992. 172 str.
12. Mramor Dušan: Uvod v poslovne finance. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1993. 381 str.

13. Osmanagić-Benedik Nidžara: Analitičko-dijagnostični model za ocjenu boniteta poljoprivrednih poduzeća – teorijska i empirijska analiza. Ekonomski analitičar, Zagreb, 1992, 4, str 26-36.
14. Petrič Tine: Kaj nam pove bonitetno poročilo. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 11.02.2002, 6, str. 62-64.
15. Pučko Danijel: Analiza poslovanja. 2. natis. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999. 289 str.
16. Rozman Rudi, Kovač Jure, Koletnik Franc: Management. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1993. 312 str.
17. Stefančič Bojan et al: Priročnik o obvladovanju podjetij. Ljubljana: Agencija RS za prestrukturiranje in privatizacijo, 1997. 164 str.
18. Turk Ivan et al.: Finančno računovodstvo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1996. 406 str.
19. Turk Ivan et al.: Finančno računovodstvo. Ljubljana: Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 1999. 841 str.
20. Turk Ivan, Melavec Dane: Uvod v računovodstvo. Kranj: Moderna organizacija, 1994. 492 str.

VIRI

1. Agencija RS za javnopravne evidence in storitve. [URL: <http://www.sdk.si>, oktober 2002]
2. Anketa (Raziskava uporabnosti bonitetnih poročil v slovenskem prostoru, junij - julij 2002).
3. Creditreform. [URL: <http://www.creditreform.si>, oktober 2002]
4. I Poslovne informacije. [URL: <http://www.idoo.si>, oktober 2002]
5. Intercredit. [URL: <http://www.intercredit.si>, oktober 2002]
6. Interno gradivo Agencije RS za javnopravne storitve in evidence, 2002.
7. Interno gradivo Coface Intercredit d.o.o, 2002.
8. Interno gradivo Creditreform-a d.o.o, 2002.
9. Interno gradivo I d. o. o. Poslovne informacije, 2002.

10. Interno gradivo Slovenske izvozne družbe d.d, 2002.
11. Intervju z direktorjem Coface Intercredit d. o. o. Milošem Vargo, oktober 2002.
12. Intervju z namestnikom direktorja I d. o. o. Poslovne informacije Andrejem Brvarjem, oktober 2002.
13. Intervju z vodjo bonitetne službe v Slovenski izvozni družbi d.d. Vesno Zorman, oktober 2002.
14. Letno poročilo 2001 I d. o. o. Poslovne informacije.
15. Letno poročilo 2001 Slovenske izvozne družbe d.d.
16. Ocena kreditne sposobnosti podjetja. Seminar. Ljubljana: Interno gradivo CICEF, 1996.
17. Slovenska izvozna družba. [URL: <http://www.sid.si>, oktober 2002]
18. Zakon o družbi za zavarovanje in financiranje izvoza Slovenije (Uradni list RS, št. 32/92, 37/95, 34/96, 31/97 in 99/99).

PRILOGE

Priloga 1: Bonitetno poročilo I d. o. o.

Bonitetno poročilo

Zaupno, to poročilo sta pripravili družbi I d. o. o. poslovne informacije in Dun & Bradstreet za
I d. o. o. poslovne informacije

Referenca

Breda, Andrej, Marko
I d. o. o. poslovne informacije

4. april 2002
10:38

Osnovni podatki

BREDA d. o. o.

Znan tudi kot: A Dummy Demo Report

DUNS: 86-975-3863

D & B RATING:	2A2
PREJŠNJI RATING:	2A3
STANJE:	dobro
TREND:	nespremenjen
KREDITNO PRIPOROČILO:	27.000.000 SIT
D & B PLAČILNI KLJUČ:	74
PLAČILA (POVPREČNO):	6 dni za rokom

Naslov: Cesta Dveh Telebanov 62
SI - 9220 Piran
Slovenija

Telefon: +386 2 3456731
+386 2 8765421

Telefax: +386 2 3237198

Elektronska pošta: info@breda.si

Internet: www.breda.si

Materinska družba:

DUNS: 50-362-5121
Ime: Investbanka Piranka d.d.
Mesto: Piran

Država: Slovenija

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

Povzetek

PRIČETEK	1960	PRODAJA	2.478.453.000
REGISTRACIJA	1991	DOBIČEK	192.954.000
PRAVNA OBLIKA	družba z omejeno odgovornostjo	NETO VREDNOST	983.056.000
MATIČNA ŠTEVILKA	758691	NOMINALNI KAPITAL	199.507.000
ŠTEVILO ZAPOSLENIH	381	IZDANI KAPITAL	605.273.000
SIC KODA	2851	VPLAČANI KAPITAL	v celoti
DEJAVNOST (SIC)	Proizvodnja barv, lakov in podobnih snovi		

Vodstvo

Miran Tiran, direktor

Bogi Nemanič, finančni direktor

Janko Zvitorepec, direktor prodaje

Jožko Umnik, tehnični direktor

Banke

Banka Piranka d.d.

Ribja 11, Piran, Slovenija

Telefon: 386 2 2781100

Št. računa: 32000-6019786505

Plačila

D & B PLAČILNI KLJUČ

74

**Družba po dostopnih podatkih plačuje dogovorjene obveznosti
v povprečju 6 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.

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.

Vsaka od naslednjih vrstic predstavlja po en račun od dobaviteljev.

DATUM	ZNESEK	PLAČILO
april 2002	100.000	v roku
april 2002	100.000	zamuda do 15 dni
april 2002	10.000	zamuda do 15 dni
april 2002	50.000	zamuda do 15 dni
april 2002	50.000	zamuda do 15 dni
april 2002	100.000	zamuda do 15 dni
april 2002	10.000	zamuda do 15 dni
april 2002	100.000	v roku
april 2002	100.000	v roku
marec 2002	5.000	v roku
marec 2002	10.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	5.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	100.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	50.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	10.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	50.000	v roku
marec 2002	50.000	v roku
marec 2002	50.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	50.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	5.000	zamuda do 15 dni

marec 2002	50.000	zamuda do 30 dni
marec 2002	100.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	50.000	zamuda do 15 dni
marec 2002	100.000	v roku
marec 2002	50.000	v roku
februar 2002	10.000	zamuda do 15 dni
februar 2002	10.000	v roku
februar 2002	1.000	v roku
februar 2002	10.000	v roku
februar 2002	50.000	zamuda do 15 dni
februar 2002	50.000	zamuda do 15 dni

Več o vodstvu

Ime: **Miran Tiran**, direktor

Rojstvo: 5. februar, 1951, PIRAN, Slovenija

Izobrazba: univerzitetni diplomirani inženir strojništva

Govori: angleško

Ime: **Bogi Nemanič**, finančni direktor

Rojstvo: 7. julij, 1953, IZOLA, Slovenija

Izobrazba: univerzitetni diplomirani ekonomist

Govori: nemško

Ime: **Janko Zvitorepec**, direktor prodaje

Rojstvo: 11. februar, 1948, LJUBLJANA, Slovenija

Izobrazba: univerzitetni diplomirani ekonomist

Govori: angleško, italijansko

Ime: **Jožko Umnik**, tehnični direktor

Rojstvo: 22. april, 1944, MARIBOR, Slovenija

Izobrazba: diplomirani inženir

Zgodovina

Pričetek poslovanja: 1960 pod imenom Tovarna Barvitih Izdelkov.

Registriran od: 1991 kot družba z omejeno odgovornostjo.

Pravna oblika

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

Matična številka: 758691

Davčna številka: 45345621

Kapital

Izdani kapital: 605.273.000

Nominalni kapital: 199.507.000

Vplačani kapital: v celoti

Employees, 20.00 % lastniškega deleža.

Sklad Zaklad, 18.45 % lastniškega deleža.

Zvonko Kapitalsky, 5.00 % lastniškega deleža.

Materinska družba

Večinski lastnik te družbe je Investbanka Piranka d.d., DUNS 50-362-5121, Piran, Slovenija, 56.55 % lastniškega deleža.

Hčerinske družbe

Tople Barve, 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

Povezane družbe

Družbe, povezane s skupnimi lastniki ali z manjšo lastniško udeležbo:

Chudo Velyko, Tirana, Albanija

Lastniški delež: 7.80 % kapitala

Podružnice

BREDA, Skopje, Makedonija (pisarna v lasti)

BREDA, Zagreb, Hrvaška (pisarna v lasti)

Poslovanje

Dejavnost

Standardna industrijska klasifikacija (SIC-USA):

2851 Proizvodnja barv, lakov in podobnih snovi, 100 %

Letna proizvodnja je 2.000.000 liter.

Število stalnih kupcev: 135.

Družba proda 21 % na domačem trgu.

Družba izvažava v države: Italija, Nemčija, Češka republika, Avstrija, Velika Britanija. Delež izvoza družbe je 79 %.

Družba uvažava iz držav: Italija, Nemčija. Delež uvoza družbe je 47 %.

Zaposleni: 381, od tega 381 poln delovni čas.

Vozila: 12

avtomobili, v lasti: 6

dostavna vozila, v lasti: 3

tovornjaki, v lasti: 3

Družba se šteje za veliko v svoji dejavnosti v Sloveniji.

Nepremičnine:

v lasti: pisarna, tovarna, skladišče 9.867 m².

v lasti: zemljišče 13.500 m².

Finančni izkazi

Konec fiskalnega leta:
v 1.000

31. december, 1999 31. december, 2000 31. december, 2001

Čisti prihodek iz prodaje	1.893.221	2.287.352	2.478.453
Celoten dobiček	159.557	201.975	192.954
Neto vrednost	863.139	941.075	983.056
Opredmetena osnovna sredstva	476.874	529.874	593.875
Celotna sredstva	1.733.438	1.861.332	1.972.336
Gibljava sredstva	1.241.479	1.305.611	1.352.983
Kratkoročne obveznosti	727.101	779.138	849.125
Obratni kapital	514.378	526.473	503.858
Dolgoročne in kratkoročne obveznosti	871.088	920.257	989.280
Dolgoročne finančne naložbe	15.874	25.847	25.478
Neopredmetena dolgoročna sredstva	789	2.099	3.099

Neto vrednost in celotna sredstva so zmanjšane vrednosti za znesek neopredmetenih sredstev.

KOLIČNIKI	31. december, 1999	31. december, 2000	31. december, 2001
Kratkoročni koeficient (x)	1,71	1,68	1,59
Koeficient solventnosti (%)	200,83	197,79	200,63
Opredmetena osnovna sredstva / Neto vrednost (%)	55,25	56,31	60,41
Kratkoročne obveznosti / Neto vrednost (%)	84,24	82,79	86,38
Koeficient obračanja (%)	109,22	122,89	125,66
Prodaja / Obratni kapital (x)	3,68	4,34	4,92
Sredstva / Prodaja	91,56	81,37	79,58
Čista dobičkonosnost prodaje (%)	8,43	8,83	7,79
Donos kapitala	18,49	21,46	19,63
Donos sredstev	9,2	10,85	9,78
Prodaja / Število zaposlenih	4.969	6.004	6.505
Dobiček / Število zaposlenih	419	530	506

* Razmerja Prodaja / Število zaposlenih in Dobiček / Število zaposlenih so v tisočih

OBVEZNOSTI		SREDSTVA	
	v 1.000		v 1.000
Kapital	986.155	Stalna sredstva	622.452
Osnovni kapital	199.507	Neopredmetena dolgoročna sredstva	3.099
Rezerve	83.106	Opredmetena osnovna sredstva	593.875
Preneseni čisti dobiček ali izguba iz prejšnjih let	142.387	Dolgoročne finančne naložbe	25.478
Revalorizacijski popravek kapitala	405.766	Gibljava sredstva	1.352.983
Nerazdeljeni čisti dobiček ali izguba poslovnega leta	155.389	Zaloge	463.728
		Kratkoročne terjatve iz poslovanja	541.335
Dolgoročne rezervacije	20.566	Kratkoročne finančne naložbe	232.823
Dolgoročne obveznosti iz poslovanja	119.589	Denarna sredstva	115.097
Kratkoročne obveznosti iz poslovanja	780.983		
Kratkoročne obveznosti iz financiranja	40.596		
Pasivne časovne razmejitve	27.546		
Skupaj obveznosti do virov sredstev	1.975.435	Skupaj sredstva	1.975.435

Poročilo o bilanci uspeha, 1. januar, 2001 do 31. december, 2001.

	v 1.000
Čisti prihodek iz prodaje	2.478.453
Stroški blaga, materiala in storitev	1.369.135
Kosmati donos iz poslovanja	1.239.318
Stroški dela	742.356
Amortizacija neopredm. dolgoro. in opredm. stalnih sredstev	89.533
Odpisi obratnih sredstev	8.532
Drugi odhodki poslovanja	89.259
Dobiček ali izguba iz poslovanja	179.638
Prihodek iz obresti in drugi prihodki od financiranja	32.548
Stroški obresti in drugi odhodki financiranja	29.853
Dobiček oziroma izguba iz rednega delovanja	182.333
Izredni prihodki	39.253
Izredni odhodki	28.632
Celoten dobiček ali izguba	192.954
Davek iz dobička	37.565
Čisti dobiček ali izguba poslovnega leta	155.389

Gornje številke so povzete iz revidiranih izkazov in dajejo objektivno sliko poslovanja.
Revizijska hiša: Pricewaterhousecoopers d.d..

3. april, 2002: Miran Tiran direktor, posreduje podatek o planiranem prihodku za 12 mesečno obdobje, ki se zaključuje z dnem 31. december, 2002 in znaša 2.850.000.000 SIT.

Objave v tisku:

Na dan 15. marec, 2002 je bilo v Delo objavljeno:

Kot del širjenja dejavnosti v vzhodni Evropi, bo družba ustanovila hčerinsko družbo v Beogradu

Na dan 17. december, 2001 je bilo v Finance objavljeno:

Družba planira investirati 250,000,000 SIT v modernizacijo opreme.

Valuta

Devizni tečaj: 1 USD = 196.52 SIT na dan 31. december, 1999

Devizni tečaj: 1 USD = 224.62 SIT na dan 31. december, 2000

Devizni tečaj: 1 USD = 243.51 SIT na dan 31. december, 2001

Mnenje

Mnenje analitikov: kreditiranje te družbe je sprejemljivo poslovno tveganje.

Družba po dostopnih podatkih plačuje dogovorjene obveznosti v povprečju 6 dni za rokom.

D & B rating 2A2 pomeni:

Finančna moč družbe je v razredu 2.5 - 12 mio. USD (glede na neto vrednost) in splošno poslovno stanje je dobro (majhno tveganje).

To bonitetno poročilo je pripravila po pooblastilu D & B družba I d. o. o. poslovne informacije, Zrinjskega 4, Ljubljana, 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 I d. o. o. ne prevzemata nikakršne odgovornosti za morebitne napake.

Copyright © 2000 The Dun & Bradstreet Corporation.

Priloga 2: Bonitetno poročilo Intercredit

POROČILO

© Intercredit Ljubljana d. o. o.
email: intercredit-lj@siol.net
12.02.2001 11:52

Detalji o poročilu: Naročnik: IC TEST CLIENT
 Št. naročila: 15433
 Jezik: Slovenščina
 Izdelava zahtevana do: 12.02.2001
 Hitrost izdelave: Takoj

PODJETJE: **UNITA D. O. O. VZOREC**
 Naslov:
 Letališka 73
 1000 Ljubljana
 SLOVENIJA
 Tel: +386-61-115-783
 Fax: +386-61-115-784
 Email: info@unita.vzorec
 Internet: http://www.unita.vzorec

MATIČNA ŠTEVILKA: 0001257
VAT: 84561950

Informacija veljavna 25.07.2000
dne:

USTANOVITEV: 28.06.1989

REGISTRACIJA: ŠT. 1/15078/89
 28.06.1989
 Ljubljana, SLOVENIA

PРАВNA OBLIKA: družba z omejeno odgovornostjo

KAPITAL: SIT 5385 Tisoč

LASTNIŠKA MATEJ NOVAK
STRUKTURA: SI, 4545, KAMNIK, Pot v Kamnik 15
 delničar
 DELEŽ: 35%

PETER KLEPEC
SI, 1000, LJUBLJANA, Lekova 7
delničar
DELEŽ: 35%

FRANCE ARH
 SI, 4000, KRANJ, Tavčarjeva 18 a
 delničar
 DELEŽ: 30%

UPRAVA: PETER KLEPEC - direktor
 SI, 1000, LJUBLJANA, Lekova 7

PREDMET POSLOVANJA: NACE
 361 POHIŠTVO

-Proizvodnja lesenega pohištva
 -Izvoz in uvoz

UVOZ: 1999 SKUPAJ 30%
 1998 SKUPAJ 30%
 NEMČIJA
 ITALIJA

IZVOZ: 1999 SKUPAJ 90%
 1998 SKUPAJ 90%
 NEMČIJA
 NIZOZEMSKA
 ZDRUŽENE DRŽAVE AMERIKE

FINANČNI PODATKI:

Količine v Slovenski Tolar (SIT) Tisoč	1999	1998	1997
Dobiček in izguba			
SKUPNI PRIHODKI	231.432,00	211.325,00	225.430,00
Prihodki iz poslovanja	223.947,00	204.418,00	221.641,00
Čisti prihodki iz prodaje na domačem trgu	223.947,00	204.418,00	221.641,00
Čisti prihodki iz prodaje na tujem	0,00	0,00	0,00
SKUPNI ODHODKI	228.192,00	207.490,00	211.363,00
Odhodki poslovanja	214.096,00	200.301,00	194.900,00
Stroški dela	30.165,00	28.488,00	24.883,00
Amortizacija	6.492,00	6.923,00	6.740,00
DOBIČEK IZ POSLOVANJA	9.851,00	4.117,00	26.741,00
Davek iz dobička	256,00	244,00	2.324,00
ČISTI DOBIČEK POSLOVNEGA LETA	2.984,00	3.591,00	11.743,00

Bilanca			
Sredstva			
STALNA SREDSTVA	40.385,00	38.716,00	40.997,00
Neopredmetena stalna sredstva	0,00	0,00	95,00
Opredmetena osnovna sredstva	40.385,00	38.715,00	40.902,00
Nepremičnine	31.406,00	31.003,00	30.961,00
Dolgoročne finančne naložbe	0,00	0,00	0,00
GIBLJIVA SREDSTVA	180.230,00	167.140,00	166.660,00
Zaloge	101.942,00	100.445,00	96.517,00
Dolgoročne terjatve iz poslovanja	0,00	0,00	0,00
Kratkoročne terjatve iz poslovanja	65.699,00	54.221,00	49.152,00
Sredstva skupaj	220.615,00	205.856,00	207.657,00
Obveznosti			
KAPITAL	133.681,00	92.714,00	82.906,00
Osnovni kapital	5.385,00	5.385,00	5.385,00
Rezerve	30.947,00	0,00	0,00
DOLGOROČNE REZERVACIJE	0,00	0,00	2.582,00
DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	0,00	28.950,00	30.244,00
KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	86.904,00	82.973,00	90.850,00
PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	30,00	1.219,00	1.075,00
Obveznosti skupaj	220.615,00	205.856,00	207.657,00

Približni tečajji:
1999: 100 SIT = 1 DEM
1998: 94 SIT = 1 DEM
1997: 92 SIT = 1 DEM
1996: 90 SIT = 1 DEM

ZAPOSLENI:

2000
130

NEPREMIČNINE:

Zgradbe
NASLOV: Letališka 73, 1000 Ljubljana, SLOVENIJA

POVEZANE FIRME:

Delež v
ŽIGA-ŽAGA, TRGOVINA IN SERVIS, D. O. O. LJUBLJANA, SLOVENIJA,
MATIČNA ŠTEVILKA: 5505178

1000 LJUBLJANA, CESTA V MESTNI LOG 100 A
DELEŽ V %: 60%

BANKE: AGENCIJA ZA PLAČILNI PROMET - ŽIRO RAČUN 50105-601-19831
SKB BANKA D.D. LJUBLJANA
NOVA LJUBLJANSKA BANKA D.D., LJUBLJANA

DATUMI: datum veljavnosti: 25.07.2000
datum zadnje spremembe: 25.07.2000

PLAČILNA MORALA: 300: Plačila večinoma točna v okviru pogojev, občasno pride do zakasnitev in opominov.

OCENA : 250: Finančna situacija je zadovoljiva.

MAX. KREDIT: EUR 40 Tisoč

	PLAČILNA MORALA	OCENA
100-149	Plačila so vedno korektna.	Finančna situacija je odlična.
150-199	Plačila so korektna.	Finančna situacija je zelo dobra.
200-249	Plačila deloma v skonto rokih oz. točno v okviru pogojev.	Finančna situacija je dobra.
250-299	Plačilne obveznosti so poravnane po dogovoru.	Finančna situacija je zadovoljiva.
300-349	Plačila večinoma točna v okviru pogojev, občasno pride do zakasnitev in opominov.	Povprečna finančna situacija.
340-399	Plačila sledijo različno, deloma po dogovoru. Občasno so potrebni opomini.	Povprečna finančna situacija, povečana uporaba tujega kapitala.
400-449	Počasna plačila.	Finančna situacija je še zadovoljiva.
450-499	Počasna plačila, izterjave niso izključene.	Trenutna finančna situacija je kritična.
500-549	Plačila počasna do dolgotrajna, prihaja do opominov in deloma tudi do izterjav.	Kritična finančna situacija.
550-599	Počasna plačila, pogosto prihaja do izterjav.	Izjemno kritična finančna situacija.
600-699	Plačila so izrazito dolgotrajna, stalno prihaja do izterjav.	Podjetje pred stečajem.

Konec poročila.

Priloga 3: Bonitetno poročilo Creditreform

Vzorec bonitetnega poročila

Kr:	Ljubljana	Datum:	01.01.2002
Št. l. in z:	normalna posl.inf.	Št. UD/:	0/23/0011815
Št.kontrol:	TV	Prek. VC:	
Vaš znak:	SB, Sonce d.d.	Član VC:	927-000000

Boniteta o: 927.0013161

Zavarovalnica Sonce d.d.
Krožna pot 7/ VI
1000 Ljubljana

TEST Computers d. o. o.
Sončna ulica 23
1000 Ljubljana

Tel : 01/444444
Fax : 01/555555

bonitetni index * 2 2 9 *

pravna oblika	d. o. o.-družba z omejeno odgov. po slovenskem pravu	(10)
ustanovitev	01.10.1990	(10)
reg. podjetij	10.10.1990, OS Ljubljana, 9876543 št.reg.vložka : 1/555555/00 davčna št.: 1234567	(0010)
družbenik	Tine Kovač , 1000 Ljubljana Matjaž Rus , 1230 Domžale	SIT 1.500.000 SIT 1.500.000
osn. kapital		SIT 3.000.000
direktor	Tine Kovač, roj. 26.06.1964 Vrtna ulica 432, 1000 Ljubljana	
splošno	dejavnost družbe je proizvodnja računalnikov in druge opreme za obdelavo podatkov, svetovanje in oskrba z računalniškimi programi sedež družbe in poslovni prostori, 300 m ² , se nahajajo na zgornjem naslovu in so lastni, nadaljni poslovni prostori, poslovne enote, so v Gornji Radgoni, Kranjski Gori in so v najemu pomembnejši kupci: Lek, Banke, Petrol, Ministrstva RS, SID, Revoz, Simobil pomembnejši dobavitelji: Toshiba Europe, Compaq, Microsoft Corporation, Packard Bell vozni park: 5 osebnih vozil , 3 kombiji, 2 osebni vozili	
	pozitivni razvoj podjetja	(20)
	dobro stanje naročil	(20)
	uvozna kvota 80 %, izvozna kvota 20 %	
	BRANŽNA KODA:	
	software hiše	(72200)
	proizvodnja strojev za obdelavo podatkov in opreme	(30020)
zaposleni	2000 98 zaposlenih	
	2001 113 zaposlenih	
letni promet	1998 SIT 2.135.454.000,--	
	1999 SIT 3.245.587.000,--	
	2001 SIT 3.653.114.000,--	

nepremičnine	predviden za 2001 SIT 4.000.000.000,-- Lastništvo podjetja: poslovna hiša, Sončna ulica 23, 1000 Ljubljana, v velikosti 300m2		
aktiva	bilanca per 31.12.2000		
	stalna sredstva	SIT	355.396.000,--
	neopredmetena dolgoročna sredstva	SIT	11.886.000,--
	opredmetena osnovna sredstva	SIT	340.000.000,--
	finančne naložbe	SIT	3.510.000,--
	gibliva sredstva	SIT	675.998.000,--
	zaloge	SIT	261.006.000,--
	terjatve iz poslovanja	SIT	395.958.000,--
	vrednostni papirji podjetij v skupini	SIT	2.632.000,--
	ček, gotovina v blagajni, v banki	SIT	16.384.000,--
	aktivne časovne razmejitev		
	-aktiva-	SIT	18.000,--
	bilančna vsota	SIT	1.031.394.000,--
pasiva	lastni kapital	SIT	174.270.000,--
	-osnovni kapital	SIT	3.000.000,--
	-vplačani presežek kapitala	SIT	6.228.000,--
	-dobiček poslovnega leta	SIT	40.042.000,--
	-preneseni dobiček	SIT	85.000.000,--
	-revalorizacijski pop. kapitala	SIT	40.000.000,--
	obveznosti iz poslovanja	SIT	557.124.000,--
	dolgoročne obveznosti-	SIT	300.000.000,--
banke	Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana	MŠB: (05860571)	
	Trg republike 2, SI- 1520 Ljubljana	MŠB: (05860571)	
	SKB banka d.d. Ljubljana	MŠB: (05026237)	
	Ajdovščina 4, 1513 Ljubljana	MŠB: (05026237)	
opomba	dolgi naziv družbe: TEST Computers, Podjetje za proizvodnjo, marketing in storitve d. o. o. Ljubljana		
način plačila	brez pripomb, pri občasnih prekoračitvah rokov	(31)	
kreditna ocena	poslovno sodelovanje je dopustno	(21)	

Priloga 4: Bonitetno poročilo AJPES (BON-1)

AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA PLAČILNI PROMET
Podružnica _____

ZAUPNO
BON - 1

PODATKI O BONITETI POSLOVANJA

IME GOSPODARSKE DRUŽBE 0

NASLOV 0
SPLETNA STRAN 0

DATUM USTANOVITVE 0
ŽIRO RAČUN PRI AGENCIJI 0
DATUM ZAPRTJA ŽIRO RAČUNA 0
TRANSAKCIJSKI RAČUNI PRI BANKAH
0

MATIČNA ŠTEVILKA 0
DAVČNA ŠTEVILKA 0

USTANOVITELJI¹ 0

ZASTOPNIKI¹ 0

TIP DRUŽBE 0

OSNOVNI KAPITAL 0 tisoč tolarjev (podatki iz računovodskih izkazov za leto 2001)
POREKLO KAPITALA 0

VELIKOST² 0

DEJAVNOST 0
0

ŠTEVLO VSEH GOSPODARSKIH DRUŽB V DEJAVNOSTI 0
ŠTEVLO GOSPODARSKIH DRUŽB ENAKE VELIKOSTI V DEJAVNOSTI 0

ŠTEVLO MESECEV POSLOVANJA V LETU 0

PODATKI, DANINA ZAHTEVO
0

¹ Če je ustanovitelj oz. zastopnik oseba kot sedem, je ime in drigili mogoče dobiti iz sodnega registra.

² Velikost gospodarske družbe je določena po 51. členu Zakona o gospodarskih družbah (prez. poštevanja ali) 4. točke tega člena).

A. PODATKI IN KAZALNIKI ZA LETO 2001

Vir podatkov: Računovodski izkazi za leto 2001

ZAP. ŠT.	PODATKI IN KAZALNIKI	GOSPODARSKA DRUŽBA	DEJAVNOST 0
	<i>I. PODATKI O VELIKOSTI IN USPEŠNOSTI (zneski v tisočih SIT)</i>		
1.	Sredstva	0	0
2.	Kapital	0	0
3.	Nekrita izguba	0	0
4.	Prihodki	0	0
5.	Čisti prihodki iz prodaje na tujem trgu	0	0
6.	Dodana vrednost ali izguba na substanci ³	0	0
7.	Čisti dobiček	0	0
8.	Čista izguba	0	0
9.	Število zaposlenih	0	0
	<i>II. KAZALNIKI FINANČNE STABILNOSTI IN POSLOVNE USPEŠNOSTI</i>		
1.	Delež kapitala v virih sredstev, v %	0,0	0,0
2.	Delež obveznosti v virih sredstev, v %	0,0	0,0
3.	Kapitalska pokritost stalnih sredstev in zalog (kapital / stalna sredstva + zaloge)	0,00	0,00
4.	Dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev in zalog (kapital + dolgoročne rezervacije + dolgoročne obveznosti / dolgoročna sredstva + zaloge)	0,00	0,00
5.	Celotna gospodarnost (prihodki / odhodki)	0,00	0,00
6.	Gospodarnost poslovanja (prihodki iz poslovanja / odhodki iz poslovanja)	0,00	0,00
7.	Čista dobičkovnost prihodkov (čisti dobiček ali čista izguba / prihodki)	0,000	0,000
8.	Donosnost sredstev (dodana vrednost ali izguba na substanci / povprečna sredstva)	0,000	0,000
9.	Donosnost kapitala (dodana vrednost ali izguba na substanci / povprečni kapital)	0,000	0,000
10.	Produktivnost (dodana vrednost ali izguba na substanci na zaposlenega), v tisočih SIT	0	0
11.	Povprečni mesečni stroški dela na zaposlenega, v SIT	0	0
12.	Povprečna mesečna plača na zaposlenega, v SIT	0	0

Podatki niso (so) revidirani. Revizijo opravila družba: 0

Mnenje revizorja: 0

³ Dodana vrednost je pozitivna razlika med kosmatim dovozom iz poslovanja in med stroški blaga, materiala in storitev in drugimi odhodki iz poslovanja. Negativna razlika je izguba na substanci.

0

B. PODATKI IN KAZALNIKI ZA GOSPODARSKO DRUŽBO ZA ZADNJIH PET LET

Vir podatkov: Računovodski izkazi

ZAP. ŠT.	PODATKI IN KAZALNIKI (zneski v tisočih SIT)	1997	1998	1999	2000	2001
1.	Sredstva	0	0	0	0	0
2.	Kapital	0	0	0	0	0
3.	Prihodki	0	0	0	0	0
4.	Dodana vrednost ali izguba na substanci	0	0	0	0	0
5.	Čisti dobiček	0	0	0	0	0
6.	Čista izguba	0	0	0	0	0
7.	Število zaposlenih	0		0	0	0
8.	Celotna gospodarnost (prihodki / odhodki)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9.	Donosnost kapitala (dodana vrednost ali izguba na substanci / povprečni kapital)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
10.	Produktivnost (dodana vrednost ali izguba na substanci na zaposlenega)	0	0	0	0	0

Podatki so revidirani za leta: 0

**C. PODATKI IN KAZALNIKI V DEJAVNOSTI ZA LETO 2001 in
MESTO GOSPODARSKE DRUŽBE V DEJAVNOSTI**

Vir podatkov: Računovodski izkazi za leto 2001

ZAP. ŠT.	PODATKI IN KAZALNIKI (zneski v tisočih SIT)	V DEJAVNOSTI			MESTO GOSPODARSKE DRUŽBE V DEJAVNOSTI	
		najmanjša vrednost	največja vrednost	srednja vrednost	med ujeml gospodarskim družbam	med gosp. družbam letalske uslužbe
1.	Sredstva	0	0	0	0	0
2.	Kapital	0	0	0	0	0
3.	Prihodki	0	0	0	0	0
4.	Dodana vrednost ali izguba na substanci	0	0	0	0	0
5.	Čisti dobiček	0	0	0	0	0
6.	Čista izguba	0	0	0	0	0
7.	Število zaposlenih	0	0	0	0	0
8.	Celotna gospodarnost (prihodki / odhodki)	0,00	0,00	0,00	0	0
9.	Donosnost kapitala (dodana vrednost ali izguba na substanci / povprečni kapital)	0,000	0,000	0,000	0	0
10.	Produktivnost (dodana vrednost ali izguba na substanci na zaposlenega)	0	0	0	0	0

0

D. PREJEMKI NA RAČUNE IN IZDATKI Z RAČUNOV V TEKOČEM LETU⁴*Vir podatkov: Evidenca prejemkov in izdatkov po šifrah*

Od 1. januarja do (konec preteklega meseca 2002) je gospodarska družba prejela na račune tisoč tolarjev, od tega tisoč tolarjev od poslovne dejavnosti. V tem obdobju je imela tisoč tolarjev izdatkov, od tega tisoč tolarjev za poslovno dejavnost.

V istem obdobju so povprečni prejemki od poslovne dejavnosti gospodarskih družb enake velikosti v dejavnosti znašali tisoč tolarjev, povprečni izdatki za poslovno dejavnost pa tisoč tolarjev.

E. FINANČNA DISCIPLINA*Vir podatkov: Evidenca dospelih neporavnanih obveznosti v skladu z Zakonom o davčnem postopku in z Zakonom o izvršbi in zavarovanju*

Gospodarska družba na dan pred sestavitvijo obrazca NI IMELA (JE IMELA) dospelih neporavnanih obveznosti

V zadnjih 6 mesecih je imela gospodarska družba neporavnane obveznosti ... dni.

⁴ Izdatki so lahko tudi od prejemkov, ker je imela gospodarska družba 1. januarja tekočega leta dovolj denarnih sredstev na računu ali zaradi uporabe vličitih kreditov pribavljala.

V
Dne
Sestavil

Odgovorna oseba
0

Priloga 6: Anketni vprašalnik

ANKETA

Ali v vašem podjetju uporabljate informacije o bonitetah podjetij?

- Ne
- Da

Katere ponudnike bonitetnih informacij uporabljate?

- Slovenska izvozna družba (oddelek bonitetna služba)
- Creditreform d. o. o.
- I d. o. o. poslovne informacije
- Intercredit d. o. o.
- Agencija za plačilni promet
- druge: _____

Kdaj oz. s kakšnim namenom uporabljate bonitetne informacije?

- Pri sklepanju novih poslovnih razmerij
- Pri obnavljanju in utrjevanju obstoječih poslovnih razmerij
- Pri spoznavanju in upravljanju lastne bonitete podjetja

Kdo v Vašem podjetju uporablja bonitetne informacije?

- finance
- vodstvo
- komerciala
- drugi

Kako pogosto uporabljate bonitetne informacije?

- Vsakodnevno
- Mesečno
- Kvartalno
- Enkrat letno

Po katerih informacijah največkrat povprašujete?

- Za slovenska podjetja
- Za podjetja v tujini
- Za oboje

Katere od spodaj navedenih podatkov bi potrebovali za oceno bonitete podjetja?

Prosim, da ustrezno obkrožite!

(1-zelo nepomembno, 2-nepomembno, 3-delno pomembno, 4-pomembno, 5-zelo pomembno).

PODATKI O VODSTVU PODJETJA

▪ Imena članov uprave	1	2	3	4	5
▪ Imena članov nadzornega sveta	1	2	3	4	5
▪ Rojstni podatki članov uprave	1	2	3	4	5
▪ Delovne izkušnje članov uprave	1	2	3	4	5

POSLOVNO OKOLJE

▪ lastniška struktra podjetja	1	2	3	4	5
▪ datum ustanovitve podjetja	1	2	3	4	5
▪ dejavnost podjetja	1	2	3	4	5
▪ trgi podjetja (nabavni in prodajni)	1	2	3	4	5
▪ povezane družbe in način povezanosti s podjetjem	1	2	3	4	5
▪ banke, s katerimi posluje podjetje	1	2	3	4	5

FINANČNI PODATKI

▪ izkaz uspeha in bilanco stanja	1	2	3	4	5
▪ prihodki preteklih let	1	2	3	4	5
▪ kazalniki uspešnosti poslovanja	1	2	3	4	5
▪ kazalniki likvidnosti (kratk., pospešeni koeficient ...)	1	2	3	4	5
▪ zadolženost podjetja	1	2	3	4	5
▪ izpolnjevanje plačilnih obveznosti (plačilna disciplina; pogostost in velikost zamud ...)	1	2	3	4	5
▪ hipoteke in druge poroštvene obveznosti	1	2	3	4	5
▪ nepremičnine podjetja	1	2	3	4	5
▪ podatki o delnici, če podjetje kotira na borzi	1	2	3	4	5

DRUGO

▪ ISO standardi	1	2	3	4	5
▪ sodni procesi o podjetjih	1	2	3	4	5
▪ trenutne medijske informacije	1	2	3	4	5

V kolikšni meri upoštevate predlog limita, ki ga predlaga bonitetna hiša?

1. v celoti

2. delno

3. ne upoštevamo

Ali se vam zdi cena bonitetnih poročil primerna?

- da
- ne

Ali pogrešate katero od pomembnih informacij v bonitetnih poročilih, ki so vam na voljo? Prosim, navedite katere?

-
-

Katera je po vašem mnenju glavna pomanjkljivost bonitetnih poročil, ki jih uporabljate?

- hitrost dostopa do poročil
- ažurnost podatkov v poročilih
- drugo: _____

Kolikšno zanesljivost imajo po vašem mnenju bonitetna poročila?

1. majhno
2. srednjo
3. veliko
4. nobene

Bonitetna poročila naj vsebujejo:

1. podrobne informacije o podjetju
2. samo povzetek z oceno tveganja
3. oboje

Kolikšen vpliv ima na vaše nadaljnje poslovne odločitve bonitetno poročilo?

1. majhen
2. srednji
3. velik
4. ne vpliva

Velikost vašega podjetja:

- velikost: 1- majhno, 2- srednje, 3- veliko