

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**IZRAZNA MOČ BONITETNIH OCEN PONUDNIKOV NA
SLOVENSKEM TRGU**

Ljubljana, december 2005

TANJA ŠERUGA

IZJAVA

Študentka Tanja Šeruga izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom asistenta mag. Aleša Berka in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 27.12.2005

Podpis:

KAZALO

1. UVOD	1
2. BONITETA PODJETJA	2
2.1. OPREDELITEV POJMA BONITETE PODJETJA	3
2.2. VLOGE BONITETE PODJETJA	5
2.3. OCENJEVANJE BONITETE PODJETJA	7
2.3.1. Računovodski izkazi kot podlaga za ocenjevanje bonitete podjetja	7
2.3.1.1. Bilanca stanja	8
2.3.1.2. Izkaz poslovnega izida	8
2.3.2. Kazalniki kot pripomoček pri presoji bonitete podjetja	9
2.3.2.1. Kvantitativni (količinski) kazalniki	10
2.3.2.2. Kvalitativni (kakovostni) kazalniki	10
2.4. OSNOVNE ZNAČILNOSTI BONITETNIH POROČIL	13
2.4.1. Izgled in vsebina bonitetnih poročil	13
2.4.2. Kako brati bonitetne informacije	14
2.5. KLJUČNI PODATKI BONITETNIH POROČIL	16
3. PREGLED BONITETNIH PONUDNIKOV V SLOVENIJI	18
3.1. AGENCIJA RS ZA JAVNOPRAVNE EVIDENCE IN STORITVE – AJPES	19
3.1.1. Bonitetna dejavnost AJPES	20
3.2. SLOVENSKA IZVOZNA DRUŽBA D.D. – SID	24
3.2.1. Bonitetna služba v Slovenski izvozni družbi, d.d.	25
3.3. IGV, D.O.O.	28
3.4. NOVIFORUM, D.O.O. – IBON-BONITETE POSLOVANJA	31
3.5. COFACE INTERCREDIT, D.O.O.	32
3.5.1. Plačilna morala	34
3.5.2. Ocena finančne situacije	35
3.5.3. Maksimalni kredit	36
3.6. CREDITREFORM D.O.O. LJUBLJANA	36
3.6.1. Bonitetni indeks	37
3.6.2. Način plačila	38
3.6.3. Kreditna ocena	39
3.7. IPOSLOVNE INFORMACIJE, D.O.O., LJUBLJANA	39
3.7.1. Ocena poslovanja D & B (D & B rating)	40
3.7.2. Prejšnji rating (former rating)	41
3.7.3. Stanje (condition)	41
3.7.4. Trend	42
3.7.5. Kreditno priporočilo (credit)	42
3.7.6. Plačilni ključ D & B	42
4. PRIMERJALNA ANALIZA PONUDNIKOV BONITETNIH INFORMACIJ NA SLOVENSKEM TRGU	44

5. SKLEP	48
LITERATURA.....	49
VIRI.....	51

KAZALO TABEL IN SLIK

Kazalo tabel

TABELA 1: BONITETNI RAZREDI AJPES.....	20
TABELA 2: LESTVICA PLAČILNE MORALE COFACE INTERCREDIT, D.O.O.	34
TABELA 3: OCENA FINANČNE SITUACIJE COFACE INTERCREDIT, D.O.O.	35
TABELA 4: VREDNOSTI BONITETNEGA INDEKSA PODJETJA CREDITREFORM D.O.O. LJUBLJANA.....	38
TABELA 5: PRIMERJALNA ANALIZA SLOVENSКИH PONUDNIKOV BONITETNIH POROČIL	45

Kazalo slik

SLIKA 1: PRIMERJALNI PRIKAZ TRADICIONALNEGA IN SODOBNEGA POJMOVANJA BONITETE PODJETJA IN	4
NJENE PRESOJE.....	4
SLIKA 2: VLOGE BONITETE PODJETJA.....	5
SLIKA 3: SISTEM KAZALNIKOV ZA ANALIZIRANJE PODJETJA IN PANOGE	11
SLIKA 4: KAKOVOSTNI DEJAVNIKI BONITETE PODJETJA	12

1. UVOD

Poslovno okolje v katerem delujejo slovenska podjetja je prepojeno z različnimi tveganji. Tveganje zaradi plačilne nediscipline je zagotovo eno tistih vprašanj, na katero morajo slovenski podjetniki pri sklepanju poslov vedno računati. Na slovenskem trgu obstajajo učinkovita orodja, s katerimi lahko podjetja to tveganje obvladujejo in zmanjšujejo stroške veliko dražje kasnejše izterjave neplačanih terjatev. Najbolj uporabno in razširjeno orodje za odkrivanje tovrstnih tveganj je bonitetno poročilo.

Z bonitetnim poročilom, ki ga na slovenskem trgu izdeluje nekaj bonitetnih hiš, je podjetjem naročnikom omogočen strnjen in hiter vpogled v »zdravstveno stanje« poslovnega partnerja. Tako pridobljene bonitetne informacije so za podjetje že zadostna podlaga za odločanje pri manjših poslih. Medtem ko pri večjih poslih bonitetno poročilo pomeni pripomoček, s katerim podjetja ob sprejemanju posla določajo tudi obliko plačila in zavarovanja.

Bonitetna dejavnost ima v svetovnem merilu že 150-letno tradicijo. Slovenski trg bonitetnih poročil se je začel razvijati šele s preходом slovenskega gospodarstva na tržno gospodarstvo. Na podlagi tega lahko že na začetku sklepamo, da se pristna slovenska boniteta v mnogočem razlikuje od smernic, ki se uporabljajo v sodobnih tržnih gospodarstvih. V svetovnem merilu se pojmovanje bonitete razvija in dodaja nova spoznanja ter v modele vključuje nove spremenljivke, ki pred tem niso bile upoštevane. K temu je veliko pripomogel razvoj tehnologije, ki sedaj tudi tehnično dopušča vključitev »mehkih informacij«, ki jih v preteklosti ni bilo mogoče kvantificirati. Zatorej sodobno pojmovanje bonitete podjetja upošteva poleg finančnega stanja podjetja še lastnosti podjetja ter njegove povezave z okoljem.

V Sloveniji bonitetne ocene ponuja 7 podjetij. Poleg tega je potrebno omeniti, da tudi večina bank v Sloveniji preverja bonitete svojih sedanjih in potencialnih komitentov, za kar imajo razvite posebne sektorje, ki so večinoma razvili lastne metode ocenjevanja kreditne sposobnosti podjetij in razvrstitve le-teh v bonitetne razrede. Vendar njihovo ocenjevanje bonitete poteka zgolj za namen obvladovanja različnih tveganj znotraj posamezne banke. Svojih dognanj ne razkrivajo širši javnosti in torej na trgu ne nastopajo kot ponudniki bonitetnih poročil, zato v diplomskem delu tudi niso zajete v analizo.

Glavni namen diplomske naloge je orisati trg slovenskih ponudnikov bonitetnih ocen ter ugotoviti, kako se posamezni ponudniki približujejo sodobnemu pojmovanju bonitete. Sprva bo v drugem poglavju predstavljen pojem bonitete podjetja, kjer bo prikazana tudi razlika med sodobnim in tradicionalnim pojmovanjem bonitete. Na koncu tega poglavja sledi povzetek ključnih podatkov, ki naj bi jih sodobno bonitetno poročilo vsebovalo. Ti ključni podatki kasneje služijo kot temelj za preverjanje (ne)ustreznosti bonitetnih poročil, ki so kupcem na razpolago na slovenskem trgu. Sledi prikaz bonitetnih poročil ponudnikov v Sloveniji, ki zajema celotno tretje poglavje. Na podlagi predstavljenih informacij in praktičnih zgledov bonitetnih poročil bo v četrtem poglavju podana primerjalna analiza ponudnikov bonitetnih poročil na slovenskem trgu, ki bo skušala prikazati različno pojmovanje bonitete med njimi. V zadnjem delu diplomske naloge bodo podane še strnjene ugotovitve o dejanski izrazni moči poročil bonitetnih ocen ponudnikov na slovenskem trgu.

2. BONITETA PODJETJA

Podjetja so danes pri svojem poslovanju usodno povezana z okoljem, ki pa postaja vedno bolj dinamično in negotovo. Zato narašča potreba po njegovem obvladovanju ter po zmanjševanju negotovosti in tveganj. Način, kako si lahko podjetja zagotovijo uspešnost in obvladovanje okolja, je pravočasno odkrivanje priložnosti in nevarnosti z nenehnim pridobivanjem informacij, med katere sodijo tudi bonitetne informacije.

V razvitih tržnih gospodarstvih je preverjanje bonitete bodočih poslovnih partnerjev nekaj povsem običajnega, medtem ko pri nas ocenjevanju bonitete poslovanja podjetja do nedavnega ni bila namenjena tolikšna pozornost, kot bi morala biti. Poslovanje v razmerah dogovorne ekonomije namreč ni bilo tako tvegano kot je danes na poti v tržno ekonomijo. Še do nedavnega je namreč pri nas veljala miselnost, da nobeno podjetje ne sme propasti, pa čeprav je bilo neučinkovito in razvojno povsem neperspektivno. V tržnem gospodarstvu pa je podjetje povsem odgovorno za svoje delovanje in nadaljnji razvoj. Posledice za vse napačne poslovne odločitve mora nositi samo. Podjetja morajo svoje poslovne partnerje dobro poznati in nenehno spremljati njihove poslovne korake. Zato so informacije o boniteti poslovanja podjetij, zlasti v negotovih gospodarskih razmerah, zelo iskane (Habjan, Kosec, Žavbi, 1991, str. 51-52).

2.1. OPREDELITEV POJMA BONITETE PODJETJA

Beseda boniteta izvira iz latinskih besed "*bonus*" (dober, sposoben, prednosten) oziroma "*bonitas*" (ugodnost, dobrota, odličnost, pravičnost) in tako odraža pozitivne lastnosti nekoga (pravne ali fizične osebe) ali nečesa (terjatev, vrednostnih papirjev, obveznosti). Boniteto lahko razumemo kot kakovost, vrednost posameznika, podjetja, stvari, zemljišč (Brvar, 1998, str. 26).

Danes boniteto razumemo kot informacijo o finančnem in premoženjskem stanju podjetja, prav tako nam veliko pove o uspešnosti poslovanja podjetja, poleg tega pa zajema tudi informacije o poslovodstvu, zgodovini, statusu, pomembnejših strateških načrtih podjetja in njegovi organiziranosti (Brvar, 1998, str. 26).

Pojmovanja bonitete podjetja niso enotna. Ožje opredelitve jo enačijo s plačilno zanesljivostjo podjetja, z njegovo plačilno in/ali kreditno sposobnostjo. Takšno izpostavljanje ter upoštevanje zgolj posameznih lastnosti podjetja (med temi še posebej likvidnosti, finančne varnosti, donosnosti) je značilno za tradicionalno pojmovanje bonitete podjetja. Le-ta upošteva predvsem lastnosti podjetja, ki se jih upošteva pri presoji finančne varnosti naložb. Sodobno pojmovanje bonitete podjetja pa upošteva še lastnosti in značilnosti podjetja ter njegove povezave z okoljem. V sodobnem pomenu odraža boniteta podjetja kakovost njegovega poslovanja, ki se kaže v zanesljivosti, solidnosti, uspešnosti in perspektivnosti podjetja (Knez-Riedl, 1998, str. 18-19).

Boniteta podjetja v tradicionalnem pomenu odkriva v glavnem preteklo dogajanje in stanje 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 upošteva tradicionalno pojmovanje le lastnosti, ki jih je možno kvantificirati. Sodobno opredeljevanje ob teh vse bolj v obzir jemlje kvalitativne lastnosti, t.i. »mehke elemente«, in med njimi vse bolj potencialne podjetja (Knez-Riedl, 1998, str. 19).

Sodobno pojmovanje bonitete pomeni torej nadgradnjo tradicionalnega modela ocenjevanja bonitete podjetja. Poleg ocene preteklega poslovanja podjetja vključuje tudi priložnosti in razvojne strategije podjetja v prihodnosti. Za tako analizo je sodobno ocenjevanje bonitete podjetja razširilo nabor kazalnikov in pričelo uporabljati novejša analitična metode, kot sta na primer SWOT in CORE¹. Prikaz nadgradnje tradicionalnega modela ponazarja Slika 1 (na str. 4).

Da pa je dojemanje bonitete podjetja danes bolj sodobno in kompleksnejše, je k temu pripisati vrsto medsebojno prepletenih razlogov, kot so družbeno politične spremembe, kompleksnejše okolje (razen poslovnega tudi kulturno, tehnično, politično, izobraževalno, naravno), napredek znanosti in tehnike s pozitivnimi in negativnimi učinki, informatizacija družbe, globalizacija, splošna gospodarska nihanja, krizne okoliščine in stečaji podjetij, ob vzporednem spreminjanju vrednot in načina mišljenja (okoljska ozaveščenost). Navedeni procesi in pojavi so posredno in neposredno izpostavili pomen bonitete podjetij. S svojim vplivanjem na okolje podjetja ter na obnašanje oziroma lastnosti podjetij zvišujejo riziko in negotovost. Bonitetne informacije so pričele pridobivati vlogo instrumenta za zmanjšanje rizika nepravilnih poslovnih odločitev glede navezovanja, ohranjanja in nadgradnje poslovnih razmerij. Vse bolj pa se uveljavlja tudi njihova usmerjevalna vloga oziroma pomen pri uresničevanju strategij (Knez-Riedl, 1992, str. 52).

Slika 1: Primerjalni prikaz tradicionalnega in sodobnega pojmovanja bonitete podjetja in njene presoje

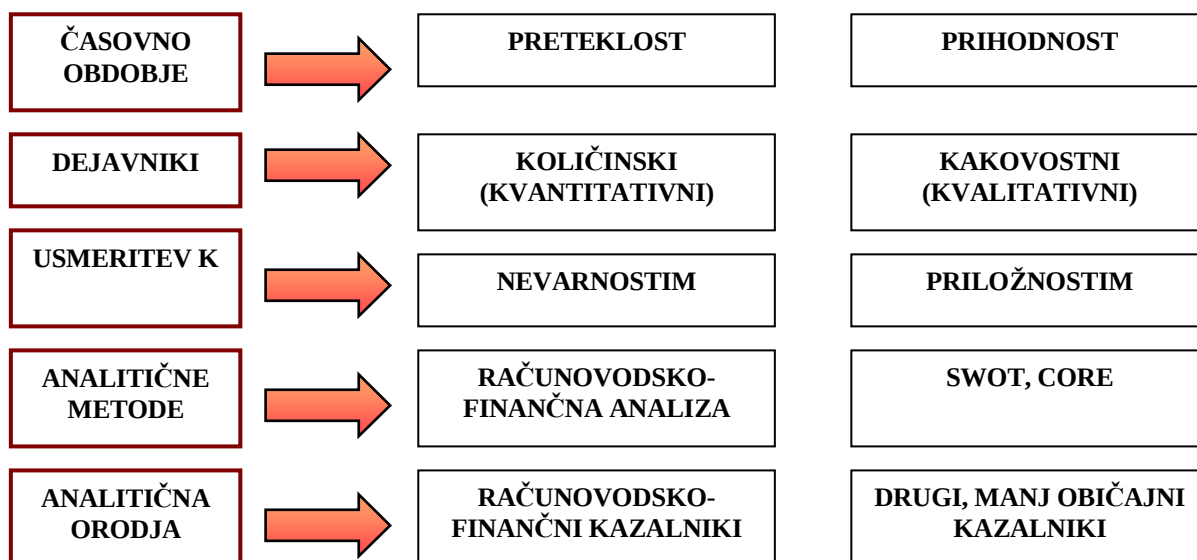
ZNAČILNOSTI

POJMOVANJE BONITETE

TRADICIONALNO

SODOBNO

¹ **SWOT** (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) – pomeni kratico za analizo prednosti in pomankljivosti ter priložnosti in nevarnosti; **CORE** (Context, Overview, Ratios, Evaluation) – pomeni kratico za metodo vrednotenja strategij.

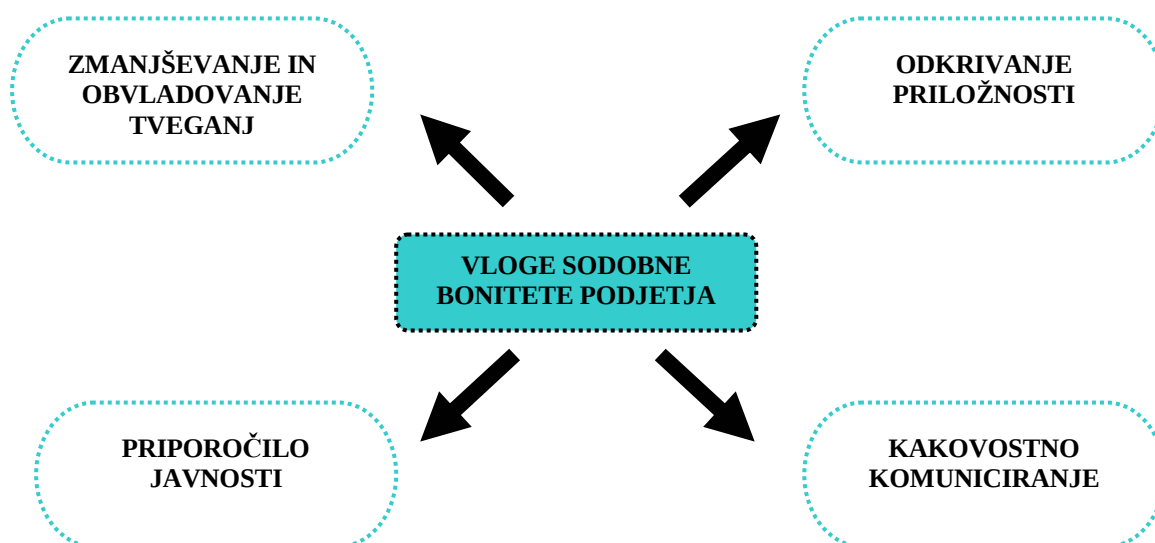


Vir: Knez-Riedl, 2000, str. 22.

2.2. VLOGE BONITETE PODJETJA

Napredek v miselnosti in ozaveščenosti upošteva ne le tveganja in nevarnosti, temveč tudi priložnosti. Ta vidni preobrat se kaže v zavedanju podjetij, da delujejo kot družbeni podsistem. Zato njihova odgovornost ni le ekonomska in pravna, temveč širša, družbena. To dodaja boniteti podjetja nove vloge (Knez-Riedl, 2000, str. 24).

Slika 2: Vloge bonitete podjetja



Vir: Knez-Riedl, 2000, str. 24.

Sprva je bil glavni namen bonitete podjetja *zavarovanje pred finančnimi tveganji* in s tem zagotavljanje finančne varnosti. Kot takšna je bila boniteta podjetja pripomoček za izbiro poslovnih partnerjev, vendar upošteva le finančna ali še ožje, le kreditna tveganja (Knez-Riedl, 2000, str. 24).

Finančna tveganja se delijo na cenovna tveganja (obrestno, valutno tveganje in druga tveganja), kreditno tveganje ter tveganje zmanjšanja plačilne sposobnosti. Danes so podjetja izpostavljena tudi vsakršnim drugim poslovnim oziroma strateškim tveganjem, povezanim z negotovostjo prihodnje konkurenčnosti ter možnosti razvoja, rasti in preživetja ter tveganjem delovanja (Berk, Peterlin, Ribarič, 2005, str. 181).

Podjetja se lahko zavarujejo pred tveganji tako, da uvedejo ustrezen sistem ravnanja s tveganji, s katerim opredelijo vrsto tveganj in izpostavljenost posameznim vrstam tveganj (Berk, Peterlin, Ribarič, 2005, str. 17). Izpostavljenosti tveganjem pri poslovnih razmerjih se vodstva podjetij v veliki meri izognejo tudi z upoštevanjem bonitete poslovnih partnerjev.

Nova zasnova bonitete podjetja poudarja tudi pozitivno izbiranje, *usmeritev k priložnostim*. Tako podpira proaktivno obnašanje podjetja, ki išče priložnosti v sodelovanju z obetavnimi poslovnimi partnerji. Ta nova vloga bonitete podjetja se udejanja pri sklepanju kooperacijskih pogodb, pri oblikovanju in razvijanju partnerstev in zavezništov, pri tkanju omrežij (Knez-Riedl, 2000, str. 24).

Poznavanje bonitete podjetja, preoblikovane v informacijo, *izboljšuje kakovost komunikacij* znotraj podjetja ter med podjetjem in okoljem (poslovnimi partnerji, vladnimi in drugimi institucijami, javnostjo). Z boniteto podjetja, nje ugotavljanjem in seznanjanjem z njo, lahko odpravijo vrzeli v komuniciranju, prispevajo k pretvorbi formalnega komuniciranja v izmenjavanje mnenj oziroma v razpravo (tako v podjetju kot v njegovem okolju). Tako lahko boniteta podjetja pripomore k doseganju komunikacijskih ciljev, kot so (Knez-Riedl, 2000, str. 24-25):

- poznavanje podjetja,
- poudarjanje njegovih prednosti,
- večanje zanimanja za podjetje,
- razumevanje ravnanja podjetja ter

➤ vzpodbujanje dejanj podjetja v prid uresničitvi njegovih ciljev in strategij.

Boniteta podjetja je predvsem *sporočilo*, *priporočilo* poslovnim partnerjem. Hkrati pa so za takšno sporočilo oziroma priporočilo zainteresirane tudi druge institucije, interesne skupnosti in vse bolj tudi širša javnost. S tem postaja boniteta podjetja pomembna za oblikovanje javnega mnenja o podjetju, za oceno njegove družbene odgovornosti in znotraj nje čedalje bolj okoljske odgovornosti. Veliko težo pri oblikovanju javnega mnenja ima vključenost podjetja v reševanje pereče družbene problematike (Knez-Riedl, 2000, str. 26).

2.3. OCENJEVANJE BONITETE PODJETJA

Boniteta podjetja je zrcalna podoba podjetja kot ga vidijo in ocenjujejo drugi, zato mora biti podjetje zavzeto za lastno boniteto. Boniteto podjetja je mogoče ocenjevati ob neprestanem spremljanju doseženih rezultatov poslovanja, primerjanju le-teh z načrtovanimi in z dosežki drugih v okolju in v panogi. Veliko podatkov o finančnem poslovanju in o uspešnosti podjetja, ki so osnova za ocenjevanje, vsebujejo računovodski izkazi.

2.3.1. Računovodski izkazi kot podlaga za ocenjevanje bonitete podjetja

Računovodski izkazi so del računovodskega poročanja, predstavljajo urejeno računovodsko predstavitev finančnega stanja in poslov podjetja v preteklosti. Namen računovodskih izkazov je dajati informacije o finančnem stanju, dosežkih in tokovih podjetja, ki širšemu krogu porabnikov koristijo pri gospodarskem odločanju (Mednarodni računovodski standardi, 2001, str. 53).

Osnovni računovodski izkazi so bilanca stanja, izkaz poslovnega izida, izkaz finančnega izida in izkaz gibanja kapitala. Bilanco stanja in izkaz poslovnega izida obvezno sestavljajo vse gospodarske družbe, izkaz finančnega izida in izkaz gibanja kapitala pa le velike in srednje družbe ter majhne družbe, s katerih vrednostnimi papirji se trguje na organiziranem trgu (po kriteriju Zakona o gospodarskih družbah, 2005). V nadaljevanju sta podrobneje predstavljena dva, v praksi najpogosteje uporabljena izkaza, in sicer bilanca stanja ter izkaz poslovnega izida.

2.3.1.1. BILANCA STANJA

Bilanca stanja je računovodski izkaz, ki kaže višino in strukturo sredstev podjetja v določenem trenutku. Rečemo lahko tudi, da bilanca stanja prikazuje premoženje (sredstva), s katerimi podjetje razpolaga na določen dan, in vire financiranja, s katerimi podjetje to premoženje financira (obveznosti do virov sredstev). Če na bilanco stanja gledamo bolj iz finančnega zornega kota lahko sredstva opredelimo kot naložbe, obveznosti do virov sredstev pa kot vire financiranja teh naložb. Bilanca stanja torej kaže finančni položaj podjetja na določen dan. Sestavlja se najmanj enkrat na leto in se nanaša na zadnji dan poslovnega leta ter je objavljena v letnem poročilu podjetja. Vsebinsko gre za končno bilanco stanja, ki je enaka začetni bilanci stanja naslednjega leta. Za notranje potrebe podjetja se bilanca stanja lahko sestavlja tudi večkrat na leto, predvsem ob določenih dogodkih, ki zahtevajo ugotovitev finančnega položaja podjetja (Igličar, Hočevvar, 1997, str. 51-53).

Če bi v določenem poslovnem sistemu izoblikovali le bilanco stanja, bi ostali brez informacij o poslovnem izidu. Pravzaprav nam tudi bilanca stanja omogoča ugotoviti dobiček ali izgubo, toda le, če imamo dve različni bilanci stanja za dva različna predračunska ali obračunska trenutka. Poslovni izid je ugotovljiv kot razlika med končnim in začetnim stanjem kapitala v bilanci stanja. Ker pa je temeljni poslovni izid razlika med vsemi prihodki in vsemi odhodki določenega časovnega obdobja, je možno z oblikovanjem računovodskih informacij o odhodkih in prihodkih ugotavljati temeljni poslovni izid neposredno kot razliko med njimi. Tako računovodske informacije oblikujemo in izkazujemo v bilanci uspeha (Turk, Melavc, 1998, str. 459).

2.3.1.2. IZKAZ POSLOVNEGA IZIDA

Temeljni cilj izkaza uspeha je ugotoviti poslovni izid podjetja kot posledico prihodkov in odhodkov v določenem časovnem obdobju. Že sama ugotovitev razkriva pomembnost izkaza uspeha kot informacije. Znano je, da številne okoliščine vplivajo, da je računovodsko ugotovljeni poslovni izid praviloma drugačen od poslovnega izida po ekonomskih merilih. Izrazna moč izkaza uspeha je tem večja, čim boljšo analizo v tem pogledu omogoča. Izkaz uspeha

nam torej kaže uspešnost poslovanja podjetja v določenem obdobju (Bergant, 1998, str. 20).

Izkaz uspeha je dinamičen računovodski izkaz, saj se nanaša na obdobje in ne na določen časovni trenutek. Pri sestavljanju izkaza uspeha moramo zato vedno navesti obdobje, na katerega se nanaša (na primer mesečni, polletni, letni izkaz uspeha). Letni izkaz uspeha zajema prihodke in odhodke celotnega poslovnega leta. Ni kumulativen izkaz, saj se v njem seštevajo zgolj prihodki in odhodki, ustvarjeni v posameznem obdobju. To pomeni, da v letnem izkazu uspeha seštejemo vse prihodke in odhodke, dosežene v poslovnem letu in ugotovimo poslovni izid. Logika sestavljanja izkaza uspeha je torej seštevanje prihodkov in odhodkov v določenem obdobju in ne presek podjetja na določen dan v letu, kot velja za bilanco stanja.

Podatki iz računovodskih izkazov pri presojanju bonitete podjetja pridobijo na analitski vrednosti, ko se izdela prikaz gibanja osnovnih ekonomskih kategorij in kazalcev v času in naredi primerjava z dosežki in gibanji drugih sorodnih podjetij. Za verodostojno presojo bonitete podjetja ne zadoščajo zgolj številke iz računovodskih izkazov. Računovodski izkazi so pomembni, a še zdaleč ne zadostni za presojo bonitete. Vpliv kvalitativnega dela podatkov na končno boniteto podjetja ima v nekaterih primerih večjo težo od številčnega dela podatkov (Knez-Riedl, 2000, str. 36).

2.3.2. Kazalniki kot pripomoček pri presoji bonitete podjetja

Za presojanje bonitete podjetja se uporabljajo različne metodologije, med katerimi se razlikujejo tiste, ki še vedno izhajajo bolj iz tradicionalnega pojmovanja bonitete podjetja, od tistih, ki sledijo že sodobnejšemu pojmovanju podjetja in njegove vloge v okolju. Prve se osredotočajo bolj na posamične lastnosti podjetja (zlasti na kreditno sposobnost, likvidnost njegovih sredstev, plačilno sposobnost). Ocenjuje se jih pretežno na podlagi računovodskih podatkov minulih obdobj, povzetih iz računovodskih izkazov. Druge podatke vključujejo le v omejenem obsegu. Usmerjene so pretežno v odkrivanje negativnih pojavov in teženj, v iskanje pomankljivosti in nevarnosti, pozitivnemu pa se posvečajo v manjši meri (Knez-Riedl, 2000, str. 36).

Danes se boniteta podjetja presoja predvsem na podlagi količinskih (kvantitativnih) in kakovostnih (kvalitativnih) kazalnikov. Knez-Riedlova (Knez-Riedl, 2000, str. 37) dodaja, da sodobnejši načini ob količinskih kazalnikih vse bolj poudarjajo kakovostne kazalnike in jih medsebojno povezujejo. Poleg tega so usmerjeni v prihodnje dogajanje, ne proučujejo le preteklosti podjetja. Pozorneje proučujejo tudi okolje podjetja, in to ne le poslovno.

2.3.2.1. KVANTITATIVNI (KOLIČINSKI) KAZALNIKI

Tukaj so združeni kazalniki za analizo oziroma oceno bonitete podjetja, katerih podatkovna baza so kvantitativne in operacionalizirane informacije iz financ in računovodstva podjetja oziroma njegovega okolja (Bruckner, 1997, str. 37).

Kvantitativni kazalniki so urejeni v sistem, razdeljen na enajst temeljnih skupin. Med njimi so novost kazalniki kakovosti proizvodov in storitev, kazalniki vlaganj v razvoj in inovacijske dejavnosti ter okoljski kazalniki. Količinski dejavniki bonitete podjetja so dejavnosti, stanja, izidi in razmerja, ki jih je možno meriti. Odsevajo okoliščine in izide poslovanja v natančnem, merljivem smislu. Možno jih je povezati oziroma primerjati z merljivimi cilji podjetja. Cilj sistema kazalnikov je sooblikovati mnenje o količinski plati bonitete podjetja (Knez-Riedl, 2000, str. 49 in 55-56). Temeljne skupine teh kazalnikov so prikazane na Sliki 3 (na str. 9), podrobna razčlenitev pa v Prilogi 1.

2.3.2.2. KVALITATIVNI (KAKOVOSTNI) KAZALNIKI

V sklop kvalitativnih dejavnikov podjetja, ki ga analitik ocenjuje, sodijo presoja verodostojnosti vodilnih, struktura lastništva, okoljska vprašanja, položaj panoge, pravno okolje, v katerem deluje družba, državno tveganje, presoja zgodovine podjetja (Brvar, 2002, str. 40).

Kakovostni dejavniki se obravnavajo opisno. Pri vsakem od upoštevanih dejavnikov se opredeli njegov vpliv na boniteto podjetja (pozitiven, negativen,

nevtralen). Z analizo SWOT² se določijo prednosti, pomankljivosti, priložnosti in nevarnosti. SWOT analiza predstavlja pripomoček in temelj za izdelavo strategije podjetja. Z natančnim analiziranjem vseh dejavnikov podjetja se pridobi slika o njegovem realnem stanju in na tej podlagi podjetje lahko razvije ustrezno strategijo.

Slika 3: Sistem kazalnikov za analiziranje podjetja in panoge



Vir: Knez-Riedl, 2000, str. 60.

SWOT analiza sistematično identificira dejavnike prednosti in slabosti, ki se nanašajo na podjetje, ter priložnosti in nevarnosti, ki izvirajo iz okolja podjetja (Hunger, Wheelen, 1996, str. 181). Namen analize je opredelitev potencialnih virov konkurenčne prednosti podjetja in pomoč vodstvu podjetja pri sprejemanju odločitev o tem, v katere posle se bo usmerilo in katere opustilo.

² SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) – pomeni kratico za analizo prednosti in pomankljivosti ter priložnosti in nevarnosti.

Uporabnost analize pa se pokaže šele s prenosom spoznanj v strategijo, ki mora odstraniti slabosti podjetja in izkoristiti njegove prednosti.

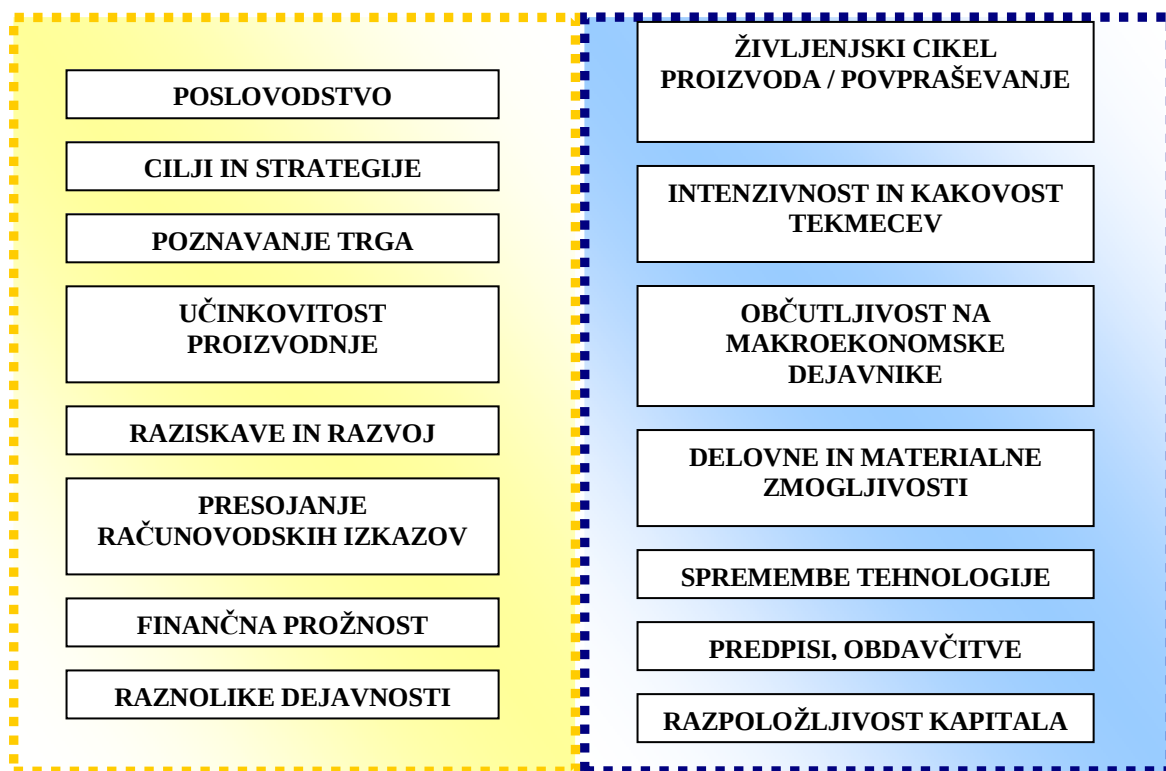
Z razvojem tržnega načina poslovanja podjetij so postali nefinančni ali kakovostni dejavniki pri presoji bonitete ne le nepogrešljiv, temveč tudi vse bolj upoštevan del skupne ocene. Pomembni so tako pri oceni razvojne sposobnosti podjetja in njegove prihodnje uspešnosti kot tudi pri razlagi preteklih pogojev, dogajanj in izidov podjetja. Tudi nefinančne dejavnike je potrebno pri oceni bonitete podjetja primerjati v času, z dejavnostjo in z izbranim podjetjem v panogi.

Na Sliki 4 (na str. 10) so kakovostni kazalniki prikazani po različnih skupinah, možno pa jih je še bolj podrobno razčleniti, kar je prikazano v Prilogi 2.

Slika 4: Kakovostni dejavniki bonitete podjetja

NOTRANJI DEJAVNIKI DEJAVNIKI

ZUNANJI



Vir: Knez-Riedl, 2000, str. 49.

2.4. OSNOVNE ZNAČILNOSTI BONITETNIH POROČIL

Ker se pogoji poslovanja spreminjajo, so uporabniki bonitetnih poročil začeli povpraševati po vse bolj podrobnih in zahtevnih poročilih. Bonitetna poročila so tako postala mnogo bolj oprta na kvalitativne dejavnike. Ti dejavniki izražajo notranje in zunanje pogoje poslovanja podjetja, širše opredeljene izide ter politiko in kulturo podjetja.

2.4.1. Izgled in vsebina bonitetnih poročil

V obilju različnih informacij se je pričela tudi klasifikacija bonitetnih poročil glede na kakovost. Zaradi tega podjetja tehtajo, preden se odločijo in naročijo informacijo o boniteti poslovnih partnerjev (Brvar, 1998, str. 26):

- ali sploh oziroma kdaj zahtevati informacijo o boniteti poslovnega partnerja,
- ali zahtevati zgolj obrazec z nekaterimi finančnimi podatki in kazalniki, kratko
poročilo ali podrobnejšo analizo in
- od koga jo zahtevati, iz katerega vira: državna institucija, razna združenja, banke,
drugi posredniki.

Pri prvih dveh vprašanjih je odločilni faktor poznavanje poslovnega partnerja in višina predvidenega pogodbenega zneska, pri izbiri vira informacije pa je odločilno predvsem zaupanje, ki ga vir uživa zaradi kakovosti in zanesljivosti.

Bonitetna poročila so lahko po vsebini in obliki različna. Razvrstijo se lahko v tri kategorije (Brvar, 1998, str. 26):

- *Kratka poročila* vsebujejo predvsem podatke iz bilanc stanja in uspeha. Takšna poročila izdeluje pri nas Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES).
- *Posebna poročila* največkrat izdelujejo v bankah za poznavanje in razvrščanje

svojih komitentov. Običajno so po vsebini krajša in usmerjena predvsem v ocenitev

kreditne sposobnosti podjetja oziroma v oceno stopnje tveganja ob odobritvi

kredita.

➤ *Kompleksna bonitetna poročila* prinašajo na nekaj straneh najpomembnejše

informacije o podjetju kot tudi mnenje o kreditni sposobnosti podjetja in oceni

stopnje tveganja poslov. Ta poročila izdelujejo specializirana podjetja za izdelavo

in posredovanje bonitetnih poročil.

Največkrat so kot bonitetna poročila predstavljene podatkovne baze z bilancami stanja in uspeha podjetij. Iz velikosti prometa, poslovnega uspeha in višine zadolženosti izračunani ustrezni kazalniki sicer dajo suhoparno sliko finančnega stanja podjetja, ki pa ne vključuje »mehkih informacij«. Poleg tega je potrebno poudariti, da so bilance enkraten presek stanj in tokov celotnega leta, ki jih podjetja nemalokrat pripravljajo s precejšnjo računovodsko kreativnostjo. Tisto torej, po čemer se popolno bonitetno poročilo razlikuje od zgoraj naštetih orodij, je večji obseg danih informacij ter predvsem izrecno zapisana ocena tveganosti družbe (rating) in priporočena kreditna meja (Petrič, 2002, str. 62).

Bonitetna informacija mora imeti podrobne splošne podatke o podjetju (ustanovitelj, ustanovitveni kapital, lastniška struktura, datum ustanovitve, naslov, dejavnost, matična in davčna številka, opredelitev dejavnosti, direktor, dobavitelji, kupci, poslovne banke, število zaposlenih, ipd.). Prav tako pa mora vsebovati finančne podatke za novejša obdobja. Pri presoji bonitete so vse bolj pomembni še nefinančni ali kakovostni dejavniki (strategija, poslovni ugled, organiziranost, informacijski sistem, kultura, okoljevarstvena naravnost, itd.). Dobro bonitetno poročilo pa vsebuje tudi razlago ali povzetek poslovanja, priporočljiv limit izpostavljenosti do obravnavanega podjetja in bonitetni razred (Dovč, [URL: <http://www.izvoznookno.si/>], 2003).

2.4.2. *Kako brati bonitetne informacije*

Bonitetno informacijo je treba znati prebrati. Običajno ponuja na nekaj straneh naslednje informacije o podjetju, za katerega je bila bonitetna analiza sestavljena (Brvar, 1998, str. 26-27):

➤ *identifikacijski podatki* (navedeno je polno ime podjetja, skupaj z morebitno

prodajno znamko, pod katero se običajno pojavlja na trgu, ter naslov in številka vseh telekomunikacijskih priključkov);

➤ *zbirni podatki o podjetju* (v tem odstavku so navedeni podatki o letu ustanovitve

podjetja, pravni obliki ter številki v registru podjetij, običajno pa tudi število zaposlenih, letni promet, dobiček ter razpisani in vplačani kapital podjetja in dejavnost, za katero je registrirano);

➤ *osnovni podatki za presojo bonitete podjetja* (Za večino so podatki, ki se nahajajo v

okviru na prvi strani, najpomembnejši in zadostni za presojo, ali kaže zaupati kupcu. Rating podjetja določa finančno moč podjetja in faktor tveganja pri poslovanju z njim);

➤ *imena vodilnih ljudi* (V omenjenem poglavju so navedena imena in njihove

funkcije v podjetju. V tej rubriki je moč najti imena lastnikov podjetja, članov upravnega oziroma nadzornega odbora in direktorje);

➤ *podatki, objavljeni v javnih medijih* (Bonitetne hiše spremljajo vse javno razpoložljive vire podatkov, iz katerih lahko črpajo uporabne informacije za bonitetna poročila. Med njimi so tudi tiste novice v javnih glasilih, ki bi lahko vplivale na bonitetno informacijo – objave strateških načrtov in dogodkov, ki vplivajo na kredibilnost. Poleg tega so v tej rubriki brez vsakega komentarja navedeni tudi podatki o tožbah, ki so bile vložene proti podjetju);

➤ *plačilne navade podjetja* (Za mnoge so ti podatki najdragocenejša informacija v

celotnem bonitetnem poročilu. Vsebuje indeks plačevanja, ki pove, s kakšno zamudo plačuje podjetje račune glede na dogovorjene roke. Tabela, ki je tekoče vzdrževana, prinaša poleg ostalih informacij tudi konkretne plačilne pogoje, ki jih je podjetje dogovorilo s kupcem. Ta informacija lahko pomaga pri pogajanju s predstavniki podjetja, saj se lahko s trdnejšimi argumenti uveljavlja roke plačil, ki jih podjetje dosega z drugimi dobavitelji);

➤ *finančni izkazi* (Običajno so navedene bilance stanja v pregledni obliki za zadnja tri

leta, za zadnje leto pa v podrobnejši obliki poleg bilance stanja tudi bilanca uspeha. Za hitro, a še vedno dokaj kakovostno presojo finančne trdnosti podjetja, je treba analizirati v časovni verigi obratni kapital podjetja, neto vrednost, zadolženost in dobiček. Standardni kazalci se razvrščajo v štiri kategorije: kazalci plačilne sposobnosti, kazalci donosnosti, kazalci zadolženosti in kazalci upravljanja s sredstvi);

➤ *zgodovina podjetja* (Navedeni so vsi pomembni statusni dogodki v preteklosti, pa

tudi kratki življenjepisi vodilnih ljudi. V kratkem življenjepisu izvemo od rojstnega datuma, izobrazbe, prejšnjih zaposlitev, do funkcije, ki jo nekdo opravlja v podjetju);

➤ *kapitalske povezave podjetja* (V tem poglavju izvemo vse o hčerinskih firmah, ki so

v lasti podjetja, kot tudi o kapitalskih vložkih, kjer je to podjetje udeleženo z manj kot 50% deležem. Če je podjetje, katerega boniteto proučujemo, v lasti drugega podjetja, bomo to izvedeli tudi v tem delu poročila);

➤ *dejavnost* (poleg vseh dejavnosti, s katerimi se ukvarjajo, in podatka, kakšen delež

predstavljajo v skupni proizvodnji, je naveden tudi podatek o izvozu, ter obrati, ki so sestavni del firme).

Uporabniki – bralci bonitetnih informacij morajo natančno prebrati celotno bonitetno poročilo. Ne zadošča, da pogledajo samo obseg prihodkov in končni dobiček, temveč se morajo poglobiti tudi v analizo bilance stanja, kjer se natančno vidi dejansko premoženje podjetja. Finančno-premoženjski položaj kupca je še zlasti pomemben pri ocenjevanju rizika, ki ga podjetje - prodajalec (ali njegova zavarovalnica) prevzame za več let. Mnogi tudi niso pozorni na podbilance v izkazu poslovnega izida (poslovanje, financiranje, izredni prihodki), v katerih se lahko skriva izguba iz osnovne dejavnosti, ki jo podjetje nadomešča z izrednimi prihodki (Brvar, 2004, str. 49).

2.5. KLJUČNI PODATKI BONITETNIH POROČIL

Ključne podatke v bonitetnem poročilu neke družbe predstavljajo: ocena tveganja, izračunan trend poslovanja, kreditno priporočilo in plačilni ključ. Te ocene so rezultat vgrajenih algoritmov. V velikih bonitetnih hišah doktorji znanosti stalno preverjajo modele v teh algoritmih in po potrebi spreminjajo ponderje posameznih spremenljivk. Na ta način zagotavljajo verodostojnost bonitetnih poročil. Obenem skrbijo tudi za metodološko enotnost na celotnem teritoriju, ki ga pokriva bonitetna hiša. Enaka ocena potemtakem zagotavlja enak razred tveganja v poslu, ne glede na to, na katerem koncu sveta se nahaja ocenjevana družba (Brvar, 2002, str. 41).

Ocena tveganja je dodeljena šifra, ki označuje razred tveganja pri poslovanju z ocenjevano družbo. To tveganje je izražena verjetnost, da bo firma zašla v težave, ki bi utegnile ogroziti plačilo blaga ali storitve. Če v bonitetnem poročilu ta šifra ni dovolj pojasnjena oziroma si je težko predstavljati, kam se sicer šifra umešča, si je potrebno priskrbeti šifrant ali zahtevati pojasnilo in razlago od analitikov bonitetne hiše, ki je poročilo izdelala (Brvar, 2002, str. 41).

Izračunan trend poslovanja je rezultat gibanja petih do desetih kategorij v poslovanju, ki pove, ali je družba v vzponu, stagniranju ali pada v poslovanju (Brvar, 2002, str. 41).

Kreditno priporočilo predstavlja najvišji priporočeni znesek pri poslovanju na odprto z ocenjevano družbo. Večji posli na odprto od priporočene višine kreditnega priporočila so vsekakor tudi izvedljivi, a jih spremlja tudi večje tveganje (Brvar, 2002, str. 41).

Plačilni ključ je poročilo, v katerem bonitetna hiša na osnovi zbranih faktur izračuna povprečno število dni zamude pri plačevanju. Bonitetne hiše taka poročila pripravljajo le v tistih državah, kjer jim uspe zbrati dovolj velike vzorce plačil iz zanesljivih virov. Vzorec je statistično obdelan, tako da so netipično zamujene fakture izločene, ker zelo verjetno izvirajo bodisi iz napake pri knjiženju, ali pa je bila faktura izgubljena, založena ali ugovarjana. Izbrani so le tisti viri, ki razpolagajo z veliko množico poslanih faktur in pri katerih plačilo ni povezano z ukinitvijo vitalnih dobav (tipično zavajajoči podatki bi bili npr. podatki o plačevanju elektrike ali telefona). Odloženo plačilo blaga ali storitve je odvisno od dogovorjenega roka plačila, zamude pri plačilu in zamud

pri izvedbi plačila. Za rok plačila sta se sporazumela kupec in prodajalec, na zamude pri transakcijah plačil pa vplivajo banke. Zamuda pri plačilu računa, ki jo opredeljuje plačilni ključ, je v izključni pristojnosti družbe kupca, zato ima velik vpliv tudi na bonitetno oceno. V najvišjem bonitetnem razredu so lahko ob drugih pogojih uspešnosti le družbe, ki v povprečju poravnava svoje obveznosti v roku ali z manjšo zamudo. Povprečna zamuda plačil v Sloveniji se v zadnjih treh letih giblje med 25 in 38 dnevi, čutiti pa je trend zmanjševanja plačilne zamude (glej publikacijo *Doing Business in 2004*, World Bank). Delež zamujenih plačil, ki se je dolgo časa gibal pri približno dveh tretjinah, pa je v letu 2004 upadel pod 60 odstotkov (Brvar, 2004a, str. 52).

Zaradi obilja orodij za merjenje tveganj pri sklepanju poslov je dobro od bonitetnih poročil razlikovati preostale produkte, ki so v zavesti podjetnikov in managerjev enačeni z bonitetami, čeprav niso takšni (Petrič, 2002, str. 62). Če si želi določeno poročilo zaslužiti ime bonitetno poročilo, mora vsebovati zgoraj našteje podatke. V nadaljevanju je ob pregledu ponudnikov bonitetnih poročil v Sloveniji moč ugotoviti, da je med njimi kar nekaj takšnih, ki ponujajo bonitetna poročila v pravem pomenu besede. V nasprotju s temi pa nekatere bonitetne službe v Sloveniji pod pojmom boniteta ponujajo zgolj informacije o likvidnostnem stanju in gibanju denarja na transakcijskem računu podjetja.

3. PREGLED BONITETNIH PONUDNIKOV V SLOVENIJI

Začetki izdelave bonitetnih informacij segajo dobrih 150 let v preteklost, v sredino devetnajstega stoletja, ko so bile ustanovljene vse večje svetovne bonitetne družbe (Dun & Bradstreet, Kreditschutzverband von 1870, Creditreform). V Sloveniji delujejo podaljšane roke zgoraj naštetih bonitetnih hiš: I Poslovne informacije, d.o.o., Creditreform, d.o.o. in Coface Intercredit, d.o.o. (Brvar, 2004a, str. 50). Poleg teh je potrebno omeniti še SID (Slovenska izvozna družba d.d.) in iGV, d.o.o., ki se osredotočata na izdelavo bonitet za slovenska podjetja. Poleg teh pa še nekaj drugih družb ponuja obdelane in nekoliko dopolnjene finančne podatke o podjetjih (predvsem slovenskih). Med njimi velja omeniti AJ PES (Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve) in podjetje Noviforum, d.o.o. s svojo zbirko podatkov iBON-bonitete poslovanja, ki jo ponujajo na zgoščenki.

V nadaljevanju tega poglavja bo predstavljena vsaka izmed zgoraj naštetih družb. V četrti točki diplomske naloge bo podana primerjalna analiza bonitetnih poročil obravnavanih podjetij glede na teoretična spoznanja o pravilni sestavi le-teh, ki so bila predstavljena v drugi točki.

3.1. AGENCIJA RS ZA JAVNOPRAVNE EVIDENCE IN STORITVE – AJPES³

Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES) je novejša institucija, ustanovljena v juliju 2002. Od Agencije Republike Slovenije za plačilni promet je prevzela opravljanje statistično-informativnih nalog: zbiranje, obdelavo in posredovanje podatkov iz letnih poročil poslovnih subjektov in izvajanje različnih statističnih raziskovanj. AJPES vodi tudi različne registre in evidence podatkov; najpomembnejši med njimi je Poslovni register Slovenije, ki ga je prevzela od Statističnega urada Republike Slovenije. Poleg tega izvaja najmanj enkrat mesečno tudi večstransko pobotanje obveznosti in terjatev med poslovnimi subjekti, ki v pobotanje prijavijo svoje obveznosti in terjatve (Interno gradivo AJPES-a, 2005).

Najobsežnejša in najzahtevnejša skupina nalog AJPES je obdelovanje in objavljane podatkov iz letnih poročil oziroma računovodskih izkazov posameznih poslovnih subjektov. Z uresničitvijo te naloge je v Sloveniji zagotovljeno izvajanje primarnega vidika publicitetne smernice Evropske unije (obveznost družb, da objavijo letna poročila v javnih glasilih) in sekundarnega vidika smernice (obveznost države, da tretjim osebam zagotovi dostop do podatkov iz letnih poročil) (Volk Dida et al., 2004, str. 69).

V okviru gospodarske dejavnosti opravlja bonitetno dejavnost oziroma izdeluje informacije o boniteti poslovanja poslovnih subjektov iz Slovenije, Hrvaške, Makedonije ter iz Srbije in Črne gore. Na lastnem spletnem portalu ima urejeno tudi zbirko najpomembnejših podatkov in kazalnikov iz računovodskih izkazov gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov FI-PO AJPES. Deluje v 13 organizacijskih enotah: v centrali v Ljubljani in v 12 izpostavah v vseh statističnih regijah v Sloveniji. Tako široka mreža organizacijskih enot

³ Več o družbi: [URL: <http://www.ajpes.si/>].

omogoča neposreden stik s poslovnimi subjekti in hitro prilagajanje njihovim potrebam (Interno gradivo AJPES-a, 2005).

3.1.1. Bonitetna dejavnost AJPES

V okviru bonitetne dejavnosti pripravlja AJPES različne vrste informacij o boniteti poslovanja poslovnih subjektov glede na vrsto poslovnega subjekta ter namen uporabe. Naročnikom zagotavlja podatke o boniteti poslovanja gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov, zavodov, inštitutov in drugih poslovnih subjektov ter podatke o boniteti poslovanja poslovnih subjektov iz Hrvaške, Makedonije ter Srbije in Črne Gore, s katerimi ima sklenjene posebne sporazume. Vsebina teh informacij je oblikovana na podlagi dolgoletnih izkušenj in spremljanja želja ter potreb njihovih naročnikov. Temeljijo na široki bazi podatkov: na podatkih iz letnih poročil (tudi revidiranih), podatkih plačilnega prometa (podatki o prejemkih na račune in o izdatkih z računov ter podatki o morebitnih dospelih neporavnanih obveznostih) in na podatkih iz javnih registrov. Za zanesljivejšo presojo bonitete poslovanja so navedene različne primerjave podatkov in kazalnikov pravne osebe z istovrstnimi podatki in kazalniki za dejavnost, v katero pravna oseba spada (Interno gradivo AJPES-a, 2005).

Informacije o boniteti poslovanja gospodarskih družb vključujejo tudi oceno njihove poslovne uspešnosti in finančne stabilnosti v zadnjih petih letih ter oceno trenutnega stanja na podlagi obsega tekočega poslovanja in morebitnih neporavnanih obveznosti.

Razredi poslovne uspešnosti se označujejo s številkami od 1 do 5, pri čemer pomeni uvrstitev v razred 1 najboljšo poslovno uspešnost, uvrstitev v razred 5 pa najslabšo poslovno uspešnost. Razredi finančne stabilnosti se označujejo s črkami od A do E, pri čemer pomeni uvrstitev v razred A najboljšo finančno stabilnost, uvrstitev v razred E pa najslabšo finančno stabilnost (Interno gradivo AJPES-a, 2005).

Tabela 1: Bonitetni razredi AJPES

POSLOVNA USPEŠNOST		FINANČNA	
STABILNOST			
RAZRED	OPIS	RAZRED	OPIS
Razred 1	Odlična poslovna uspešnost	Razred A	Trdna finančna stabilnost
Razred 2	Zelo dobra poslovna uspešnost	Razred B	Zelo dobra finančna stabilnost
Razred 3	Povprečna poslovna uspešnost	Razred C	Dobra finančna stabilnost
Razred 4	Slaba poslovna uspešnost	Razred D	Slaba finančna stabilnost
Razred 5	Poslovna neuspešnost	Razred E	Zelo slaba finančna stabilnost

Vir: Agencija RS za javnopravne evidence in storitve, [URL: <http://www.ajpes.si/>], 2005.

Rangiranje za poslovno uspešnost in finančno stabilnost se izvede ločeno, rang pa se določi za preteklih pet let, za vsako leto posebej. Sodila za uvrstitev družb v posamezni razred poslovne uspešnosti so postavljena na osnovi dosežene vrednosti kazalnikov poslovne uspešnosti, ki so (Interno gradivo AJPEŠ-a, 2005):

- poslovni izid,
- gospodarnost,
- donosnost kapitala,
- dobičkovnost prihodkov in
- produktivnost.

Sodila za uvrstitev družb v posamezni razred finančne stabilnosti so postavljena na osnovi dosežene vrednosti kazalnikov finančne stabilnosti, ki so (Interno gradivo AJPEŠ-a, 2005):

- lastniškost financiranja,
- kratkoročna zadolženost,
- kapitalska pokritost stalnih sredstev,
- dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev in zalog in
- kratkoročne terjatve v primerjavi s kratkoročnimi obveznostmi.

Za vsak kazalnik je določenih pet razredov in meje med razredi. Glede na doseženo oceno za posamezni kazalnik družbe in ob upoštevanju vrednosti, ki jo dosega panoga, v katero se družba uvršča, se nato družba uvrsti v določeni razred.⁴

AJPES ponuja naročnikom naslednje informacije o boniteti poslovanja (Interno gradivo AJPES-a, 2005):

➤ **BON–1:** je vsebinsko zelo bogata temeljna informacija o boniteti poslovanja

posamezne gospodarske družbe v daljšem časovnem obdobju. Vsebuje splošne podatke o gospodarski družbi, zbrane iz različnih javnih registrov (Poslovni register Slovenije, Register transakcijskih računov, itd.), podatke iz letnih poročil, podatke o prejemkih na račune in o izdatkih z računov ter podatke o morebitnih dospelih neporavnanih obveznostih. Podatki iz letnih poročil in iz njih izračunani kazalniki nudijo vpogled v velikost, finančno stabilnost in poslovno uspešnost gospodarske družbe. Navedeni so tudi istovrstni podatki in kazalniki za dejavnost, v katero gospodarska družba sodi, in po najpomembnejših podatkih in kazalnikih določeno mesto gospodarske družbe v dejavnosti. AJPES je informacijo v letu 2003 vsebinsko še obogatila z ocenama poslovne uspešnosti in finančne stabilnosti posamezne gospodarske družbe, na podlagi katerih gospodarsko družbo razvrsti v ustrezni bonitetni razred.

➤ **BON–2:** je informacija o plačilni sposobnosti posamezne pravne osebe. Vsebuje

osnovne identifikacijske podatke, podatke o prejemkih na njene račune in o izdatkih z njenih računov ter podatke o morebitnih dospelih neporavnanih obveznostih.

Poleg teh dveh temeljnih bonitetnih informacij pa ponuja še vrsto drugih (Interno gradivo AJPES-a, 2005):

➤ **BON-1/P:** je podrobnejša informacija o boniteti poslovanja gospodarske družbe kot

⁴ Rangiranje družb v omenjene razrede glede na dosežene vrednosti kazalnikov poslovne uspešnosti in finančne stabilnosti je poslovna skrivnost AJPES-a.

BON-1. Naročniki lahko dobijo to vrsto informacije le o svojem poslovanju.

➤ BON-1/O: je informacija o boniteti poslovanja gospodarske družbe, ki AJPES ni

dala soglasja, da pri izdelavi informacij o boniteti poslovanja lahko uporablja podatke o prejemkih na njene račune in o izdatkih z njenih računov ter podatke o morebitnih dospelih neporavnanih obveznostih. Zato teh podatkov ne vsebuje, vsebina drugih podatkov pa je enaka vsebini podatkov v BON-1.

➤ BON-1/IN: je BON-1 v angleškem, nemškem ali italijanskem jeziku. Zneski so preračunani v EUR.

➤ BON-1/S: se izdelava za gospodarsko družbo, ki za zadnje leto ni predložila

računovodskih izkazov, vsebuje pa poleg splošnih podatkov, še podatke iz plačilnega prometa o prejemkih na račune in o izdatkih z računov ter podatke o finančni disciplini.

➤ BON-1/Z: je temeljna informacija o boniteti poslovanja posamezne pravne osebe – določenega uporabnika (zavod, javni zavod, inštitut, itd.).

➤ BON-1/SP: je informacija o poslovanju samostojnih podjetnikov.

➤ IFI - IZKAZ FINANČNEGA IZIDA: vsebuje podatke o prejemkih in o izdatkih

posamezne pravne osebe. Prejemki in izdatki so razčlenjeni po petih glavnih vrstah. Naročniki lahko izberejo IFI za poljubno obdobje in dobijo informacijo IFI le o svojem poslovanju.

➤ ANALIZA BONITETE POSLOVANJA: je podrobnejša analiza uspešnosti

poslovanja posameznega poslovnega subjekta od njegove ustanovitve dalje. Temelji na podatkih iz letnih poročil in iz njih izračunanih kazalnikov ter na podatkih iz različnih javnih registrov in evidenc. Poleg tekstualnega dela vsebuje tudi različne preglednice in grafične prikaze podatkov. Glede na interne vire AJPES-a je ta tip bonitetne informacije najmanj iskan s strani njihovih naročnikov.

Informacije o boniteti poslovanja posameznih gospodarskih družb iz Hrvaške, Makedonije ter Srbije in Črne Gore ponujajo na obrazcih BON-HR, BON-MK

in BON-SRB, ki vsebujejo splošne podatke o posamezni gospodarski družbi, in iz letnih poročil zbrane pomembnejše podatke in kazalnike finančnega poslovanja posamezne gospodarske družbe, in dejavnosti, v katero je ta družba uvrščena, ter podatke o njeni plačilni sposobnosti (Interno gradivo AJPES-a, 2005).

AJPES izdela na leto nekaj deset tisoč informacij o boniteti poslovanja. Pripravlja jih v slovenskem, angleškem, nemškem in italijanskem jeziku, zneski pa so v tolarjih in v evrih. Pripravi in odpošlje jih na dan naročila, na obširnejšo analizo bonitete poslovanja ter na informacije o boniteti poslovanja pravnih oseb iz Hrvaške, Makedonije in Srbije in Črne Gore pa je potrebno počakati tri dni.

3.2. SLOVENSKA IZVOZNA DRUŽBA D.D. – SID⁵

Slovenska izvozna družba, d.d., Ljubljana (v nadaljevanju SID) je slovenska izvozno-kreditna agencija. Ustanovljena je bila leta 1992 kot posebna zasebnopravna finančna institucija za zavarovanje in financiranje izvoza na podlagi posebnega zakona o družbi za zavarovanje in financiranje izvoza v Sloveniji. Večinski lastnik družbe je Republika Slovenija, poleg nje pa so delničarji še banke, zavarovalnice, Gospodarska zbornica Slovenije ter številna druga slovenska podjetja. SID se uvršča med tiste izvozno-kreditne agencije, ki svojim strankam ponuja široko in kompletno paleto različnih zavarovalnih in finančnih storitev. Dejavnosti družbe so (Interno gradivo Slovenske izvozne družbe, d.d., 2005):

- zavarovanje trgovinskih izvoznih in domačih terjatev pred komercialnimi in/ali nekomercialnimi oblikami tveganja,
- zavarovanje srednjeročnih izvoznih kreditov in izhodnih investicij pred nekomercialnimi oblikami tveganja,
- zavarovanje srednjeročnih izvoznih kreditov pred komercialnimi oblikami tveganja,
- financiranje mednarodnih gospodarskih poslov,
- izdajanje storitvenih in carinskih garancij,

⁵ Več o družbi: [URL: <http://www.sid.si/>].

- priprava bonitet in drugih kreditnih informacij,
- faktoring,
- pravno in poslovno svetovanje,
- pomoč pri izterjavi dolgov.

SID sodeluje z izvozno-kreditnimi agencijami po svetu in drugimi mednarodnimi finančnimi institucijami in z njimi izmenjuje informacije o bonitetah tujih kupcev, tujih bank, naložb in deželnega tveganja. Poleg tega pa je bila leta 2000 tudi uradno sprejeta v polnopravno članstvo Bernske unije (Mednarodna zveza zavarovateljev kreditov in investicij).

3.2.1. Bonitetna služba v Slovenski izvozni družbi, d.d.

Zaradi tveganosti poslov, ki jih opravljajo izvozno-kreditne agencije, so za uspešno delovanje potrebne ustrezne baze podatkov, ocene tveganosti trgov, kreditne informacije in ocene bonitet kupcev, dolžnikov in garantov. SID od leta 1996 razvija svojo bonitetno službo, ki pomeni podporno službo temeljnim dejavnostim družbe. Poleg lastne bonitetne službe SID uporablja tudi bonitete drugih ponudnikov, slovenskih in tujih, ki jih kupuje na trgu. Po besedah ga. Vesne Zorman, direktorice bonitetne službe v SID, jim veliko pomeni razvoj lastnega sistema baz bonitet domačih podjetij in podjetij iz držav, ki pomenijo za slovensko gospodarstvo pomembnejše izvozne trge. Omenjeni projekt je zahteval povezavo z najboljšimi ponudniki bonitet in drugih informacij za posamezne trge, ažurne baze podatkov ter povezave, dodatno podprte z analitičnim delom strokovnjakov iz bonitetne službe SID (Volk Dida et al., 2004, str. 90).

Bonitetni oddelek v okviru SID je usmerjen predvsem k pripravi (Interno gradivo Slovenske izvozne družbe, d.d., 2005):

- bonitet o slovenskih podjetjih,
- bonitet o slovenskih bankah,
- bonitet o bankah v tujih državah, zlasti v Jugovzhodni, Srednji in Vzhodni Evropi,
- bonitet o podjetjih, zlasti iz držav Jugovzhodne, Srednje in Vzhodne Evrope.

Glavni viri za pripravo slovenskih bonitet so uradni statistični bilančni podatki za zadnja tri leta, letna poročila podjetij, revizijska poročila, izpisi iz sodnega registra, klasifikacija dejavnosti, bonitetna razvrstitev podjetja pri poslovni banki, neposredni stiki s podjetjem, ki je predmet analize (telefonski pogovor s finančnim direktorjem ali drugo strokovno osebo, obisk podjetja), imenik pravnih oseb (IPO), strokovni članki o obravnavanem podjetju, plačilni ključ, uradni vpisi stečajev in prisilnih poravnjav, informacije, pridobljene na spletni strani podjetja (Interno gradivo Slovenske izvozne družbe, d.d., 2005).

V največjem številu se v bonitetni službi pripravljajo bonitete za podjetja iz Slovenije in Hrvaške. Hrvaške bonitete se pripravljajo na podlagi uradnih obrazcev (BON1 in BON2), ki se dobijo od hrvaške Financijske agencije (FINA), in na podlagi nekaterih že zgoraj omenjenih razpoložljivih virov.

Bonitetna služba SID izdeluje dve vrsti bonitet za slovenske družbe, ki se pripravljajo v slovenskem in angleškem jeziku (Volk Dida et al., 2004, str. 90):

➤ **Boniteta tipa A** je najbolj obsežna in vsebuje celovito analizo o proučevanem

podjetju. Na podlagi bilance stanja, izkaza uspeha in finančnih kazalnikov se analizirajo uspešnost podjetja ter finančno-premoženjski položaj in njegova sprememba v zadnjih treh letih. Skupaj z mnogimi drugimi informacijami in nekaterimi subjektivnimi ocenami (tržni položaj podjetja, neto vrednost podjetja, ocena managementa, strateški načrt podjetja,...) nato izdelajo končno oceno podjetja. Sestavljena je iz kratkega povzetka, ki vključuje komentar o gibanju mesečne in letne prodaje, oceno finančne stabilnosti, kapitaliziranosti, likvidnostnega položaja podjetja, podatke o kratkoročni zadolženosti, podatke o upravljanju s sredstvi in o sprotni plačilni sposobnosti. V povzetku je tudi primerjava podjetja s panogo in s predhodnim letom ter pomembnejše informacije o razvojnih projektih podjetja. Povzetku sledi razvrstitev podjetja v enega izmed bonitetnih razredov, ki poteka po interno določenih pravilih (v skladu s predpisi Banke Slovenije). Na koncu sledi določitev indikativnega limita zavarovalnega kritja za posamezno podjetje. Limit je lahko manjši ali enak zahtevanemu limitu. Izraža, do katerega zneska lahko podjetju SID zavaruje prodajo na odprti račun ali izda določeno vrsto garancije. Bonitete tipa A uporabljajo oddelki v družbi SID pri večjih poslih. Izjemoma pa jo lahko naročijo tudi zunanji uporabniki.

➤ **Boniteta SID-BON** je sestavljena iz treh delov. Prva stran vsebuje nekatere splošne

podatke o podjetju. Sledijo bilanca stanja in izkaz poslovnega izida ter finančna analiza, iz katere je razviden likvidnostni položaj podjetja, finančna moč, uspešnost poslovanja, upravljanje sredstev in zadolženost podjetja. Podatki so za zadnji dve poslovni leti, analiza pa vsebuje tudi podatke za povprečje vseh družb skupaj v dejavnosti za zadnje poslovno leto. Analizi sledi prikaz avtomatskega izračunavanja doseženih točk, bonitetnega razreda, avtomatskega limita in trenda. Boniteta ima 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).

Boniteta tipa A se od bonitete SID-BON razlikuje v tem, da je bolj obširna in vključuje več grafičnih prikazov. Glavna razlika med njima je v tem, da boniteto tipa A pripravljajo v SID za oceno tveganosti svoje kreditne in zavarovalne dejavnosti (predvsem pri večjih, bolj tveganih poslih) in je praviloma ne ponujajo na trgu, medtem ko pri svojih manj tveganih poslih in za ostale (zunanje) povpraševalce bonitetnih poročil uporabljajo boniteto SID-BON.

Avtomatsko izračunavanje doseženih točk - Točkovni sistem je razdeljen v štiri sklope finančnih kazalnikov, ki kažejo likvidnost, varnost naložbe, uspešnost poslovanja in zadolženost. Maksimalno število doseženih točk je 100 in to je najboljša ocena. Na boniteti je prikazano samo skupno število točk (Volk Dida et al., 2004, str. 91).

Bonitetni razred - Podjetja so uvrščena v deset bonitetnih razredov, in sicer od AAA – najboljši bonitetni razred, do E (stečaj, likvidacija) – najslabši bonitetni razred. V nekaterih primerih ima lahko družba oznako bonitetnega razreda N (na voljo ni finančnih podatkov za zadnje poslovno leto; podjetje je v postopku prisilne poravnave; posluje krajši čas;). Osnova za avtomatsko razporeditev družbe so število doseženih točk in nekateri drugi pomembni dejavniki (velikost podjetja, delež kapitala v pasivi, uspešnost poslovanja, plačilna sposobnost, itd.) (Volk Dida et al., 2004, str. 91).

Avtomatski limit - Indikativni limit je izračunan avtomatsko in je navzgor omejen z bonitetnim razredom. Giblje se od 0 (za bonitetne razrede D, E, N) do 100 milijonov tolarjev (za bonitetni razred AAA). V nekaterih primerih se lahko popravlja glede na novo pridobljene informacije (Volk Dida et al., 2004, str. 91).

Trend - Trend je izdelan v obliki grafičnega prikaza doseženega števila točk v zadnjih dveh letih (Volk Dida et al., 2004, str. 91).

Posebnost delovanja bonitetne službe v SID je, kadar naročniki potrebujejo celovite storitve. V takem primeru proučevano podjetje SID ne le oceni in določi stopnjo tveganja, ampak ga lahko tudi zavaruje. Prav tako je, če SID financira določen projekt ali pa ponuja storitvene garancije, podlaga za tako odobritev boniteta. Potemtakem je razumljiv podatek, da bonitetna služba v SID izdelava približno 75 odstotkov vseh bonitet za svoje lastne potrebe oziroma potrebe drugih služb, ki delujejo v okviru SID. Za ocenami, ki jih pripravi bonitetna služba SID, stoji družba SID, ki je s svojimi sredstvi do odobrenega (indikativnega) limita tudi pripravljena prevzeti tveganje neplačila posameznega kupca (Volk Dida et al., 2004, str. 92).

3.3. iGV, D.O.O.⁶

Podjetje iGV, d.o.o., je najmlajša (ustanovljena leta 2003) hčerinska družba podjetja GV Skupina, d.d. (nekdanji Gospodarski vestnik, d.d.), in je v njeni 100-odstotni lasti. iGV, d.o.o. je vodilni ponudnik poslovnih informacij preko interneta v Sloveniji. Podjetje ustvarja, prodaja in trži poslovne, finančne in pravne informacije prek elektronskih medijev in poslovnih imenikov v različnih oblikah (iGV, d.o.o., [URL: <http://www.gvin.com/>], 2005):

- v produktu GV IN (najnovejša pridobitev poslovnega spleta GV IN je GV IN Rating),
- v modulu BONITETE,
- v modulu PAJEK (ponuja celovito sliko o vodstvu podjetja in njegovih poslovnih povezavah),

⁶ Več o družbi: [URL: <http://www.gvin.com/>].

- v modulu INFO+ (preko katerega lahko uporabniki naročijo specifične informacije,
v izbranem formatu izpisa).

Blagovna znamka GV IN podjetja iGV je na slovenskem trgu prisotna od leta 1997. V tem obdobju so poslovni splet GV IN razvijali in dopolnjevali, najintenzivnejši razvoj pa doživlja ravno v zadnjem času, tako da sedaj pomeni za mnoge nepogrešljiv nabor podatkov za poslovno odločanje. Že od samega začetka je dostopen le preko spletne strani podjetja iGV, d.o.o. Proizvod GV IN zajema poleg finančnih podatkov še članke iz poslovnega tiska, poslovni imenik Kompas, podatke o obrestnih merah in deviznih tečajih. Najnovejša dopolnitev poslovnega spleta GV IN je GV IN Rating, ki vsebuje vse podatke o izbranem podjetju iz rubrik poslovnega spleta GV IN, urejeni pa so v pregledni obliki. V bonitetnem poročilu so prikazani naslednji podatki (iGV, d.o.o., [URL: <http://www.gvin.com/>], 2005):

- registracijski in splošni podatki podjetja,
- seznam podružnic in predstavništev,
- kratki bonitetni pregled,
- osebe v podjetju in njihove funkcije,
- roki plačil malih, srednjih in velikih računov,
- finančni podatki zadnjih petih let,
- gospodarski spori; koga podjetje toži in kdo toži podjetje,
- uradne objave (skupščine, stečaji, izbrisi, objave za javnost),
- članki iz poslovnega tiska.

Proizvod BONITETE je prav tako dokaj mlad proizvod podjetja iGV, saj je na trgu od marca 2004. V bazi bonitet je več kot 100.000 poslovnih subjektov in njihove bonitete so dosegljive 24 ur na dan. Podatkovna baza se osvežuje vsak dan in je razdeljena v tako imenovane zavihke (podbaze). Vsak zavihke vsebuje del bonitetne informacije (Volk Dida et al., 2004, str. 86-87):

- **Splošni podatki** o subjektu so podatki o kratkem, dolgem imenu, sedežu, kraju,
matični ter davčni številki, transakcijskih računih, podružnicah doma in v tujini. K splošnim podatkom spadajo tudi kontaktni podatki o telefonu, telefaksu, elektronski pošti in spletnem naslovu.
- **Roki plačil** so podbaza, v kateri je več kot 2.500.000 računov za več kot 40.000

poslovnih subjektov. Na osnovi te baze je možen pregled plačilnih navad podjetja po različnih obdobjih. Za izbrano obdobje se prikažejo povprečne zamude plačil za manjše, srednje in velike račune. Plačilna disciplina podjetja se primerja v enaki tabeli tudi s plačilno disciplino v dejavnosti. Puščica ob kazalniku kaže, ali se zamude plačil v primerjavi z enakim predhodnim obdobjem povečujejo ali zmanjšujejo. Za izbrano obdobje sta navedena tudi število računov, zajetih v prikazu, in njihov skupni znesek. Na osnovi teh računov je možno izdelati tudi napoved verjetnosti plačila določenega zneska v določenem obdobju.

➤ **Podbaza oseb** vključuje seznam ključnih oseb v podjetju, in sicer v upravi,

nadzornem svetu, zastopnike in ustanovitelje. Aplikacija omogoča dve zelo koristni funkciji. Mogoče je ugotoviti za določeno osebo, ali je povezana s stečajem, likvidacijo, prisilno poravnavo podjetja, morda z ustanovitvijo novega podjetja in njegovim deležem ter odgovornostjo v podjetju. Druga funkcija pa omogoča dostop do člankov v popolnem besedilu, v katerih se ključna oseba pojavlja.

➤ **Profil** zajema podatke o registriranih glavnih in stranskih dejavnostih podjetja ter

klasifikacijo izdelkov in storitev. Bonitetno informacijo dopolnjuje seznam registriranih blagovnih znamk podjetja.

➤ **Finančni podatki in količniki** dajejo sliko o poslovanju podjetja v zadnjih treh

letih in prikazujejo stopnje rasti ter deleža v panogi. Na tej strani je možen tudi pregled konkurenčnih podjetij in primerjava z njimi po različnih računovodskih agregatih.

➤ **Naroki** so vsak dan dopolnjena baza pravnih postopkov okrožnih sodišč v Sloveniji

in dajejo informacije o sodnih postopkih, ki jih je sprožilo podjetje proti drugim in, nasprotno, vseh sodnih postopkov zoper podjetje.

Vizija prihodnosti podjetja iGV, d.o.o. je dokončni razvoj GV IN-a v enovit, vseobsegajoči sistem poslovnih informacij, podprt z napredno tehnologijo, s katero bo naročnikom omogočil hiter dostop do njim prilagojenih paketov informacij, ki jih potrebujejo pri svojem delu in jim na ta način olajšal delo in poslovne odločitve. Obenem si želijo sodelovanja s ponudniki poslovnih informacij iz tujine in tako domačim podjetjem omogočiti še vpogled v

delovanje tujih podjetij in gospodarstev (iGV, d.o.o., [URL: <http://www.gvin.com/>], 2005).

3.4. NOVIFORUM, D.O.O. – iBON-BONITETE POSLOVANJA⁷

Noviforum, d.o.o. je podjetje v privatni lasti, ustanovljeno leta 1994. Dejavnost podjetja je založništvo, razvoj programske opreme in mediji. Podjetje je znano po izdajanju poslovnih registrov: iBON – bonitete poslovanja za slovenska podjetja in IPIS – poslovni register Slovenije. Podjetje je tudi avtor in upravljalec glavnega slovenskega spletnega iskalnika Najdi.si (Noviforum, d.o.o., [URL: <http://www.noviforum.si/>], 2005).

IPIS – Poslovni register Slovenije: je računalniški program, ki vsebuje največjo zbirko poslovnih podatkov v Sloveniji. S tem proizvodom ponujajo obsežno vsebino z uradnimi podatki o vseh poslovnih subjektih v Sloveniji (več kot 168.000). Izdajajo ga štirikrat letno na zgoščenki, redno že od leta 1994.

iBON – Bonitete poslovanja za slovenska podjetja: je računalniška zbirka bonitetnih poročil in finančnih podatkov na zgoščenki za slovenska podjetja od leta 1994 naprej. Vsebuje podatke za več kot 37.000 družb za deset let (od 1994 do 2004) in za več kot 53.000 samostojnih podjetnikov za štiri leta (od 2001 do 2004). iBON temelji na uradnih podatkih iz računovodskih izkazov podjetij, ki jih zbira AJPES. Vsi preračuni na iBON obrazcih so strokovni in preverjeni v praksi. Ponuja dva osnovna pogleda na podatke: hiter vpogled in podrobno analizo. Nadalje omogoča tudi primerjanje podatkov z drugim letom, podjetjem ali dejavnostjo, kar predstavlja orodje za posnemovalno primerjanje podjetij (t.i. benchmarking). V prvi izdaji iBON-a določenih podatkov še ni, leti se dodajajo sproti na spletno stran produkta iBON. Program iBON omogoča prenos seznama podjetij, za katera so revidirani podatki na spletni strani že na voljo. Vsi sprotno zbrani revidirani podatki pa se dodajo v drugo izdajo iBON-a (na zgoščenki), ki jo naročnik brezplačno prejme jeseni (Noviforum, d.o.o., [URL: <http://www.noviforum.si/>], 2005).

V iBON-u so torej zbrani finančni in bonitetni podatki o delujočih slovenskih družbah in samostojnih podjetnikih, v IPIS-u pa so zbrani splošni in registrski

⁷ Več o družbi: [URL: <http://www.noviforum.si/>].

podatki o vseh podjetjih, samostojnih podjetnikih, državnih organih in organih lokalne samouprave, društvih, sindikatih in drugih organizacijah ter tistih, ki opravljajo samostojne poklice, kot so odvetniki, notarji, zdravniki in drugi. IPIS in iBON delujeta podobno in uporabljata podobno programsko opremo, zato je med njima možna povezava. Na ta način se lahko podatki o določenih podjetjih, pridobljeni v iBON-u, pregledujejo tudi v IPIS-u (in obratno). S tem se da o podjetjih pridobiti veliko več uporabnih informacij.

Prednost iBON-a predstavlja njegova cena (48.000 SIT brez DDV), ki je enotna, saj se uporaba v omrežju ali za več uporabnikov ne doplačuje. V paket je vključeno (Noviforum, d.o.o., [URL: <http://www.noviforum.si/>], 2005):

- CD-zgoščanka s podatki o poslovanju družb za obdobje 1994 do 2004 in samostojnih podjetnikov za obdobje 2001 do 2004.
- Dve vrsti poročil: iBON obrazec + podrobna poročila.
- Uporaba enega kupljenega izvoda na več računalnikih v omrežju v okviru podjetja na eni lokaciji.
- Uporaba iBON-a na internetu.
- Uporaba tedensko osvežene baze stečajev, likvidacij, prisilnih poravnav in izbrisov.

Zaradi zgoraj opisanih značilnosti iBON-a in zaradi njegove preproste uporabe, si je podjetje Noviforum, d.o.o. v desetih letih poslovanja pridobil veliko število uporabnikov, od velikih podjetij (BTC, d.d., Gorenje, d.d., Lek, d.d., Poslovni sistem Mercator d.d., itd.), bank in zavarovalnic (Banka Slovenije, Adriatic zavarovalna družba, d.d., Bank Austria Creditanstalt leasing, d.o.o., Banka Celje d.d., itd.) do majhnih podjetij, samostojnih podjetnikov in javnih zavodov in skladov.

3.5. COFACE INTERCREDIT, D.O.O.⁸

Podjetje Coface Intercredit, d.o.o. iz Ljubljane je bilo ustanovljeno leta 1991. Predstavlja eno izmed odvisnih družb avstrijske bonitetne hiše Coface Intercredit Holding, ustanovljene leta 1989 z namenom, da bi ustanavljala lastne hčerinske družbe v Vzhodni oziroma Centralni Evropi. Nedavno je

⁸ Več o družbi: [URL: <http://www.cofaceintercredit.si/>].

holding prešel v večinsko last (75-odstotno) ene izmed največjih zavarovalnic za zavarovanje izvoznih tveganj na svetu, francoske COFACE (Compagnie Francaise d'Assurance pour le Commerce Extérieur). Drugi lastnik je avstrijska informacijska hiša KSV (Kreditschutzverband von 1870), ki je vodilno podjetje na področju poslovnih informacij in izterjave dolgov na avstrijskem trgu (Volk Dida et al., 2004, str. 71).

Dejavnosti podjetja vključujejo celotno verigo storitev – od identifikacije morebitnih komitentov do ocene kreditne sposobnosti poslovnih partnerjev in upravljanja s terjatvami. Temelj storitev Coface Intercredit tvori njihova spletna baza podatkov o kreditnih informacijah – ICON in njihova spletna baza podatkov o izterjavi dolgov – DCON. Poslovna bonitetna poročila podjetja Coface Intercredit vsebujejo dejstva in statistike iz omenjenih baz podatkov. Prav tako pa pridobivajo pomembne informacije še iz drugih svetovnih organizacij in združenj⁹ (InfoAlliance, Eurogate, FEBIS, FCIB), pri katerih imajo sklenjeno članstvo. Poleg tega njihovo obširno informacijsko bazo polnijo tako uradni (sodni register, zemljiške knjige, itd.) kot neuradni viri, ki jim v svoji analizi namenijo veliko pozornosti. V prvi vrsti je to intervju s proučevanim podjetjem, s katerim si na eni strani pridobijo manjkajoče podatke (splošne in finančne), obenem pa si oblikujejo splošen vtis o podjetju. Sledijo razne druge »mehke informacije«, kot so mnenje okolice, v kateri je locirano podjetje, pogovori z glavnimi dobavitelji podjetja, vsak dan v svojo bazo vnašajo tudi informacije iz javnih medijev (Coface Intercredit, d.o.o., [URL: <http://www.cofaceintercredit.si/>], 2005).

Podjetje Coface Intercredit, d.o.o. ponuja bonitete za podjetja iz katerega koli dela sveta. Izdeluje jih v slovenskem, nemškem in angleškem jeziku. Bonitete domačih in tujih podjetij se razlikujejo glede na to, kako hitro se jih želi pridobiti. Lahko je klasična z najdaljšim rokom izdelave (do osem dni), ekspresna (tri ali štiri dni) in pa bliskovita (opravljena mora biti najkasneje naslednji delovni dan po naročilu). Boniteta podjetja Coface Intercredit obsega

⁹ InfoAlliance: je globalno omrežje skupine Coface in pokriva njene člane kot tudi druge partnerje s področja bonitetnih informacij. Svojim članom omogoča dostop do številnih bonitetnih storitev, ki jih ti posredujejo strankam iz 99 držav po celem svetu.

Eurogate: je združenje vodilnih neodvisnih bonitetnih agencij v zahodni in vzhodni Evropi.

FEBIS (The Federation of Business Information Services): je združenje vodilnih evropskih agencij z bonitetnimi informacijami, ki letno izdelajo več kot 25 milijonov bonitetnih poročil.

FCIB (Finance, Credit and International Business serving executives): je svetovno združenje strokovnjakov za mednarodne posle.

zgolj tri do štiri strani, informacije o podjetju pa so kratke in jedrnate. Vsebinsko je boniteta sestavljena iz treh delov. Prvi del je osnovna ali kratka boniteta, ki prikaže splošne podatke o proučevanem podjetju. Drugi del imenujejo bilančno poročilo, ki poleg osnovne bonitete omogoča tudi podatke o izvozu in uvozu ter izkaz poslovnega izida in bilanco stanja za zadnja tri poslovna leta. Če se stranka odloči za celotno boniteto (full report), poleg omenjenega pridobi še informacije o številu zaposlenih, nepremičninah podjetja, povezanih družbah, poslovnih bankah, s katerimi podjetje sodeluje, o plačilni morali podjetja, oceno finančne situacije in na koncu še informacije o maksimalni kreditni sposobnosti podjetja (Volk Dida et al., 2004, str. 72).

3.5.1. Plačilna morala

Tabela 2: Lestvica plačilne morale Coface Intercredit, d.o.o.

INDEKS PLAČILNE MORALE	
100-149	Plačila so vedno korektna.
150-199	Plačila so korektna.
200-249	Plačila so deloma v skonto rokih oziroma natančno v okviru pogojev.
250-299	Plačilne obveznosti so poravnane po dogovoru.
300-349	Plačila so večinoma točna v okviru pogojev, občasno pride do zakasnitev in opominov.
350-399	Plačila si sledijo različno, deloma po dogovoru. Občasno so potrebni opomini.
400-449	Počasna plačila.
450-499	Počasna plačila, izterjave niso izključene.
500-549	Plačila so počasna, dolgotrajna, prihaja do opominov in deloma tudi do izterjave.
550-599	Počasna plačila, pogosto prihaja do izterjave.
600-699	Plačila so izrazito dolgotrajna, stalno prihaja do izterjave.

Vir: Volk Dida et al., 2004, str. 73.

Za oceno plačilne sposobnosti uporablja podjetje Coface Intercredit izraz plačilna morala. Uporabljajo številčno lestvico od 100 do 699 (glej Tab. 2). Izračunavanje je avtomatsko, vendar je le podlaga za dokončno oceno plačilne morale, ki jo določi analitik po svoji lastni presoji. Največ informacij za omenjeno analizo pridobijo iz njihove sočasne dejavnosti izterjave dolgov, poleg tega so pomembne tudi različne »mehke informacije«, kot so pogovori z glavnimi dobavitelji analiziranega podjetja ter druge poslovne povezave.

3.5.2. Ocena finančne situacije

Pomembni del bonitete je ocena finančne situacije. Izračunavanje finančne situacije je prav tako kot izračunavanje plačilne morale avtomatsko. Osnova za izračun so bilance in kazalniki, vendar pa končno oceno zopet določi analitik. Izračunana je z indeksom, analognim oceni plačilne morale in zavzema vrednosti od 100 do 699, kot je prikazano v Tabeli 3. Višji ko je indeks finančne situacije, večje je poslovno tveganje za upnika. Finančna situacija še velja za zadovoljivo, če ocena ne preseže vrednosti 299 (Volk Dida et al., 2004, str. 73).

Tabela 3: Ocena finančne situacije Coface Intercredit, d.o.o.

INDEKS FINANČNE SITUACIJE	
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.
350-399	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 je pred stečajem.

Vir: Volk Dida et al., 2004, str. 74.

3.5.3. *Maksimalni kredit*

Na koncu bonitetnega poročila analitik na podlagi vseh zbranih informacij in izračunanih indeksov določi še maksimalni kredit za proučevano podjetje. Poleg tega tu pomembno vlogo odigrajo »mehke informacije« o podjetju, predvsem ima velik pomen trenutno dogajanje v podjetju na različnih področjih delovanja. Pri določitvi maksimalnega kredita so v podjetju Coface Intercredit, d.o.o., Ljubljana zelo strogi, saj priporočljiv znesek z njihove strani res kaže zgornjo mejo poslovanja s podjetjem na odprt račun. Z upoštevanjem te meje ne bi smelo biti težav pri poslovanju s proučevanim podjetjem (Volk Dida et al., 2004, str.74).

3.6. CREDITREFORM D.O.O. LJUBLJANA¹⁰

Creditreform International s sedežem v Nemčiji je največje združenje za izdelavo bonitet v Evropi in eno največjih na svetu. Deluje že od leta 1879. Po Evropi ima več kot 180 predstavništev in izdela več kot 10 milijonov bonitet na letni ravni. Omogočajo dostop do bonitetnih poročil podjetij iz 19 evropskih držav preko interneta. Med pomembnejše dejavnosti podjetja Creditreform spadajo tudi pomoč pri izterjavi plačil, izvedba strokovnih seminarjev in marketinške storitve (Creditreform d.o.o. Ljubljana, [URL: <http://www.creditreform.si/>], 2005).

Ljubljansko predstavništvo se je na slovenskem trgu pojavilo že leta 1988, vendar takrat še v sklopu Unilesea. Pod imenom Creditreform je začelo delovati leta 1992 kot sestavni del informacijske mreže družbe Creditreform. Letno izdelajo v podjetju več kot 3.000 bonitetnih poročil, od tega več kot polovico za tuja podjetja, predvsem za družbe Creditreform po Evropi in tuje zavarovalnice. Bonitetna poročila sestavljajo v dveh jezikih, in sicer v slovenskem in nemškem. Cena poročil je odvisna od naročenega dobavnega roka in od države, iz katere je proučevana družba. S tujino sodelujejo predvsem preko drugih družb Creditreform, ki same določajo ceno končnemu kupcu. Roki izdelave bonitetnih mnenj med družbami Creditreform se gibljejo od

¹⁰ Več o družbi: [URL: <http://www.creditreform.si/>].

enega do osem delovnih dni. O slovenskih podjetjih lahko izdelajo več vrst bonitet glede na stopnjo hitrosti izdelave (Interno gradivo Crediteform d.o.o. Ljubljana, 2005).

Normalna poročila zahtevajo najdaljši odzivni čas, sledijo nujna ali ekspresna poročila in »bliskovita« poročila, ki vsebujejo osnovne informacije o podjetjih in prispejo k naročniku v elektronski obliki. Najhitrejša so poročila »superflash« o zahodnoevropskih podjetjih, ki prispejo v nekaj urah (Volk Dida et al., 2004, str. 76).

Informacijsko bazo podatkov podjetje Crediteform d.o.o. stalno dopolnjuje s svežimi podatki iz največjega evropskega poslovnega združenja bonitetnih hiš Crediteform International v Nemčiji. Na drugi strani pa podatke o slovenskih podjetjih osvežuje na podoben način kot podjetji I poslovne informacije in Coface Intercredit. Poleg uradnih virov pridobivajo torej kvalitetne informacije tudi s pomočjo njihove službe za opominjanje in izterjavo, uporabljajo informacije in članke iz javnih medijev, način plačevanja preverjajo pri dobaviteljih itd. (Interno gradivo Crediteform d.o.o. Ljubljana, 2005).

Bonitetno poročilo družbe Crediteform obsega od dveh do šest strani. 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. Bonitetno poročilo sestavljajo trije pomembni sklopi, in sicer: bonitetni indeks, način plačila in kreditna ocena.

3.6.1. Bonitetni indeks

Za ugotavljanje bonitete podjetje Crediteform d.o.o. uporablja bonitetni indeks, ki lahko zavzame vrednosti od 100 do 600 in pomeni skupno oceno opazovanega podjetja na podlagi zbranih podatkov in tako omogoča neposredno oceno kreditnega tveganja (glej Tab. 4 na str. 29). Višji ko je indeks, večje je tveganje pri kreditnem poslovanju z ocenjenim podjetjem. Za določitev bonitetnega indeksa se uporablja 15 glavnih dejavnikov: 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 (Interno gradivo Crediteform d.o.o. Ljubljana, 2005).

Tabela 4: Vrednosti bonitetnega indeksa podjetja Creditreform d.o.o. Ljubljana

BONITETNI INDEKS	
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

Vir: Interno gradivo Crediteform d.o.o. Ljubljana, 2005.

Pri izračunavanju bonitetnega indeksa pa se predvsem upoštevajo (Interno gradivo Crediteform d.o.o. Ljubljana, 2005):

- način plačila: 20 do 25 odstotkov,
- ocena kreditne sposobnosti: 18 do 25 odstotkov,
- podatki o prometu in financah: 15 do 20 odstotkov,
- strukturni podatki: 10 do 15 odstotkov in
- drugo: 10 do 15 odstotkov.

V podjetju Creditreform opozarjajo, da je potrebno posebno pozornost 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 prodaje na odprti račun.

3.6.2. Način plačila

Analiza temelji na nekaj zbranih računih glavnih dobaviteljev proučevanega podjetja. Uporabljajo številčno lestvico od 11 do 67, pri čemer višja številka pomeni slabši način plačila. Mejna ocena, ki še označuje plačevanje vseh obveznosti v dogovorjenih rokih, je 29 (Volk Dida et al., 2004, str. 78).

3.6.3. Kreditna ocena

Kreditna ocena je podana opisno, na primer »poslovanje je dopustno«, ali pa na željo stranke izračunajo priporočeno višino kreditne sposobnosti, t.j. višino zneska, do katerega menijo, da je varno poslovati. V kolikor stranka omenjenega mnenja izrecno ne zahteva, zneska ne objavijo (Volk Dida et al., 2004, str. 78-79).

3.7. I POSLOVNE INFORMACIJE, D.O.O., LJUBLJANA¹¹

Bonitetna hiša I d.o.o. poslovne informacije in največja bonitetna hiša na svetu Dun & Bradstreet sta partnerski družbi (ni kapitalskih povezav). 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 preko 80 milijonov bonitet. Njena partnerica na slovenskem trgu je bonitetna hiša I poslovne informacije, d.o.o., Ljubljana (v nadaljevanju I, d.o.o.), ki uporablja njeno informacijsko tehnologijo, prav tako imata skupno tudi svetovno bazo bonitetnih poročil. Trg sta si razdelili tako, da slovenskim podjetjem prodaja bonitete le I, d.o.o., bodisi bonitete o domačih bodisi tujih podjetjih. V tujini pa bonitete prodaja izključno D & B (Volk Dida et al., 2004, str. 79).

I, d.o.o., je bila ustanovljena leta 1990. Na leto izdelajo več tisoč bonitet – za tuje naročnike in slovenske uporabnike. Poleg bonitetnih poročil nudijo tudi izdelavo plačilnih ključev, preverjanje seznama slovenskih stečajev, prisilnih poravnjav in likvidacij ter pregledovanje največjega poslovnega adresarja sveta. Za hitro informacijo o določenem podjetju ponujajo tako imenovane preliminarne ocene, ki vsebujejo le zadnje razpoložljive finančne podatke o povprečni zamudi pri plačevanju za več kot 10 tisoč slovenskih podjetij. To osnovno poročilo dobi uporabnik takoj, potem pa analitik temeljito preveri ciljno podjetje in poda boniteno poročilo v roku treh dni (Interno gradivo I, d.o.o., 2005).

¹¹ Več o družbi: [URL: <http://www.idoo.si/>].

I, d.o.o., izdeluje bonitete za slovenska in hrvaška podjetja ter za podjetja iz Bosne in Hercegovine. Slovenske bonitete so lahko v slovenskem ali v angleškem jeziku. Bonitete, ki jih posreduje D & B, pa so lahko v angleškem in v večini jezikih držav članic EU. Cena bonitetnega poročila variira glede na način in hitrost dobave ter tudi glede na zemljepisno območje, v katerem je obravnavano podjetje, in se giblje v razponu od 5.000 tolarjev do 12.000 tolarjev za slovenska podjetja, za podjetja iz držav članic EU od 8.000 do 30.000 tolarjev. Boniteta iz eksotičnih držav naključnim uporabnikom lahko stane tudi do 60.000 tolarjev. Razmeroma nova storitev bonitetne hiše I, d.o.o., je tako imenovana storitev »boniwap«. To je informacijska storitev za preverjanje solidnosti partnerjev preko mobilnega telefona. Omenjena storitev zagotavlja večini slovenskih podjetij in nekaterim samostojnim podjetnikom informacije o letnem prometu, dobičku/izgubi, zamudi pri plačevanju (povprečno število dni) in redkeje oceno tveganja poslovanja z družbo (Volk Dida et al., 2004, str. 79-80).

I, d.o.o., pridobiva informacije iz javnih virov, kot so različni registri, vladne statistike in mediji, državne ustanove (Gospodarska zbornica Slovenije, sodišča), različni poslovni imeniki, letna poročila in zborniki. Poleg javnih virov pridobivajo informacije še prek elektronske pošte z vprašalniki, z intervjuji preko telefona, z informacijami, ki jih pridobijo od dobaviteljev proučevanega podjetja. Kadar podjetje ni pripravljeno dati informacij o svojem poslovanju, o svojih razvojnih planih, morebitnih težavah, itd., je analitik primoran oblikovati boniteto le na podlagi javnih virov, kar lahko rezultira v manj kakovostni boniteti, ki lahko kvari sliko podjetja (Interno gradivo I, d.o.o., 2005).

Boniteta I, d.o.o. je enotna in obsega 10 strani. Najpomembnejši del bonitete so za naročnike podatki o oceni proučevanega podjetja, predstavljeni na začetku bonitetnega poročila (v prvi razpredelnici), in sicer: ocena poslovanja D & B, prejšnji rating, stanje, trend, kreditno priporočilo in D & B plačilni ključ.

3.7.1. Ocena poslovanja D & B (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 podjetja. V tem primeru je sestavljen iz

številk in črke (na primer 1A). Kazalec finančne moči, izračunan na podlagi vplačanega kapitala, pa je zaradi lažjega ločevanja sestavljen iz številke in dveh podvojenih črk (na primer 3AA). Te vrednosti so lahko od 5A oziroma 5AA (najvišja) do H oziroma HH (najnižja). Velikostni razredi se v posameznih državah razlikujejo. Indikator tveganja lahko zavzema vrednosti od 1 do 4 (plus razred, v katerega spadajo podjetja, ki jih ni mogoče oceniti zaradi pomanjkanja podatkov). Oceno 1 dobijo najodličnejša podjetja, ki so finančno stabilna in pravočasno plačujejo obveznosti, zato pri poslovanju z njimi ni pričakovati težav. Oceno 2 dobijo tista podjetja, katerih poslovanje je prav tako solidno, vendar obveznosti plačujejo z nekajdnevno zamudo oziroma imajo nekoliko slabše finančne kazalnike. Poslovanje z njimi ne predstavlja velikega tveganja. Pozorno pa je že treba spremljati podjetja z oceno 3, saj ta običajno svoje obveznosti poravnava v povprečju z več kot 15-dnevno zamudo, finančni kazalniki pa tudi niso prav bleščeči. Za podjetja z oceno 4 velja, po mnenju analitikov bonitetne hiše I, d.o.o., 70-odstotna verjetnost, da bodo v prihodnjem letu šla v stečaj, zato je pri poslovanju s takimi podjetji tveganje zelo visoko, zavarovanje poslov pa nujno (Volk Dida et al., 2004, str. 81).

3.7.2. 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 podjetje že bila izdelana. Na osnovi tega podatka se lahko s primerjavo ratinga D & B ugotovi, ali sta se finančna moč podjetja in indikator tveganja v vmesnem obdobju povečala ali zmanjšala (Volk Dida et al., 2004, str. 81).

3.7.3. Stanje (condition)

Stanje je besedna razlaga kazalca tveganja. Če je njegova vrednost 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) (Volk Dida et al., 2004, str. 81-82).

3.7.4. Trend

Trend je kazalec, ki kaže, kako se v zadnjih letih v povprečju spreminjajo določene postavke iz bilance stanja in izkaza poslovnega izida. Izračunati ga je mogoče le, če so na voljo računovodski podatki za vsaj dve pretekli leti. Trend pomeni 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 (Volk Dida et al., 2004, str. 82):

- navzgor (up) pomeni, da se vrednosti naštetih postavk v povprečju povečujejo, kar
 kaže na to, da se uspešnost podjetja povečuje;
- ustaljeno (even) pomeni, da se uspešnost podjetja v povprečju bistveno ne
 spreminja;
- navzdol (down) pomeni, da se uspešnost podjetja v povprečju zmanjšuje.

3.7.5. Kreditno priporočilo (*credit*)

Kreditno priporočilo pomeni, koliko posojila je podjetje sposobno odplačevati. Pri njegovem izračunavanju se upošteva vrednost kosmatega donosa poslovanja iz zadnjega dostopnega izkaza poslovnega izida. V izjemnih primerih je ta kazalec označen tudi besedno (Volk Dida et al., 2004, str. 82):

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

3.7.6. Plačilni ključ *D & B*

I, d.o.o., ima v svoji bazi plačil približno tri milijone računov, ki so jih plačala slovenska podjetja v zadnjem letu. Iz njih izračunava plačilni ključ, ki je zbirni kazalec načina plačevanja dogovorjenih obveznosti in je sestavljen iz treh delov. Prvi del prikazuje avtomatsko izračunavanje vrednosti plačilnega ključa, pri čemer vrednost 100 pomeni, da podjetje vse račune plačuje s predplačili. Vrednost 80 pomeni, da družba plačuje vse račune v dogovorjenem času, medtem ko vrednost plačilnega ključa pod 80 kaže na dejstvo, da podjetje v povprečju plačuje z zamudo (Interno gradivo I, d.o.o., 2005).

Drugi del plačilnega ključa je povprečno število dni zamude, izračunano iz dostopnih faktur, ki jih je podjetje plačevalo dobaviteljem zadnje leto. Vzorec plačil 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 podjetja le tista, ki redno poravnava svoje obveznosti.

Pogoj za pripravo takšnih poročil o plačilih je dovolj velik vzorec plačil iz dokaj zanesljivih virov. Podjetju I, d.o.o., je uspelo v bazi plačil zajeti približno 90 odstotkov slovenskih gospodarskih družb, vse banke in zavarovalnice, večino javnih zavodov in 15 odstotkov samostojnih podjetnikov.

Nadalje v bonitetnem poročilu bonitetne hiše I, d.o.o. sledijo najpomembnejši finančni podatki iz bilance stanja in izkaza poslovnega izida za zadnja tri leta. Veliko informacijsko vrednost ima tudi dvanajst finančnih kazalnikov. Na koncu finančnih podatkov so še podatki o načrtovanem prihodku za naslednje leto, ki ga pridobijo od podjetja, in različne objave v medijih o trenutnem dogajanju v podjetju.

Bonitetno poročilo končuje mnenje analitikov, ki v kratkem povzema bistvene ugotovitve iz prve razpredelnice, predstavljene na začetku bonitete. Pri končnem ocenjevanju podjetij se poleg finančnih meril upošteva še precej drugih dejavnikov, ki kažejo na stanje podjetja in udejstvovanje v njegovi okolici. Taki dejavniki so na primer višina zunajbilančnih obveznosti, sodni

postopki, nenormalna borzna gibanja, pogoste kapitalske spremembe, tvegane naložbe, tveganje v panogi, ekološki problemi, itd.

V tretji točki so bila predstavljena vsa podjetja, ki se v Sloveniji med drugim ukvarjajo s ponudbo bonitetnih poročil široki množici povpraševalcev. Prva skupna značilnost teh podjetij je, da se vsa (razen bonitetne hiše I, d.o.o.) poleg izdelave bonitetnih poročil ukvarjajo še z drugimi dejavnostmi, ki so do neke mere povezane ali se dopolnjujejo z izdelavo bonitet. V naslednjem razdelku je prikazana primerjalna analiza ponudnikov bonitetnih informacij, ki bo slonela na teoretičnih osnovah in priporočilih za ustrezno izdelavo bonitetnih poročil, ki so bila prikazana v drugi točki diplomske naloge. S tem bo podana objektivna ocena trenutne ponudbe bonitetnih poročil na slovenskem trgu.

4. PRIMERJALNA ANALIZA PONUDNIKOV BONITETNIH INFORMACIJ NA SLOVENSKEM TRGU

V prejšnji točki so bili podrobno predstavljeni ponudniki bonitetnih poročil na slovenskem trgu s prikazom ter razlago njihovih produktov – bonitet. Pri vsakem od njih so bile podane tudi glavne značilnosti in vsebinske lastnosti bonitetnih poročil. Med razpoložljivimi bonitetnimi poročili, ki so na voljo na slovenskem trgu, je mogoče izpostaviti tako podobnosti kot tudi razlike, ki se pojavljajo pri virih, uporabljenih za izdelavo bonitetnih poročil, metodologiji, izgledu in dolžini bonitetnega poročila, ceni, itd. Vendar je kompleksna primerjava med njimi skorajda nemogoča, ker je mnogo podatkov (predvsem o uporabljeni metodologiji) zaupne narave in bi taka primerjava zgolj popačila sliko o dejanskem stanju bonitetnih ponudnikov v Sloveniji in verjetno ne bi dosegla svojega namena ter pravzaprav ne bi imela nikakršne vrednosti.

Zato pragmatični pristop narekuje pregledno primerjalno analizo bonitetnih poročil ponudnikov bonitetnih informacij, ki sloni na teoretičnih priporočilih o pravilni izdelavi bonitetnega poročila, in sicer predvsem s stališča glavnih

dejavnikov, ki naj bi bili zajeti v bonitetnem poročilu. S tem bo poleg primerjave dejansko podana tudi objektivna ocena ustreznosti slovenskih bonitetnih poročil.

Za jasen in bolj nazoren pregled so ugotovitve prikazane tabelarično (glej Tab. 5, na str. 35). Tako so na eni strani razvrščeni vsi ponudniki bonitetnih poročil, ki delujejo na slovenskem trgu, na drugi strani pa so naštetí vsi dejavniki, ki jih mora po priporočilih bonitetnih strokovnjakov vsebovati bonitetno poročilo. Za pravo bonitetno poročilo bo veljalo torej tisto, ki vsebuje vse zahtevane dejavnike. Pri tem je potrebno opozoriti, da je prisotnost dejavnikov pri bonitetnih poročilih upoštevana četudi dejavniki niso izrecno vidni iz bonitetnih poročil. Zadostovalo je že, če določeni ponudnik dejavnik upošteva že v virih za izdelavo bonitete in ga v samem bonitetnem poročilu eksplicitno ne prikaže.

Iz Tabele 5 (na str. 35) je mogoče sklepati o veljavnosti v diplomskem delu zastavljene teze. Da bi bonitetnemu poročilu dejansko lahko nadelí to ime, morajo biti pri izdelavi bonitetnega poročila upoštevani dejavniki, ki so naštetí v Tabeli 5 (na str. 35). Zato je Tabela 5 (na str. 35) jasen dokaz, da si nekateri ponudniki bonitetnih poročil na slovenskem trgu lastijo ime "boniteta" za trženje prikaza zgolj poslovnih izkazov in na njihovi osnovi izračunanih finančnih kazalnikov.

Tabela 5: Primerjalna analiza slovenskih ponudnikov bonitetnih poročil

ponudniki/ dejavniki	AJPES	SID	iGV, d.o.o.	Noviforum, d.o.o. - iBON	Coface Intercredit, d.o.o.	Creditreform d.o.o. Ljubljana	I, d.o.o.
---------------------------------	-------	-----	----------------	--------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	--------------

Splošni podatki o podjetju	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Zgodovina podjetja	☑	☒	☒	x	✓	✓	✓
Kapitalske povezave	x	☒	✓	x	✓	✓	✓
Dejavnost podjetja	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Finančni podatki za novejša obdobja	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Plačilne navade podjetja	✓	x	✓	x	✓	✓	✓
Določen rating podjetja – ocena tveganja	☑	✓	x	x	✓	✓	✓
Izračunan trend poslovanja	☑	✓	☑	☒	☑	☑	✓
Kreditno priporočilo (podano s strani analitika)	x	✓	x	x	✓	✓	✓
Podatki, objavljeni v javnih medijih	x	☑	✓	x	✓	✓	✓

Vir: Lastni prikaz

Legenda:

✓: prikazuje posamezen dejavnik;

☑: upošteva posamezen dejavnik pri izdelavi bonitetnega poročila, vendar ga v samem bonitetnem poročilu izrecno ne prikaže;

☒: v bonitetnem poročilu dejavnik ni eksplicitno naveden ali izračunan, vendar ga je možno naknadno zahtevati;

*: ne prikazuje in ne upošteva posameznega dejavnika.

Sledi torej, da zgolj podjetja I, d.o.o., Creditreform d.o.o. Ljubljana, Coface Intercredit, d.o.o. ter SID, d.d. v Sloveniji sestavljajo in prodajajo bonitetna poročila, ki ustrezajo zahtevam sodobnega pojmovanja presoje bonitete podjetja. Druga skupina podjetij (agencij), ki jo tvorijo AJPES, Noviforum, d.o.o. in iGV, d.o.o. pa s svojimi bonitetnimi poročili ponujajo zgolj osnovne podatke o proučevanem podjetju (v nekaterih primerih so zajete tudi kapitalske povezave, podatki iz javnih medijev ter plačilne navade podjetij) ter finančne podatke, podkrepljene z izračunanimi finančnimi kazalniki.

Pri teh ponudnikih je opaziti pomanjkanje »mehkih informacij« pri presoji bonitete opazovanega podjetja in rangiranje v bonitetne razrede. Temeljna pomankljivost je odsotnost analitikov, da bi pred izročitvijo bonitetnega poročila naročniku, le-tega pregledal in podal analizo tveganosti poslovanja s proučevanim podjetjem ter določil znesek, do katerega je s podjetjem smotrno poslovati brez določenega zavarovanja. Zaradi tega si podjetja iz te skupine lahko privoščijo tudi mnogo nižje prodajne cene za svoje produkte od svojih konkurentov, saj na primer znaša cena zgoščenke iBON s podatki o poslovanju družb za obdobje od 1994 do 2004 in samostojnih podjetnikov za obdobje od 2001 do 2004 48.000 SIT, medtem ko znaša bonitetno poročilo podjetja I, d.o.o. za eno proučevano podjetje 12.000 SIT.

Na ta način je slovenski trg bonitetnih informacij razdeljen na dve skupine ponudnikov bonitetnih poročil. Ponudba, ki jo na eni strani sestavljajo podjetja I, d.o.o., Creditreform d.o.o. Ljubljana, Coface Intercredit, d.o.o. ter SID, d.d., in na drugi strani AJPES, Noviforum, d.o.o. in iGV, d.o.o., se med seboj namreč razlikuje glede cene, uporabe človeškega kapitala in metodologije pri izdelavi svojih produktov ter nazadnje tudi glede same uporabnosti produktov. Kljub temu se vsi produkti teh dveh opazovanih skupin bonitetnih ponudnikov na trgu prodajajo pod imenom »boniteta«.

Produkti druge skupine podjetij so kljub tej ugotovitvi uporabni. Služijo kot dober vir informacij različnim gospodarskim subjektom, kot so banke, podjetja, zavarovalnice, ki jih uporabljajo kot podlago za ocenjevanje kreditne sposobnosti svojih komitentov in poslovnih partnerjev. Navsezadnje se jih pri

izdelavi bonitetnih poročil za enega od virov informacij poslužujejo tudi podjetja iz prve skupine ponudnikov bonitet. Vendar je za celovitost presoje bonitete proučevanega podjetja potrebno nadgraditi tako pridobljene podatke z dodatnimi raziskovanji, lastnim znanjem in izkušnjami. Za tak podvig pa povprečen kupec bonitetnih poročil nima potrebnega znanja in izkušenj, ustrezne informacijske tehnologije in dostopa do ključnih informacij.

5. SKLEP

Pred petnajstimi leti v Sloveniji preverjanju bonitete poslovnih partnerjev ni bilo namenjene skorajda nikakršne pozornosti, ker so gospodarski subjekti delovali v razmerah, kjer ni bilo konkurenčnega boja in so veljale značilnosti netržnega gospodarstva. V zadnjih 15 letih pa smo priča preobrazbe našega gospodarstva v tržno, kjer se napačne odločitve lahko kaj kmalu odrazijo na slabšem poslovanju podjetja ali celo njegovem stečaju.

V diplomskem delu je bilo ugotovljeno, da nekateri ponudniki bonitetnih poročil ne upoštevajo prehoda slovenskega gospodarstva v tržno ekonomijo. V svojih produktih ponujajo le skupek finančnih podatkov o proučevanem podjetju. Nasprotno se razvoj ocenjevanja bonitete podjetij v razvitih tržnih gospodarstvih premika v drugo smer, in sicer vključevanju »mehkih informacij« v vlogo odvisnih spremenljivk v modelih ocenjevanja bonitete. Prav tako se priznava velik pomen človeškega kapitala pri končni presoji bonitete podjetja, saj je nazadnje analitik tisti, ki s svojim znanjem in izkušnjami poda oceno tveganosti poslovanja s proučevanim podjetjem.

Analiza je izpostavila tista podjetja, ki v Sloveniji ponujajo bonitetna poročila, ki so ustrezna za preverjanje kakovosti poslovanja poslovnih partnerjev ali samega podjetja naročnika v gospodarstvu. Poudarek je na ocenjevanju kvalitete iskanja priložnosti v prihodnosti, odkrivanju konkurenčnih prednosti ter vlaganjem v lasten razvoj in ne ocenjevanju preteklosti. Pri tem se odkriva zanimiva ugotovitev. Bonitetna poročila teh podjetij v Sloveniji slonijo na znanju in metodologiji največjih svetovnih bonitetnih hiš in zavarovalnih institucij, saj ta podjetja na slovenskem trgu nastopajo kot njihove podružnice, partnerice ali hčerinske družbe. Izjema je Slovenska izvozna družba, d.d. (SID), ki s svetovnimi bonitetnimi hišami nima direktne povezave, a kljub

temu razvija in nadgrajuje svoje modele v skladu s sodobnim pojmovanjem bonitete podjetja.

V četrtem razdelku diplomskega dela je primerjalna analiza ponudnikov bonitetnih informacij na slovenskem trgu izpostavila tudi drugo skupino podjetij, katerih bonitetna poročila slonijo na tradicionalnih temeljih pojmovanja bonitete. V svojih produktih ne upoštevajo razvojnih strategij proučevanega podjetja, ocene njihove (ne)konkurenčnosti v prihodnosti in prepletenosti podjetja z okoljem, v katerem deluje. Glavna pomankljivost bonitet »tradicionalne« skupine ponudnikov bonitetnih poročil je odsotnost bonitetnih analitikov, ki bi analizirali in pojasnili bonitetno poročilo ter s svojim znanjem, izkušnjami in dodatno pridobljenimi sekundarnimi viri spremenili računalniško obdelane podatke v bonitetne informacije.

LITERATURA

1. Bergant Živko: Izrazna moč izkaza uspeha in izkaza finančnih tokov. Bančni vestnik, Ljubljana, 47(1998), 7-8, str. 20-24.
2. Berk Aleš, Peterlin Joško, Ribarič Peter: Obvladovanje tveganja. Skrivnosti celovitega pristopa. Ljubljana : GV Založba, 2005. 280 str.
3. Bruckner Bernulf: Neue Wege in der Boniteatsbeurteilung von Firmenkunden. Konzept zur Entwicklung eines intergrierten System. Wien : P. Lang, 1997. 319 str.

4. Brvar Andrej: Bonitetna poročila in bonitete podjetij. Kapital, Ljubljana, 8(1998), 182, str. 26-27.
5. Brvar Andrej: 100 veličastnih. Podjetja z najboljšo boniteto v Sloveniji. Kapital, Ljubljana, 11(2002), 282, str. 40-46.
6. Brvar Andrej: Bonitete. Zmagovalci med plačniki. Kapital, Ljubljana, 14(2004), 331, str. 47-51.
7. Brvar Andrej: Z boniteto do dobrega posla. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 53(2004a), 25, str. 50-52.
8. Habjan Bogdan, Kosec Barbara, Žavbi Alenka: Uspešna izterjava, zavarovanje plačil, bonitetna služba SDK. Ljubljana : Poslovna založba INFIN, 1991. 94 str.
9. Hunger J. David, Wheelen Thomas L.: Strategic Management. 5th edition. New York : Addison-Wesley Publishing Company, 1996. 441 str.
10. Igličar Aleksander, Hočevar Marko: Računovodstvo za managerje. Ljubljana : Gospodarski vestnik, 1997. 423 str.
11. Knez-Riedl Jožica: Pomen analize panoge pri bonitetni presoji podjetij in možni pristopi k analiziranju. IB revija, Ljubljana, 1992, 26, str. 51-55.
12. Knez-Riedl Jožica: Objektivizacija presoje bonitete podjetja s pomočjo panožnih dejavnikov. Doktorska disertacija. Maribor : Ekonomsko-poslovna fakulteta, 1998. 278 str.
13. Knez-Riedl Jožica: Pojmovanje in presojanje bonitete podjetja. Ljubljana : Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 2000. 206 str.
14. Volk Dida et al.: Modra knjiga o podatkih. Ljubljana : GV Izobraževanje, 2004. 255 str.

15. Mednarodni računovodski standardi. Ljubljana : Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije, 2001. 1356 str.
16. Petrič Tine: Kaj nam pove bonitetno poročilo. Gospodarski vestnik, Ljubljana, 51(2002), 6, str. 62-64.
17. Turk Ivan, Melavec Dane: Računovodstvo. Kranj : Moderna organizacija, 1998. 535 str.

VIRI

1. Agencija RS za javnopravne evidence in storitve. [URL: <http://www.ajpes.si/>], februar 2005.
2. Batista Marko: Intervju z direktorjem I poslovne informacije, d.o.o., Ljubljana, september 2005.
3. Coface Intercredit, d.o.o. [URL: <http://www.cofaceintercredit.si/>], avgust 2005.
4. Creditreform d.o.o. Ljubljana. [URL: <http://www.creditreform.si/>], september 2005.
5. Dovč Barbara: Z dobro bonitetno oceno do dobre poslovne odločitve. [URL: <http://www.izvoznookno.si/>], 18.11.2003.
6. I poslovne informacije, d.o.o., Ljubljana. [URL: <http://www.idoo.si/>], september 2005.
7. iGV, d.o.o. [URL: <http://www.gvin.com/>], marec 2005.
8. Interno gradivo AJPES-a, 2005.
9. Interno gradivo Coface Intercredit, d.o.o., 2005.
10. Interno gradivo Crediteform d.o.o. Ljubljana, 2005.

11. Interno gradivo I, d.o.o., 2005.
12. Interno gradivo Slovenske izvozne družbe, d.d., 2005.
13. Kokošar Jernej: Intervju z analitikom v Slovenski izvozni družbi, d.d., januar 2005.
14. Muršec Matjaž: Intervju z vodjo prodaje Creditreform d.o.o. Ljubljana, september 2005.
15. Noviforum, d.o.o. [URL: <http://www.noviforum.si/>], marec 2005.
16. Rihtaršič Urška: Intervju z vodjo oddelka letnih poročil in bonitet v izpostavi Kranj Agencije RS za javnopravne evidence in storitve, januar 2005.
17. Slovenska izvozna družba. [URL: <http://www.sid.si/>], februar 2005.
18. Zakon o gospodarskih družbah z uvodnimi pojasnili. Ljubljana : GV Založba, 2005. 576 str.
19. Zorman Vesna: Intervju z direktorico bonitetne službe v Slovenski izvozni družbi, d.d., januar 2005.
20. World Bank, International finance corporation: Doing business in 2004. Understanding regulation. Washington (DC) : Oxford University Press, 2004. 194 str.

PRILOGE

Priloga 1: Količinski oziroma kvantitativni kazalniki bonitete podjetja

Kolčinski oziroma kvantitativni kazalniki bonitete podjetja temeljijo na operativnih informacijah iz finančnega sektorja podjetja ter na računovodskih izkazih podjetja. Odsevajo okoliščine in rezultate poslovanja podjetja v natančnem, merljivem smislu. V nadaljevanju je prikazana razčlenitev 11 temeljnih skupin količinskih kazalnikov, ki je povzeta po Knez-Riedl, 2000, str. 56-58:

I. KAZALNIKI ZMOGLJIVOSTI

- Število, sestava in gibanje zaposlenih
- Izraba delovnega časa (delež efektivnih ur v vseh delovnih urah)
- Tehnične zmogljivosti (po vrstah) in stopnja njihove izrabe

II. KAZALNIKI OBSEGA, SESTAVE IN GIBANJA DEJAVNOSTI

- Obseg, sestava in gibanje proizvodnje (po količini in vrednosti)
- Obseg, sestava in gibanje prodaje (po količini in vrednosti)
- Obseg, sestava in gibanje zunanjetrgovinske menjave – uvoza, izvoza (po količini in vrednosti)

III. KAZALNIKI KAKOVOSTI PROIZVODOV IN STORITEV

- Delež odpadka in izmečka (v odstotkih od celotne proizvodnje)
- Število in vrednost reklamacij
- Delež stroškov kakovosti v prihodkih od prodanih proizvodov
- Število predlogov za izboljšanje kakovosti

IV. KAZALNIKI SREDSTEV IN OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV

- Vrednost, sestava in gibanje sredstev in obveznosti do virov sredstev
- Delež kapitala v obveznostih do virov sredstev
- Delež dolgov v obveznostih do virov sredstev
- Delež osnovnega kapitala v kapitalu
- Delež trajnega in dolgoročnega financiranja
- Delež kratkoročnega financiranja
- Delež osnovnih sredstev v sredstvih
- Delež neopredmetenih osnovnih sredstev v sredstvih
- Delež obratnih sredstev v sredstvih
- Delež kratkoročnih sredstev v sredstvih
- Delež dolgoročnih sredstev v sredstvih
- Tehnična opremljenost dela
- Odpisanost osnovnih sredstev
- Kapitalska pokritost osnovnih sredstev
- Kapitalska pokritost dolgoročnih sredstev
- Kapitalska in dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev in normalnih zalog
- Hitri koeficient
- Pospešeni koeficient
- Kratkoročni koeficient

V. KAZALNIKI OBRAČANJA SREDSTEV

- Koeficient obračanja obratnih sredstev
- Koeficient obračanja zalog (materiala, gotovih proizvodov, trgovskega blaga)
- Koeficient obračanja terjatev do kupcev

VI. KAZALNIKI USPEHA (POSLOVNEGA IZIDA)

- Vrednost in sestava prihodkov, odhodkov in poslovnega izida
- Gibanje prihodkov, odhodkov in poslovnega izida
- Razmerje med prihodki in odhodki

VII. KAZALNIKI PRODUKTIVNOSTI

- Količinski obseg proizvodnje v primerjavi s številom zaposlenih
- Vrednostni obseg proizvodnje v primerjavi s številom zaposlenih

- Prihodki v primerjavi s številom zaposlenih

VIII. KAZALNIKI DONOSNOSTI

- Donosnost kapitala
- Donosnost kapitala in dolgoročnih obveznosti do virov sredstev
- Donosnost navadne delnice

IX. KAZALNIKI DENARNEGA TOKA

- Denarni tok v primerjavi s prihodki
- Denarni tok v primerjavi z investicijami
- Denarni tok v primerjavi z dolgovi
- Denarni tok v primerjavi s kapitalom
- Denarni tok na delnico

X. KAZALNIKI VLAGANJ V RAZVOJ IN INOVACIJSKE DEJAVNOSTI

- Delež stroškov raziskav in razvoja v prihodkih
- Delež novih proizvodov/storitev v poslovnem programu
- Število inovacijskih predlogov na zaposlenega
- Delež prihodkov od inovacij v prihodkih
- Prihranki od inovacij v primerjavi s stroški (odhodki)

XI. OKOLJSKI KAZALNIKI

- Vsebnost materiala (surovin) v proizvodu
- Delež embalaže v prodajni teži
- Delež odpadka v proizvedeni količini
- Delež recikliranega materiala v odpadku
- Poraba energije (po vrstah)
- Poraba vode
- Posebne emisije (po vrstah)
- Delež okoljskih investicij v vseh investicijah.

Priloga 2: Kakovostni oziroma kvalitativni kazalniki bonitete podjetja

Kakovostni oziroma kvalitativni kazalniki bonitete podjetja so izraženi opisno. Z razvojem tržnega gospodarstva se jih pri sodobnem presojanju bonitete podjetja tudi vse bolj upošteva. Knez-Riedlova (2000, str. 59-62) navaja 5 sklopov kakovostnih (kvalitativnih) kazalnikov:

I. SPLOŠNE ZNAČILNOSTI PODJETJA

- Pravna oblika, oblika odgovornosti in upravljanje (dosedanji razvoj, načrtovane spremembe)
- Oblika lastnine, lastniki (pretekle in načrtovane menjave oblike lastnine, lastnikov, njihove lastnosti)
- Starost (leto ustanovitve, stopnja življenjskega cikla)
- Velikost (glede na uradno klasifikacijo in glede na druga sodila, kot so število zaposlenih, letni prihodek, vrednost sredstev)
- Lokacija (umestitev v gospodarski in naravni prostor, okoljska ustreznost, možnost širjenja, načrtovane spremembe)
- Organiziranost (organigram, projektne skupine, organiziranost poslovnih funkcij)
- Poslovne povezave (vrste, intenzivnost, trajanje, trdnost, koristi, omejitve)
- Informacijski sistem (računalniška podprtost poslovnih funkcij, zmogljivost, združljivost z drugimi informacijskimi sistemi, sistem notranjega in zunanjega poročanja, kakovost informacij, izkoriščenost informacijskih zmogljivosti)

II. DEJAVNOST PODJETJA

- Dejavnost (opis, razvoj, predvidene spremembe)
- Proizvodno-prodajni program (sestava in lastnosti, kot so namembnost, visoka razvitost, tradicionalnost/avantgardnost, zastarelost/sodobnost, specialnost/unikatnost, strateška usmeritev, razvejenost, dopolnilnost, standardiziranost, inovativnost)
- Kakovost proizvodov in storitev (politika kakovosti, poslovnik kakovosti, deklaracije kakovostnih razredov, certifikati, nagrade kakovosti, reklamacije, izgube naročil/preklici pogodb)
- Tehnologija (v rabi, predvidena, ekonomski in neekonomski učinki)

III. PRVINE/ZMOGLJIVOSTI PODJETJA

- Zaposleni (posebne usposobljenosti in veščine, izobraževalne možnosti)
- Poslovodstvo (učinkovitost in uspešnost, poklicna pot, izkušnje)
- Tehnične zmogljivosti (sodobnost, uporabnost, usklajenost)
- Neotipljiva sredstva (vrste, pomen, aktualnost, rok uporabe intelektualne lastnine – zaščitena v obliki intelektualne lastnine)
- Naložbena dejavnost (vrste in učinki, nedokončane, ustaljene naložbe)

- Inovacijska dejavnost (inovacijsko ozračje, inovacijska dejavnost in dosežki, upravljanje inovacij)

IV. TRŽNA USMERITEV PODJETJA

- Kupci (sestava, odvisnost, pogajalska moč, zahtevnost, boniteta, predvidene ciljne skupine)
- Dobavitelji (sestava, odvisnost, stalnost, pogajalska moč, zahtevnost, boniteta, predvidene ciljne skupine)
- Tekmeci (sestava, prednosti, tekmovalna prednost, napadalnost tekmecev)

V. DRUGI KAKOVOSTNI DEJAVNIKI V PODJETJU

- Poslovna morala
- Strategije (usmerjenost, povezanost s strateškimi cilji, tveganost, način in uspešnost uresničevanja strategij)
- Poslovni ugled (prepoznavnost in ugled podjetja, ugled ključnih oseb)
- Kultura (odzivanje podjetja, sodila kadrovanja, način komuniciranja, vrednote)
- Okoljska ozaveščenost (okoljske značilnosti, politika varstva okolja in ukrepi).

