

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

PT 2000 - 0470

Αρ. 616 P23

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: ΝΕΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

FACTORING
FORFAITING
FRANCHISING

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: Γ. ΔΗΜΗΤΡΟΥΚΑΣ



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:

ΒΑΡΛΑ ΕΥΘΥΜΙΑ

ΜΑΧΑΙΡΑ ΑΣΗΜΟΥΛΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (FACTORING)

- 1.1 Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά
- 1.2 Ανάπτυξη και εξέλιξη του θεσμού
- 1.3 Μορφές λειτουργίας του συστήματος
- 1.4 Υπηρεσίες που προσφέρει το Factoring
- 1.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του Factoring
- 1.6 Κόστος της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (Factoring)
- 1.7 Πεδία εφαρμογής του Factoring
- 1.8 Νομικό πλαίσιο Factoring στην Ελλάδα
- 1.9 Εγκατάσταση αλλοδαπών εταιριών Factoring στη χώρα μας
- 1.10 Η Ελληνική αγορά Factoring

2. ΑΓΟΡΑ ΑΠΑΙΤΗΣΗΣ ΧΩΡΙΣ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΑΝΑΓΩΓΗΣ (FORFAITING).

- 2.1 Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά της εργασίας FORFAITING.
- 2.2 Ανάπτυξη του θεσμού
- 2.3 Προϋποθέσεις αγοράς απαίτησης χωρίς δικαίωμα αναγωγής
- 2.4 Τεχνική του FORFAITING
- 2.5 Κόστος αγοράς απαίτησης χωρίς δικαίωμα αναγωγής.
- 2.6 Πλεονεκτήματα του FORFAITING.
- 2.7 Σύγκριση του FORFAITING με άλλους τρόπους κάλυψης των πιστωτικών κινδύνων και χρηματοδότηση.
 - 2.7.1 Ασφάλιση εξαγωγών
 - 2.7.2 Εξαγωγικό FORFAITING

3. ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗ (FRANCHISING).

- 3.1 Ορισμός -Βασικές έννοιες.
- 3.2 Υποχρεώσεις συνεργαζόμενων επιχειρήσεων.
- 3.3 Βασικά χαρακτηριστικά του θεσμού.
- 3.4 Ιστορική εξέλιξη του θεσμού δικαιόχρησης στην Αμερική και στην Ευρώπη.
- 3.5 Η οικονομική σημασία του θεσμού.

- 3.6 Βασικά είδη δικαιόχρησης.
- 3.7 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της δικαιόχρησης.
- 3.8 Προϋποθέσεις για επιτυχημένη λειτουργία της δικαιόχρησης.
- 3.9 Δικαιόχρηση για τράπεζες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι σημερινές συνθήκες στο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον, η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη στον τομέα της πληροφορικής και η ανάγκη για σύγχρονες και αποτελεσματικές μεθόδους και τεχνικές για την καλύτερη, ταχύτερη και ασφαλέστερη εξυπηρέτηση των πελατών των τραπεζών, οδηγούν και το ελληνικό τραπεζικό σύστημα στον εκσυγχρονισμό, ακολουθώντας τα διεθνή πρότυπα.

Η ενοποίηση της εσωτερικής Ευρωπαϊκής αγοράς, της οποίας οι συνέπειες είναι πλέον γνωστές, επίσης επιβάλλουν την προσαρμογή του ελληνικού τραπεζικού συστήματος στα Ευρωπαϊκά πρότυπα. Η Ευρωπαϊκή οικονομική ολοκλήρωση δίνει άλλη διάσταση στις σχέσεις και την εξέλιξη του διεθνούς και ειδικότερα του Ευρωπαϊκού τραπεζικού συστήματος.

Μέσα στην ευρύτερη προσπάθεια που καταβάλλεται από την Ελλάδα απ' όλους τους αρμόδιους φορείς για την αναμόρφωση και τον εκσυγχρονισμό του τραπεζικού συστήματος τα τελευταία χρόνια, καθοριστικό ρόλο θα πρέπει να παίξουν οι ίδιες οι τράπεζες, και γενικότερα οι χρηματοδοτικές επιχειρήσεις προχωρώντας άμεσα στον εκσυγχρονισμό τους και προωθώντας ταυτόχρονα νέα προϊόντα, υπηρεσίες και θεσμούς.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με αφορμή την ευρύτερη προσπάθεια που καταβάλλεται από το ελληνικό τραπεζικό σύστημα και όλους τους αρμόδιους φορείς για την αναμόρφωση και τον εκσυγχρονισμό του πιστοληπτικού και γενικότερα του συστήματος δανειοδότησης και επενδύσεων των επιχειρήσεων και των τραπεζών, δίνεται και σε μας η ευκαιρία να ενδιαφερθούμε και να προσπαθήσουμε να καταλάβουμε τον τρόπο με τον οποίο θα γίνει ο εκσυγχρονισμός αυτός και τον ρόλο τον οποίο θα έχουν οι ενδιαφερόμενοι στην προσπάθεια τους αυτή.

Μπορούν να αναλυθούν πολλοί τρόποι με τους οποίους μπορεί να επιτευχθεί αυτή η προσπάθεια. Στην παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια να αναπτύξουμε έναν από αυτούς τους τρόπους, δηλαδή τον εκσυγχρονισμό του τραπεζικού, και γενικότερα του χρηματοοικονομικού μας συστήματος, με την προώθηση νέων προϊόντων, θεσμών και υπηρεσιών. Ειδικότερα θα αναφερθούμε στο Factoring στο Franchising και στο Forfeiting που μαζί με το Leasing αποτελούν τις νέες μορφές έμμεσης χρηματοδότησης και έμμεσων επενδύσεων που περιορίζουν τους κινδύνους τους οποίους αναλαμβάνουν οι χρηματοδοτούμενες επιχειρήσεις και οι επενδυτές.

Στην προσπάθεια μας αυτή και για τη συλλογή των στοιχείων τα οποία περιλαμβάνει η εργασία απευθυνθήκαμε σε καταστήματα ελληνικών τραπεζών των περιοχών μας και δανειστήκαμε βιβλία και σημειώσεις από σεμινάρια που είχαν γίνει για ενημέρωση του προσωπικού τους.

Ευχαριστούμε όσους μας βοήθησαν στην προσπάθεια μας για την συλλογή στοιχείων και ελπίζουμε με την εργασία μας αυτή να έχει γίνει από μέρους μας μια ικανοποιητική προσέγγιση του θέματος το οποίο προσπαθήσαμε να αναπτύξουμε.

ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ - FACTORING

1.1 Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά

Όλες οι επιχειρήσεις παρέχουν τις υπηρεσίες τους και πουλούν τα προϊόντα τους τα οποία παράγουν ή εμπορεύονται είτε μετρητοίς είτε με πίστωση. Το μεγαλύτερο όμως ποσοστό των πωλήσεων των περισσότερων επιχειρήσεων αποτελούν οι πωλήσεις με πίστωση. Από τη στιγμή κατά την οποία θα γίνει κάποια πώληση με πίστωση, αυξάνονται ισόποσα οι απαιτήσεις τις οποίες έχει η επιχείρηση από τους πελάτες της, δηλαδή αυξάνονται οι εισπρακτέοι λογαριασμοί της. Μια επιχείρηση μπορεί να διαχειρίζεται η ίδια τους εισπρακτέους λογαριασμούς της, ή μπορεί να τους εκχωρήσει (δηλαδή να τους πουλήσει) σε μια εταιρεία πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring).

Ένας ορισμός του FACTORING που θεωρείται πλήρης, είναι ο εξής:

FACTORING (Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων, κατά τον Ελληνικό νόμο) είναι μια συμβατική σχέση στα πλαίσια της οποίας μια εταιρεία FACTORING (ή τράπεζα) αγοράζει το σύνολο ή μέρος (με βάση κάποιο αντικειμενικό κριτήριο) των απαιτήσεων του πελάτη της (πωλητή) που προέρχονται από πώληση ή εξαγωγή εμπορευμάτων ή παροχή υπηρεσιών, χορηγεί προκαταβολές, καλύπτει τον πιστωτικό κίνδυνο του πελάτη της και αναλαμβάνει τη διαχείριση (λογιστική- παρακολούθηση- είσπραξη κτλ.) των παραπάνω εκχωρούμενων σ' αυτή (εταιρεία FACTORING) Απαιτήσεων.

Οι παραπάνω απαιτήσεις είναι βραχυπρόθεσμού χαρακτήρα (διάρκεια μέχρι 6 μήνες) και προέρχονται κυρίως από την πώληση καταναλωτικών αγαθών σε επιχειρήσεις.

Από τον παραπάνω ορισμό προκύπτουν τα εξής βασικά χαρακτηριστικά του FACTORING που το διαφοροποιούν από άλλες, παρεμφερείς, υπηρεσίες:

1. Ο Πράκτορας (FACTOR) δεν ενεχυριάζει (όπως κάνουν οι Τράπεζες) τις απαιτήσεις των πελατών του για την εξασφάλιση των χρηματοδοτήσεων του, αλλά τις εκχωρεί στα πλαίσια της αγοράς των απαιτήσεων αυτών και αναλαμβάνει, κατά κανόνα, τον πιστωτικό κίνδυνο. Τούτο, σε αντίθεση με όσα ισχύουν για τις παραδοσιακές μορφές τραπεζικών χορηγήσεων (π.χ προεξόφληση συναλλαγματικών), σημαίνει ότι αν ο τρίτος οφειλέτης αδυνατεί, για οικονομικούς και μόνο λόγους, να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του, τότε την αντίστοιχη ζημία υφίσταται ο πράκτορας, ο οποίος έχει συμβατικά παραιτηθεί από

το δικαίωμα αναγωγής κατά του πελάτη του. Γι' αυτό το λόγο οι χρηματοδοτήσεις της μορφής αυτής χαρακτηρίζονται διεθνώς ως WITHOUT RECOURSE (χωρίς δικαίωμα αναγωγής).

2. Ο Πράκτορας δεν προσφέρει στον πελάτη του, στα πλαίσια της σύμβασης FACTORING , μια μόνο υπηρεσία (όπως γίνεται στις συνηθισμένες τραπεζικές εργασίες), αλλά μια δέσμη υπηρεσιών που καλύπτει ένα ευρύ φάσμα αναγκών του πελάτη. Η δέσμη αυτή στηρίζεται στο τρίπτυχο των λειτουργιών που χαρακτηρίζει το FACTORING , δηλαδή ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ-ΑΣΦΑΛΙΣΗ-ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ .

3. Το FACTORING δεν είναι μια εφάπαξ εργασία αλλά μια συνεχώς επαναλαμβανόμενη διαδικασία που δημιουργεί στενή και διαρκή σχέση μεταξύ του πράκτορα και του πελάτη του. Αυτό είναι ευνόητο, αφού εκχωρείται από τον πωλητή στην εταιρεία FACTORING το σύνολο των απαιτήσεων του όχι μόνο κατά των υφισταμένων όταν υπογράφεται η σύμβαση αλλά και κατά όσων αποκτηθούν μελλοντικά πελατών του (αγοραστών των εμπορευμάτων). Βεβαίως, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, είναι δυνατή η εκχώρηση μόνο ενός μέρους από το σύνολο των απαιτήσεων του πωλητή, αλλά τότε η οριοθέτηση των εκχωρούμενων απαιτήσεων από τις υπόλοιπες γίνεται κατά τρόπο απόλυτα σαφή, με βάση κάποιο κριτήριο ανεπίδεκτο αμφισβήτησης. Μπορεί π.χ να καθοριστεί ότι εκχωρούνται οι απαιτήσεις από πωλήσεις στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό ή στη δυτική Ευρώπη κτλ, ή από πωλήσεις που αφορούν μόνο ένα ή περισσότερα προϊόντα του πωλητή (και όχι το σύνολο των προϊόντων του) ή από πωλήσεις σε ορισμένες κατηγορίες πελατών π.χ σε όσους αρχίζει το επώνυμό τους από το Α έως το Μ κτλ. . Αυτό που πρέπει να τονιστεί εδώ είναι ότι ο πελάτης του πράκτορα (πωλητής) δεν έχει την ευχέρεια, σε αντίθεση με όσα ισχύουν στις συνηθισμένες τραπεζικές συναλλαγές, να κάνει με βάση τις προσωπικές του προτιμήσεις επιλογή μεταξύ των πελατών, κατά των οποίων τις απαιτήσεις θα εκχωρήσει στον πράκτορα, αλλά είναι υποχρεωμένος να εκχωρεί σε διαρκή βάση όλες τις απαιτήσεις που εμπίπτουν στο συμφωνημένο με τον πράκτορα αντικειμενικό κριτήριο.

1.2 Εξέλιξη και Ανάπτυξη του θεσμού

1.2.1 Προέλευση και εξέλιξη

Το FACTORING , η αγορά δηλαδή των εισπρακτέων λογαριασμών μιας επιχείρησης, είναι ουσιαστικά μια μορφή εμπορικής χρηματοδότησης, αποτέλεσμα μιας εξελικτικής διαδικασίας πολλών αιώνων, προερχόμενη από μια εργασία που διευκόλυνε την εμπορική δραστηριότητα.

Δεν γνωρίζουμε πότε χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά ο όρος Factor. Η έννοια όμως αναφέρεται σε αγγλικά λογοτεχνικά βιβλία από το 15^ο και 16^ο ήδη αιώνα. Τότε είχε τη μορφή ενός γενικού εμπορικού αντιπροσώπου. Αρχικά ο Factor ήταν αντιπρόσωπος που έχαιρε μεγάλης υπόληψης και εμπιστοσύνης και ασκούσε το επάγγελμα του εμπόρου, διακινώντας μεγάλο αριθμό εμπορευμάτων με τη δική του επωνυμία. Δεν εκτελούσε μόνο τις εντολές ενός πελάτη, όπως γινόταν στην περίπτωση του αντιπροσώπου ή του μεσίτη. Οι υπηρεσίες του Factor στο εξωτερικό εμπόριο ήταν σημαντικές, διότι εκεί οι επικοινωνίες παρουσίαζαν καθυστέρηση και η βοήθεια και στήριξη ενός αξιόπιστου προσώπου στα ξένα λιμάνια ήταν καθοριστική για την επιτυχία οποιασδήποτε εμπορικής πράξης. Για το λόγο αυτό, κατά την περίοδο της αποικιακής διείσδυσης και ανάπτυξης, οι Factors εξελίχθηκαν σε σημαντικούς παράγοντες.

Οι Factors, με έδρα στην Ευρώπη ή τις αποικίες, αποθήκευαν και πουλούσαν διάφορα προϊόντα ή βιομηχανικά είδη που αποστέλλονταν στο όνομά τους, έδιναν λογαριασμό για τις εισπράξεις στους πελάτες - προμηθευτές τους, εγγυήσεις για την πιστοληπτική ικανότητα των αγοραστών και, όταν τους το ζητούσαν, έδιναν προκαταβολές τοις μετρητοίς στους προμηθευτές τους πριν από την πώληση των εμπορευμάτων. Οι δικαστικές αποφάσεις που όριζαν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των Factors ήταν καταχωρημένες στα Factors' Acts, σειρά νόμων που εφαρμόστηκαν στην Αγγλία και τις ΗΠΑ από τις αρχές του 19^{ου} αιώνα.

Πριν από τις αρχές του 20ού αιώνα, τότε που η Ευρώπη κάλυπτε το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών των ΗΠΑ σε βιομηχανικά προϊόντα, ο ρόλος των Factors στην ομαλή ροή των προϊόντων από τη μια ήπειρο στην άλλη ήταν πολλή σημαντικός. Οι Factors των ΗΠΑ παρείχαν στον ξένο εισαγωγέα όχι μόνο διευκολύνσεις αποθήκευσης και προώθησης των προϊόντων, αλλά επίσης και συμβουλές σε θέματα είδους, ποιότητας και γενικά προδιαγραφών των προϊόντων, σύμφωνα με τις

απαιτήσεις της εσωτερικής αγοράς των ΗΠΑ. Με την αλλαγή του αιώνα, όμως, η εικόνα άλλαξα ριζικά. Ο αυξανόμενος προστατευτισμός των ΗΠΑ, υλοποιούμενος με δασμούς και άλλους εμπορικούς περιορισμούς, συνέβαλε στην αξιοσημείωτη ανάπτυξη της βιομηχανικής δραστηριότητας, μέχρι σημείου ώστε το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών της χώρας να καλύπτεται πλέον από την εγχώρια παραγωγή. Αποτέλεσμα ήταν η μείωση των εισαγωγών από την Ευρώπη και έτσι οι Factors των ΗΠΑ βρέθηκαν ενώπιον μιας ραγδαίας μείωσης του αριθμού των ξένων εντολέων - πελατών τους.

1.2.2Η Ανάπτυξη του σύγχρονου FACTORING

Παράλληλα με το μετασχηματισμό των ΗΠΑ σε βιομηχανική και οικονομική δύναμη πριν το ξέσπασμα του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, σημαντικές αλλαγές παρουσιάστηκαν και στην επιχειρηματική πρακτική. Όταν ο βιομήχανος των ΗΠΑ διαπίστωσε ότι ήταν προς το συμφέρον του το να μεριμνά ο ίδιος για το όλο κύκλωμα εμπορίας και πώλησης των προϊόντων του, τότε ο Factor βρέθηκε σιγά-σιγά εκτός αγοράς. Οι υπηρεσίες του δεν ήταν πλέον απαραίτητες. Σ' αυτό το σημείο οι «παραδοσιακές» εργασίες του Factor άλλαξαν μορφή και έτσι δημιουργήθηκε το σύγχρονο FACTORING. Οι Factors συνειδητοποίησαν ότι για να επιβιώσουν έπρεπε να στραφούν σ' εκείνες τις υπηρεσίες που θα κάλυπταν ένα κενό στην οικονομία των ΗΠΑ. Το κενό ήταν οι χρηματοδοτήσεις και οι πιστωτικές διευκολύνσεις. Έτσι ο αντιπρόσωπος, που ως τώρα διεκπεραίωνε όλες τις εργασίες του Factor, εξελίχθηκε σε μια ανεξάρτητη εταιρία που παρείχε δάνεια και πιστωτικές διευκολύνσεις σε άλλες εταιρίες, βάσει συμβάσεως. Αυτός ο μετασχηματισμός καθιέρωσε το FACTORING στις ΗΠΑ ως ξεχωριστή μορφή χρηματοδότησης των εμπορικών επιχειρήσεων.

Εκτός από τις εταιρίες FACTORING, άλλοι οργανισμοί υπεύθυνοι για τη σημερινή ανάπτυξη του FACTORING στις ΗΠΑ ήταν μερικές χρηματοδοτικές εταιρίες. Για τις τελευταίες η σχέση: μεγάλος κίνδυνος / μεγάλη απόδοση, που ισχύει για αυτή τη μορφή χρηματοδότησης, αποτελούσε τη φυσική προέκταση των δραστηριοτήτων τους στην εμπορική χρηματοδότηση. Οι τράπεζες ήταν οι επόμενοι οργανισμοί που εισχώρησαν σ' αυτό τον τομέα της χρηματοδότησης, μολονότι παλαιότερα έδειχναν απρόθυμες να χορηγούν εμπορικά δάνεια. Πριν τη δεκαετία του '60, λίγες ήταν οι τράπεζες που διέθεταν υπηρεσίες FACTORING με αξιόλογη ανάπτυξη. Στις λίγες τράπεζες που ασχολούνταν με το FACTORING περιλαμβάνονταν τότε η First National Bank of Boston, η Trust Company of Georgia και η Bank of America. Οι άλλες τράπεζες μόλις το 1963, άρχισαν να στρέφονται συστηματικά σ' αυτή τη μορφή χρηματοδότησης όταν το Office of the Comptroller of

the Currency (η ανώτερη ελέγχουσα αρχή για τις κρατικές τράπεζες - national banks) κατέταξε με νόμο το FACTORING στις νόμιμες τραπεζικές εργασίες. Σαν συνέπεια αρκετές από τις μεγαλύτερες τράπεζες άρχισαν να εκτελούν εργασίες FACTORING. Πολλές από αυτές ξεκίνησαν αυτή τη δραστηριότητα αγοράζοντας εταιρίες FACTORING και αποφεύγοντας έτσι να θέσουν σε λειτουργία de novo - τελείως νέα- τμήματα FACTORING. Μερικές τράπεζες έθεσαν σε λειτουργία εργασίες FACTORING με τη μορφή κοινοπραξίας, μαζί με μεγάλους χρηματοδοτικούς οργανισμούς.

Με οποιοδήποτε τρόπο και αν γίνεται η χρήση του FACTORING, είναι γεγονός ότι οι πελάτες των τραπεζών είναι διεσπαρμένοι σε όλο το χώρο των ΗΠΑ, ενώ το μέγεθος τους ποικίλλει, από τις μεγαλύτερες εταιρίες και οργανισμούς μέχρι τις μικρότερες επιχειρήσεις. Ενώ παλαιότερα στο FACTORING προσέφευγαν κυρίως οι υφαντουργίες και οι βιομηχανίες επίπλων, κατά τα τελευταία χρόνια χρήση του FACTORING κάνουν επίσης και άλλες βιομηχανίες, όπως βιομηχανίες υποδημάτων, παιχνιδιών και χαλιών / μοκετών. Μέσω του FACTORING οι μεγαλύτερες τράπεζες βρίσκουν δυνατότητες για να διευρύνουν τις σχέσεις με την πελατεία τους και σε άλλες βιομηχανίες. Έχουν επίσης τη δυνατότητα να εκτελέσουν υπηρεσίες FACTORING για λογαριασμό ανταποκριτών τους τραπεζών, οι πελάτες των οποίων έχουν ανάγκη από τις υπηρεσίες του FACTORING .

Ο όγκος του τραπεζικού FACTORING στις ΗΠΑ παρουσίασε κατά τα τελευταία χρόνια σημαντική ανάπτυξη, λόγω του συνεχούς αυξανόμενου ενδιαφέροντος των ξένων επιχειρήσεων για εργασίες αυτής της μορφής στη χώρα αυτή. Ειδικότερα, πολλές ξένες εταιρίες, ακολουθώντας το παράδειγμα των ομοειδών αμερικανικών εταιριών, χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες FACTORING των αμερικανικών τραπεζών για τις πωλήσεις που πραγματοποιούν στην πελατεία των ΗΠΑ. Επίσης μετά από ενέργειες των αμερικανικών τραπεζών κατά την τελευταία εικοσαετία, οι υπηρεσίες FACTORING παρέχονται τώρα και στην Ευρώπη, επηρεάζοντας σημαντικά τους παραδοσιακούς τρόπους χρηματοδότησης των επιχειρήσεων.

Η σημασία του FACTORING σαν τρόπου χρηματοδότησης των αμερικανικών επιχειρήσεων θα γίνει αντιληπτή από τα παρακάτω στοιχεία:

Το 1945 το σύνολο των χρηματοδοτήσεων μέσω του FACTORING ανήλθε σε \$ 1,5 δις. Στα τέλη του 1982 το συνολικό ύψος αυτών των χρηματοδοτήσεων ανέβηκε στα \$ 32 δις. Μέχρι το τέλος του 1985 υπερέβη τα \$ 37,2 δις από τα οποία τα \$ 34,1 δις (91%) αντιστοιχούσαν στις τράπεζες και μόνο. Όπως διαφαίνεται από τα στοιχεία, οι μεγαλύτεροι χρηματοδότες σ' αυτό τον τομέα των

εμπορικών χρηματοδοτήσεων που συνδυάζει υψηλούς κινδύνους και μεγάλη απόδοση κεφαλαίων. Και το κυριότερο, έχουν φθάσει στο σημείο να κυριαρχούν σ' αυτό το χώρο των εμπορικών χορηγήσεων, σ' ένα χώρο δηλαδή που παλαιότερα ανήκε ολοκληρωτικά στις ανεξάρτητες εταιρίες FACTORING και στις μεγαλύτερες χρηματοδοτικές εταιρίες (Finance Companies).

1.3 Μορφές FACTORING

Όπως έχουμε προαναφέρει, το περιεχόμενο του θεσμού FACTORING αντιστοιχεί σ' ένα τρίπτυχο λειτουργιών (χρηματοδοτική, ασφαλιστική, διαχειριστική). Όταν ένας πελάτης συνεργάζεται με τον πράκτορα σ' ολόκληρο το φάσμα των λειτουργιών αυτών, τότε γίνεται λόγος για το «γνήσιο» FACTORING ή FULL SERVICE FACTORING. Επειδή όμως ο θεσμός αυτός διακρίνεται για την ευελιξία του, δίνει την ευχέρεια σ' έναν πελάτη να επιλέξει από την γκάμα των υπηρεσιών που του προσφέρει, εκείνες που ανταποκρίνονται στις συγκεκριμένες ανάγκες του. Από το συνδυασμό υπηρεσιών που επιλέγεται κάθε φορά προκύπτουν διάφορα είδη FACTORING.

Εκτός από το παραπάνω (εύρος παρεχόμενων υπηρεσιών) άλλα κριτήρια που με βάση αυτά διακρίνουμε τα είδη FACTORING είναι η κοινοποίηση ή της υπέρ του πράκτορα εκχώρησης προς τον τρίτο οφειλέτη και το βιογραφικό κριτήριο. Τα βασικά είδη FACTORING είναι:

α) FACTORING με δικαίωμα αναγωγής (RECURSE FACTORING):

Η διαφορά του από το γνήσιο (αποκαλούμενο και FULL-SERVICE ή NON-RECURSE FACTORING) συνίσταται στο ότι στη μορφή αυτή ο πράκτορας δεν καλύπτει τον πιστωτικό κίνδυνο που εξακολουθεί να επιβαρύνει τον πωλητή, απουσιάζει δηλαδή η ασφαλιστική λειτουργία του θεσμού.

Η μορφή αυτή αναπτύχθηκε στην Ευρώπη. Αντίθετα, στην Αμερική το κλασικό FACTORING είναι συνυφασμένο με την αγορά, χωρίς δικαίωμα αναγωγής, τιμολογιακών απαιτήσεων από πωλήσεις κυρίως κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και είναι γνωστό με τον όρο OLD-LINE FACTORING, ενώ η προεξόφληση τιμολογίων με δικαίωμα αναγωγής που εφαρμόστηκε ευρύτατα στις ΗΠΑ τις τελευταίες δεκαετίες αποκαλείται INVOICE DISCOUNTING. Μια χαρακτηριστική διαφορά του INVOICE DISCOUNTING από το RECURSE FACTORING είναι ότι στο πρώτο εκχωρούνται οι απαιτήσεις υπέρ του

πράκτορα, αλλά χωρίς να γίνεται αναγγελία της εκχώρησης στους οφειλότες εκτός εάν υπάρχει δυσμενής εξέλιξη των εργασιών του πωλητή.

β) Χρηματοδοτικό FACTORING (BULK- INHOUSE FACTORING):

Πρόκειται για το αμιγώς χρηματοδοτικό FACTORING, δηλαδή η μόνη υπηρεσία για την οποία ενδιαφέρεται ο πελάτης είναι η χρηματοδοτική. Μια παραλλαγή της μορφής αυτής είναι το AGENCY FACTORING . Εδώ ο πράκτορας αγοράζει τις απαιτήσεις του πελάτη χωρίς δικαίωμα αναγωγής, αλλά διαθέτει με το σύστημα FACON τη λογιστική παρακολούθηση και γενικά τη διαχείριση τους στον εκχωρητή των απαιτήσεων αυτών, δηλαδή στον πωλητή των εμπορευμάτων.

γ) FACTORING χωρίς χρηματοδότηση (MATURITY FACTORING)

Παρέχονται όλες οι υπηρεσίες εκτός από τη χρηματοδότηση. Ο πελάτης ενδιαφέρεται για την εξασφάλιση του από τον πιστωτικό κίνδυνο και τη διαχείριση των απαιτήσεων του. Η μορφή αυτή συνδυάζεται με χρηματοδότηση από τράπεζες, δηλαδή ο πελάτης εκχωρεί στην τράπεζα του τα δικαιώματά του από τη σύμβαση του MATURITY FACTORING και δίνει στην εταιρία FACTORING την ανέκκλητη εντολή να μεταφέρει το προϊόν είσπραξης των εκχωρημένων σ' αυτήν απαιτήσεων σε πίστωση της τράπεζας. Έτσι, η χρηματοδότηση της τράπεζας ασφαλίζεται με εκχώρηση δικαιωμάτων κατά μιας χρηματοπιστωτικής εταιρίας υψηλής φερεγγυότητας και όχι κατά μιας πλειάδας ιδιωτικών επιχειρήσεων η εξακρίβωση της οικονομικής κατάστασης των οποίων είναι δυσχερής και κοστογόνος.

δ) Εμπιστευτικό FACTORING (CONFIDENTIAL - UNDISCLOSED FACTORING):

Εδώ ο πωλητής εκχωρεί με βάση τη σύμβαση FACTORING τις απαιτήσεις του στον πράκτορα. Η εκχώρησή όμως αυτή, σε αντίθεση με την κανονική περίπτωση του «ανοικτού» FACTORING, δε γνωστοποιείται στον αγοραστή, γιατί αυτός με σχετική ρήτρα έχει επιβάλει στον πωλητή απαγόρευση εκχώρησης των κατά αυτού απαιτήσεων (του αγοραστή).

Η αιτία που γέννησε την ανάγκη δημιουργίας αυτού του είδους FACTORING είναι ότι οι μεγάλες εμπορικές επιχειρήσεις του εξωτερικού (κυρίως αλυσίδες πολυκαταστημάτων) έχουν ενσωματώσει στους τυποποιημένους ΓΕΝΙΚΟΥΣ ΟΡΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ με τον κλάδο τους (που αναγκαστικά αποδέχονται οι συναλλασσόμενοι μαζί

του) και ρήτρα που αναφέρεται στον αποκλεισμό του δικαιώματος των προμηθευτών τους να εκχωρήσουν τις σχετικές απαιτήσεις τους προς τρίτους και επομένως και προς τράπεζες ή εταιρίες FACTORING. Στην προσπάθεια τους να βρεθεί μια διέξοδος που από τη μια μεριά θα επιτρέψει τη χρηματοδότηση των προμηθευτών των μεγάλων αυτών επιχειρήσεων, αλλά από την άλλη δε θα συνεπάγεται παραβίαση της παραπάνω ρήτρας, δημιουργήθηκε το «εμπιστευτικό» FACTORING. Εξυπακούεται ότι, επειδή το είδος αυτό περικλείει υψηλό ποσοστό κινδύνου (αφού ο αγοραστής καταβάλλει, απευθείας τις απαιτήσεις του στον πωλητή), εφαρμόζεται μόνο όταν πρόκειται για πελάτες υψηλής φερεγγυότητας.

Αξίζει να προστεθεί ότι η πρακτική στις χώρες του εξωτερικού έχει επινοήσει ένα ενδιάμεσο σχήμα που ονομάζεται «ημιανοικτό» FACTORING και αποτελεί μια μέση λύση μεταξύ του «ανοικτού» και του «εμπιστευτικού» FACTORING, με την έννοια ότι μειώνει τον κίνδυνο στον οποίο είναι εκτεθειμένος ο πράκτορας, με παράλληλη συμμόρφωση του πωλητή στην παραπάνω ρήτρα περί ανεκχώρητου. Συγκεκριμένα, με βάση όρο που εντάσσεται στο συμβόλαιο πώλησης (SALES CONTRACT), υποχρεώνεται ο αγοραστής να καταθέσει το ποσό των εξοφλούμενων τιμολογίων του προμηθευτή σε καθορισμένο λογαριασμό που είναι ο ανοικτός λογαριασμός του προμηθευτή με την εταιρία FACTORING.

ε) Εγχώριο FACTORING (DOMESTIC FACTORING) :

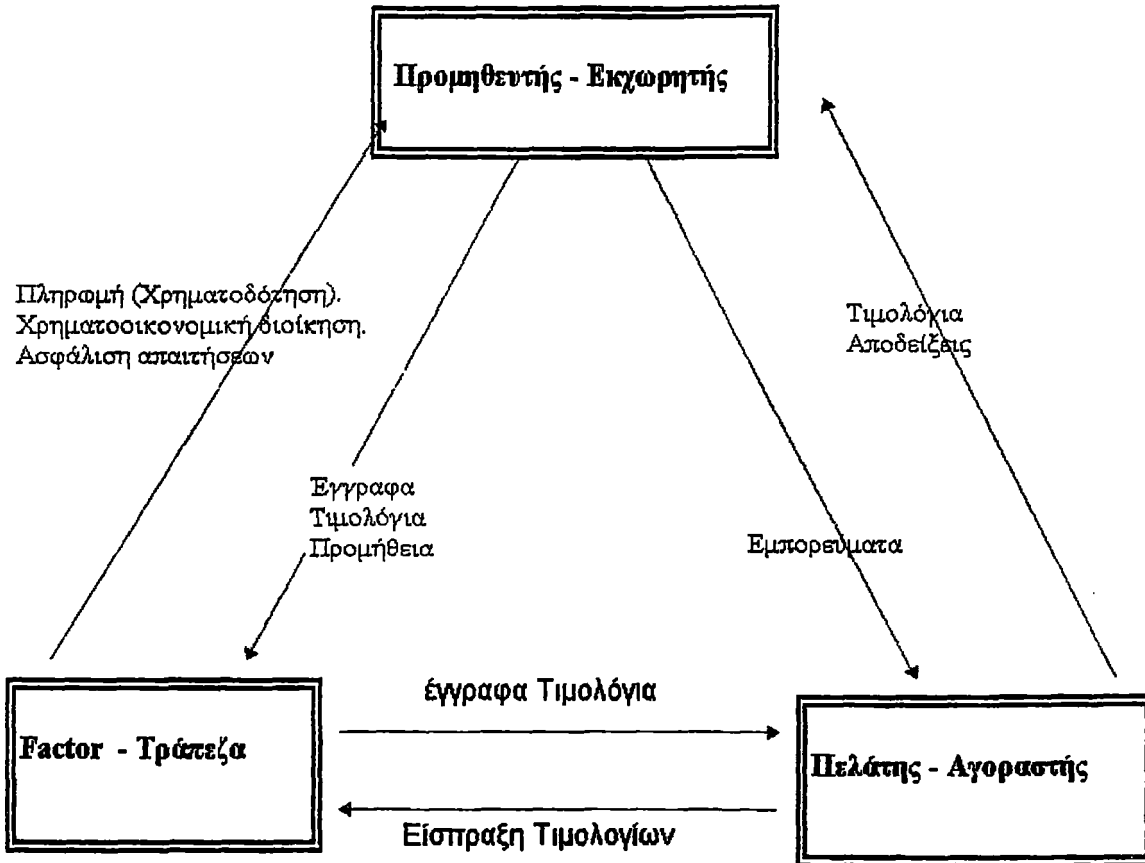
Το εγχώριο FACTORING δραστηριοποιείται στην εσωτερική αγορά, δηλαδή, στην ανάληψη της ευθύνης της είσπραξης των τιμολογίων που αφορούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διακινούνται στο εσωτερικό της χώρας.

Το εγχώριο FACTORING μπορεί να εφαρμοστεί σ' όλες τις επιχειρήσεις, αλλά κυρίως, στις Μικρομεσαίες και Μεταποιητικές επιχειρήσεις.

Αυτές οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν συνήθως προβλήματα διαχείρισης, χρηματοδότησης και πιστωτικού κινδύνου. Τα προβλήματα αυτά φαίνονται από το γεγονός ότι αυτές οι επιχειρήσεις παρουσιάζουν υψηλό αριθμό μεταχρονολογημένων επιταγών που συνεπάγεται στενότητα ρευστότητας, έλλειψη σωστής λογιστικής διαχείρισης και παρακολούθησης και ακόμα έλλειψη σωστής αξιολόγησης της φερεγγυότητας των πελατών τους.

Το FACTORING μπορεί να ενισχύσει αυτές της επιχειρήσεις με χρηματοδότηση (μέσω της προβλεπόμενης προκαταβολής 80%), με την ανάληψη της λογιστικής διαχείρισης και παρακολούθησης των πωλήσεων -τιμολογίων (ολόκληρη την ευθύνη της ενημέρωσης των

Λειτουργία Εγχώριου FACTORING



Διαδικασία συνεχούς ροής προϊόντων - υπηρεσιών και πληρωμών ανάμεσα στον
Factor - Προμηθευτή - Αγοραστή

λογιστικών βιβλίων- αναλυτικό καθολικό- την έχει ο Factor), με τη μηχανογράφηση των εργασιών, με την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου, με την ασφάλιση των απαιτήσεων και ακόμη με την καλύτερη αξιολόγηση της φερεγγυότητας των πελατών τους μέσω του δικτύου πληροφόρησης που διαθέτουν οι Factors.

Το σύστημα του εγχώριου FACTORING χρησιμοποιεί τρεις βασικούς παράγοντες, τον προμηθευτή- εκχωρητή, του Factor και τον πελάτη-αγοραστή των προϊόντων του προμηθευτή. Η συμφωνία μεταξύ του Factor και του προμηθευτή μπορεί να είναι μη εμπιστευτική, να είναι γνωστή στον πελάτη, μπορεί να είναι και εμπιστευτική, να μην τη γνωρίζει ο πελάτης. Ακόμη το FACTORING μπορεί να γίνει με ή χωρίς το δικαίωμα της αναγωγής ανάλογα με τη συμφωνία.

Το σύστημα του εγχώριου FACTORING προϋποθέτει την ακόλουθη διαδικασία (σχεδιάγραμμα)

1. Ο προμηθευτής - εκχωρητής στέλνει τα εμπορεύματα στον αγοραστή- πελάτη.
2. Ο προμηθευτής εκχωρεί τα τιμολόγια και οτιδήποτε άλλα έγγραφα στον Factor.
3. Ο Factor πληρώνει προκαταβολή συνήθως το 80% (χρηματοδότηση στον προμηθευτή).
4. Ο Factor στέλνει αντίγραφα τιμολογίων στον πελάτη - αγοραστή και εισπράττει τα τιμολόγια.
5. Ο πελάτης - αγοραστής πληρώνει τα τιμολόγια στον Factor.
6. Ο πελάτης- αγοραστής στέλνει τα αντίγραφα των πληρωμένων τιμολογίων στον προμηθευτή.
7. Ο Factor αποπληρώνει τον προμηθευτή (κάνει το εκκαθαριστικό στον προμηθευτή και αρχίζει άλλος κύκλος εργασιών).

Τέλος, θα πρέπει να τονισθεί ότι ο Factor δεν παρεμβαίνει στη μεταφορά των προϊόντων καθώς επίσης σ' άλλες εργασίες όπως παραγωγή, προώθηση, τυποποίηση, συσκευασία κλπ. Ασχολείται αποκλειστικά με την είσπραξη και τη διαχείριση τιμολογίων

στ) Διεθνές FACTORING (INTERNATIONAL FACTORING):

Το Διεθνές FACTORING εξειδικεύεται κυρίως στον τομέα των εξαγωγών, δηλαδή στην ανάληψη της ευθύνης της είσπραξης των τιμολογίων που αφορούν εξαγόμενα προϊόντα και αντίστοιχα στις δραστηριότητες που αφορούν τα εισαγόμενα προϊόντα. Οπότε έχουμε το εξαγωγικό και το εισαγωγικό FACTORING.

Το σύστημα του εξαγωγικού FACTORING , μιας και εδώ θα εξετάσουμε το FACTORING από τη πλευρά του εξαγωγέα, προϋποθέτει τις παρακάτω ενέργειες:

1. Προβλέπονται μέσα στη λειτουργία του συστήματος τέσσερις παράγοντες, ο εξαγωγέας, ο εισαγωγέας της άλλης χώρας, ο εξαγωγικός Factor και ο εισαγωγικός Factor σε άλλη χώρα του εξωτερικού.
2. Ο εξαγωγικός Factor βρίσκεται σε διαρκή επικοινωνία με τον Factor - ανταποκριτή της άλλης χώρας, τον εισαγωγικό Factor.
3. Ο εξαγωγικός Factor έρχεται σε επικοινωνία με τον εξαγωγέα-εκχωρητή και συνάπτουν σύμβαση συνεργασίας.
4. Ο εξαγωγέας κάνει αίτηση προς τον εξαγωγικό Factor για τον καθορισμό του ορίου πίστωσης (πλαφόν) κάποιου εισαγωγέα σε χώρα του εξωτερικού.
5. Ο Import Factor αξιολογεί τη φερεγγυότητα του υποψήφιου εισαγωγέα. Εφόσον ο Import Factor εγκρίνει τη χορήγηση πίστωσης, αναλαμβάνει και τον πιστωτικό κίνδυνο μέχρι του πόσου του πλαφόν που έχει εγκρίνει.
6. Ο εισαγωγικός Factor ειδοποιεί τον εξαγωγικό Factor για το ύψος του «πλαφόν» που εγκρίνει και ο export Factor ενημερώνει τον εξαγωγέα.
7. Ο εξαγωγέας, από την πλευρά του, φροντίζει για την αποστολή του εμπορεύματος με αναγγελία προς τον εισαγωγέα ότι το οφειλόμενο ποσό πρέπει να πληρωθεί στον Import Factor . Ο εξαγωγικός και εισαγωγικός Factor δεν παρεμβαίνουν στην αποστολή των προϊόντων.
8. Ο εξαγωγέας, μετά την αποστολή των εμπορευμάτων, στέλνει αντίγραφο του τιμολογίου στον εξαγωγικό Factor . Εφόσον η σύμβαση FACTORING περιλαμβάνει και χρηματοδότηση, ο export Factor προκαταβάλλει στον εξαγωγέα μέχρι και το 80% της αξίας της απαίτησης.
9. Ο εξαγωγικός Factor στέλνει αντίγραφο του τιμολογίου στον εισαγωγικό Factor .
10. Ο εισαγωγικός Factor καταχωρεί το τιμολόγιο στο δικό του λογιστικό κύκλωμα και φροντίζει για την είσπραξη του ποσού.
11. Ο εισαγωγικός Factor θα πληρώσει τον εξαγωγικό Factor το 100% της αξίας του τιμολογίου, μείον την προμήθεια του στην προκαθορισμένη ημερομηνία πληρωμής, άσχετα με το αν ο ίδιος έχει εισπράξει το ποσό από τον εισαγωγέα, εκτός αν η καθυστέρηση οφείλεται σε εμπορική αμφισβήτηση του εισαγωγέα (ελαττωματικό προϊόν, πλημμελής αποστολή κλπ.).
12. Ο Export Factor όταν πληρωθεί από τον Import Factor , πληρώνει το υπόλοιπο του τιμολογίου στον εξαγωγέα.
13. Ο εξαγωγέας, σε μια χώρα που δεν υπάρχει εξαγωγικός Factor , πηγαίνει κατ' ευθείαν στον εισαγωγικό Factor . Σ' αυτή την περίπτωση που δεν υπάρχει εξαγωγικός Factor ζητείται εγγυητική επιστολή.

Πινάκας 1

ΠΙΝΑΚΑΣ 1				
Κύκλος Εργασιών Factoring ανά Ηπειρο, το 1996 (ποσά σε εκατ. δολάρια)				
Ηπειρος	Εγχώριο Factoring	Διεθνές Factoring	Συνολικό Factoring	Αριθμός Εταιρειών
Ευρώπη	224.246	21.377	245.623	314
Β. και Ν. Αμερική	70.041	3.305	73.346	103
Αφρική	44.045	100	4.145	11
Ασία	66.654	2.932	69.586	212
Αυστραλασία*	3.130	110	3.240	21
Σύνολο	368.116	27.824	395.940	661

*Περιλαμβάνει την Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία
 ΠΗΓΗ: Factors Chain Internacional (FCI)

Πίνακας 2

ΠΙΝΑΚΑΣ 2				
Κύκλος Εργασιών Factoring στην Ευρώπη, το 1996 (Ποσά σε εκατομμύρια δολάρια)				
Χώρα	Εγχώριο Factoring	Διεθνές Factoring	Συνολικό Factoring	Αριθμός Εταιρειών
Ελλάδα	340	70	410	5
Αυστρία	2	230	1.975	3
Βέλγιο	3	1.910	5.095	7
Κύπρος	715	40	755	2
Τσεχία	450	250	700	3
Δανία	2	500	2.900	8
Φινλανδία	5	100	4.600	4
Γαλλία	34	3.850	37.350	20
Γερμανία	15	3.300	18.000	14
Ουγγαρία	110	70	180	9
Ισλανδία	0	45	45	1
Ιρλανδία	3	160	3.460	4
Ιταλία	57	3.000	60.130	61
Ολλανδία	14	3.300	17.300	6
Νορβηγία	5	300	5.300	12
Πολωνία	100	10	110	2
Πορτογαλία	4	190	4.605	10
Ρουμανία	0	25	25	1
Ρωσία	0	10	10	6
Σλοβακία	65	100	165	3
Σλοβενία	1	17	18	1
Ισπανία	7	400	7.650	20
Σουηδία	10.500	20	10.520	8
Ελβετία	900	100	1.000	1
Τουρκία	1.500	450	1.950	58
Ηνωμένο Βασίλειο	58.440	2.930	61.370	45
Σύνολο	224.246	21.377	245.623	314

Πηγή: Factors Chain Internacional (FCI)

Το εξαγωγικό FACTORING δεν καλύπτει πολιτικό κίνδυνο (όπως το Forfeiting) σε χώρες με υψηλό πολιτικό κίνδυνο. Οι εταιρίες FACTORING συνεργάζονται με ασφαλιστικές εταιρίες που καλύπτουν τους οποιουσδήποτε κινδύνους και απαιτήσεις.

Τέλος το εξαγωγικό FACTORING χρησιμοποιείται, όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, στη χρηματοδότηση - προκαταβολή, στη διαχείριση των τιμολογίων (κοστολόγηση, παρακολούθηση, μηχανογράφηση, κλπ.) και στην ασφάλιση απαιτήσεων.

1.4 Υπηρεσίες που προσφέρει το FACTORING

Παραθέτουμε στη συνέχεια ανάλυση των υπηρεσιών που προσφέρει ο πράκτορας στην πελατεία του, πλαισιωμένη από τα αναγκαία σχόλια για την κατανόηση των προϋποθέσεων και των περιορισμών που συνδέονται με την παροχή των υπηρεσιών αυτών.

◆ Χρηματοδότηση

Η κυριότερη υπηρεσία του FACTORING, τουλάχιστο στον Ευρωπαϊκό χώρο, είναι η χρηματοδότηση, δηλαδή η αντιμετώπιση του προβλήματος ρευστότητας του πελάτη.

Η χρηματοδότηση στα πλαίσια του FACTORING έχει βασικά τη μορφή της προεξόφλησης τιμολογίων, δηλαδή των (βραχυπρόθεσμων) απαιτήσεων του πωλητή που προέρχονται από την επί πιστώσει διάθεση εμπορευμάτων ή παροχή υπηρεσιών.

Οι χορηγούμενες προκαταβολές αντιπροσωπεύουν συνήθως ποσοστό 75-90% της αξίας του τιμολογίου. Ο προσδιορισμός του ύψους του ποσοστού αυτού εξαρτάται από παράγοντες όπως η φερεγγυότητα του χρηματοδοτούμενου πωλητή και των πελατών του (αγοραστών), καθώς και η φύση των εμπορευμάτων. Δικαιολογείται δηλαδή υψηλότερο ποσοστό προκαταβολών για εμπορεύματα που διατηρούν σχετικά σταθερή την αξία τους και μπορούν να εκποιηθούν ευχερώς για να εισπραχθεί το ισόποσο της χρηματοδότησης.

Το παρακρατούμενο ποσοστό (περιθώριο ασφαλείας) πιστώνεται σε ειδικό δεσμευμένο λογαριασμό καταθέσεως και αποσκοπεί στην κάλυψη εξόδων, εκπτώσεων και διαφόρων μειώσεων της αξίας του τιμολογίου που προκύπτουν λόγω ελαττωματικότητας, παράδοσης μειωμένης ποσότητας εμπορευμάτων και γενικά πλημμελούς εκτέλεσης της σχετικής παραγγελίας.

Μετά την είσπραξη του τιμολογίου και την τελική εκκαθάριση, το υπόλοιπο που τυχόν απομένει μεταφέρεται σε πίστωση του ανοικτού

αλληλόχρεου λογαριασμού μεταξύ του πράκτορα και του πελάτη του, ο οποίος χρεώνεται με τις χορηγούμενες προκαταβολές και τις τοκοπρομήθειες.

Το όριο χρηματοδότησης του πελάτη αποτελεί το σύνολο των ατομικών, κατά αγοραστή, ορίων ανάληψης πιστωτικού κινδύνου, είναι δυνατό όμως να ξεπερνά και το σύνολο αυτό, εφόσον βέβαια ο πράκτορας κρίνει ότι η οικονομική κατάσταση του πελάτη του δικαιολογεί μια τέτοια μεταχείριση. Είναι ευνόητο ότι την αποκλειστική ευθύνη για το καλό τέλος της πάνω από το σύνολο αυτό επιπρόσθετης χρηματοδότησης φέρει ο πωλητής-πελάτης του πράκτορα, δηλαδή ο τελευταίος διατηρεί το δικαίωμα αναγωγής κατά του πελάτη του.

Οι ειδικότερες προϋποθέσεις για τη χορήγηση των προκαταβολών καθορίζονται σε σχετική παράγραφο της σύμβασης FACTORING και αναφέρονται συνήθως:

α) είτε στα δικαιολογητικά που οφείλει να προσκομίσει ο πωλητής στον πράκτορα.

β) είτε στη διάρκεια της απαίτησης, που συχνά καθορίζεται μέχρι τρεις μήνες και δεν πρέπει να ξεπερνά τις 180 ημέρες.

Όσον αφορά τα απαιτούμενα δικαιολογητικά σημειώνεται ότι, κατά κανόνα και με στόχο να απλοποιηθεί η διαδικασία, θεωρείται αρκετό να αποσταλούν στον πράκτορα τα αντίγραφα των τιμολογίων για τα εμπορεύματα που πωλούνται και σε ορισμένες περιπτώσεις να διαβιβαστεί σε αυτόν αντίγραφο της φορτωτικής, ώστε να αποδεικνύεται ότι ο πωλητής ξεπλήρωσε τις συμβατικές του υποχρεώσεις απέναντι στον πελάτη του (αγοραστή).

Βέβαια, εάν ο πράκτορας το κρίνει σκόπιμο μπορεί να αξιώσει από τον πελάτη του πρόσθετα δικαιολογητικά, όπως π.χ πιστοποιητικό ποιοτικού ελέγχου των εμπορευμάτων, βεβαίωση παραλαβής του εμπορεύματος από τον αγοραστή και δήλωση του ότι δεν έχει καμία ένσταση κατά του πωλητή. Ακόμα μπορεί ο πράκτορας να θέσει ως προϋπόθεση τη διαβίβαση μέσω αυτού των πρωτότυπων φορτωτικών στον αγοραστή. Είναι ευνόητο ότι οι προϋποθέσεις που θα θεωρήσει απαραίτητες για την κατοχύρωση των συμφερόντων του (αλλά και των συμφερόντων του πελάτη του) ο πράκτορας, εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τη φερεγγυότητα του πελάτη, το είδος του εμπορεύματος και τη χώρα εισαγωγής (εφόσον βέβαια πρόκειται για διεθνές FACTORING).

Αξίζει να αναφερθεί ότι τα τελευταία χρόνια οι εταιρίες FACTORING, κάτω από την πίεση του συνεχώς αυξανόμενου ανταγωνισμού, έχουν διευρύνει τις προσφερόμενες στους καλούς πελάτες τους χρηματοδοτικές υπηρεσίες παρέχοντας τη λεγόμενη προχρηματοδότηση (χρηματοδότηση για την προετοιμασία

παραγγελιών, δηλαδή πριν την αποστολή του εμπορεύματος και τη δημιουργία της απαίτησης), χρηματοδότηση για δημιουργία αποθεμάτων προϊόντων, αλλά και για πάγιες εγκαταστάσεις (π.χ αγορά νέου μηχανικού εξοπλισμού απαραίτητου, για να μπορέσει ο πωλητής να ανταποκριθεί στις αυξημένες παραγγελίες του).

Τέλος, θα πρέπει να τονίσουμε ότι η χρηματοδότηση που παρέχεται μέσω του θεσμού FACTORING (προκαταβολές έναντι τιμολογίου) δεν υποκαθιστά, αλλά συμπληρώνει την τραπεζική χρηματοδότηση. Δεν είναι μάλιστα καθόλου σπάνιες οι περιπτώσεις που οι ίδιες οι τράπεζες συστήνουν τους πελάτες τους σε εταιρίες FACTORING, ώστε να αντιμετωπιστούν τα άμεσα ταμιακά προβλήματα τους και έτσι αυτές να μπορέσουν να ικανοποιήσουν άλλες χρηματοδοτικές ανάγκες των εν λόγω πελατών τους. Αυτό συμβαίνει ιδιαίτερα σε περίοδο στενότητας διαθεσίμων των τραπεζών. Επίσης δεν είναι ασυνήθιστες οι διαφημιστικές καταχωρήσεις εταιριών FACTORING σε εξειδικευμένα περιοδικά, με τις οποίες καλούν τις τράπεζες να συνεργαστούν μαζί τους για την επίλυση των χρηματοδοτικών προβλημάτων των πελατών τους

◆ Κάλυψη πιστωτικού κινδύνου

Μια βασική ιδιαιτερότητα που διαφοροποιεί το FACTORING από άλλες τραπεζικές εργασίες με τις οποίες παρουσιάζει κοινά σημεία (π.χ προεξόφληση συναλλαγματικών, προκαταβολές έναντι φορτωτικών εγγραφών κτλ.) είναι η υπηρεσία κάλυψης πιστωτικού κινδύνου.

Η εταιρία FACTORING επωμίζεται τον κίνδυνο αφερεγγυότητας των πελατών (αγοραστών) του πωλητή, που έχει υπογράψει μαζί τους σύμβαση FACTORING. Επομένως, εάν ο οφειλέτης-αγοραστής βρεθεί σε οικονομική αδυναμία να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του, τότε την τιμολογιακή αξία την καλύπτει ο πράκτορας από τα δικά του διαθέσιμα.

Η ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου γίνεται μέσα σ' ορισμένα πλαίσια, δηλαδή μέχρι ένα ανώτατο ποσό (όριο) που καθορίζει το αρμόδιο τμήμα της εταιρίας FACTORING αφού αξιολογήσει προσεκτικά την οικονομική κατάσταση του κάθε αγοραστή. Τα όρια αυτά ισχύουν για κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (συνήθως 3-12 μήνες) και ανανεώνονται αφού επανελεχθούν τα στοιχεία που συνθέτουν τη φερεγγυότητα του αγοραστή. Επίσης μπορούν να αναπροσαρμοστούν προς τα πάνω ή προς τα κάτω ύστερα από αίτηση του πωλητή ή εφόσον το κρίνει σκόπιμο η εταιρία FACTORING, αντίστοιχα.

Εδώ πρέπει να επισημανθεί ότι ο καθορισμός κάποιου ορίου ανάληψης πιστωτικού κινδύνου για ένα αγοραστή δε σημαίνει σε καμία περίπτωση και «υπογραφή επιταγής εν λευκώ». Δηλαδή ο πράκτορας

διατηρεί το δικαίωμα να περιορίσει ή να καταργήσει εντελώς το όριο αυτό, αρκεί να ειδοποιήσει χωρίς καμία καθυστέρηση τον πωλητή. Είναι αυτονόητο ότι οι φορτώσεις που έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι την ημερομηνία που ο πωλητής θα λάβει την ειδοποίηση για τον περιορισμό ή την κατάργηση του ορίου δεν παύουν να καλύπτονται από το προϋφιστάμενο όριο. Για τις υπό προετοιμασία όμως παραγγελίες που αφορούν τον ίδιο (τον αγοραστή) δεν υπάρχει πλέον καμία κάλυψη αν το όριο έχει καταργηθεί (ή αν το νέο που έχει καθοριστεί είναι ανεπαρκές) και, κατά συνέπεια, θα πρέπει ο πωλητής να αποφασίσει αν θα αποστείλει τα εμπορεύματα στον εν λόγω αγοραστή με ίδιο κίνδυνο ή αν θα πρέπει να επιδιώξει τη διάθεσή τους σε κάποιον άλλο πελάτη.

Βέβαια, η χρήση της ευχέρειας αυτής του πράκτορα για περιορισμό ή κατάργηση ενός ορίου γίνεται μόνο όταν πληροφορηθεί δυσμενή ή αρνητικά στοιχεία για κάποιον αγοραστή π.χ έκδοση ακάλυπτων επιταγών, διαμαρτύρηση συναλλαγματικών, παύση ή σοβαρή καθυστέρηση πληρωμών.

Για να κατανοήσουμε πλήρως την έννοια του πιστωτικού κινδύνου και επομένως και την έκταση της ευθύνης που αναλαμβάνει ο πράκτορας είναι αναγκαίες και οι εξής διευκρινίσεις:

α) Ο πράκτορας καλύπτει μόνο τον κίνδυνο που απορρέει από την ενδεχόμενη αφερεγγυότητα των αγοραστών των εμπορευμάτων (με ορισμένες προϋποθέσεις και μέσα σε συγκεκριμένα όρια), αλλά δεν καλύπτει τον νομικό κίνδυνο. Αυτό σημαίνει ότι προϋπόθεση να αναλάβει τον πιστωτικό κίνδυνο ο πράκτορας είναι ότι η ασφαλιζόμενη απαίτηση πρέπει να είναι νομικά άψογη, δηλαδή να μην πάσχει από κανένα νομικό ελάττωμα.

Κατά συνέπεια, εάν ο παραλήπτης του εμπορεύματος εγείρει ένσταση επικαλούμενος κακή εκτέλεση της παραγγελίας ή καθυστέρηση στην αποστολή των εμπορευμάτων ή έχει ένσταση συμψηφισμού κτλ., τότε καταρχήν αίρεται η υποχρέωση του πράκτορα να καταβάλει από τα ίδια διαθέσιμα το ισόποσο της αντίστοιχης απαίτησης. Γεννιέται βέβαια, τώρα το ερώτημα: Τι θα γίνει εάν ο αγοραστής από στρεψοδικία ή κακή πίστη και μόνο προβάλλει ενστάσεις που στη συνέχεια αποδεικνύονται τελείως αβάσιμες; Είναι ορθό να εξαρτάται η τόσο σημαντική για τους πελάτες της εταιρίας FACTORING, κάλυψη πιστωτικού κινδύνου από ενδεχόμενα αυθαίρετη συμπεριφορά του αγοραστή;

Οι «Ομοίομορφοι Κανόνες διεξαγωγής του διεθνούς FACTORING» που έχουν υιοθετηθεί από τα μέλη της μεγαλύτερης Διεθνούς Ενώσεως Εταιριών FACTORING F.C.I. (FACTOR CLAIM INTERNATIONAL) δίνουν μια ισορροπημένη λύση στο πρόβλημα αυτό, η οποία αποτελεί και τη χρυσή τομή μεταξύ των διαφορετικών συμφερόντων του πράκτορα και του πελάτη του. Σε περίπτωση,

δηλαδή, που κάποιος αγοραστής προβάλλει ένσταση, δεν αίρεται οριστικά, αλλά απλώς αναστέλλεται για ένα εύλογο χρονικό διάστημα η υποχρέωση του πράκτορα να αναλάβει τον πιστωτικό κίνδυνο. Έτσι, δίνεται η δυνατότητα στον πωλητή να αποδείξει το αβάσιμο της ένστασης (με την διαδικασία της διαιτησίας ή με δικαστική απόφαση) ή να προχωρήσει σε εξώδικο συμβιβασμό με τον οφειλέτη - αγοραστή, οπότε η κάλυψη που παρέχει ο πράκτορας ισχύει για το πόσο του συμβιβασμού.

Υπάρχουν όμως και εταιρίες, εκτός του παραπάνω δικτύου, που ακολουθούν αυστηρότερη πολιτική για τον πελάτη τους, δηλαδή γι' αυτές η έγερση ένστασης οδηγεί αυτόματα στην άρση της προστασίας του πελάτη τους απέναντι στον πιστωτικό κίνδυνο.

Ο πράκτορας δεν προστατεύει τον πελάτη του από το λεγόμενο «κίνδυνο χώρας» ή αλλιώς «πολιτικό κίνδυνο». Αυτό σημαίνει ότι αν κάποιος πελάτης ενός εξαγωγέα με έδρα χώρα «πολιτικού κινδύνου» (π.χ Ιράκ) εξοφλήσει την αξία ενός τιμολογίου καταβάλλοντας το αντίτιμό του στο εγχώριο νόμισμα, αλλά η Κεντρική Τράπεζα της χώρας αυτής λόγω ανεπάρκειας των συναλλαγματικών διαθεσίμων ή για άλλες αιτίες, δεν είναι σε θέση ή του έχει απαγορεύσει να μεταφέρει το ισόποσο του τιμολογίου σε ελεύθερο συνάλλαγμα στο εξωτερικό, τότε τη σχετική ζημία δε θα επωμιστεί ο πράκτορας αλλά ο πελάτης του εξαγωγέα. Εκτός, βέβαια, εάν αυτός έχει ασφαλιστεί απέναντι στον «κίνδυνο χώρας» με άλλον τρόπο π.χ μέσω του ΟΑΕΠ (Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων).

Για τους παραπάνω λόγους το FACTORING , βασικά δεν εφαρμόζεται για εξαγωγικές πωλήσεις στις λεγόμενες χώρες του Τρίτου Κόσμου.

♦ Πληροφορίες φερεγγυότητας νέων πελατών - Προστασία από τον πιστωτικό κίνδυνο

Ας υποθέσουμε ότι κάποιος πωλητής δέχεται μια πολύ ενδιαφέρουσα πρόταση συνεργασίας από κάποιο υποψήφιο πελάτη του με συμφέρουσες προϋποθέσεις (τιμή κτλ.) αλλά με όρο πληρωμής «ανοικτός λογαριασμός - τρίμηνος διακανονισμός», χωρίς δηλαδή κανενός είδους εξασφάλιση για τον πωλητή. Επειδή οι πληροφορίες που συγκεντρώνει ο πωλητής από διάφορες πηγές (από την αγορά ή από τράπεζες) δεν είναι συνήθως τέτοιες, ώστε να του παρέχουν τη βεβαιότητα ότι ο αγοραστής θα εξοφλεί έγκαιρα τις οφειλές του. Αντιμετωπίζει ο πωλητής το εξής δίλημμα: ή να προχωρήσει στο κλείσιμο συμφωνίας με τους όρους του αγοραστή αναλαμβάνοντας ο

ίδιος τον κίνδυνο της ενδεχόμενης αφερεγγυότητας αυτού ή να χάσει τον υποψηφίο πελάτη.

Ο πράκτορας εκτός από την παροχή πληροφοριών φερεγγυότητας προχωρεί ένα βήμα παραπάνω. Δηλαδή αν κρίνει επαρκή τη φερεγγυότητα του αγοραστή, προβαίνει στον καθορισμό κάποιου ορίου, μέσα στα πλαίσια του οποίου ο πωλητής μπορεί να διαθέσει εμπορεύματα «ανοικτά» στο νέο πελάτη του. Παράλληλα, έχει τη βεβαιότητα ότι θα εισπράξει οπωσδήποτε τις απαιτήσεις του είτε κανονικά από τον αγοραστή είτε, στην περίπτωση που ο τελευταίος βρεθεί σε οικονομική αδυναμία, από τον πράκτορα. Έτσι, προσφέρεται διέξοδος στο δίλημμα του πωλητή.

Στο σημείο αυτό αναδεικνύεται η υπεροχή του FACTORING απέναντι στις συνηθισμένες τραπεζικές υπηρεσίες, αφού ο πράκτορας δεν αρκείται στην παροχή γενικής φύσης και χωρίς ευθύνη πληροφοριών, αλλά ποσοτικοποιεί την εκτίμηση του για τη φερεγγυότητα του αγοραστή και αναλαμβάνει μέσα σε συγκεκριμένα πλαίσια τον πιστωτικό κίνδυνο. Είναι ευνόητο ότι εφόσον η φερεγγυότητα του υποψηφίου αγοραστή δεν κριθεί επαρκής από τον πράκτορα, δε θα καθοριστεί κανένα όριο, οπότε εναπόκειται στην ελεύθερη επιλογή του πωλητή αν θα συνεργαστεί με δικό του κίνδυνο με τον αγοραστή αυτόν ή αν θα αποφύγει οποιαδήποτε συνεργασία μαζί του, όπως η αρχή της εμπορικής σύνεσης επιβάλλει

◆ Διαχείριση απαιτήσεων

Ο όρος «διαχείριση» περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία- ειδικότερες υπηρεσίες:

α) Λογιστική παρακολούθηση

Ο πράκτορας ενεργεί όλες τις λογιστικές εγγραφές καταχωρίσεις κτλ., που συνδέονται με τις εκχωρημένες σ' αυτόν απαιτήσεις, πράγμα που έχει συνέπεια να αποσυμφορηθεί ο φόρτος εργασίας του Λογιστηρίου των πελατών του. Έτσι ο πελάτης μιας εταιρίας FACTORING με 70, ας υποθέσουμε, αγοραστές- πελάτες δεν είναι υποχρεωμένος να τηρεί 70 υπομερίδες για την παρακολούθηση πληρωμών, υπολοίπων, περιθωρίων από καθορισμένα όρια κτλ., των πελατών του αλλά μόνο ένα λογαριασμό, που δεν είναι άλλος από τον ανοικτό λογαριασμό με την εταιρία FACTORING. Ανάλυση του λογαριασμού αυτού κατά αγοραστή καθώς και όλα τα παραπάνω στοιχεία παρέχονται με τη μορφή μηχανογραφημένων καταστάσεων από τον πράκτορα σε τακτά χρονικά διαστήματα. Παράλληλα οι πράκτορες χάρη στο πολύ προηγμένο μηχανογραφικό σύστημα που χρησιμοποιούν είναι σε θέση να εφοδιάσουν τον πελάτη τους με

διάφορα στατιστικά στοιχεία που προσφέρουν αντικειμενική βάση για την κατάλληλη διαμόρφωση της εμπορικής πολιτικής μιας επιχείρησης. Η υπηρεσία αυτή τις λογιστικής παρακολούθησης έχει ιδιαίτερη σημασία για τις Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις που, όπως έχουν αποδείξει σχετικές έρευνες, αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα στην οργάνωση του λογιστηρίου τους και δεν είναι σε θέση να διατηρούν οργανωμένο λογιστήριο που απαιτεί έμπειρο και επομένως υψηλόμισθο προσωπικό.

Βέβαια, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η υπηρεσία της μορφής αυτής χάνει διεθνώς έδαφος τα τελευταία χρόνια, γιατί οι εξελίξεις στον τομέα της πληροφορικής έχουν καταστήσει δυνατή την κάλυψη των αναγκών του λογιστηρίου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων χρησιμοποιώντας προσωπικούς υπολογιστές με χαμηλό κόστος και τρόπο αξιόπιστο, πολύ περισσότερο αφού υπάρχει δυνατότητα απευθείας σύνδεσης μεταξύ της εταιρίας FACTORING και του πελάτη που εξασφαλίζει την άμεση παρακολούθηση πληρωμής των τιμολογίων κτλ.

◆ Είσπραξη

Η εργασία της είσπραξης απαιτήσεων διαφόρων κατηγοριών (συναλλαγματικών, φορτωτικών κτλ.), αποτελεί μια συνηθισμένη τραπεζική υπηρεσία. Η ιδιαιτερότητα του FACTORING συνίσταται στο ότι ο ρόλος του πράκτορα δεν περιορίζεται στη διαβίβαση σχετικών με την απαίτηση αξιόγραφων ή παραστατικών εγγράφων στην τράπεζα του οφειλέτη και την αποστολή στον τελευταίο ειδοποιητηρίου ή οχλήσεων σε περίπτωση μη εμπρόθεσμης πληρωμής. Επιπλέον, ο πράκτορας σε συνεννόηση πάντοτε με τον πελάτη του, που επιβαρύνεται και με τα σχετικά έξοδα, εξαντλεί όλα τα στάδια των εξώδικών και δικαστικών ενεργειών μέχρι την τελική είσπραξη της απαίτησης εκτιμώντας, βέβαια, τα δεδομένα και τις προοπτικές κάθε υπόθεσης χωριστά. Το έργο αυτό αναθέτουν οι πράκτορες είτε σε ειδικά τμήματα τους στελεχωμένα με εξειδικευμένους δικηγόρους είτε σε θυγατρικές ή συνεργαζόμενες εταιρίες που έχουν αποκλειστικό αντικείμενο δραστηριότητας την είσπραξη καθυστερημένων ή επισφαλών απαιτήσεων και των οποίων η αμοιβή κλιμακώνεται ανάλογα με το ποσοστό είσπραξης που τελικά θα επιτύχουν (συνήθως 1-10%).

◆ Διεξαγωγή αλληλογραφίας και ρύθμιση θεμάτων που αναφύονται σχετικά με τις εκχωρούμενες στον πράκτορα απαιτήσεις.

Εάν προκύψει κάποιο πρόβλημα π.χ λόγω καθυστερημένης άφιξης του εμπορεύματος στον τόπο προορισμού ή λόγω παραλαβής ελαττωματικών εμπορευμάτων, με τις σχετικές συνεννοήσεις, αλληλογραφία κτλ., θα επιφορτιστούν οι αρμόδιοι υπάλληλοι της εταιρίας FACTORING, στην βάση βέβαια προηγούμενων συνεννοήσεων με τον πελάτη τους.

Για να είναι σε θέση να προσφέρουν την υπηρεσία αυτή, οι εταιρίες FACTORING διαθέτουν, όπως είναι φυσικό, προσωπικό με γνώσεις και πείρα σε θέματα εμπορικών συνηθειών και πρακτικών κανόνων διαιτησίας κτλ.

♦ Παροχή συμβουλών MARKETING και υπόδειξη νέων πελατών

Η υπηρεσία της παροχής συμβουλών MARKETING που έχει ενταχθεί τα τελευταία χρόνια στη δέσμη των υπηρεσιών που προσφέρουν οι εταιρίες FACTORING είναι ιδιαίτερα σημαντική για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (κυρίως για τις εξαγωγικές), που δεν έχουν την πολυτέλεια να διαθέτουν οργανωμένο τμήμα MARKETING.

Οι εταιρίες FACTORING λόγω της φύσης της δραστηριότητας τους, έχουν καθολική εικόνα των διαφόρων επιχειρηματιών κλάδων, αλλά και διαθέτουν τμήματα MARKETING με εξειδικευμένα στελέχη έτσι ώστε να είναι σε θέση να παρέχουν χρήσιμες συμβουλές και πληροφορίες στους ενδιαφερόμενους, εξαγωγείς κυρίως, σχετικά με την προβλεπόμενη ζήτηση των προϊόντων τους, τον υφιστάμενο ανταγωνισμό, τα κανάλια διάθεσης, τα κατάλληλα διαφημιστικά μέσα, τις τελωνειακές διαδικασίες που ισχύουν, τα συναλλακτικά ήθη κτλ. Κατά περίπτωση ορισμένες εταιρίες FACTORING, κυρίως μέσω συγγενών εταιριών, αναλαμβάνουν την εκπόνηση ερευνών αγοράς ή την κατάρτιση μελετών σκοπιμότητας. Τέλος πρέπει να αναφερθεί η δυνατότητα των εταιριών FACTORING να υποδεικνύουν στους πελάτες ενδεχόμενους αγοραστές των προϊόντων τους δηλαδή επιχειρήσεις που έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον για τα προϊόντα της κατηγορίας που παράγει ή εμπορεύεται ο πελάτης τους. Βέβαια ανάλογες πληροφορίες δίνουν και επιμελητήρια, ο Οργανισμός Προώθησης Εργασιών, Τμήματα MARKETING Τραπεζών κτλ., που εκδίδουν μάλιστα πολλές φορές και δελτία για τη ζήτηση προϊόντων από το εξωτερικό. Αλλά και εδώ η καθοριστική διαφορά του FACTORING είναι ότι οι πράκτορες δεν περιορίζονται στην υπόδειξη νέων πελατών, αλλά προχωρώντας ένα βήμα παραπέρα παρέχουν στον πελάτη τους και μια ποσοτική ένδειξη για τη φερεγγυότητα τους. Έτσι, ο συνεργαζόμενος με μια εταιρία FACTORING πωλητής διαθέτει μια συγκεκριμένη βάση

διαπραγματεύσεως με τους νέους πελάτες του, γνωρίζει δηλαδή μέχρι πιο σημείο μπορεί να αποδεχτεί παραγγελίες από αυτούς, με βραχυπρόθεσμη προθεσμία πληρωμής, χωρίς να ζητήσει κάποιου είδους εξασφάλιση (π.χ ενέγγυο πίστωση ή έστω μεταχρονολογημένη επιταγή), αφού τον κίνδυνο αδυναμίας να πληρωθούν τα τιμολόγια τον καλύπτει ο πράκτορας.

Τέλος θα μπορούσαμε να επισημάνουμε ότι οι διάφορες υπηρεσίες FACTORING προσφέρονται μεμονωμένα από ορισμένους ασφαλιστικούς και τραπεζικούς οργανισμούς. Αυτό όμως που συνιστά την ιδιαιτερότητα του FACTORING είναι η προσφορά όλων αυτών των υπηρεσιών από ένα μόνο φορέα.

1.4 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του FACTORING

1.4.1 Πλεονεκτήματα για τον πωλητή

α) Πληρέστερη κάλυψη των αναγκών του σε ρευστότητα

Το FACTORING είναι ένας μηχανισμός μετατροπής των τιμολογιακών απαιτήσεων του πωλητή σε μετρητά. Η υπηρεσία αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική για τις νέες επιχειρήσεις που διαθέτουν ένα δυναμικό και ανταγωνιστικό προϊόν, αλλά τα ίδια χρηματικά τους μέσα είναι ανεπαρκή για να ανταποκριθούν στις διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες τους σε κεφάλαιο κίνησης, που απορρέουν από τον ταχύτατα ανερχόμενο κύκλο εργασιών τους. Η πρόσβαση των επιχειρήσεων αυτών στο παραδοσιακό τραπεζικό σύστημα είναι δύσκολη και τα χρηματοδοτικά όρια που τυχόν θα καθορίσουν οι τράπεζες είναι συνήθως πολύ κατώτερα από τα επίπεδα εκείνα που θα επέτρεπαν την άνετη εξυπηρέτηση των αναγκών τους

Το πρόβλημά αυτό, η επίλυση του οποίου αποτελεί και αίτημα που τίθεται πειστικά από τους φορείς των επιχειρηματικών συμφερόντων, έχει τις ρίζες στην εφαρμογή από τις τράπεζες των λεγομένων τραπεζικών κριτηρίων με βάση τα οποία αντιμετωπίζουν τα χρηματοδοτικά αιτήματα των πελατών τους. Τα κριτήρια αυτά συνίστανται κυρίως στην αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας της πελατείας με βάση απολογιστικά οικονομικά στοιχεία, δηλαδή οικονομικά δεδομένα που ανάγονται στο παρελθόν. Πέρα από αυτό οι τράπεζες δεν είναι πάντα πρόθυμες να αναπροσαρμόζουν σε συχνά χρονικά διαστήματα τις χρηματοδοτικές γραμμές των πιστούχων τους, δηλαδή να τις εναρμονίζουν με τις ανάγκες του κύκλου εργασιών τους που επεκτείνεται συνεχώς. Όπως είναι γνωστό, οι τράπεζες προβαίνουν συνήθως σε ανανέωση ή αύξηση των πιστοληπτικών ορίων

των πελατών τους στο τέλος κάθε έτους, αφού εξετάσουν διάφορες οικονομικές καταστάσεις και στοιχεία που προσκομίζουν οι τελευταίοι, όπως Ισολογισμό, Ταμειακό Πρόγραμμα κτλ.

Αντίθετα με την παραπάνω πολιτική των τραπεζών που επιβάλλεται από τις αρχές της επιχειρηματικής σύνεσης, οι εταιρίες FACTORING λαμβάνουν, κυρίως, υπόψη τους τη φερεγγυότητα των πελατών του πωλητή και δυναμικά οικονομικά χαρακτηριστικά, όπως την ανταγωνιστικότητα του προϊόντος, την ποιότητα παραγωγής, το επιχειρηματικό ήθος, την ικανότητα κτλ. Αυτή ακριβώς η μεταφορά του κέντρου βάρους, κατά την επεξεργασία των χρηματοδοτικών αιτημάτων των πελατών τους, από τα παραδοσιακά τραπεζικά κριτήρια στην πιστοληπτική ικανότητα των αγοραστών (πελατών του πιστούχου) καθιστά δυνατό να στηρίζουν διαρκώς την ανοδική πορεία του τζίρου των πελατών τους αφού το όριο που καθορίζεται, σε μια πολύ απλή διαδικασία και μέσα σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα (συνήθως 1-3 ημέρες), ανά αγοραστή, εντάσσεται αυτόματα στο συνολικό ύψος της χρηματοδότησης αυτών. Εδώ λοιπόν προβάλλει ανάγλυφη μια βασική διαφορά του FACTORING από τις αντίστοιχες τραπεζικές εργασίες. Ενώ δηλαδή οι τράπεζες αναπροσαρμόζουν τα όρια των πελατών τους σε αραιά, συνήθως ετήσια, διαστήματα, στην περίπτωση του FACTORING η αναπροσαρμογή αυτή αποτελεί μια τρέχουσα διαδικασία που πραγματοποιείται με έναν πολύ ευέλικτο τρόπο.

Επίσης το FACTORING συμβάλλει να ικανοποιηθούν πληρέστερα οι ανάγκες της πελατείας του σε ρευστότητα και με έναν άλλο τρόπο και συγκεκριμένα με τη διατήρηση ανέπαφων των καθορισμένων από τις τράπεζες πιστοληπτικών ορίων τους, αφού τα κεφάλαια που αντλεί μέσω του γνήσιου FACTORING ο πωλητής δεν συμψηφίζονται με τα εν λόγω όρια. Έτσι, τα όρια αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την κάλυψη άλλων αναγκών τους, όπως π.χ δημιουργία αποθεμάτων για να αντιμετωπίσουν ταχύτερα τις παραγγελίες των πελατών ή να αξιοποιήσουν κάποια ευνοϊκή εξέλιξη στις τιμές (για αυτό το λόγω, όπως είδαμε, οι τράπεζες συνεργάζονται συχνά με εταιρίες FACTORING, στις οποίες και συστήνουν δικούς τους πελάτες).

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι το FACTORING συμπληρώνοντας αλλά και εν μέρει ανταγωνιζόμενο την τραπεζική χρηματοδότηση διευρύνει σημαντικά τις δυνατότητες άντλησης χρηματοδοτικών πόρων, κυρίως από την πλευρά των νέων επιχειρήσεων που χαρακτηρίζονται από ανεπαρκή κεφάλαια αλλά και αξιόλογες αναπτυξιακές προοπτικές.

β) Προστασία από τον κίνδυνο ζημιών λόγω επισφαλών απαιτήσεων

Η ιδιότητα του FACTORING να παρέχει προστασία στον πωλητή από τον κίνδυνο της αφερεγγυότητας των πελατών του (μέσα σε συγκεκριμένα, βέβαια, όρια και με ορισμένες προϋποθέσεις) είναι ιδιαίτερα σημαντική για εκείνες τις επιχειρήσεις που, σύμφωνα με τις υφιστάμενες εμπορικές συνήθειες, διαθέτουν τα προϊόντα τους με πίστωση σ' ένα συγκεκριμένο κλάδο ευαίσθητο στις διακυμάνσεις της οικονομικής συγκυρίας (όπως π.χ είναι ο νευραλγικός για τις ελληνικές εξαγωγές κλάδος των έτοιμων ενδυμάτων).

Ζωηρή ζήτηση για αυτή την υπηρεσία παρατηρείται σε περίοδο οικονομικής ύφεσης, αφού ραγδαία υποτίμηση της αξίας ενός τόσο σημαντικού στοιχείου του ενεργητικού μιας επιχείρησης, όπως εκείνου που αντιπροσωπεύουν οι απαιτήσεις της έναντι των πελατών της, μπορεί να κλονίσει ακόμη και μια υγιή επιχείρηση ή και να απειλήσει την ύπαρξή της.

Μην ξεχνάμε ότι το FACTORING πυροδοτήθηκε σε φάσεις οικονομικής ύφεσης, όπως π.χ στις δύο πετρελαϊκές κρίσεις, ενώ την πρώτη φάση άνθησης το μοντέρνο FACTORING γνώρισε στις ΗΠΑ την περίοδο της Μεγάλης Ύφεσης της δεκαετίας του '30.

γ) Αξιοποίηση εκπτώσεων

Το σοβαρό αυτό πλεονέκτημα (δηλαδή η αξιοποίηση των εκπτώσιμων προνομίων που έχουν καθιερωθεί σ' έναν κλάδο), που η αξιοποίηση του μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στη βελτίωση της αποδοτικότητας μιας επιχειρηματικής μονάδας, είναι ένας από τους κυριότερους λόγους που ωθεί μια επιχείρηση να συνεργαστεί με μια εταιρία FACTORING. Το κίνητρο μάλιστα αυτό είναι τόσο ισχυρότερο όσο υψηλότερα είναι τα καθιερωμένα ποσοστά εκπτώσεων.

Όπως γίνεται αντιληπτό, η δυνατότητα άντλησης οφέλους από τις εμπορικές εκπτώσεις σε περίπτωση εξόφλησης των τιμολογίων τοις μετρητοίς συνδέεται άμεσα με τη βελτίωση της ρευστότητας μιας επιχείρησης, που εξασφαλίζεται χάρη στη συνεργασία της με έναν πράκτορα (άμεση είσπραξη τιμολογίων). Το πλεονέκτημα αυτό μπορεί να αξιοποιηθεί με δύο τρόπους, δηλαδή:

γ1) με την πληρωμή των τιμολογίων των προμηθευτών (σε πρώτες ύλες, ημικατεργασμένα ή έτοιμα προϊόντα) μέσα στα καθορισμένα για την παροχή της έκπτωσης χρονικά όρια (5-10 μέρες από την έκδοση του τιμολογίου συνήθως). Ας υποθέσουμε ότι εφόσον τα τιμολόγια εξοφληθούν μέσα σε δέκα ημέρες από την έκδοσή τους, η έκπτωση ανέρχεται σε 3%. Στην περίπτωση όμως που εξοφληθούν μέσα σε τριάντα ημέρες, τότε καταβάλλεται το καθαρό ποσό του

τιμολογίου χωρίς έκπτωση. Είναι εύκολο, στην περίπτωση αυτή, να υπολογίσουμε με βάση τον παρακάτω τύπο το όφελος που προκύπτει για τον πωλητή. Αυτό το όφελος αναγόμενο σε ετήσιο ποσοστό ανέρχεται σε 55,6%, δηλαδή υπεραντισταθμίζει το χρηματοδοτικό κόστος (επιτόκιο προεξόφλησης των τιμολογίων) και αφήνει ένα αξιόλογο θετικό υπέρ του πωλητή υπόλοιπο που αυξάνει το περιθώριο κέρδους του.

Το ποσοστό αυτό προκύπτει από τον τύπο:

$$\frac{T * 100 * 360}{X * K} = \frac{30.000 * 100 * 360}{20 * 970.000} = \frac{1.080.000.000}{19.400.000} = 55,6\%$$

όπου T= ο τόκος, δηλαδή στην προκειμένη περίπτωση το ποσό της έκπτωσης = 30.000 (3% επί 1.000.000), χ= ο χρόνος σε ημέρες δηλαδή στο παράδειγμα 20 (30-10), K= το κεφάλαιο, δηλαδή το ποσό του τιμολογίου μείον την έκπτωση (δηλαδή αν το ποσό του τιμολογίου είναι 1.000.000 δρχ και η έκπτωση 3%, θα έχουμε K= 1.000.000-30.000 = 970.000).

γ2) με την αποφυγή του κόστους που αντιπροσωπεύει η παροχή έκπτωσης εκ μέρους του πωλητή προς τους πελάτες του, αφού αυτός, χάρη στη συνεργασία με τον πράκτορα, δεν έχει λόγο να προσπαθήσει να δελεάσει, με την παραχώρηση υψηλού ποσοστού έκπτωσης, τους αγοραστές των προϊόντων του για να εξοφλήσουν τοις μετρητοίς τα τιμολόγια τους.

Το σχετικό όφελος του πωλητή υπολογίζεται με τον τρόπο που περιγράφηκε παραπάνω.

δ) Δυνατότητα μαζικών αγορών

Εκτός από τα παραπάνω πρέπει να ληφθεί υπόψη και η δυνατότητα που εξασφαλίζει το FACTORING στον πωλητή να προμηθεύεται, χάρη στη βελτιωμένη ρευστότητα του, μαζικά πρώτες ύλες κτλ., επιτυγχάνοντας έτσι χαμηλότερες τιμές και επομένως και μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους.

ε) Λογιστική ενημερότητα του πωλητή - εξοικονόμηση κόστους λειτουργίας του λογιστηρίου - μετατροπή πάντων εξόδων σε μεταβλητά.

Η συνεργασία μιας επιχείρησης με εταιρία FACTORING στον τομέα της διαχείρισης των απαιτήσεων της παρέχει τη δυνατότητα:

* Να έχει μια πλήρως ενημερωμένη εικόνα του συνόλου των συναλλαγών του με τους πελάτες του χάρη στις μηχανογραφημένες

καταστάσεις που περιοδικώς του διαβιβάζει ο πράκτορας και που αναφέρονται σε ένα ευρύ φάσμα στοιχείων κατάλληλα επεξεργασμένων και ταξινομημένων όπως π.χ εξοφλημένα και απλήρωτα τιμολόγια, υπόλοιπα οφειλών, περιθώρια από εγκεκριμένα όρια κατά αγοραστή, τιμολόγια με εκκρεμότητες (π.χ υποβολή ένστασης) κτλ.

* Να ακολουθεί μια ευέλικτη και προσαρμοσμένη στα εκάστοτε δεδομένα πολιτική πωλήσεων με βάση τρέχοντα και επεξεργασμένα στοιχεία (στατιστική πωλήσεων) που τον εφοδιάζει, σύμφωνα με ειδική συμφωνία, ο πράκτορας. Τέτοια στοιχεία μπορεί να είναι π.χ η διαχρονική εξέλιξη των πωλήσεων κατά διανομέα, περιοχή, είδος εμπορεύματος κτλ.

* Να επιλύει, χάρη στην επαγγελματική μεσολάβηση του πράκτορα και με το μικρότερο δυνατό κόστος και απασχόληση, τυχόν προβλήματα που δημιουργούνται στις εμπορικές σχέσεις του με πελάτες του (π.χ λόγω καθυστερημένης άφιξης των εμπορευμάτων, ενδεχόμενης ελαττωματικότητάς τους κ.α.) με βάση βέβαια, οδηγίες που δίνει ο ίδιος, αφού αυτός φέρει και την ευθύνη απέναντι στους πελάτες του.

Ακόμη ο πωλητής είναι βέβαιος ότι αποστέλλονται κανονικά οι απαιτούμενες οχλήσεις στους πελάτες του που καθυστερούν την πληρωμή, αφού οι σχετικές επιστολές καταρτίζονται αυτόματα από τον ίδιο τον πράκτορα.

Η ανάθεση εξάλλου, στον πράκτορα της λογιστικής παρακολούθησης των εκχωρούμενων απαιτήσεων του, απασχολεί τον πωλητή από σημαντικό κόστος που συνδέεται με τη λειτουργία του λογιστηρίου του, π.χ λόγω μείωσης του απασχολούμενου προσωπικού αλλά και των γενικών εξόδων (γραφικής ύλης, τηλεφωνικών εξόδων κτλ.). Επίσης, η ανάληψη από τον πράκτορα της διαχείρισης των απαιτήσεων του πελάτη σημαίνει υποκατάσταση δαπανών μισθοδοσίας προσωπικού, δηλαδή πάγιου κόστους από τη διαχειριστική προμήθεια που καταβάλλεται στον πράκτορα (ένα ποσοστό στο ποσό των τιμολογίων), δηλαδή ένα κόστος που μεταβάλλεται ανάλογα με τον κύκλο εργασιών.

στ) Βελτίωση των διαρθρωτικών σχέσεων του Ισολογισμού.

Τα χρήματα που αντλεί ο πελάτης με την προεξόφληση των τιμολογίων του από την εταιρία FACTORING δε θεωρούνται από νομική άποψη, αλλά ούτε είναι ουσιαστικά χρηματοδότηση, αφού λείπει, στην περίπτωση του γνήσιου FACTORING, το βασικό στοιχείο της εργασίας αυτής, η υποχρέωση δηλαδή του χρηματοδοτούμενου να

επιστρέψει τα χορηγούμενα ποσά. Αυτό σημαίνει ότι το προϊόν της προεξόφλησης των τιμολογίων δεν εμφανίζεται ως υποχρέωση της επιχείρησης στο παθητικό του ισολογισμού, δηλαδή το FACTORING είναι μια εξωϊσολογιστική εργασία (OFF - BALANCE SHEET TRANSACTION).

Πρέπει να σημειώσουμε ότι η βελτίωση της εικόνας του ισολογισμού τους είναι κάτι που ενδιαφέρει ζωηρά πολλές επιχειρήσεις, αφού έχει αποτέλεσμα και τη βελτίωση της πιστοληπτικής ικανότητάς τους και άρα, έμμεσα, μέσω καθορισμού από τις τράπεζες υψηλότερων χρηματοδοτικών ορίων, και της ρευστότητάς τους.

ζ) Επέκταση των πωλήσεων - το FACTORING σαν όργανο MARKETING

Ένας βασικός τρόπος για να προωθήσει μια οικονομική μονάδα τον κεντρικό στόχο της (μεγιστοποίηση των κερδών) είναι να επεκτείνει τις πωλήσεις της, δηλαδή να αυξήσει τη σχέση πωλήσεις / ίδια κεφάλαια. Η αύξηση όμως του κύκλου εργασιών της είναι συνάρτηση της ανταγωνιστικότητάς της. Ένα σημαντικό στοιχείο ανταγωνιστικότητας σε μια ελεύθερη οικονομία είναι οι όροι πληρωμής που προσφέρονται στην πελατεία, π.χ. πίστωση σε ανοικτό λογαριασμό, άνοιγμα ενέγγυου πιστώσεως, αποδοχή συναλλαγματικής, έναντι φορτωτικών τοις μετρητοίς.

Η συνεργασία μιας επιχείρησης με μια εταιρία FACTORING της επιτρέπει να παρέχει στους πελάτες της τον πιο ευνοϊκό από τους παραπάνω τρόπους πληρωμής των πωλούμενων εμπορευμάτων, δηλαδή την πίστωση σε ανοικτό λογαριασμό, χωρίς όμως να εκτίθεται η ίδια σε πιστωτικό κίνδυνο, αφού ο πράκτορας έχει ασφαλίσει την απαίτησή της. Έχουμε δηλαδή ένα συνδυασμό της εξασφάλισης της πληρωμής (δηλαδή μια υπηρεσία υπέρ του πωλητή ανάλογη εκείνης που παρέχει η ενέγγυος πίστωση) με τη χορήγηση του αγοραστή προθεσμίας για την εξόφληση του τιμολογίου του.

Χωρίς τη στήριξη του θεσμού του FACTORING ο πωλητής θα ήταν, κατά κανόνα, υποχρεωμένος, για να μην επωμιστεί τον πιστωτικό κίνδυνο, να αξιώσει από τον υποψήφιο πελάτη άνοιγμα ενέγγυου πιστώσεως ή έκδοση εγγυητικής επιστολής ακόμη και πληρωμή της μετρητοίς. Τότε όμως είναι πιθανό ότι ο εν λόγω δυνητικός πελάτης θα προσέφευγε στον ανταγωνισμό. Η μόνη εναλλακτική δυνατότητα για μη χαθεί ο πελάτης αυτός θα ήταν η ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον ίδιο τον πωλητή, είναι όμως γνωστό ότι οι αρχές της επιχειρηματικής σύνεσης επιβάλλουν να μην υπερβαίνει η έκθεση σε τέτοιου είδους κινδύνους κάποιά εύλογα όρια που προσδιορίζονται από ορισμένους παράγοντες, όπως π.χ., το ύψος των ιδίων κεφαλαίων. Δεν

πρέπει εξάλλου να μας διαφεύγει .ότι σπάνια οι ελληνικές επιχειρήσεις διαθέτουν εξειδικευμένα στελέχη που είναι σε θέση να εκτιμήσουν με επαγγελματικό τρόπο την πιστοληπτική ικανότητα μιας επιχειρηματικής μονάδας και συγκεκριμένα, του αγοραστή - οφειλέτη.

Ένας άλλος τρόπος με τον οποίο ο πράκτορας συντελεί στην προώθηση των πωλήσεων του πελάτη του, ιδίως όταν πρόκειται για δυναμική επιχείρηση με ανταγωνιστικό προϊόν, είναι η υπόδειξη νέων δυνητικών πελατών. Αυτή η υπηρεσία έχει ξεχωριστό ενδιαφέρον για τους εξαγωγείς και βέβαια παρέχεται και από άλλους φορείς, όπως επιμελητήρια κτλ. Η διαφορά στην περίπτωση του FACTORING που συνιστά το βασικό στοιχείο υπεροχής του και το έχει αναδείξει σε πρώτης τάξης μέσω MARKETING είναι, όπως ήδη τονίσαμε, ότι ο πράκτορας πλαισιώνει τα στοιχεία των δυνητικών πελατών με ποσοτικές ενδείξεις για την πιστοληπτική τους ικανότητα. Αυτές αποτελούν ταυτόχρονα και τα ανώτατα όρια μέσα στα οποία μπορεί ο πωλητής να προχωρήσει άμεσα σε κλείσιμο συμφωνίας για πωλήσεις επί πιστώσει, χωρίς ο ίδιος να αναλαμβάνει κινδύνους.

η) Δυνατότητα προγραμματισμού χρηματικών εισροών.

Η προεξόφληση των τιμολογίων σε συγκεκριμένες ημερομηνίες και ο καθορισμός συγκεκριμένων χρονικών σημείων για την καταβολή του αντίτιμου των τιμολογίων που δε θα εξοφληθούν από τους οφειλέτες (γνήσιο FACTORING), εξασφαλίζει μια βασική προϋπόθεση για την κατάρτιση ενός ταμειακού προγράμματος με ελαχιστοποιημένες αποκλίσεις από τα πραγματικά στοιχεία. Έτσι, αποδεσμεύονται άτοκα ρευστά διαθέσιμα και χρηματοδοτικοί πόροι που θα ήταν απαραίτητοι για την κάλυψη των κενών που θα προέκυπταν από τη χρονική υστέρηση στην πραγματοποίηση των εισπράξεων. Από την άλλη μεριά με τη δυνατότητα προγραμματισμού των εισροών της βελτιώνεται ουσιαστικά η ικανότητα μιας επιχείρησης να ανταποκρίνεται έγκαιρα στις υποχρεώσεις τις που είναι μια «εκ των ουκ άνευ» προϋπόθεση για τη διατήρηση του κύρους της στην αγορά.

θ) Απλή τεκμηρίωση (DOCUMENTATION) και διαδικασία.

Τα δικαιολογητικά που υποβάλλονται στον πράκτορα από τον πελάτη του για τη λήψη προκαταβολών και την ενεργοποίηση της ασφαλιστικής κάλυψης είναι, κατά κανόνα, ένα αντίγραφο τιμολογίου ως παραστατικού για την εκχωρούμενη απαίτηση και κατά περίπτωση, ένα αντίγραφο της σχετικής φορτωτικής, ώστε να αποδεικνύεται ότι ο πωλητής έχει εκπληρώσει τις συμβατικές υποχρεώσεις του. Αντίθετα, στην περίπτωση π.χ., εκτέλεσης μιας ενέγγυου πιστώσεως απαιτείται, συνήθως, η προσκόμιση ολόκληρης σειράς φορτωτικών εγγράφων,

που θα πρέπει να ανταποκρίνονται στους πολύπλοκους μερικές φορές όρους της ενέγγυου πιστώσεως.

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι επαναστατικές εξελίξεις στον τομέα της πληροφορικής έχουν οδηγήσει στην ηλεκτρονική αυτοματοποίηση των συναλλαγών μεταξύ του πράκτορα και του πελάτη του και επομένως και στην ελαχιστοποίηση του λειτουργικού κόστους για τη διεκπεραίωση της εργασίας αυτής. Αυτό ενδιαφέρει ιδιαίτερα τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον.

1) Αφοσίωση του επιχειρηματία στα κύρια καθήκοντα του.

Η απαλλαγή ενός επιχειρηματία από το βάρος της απασχόλησης με διαδικαστικά θέματα, από την αξιολόγηση της φερεγγυότητας και την παρακολούθηση της οικονομικής κατάστασης των πελατών κτλ., του επιτρέπει να επιδοθεί απερίσπαστος στην κύρια αποστολή του για την εκτέλεση της οποίας είναι και ο καταλληλότερος, δηλαδή την προσέλκυση των πελατών, τη βελτίωση του προϊόντος του, την ανάπτυξη της προσφοράς του και τον εντοπισμό νέων ευκαιριών επιχειρηματικής δράσης κτλ.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω, μπορούμε να πούμε ότι ο θεσμός FACTORING με τις πολλές υπηρεσίες που προσφέρει στον πελάτη συντελεί αποφασιστικά στην προώθηση των στόχων μιας επιχείρησης, εφόσον, αυτή διαθέτει τις βασικές προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα, δηλαδή ικανή και δυναμική διοίκηση από τη μια μεριά και ανταγωνιστικό προϊόν από την άλλη.

Στην ανάλυση που προηγήθηκε έγινε προσπάθεια να υπογραμμιστεί ο δυναμικός - αναπτυξιακός χαρακτήρας του FACTORING, η συνθετικότητα των αναγκών που καλύπτει αλλά και ο ενεργός- συμβουλευτικός και όχι παθητικός ρόλος του πράκτορα.

Τέλος, πιστεύουμε πως έγινε σαφές ότι η αποτελεσματική αξιοποίηση όλων των πλεονεκτημάτων του FACTORING είναι δυνατή μόνο από επιχειρηματικές μονάδες που αναπτύσσονται δυναμικά.

Άλλωστε το εργαλείο αυτό έχει ειδικότερα σχεδιαστεί για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες των επιχειρήσεων αυτών.

1.4.2 Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες

α) Προσφορά μιας νέας, ευέλικτης και δυναμικής μορφής υπηρεσιών που επιτρέπει στις Τράπεζες να έλθουν σε επαφή με νέες κατηγορίες πελατών.

β) Ανάθεση στις τράπεζες πρόσθετων εργασιών από τους πελάτες που κάνουν χρήση του θεσμού FACTORING.

γ) Εξυγίανση του χαρτοφυλακίου χορηγήσεων των τραπεζών, λόγω αύξησης του ποσοστού των χρηματοδοτήσεων τους που στηρίζεται σε σωστά τραπεζικά κριτήρια και κατευθύνονται αποδεδειγμένα σε παραγωγικές δραστηριότητες.

δ) Αξιοποίηση του Αρχείου Πληροφοριών τους(ανταλλαγή πληροφοριών στη βάση αμοιβαιότητας).

ε) Μείωση του λειτουργικού κόστους των τραπεζών, δεδομένου ότι με την εξάπλωση του νέου αυτού θεσμού τα διάφορα αξιόγραφα και αποδεικτικά οφειλών (συναλλαγματικές, γραμμάτια, φορτωτικά έγγραφα) αντικαθίστανται σταδιακά με τιμολόγια. Έτσι περιορίζεται αντίστοιχα το κόστος των τραπεζών, επειδή μειώνεται η απασχόληση του προσωπικού τους για λεπτομερειακούς ελέγχους κτλ.

1.4.3 Πλεονεκτήματα για την ελληνική οικονομία

- Χρησιμοποίηση των χρηματοδοτήσεων για το σκοπό για τον οποίο χορηγούνται, δηλαδή αποφυγή διαρροής πιστώσεων σε ανεπιθύμητους (μη παραγωγικούς) σκοπούς, πράγμα που αποτελεί ένα μόνιμο πρόβλημα του ελληνικού πιστωτικού συστήματος και οδηγεί σε στρεβλώσεις.

- Εξυγίανση του κυκλώματος συναλλαγών με την υποκατάσταση των μεταχρονολογημένων επιταγών από την πίστωση σε ανοικτό λογαριασμό, πράγμα που καθιστά δυνατό η ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα.

- Πρωώθηση εξαγωγών σε χώρες όπου λειτουργεί ο θεσμός FACTORING .

- Εξυγίανση του χαρτοφυλακίου απαιτήσεων των ελληνικών επιχειρήσεων, χάρη στις πληροφορίες φερεγγυότητας που παρέχει πράκτορας και ορθολογίκευση της λειτουργίας τους, λόγω απαλλαγής τους από μια σειρά χρονοβόρες διαδικασίες που εκτελούνται κατά πολύ αποτελεσματικότερο τρόπο από τις εταιρίες FACTORING .

1.4.4 Μειονεκτήματα για τον πελάτη

α) Υποχρέωση εκχώρησης του συνόλου των απαιτήσεων του προμηθευτή στον πράκτορα.

Ο προμηθευτής δεν έχει την ευχέρεια να επιλέξει αυθαίρετα τις απαιτήσεις που θα εκχωρήσει (θα «πουλήσει») στον πράκτορα, δηλαδή δεν έχει τη δυνατότητα να μεταφέρει σ' αυτόν τους «κακούς» κινδύνους (απαιτήσεις κατά πελατών των οποίων αμφισβητείται η φερεγγυότητα) και να κρατήσει ή να διαθέσει με άλλο τρόπο τους «καλούς» κινδύνους (φερέγγυοι πελάτες). Επίσης είναι υποχρεωμένος να εκχωρήσει στον Factor όχι μόνο τις υφιστάμενες κατά την στιγμή υπογραφής της σχετικής σύμβασης απαιτήσεις αλλά και αυτές που θα προκύψουν μεταγενέστερα.

β) Η ρήτρα του ανεκχώρητου.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, πολλές μεγάλες επιχειρήσεις με σοβαρό μερίδιο στην αγορά (πολυκαταστήματα- αλυσίδες καταστημάτων κλπ.) επιβάλλουν στους προμηθευτές με βάση ρήτρα που περιλαμβάνεται στους «Γενικούς Όρους Συναλλαγών» του κλάδου τους απαγόρευση εκχώρησης.

Οι κυριότεροι λόγοι που επικαλούνται για να δικαιολογήσουν οι εν λόγω επιχειρήσεις την πρακτική τους αυτή είναι η πρόσθετη εργασία που προκαλεί στο Λογιστήριό τους οι μεταβολές στους δικαιούχους των πληρωμών και η αυξανόμενη πιθανότητα εξόφλησης κάποιου τιμολογίου προς τον ανοιχτό εκχωρητή(μη δικαιούχο), ιδιαίτερα κατά το μεταβατικό διάστημα από τη λήψη της αναγγελίας μέχρι την ενημέρωση του μηχανογραφικού αρχείου του οφειλέτη με τα στοιχεία του νέου εκχωρητή. Η καταβολή αυτή σε μη δικαιούχο δημιουργεί τον κίνδυνο διπλοπληρωμής και επομένως ζημίας του οφειλέτη στην περίπτωση που ο αρχικός εκχωρητής έχει στο μεταξύ πτωχεύσει ή αντιμετωπίζει σοβαρές οικονομικές δυσχέρειες.

Η τακτική αυτή ορισμένων εταιριών αποτελεί τροχοπέδη στην επέκταση των εργασιών του FACTORING και θα πρέπει να βρεθεί μια κοινά αποδεκτή αντιμετώπιση του θέματος αυτού.

γ) Υψηλό κόστος

Κατά το πρώτο στάδιο εφαρμογής του θεσμού στην Ευρώπη είχε θεωρηθεί το FACTORING σαν ένα δαπανηρό μέσο. Με την ένταση, όμως του ανταγωνισμού κατά τα τελευταία χρόνια αλλά και με την εφαρμογή από τις εταιρίες FACTORING ορθολογικών μεθόδων διεκπεραίωσης των εργασιών τους, έχουν συμπιεστεί τα εισπραττόμενα από τις εταιρίες FACTORING δικαιώματα. Είναι, βέβαια ευνόητο ότι ο προμηθευτής θα πρέπει να συνεκτιμήσει, κατά τη σύγκριση του

FACTORING με εναλλακτικούς θεσμούς από πλευράς κόστους, τα έξοδα που εξοικονομεί λόγω των υπηρεσιών που του προσφέρει ο Factor αλλά και τα σημαντικά πλεονεκτήματα του FACTORING , ορισμένα από τα οποία είναι δύσκολο να αποτιμηθούν σε χρήμα.

δ) Παρέμβαση τρίτου (Factor) στις σχέσεις μεταξύ δυο εμπορικών εταιριών (προμηθευτή και αγοραστή).

Από ορισμένους αντιπάλους του FACTORING προβάλλεται σαν μειονέκτημα του θεσμού αυτού η ανάγκη γνωστοποίησης των εμπορικών σχέσεων δυο συναλλασσόμενων σε ένα τρίτο καθώς και η παρέμβαση αυτού στις μεταξύ τους συναλλαγές, πράγμα που ενδέχεται να δυσαρεστήσει τον αγοραστή που πιθανώς να ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για τη διατήρηση του εμπιστευτικού χαρακτήρα των εμπορικών του σχέσεων. Το επιχείρημα αυτό που διατυπώνεται σε βάρος του FACTORING αποδυναμώνεται σε μεγάλο βαθμό αν ληφθούν υπόψη τα εξής:

α) Ο προμηθευτής που αποφασίζει να συνεργαστεί με εταιρίες FACTORING μπορεί να προβάλει ενδεχόμενη δυσαρέσκεια των πελατών (οι κατά των οποίων απαιτήσεις θα εκχωρηθούν στο Factor), εάν χειριστεί το θέμα με επιδεξιότητα, π.χ. αποστέλλει μια εγκύκλιο στους εν λόγω πελάτες, με την οποία θα τους ανακοινώνει την εκχώρηση των αντίστοιχων απαιτήσεων στον Factor και θα εξηγεί τους λόγους που τον οδήγησαν στην ενέργειά του αυτή καθώς και τα οφέλη που θα προκύψουν στη μεταξύ τους συνεργασία. Τα οφέλη αυτά δεν είναι ασήμαντα και συνίστανται, κυρίως, αφενός στη δυνατότητα που παρέχεται στον προμηθευτή να δέχεται μεγαλύτερες προθεσμίες εξόφλησης των τιμολογίων του από τον αγοραστή και αφετέρου στην τακτική και εμπρόθεσμη εκτέλεση των παραγγελιών του παραλήπτη των εμπορευμάτων που καθίσταται δυνατή χάρη στην ταμιακή άνεση του προμηθευτή.

β) Ο Factor αναλαμβάνει μεν τη διαχείριση και την είσπραξη των απαιτήσεων του προμηθευτή, δεν επεμβαίνει όμως, σε τυχόν αντιδικίες τους σχετικά με την ποσότητα, ποιότητα, ιδιότητες κλπ., του παραδοθέντος εμπορεύματος, περιορίζεται δηλαδή σε καθαρά μεσολαβητικό ρόλο και δεν αναμειγνύεται στις μεταξύ των εμπορικών εταιριών σχέσεις.

Τέλος, για λόγους πληρότητας της ανάλυσης κρίνουμε σκόπιμο να σημειώσουμε ότι κατά την πρώτη φάση λειτουργίας του FACTORING στην Ευρώπη μια εσφαλμένη πρακτική που ακολούθησαν οι ειδικοί Πιστωτικοί Οργανισμοί που ασχολήθηκαν με την εργασία αυτή είχε σαν συνέπεια τη δημιουργία προκαταλήψεων σε βάρος του FACTORING ,

που κατάλληλα εκμεταλλεύθηκαν οι ανταγωνιστές του για να δυσφημήσουν το νέο αυτό θεσμό. Συγκεκριμένα, σε μερικές χώρες εφαρμόστηκε αρχικά το λεγόμενο εμπιστευτικό FACTORING, δηλαδή γινόταν αναγγελία προς τους οφειλέτες της εκχώρησης των σε βάρος τους απαιτήσεων υπέρ των εταιριών FACTORING, μόνο όταν βρισκόταν στα πρόθυρα της χρεοκοπίας, με αποτέλεσμα να τροφοδοτείται η εντύπωση στην αγορά ότι στο θεσμό FACTORING καταφεύγουν μόνο οικονομικά αδύνατες επιχειρήσεις που δεν συγκέντρωναν τις προϋποθέσεις για τραπεζική χρηματοδότηση. Επίσης και οι διάφοροι πιστωτές (προμηθευτές - τράπεζες κλπ.), αντιμετώπιζαν τα πρώτα χρόνια με καχυποψία τις επιχειρήσεις που ακολουθούσαν την οδό του FACTORING δεδομένου ότι αυτές αποξενώνονταν από το κυριότερο, εφόσον επρόκειτο για εμπορικού χαρακτήρα μονάδες, στοιχείο του ενεργητικού τους (όπως είναι οι απαιτήσεις κατά πελατών) και επομένως τυχόν αναγκαστική εκτέλεση σε βάρος τους θα είχε πολύ περιορισμένες πιθανότητες επιτυχίας.

Με την πάροδο του χρόνου και ιδιαίτερα από τα μέσα της δεκαετίας του '70 και μετά, το ενδιαφέρον των προμηθευτών και κυρίως των εξαγωγέων επικεντρώθηκε, ενόψει της επιδείνωσης της ρευστότητας τους αλλά και των αυξανόμενων κινδύνων των εμπορικών συναλλαγών (ιδίως των διεθνών), στα πλεονεκτήματα του FACTORING (βελτίωση ρευστότητας, κάλυψη πιστωτικού κινδύνου κλπ.), ενώ παράλληλα παραμερίστηκαν οι παλιές προκαταλήψεις.

1.5 Κόστος του FACTORING

Το συνολικό κόστος του FULL - SERVICE FACTORING για τον πελάτη (που αντιστοιχεί στα έξοδα του πράκτορα) διακρίνεται σε τρεις βασικές κατηγορίες:

- α) το χρηματοδοτικό κόστος (τόκοι + προμήθεια χορήγησης).
- β) την προμήθεια (SERVICE CHARGE - COMMISSION - ADMINISTRATION CHARGE).
- γ) τα εφάπαξ δικαιώματα και έξοδα.

α) Χρηματοδοτικό κόστος

Οι τόκοι υπολογίζονται με βάση κυμαινόμενο επιτόκιο (συνήθως), οι βασικές συνιστώσες του οποίου είναι οι εξής:

α.1) Το κόστος άντλησης κεφαλαίων που διαθέτονται στον πελάτη.

Για χρηματοδοτήσεις σε συνάλλαγμα το κόστος αυτό συμπίπτει με το LIBOR (δηλαδή το επιτόκιο διατραπεζικών καταθέσεων στην Ευραγορά του Λονδίνου) αντίστοιχης προθεσμίας με εκείνη της

χρηματοδότησης (συνήθως τρίμηνης) και για το νόμισμα της χρηματοδότησης. Στην περίπτωση του εγχώριου FACTORING εφαρμόζεται το αντίστοιχο επιτόκιο της εγχώριας διαπραπτευτικής αγοράς.

α.2) Η δεύτερη συνιστώσα του επιτοκίου είναι το λεγόμενο SPREAD (περιθώριο) που αντιπροσωπεύει το ακαθάριστο όφελος των τραπεζών και των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και αναλύεται στα εξής επιμέρους στοιχεία:

α.3) Το λειτουργικό κόστος, ένα ποσοστό δηλαδή που καλύπτει τα λειτουργικά έξοδα, τα σχετικά με τις χρηματοδοτικές υπηρεσίες που παρέχονται στους πελάτες.

α.4) Το «ασφάλιστρο» για την κάλυψη του κινδύνου ζημιών λόγω επισφαλών απαιτήσεων. Εννοείται ότι το στοιχείο αυτό κόστους είναι ευθέως ανάλογο με τη φερεγγυότητα του πελάτη και τις εξασφαλίσεις που προσφέρει (στην περίπτωση του FACTORING εξαρτάται από την ποιότητα του εκχωρούμενου χαρτοφυλακίου των απαιτήσεων).

α.5) Το καθαρό κέρδος της εταιρίας FACTORING, δηλαδή ένα ποσοστό που κυμαίνεται ανάλογα με το ύψος της χρηματοδότησης και το συνολικό όφελος που αποκομίζει μια εταιρία FACTORING από έναν πελάτη.

Το SPREAD είναι σταθερό (για τα σκληρά νομίσματα 2-4 μονάδες), ενώ το «επιτόκιο βάσης» είναι κυμαινόμενο και αντιπροσωπεύει το κόστος άντλησης των κεφαλαίων.

Οι τόκοι υπολογίζονται, συνήθως, ανά τακτά διαστήματα με βάση το μέσο υπόλοιπο (υπολογιζόμενο σε τιμαριθμική βάση) του ανοικτού λογαριασμού μεταξύ πράκτορα και πελάτη, που χρεώνεται με τις προκαταβολές, τις προμήθειες κλπ., και πιστώνεται με το προϊόν των τιμολογίων που εισπράττονται. Ορισμένες εταιρίες FACTORING ακολουθούν την τακτική προείσπραξης του τόκου, δηλαδή παρακρατούν από το ποσό του τιμολογίου τον προεξοφλητικό τόκο κατά τη φάση της προεξόφλησης. Εδώ ο υπολογισμός στηρίζεται όχι μόνο στο επιτόκιο που κάθε φορά ισχύει αλλά και σε μια προκαθορισμένη προθεσμία πληρωμής των τιμολογίων που αρχίζει να μετράει κατά κανόνα από την ημερομηνία της προεξόφλησης και που για τον καθορισμό της διάρκειας της έχουν ληφθεί υπόψη τα δεδομένα της εμπειρίας (π.χ. στην τρίμηνη προθεσμία των τιμολογίων προσθέτοντας και δεκατέσσερις μέρες που αντιστοιχούν στις

συνηθισμένες καθυστερήσεις πληρωμών και στη για διαδικαστικούς λόγους χρονική υστέρηση μεταξύ είσπραξης του τιμολογίου και πίστωσης του ισόποσού του στο λογαριασμό).

Είναι ευνόητο ότι εάν η πραγματική μέση προθεσμία πληρωμής αποκλίνει από την παραπάνω προκαθορισμένη, τότε ο πελάτης εισπράττει ή καταβάλλει, ανάλογα με την περίπτωση τη διαφορά. Στην πράξη εφαρμόζεται συνήθως η μέθοδος του ανοικτού λογαριασμού.

Στο χρηματοδοτικό κόστος ανήκει τέλος και η προμήθεια χορηγήσεως που εισπράττεται κατά μήνα αδιαίρετο και υπολογίζεται ως ετήσιο ποσοστό (%) (0,5-2% συνήθως) στο ανώτατο υπόλοιπο του ανοικτού λογαριασμού κάθε μήνα.

β) Η προμήθεια που υπολογίζεται ως ποσοστό (%) στο μικτό ποσό κάθε τιμολογίου αναλύεται:

β.1) Στη διαχειριστική προμήθεια που καλύπτει το λειτουργικό κόστος συνεργασίας με το συγκεκριμένο πελάτη.

Οι κύριοι παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται το διαχειριστικό κόστος και η αντίστοιχη προμήθεια είναι:

- Ο συνολικός κύκλος εργασιών του πελάτη, δηλαδή το σύνολο της αξίας των τιμολογίων που διαχειρίζεται για κάθε πελάτη του ο πράκτορας και αποτελεί τη βάση υπολογισμού των προμηθειών του.

- Το μέσο ύψος των εκχωρούμενων στον πράκτορα τιμολογιακών απαιτήσεων. Το στοιχείο αυτό είναι καθοριστικής σημασίας αφού είναι εύλογο ότι μια επιχείρηση με μέσο ποσό τιμολογίου κατώτερο από κάποιο όριο (π.χ. 60.000) είναι ασύμφορο να συνεργάζεται με εταιρία FACTORING. Και αυτό γιατί, όπως γίνεται πάντοτε κατά την τιμολόγηση των τραπεζικών κτλ., υπηρεσιών, καθορίζεται ένα «ελάχιστο ποσό» προμήθειας (π.χ. 2.000 δρχ.) που είναι ανεξάρτητο από το ύψος του αντίστοιχου τιμολογίου. Επομένως, για τιμολόγια π.χ. 40.000 η προμήθεια των 2.000 δρχ., αντιπροσωπεύει ποσοστό 5%, δηλαδή ένα απαγορευτικό κόστος.

Πέρα από αυτό είναι τελείως διαφορετικό το κόστος διαχείρισης 100 τιμολογίων μέσου ποσού 1.000.000 ανά τιμολόγιο από το κόστος διαχείρισης 1.000 τιμολογίων των 100.000 (και στις δύο περιπτώσεις ο τζίρος είναι 100 εκατ.).

- Ο αριθμός των πελατών τόσο των υφιστάμενων όσο και των νέων που, με βάση απολογιστικά στοιχεία αποκτά κάθε χρόνο ο πωλητής-πελάτης της εταιρίας FACTORING. Μεγάλος αριθμός πελατών σημαίνει αντίστοιχο αριθμό υπολογαριασμών.

- Το μέσο ποσοστό τιμολογίων (σε σύγκριση με το σύνολο) τα οποία δεν είχαν κατά τα τελευταία τρία π.χ. χρόνια απόλυτα ομαλή εξέλιξη. Δηλαδή εγέρθηκαν ενστάσεις από την πλευρά των αγοραστών, επιστράφηκαν εμπορεύματα, εκδόθηκαν πιστωτικά σημειώματα, υπήρξαν καθυστερήσεις στην εξόφληση κτλ. Όλα αυτά τα γεγονότα προκαλούν πρόσθετη απασχόληση και επομένως επιπλέον κόστος στον πράκτορα, επειδή του δημιουργούν την ανάγκη να διεξάγει αλληλογραφία, συνεννοήσεις με πελάτη και οφειλέτες κτλ. Εδώ, βέβαια, έχει σημασία και η ικανότητα του πωλητή να παράγει προϊόντα σύμφωνα με τις προδιαγραφές και να ανταποκρίνεται στις προθεσμίες παράδοσης των εμπορευμάτων και γενικά στις συμβατικές υποχρεώσεις. Επομένως, η συμβατική συνέπεια του πελάτη είναι ένας παράγοντας, που έμμεσα συντελεί στη συμπίεση του διαχειριστικού κόστους του πράκτορα.

Συνοψίζοντας μπορούμε να πούμε ότι το μέσο διαχειριστικό κόστος ανά τιμολόγιο είναι τόσο μικρότερο (και επομένως τόσο μικρότερη η διαχειριστική προμήθεια) όσο

- * μεγαλύτερος είναι ο κύκλος εργασιών του πελάτη και υψηλότερο το μέσο ποσό των τιμολογιακών απαιτήσεών του,
- * μικρότερος είναι ο αριθμός των πελατών,
- * μικρότερο είναι το ποσοστό των απαιτήσεων που προσβάλλονται με ενστάσεις ή των οποίων καθυστερεί η εξόφληση ή εν πάση περιπτώσει παρουσιάζει κάποια αρρυθμία στη διαδικασία είσπραξής του.

Η διαχειριστική προμήθεια υπολογίζεται πάνω στο μικτό τιμολογιακό ποσό και συνήθως ανέρχεται σε 0,5 - 1%.

2.) στην προμήθεια «ασφάλισης», που υπολογίζεται με τον ίδιο τρόπο και αντιστοιχεί, κατά κανόνα, στο 0,5 έως 1% στο ποσό του τιμολογίου.

Οι βασικοί παράμετροι από τις οποίες εξαρτάται το ύψος είναι:

- * η φερεγγυότητα των πελατών του πωλητή - αγοραστή των εμπορευμάτων,
- * η ευρεία κατανομή των κινδύνων ή, με άλλη διατύπωση, ο βαθμός συγκέντρωσης κινδύνων σε ένα μεμονωμένο πελάτη.

γ) Τα εφάπαξ δικαιώματα (FEES) καταβάλλονται, κυρίως, κατά τον καθορισμό του ορίου ανάληψης του πιστωτικού κινδύνου για κάποιο πελάτη του πωλητή, μετά από αίτηση του τελευταίου. Το ύψος των δικαιωμάτων αυτών εξαρτάται από τον τόπο εγκατάστασης του

οφειλέτη (εσωτερικό ή εξωτερικό) και από το επείγον ή όχι του αιτήματος.

Με τα δικαιώματα αυτά σε ορισμένες περιπτώσεις επιβαρύνεται ο πελάτης του πράκτορα και κατά την ανανέωση των παραπάνω ορίων, επομένως η συχνότητα ανανέωσης (κάθε τρίμηνο ή εξάμηνο κτλ.) είναι ένας παράγοντας κόστους που συνεκτιμάται.

Είναι ευνόητο ότι ο πελάτης, κατά την εκτίμηση του κόστους του FACTORING και προκειμένου να κρίνει τη σκοπιμότητα συνεργασίας του με μια εταιρία FACTORING, θα πρέπει να λάβει υπόψη του τόσο τα έξοδα και τις προμήθειες (προμήθεια είσπραξης συναλλαγματικών ή φορτωτικών, εκτέλεσης ενέγγυων πιστώσεων, ασφάλισης απαιτήσεων στον Κρατικό οργανισμό ασφάλισης εξαγωγικών πιστώσεων προκειμένου για διεθνές FACTORING κτλ.) από τα οποία απαλλάσσεται λόγω της συνεργασίας του μ' έναν πράκτορα όσο το όφελος που αποκομίζει λόγω αξιοποίησης των εκπτώτικων προνομίων που ισχύουν στον κλάδο.

1.6 Πεδίο εφαρμογής του FACTORING

Ακολουθεί στην ανάλυσή μας η οριοθέτηση του πεδίου εφαρμογής του FACTORING και ιδιαίτερα η περιγραφή των βασικών στοιχείων που συνθέτουν τη φυσιογνωμία του «χαρακτηριστικού» πελάτη μιας εταιρίας FACTORING :

1. Επιχειρήσεις που αναπτύσσονται ταχέως, μεσαίου μεγέθους, με ικανοποιητική αποδοτικότητα και δυναμικό μανάτζμεντ, με ταμιακά προβλήματα, που δεν οφείλονται, όμως, σε μόνιμη οικονομική αδυναμία(π.χ. υψηλό λειτουργικό κόστος, χαμηλή παραγωγικότητα).
2. Παραγωγή ή εμπορία προϊόντος ανταγωνιστικού, με σημαντικά περιθώρια αύξησης των πωλήσεων του, εφόσον εφαρμοστεί η κατάλληλη πολιτική προώθησης των προϊόντων (μάρκετινγκ) και εφόσον υπάρξει ανάλογη χρηματοδοτική στήριξη.
3. Το προϊόν πρέπει να είναι τυποποιημένο, καταναλωτικό ή ελαφρά επενδυτικό, να μην αφήνει, λόγω της φύσης του αλλά και της παραγωγικής ικανότητας του πωλητή, σημαντικά περιθώρια για προβολή ενστάσεων εκ μέρους των αγοραστών και να μην υπόκειται σε αλλοιώσεις κτλ. Επίσης πρέπει οι όροι πώλησης και πληρωμής να είναι οι συνηθισμένοι και το προϊόν να ανήκει στην κατηγορία εκείνων «που τα πουλάς και τα ξεχνάς» (μη παροχή εγγύησης).
4. Όσον αφορά την παροχή υπηρεσιών, πρέπει να είναι τέτοιας φύσης, ώστε μετά την εκτέλεση της σχετικής εργασίας (παροχή της

υπηρεσίας) να μην είναι δυνατή η έγερση ενστάσεων ή αμφισβητήσεων.

5. Ευρύς κύκλος εμπορικής πελατείας, που παρουσιάζει σχετική σταθερότητα και χαρτοφυλάκιο απαιτήσεων ικανοποιητικής ποιότητας (μικρό ποσοστό επισφαλειών) και ευρείας κατανομής κινδύνων, δηλαδή μη συγκέντρωση μεγάλου μέρους των συνολικών απαιτήσεων σ' ένα μόνο οφειλέτη.
6. Παροχή, εκ μέρους των προμηθευτών τους στον πωλητή (πελάτη της εταιρίας FACTORING) υψηλού ποσοστού εκπτώσεων, που αναγόμενο σε ετήσια βάση αντιπροσωπεύει ποσοστό αισθητά ανώτερο από το τραπεζικό επιτόκιο.

7. Παραπάνω σκιαγραφήθηκε ο ιδανικός πελάτης μιας εταιρίας FACTORING και ότι είναι απίθανο να συνυπάρχουν σε μια επιχείρηση όλα αυτά τα χαρακτηριστικά. Δηλαδή δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ανεπιθύμητος πελάτης μια επιχείρηση που φαίνεται να έχει εξαντλήσει τα όρια περαιτέρω πραγματικής αύξησης των πωλήσεων της, αλλά είναι σοβαρή, οικονομικά εύρωστη και ανταποκρίνεται στις υπόλοιπες προϋποθέσεις. Ούτε μπορεί να αποκλειστεί σαν πελάτης μια επιχείρηση οργανωμένη και με ευρεία οικονομική επιφάνεια, επειδή παρέχει εγγυήσεις για την καλή λειτουργία των προϊόντων που πωλεί.

Οι κλάδοι τώρα τους οποίους κυρίως αφορά το FACTORING είναι: Κλωστοϋφαντουργικά και είδη ένδυσης, υποδήματα, τρόφιμα, δέρματα, οινοπνευματώδη, ηλεκτρονικά μέσα αναπαραγωγής ήχου, χημικά είδη από μέταλλο, οικιακές συσκευές, είδη από ξύλο, οικοδομικά υλικά, φωτογραφικά είδη, ηλεκτρονικά, ρολόγια, οπτικά, εξοπλισμός χώρων, καλλυντικά, προϊόντα χάρτου, αθλητικά είδη, εργαλεία, πλαστικά, εξαρτήματα αυτοκινήτου, είδη χόμπι, εκτυπωτικά, συσκευασίες κτλ.

Επίσης θα πρέπει να αναφερθούμε στις περιπτώσεις που δεν προσφέρεται η εφαρμογή του FACTORING. Συγκεκριμένα στη διαδικασία FACTORING δεν μπορούν να ενταχθούν απαιτήσεις που προέρχονται από:

- * πωλήσεις επενδυτικών αγαθών, με προθεσμία πληρωμής πάνω από 6 μήνες,

- * πωλήσεις προς συνεταιριστικές επιχειρήσεις,

- * πωλήσεις προς θυγατρικές επιχειρήσεις στις οποίες ο πωλητής έχει ενδιαφέρον οιασδήποτε μορφής π.χ. συμμετοχή στο Δ.Σ. κτλ. Το εμπόδιο, βέβαια αυτό μπορεί να παρακαμφθεί με τη μέθοδο του BACK TO BACK FACTORING που είναι, όμως, πολύπλοκη και δαπανηρή και αποφεύγεται στην πράξη,

- * πωλήσεις νωπών ή υπερβολικά ευαίσθητων ή υποκείμενων σε αλλοιώσεις προϊόντων,
- * πωλήσεις μη οριστικές, δηλαδή «επί παρακαταθήκη» ή «υπό διαμετακόμιση»,
- * πωλήσεις προϊόντων για τα οποία αναλαμβάνεται από τον πωλητή εγγύηση, δηλαδή υποχρεώσεις που επεκτείνονται πέρα από το χρονικό σημείο πώλησης,
- * πληρωμές «έναντι λογαριασμού» ή «σύμφωνα με την πάροδο της εργασίας». Αυτό σημαίνει ότι ορισμένοι κλάδοι, όπως ο κλάδος των οικοδομών και των τεχνικών έργων, δεν προσφέρονται για FACTORING.

Στα παραπάνω, τέλος θα πρέπει να προστεθούν και οι εξής περιπτώσεις για τις οποίες δεν είναι κατάλληλο το FACTORING :

- * βραχυπρόθεσμη συνεργασία περιστασιακής φύσης, για να αντιμετωπιστεί κάποια έκτακτη ανάγκη μιας επιχείρησης,
- * ανάγκες μεσομακροπρόθεσμης χρηματοδότησης που αφορούν π.χ. αγορά μηχανικού εξοπλισμού ή δημιουργία κεφαλαίου κινήσεως μονιμότερου χαρακτήρα. Το FACTORING έχει σχεδιαστεί για την αντιμετώπιση αναγκών σε κεφάλαια κίνησης (αγορά πρώτων υλών ή ημικατεργασμένων προϊόντων, πληρωμή εργατικών ή γενικών εξόδων κτλ.) που είναι, επομένως, από τη φύση τους βραχυπρόθεσμες,
- * είσπραξη απαιτήσεων που έχουν περιπέσει σε καθυστέρηση και γενικά είναι προβληματικές. Πολλές φορές, βέβαια, οι εταιρίες FACTORING διαθέτουν ιδιαίτερα τμήματα ή θυγατρικές εταιρίες που ασχολούνται με την είσπραξη απαιτήσεων τέτοιου είδους, αλλά η εργασία αυτή δε συγκαταλέγεται στα αντικείμενα μιας σύμβασης FACTORING,
- * επιχειρήσεις που έχουν φτάσει ήδη στα πρόθυρα της χρεοκοπίας και βλέπουν το FACTORING σαν «σανίδα σωτηρίας,
- * επιχειρήσεις με πολλά τιμολόγια μικρής αξίας,
- * απαιτήσεις από πωλήσεις σε χώρες πολιτικού κινδύνου (βέβαια εδώ είναι δυνατή η παράκαμψη αυτού του εμποδίου με ασφάλιση στον Κρατικό Οργανισμό Ασφάλισης εξαγωγικών πιστώσεων και εκχώρηση των σχετικών ασφαλιστικών δικαιωμάτων του πωλητή υπέρ της εταιρίας FACTORING).

1.7 Νομικό πλαίσιο του Factoring στην Ελλάδα.

Ο Ν. 1905/90 (ΦΕΚ 147/15-11-90) «για τη σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων» (όπως αποδίδει τον όρο FACTORING) δημιουργεί την αναγκαία νομική βάση που επιτρέπει , μετά την 2168/8-

1-93 Απόφαση του Διοικητή της Τ.Ε. , τη λειτουργία του θεσμού στη χώρα μας.

Οι βασικότερες διατάξεις του εν λόγω νόμου, το κείμενο του οποίου παραθέτουμε στο παράρτημα, είναι οι εξής :

α) Με το άρθρο 1 προσδιορίζεται το αντικείμενο των συμβάσεων πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων κατά τρόπο περιγραφικό, δηλαδή απαριθμώντας τις μορφές συναλλαγών που καλύπτονται από τον όρο «πρακτορεία» .

Η διατύπωση του άρθρου αυτού δε διασαφηνίζει απόλυτα εάν αρκεί η παροχή έστω και μίας από τις υπηρεσίες που απαριθμούνται ενδεικτικά, για να χαρακτηριστεί μια σύμβαση ως πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων, αλλά η ορθότερη άποψη φαίνεται να είναι ότι «η απαρίθμηση αυτή αποτελεί εξειδίκευση των μορφών που μπορεί να λάβουν καθεμία από τις βασικές υπηρεσίες που συνιστούν την πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων, δηλαδή η είσπραξη απαιτήσεων και η λογιστική παρακολούθηση» .

Ο νόμος παραθέτει, αν και αυτό είναι αυτονόητο, (παρ. 2 αριθ. 1) ότι η σύμβαση μπορεί να αφορά και μη γεγεννημένες απαιτήσεις, πράγμα που απορρέει άμεσα από τη φύση του θεσμού. Με την παράγραφο 3 του ίδιου άρθρου εισάγεται τόσο το εξαγωγικό όσο και το εισαγωγικό Factoring . Είναι σημαντικό ότι, σύμφωνα με τη σχετική διάταξη, είναι δυνατή η απευθείας αγορά από μια τράπεζα ή εταιρεία Factoring που εδρεύει στην Ελλάδα (βεβαία από ελεύθερα συναλλαγματικά διαθέσιμά τους) απαιτήσεων εξαγωγικών οίκων του εξωτερικού κατά Ελλήνων εισαγωγέων . Η δυνατότητα δραστηριοποίησης σ' αυτό τον τομέα (Direct Import Factoring) παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τις ελληνικές τράπεζες, που όπως είναι φυσικό, έχουν άμεση αντίληψη της πραγματικής οικονομικής κατάστασης και γενικά της φερεγγυότητας των Ελλήνων εισαγωγέων-πελατών τους, στην αξιολόγηση της οποίας στηρίζεται η αγορά απαιτήσεων αλλοδαπών εξαγωγέων .

β) Στο άρθρο 2 καθορίζεται ότι είναι υποχρεωτική η αναγγελία της εκχώρησης τον οφειλέτη που αποτελεί και προϋπόθεση για την κατοχύρωση των δικαιωμάτων του πράκτορα απέναντι στον εν λόγω . Η αναγγελία γίνεται γραπτώς με κάθε κατάλληλο τρόπο π.χ. έγγραφη γνωστοποίηση στον οφειλέτη (αγοραστή) της ύπαρξης της, σύμβασης μεταξύ πράκτορα και προμηθευτή, αναγραφή στα προς εξόφληση παραστατικά της ταυτότητας του πράκτορα-εκδοχέα των απαιτήσεων κτλ. Η αναγγελία δηλαδή στον οφειλέτη της εκχώρησης των απαιτήσεων υπέρ του πράκτορα αποδεσμεύεται από τη χρονοβόρα και δαπανηρή διαδικασία που ακολουθούν ήμερα οι τράπεζες για την αναγγελία των απαιτήσεων από διάφορες συμβάσεις που εκχωρούνται υπέρ αυτών . Η διάταξη αυτή επίσης σημαίνει ότι δεν είναι δυνατή η

προσφορά από εδρεύουσα στη χώρα μας εταιρεία Factoring του εμπιστευτικού Factoring ούτε της εργασίας προεξόφλησης τιμολογίων που είναι μια πολύ διαδεδομένη στο εξωτερικό παραλλαγή του Factoring (προεξόφληση τιμολογιακών απαιτήσεων που εκχωρούνται στον πράκτορα αλλά χωρίς ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου και της διαχείρισης των απαιτήσεων από τον τελευταίο και χωρίς την **αναγγελία της εκχώρησης προς τονοφειλέτη** .

Η τελευταία διάταξη του άρθρου αυτού είναι ιδιαίτερα σημαντική, αφού επιλύει ένα ακανθώδες πρόβλημα που έχει αποτελέσει τροχοπέδη τη διάδοση του Factoring σ' άλλες χώρες . Συγκεκριμένα η διάταξη αυτή αναφέρεται στη ρήτρα «περί ανεκχωρήτου» των απαιτήσεων κατά του αγοραστή που τίθεται ορισμένες φορές σε συμβάσεις πώλησης και καθορίζει σαφώς ότι η εκχώρηση αυτών των απαιτήσεων **υπέρ ενός πράκτορα** είναι ισχυρότερη από τη ρήτρα που απαγορεύει μια τέτοια εκχώρηση .

γ) Το άρθρο 3 του νόμου καθορίζει την υποχρέωση του πελάτη της εταιρείας Factoring να εκχωρήσει απαίτηση υπαρκτή και να θέσει υπόψη της εταιρείας όλα τα σχετικά με τις εκχωρούμενες απαιτήσεις στοιχεία και παραστατικά . Σύμφωνα, εξάλλου, με την παράγραφο 3 του ίδιου άρθρου, η εκ δόλου διπλή κτλ. εκχώρηση απαιτήσεων από τον προμηθευτή τιμωρείται ως απάτη, είναι όμως δυνατή με συναίνεση των πρακτόρων υπέρ των οπιοίων έγινε η εκχώρηση αυτή.

δ) Το άρθρο 4 αναφέρεται στους φορείς που μπορεί να ασκούν τη δραστηριότητα αυτή και καθορίζει τις προϋποθέσεις σύστασης

εταιρειών πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων . Συγκεκριμένα, εκτός από την άδεια σύστασης που παρέχεται από τη διοίκηση σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 2190/1920 «περί ανωνύμων εταιρειών», απαιτείται και ειδική άδεια λειτουργίας που χορηγείται από την Τράπεζα της Ελλάδος, εφόσον προηγουμένως έχει ελεγχθεί εάν :

δ1) η εταιρεία έχει συσταθεί με αποκλειστικό σκοπό την άσκηση της δραστηριότητας «πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων» και έχει τη μορφή της ανώνυμης εταιρείας .

δ2) το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας δεν είναι μικρότερο από το μισό του ελάχιστου μετοχικού κεφαλαίου που προβλέπεται για τη σύσταση των ανωνύμων τραπεζικών εταιρειών . Αυτό σημαίνει ότι το αρχικό κεφάλαιο μιας εταιρείας Factoring θα πρέπει να ανέρχεται τουλάχιστον σε 2 δισεκ. δρχ .

δ3) το παραπάνω ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο έχει καταβληθεί ολόκληρο σε μετρητά (κατ' εξαίρεση επιτρέπεται να καλυφθεί μέχρι το 1/2 του μετοχικού κεφαλαίου με εισφορά σε είδος , εφόσον αυτό χρησιμοποιηθεί από την ίδια την εταιρεία για την κάλυψη των λειτουργικών αναγκών της π.χ. σε κτίρια και μηχανολογικό εξοπλισμό) .

δ4) οι μετοχές είναι ονομαστικές .

δ5) η υπό ίδρυση εταιρεία ανταποκρίνεται στα κριτήρια και στις προϋποθέσεις που θεσπίζει με λεπτομερειακό τρόπο η 2168/8-1-93 Πράξη του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδας , καθώς επίσης και στους συντελεστές φερεγγυότητας , συγκέντρωσης κινδύνων και ρευστότητας όπως και στο όριο των επενδύσεων της εταιρείας σε ακίνητα και εξοπλισμό , είναι δηλαδή καθοριστικής σημασίας για τους όρους λειτουργίας του θεσμού τη χώρα μας .

ε) Το άρθρο 5 αναφέρεται στην άσκηση ελέγχου και εποπτείας επί των εταιρειών Factoring από την Τ.Ε .

στ) Το άρθρο 6 ρυθμίζει κυρίως θέματα φορολογικά . Καθορίζεται ΦΠΑ με 18% επί των ακαθάριστων εσόδων επίσης επιτρέπουν , προκειμένου να προσδιοριστούν τα καθαρά φορολογητέα έσοδα , έκπτωση 3% επί των ακαθάριστων εσόδων , που φέρεται σε ειδικό αφορολόγητο αποθεματικό , το ύψος του οποίου δεν επιτρέπεται να υπερβεί το 1/2 ή 1/4 του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας Factoring ή της τράπεζας αντίστοιχα .

Στα πλαίσια τώρα μίας σύντομης επισκόπησης του παραπάνω νόμου θα μπορούσαμε να παρατηρήσουμε τα εξής :

1. Ο Ν. 1905/90 καλύπτει το Factoring όσο και το Forfaiting , δηλαδή δύο θεσμούς που παρουσιάζουν ομοιότητες αλλά και αρκετές διαφορές .
2. Κατά την απαρίθμηση των υπηρεσιών που συνθέτουν το περιεχόμενο του όρου «πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων» αναφέρεται η «χρηματοδότηση του προμηθευτή με προεξόφληση των απαιτήσεων» καθώς και η «ολική ή μερική κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή» . Είναι όμως γνωστό ότι η χρηματοδότηση του προμηθευτή γίνεται κυρίως με τη μορφή προκαταβολών έναντι των εκχωρούμενων απαιτήσεων, ενώ η κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου που παρέχει στον πελάτη της η εταιρεία Factoring στα πλαίσια του «γνήσιου Factoring» είναι σε ποσοστό 100%, δηλαδή ολική και όχι μερική .
3. Το άρθρο 4 καθορίζει αυστηρές και ιδιαίτερα λεπτομερειακές προϋποθέσεις για τη χορήγηση άδειας λειτουργίας από την Τράπεζα της Ελλάδος, πράγμα που μπορεί να αποτελέσει ανασταλτικό παράγοντα για την επενδυτική δραστηριοποίηση ιδιωτικών φορέων . Ανασταλτική επίδραση προς την κατεύθυνση των επενδυτών μπορεί να έχει επίσης και η υπαγωγή των εταιρειών Factoring τη γενική εποπτεία και στον έλεγχο της Τράπεζας της Ελλάδος , ενώ π.χ. στην Ισπανία και την Πορτογαλία η άσκηση εποπτείας από την αρμόδια

αρχή περιορίζεται στον έλεγχο της εφαρμογής απόλυτα συγκεκριμένων διατάξεων του σχετικού νόμου .

4. Η επιβολή Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ) επί των ακαθάριστων εσόδων των φορέων που ακούν τη δραστηριότητα του Factoring αποτελεί ένα σοβαρό αντικίνητρο για τη διάδοση του θεσμού στη χώρα μας , επειδή μειώνει σοβαρά την ανταγωνιστικότητα , πολύ περισσότερο όταν οι εξαγωγικές χρηματοδοτήσεις των τραπεζών απαλλάσσονται από το λεγόμενο «Ειδικό Φόρο Τραπεζικών Εργασιών» (ΕΦΤΕ) .
5. Ως θετικά σημεία του Νόμου μπορεί να θεωρήσουμε τα εξής :
- α) θεσπίζεται η δυνατότητα λειτουργίας και του εισαγωγικού Factoring το οποίο οι Ελληνικές Τράπεζες έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ξένων .
 - β) καθιερώνεται απλή και σύμφωνη με τη διεθνή πρακτική διαδικασία αναγγελίας της εκχώρησης των απαιτήσεων υπέρ του πράκτορα προς τον τρίτο οφειλέτη .
 - γ) αίρεται υπέρ του πράκτορα η σύγκρουση μεταξύ της ρήτρας «περί ανεκχωρήτου» που τυχόν περιλαμβάνεται τη σύμβαση πώλησης και της εκχώρησης των απαιτήσεων υπέρ του εν λόγω .
 - δ) λαμβάνεται ιδιαίτερη μέριμνα για τη ρευστότητα της εταιρείας Factoring με την υποχρέωση καταβολής του κεφαλαίου, με ορισμένες εξαιρέσεις , σε μετρητά .
 - ε) απαλλάσσονται οι συμβάσεις «πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων» από την υποχρέωση χαρτοσήμανσης (ΕΦΤΕ) .

Απόφαση Τ.Ε. αριθμ. 2168/8.1.93

Οι προϋποθέσεις παροχής άδειας για τη λειτουργία Α.Ε. πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων την Ελλάδα και οι κανόνες εποπτείας των εταιρειών αυτών από την Τράπεζα της Ελλάδος περιέχονται στη 2168/8.1.93 απόφαση της Τράπεζας σύμφωνα με την οποία :

Ι.Η άδεια λειτουργίας Α.Ε. πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων τρίτων στην Ελλάδα παρέχεται από την Τράπεζα της Ελλάδος , εφόσον πληρούνται οι απαραίτητες προϋποθέσεις :

- **Κάλυψη** του ελάχιστου κεφαλαίου σύμφωνα με τα οριζόμενα στα άρθρα 4 παρ. 3 και 4 του Ν. 1905/9/15.11.90.

- **Γνωστοποίηση** την Τράπεζα της Ελλάδος των φυσικών ή νομικών προσώπων που συμμετέχουν στην υπό ίδρυση εταιρεία . Η Τράπεζα της Ελλάδος εξετάζει την καταλληλότητα των κυριοτέρων μετόχων της εταιρείας για τη διασφάλιση της χρηστής διαχείρισης της εταιρείας καθώς και την προέλευση των χρηματικών μέσων, με τα

οποία τα πρόσωπα αυτά συμμετέχουν το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας .Ως κυριότεροι μέτοχοι θεωρούνται τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που κατέχουν το καθένα, άμεσα ή έμμεσα, τουλάχιστον το 10% του μετοχικού κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου . Όταν δεν υπάρχουν μέτοχοι που κατέχουν έκαστος τουλάχιστον το 10% του μετοχικού κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου ή το σύνολο των συμμετοχών τους δεν καλύπτει το 87% του κεφαλαίου της εταιρείας, ελέγχονται οι μέτοχοι μέχρι 10 τον αριθμό, με τη μεγαλύτερη συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο . Η Τράπεζα της Ελλάδος δικαιούται να εξετάζει την καταλληλότητα οποιουδήποτε μετόχου της εταιρείας, όταν κρίνει ότι αυτός διαθέτει ουσιαστική επιρροή στη διοίκησή της .

- **Αναγγελία** στην Τράπεζα της Ελλάδος των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου και υποβολή βιογραφικών τους σημειωμάτων . Η Τράπεζα για την παροχή της άδειας λαμβάνει υπόψη θετικά αν δύο

- τουλάχιστον μέλη του διοικητικού συμβουλίου διαθέτουν ειδικά προσόντα σε θέματα ελεγκτικών λογιστικών διαδικασιών .

- **Γνωστοποίηση** την Τράπεζα της Ελλάδος της ταυτότητας δύο τουλάχιστον προσώπων που θα έχουν ευθύνη διοίκησης της εταιρείας . Εξετάζει την επαγγελματική κατάρτιση και αξιοπιστία των προσώπων αυτών , έκαστο των οποίων υποχρεούται να προσκομίσει δυο συστατικές επιτολές για το σκοπό αυτό . Καθ' όλη τη διάρκεια της λειτουργίας της εταιρείας θα πρέπει να υπάρχουν τουλάχιστον δύο πρόσωπα που θα είναι υπεύθυνα για τη για τη διοίκησή της, ένα εξ αυτών δε , θα πρέπει οπωσδήποτε να μετέχει το ΔΣ της εταιρείας .Η Τράπεζα της Ελλάδος μπορεί να χορηγήσει άδεια λειτουργίας , η οποία θα τελεί υπό τον όρο ότι έως κατά τον νόμο περί Α.Ε σύσταση της εταιρείας θα έχουν γνωστοποιηθεί στην Τράπεζα της Ελλάδος τα ανωτέρω πρόσωπα .

- **Υποβολή** σχεδίου καταστατικού της υπό ίδρυσης εταιρείας .

- **Υποβολή** μελέτης σκοπιμότητας που θα περιλαμβάνει πλήρης περιγραφή των εργασιών που θα αναλάβει η εταιρεία και πρόγραμμα δράσης και ανάπτυξης των εργασιών της κατά τα 3 έτη της λειτουργίας της . Η μελέτη θα στηρίζεται στη διερεύνηση της ελληνικής αγοράς και θα περιγράφει τις μεθόδους και τα μέσα διείσδυσης στην αγορά αυτή . Στη μελέτη σκοπιμότητας θα περιλαμβάνονται επίσης :

- **α) Προσδιορισμός** των πηγών άντλησης των κεφαλαίων και πρόβλεψη των εξελίξεων των βασικών λογαριασμών του ισολογισμού , των αποτελεσμάτων και των ταμειακών ροών .

- **β) Περιγραφή** του λογιστικού σχεδίου , του συστήματος εσωτερικού ελέγχου και των ελεγκτικών λογιστικών διαδικασιών καθώς και των προσόντων του προσωπικού που θα στελεχώσει τις αντίστοιχες υπηρεσίες της εταιρείας .

- γ) Περιγραφή του συστήματος Η/Υ καθώς και του συστήματος ελέγχου της ορθής λειτουργίας τους .
- δ) Περιγραφή του συστήματος άντλησης πληροφοριών για τους πελάτες της εταιρείας και τους οφειλέτες της .

1.Συντελεστής φερεγγυότητας

Καθορίζεται ότι το σύνολο α) των ποσών που η εταιρεία έχει προεξοφλήσει στους πελάτες της έναντι απαιτήσεων των τελευταίων τις οποίες έχει αναλάβει να τις εισπράξει καθώς και β) των ποσών που η εταιρεία θα καταβάλει στους πελάτες της στη λήξη των τιμολογίων τους από διενέργεια πράξεων Factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής δεν μπορεί να υπερβεί συνολικά το δεκαπλάσιο των ιδίων κεφαλαίων της .

2.Συντελεστές συγκέντρωσης κινδύνων.

α. Το σύνολο των ποσών που η εταιρεία προεξοφλεί σε ένα συγκεκριμένο πελάτες έναντι απαιτήσεων που αυτή αναλαμβάνει να εισπράξει δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερο του 25 % των ιδίων κεφαλαίων της εταιρείας .

β. Χαρακτηρίζεται ως «μεγάλο χρηματοδοτικό άνοιγμα» της εταιρείας η προεξόφληση από αυτή απαιτήσεων ενός πελάτη της - προμηθευτή εφόσον το σύνολο των απαιτήσεων της προς τον πελάτη αυτόν φτάνει ή υπερβαίνει το 10% των ιδίων κεφαλαίων της εταιρείας .

γ) Το σύνολο των μεγάλων χρηματοδοτικών ανοιγμάτων της εταιρείας δεν μπορεί να υπερβαίνει το οκταπλάσιο των ιδίων κεφαλαίων της .

δ) Χρηματοδοτικά ανοίγματα μεγαλύτερα των 100.000.000 θα πρέπει να γνωστοποιούνται στην Τράπεζα της Ελλάδος .

3.Επενδύσεις σε ακίνητα και εξοπλισμό

Οι επενδύσεις σε πάγια στοιχεία θα πρέπει να εξυπηρετούν αποκλειστικά τις ανάγκες της εταιρείας και δεν θα πρέπει να υπερβαίνουν το 50% των ιδίων κεφαλαίων της .

Σχέδιο σύμβασης Factoring

Μεταξύ της εφεξής αποκαλούμενης "Επιχείρησης"(ή Ε) Και της εφεξής αποκαλούμενης "Factor"(ή F)καταρτίσθηκε η ακόλουθη σύμβαση Factoring

ΠΡΟΟΙΜΙΟ

- Η σύμβαση Factoring δημιουργεί ιδιαίτερη , διαρκή και αμφοτεροβαρή σχέση εμπιστοσύνης .
- Επιδιώκει να ενισχύει την οικονομική δύναμη της επιχείρησης και να την απαλλάξει από διαχειριστική εργασία .

- Παρέχει την δυνατότητα στην επιχείρηση να καθορίζει μεν συνήθεις προθεσμίες πληρωμής τους πελάτες της και όμως να διαθέτει αμέσως την αξία των τιμολογίων σε μετρητά , αφού ο factor αγοράζει τις απαιτήσεις της απέναντι στους πελάτες της και πληρώσει μετρητοίς έναντι μεταβιβάσεως των απαιτήσεων χέρι με χέρι . Αυτό σημαίνει ότι πιστώσεις επί εμπορευμάτων μετατρέπονται από οικονομικής άποψης προς όφελος της επιχείρησης σε συναλλαγές τοις μετρητοίς .

Κατά ακολουθία οι εμπορευματικές απαιτήσεις εκχωρούνται όχι προς ασφάλεια ενός δανείου αλλά ως αντιπαροχή για την καταβολή του τιμήματος αγοράς τους , ώστε να παραμένουν οριστικά στον Factor . Το ίδιο ισχύει για απαιτήσεις από παροχές υπηρεσιών ή έργου.

- Η αγορά απαιτήσεων από τον Factor έχει σαν όρο τον έλεγχο της φερεγγυότητας των πελατών , την τήρηση των βιβλίων οφειλετών και εν ανάγκη την ενάσκηση των απαιτήσεων.
- Το προϊόν της πωλήσεως των απαιτήσεων πρέπει να χρησιμοποιηθεί για την εμπρόθεσμη πληρωμή των τρέχουσων λειτουργικών δαπανών

1. Η ΑΓΟΡΑ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

1. Πρόταση από την επιχείρηση για τη αγορά

α) Η «Ε» υποχρεούται να προσφέρει συνεχώς στον «F» προς αγορά , όλες τις μελλοντικές απαιτήσεις της από παραδόσεις εμπορευμάτων και παροχές προς τους πελάτες της .

β) Η αίτηση προς κατάρτιση της συμβάσεως πωλήσεως υποβάλλεται από την Ε με την αποστολή τον F ενός αντίγραφου του αρχικού τιμολογίου που περιέχει όλα τα στοιχεία της απαίτησης απέναντι στον οφειλέτη .

γ) Η Ε δεσμεύεται από την πρόταση αγοράς έως ότου ο F δηλώσει προς την Ε την αποδοχή του ή την άρνησή του .

2. Αποδοχή της πρότασης αγοράς από τον Factor

Ο F αποδέχεται την αίτηση της Ε με την πιστωτική εγγραφή του συμφωνηθέντος τιμήματος αγοράς της απαίτησης στον λογαριασμό προκαταβολών της Ε .Αν κατ'εξάιρεση ο F απορρίψει την αίτηση τότε η απαίτηση χαρακτηρίζεται ως καταπιστευτική .

3. Υποχρέωση του Factor σε αποδοχή της πρότασης αγοράς (πιστωτικό όριο)

α) Ο F υποχρεούται να αποδεχτεί την αίτηση της Ε όταν προσφερθείσα σε αγορά απαίτηση βρίσκεται αδιαίρετα τα πλαίσια ενός

πιστωτικού ορίου που ο F έχει καθορίσει για τον συγκεκριμένο οφειλέτη , λαμβάνοντας υπόψη τις ήδη αγορασμένες απαιτήσεις και συναλλαγματικές .

β) Πιστωτικά όρια για οφειλότες που ήδη υπάρχουν καθορίζονται από τον F βασικά στην αρχή της συναλλακτικής δέσμευσης με την E .

γ) Ο F δικαιούται σε μείωση ή απόσβεση του ορίου για μελλοντικές απαιτήσεις όταν γίνονται γνωστά στοιχεία που επηρεάζουν αρνητικά την φερεγγυότητα του οφειλέτη .

δ) Η μεταβολή του ορίου για απαιτήσεις που ήδη προσφέρθηκαν στον F προς αγορά μπορεί να γίνει μόνο όταν η E δεν έχει παραδώσει εμπορεύματα .

ε) Η βάση για τον καθορισμό , τροποποίηση ή εξάλειψη ενός ορίου για έναν οφειλέτη είναι η φερεγγυότητά του, της οποίας η διαπίστωση είναι θέμα του F .

4. Τύπος των τιμολογίων σαν θεμέλιο της σύμβασης πωλήσεως

α) Η E χαρακτηρίζει το αρχικό τιμολόγιο που στέλνει στον οφειλέτη και που αποτελεί τη βάση της αγοράς απαιτήσεως μεταξύ F και E με ένα ιδιαίτερο αριθμό που έχει συμφωνήσει με τον F για τον συγκεκριμένο οφειλέτη .

β) Η E διατηρεί Λευκά δελτία πληροφοριών προς οφειλότες σε επαρκή ποσότητα. Ο F συμπληρώνει τα δελτία αυτά και τα παρουσιάζει σε πελάτες κυρίως όταν η E δεν πληροφορεί τους οφειλότες σύμφωνα με τη σύμβαση .

γ) Το αντίγραφο του τιμολογίου που παραδίδεται στον F πρέπει να συμφωνεί με το πρωτότυπο του αρχικού τιμολογίου κατά λέξη .

5. Το τίμημα αγοράς

α) Το τίμημα είναι η αξίωση πληρωμής της E έναντι του εκάστοτε οφειλέτη όπως προκύπτει από το τιμολόγιο .

β) Όταν η πραγματική αξίωση πληρωμής είναι μικρότερη από την εμφανιζόμενη στο τιμολόγιο , το τίμημα υπολογίζεται σε αντιστοιχία με την πραγματική υφιστάμενη αξίωση πληρωμής .

γ) Τα τίμημα αγοράς της απαίτησης καθίσταται απαιτητό από την E με την πραγματοποίηση της πληρωμής του οφειλέτη προς τον F ή κατά την ημέρα της δημιουργίας ίδιας ευθύνης του F .

II. Η ΕΚΧΩΡΗΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

6. Εκχώρηση

α. Η Ε εκχωρεί στον F από την αρχή όλες τις μελλοντικές απαιτήσεις από παραδόσεις εμπορευμάτων και παροχές έργου ή υπηρεσιών , που δημιουργούνται απέναντι σε όλους τους οφειλέτες ή εντολείς της , υπό την αναβλητική αίρεση ότι κάθε απαίτηση θα αγοραστεί από τον F .

β. Αν ο F αρνηθεί την αγορά απαίτησης , την διατηρεί πλέον οριστικά εκείνος ο δανειστής , στον οποίο ανήκε κατά τον χρόνο εκκρεμότητας η αίρεση μέχρι την ματαίωση της .

γ. Αν ο F αγοράζει μερικά μόνο μια απαίτηση και αποκτά επομένως μόνο ένα μέρος της απαίτησης , το τελευταίο έχει το προβάδισμα έναντι του μέρους που δεν αποκτήθηκε από τον F .

III. Η ΕΓΓΥΗΤΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

7. Έκταση της ενυπητικής ευθύνης της Ε

α. Η Ε ευθύνεται απέναντι στον F για την ύπαρξη της απαίτησης κατά το χρόνο της αγοράς της .

Η Ε ευθύνεται επίσης για τα εξής :

Οτι η απαίτηση δεν θα τροποποιηθεί μεταγενέστερα κατά τη νομική της φύση ή ότι ο οφειλέτης δεν θα προσβάλει την έκταση και την ύπαρξη της απαίτησης επειδή τα εμπορεύματα ή υπηρεσίες που του παρείχε η Ε είναι ελαττωματικά και για αυτό το λόγο μπορεί να ασκήσει δικαιώματα αναστροφής , μείωσης του τιμήματος αποζημίωση για μη εκπλήρωση ή επίσχεση .

Για την ευθύνη της Ε δεν έχει σημασία αν ο F γνώριζε ή ώφειλε να γνωρίζει τα νομικά αυτά ελαττώματα κατά την αγορά των απαιτήσεων

β. Η Ε δεν ευθύνεται για την φερεγγυότητα του οφειλέτη .

γ. Αφερεγγυότητα του οφειλέτη λογίζεται ότι υπάρχει όταν δεν έχει πληρώσει το την απαίτηση στον F το αργότερο μέσα σε 90 ημέρες μετά το ληξιπρόθεσμο . Στη περίπτωση αυτή η απαίτηση της Ε καθίσταται απαιτητή και η προκαταβληθείσα πληρωμή του τιμήματος οριστική .

δ. Το παραπάνω πλάσμα δεν ισχύει όταν ο οφειλέτης αμφισβητεί την υποχρέωση πληρωμής μερικά ή ολικά και στη συνέχεια δεν πληρώνει

ε. Κατόπιν ρητής επιθυμίας της Ε και με ιδιαίτερη γραπτή συμφωνία με τον F μπορεί η Ε να αναλάβει η ίδια την ευθύνη για τη φερεγγυότητα του οφειλέτη . Έτσι μειώνεται η προμήθεια του Factoring . Η Ε ευθύνεται τότε απέναντι στον F για το ότι ο οφειλέτης θα πληρώσει το αργότερο σε 90 μέρες μετά το ληξιπρόθεσμο .

στ. Όταν η Ε πληροφορείται τα γεγονότα , που αφορούν την ικανότητα προς πληρωμή του οφειλέτη και θα μπορούσαν να διακινδυνεύσουν την πληρωμή της απαίτησης που εκχωρήθηκε, ανακοινώνει τα γεγονότα αυτά αμέσως στον F .

8. Ασφάλεια κατά την άσκηση της αξίωσης

α. Όταν η Ε κάνει χρήση των τιμημάτων που πιστώθηκαν προκαταβολικά για τις απαιτήσεις , οφείλει να παράσχει ασφάλεια για τις αξιώσεις εναντίον της από την εγγυητική της ευθύνη .

β. Το ύψος των καταθέσεων υπολογίζεται στο τέλος κάθε μήνα .

IV. ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΛΟΙΠΩΝ ΑΞΙΩΣΕΩΝ ΤΗΣ Ε

9. Υποχρέωση μεταβίβασης παρεπόμενων δικαιωμάτων .

Η Ε υποχρεούται να μεταβιβάζει αμελλητί και με δικαιοπραξία στον F όλα τα δικαιώματα που εξυπηρετούν την είσπραξη της αγορασμένης απαίτησης , όπως επίσης και όλα τα παρεπόμενα δικαιώματα που την ασφαλίζουν και δεν μεταβιβάζονται αυτόματα με την εκχώρηση δυνάμει διατάξεως του νόμου .

10. Μεταβίβαση παρεπόμενων δικαιωμάτων

α. Η Ε εκχωρεί στον F εκ των προτέρων μαζί με τις απαιτήσεις της πώλησης και της εκχώρησης όλες τις αξιώσεις της που θα έχει από τη σύμβαση με τον οφειλέτη σχετικά με την απόδοση ή επιστροφή των παραδοθέντων εμπορευμάτων .

β. Ο F και η Ε συμφωνούν δια του παρόντος ότι η κυριότητα με την οποία η Ε ασφάλισε μια πωληθείσα και εκχωρηθείσα απαίτηση μεταβαίνει αμέσως στον F με την εκχώρηση της απαίτησης , το αργότερο μέσα στο χρόνο που η Ε θα αποκτήσει την νομιμότητα .

Η Ε εκχωρεί ταυτόχρονα τον F την μελλοντική αξίωση απόδοσης των εμπορευμάτων απέναντι τον οφειλέτη ή κάποιον άλλο τρίτο που κατέχει άμεσα τα εμπορεύματα .

γ. Η Ε παραδίδει πάντοτε εμπορεύματα στους πελάτες της με την επιφύλαξη της κυριότητάς τους . Για εμπορεύματα που ο οφειλέτης κατά τον προορισμό τους πρέπει να επεξεργαστεί , η Ε συμφωνεί επιφύλαξη κυριότητας τους που συνδέεται με μία ρήτρα επεξεργασίας .

11. Τύχη των επιστρεφόμενων εμπορευμάτων .

α.) Τα εμπορεύματα που μεταβιβάζονται κατά κυριότητα στον F παραμένουν ιδιοκτησία του ακόμα και αν τα εμπορεύματα αυτά έχουν ξανά αποσταλεί στην Ε εκ μέρους του οφειλέτη εξαιτίας αντιρρήσεων .

β.) Η Ε ειδοποιεί αμέσως τον F για το γεγονός αυτό , φυλάει τα εμπορεύματα για λογαριασμό του F επιμελώς και χωριστά και αίρει τα ελαττώματα χωρίς καθυστέρηση , εφόσον μπορεί .

ν. ΧΕΙΡΙΜΟΣ ΤΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΤΩΝ ΟΦΕΙΛΕΤΩΝ

12. Προώθηση των πληρωμών στον Factor

α) Οι οφειλέτες ειδοποιούνται για τη συνεργασία μεταξύ της Ε και του F στην διαδικασία του Factoring και οφείλουν να πληρώσουν απευθείας στον F . Αν όμως παρόλα αυτά γίνονται καταβολές στην Ε , τις αναλαμβάνει ως διαχειρίστρια για λογαριασμό του F και οφείλει να τις διαβιβάσει αμέσως σ' αυτόν με όλα τα πρωτότυπα συνοδευτικά έγγραφα .

β) Αν γίνουν καταβολές σε λογαριασμό της Ε σε άλλες Τράπεζες οφείλει η Ε για την διαβίβαση των ποσών αυτών στον F .

γ) Αν γίνονται πληρωμές με τη μορφή συν/κών , επιταγών , ταχυδρομικών επιταγών στην Ε , συμφωνούν ήδη από τώρα ο F και η Ε ότι η κυριότητα των εγγράφων αυτών θα μεταβαίνει στον F αμέσως μόλις την αποκτά η Ε .

δ) Αντί για παράδοση των επιταγών και συν/κών που έρχονται στην άμεση κατοχή της Ε , ο F και η Ε καταρτίζουν σύμβαση παρακαταθήκης και η Ε για την περίπτωση που δεν καταστεί άμεση κάτοχος , εκχωρεί στον F την απαίτηση απόδοσης έναντι τρίτων . Η Ε θέτει στα έγγραφα αν χρειάζεται την οπισθογράφιση της και τα παραδίδει αμέσως τον F .

ε) Όταν γίνονται πληρωμές απαιτήσεων στην Ε , που δεν έχουν εκχωρηθεί στον F , η Ε είναι υποχρεωμένη μόνο να τους διαβιβάσει , για να μπορεί ο F να αντεπεξέλθει την υποχρέωση του για επιμελή τατήρηση των βιβλίων οφειλετών .

στ) Μετά από τα παραπάνω η Ε υποχρεούται να γνωστοποιεί μετά από απαίτηση του F την ύπαρξη της σύμβασης αυτής σε οποιονδήποτε τρίτο , ο οποίος έχει κάποιο νόμιμο ή οικονομικό συμφέρον από την γνωστοποίηση αυτή .

VI. ΧΕΙΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ FACTOR

13. Τήρηση των βιβλίων οφειλετών.

- Ο F υποχρεούται να τηρεί με δική του ευθύνη το σύνολο των βιβλίων οφειλετών της Ε και να δείχνει στην Ε αποσπάσματα από τα οποία αυτή θα διαπιστώνει την εκάστοτε κατάσταση των συναλλαγών της τόσο με τον F , όσο και με τους οφειλέτες .

- Η Ε αντίστοιχα υποχρεούται να παραδίδει έγκαιρα στον F όλα τα αναγκαία στοιχεία για μια επιμελή τήρηση των βιβλίων οφειλετών που φτάνουν σ' αυτήν .

14. Προμήθεια Factoring

α. Ο F λαμβάνει ως αποζημίωση για τις δαπάνες διαχείρισεως που συνοδεύονται με την επεξεργασία των τιμολογίων ένα ποσοστό επί της αξίας των τιμολογίων που έχει καθοριστεί στα έγγραφα διευθετήσεως των εργασιών του Factoring .

β. Αν η Ε απαιτεί την συνέχιση της παροχής υπηρεσιών του F πέραν της λήξεως της σύμβασης , η προμήθεια ανέρχεται τότε στο 1,5 πλάσιο του τελευταίου συμφωνηθέντος ποσού προμήθειας .

15. Έλεγχος οφειλετών

α. Ο F αναλαμβάνει τον έλεγχο των οφειλετών . Επαγρυπνεί για το ληξιπρόθεσμο . Ειδοποιεί την Ε για όλα της τα βήματα που επιχειρεί προς είσπραξη και προς δικαστική ενάσκηση των απαιτήσεων .

β. Η Ε εξουσιοδοτεί τον F να εισπράξει στο δικό του όνομα απαιτήσεις , που δεν αγόρασε. Η εξουσιοδότηση αυτή ισχύει κατά την έκταση που η ίδια η Ε δικαιούται να εισπράξει τις απαιτήσεις που δνεκχωρήθηκαν τον F .

γ. Ο F δικαιούται να ασκήσει δικαστικά κατά την κρίση του τις ληξιπρόθεσμες απαιτήσεις του.

VII. ΤΗΡΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ FACTOR

16. Λογαριασμός προκαταβολών -καταπιστευτικός (ή εισπρακτικός) λογαριασμός - δεσμευμένος λογαριασμός

α :

Ο F ανοίγει και τηρεί για την Ε τους λογαριασμούς , όπου καταχωρούνται οι μεμονωμένες συναλλαγές κάθε φορά κατά το είδος τους.

α) Ο F ανοίγει για την Ε έναν τρέχοντα λογαριασμό προκαταβολών για την καταχώρηση όλων των συναλλαγών που αφορούν τη σχέση μεταξύ τους . Σε αυτόν πιστώνεται προκαταβολικά υπέρ της Ε κυρίως το αντίτιμο της απαίτησης κατά την ημέρα της πώλησης της . Σε αυτόν καταχωρείται η επαναχρέωση της Ε εξαιτίας της εγγυητικής ευθύνης , όπως γίνεται επίσης και η πιστωτική εγγραφή των καταβολών των οφειλετών , εφόσον έχει ήδη ασκηθεί κατά της Ε για το λόγο αυτό η αξίωση από την εγγυητική της ευθύνη .

β) Στο «άνοιγμα» του Factoring ,ο F υπάγει το σύνολο των απαιτήσεων που αγοράστηκαν από αυτό και εκείνων που καταχωρήθηκαν στον καταπιστευτικό λογαριασμό ή τον εκκρεμή λογαριασμό .

γ) Απαιτήσεις που ο F δεν αγοράζει τις καταχωρεί στον καταπιστευτικό λογαριασμό .Στον ίδιο λογαριασμό καταχωρούνται επίσης οι απαιτήσεις που ναι μεν έχει αγοράσει ο F αλλά έλαβε πίσω το τίμημα που είχε καταβάλει προκαταβολικά .

δ) Απαιτήσεις για την αγορά των οποίων δεν αποφάσισε ακόμα οριστικά ο F καταχωρούνται στον εκκρεμή λογαριασμό .

ε) Ο δεσμευμένος λογαριασμός σχηματίζεται από το σύνολο των τιμημάτων που προκαταβάλλονται για τις αγορασμένες απαιτήσεις όταν αρχίζει η συνεργασία στη διαδικασία του Factoring .Στη συνέχεια ισόσκελίζεται μια φορά μηνιαίως με το εκάστοτε άνοιγμα" του Factoring στο ύψος του συμφωνηθέντος ποσοστού.

στ) Όλες οι απαιτήσεις της E που απορρέουν από τη σύμβαση αυτή ενάντια στον F μπορούν να εκχωρηθούν σε τρίτους μόνο με την ρητή ή έγγραφη συναίνεση του F .

VIII. ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

17. Έλεγχος βιβλίων της E

α. Η E επιτρέπει στον F προς το σκοπό του ελέγχου των απαιτήσεων που πουλήθηκαν στον τελευταίο να θεωρεί οποτεδήποτε τα διαχειριστικά της βιβλία και τα υπόλοιπα έγγραφα . Ο έλεγχος μπορεί επίσης να γίνει με το λαμβάνει ο F επιβεβαιώσεις των υπολοίπων λογαριασμών από τους οφειλότες .

β.Ο F για τον έλεγχο αυτό μπορεί να εξουσιοδοτήσει πρόσωπα που ανήκουν σε επαγγέλματα παροχής νομικών ή οικονομικών συμβούλων .

γ. Η E υποχρεούται να παραδώσει μετά από απαίτηση του F τις συμβάσεις , την αλληλογραφία και τα λοιπά στοιχεία που περιέχουν τα νομικά θεμέλια για τις απαιτήσεις που αγοράστηκαν και τα παρεπόμενα δικαιώματα που μεταβιβάστηκαν και να δώσει πληροφορίες για προφορικές παρεπόμενες συμφωνίες .

18. Ισχύς των Γενικών Όρων των Συναλλαγών

α . Συμπληρωματικά με αυτή τη σύμβαση ισχύουν και οι Γεν . Όροι Συν . του F που τέθηκαν σε γνώση της E κατά την εκάστοτε ισχύουσα διατύπωση τους .

β. Αν δεν είναι δυνατή η άμεση εφαρμογή της το Factoring , θα πρέπει να εφαρμοστούν οι σχετικές διατάξεις κατά τρόπο που να επιτυγχάνεται ο οικονομικός τους σκοπός .

19. Ρήτρα Ισχύος

α. Αν μία ή περισσότερες διατάξεις της παρούσης σύμβασης κριθούν ανίσχυρες ή αδύνατες , παραμένει ανέπταφη η ισχύς των υπόλοιπων διατάξεων.

20.Διάρκεια - Λήξη Σύμβασης

- α. Η σύμβαση αυτή καταρτίζεται για διάρκεια 24 μηνών . Η διάρκεια αρχίζει από την ημερομηνία της υπογραφής από τον F . Αν δεν γίνει καταγγελία η σύμβαση συνεχίζεται επί αορίστου χρόνου .
- β. Η καταγγελία είναι ισχυρή όταν γίνεται με συστημένη επιστολή .

Οι Συμβαλλόμενοι.

1.8 Εγκατάσταση αλλοδαπών εταιρειών Factoring στη χώρα μας

Για την εξέταση του θέματος αυτού πρέπει να κατατάξουμε τις ξένες εταιρείες σε δύο βασικές κατηγορίες, και συγκεκριμένα :

- α) στις κοινοτικές εταιρείες και
- β) σε εκείνες που εδρεύουν σε «τρίτες χώρες»

I. Κοινοτικές εταιρείες Factoring, θυγατρικές τραπεζών.

Σύμφωνα με το άρθρο 14 του Νόμου 2076/1-8-1992 σχετικά με την «ανάληψη και την άσκηση δραστηριότητας πιστωτικών ιδρυμάτων και άλλες συναφείς διατάξεις» κάθε χρηματοδοτικό ίδρυμα που εδρεύει και λειτουργεί σε άλλο κράτος-μέλος και είναι θυγατρική εταιρεία ενός ή περισσότερων πιστωτικών ιδρυμάτων μπορεί να ασκήσει ελεύθερα τη δραστηριότητά του στη Ελλάδα είτε μέσω εγκατάστασης υποκαταστήματος στη Ελλάδα είτε με τη μορφή διασυνοριακής παροχής υπηρεσιών, χωρίς να απαιτείται ειδική άδεια λειτουργίας από την Τράπεζα της Ελλάδος και εισαγωγή κεφαλαίων ενός ελάχιστου ύψους, εφόσον συνυπάρχουν οι εξής προϋποθέσεις :

α) η μητρική επιχείρηση ή οι μητρικές επιχειρήσεις έχουν λάβει άδεια λειτουργίας ως πιστωτικά ιδρύματα στο κράτος-μέλος, στο δίκαιο του οποίου υπάγεται η εταιρεία Factoring.

β) η δραστηριότητα Factoring ασκείται ήδη από την εταιρεία το ίδιο κράτος-μέλος.

γ) η μητρική ή οι μητρικές επιχειρήσεις κατέχουν τουλάχιστον το 90% των δικαιωμάτων ψήφου που απορρέουν από την κατοχή μεριδίων ή μετοχών της θυγατρικής.

δ) οι επιχειρήσεις αυτές μετά από προηγούμενη συγκατάθεση των αρμόδιων αρχών του κράτους-μέλους καταγωγής, δηλώνουν ρητά στην Τράπεζα της Ελλάδος ότι ευθύνονται εις ολόκληρον για τις υποχρεώσεις που αναλαμβάνει η θυγατρική τους.

ε) η θυγατρική υπάγεται στο καθεστώς της εποπτείας σε ενοποιημένη βάση της μητρικής της επιχείρησης ή καθεμίας από τις μητρικές της επιχειρήσεις, με βάση την κοινοτική νομοθεσία που καλύπτει τουλάχιστον τον υπολογισμό του συντελεστή φερεγγυότητας, τον έλεγχο των μεγάλων χρηματοδοτικών ανοιγμάτων και τον αντίστοιχο περιορισμό των ειδικών συμμετοχών, σύμφωνα με το άρθρο 16.

Κοινοτικές εταιρείες Factoring , μη θυγατρικές τραπεζών.

Για να εγκατασταθούν στη χώρα μας οι εταιρείες αυτές απαιτείται καταρχήν άδεια λειτουργίας που χορηγείται από την Τράπεζα της Ελλάδος. Στην περίπτωση αυτή η Τ.Ε δεν έχει τη διακριτική ευχέρεια να επιβάλει περιορισμούς με βάση κριτήρια σκοπιμότητας , επειδή το άρθρο 52 της Συνθήκης της ΕΟΚ έχει άμεση εφαρμογή στην κοινοτική έννομη τάξη .

Σχετικά με τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για να αποκτήσει μια κοινοτική επιχείρηση Factoring κύρια εγκατάσταση στην Ελλάδα μέσω θυγατρικής εταιρείας πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων , ισχύουν όσα εκθέτονται στο σχετικό κεφάλαιο για τη χορήγηση άδειας λειτουργίας σε ελληνική εταιρεία του είδους αυτού . Πρέπει να σημειωθεί ότι δεν επιτρέπεται η δυσμενέστερη αντιμετώπιση μιας τέτοιας θυγατρικής εταιρείας σε σχέση με άλλες υπό σύσταση εταιρείες , των οποίων οι μέτοχοι και τα μέλη της διοίκησης είναι ημεδαποί , καθόσον, με βάση τους κανόνες του κοινοτικού δικαίου υπάρχει υποχρέωση ίσης αντιμετώπισης από τις ελληνικές αρχές των κατοίκων των άλλων κρατών -μελών σε σχέση με αυτούς της Ελλάδας .

Επιχειρήσεις κρατών εκτός ΕΟΚ

Για την εγκατάσταση στην Ελλάδα επιχειρήσεων Factoring της κατηγορίας αυτής ,είτε πρόκειται για κύρια εγκατάσταση (ίδρυση θυγατρικής) είτε για δευτερεύουσα (υποκαταστήματος) είναι αναγκαίο να χορηγηθεί από την Τράπεζα της Ελλάδος η ειδική άδεια λειτουργίας .

Η Τράπεζα της Ελλάδος έχει το δικαίωμα να λάβει υπόψη της και κριτήρια σκοπιμότητας , αφού η συνταγματική προστασία της οικονομικής ελευθερίας δεν εκτείνεται και στους αλλοδαπούς . Επομένως , η χορήγηση από την Τράπεζα της Ελλάδος της άδειας λειτουργίας σε αλλοδαπές επιχειρήσεις Factoring υπόκειται στην ευρεία διακριτική της ευχέρεια

1.9 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Σήμερα οι εταιρείες Factoring στην Ευρώπη παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη δραστηριότητα, καθώς όπως παρουσιάζεται στον Πίνακα 1, ο κύκλος εργασιών Factoring στην Ευρώπη καλύπτει περίπου το 61% του παγκόσμιου Factoring. Για την ακρίβεια ο κύκλος εργασιών Factoring στην Ευρώπη αποτελεί περίπου το 75% του διεθνούς Factoring και το 60% του εγχώριου. Στις ΗΠΑ οι εταιρείες Factoring καλούνται να καλύψουν κυρίως πιστωτικούς κινδύνους, ενώ στην Ευρώπη καλούνται να χρηματοδοτήσουν τους πελάτες τους.

Στην Ελλάδα οι εταιρείες πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων λειτουργούν με τον Ν.1905/15.11.1990, όπως τροποποιήθηκε από τον Ν.2367/29.12.1995, καθώς επίσης και την Π.Δ.Τ.Ε. 2168/8.1.93 η οποία τροποποιήθηκε την 27^η Μαρτίου 1996, με την οποία καθορίστηκαν οι προϋποθέσεις για την άδεια λειτουργίας των εταιρειών Factoring.

Στη χώρα μας μέχρι σήμερα οι εταιρείες Factoring προσφέρουν κατά κανόνα κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις. Αυτό οφείλεται το γεγονός ότι οι Ελληνικές εταιρείες είναι συνήθως διατεθειμένες να καλύψουν το κίνδυνο αδυναμίας πληρωμής των υποχρεώσεων μόνο εκείνων των επιχειρήσεων οι οποίες έχουν μεγάλη φερεγγυότητα (πχ. Εταιρείες εισηγμένες στο χρηματιστήριο, ΔΕΚΟ, κλπ.). Στη περίπτωση αυτή οι υποψήφιοι πελάτες δεν είναι συνήθως διατεθειμένοι να πληρώσουν για μια τέτοια κάλυψη. Επιπλέον, οι τράπεζες στην Ελλάδα είναι συνηθισμένες να χρηματοδοτούν επιχειρήσεις οι οποίες έχουν απαιτήσεις από προμήθεια υλικών ή παροχή υπηρεσιών στο Δημόσιο και στις ΔΕΚΟ, εφόσον φυσικά τους εκχωρηθούν οι απαιτήσεις αυτές.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο θεσμός του Factoring δεν είχε την αναμενόμενη ανάπτυξη μέχρι σήμερα και μόνο ένας περιορισμένος αριθμός εταιρειών έχει δημιουργηθεί, εκ των οποίων οι περισσότερες βρίσκονται στο αρχικό στάδιο λειτουργίας τους. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 2, ο συνολικός κύκλος εργασιών στην Ελλάδα ανήλθε το 1996 σε 410 εκατομμύρια δολάρια. Η μικρή ανάπτυξη της Ελληνικής αγοράς Factoring μπορεί να αποδοθεί σε τρεις κυρίως λόγους. Πρώτων, το θεσμικό πλαίσιο το οποίο υπήρχε δεν βοήθησε στην ανάπτυξη του Factoring. Το πρόβλημα αυτό λύθηκε με τις νομοθετικές τροποποιήσεις των τελευταίων ετών. Δεύτερον οι προσωπικές σχέσεις οι οποίες χαρακτηρίζουν τη συναλλακτική δραστηριότητα, ειδικά στην Ελληνική επαρχία, δημιουργούν ακόμη και σήμερα προβλήματα στην

ανάπτυξη του θεσμού . Πολλές επιχειρήσεις διατηρούν άτυπες συμφωνίες πληρωμής με τους αγοραστές των προϊόντων τους ,παρέχοντας ουσιαστικά διευκολύνσεις μεγαλύτερες από εκείνες οι οποίες έχουν τυπικά συμφωνηθεί . Και τρίτον ,ορισμένες κατηγορίες επιχειρήσεων μεγάλου μεγέθους όπως πχ. Μεγάλα πολυκαταστήματα και super markets, ζητούν από τους προμηθευτές τους να μην χρησιμοποιήσουν το Factoring ,έτσι ώστε να επιτυγχάνουν ανενόχλητες παρατάσεις στους χρόνους πληρωμής . Τα προβλήματα αυτά αναμένεται να ξεπεραστούν με την πάροδο του χρόνου , καθώς επίσης και με τις παρεμβάσεις της Ένωσης Ελληνικών Εταιρειών Factoring η οποία ιδρύθηκε πρόσφατα .

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια αύξηση των πιστωτικών περιόδων στη χώρα μας ,οι οποίες θεωρούνται από τις υψηλότερες της Ευρωπαϊκής Ένωσης . Συγχρόνως παρουσιάζεται ένας περιορισμός τη χρήση των μεταχρονολογημένων επιταγών ως μέσω πληρωμής στην Ελλάδα και μια αύξηση των πωλήσεων με ανοιχτό λογαριασμό . Το ίδιο διάστημα παρατηρείται ένας περιορισμός της χρήσης των ενέγγυων πιστώσεων στο διεθνές εμπόριο και μια αντίστοιχη αύξηση των πωλήσεων με ανοιχτό λογαριασμό .Οι αλλαγές αυτές την εγχώρια και διεθνή αγορά δημιουργούν δυσκολίες στη χρηματοδότηση ορισμένων επιχειρήσεων . Από την άλλη πλευρά οι δυσκολίες αυτές παρέχουν υποστήριξη στην άποψη ότι το Factoring θα αναπτυχθεί στην Ελλάδα σε σύντομο χρονικό διάστημα , τουλάχιστον όσον αφορά την χρηματοδότηση των επιχειρήσεων .

Οι σημαντικότερες εταιρείες Factoring οι οποίες λειτουργούν στην Ελλάδα είναι η ABC Factors (θυγατρική της Alpha Τράπεζας Πίστωσης), η ΕΘΝΟFACT (θυγατρική της Εθνικής Τράπεζας), η Εμπορική Factoring (θυγατρική της Εμπορικής) και η FACT Hellas (στην οποία μετέχει η Ιονική Τράπεζα ,αλλά την πλειοψηφία των μετοχών της έχει ο ιδιωτικός τομέας) . Οι εταιρείες αυτές άρχισαν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους μέσα στο 1995 . Υποψήφιοι πελάτες των εταιρειών αυτών είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες συναλλάσσονται σε σταθερή βάση με πελάτες , προσφέροντας πίστωση μέχρι 5 ή 6 μήνες όσον αφορά το εσωτερικό και 3 μήνες όσον αφορά το εξωτερικό .

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι κάποιες ασφαλιστικές εταιρείες (πχ. Φοίνιξ Ασφάλειες Πιστώσεων και Εγγυήσεων ΑΕ) προσφέρουν ασφαλιστική κάλυψη σε επιχειρήσεις οι οποίες πουλούν προϊόντα ή προσφέρουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση στην Ελλάδα και το εξωτερικό .Ειδικότερα η Φοίνιξ Ασφάλειες Πιστώσεων και Εγγυήσεων ΑΕ η οποία έχει μετοχικό κεφάλαιο 900 εκατομμύρια δρχ. ,παρέχει ασφαλιστική κάλυψη μέχρι το 80% της αξίας των συνολικών πωλήσεων με πίστωση από τον εμπορικό κίνδυνο της

αποδεδειγμένης αφερεγγυότητας ή της παρατεταμένης καθυστέρησης πληρωμής της απαίτησης , έναντι ασφαλίστρου . Για να προσδιοριστεί το ύψος του ασφαλίστρου αξιολογείται η φερεγγυότητα του κάθε πελάτη του ασφαλισμένου και εγκρίνεται ένα πιστωτικό όριο ανάλογα με τη φερεγγυότητα αυτού . Στην περίπτωση της κάλυψης της αποδεδειγμένης αφερεγγυότητας ο ασφαλιστής αποζημιώνει τον ασφαλιζόμενο μέσα σε 30 ημέρες από την προσκόμιση των προβλεπόμενων κατά περίπτωση εγγράφων και με την προϋπόθεση ότι έχουν τηρηθεί όλοι οι όροι της ασφαλιστικής σύμβασης . Στην περίπτωση της κάλυψης της παρατεταμένης καθυστέρησης πληρωμής της απαίτησης ο ασφαλιστής αποζημιώνει τον ασφαλιζόμενο μετά από 6 μήνες , με την προϋπόθεση ότι έχουν τηρηθεί όλοι οι όροι της ασφαλιστικής σύμβασης . Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι η ασφαλιστική κάλυψη της πίστωσης δεν απαλλάσσει την επιχείρηση από την ευθύνη και τη φροντίδα παρακολούθησης της είσπραξης της απαίτησής της .

ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ FACTORING
Ο Συνολικός Πανκόσμιος Δείκτης ανάπτυξης και οι δείκτες των 14
μεγαλύτερων χωρών με βάση = 1980 σε δολάρια ΗΠΑ

Διεθνής Δείκτης	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
	100	103 + 3%	103 = %	113 +10%	120 + 6%	143 + 19%	175 + 22%
Χώρες							
Αυστρία	100	138 +38%	131 -5%	129 -1%	132 +2%	133 +1%	138 +4%
Βέλγιο	100	95 -5%	122 +28%	160 +31%	201 +26%	229 +14%	274 +20%
Καναδάς	N o A	N/A	N/A	N/A	100	145 +45%	111 -31%
Δανία	100	95 -5%	126 +33%	140 +11%	170 +21%	159 -7%	163 +3%
Φιλανδία	100	144 +44%	185 +28%	230 +24%	273 +19%	316 +16%	305 -4%
Γαλλία	100	147 +47%	195 +33%	211 +8%	240 +14%	248 +3%	249 +19%
Γερμανία	100	115 +15%	110 -5%	115 +5%	120 +4%	133 +11%	161 +21%
Ιταλία	100	207 +107%	396 +91%	600 +51%	958 +60%	1,475 +54%	1,935 +31%
Ιαπωνία	100	112 +12%	103 -9%	202 +98%	213 +5%	172 -23%	180 +5%
Ολλανδία	100	105 +5%	116 +10%	155 +34%	188 +21%	228 +21%	262 +15%
Νορβηγία	100	127 +27%	145 +14%	160 +10%	192 +20%	211 +10%	253 +20%
Σουηδία	100	109 +9%	124 +14%	128 +3%	120 -7%	121 +1%	103 -17%
Αγγλία	100	104 +4%	120 +15%	152 +27%	196 +29%	255 +30%	313 +23%
ΗΠΑ	100	108 +8%	106 -2%	117 +10%	132 +13%	132 =%	141 +7%

Πηγή: FCIANNOUAL REPORT 1987

2.ΑΓΟΡΑ ΑΠΑΙΤΗΣΗΣ ΧΩΡΙΣ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΑΝΑΓΩΓΗΣ(FORFAITING)

2.1 Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά της εργασίας Forfaiting

Το FORFAITING είναι ένας σχετικά νέος χρηματοδοτικός θεσμός. Εμφανίστηκε τη δεκαετία του '50 σαν τρόπος χρηματοδότησης του εμπορίου μεταξύ των δυτικών και ανατολικών χωρών.

Με τον όρο FORFAITING εννοούμε την προεξόφληση (αγορά) μιας, συνήθως, μεσοπρόθεσμης εξαγωγικής απαίτησης από κάποια τράπεζα ή ένα εξειδικευμένο πιστωτικό ίδρυμα (FORFAITEUR), που παραιτείται από το δικαίωμα αναγωγής κατά του, μέχρι τη στιγμή της προεξόφλησης, φορέα της απαίτησης (FORFAITIST), σε περίπτωση που αυτή δεν καταστεί δυνατό να εξοφληθεί έγκαιρα. Κατά κανόνα, την εξόφληση της αντίστοιχης οφειλής εγγυάται κάποια τράπεζα.

Για την καλύτερη κατανόηση του μηχανισμού λειτουργίας του FORFAITING και την εικονογράφηση των σχέσεων που αναπτύσσονται στα πλαίσια της εργασίας αυτής, παραθέτουμε σχετικό σχεδιάγραμμα, Σχήμα 1.

Όπως προκύπτει από τον παραπάνω ορισμό, το εννοιολογικό χαρακτηριστικό που διακρίνει το FORFAITING από άλλες παρεμφερείς μεθόδους πιστοδότησης του εξωτερικού εμπορίου είναι η παραίτηση της τράπεζας που χρηματοδοτεί από το δικαίωμα αναγωγής, δηλαδή από τη δυνατότητά της να στραφεί κατά του χρηματοδοτούμενου εξαγωγέα και να αξιώσει την επιστροφή του προϊόντος της χρηματοδότησης, σε περίπτωση που ο οφειλέτης (αγοραστής του εμπορεύματος-εισαγωγέας) δεν μπορέσει να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του, επικαλούμενος οικονομικούς λόγους. Αυτό σημαίνει ότι η μοναδική ευθύνη του εξαγωγέα (FORFAITIST) είναι να μεταβιβάσει στο Πιστωτικό ίδρυμα (FORFAITEUR) απαίτηση υπαρκτή και έγκυρη.

Από τον ορισμό προκύπτει, επίσης, ότι τα μέρη που εμπλέκονται στην όλη διαδικασία Αγορά Απαίτησης Χωρίς Δικαίωμα Αναγωγής (FORFAITING) είναι :

- η Τράπεζα ή το πιστωτικό ίδρυμα που αγοράζει (προεξοφλεί) την απαίτηση (FORFAITEUR),
- ο εξαγωγέας που πωλεί (μεταβιβάζει) (FORFAITIST) στην τράπεζα ή στο πιστωτικό ίδρυμα την απαίτηση και εισπράττει από τον τελευταίο το ισόποσό της (μείον τον προεξοφλητικό τόκο),
- ο οφειλέτης, δηλαδή ο αγοραστής του εμπορεύματος (εισαγωγέας),
- η τράπεζα του οφειλέτη, που εγγυάται την εξόφληση της οφειλής (τριτεγγυάται τη συναλλαγματική ή εκδίδει εγγυητική επιστολή),

Άλλα στοιχεία που συνθέτουν τη φυσιογνωμία του συγκεκριμένου θεσμού, όπως αυτός έχει καθιερωθεί από τη διεθνή πρακτική, χωρίς όμως και να είναι απαραίτητα για να χαρακτηριστεί μια εργασία ως FORFAITING, τα εξής :

- Οι προεξοφλούμενες στα πλαίσια FORFAITING απαιτήσεις είναι, συνήθως, μεσομακροπρόθεσμες (1-5 χρόνια). Εδώ όμως πρέπει να σημειωθεί ότι ένας όχι
- ασήμαντος αριθμός βραχυπρόθεσμων εξαγωγικών εργασιών έχει χρηματοδοτηθεί με τη μέθοδο αυτή.
- Οι προεξοφλημένες απαιτήσεις ενσωματώνονται, κατά κανόνα, σε μια σειρά **συναλλαγματικών ή γραμματίων πρωτοφειλής εξαμηνιαίων λήξεων**, οι οποίες αντιπροσωπεύουν τις δόσεις που έχουν συμφωνηθεί μεταξύ του εξαγωγέα και του εισαγωγέα (οφειλέτη-αποδέκτη της συναλλαγματικής ή εκδότη του γραμματίου πρωτοφειλής), για τη σταδιακή πληρωμή της οφειλής του τελευταίου.
- Οι χρηματοδοτούμενες με τη μέθοδο αυτή απαιτήσεις προέρχονται στις περισσότερες περιπτώσεις από εξαγωγή κεφαλαιουχικών αγαθών (μηχανημάτων, βιομηχανικών συγκροτημάτων, ημικατεργασμένων προϊόντων, πρώτων υλών κλπ). Αυτό, βέβαια δεν σημαίνει ότι μια εργασία FORFAITING αποκλείεται να αφορά και εξαγωγικές πωλήσεις καταναλωτικών αγαθών.
- Για την προστασία των συμφερόντων του από το ενδεχόμενο αφερεγγυότητας του οφειλέτη, η τράπεζα ή το πιστωτικό ίδρυμα (FORFAITEUR) θέτει ως προϋπόθεση για τη διενέργεια της χρηματοδότησης την **έκδοση εγγυητικής επιστολής ή την τριτεγγύηση της συναλλαγματικής (ή του γραμματίου πρωτοφειλής) από την τράπεζα εισαγωγέα**, εφόσον αυτή εκτιμάται ότι είναι επαρκώς φερέγγυα για το συγκεκριμένο κίνδυνο που με την παροχή της εγγύησης της αναλαμβάνει.

Παραίτηση από αυτού του είδους την εξασφάλιση μπορεί πράξη να γίνει δεκτή από την τράπεζα ή το πιστωτικό ίδρυμα (FORFAITEUR) μόνο στην περίπτωση που οφειλέτης είναι μια μεγάλη και διεθνώς γνωστή εταιρεία με πολύ υψηλή, ενόψει και του ποσού της οφειλής, πιστοληπτική ικανότητα, ή κάποιος κρατικός (ή ημικρατικός) Οργανισμός.

2.2 Ανάπτυξη του Θεσμού

Η αρχική φάση της εξέλιξης της εργασίας FORFAITING είναι συνυφασμένη με το εμπόριο Ανατολής-Δύσης και ιδιαίτερα με την πώληση σιταριού από τις Η.Π.Α στις Ανατολικές χώρες μέσω της Ένωσης Τραπεζών Ζυρίχης.

Σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη του θεσμού αυτού κατά τη δεκαετία του '80 έδωσαν οι συνθήκες που επικράτησαν στο εμπόριο μεταξύ βιομηχανικών και αναπτυσσόμενων χωρών και συγκεκριμένα :

- Ο ανταγωνισμός που συνεχώς οξυνόταν μεταξύ των βιομηχανικών χωρών για την ισχυροποίηση των θέσεων τους στον τομέα του εξαγωγικού εμπορίου με τα κράτη του Τρίτου Κόσμου. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι ο τομέας αυτός είναι πολύ σημαντικός για σε την οικονομία των αναπτυσσόμενων χωρών, καθόσον από την πορεία του εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό, ο ρυθμός αύξησης του εθνικού τους εισοδήματος, το επίπεδο της ανεργίας κτλ.
- Οι συνεχώς μεγαλύτερες προθεσμίες που είναι από τα πράγματα (λόγω των σοβαρών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν) υποχρεωμένες να ζητούν οι αναπτυσσόμενες χώρες, για να εξοφλήσουν την αξία των εισαγωγών τους.
- Η αδυναμία των εξαγωγικών βιομηχανικών επιχειρήσεων των ανεπτυγμένων χωρών να χορηγήσουν τόσο μεγάλες (συνήθως πάνω από 5 χρόνια) προθεσμίες στους πελάτες τους, αλλά και η απροθυμία τους να επωμιστούν τον κίνδυνο επί πιστώσει πωλήσεων ύψους πολλών εκατ.δολαρίων (\$) σε κράτη με συναλλαγματικά προβλήματα και όχι απόλυτα σταθερή πολιτική κατάσταση.
- Οι έντονες κατά τα τελευταία χρόνια διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών (και κυρίως του US \$), καθώς και οι πολλές φορές απότομες μεταβολές των επιτοκίων έχουν προσθέσει έναν ακόμη παράγοντα αβεβαιότητας στις διεθνείς συναλλαγές; πράγμα που αναγκάζει τους εξαγωγείς να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί.

Στην ανάπτυξη της εργασίας FORFAITING πρωτοπόρος είναι ο ρόλος των Τραπεζών της Ζυρίχης, που διαθέτουν μεγάλη εμπειρία στη χρηματοδότηση του διεθνούς εμπορίου. Σήμερα, τα κυριότερα κέντρα FORFAITING είναι το City του Λονδίνου και η Δυτ. Γερμανία.

Παρά το γεγονός ότι κατά τα τελευταία χρόνια ένας συνεχώς μεγαλύτερος αριθμός εξαγωγέων των αναπτυσσόμενων χωρών καταφεύγει σ'αυτή τη μέθοδο κάλυψης των πιστωτικών κινδύνων και χρηματοδότησης, δε φαίνεται να είναι αξιόλογο το ποσοστό του συνολικού όγκου του παγκόσμιου εμπορίου που χρηματοδοτείται με τον τρόπο αυτό. Αξιόπιστα πάντως στατιστικά στοιχεία δεν υπάρχουν, γιατί, λόγω της εμπιστευτικής φύσης της εργασίας αυτής, δεν ανακοινώνεται από τις τράπεζες κτλ, τίποτα το σχετικό.

Η αγορά FORFAITING χαρακτηρίζεται κατά τη δεκαετία του '80 από τον έντονο ανταγωνισμό που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των διαφόρων πιστωτικών ιδρυμάτων, που έχουν ξεπεράσει την επιφυλακτικότητα με την οποία αντιμετώπιζαν αρχικά το θεσμό αυτό.

Μια πρόσφατη εξέλιξη στην εν λόγω αγορά είναι η δραστηριοποίηση στον τομέα αυτό πρακτόρων (AGENTS), που ασκούν μεσολαβητικό ρόλο μεταξύ εισαγωγέα (FORFAITIST) και τράπεζας (FORFAITEUR), που αναλαμβάνει τελικά τον κίνδυνο και διαθέτει τα κεφάλαια. Δηλαδή, ο πράκτορας μεταπωλεί την απαίτηση στον τελικό χρηματοδότη (FORFAITEUR), τον οποίο έχει εξασφαλίσει πριν δεσμευτεί απέναντι στον εξαγωγέα για τη διενέργεια της χρηματοδότησης (FORFAITING).

2.3 Προϋποθέσεις Αγοράς Απαίτησης Χωρίς Δικαίωμα

Οι προϋποθέσεις που πρέπει να καλύπτονται για να έχει πιθανότητες μια συγκεκριμένη εξαγωγική συναλλαγή να αποτελέσει αντικείμενο πιστοδότησης με τη μέθοδο FORFAITING είναι οι εξής:

- Ο κίνδυνος χώρας (country risk) ή οι «πολιτικοί κίνδυνοι», όπως αλλιώς λέγονται, δεν πρέπει να ξεπερνούν, κατά την κρίση του αρμόδιου τμήματος της τράπεζας που καλείται να αναλάβει τον κίνδυνο, ένα εύλογο επίπεδο. Τώρα ποίο επίπεδο θεωρείται εύλογο δεν μπορεί να καθοριστεί με μαθηματική ακρίβεια, γιατί είναι συνάρτηση πολλών παραγόντων, όπως το πόσο, οι προβλεπόμενες εξελίξεις στην συγκεκριμένη χώρα και την ευρύτερη περιοχή στην οποία αυτή ανήκει, η στρατηγική της τράπεζας και η ειδικότερη πολιτική της αναφορικά με τη χώρα αυτή και την περιοχή κτλ. Πρέπει να διευκρινιστεί ότι κάθε τράπεζα, αφού λάβει υπόψη της ορισμένα κριτήρια (σταθερότητα του πολιτικού συστήματος και του κοινωνικού καθεστώτος, πληθυσμιακά δεδομένα, οικονομικούς δείκτες και στοιχεία κτλ.), καθορίζει ένα ανώτατο όριο χρηματοδοτήσεων για κάθε χώρα.
- Η φερεγγυότητα του οφειλέτη (αγοραστή του εμπορεύματος) ή της εγγυήτριας τράπεζας (εφόσον υπάρχει) πρέπει να θεωρείται, για τη συγκεκριμένη περίπτωση, επαρκής.
- Η απαίτηση πρέπει να είναι υπαρκτή, έγκυρη και ελεύθερη από διεκδικήσεις τρίτων, βάρη, ενστάσεις κτλ. (βέβαια αν υπάρχει συναλλαγματική ή γραμμάτιο πρωτοφειλής, η εκπλήρωση της προϋπόθεσης αυτής είναι δεδομένη).
- Ο τρόπος πληρωμής πρέπει να είναι συνηθισμένος, σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική (εξόφληση 3-7 χρόνια με εξαμηνιαίες δόσεις).
- Το ποσό της συναλλαγματικής δεν πρέπει να είναι μικρότερο από κάποιο όριο (π.χ. 300000 \$).

2.4 Τεχνική FORFAITING

Καταρχήν, είναι αναγκαίο να τονιστεί ότι η τράπεζα του εξαγωγέα ενημερώνεται από τον τελευταίο για το ενδεχόμενο να ζητήσει αυτός χρηματοδότηση FORFAITING, ήδη από το στάδιο των διαπραγματεύσεων με τον αγοραστή του εμπορεύματος. Εφόσον η αποδοχή της ανάληψης του κινδύνου από την τράπεζα θεωρείται από τον εξαγωγέα ως στοιχείο αποφασιστικής σημασίας για το κλείσιμο μιας υπό διαπραγμάτευση παραγγελίας, το συμφέρον του επιτάσσει να έχει εξασφαλιστεί, πριν υπογραφεί η σχετική σύμβαση πώλησης, η έγγραφη συγκατάθεση της Τράπεζας για τη χρηματοδότηση της συγκεκριμένης εξαγωγής με τη μέθοδο FORFAITING και με **συγκεκριμένους όρους**.

Για να εξετάσει το αρμόδιο όργανο της τράπεζας (Συμβούλιο Χρηματοδοτήσεων) το αίτημα του εξαγωγέα, ο τελευταίος υποβάλλει στην τράπεζα αίτηση, σε ειδικό έντυπο, που περιέχει απαραίτητως τα εξής στοιχεία :

- Τιμολογιακή αξία και νόμισμα.
- Χώρα εισαγωγής (όπου έχει την έδρα του ο οφειλέτης)
- Επιχειρηματική επωνυμία του αλλοδαπού εισαγωγέα.
- Εγγυήτρια τράπεζα.
- Όροι πληρωμής (προκαταβολή, χρόνος εξόφλησης, δόσεις)
- Είδος χρεωστικών εγγράφων που αποδεικνύουν την απαίτηση (συναλλαγματικές, γραμμάτια, υποσχετικές επιστολές).
- Είδος εμπορεύματος.
- Χρόνος που προβλέπεται για την υπογραφή της σύμβασης πώλησης.
- Χρόνος που προβλέπεται για την παράδοση του εμπορεύματος.

Αφού το αρμόδιο τμήμα της τράπεζας εγκρίνει τη χρηματοδότηση, αποστέλλεται στον ενδιαφερόμενο εξαγωγέα έγγραφο με το οποίο η τράπεζα αναλαμβάνει απέναντι σ' αυτόν την υποχρέωση να προεξοφλήσει την απαίτηση που περιγράφεται στην αίτηση του, εφόσον ο εξαγωγέας προσκομίζει μέσα σε καθορισμένο χρονικό διάστημα (δεν υπερβαίνει συνήθως τους 12 μήνες) μια σειρά δικαιολογητικά (συναλλαγματικές, γραμμάτια, εγγυητικές επιστολές, συμβάσεις κτλ.) που αναφέρονται αναλυτικά στην εν λόγω επιστολή. Επίσης, καθορίζονται και οι όροι της χρηματοδότησης, δηλαδή το επιτόκιο και η λεγόμενη «προμήθεια αδράνειας», που εισπράττει για το χρονικό διάστημα από την ημερομηνία της δεσμευτικής επιστολής της τράπεζας μέχρι τη διενέργεια της χρηματοδότησης (η «προμήθεια αδράνειας» είναι η αμοιβή της τράπεζας επειδή κρατά τα αντίστοιχα κεφάλαια στη διάθεση του εξαγωγέα μέχρι να ολοκληρωθεί η φόρτωση και η παράδοση του εμπορεύματος).

Τα βασικά δικαιολογητικά μιας χρηματοδότησης FORFAITING είναι :

- Τα αποδεικτικά της οφειλής έγγραφα (συναλλαγματικές, γραμμάτια, υποσχετικές επιστολές)
- Εγγυητική επιστολή τράπεζας, της οποίας το ακριβές περιεχόμενο, που έχει ιδιαίτερη σημασία για την κατοχύρωση των συμφερόντων της τράπεζας ή του πιστωτικού ιδρύματος που αγοράζει την απαίτηση (FORFAITEUR) έχει συμφωνηθεί μεταξύ των μερών που συμμετέχουν σε μια συναλλαγή FORFAITING.
- Σύμβαση Αγοράς Απαίτησης Χωρίς Δικαίωμα Αναγωγής (FORFAITING) που υπογράφεται από το χρηματοδοτούμενο εξαγωγέα και την τράπεζα.

Άλλα δικαιολογητικά που συνήθως ζητούνται για ελεγκτικούς σκοπούς :

- Αντίγραφο της σύμβασης πώλησης.
- Αντίγραφο άδειας εισαγωγής και εξαγωγής.
- Φορτωτικά έγγραφα.

Σε περίπτωση που η χρηματοδότηση FORFAITING γίνεται υπό τη μορφή προεξόφλησης συναλλαγματικών ή γραμματίων, η τράπεζα ελέγχει εάν η συμπλήρωση τους είναι πλήρης και έχει γίνει κατά τον προβλεπόμενο τρόπο.

Επίσης, αν πιστοποιείται από την τράπεζα του εισαγωγέα η γνησιότητα της υπογραφής και το νομότυπο της εκπροσώπησης του, με βάση την ή τις υπογραφές που έχουν τεθεί επί των συναλλαγματικών (το τελευταίο είναι αναγκαίο μόνο όταν ο οφειλέτης είναι νομικό πρόσωπο).

Εάν αντί για συναλλαγματικές ή γραμμάτια προεξοφλούνται άλλα χρεωστικά έγγραφα, λαμβάνονται τα εξής πρόσθετα μέτρα για τη νομότυπη μεταβίβαση της απαίτησης του εξαγωγέα στην τράπεζα ή το πιστωτικό ίδρυμα (FORFAITEUR), ώστε να προληφθεί κάθε δυσάρεστο ενδεχόμενο εις βάρος του τελευταίου

- Εκχωρούνται στην τράπεζα όλα τα δικαιολογητικά του εξαγωγέα από τη σύμβαση πώλησης.
- Λαμβάνεται γραπτή δήλωση του αγοραστή των εμπορευμάτων, αλλά και της εγγυήτριας τράπεζας, σύμφωνα με την οποία οι εν λόγω αναγνωρίζουν ως δικαιούχο της απαίτησης την τράπεζα που αγοράζει την απαίτηση (FORFAITEUR) και αναλαμβάνουν την υποχρέωση να καταβάλλουν σ' αυτόν οποιοδήποτε ποσό.
- Υπογράφει ο ξένος αγοραστής του εμπορεύματος δήλωση με την οποία παραιτείται από οποιαδήποτε ένσταση, αντίρρηση, ανταπαίτηση κτλ., θα μπορούσε να προβάλλει, σχετικά με την οφειλή του, απέναντι την Τράπεζα-FORFAITEUR.

2.5 Κόστος Αγοράς Απαίτησης Χωρίς Δικαίωμα Αναγωγής (FORFAITING)

Στα πρώτα χρόνια εφαρμογής του FORFAITING οι επιχειρηματικοί κύκλοι αντιμετώπιζαν με σκεπτικισμό το θεσμό αυτό, επειδή το επιτόκιο που ζητούσαν οι τράπεζες ήταν αρκετά υψηλότερο από το επιτόκιο προεξόφλησης συναλλαγματικών, πράγμα, βέβαια, φυσικό αν σκεφτεί κανείς ότι οι τράπεζες ως FORFAITEUR αναλαμβάνουν έναν αυξημένο κίνδυνο (ιδίως όταν δεν υπάρχει τραπεζική εγγύηση) και επομένως ένα μέρος από το Spread του επιτοκίου αποτελεί και «ασφάλιστρο» κατά του αυξημένου αυτού κινδύνου.

Τα τελευταία όμως χρόνια η κατάσταση έχει αλλάξει, αφού πολύ μεγάλος αριθμός τραπεζών έχει εντάξει την εργασία αυτή στο σύνολο της προσφοράς των προς την πελατεία τους, με αποτέλεσμα την όξυνση του ανταγωνισμού και τη συμπίεση του περιθωρίου κέρδους των τραπεζών. Δηλαδή, ο παράγοντας κόστος έχει πάψει να αποτελεί ανασταλτικό στοιχείο στην ανάπτυξη του θεσμού.

Πέρα από τον τόκο οι τράπεζες-FORFAITEUR εισπράττουν και διάφορες προμήθειες, η κυριότερη από τις οποίες είναι η προμήθεια «αδράνειας». Η προμήθεια «αδράνειας» λαμβάνεται από τον FORFAITEUR για την περίοδο από τη συμφωνία και δέσμευση των κεφαλαίων μέχρι τη στιγμή της χρηματοδότησης (ολοκλήρωση της φόρτωσης και παράδοση του εμπορεύματος).

2.6 Πλεονεκτήματα του FORFAITING

Το FORFAITING είναι μια έμμεση χρηματοδότηση του εξαγωγικού εμπορίου χωρίς χρονοβόρες διαδικασίες που απαιτούνται συνήθως στον τραπεζικό χώρο.

Έτσι, το FORFAITING που εφαρμόζεται, κυρίως στο εξαγωγικό εμπόριο και αφορά άμεσα τον εξαγωγέα έχει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα :

1. Ο εξαγωγέας (FORFAITIST) μεταθέτει τον «πιστωτικό κίνδυνο» (αφερεγγυότητα του οφειλέτη) και τον «πολιτικό κίνδυνο» (Country risk) στον αγοραστή της απαίτησης (FORFAITEUR). Έτσι, ο εξαγωγέας μπορεί να διευρύνει σημαντικά τον κύκλο εργασιών του, πραγματοποιώντας αξιόλογες εξαγωγές σε χώρες και περιοχές, που, χωρίς την παρεχόμενη μέσω του FORFAITING κάλυψη, λόγω του αυξημένου κινδύνου, δε θα τις αποτολμούσε.

2. Ο εξαγωγέας δεν εγγράφει τη χρηματοδότηση FORFAITING στον ισολογισμό του και έτσι δεν επιβαρύνονται οι συντελεστές ρευστότητας και ίδιων δανειακών κεφαλαίων, οι οποίοι λαμβάνονται υπόψη από τις τράπεζες κατά την εκτίμηση της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών τους. Ας σημειωθεί ότι οι τράπεζες-FORFAITEUR δεν εμφανίζουν στα βιβλία τους ως δανειολήπτη τον εξαγωγέα που εισέπραξε το ισόποσο (μείον τον τόκο) της απαίτησης του, αλλά τον οφειλέτη (αγοραστή του εμπορεύματος), γιατί ο πρώτος έχει απαλλαγεί από κάθε σχετική ευθύνη.

3. Ο εξαγωγέας, προεισπράττοντας μια απαίτηση του με τη μέθοδο FORFAITING διατηρεί ανέπαφα τα χρηματοδοτικά του όρια και μπορεί έτσι να τα χρησιμοποιήσει για την κάλυψη άλλων αναγκών του, που βρίσκονται έξω από το πεδίο εφαρμογής του θεσμού (π.χ. αγορά πρώτων υλών και πληρωμή εργατικών για την προετοιμασία μιας παραγγελίας). Δεδομένου ότι τα αχρησιμοποίητα περιθώρια από τα εγκεκριμένα όρια χρηματοδότησης ενός εξαγωγέα αποτελούν γι' αυτόν «αποθέματα ρευστότητας», είναι φανερό ότι η αγορά απαίτησης χωρίς δικαίωμα αναγωγής (FORFAITING) συντελεί άμεσα στη βελτίωση της ικανότητας πληρωμών μιας επιχείρησης.

4. Το FORFAITING είναι χρηματοδότηση σταθερού επιτοκίου, πράγμα που σημαίνει ότι ο εξαγωγέας έχει τη δυνατότητα να υπολογίσει σε σταθερή βάση τα χρηματοοικονομικά του έξοδα και να τα επιρρίψει κατά την κοστολόγηση του εμπορεύματος στον αγοραστή.

5. Εκτός από τον κίνδυνο που προέρχεται από τη διακύμανση των επιτοκίων και ο συναλλαγματικός κίνδυνος (μεταβολή ισοτιμιών των νομισμάτων) μεταφέρεται από τον εξαγωγέα (FORFAITIST) στην τράπεζα (FORFAITEUR).

6. Το λογιστήριο, τέλος, του εξαγωγέα δεν απασχολείται με την παρακολούθηση της εισπράξης της απαίτησης, δηλαδή απαλλάσσεται από το φόρτο εργασίας.

Εκτός από τα παραπάνω πλεονεκτήματα που παρουσιάζει το FORFAITING για τον εξαγωγέα, τούτο θεωρείται και για τα χρηματοδοτικά πιστωτικά ιδρύματα μια επιθυμητή μορφή εργασίας, γιατί η τεκμηρίωσή της (δηλαδή τα απαιτούμενα δικαιολογητικά κτλ.) είναι απλή και επομένως δεν απαιτείται απασχόληση του προσωπικού τους με χρονοβόρους ελέγχους κ.α.

Τέλος, η χρησιμότητα του FORFAITING για την Εθνική Οικονομία είναι προφανής, αφού προωθεί τις εξαγωγές γενικά και ειδικότερα την κατηγορία εκείνη των εξαγωγών που ενδιαφέρει πρώτιστα τα βιομηχανικά κράτη, δηλαδή τις πωλήσεις κεφαλαιουχικών αγαθών σε χώρες του Τρίτου Κόσμου.

2.7 Σύγκριση του FORFAITING με άλλους τρόπους κάλυψης των πιστωτικών κινδύνων και χρηματοδότηση

2.7.1 Ασφάλιση εξαγωγών

Τόσο η ασφάλιση των εξαγωγικών πιστώσεων όσο και η αγορά απαίτησης χωρίς δικαίωμα αναγωγής (FORFAITING) αποτελούν ευρύτατα διαδεδομένους (στις αναπτυγμένες χώρες) τρόπους κάλυψης των πιστωτικών κινδύνων, που συνδέονται με το εξωτερικό εμπόριο.

Οι κυριότερες διαφορές των δύο πολύ σημαντικών αυτών θεσμών, που οριοθετούν και το πεδίο εφαρμογής τους, είναι τα εξής :

- Ενώ το FORFAITING αφορά μόνο **υπαρκτές** απαιτήσεις, η ασφάλιση καλύπτει και κινδύνους που παρουσιάζονται στο στάδιο μεταξύ παραγγελίας και παραλαβής του εμπορεύματος από τον αγοραστή, δηλαδή πριν από τη δημιουργία της απαίτησης, όπως π.χ. :
 1. άρνηση παραλαβής του εμπορεύματος,
 2. πτώχευση του αγοραστή μετά την παραγγελία, αλλά πριν από τη φόρτωση του εμπορεύματος.
- Με την ασφάλιση δεν καλύπτεται ολόκληρος ο κίνδυνος, αλλά ένα ποσοστό (συνήθως 75-90%), ενώ στην περίπτωση του FORFAITING το 100% του κινδύνου (μαζί με την απαίτηση) μεταβιβάζεται στην τράπεζα (FORFAITEUR).
- Οι εξαγωγείς οφείλουν να τηρήσουν τους όρους του ασφαλιστηρίου συμβολαίου, διαφορετικά η ασφάλιση παύει να ισχύει.
- Ο ασφαλιζόμενος εξαγωγέας φέρει το βάρος να αποδείξει την οικονομική αδυναμία του οφειλέτη. Στο FORFAITING φυσικά τέτοιο θέμα δεν υπάρχει.
- Ο εξαγωγέας που έχει ασφαλίσει τις απαιτήσεις του σε κάποιο ασφαλιστικό οργανισμό δεν απαλλάσσεται από την ευθύνη και τη φροντίδα να παρακολουθήσει και να εισπράξει την απαίτηση του.
- Ακόμη και αν ο ασφαλιστικός οργανισμός δεχτεί ότι συντρέχουν όλες οι προϋποθέσεις για καταβολή, σε μια συγκεκριμένη περίπτωση, της ασφαλιστικής αποζημίωσης, μεσολαβεί κάποιο χρονικό διάστημα μέχρι την είσπραξή της.

2.7.2 Εξαγωγικό Factoring (Export Factoring)

1. Στο Εξαγωγικό FACTORING, ανάλογα με τη συμφωνία που έχει κάνει η εταιρεία Factoring με τον πελάτη του-εξαγωγέα, μπορεί να έχει, μπορεί όμως και όχι, το δικαίωμα προσφυγής κατά του δεύτερου, ενώ αντίθετα, βασικό χαρακτηριστικό γνώρισμα του FORFAITING είναι η

χωρίς δικαίωμα αναγωγής (WITHOUT RECOURSE) προεξόφληση των απαιτήσεων του εξαγωγέα.

2. Το Εξαγωγικό FACTORING μπορεί να ασφαλίσει μόνο τον κίνδυνο της αφερεγγυότητας του εισαγωγέα («εμπορικοί κίνδυνοι»), ενώ το FORFAITING καλύπτει όλων των ειδών τους κινδύνους με την προϋπόθεση, βέβαια, ότι η προεξοφλούμενη απαίτηση είναι νομικώς ισχυρή (αυτό ισχύει και για το FACTORING).

3. Το FORFAITING αποτελεί μέθοδο χρηματοδότησης μεσομακροπρόθεσμων απαιτήσεων (κατά κανόνα μέχρι 7 χρόνια), ενώ αντικείμενο του Εξαγωγικού FACTORING είναι οι πωλήσεις με βραχυπρόθεσμη πίστωση (συνήθως μέχρι 120 ημέρες).

4. Με το FORFAITING (Αγορά Απαίτησης Χωρίς Δικαίωμα Αναγωγής) χρηματοδοτούνται κυρίως εξαγωγές κεφαλαιουχικών αγαθών, ενώ το εξαγωγικό FACTORING αφορά πωλήσεις μαζικών καταναλωτικών προϊόντων και ελαφρών επενδυτικών αγαθών.

5. Οι χρηματοδοτήσεις μέσω του Εξαγωγικού FACTORING είναι δυνατές σε όλα τα νομίσματα, ενώ στην περίπτωση του FORFAITING οι προεξοφλούμενες απαιτήσεις είναι διατυπωμένες κατά κανόνα σε US \$, DM και SFR.

6. Το ποσοστό το Εξαγωγικό FACTORING δεν ξεπερνά συνήθως το 90%, ενώ στο FORFAITING είναι 100% (εκπίπτει, φυσικά, ο προεξοφλητικός τόκος).

7. Βασική προϋπόθεση του Εξαγωγικού FACTORING είναι η επαρκής φερεγγυότητα του εξαγωγέα, των πελατών του (αγοραστών) και της χώρας εισαγωγής. Προϋπόθεση του FORFAITING είναι η πολύ υψηλή πιστοληπτική ικανότητα του οφειλέτη (πελάτης Α' κατηγορίας, συνήθως κρατικός ή ημικρατικός οργανισμός) ή η ύπαρξη εγγύησης από τράπεζα γνωστή. Παράλληλα πρέπει να μην υπερβαίνει κάποιο εύλογο επίπεδο.

8. Το FORFAITING, τέλος είναι μια εφάπαξ μεμονωμένη εργασία (αγορά «απαίτησης»), ενώ στα πλαίσια του Εξαγωγικού FACTORING παρέχεται στον εξαγωγέα μια σειρά πρόσθετων υπηρεσιών, όπως η λογιστική παρακολούθηση και η στατιστική κάλυψη των εξαγωγικών πωλήσεων, ο έλεγχος της φερεγγυότητας των αγοραστών, η είσπραξη των τιμολογίων, η άσκηση εξώδικων πιέσεων ή ένδικων μέσων κατά οφειλετών καθυστερούμενων απαιτήσεων κτλ.

Το FORFAITING όμως παρουσιάζει το πλεονέκτημα ότι, επειδή αφορά μία μόνο συγκεκριμένη εξαγωγή, δε δεσμεύει τον εξαγωγέα να εκχωρήσει και μελλοντικές του απαιτήσεις στην τράπεζα (FORFAITEUR).

Για διευκόλυνση παρουσιάζουμε στη συνέχεια τις διαφορές αυτές υπό τη μορφή πίνακα :

3 ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗ (FRANCHISING)

3.1 Ορισμός - Βασικές Έννοιες

«**Franchise**» είναι το σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν τη χρήση εμπορικών σημάτων και επωνυμιών, πινακίδων καταστημάτων, συμβόλων, χρωματισμών, προτύπων, σχεδίων, δικαιωμάτων αντιγραφής λογιστικών συστημάτων, πακέτων λογισμικού και μεθόδων χρηματοοικονομικής διαχείρισης τεχνογνωσίας ή διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση, με σκοπό τη μεταπώληση (διανομή) προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών που προορίζονται για τελικούς χρήστες (καταναλωτές).

Το Franchising έχει αποδοθεί στην ελληνική ως «**δικαιόχρηση**». **Franchising** είναι η συμφωνία (σύμβαση) με την οποία καθορίζονται τα οικονομικά και άλλα ανταλλάγματα και οι ειδικότεροι όροι και προϋποθέσεις παροχής από τον ένα συμβαλλόμενο στον άλλο ολόκληρου ή μέρους του παραπάνω πακέτου δικαιωμάτων.

Ο πρώτος από τους ανωτέρω, δηλαδή ο φορέας της εμπορικής επωνυμίας και κάτοχος της τεχνογνωσίας κτλ., που συνήθως είναι μια μεγάλη, καθιερωμένη και με διεθνή ακτινοβολία επιχείρηση, ονομάζεται δικαιοπάροχος (επειδή παραχωρεί δικαιώματα).

Ο δεύτερος από τους συμβαλλόμενους που, αναλαμβάνοντας μια σειρά υποχρεώσεις, αποκτά τη δυνατότητα χρήσης της εμπορικής επωνυμίας, του εμπορικού σήματος, της τεχνογνωσίας κτλ., του δικαιοπάροχου, ονομάζεται δικαιοδόχος.

3.2 Υποχρεώσεις Συνεργαζομένων Επιχειρήσεων.

Οι κύριες υποχρεώσεις του δικαιοπάροχου είναι:

Να προσφέρει στο δικαιοδόχο κάθε δυνατή τεχνική, οργανωτική και νομική στήριξη, για την ευόδωση του σκοπού της κοινής επιχειρηματικής προσπάθειας.

Να του παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες για την επίλυση προβλημάτων που αναφύονται και για την υπερπήδηση δυσχερειών.

Να τον χρηματοδοτεί, ώστε να ικανοποιεί τις ανάγκες του για κεφάλαιο κινήσεως, εφόσον, βέβαια, τούτο προβλέπεται από τη συμβατική συμφωνία τους.

Να θέτει υπόψη του συνεργάτη του δικαιοδόχου έρευνες αγοράς, μελέτες και κάθε αναγκαίο στοιχείο για την κατάστρωση της επιχειρηματικής του δράσης.

Οι υποχρεώσεις του δικαιοδόχου είναι συνήθως πιο εκτεταμένες, αυτό οφείλεται τόσο στη φύση της δραστηριότητας Δικαιόχρησης όσο και στην ανάγκη να κατοχυρώνονται τα συμφέροντα του δικαιοπάροχου.

Συγκεκριμένα, ο δικαιοδόχος, σε γενικές γραμμές οφείλει:

Να εκπληρώνει τις οικονομικές υποχρεώσεις του απέναντι στο δικαιοπάροχο, δηλαδή να καταβάλλει σ' αυτόν τη συμφωνημένη αμοιβή του, που συνήθως συνίσταται σε ένα εφάπαξ ποσό (πάγια αμοιβή). Το ποσό αυτό καταβάλλεται κατά την ένταξη του δικαιοδόχου στον όμιλο των συνεργαζομένων επιχειρήσεων, και κυρίως σε μια ποσοστιαία τακτική καταβολή, που υπολογίζεται με βάση ένα καθορισμένο, στα πλαίσια της σύμβασης δικαιόχρησης, ποσοστό πάνω στον κύκλο εργασιών (ποσοστιαία αμοιβή).

Να εφαρμόζει με ακρίβεια τους όρους παροχής της τεχνογνωσίας και τις οδηγίες του δικαιοδόχου, για τις τεχνικές παραγωγής, διανομής και εμπορίας, τον τρόπο προβολής και διαφήμισης κτλ.

Να τηρεί τις προδιαγραφές ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών.

Να ενημερώνει το δικαιοπάροχο για τυχόν προβλήματα και δυσχέρειες.

Να φροντίζει για την εμφάνιση ενιαίας προς τα έξω εικόνας των προϊόντων ή υπηρεσιών.

Να απέχει από οποιαδήποτε ανταγωνιστική ενέργεια σε βάρος του δικαιοδόχου.

Να προστατεύει το κύρος και το γόητρο της επιχείρησης που του έχει εκχωρήσει το δικαίωμα χρήσης της εμπορικής επωνυμίας, της τεχνογνωσίας της κτλ. Αυτό επιτυγχάνεται, μεταξύ άλλων, με το να καθιστά σαφές ο δικαιοδόχος σε όλες τις εμπορικές συναλλαγές του και τις επαφές του με δημόσιες υπηρεσίες και οργανισμούς ότι αποτελεί μια αυτόνομη επιχείρηση, έτσι ώστε να μην πλήττεται το κύρος του δικαιοπάροχου σε περίπτωση που ο συνεργάτης του δικαιοδόχος βρεθεί σε αδυναμία να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του προς τρίτους.

Να λαμβάνει κάθε δυνατό και κατάλληλο μέσο, ώστε να αποκλειστεί το ενδεχόμενο διαρροής της τεχνογνωσίας και γενικά των εμπορικών μυστικών που του έχει εμπιστευθεί, στα πλαίσια της μεταξύ τους συμφωνίας, ο δικαιοπάροχος και που βέβαια αποτελούν ένα πολύτιμο κεφάλαιο για τον τελευταίο.

Διευκρινίζουμε ότι ορισμένες από τις παραπάνω υποχρεώσεις, π.χ. συμμόρφωση του δικαιοδόχου προς τις οδηγίες του δικαιοπάροχου, αναφέρονται ειδικότερα σε έναν ορισμένο τύπο δικαιόχρησης, το Franchising υπαγωγής, που είναι ο πιο χαρακτηριστικός και ο συνηθέστερος στην πράξη.

3.3 Βασικά χαρακτηριστικά του θεσμού.

Τα στοιχεία που αθροιστικά συνθέτουν την ιδιαιτερότητα του θεσμού της δικαιόχρησης και συνιστούν την ειδοποιό διαφορά του από άλλα συστήματα οικονομικής συνεργασίας είναι τα εξής:

Ο δικαιοπάροχος προσφέρει άυλο κεφάλαιο σαν «πρόϊκα» στη συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων, που ονομάζεται Δικαιόχρηση (δηλαδή δικαιώματα χρήσης εμπορικής επωνυμίας και σήματος, τεχνογνωσία κτλ.), ενώ ο δικαιοδόχος συνεισφέρει το υλικό κεφάλαιο και την επιχειρηματική του προσπάθεια, αναλαμβάνοντας και το σχετικό επενδυτικό κίνδυνο.

Και οι δυο πλευρές διατηρούν τη νομική τους αυτοτέλεια, δηλαδή σε κανέναν τύπο δικαιόχρησης δε δημιουργείται ένα νομικό πρόσωπο ως αποτέλεσμα της σύμπραξης των δυο συμβαλλόμενων. Βέβαια, η νομική ανεξαρτησία δεν πρέπει να συγχέεται με την ελευθερία της επιχειρηματικής δράσης, που σε μια τουλάχιστο μορφή σύμβασης Δικαιόχρησης (τη σύμβαση υπαγωγής) περιορίζεται στο ελάχιστο, αφού υπάρχει πλήρης εξάρτηση του δικαιοδόχου από τις αποφάσεις και τις προδιαγραφές του δικαιοπάροχου.

Ο δικαιοπάροχος παρέχει στο δικαιοδόχο τεχνική και οργανωτική στήριξη σε **διαρκή βάση**. Δηλαδή η δικαιόχρηση δεν συνίσταται, όπως άλλες παρεμφερείς συμβάσεις, σε μια εφάπαξ παραχώρηση τεχνογνωσίας, αλλά οι υποχρεώσεις που απορρέουν από αυτό εκτείνονται σε όλη τη διάρκεια της σχετικής συμφωνίας.

Όλα τα μέλη του δικτύου δικαιόχρησης εφαρμόζουν ενιαίες μεθόδους εμπορίας. Η εμφάνιση επίσης των χωρών και των οχημάτων

τους κτλ. (διαρρυθμισμό, εξοπλισμός, διακόσμηση) είναι ενιαία. Έτσι, η προς τα έξω εικόνα του δικτύου Franchising είναι ενιαία, πράγμα που συμβάλλει στην ενίσχυση του κύρους του.

Με βάση όσα αναφέρονται στο προοίμιο του κανονισμού της ΕΟΚ 4087/88, το στοιχείο της διανομής (ή διάθεσης) σε τελικούς καταναλωτές είναι απαραίτητο για το χαρακτηρισμό μιας σύμβασης ως Franchising και την υπαγωγή της στις διατάξεις του κανονισμού αυτού.

Κλείνοντας, θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο θεσμός της δικαιόχρησης δεν έχει σταθεροποιηθεί ακόμη σε μια οριστική μορφή, αφού, καθώς προσαρμόζεται συνεχώς προς τις απαιτήσεις της υπό εξέλιξη πραγματικότητας, εμπλουτίζεται με νέα στοιχεία.

3.4 Ιστορική εξέλιξη του θεσμού της Δικαιόχρησης (Franchising) στην Αμερική και στην Ευρώπη.

Οι εργασίες τύπου Franchising εμφανίστηκαν στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής κατά το τέλος του 19^{ου} αιώνα. Τότε οργανώθηκε και το πρώτο δίκτυο διανομής δικαιόχρησης από την εταιρεία ραπτομηχανών Singer, το παράδειγμα της οποίας ακολούθησαν οι εταιρείες αυτοκινήτων και οι επιχειρήσεις πετρελαιοειδών.

Αποφασιστική ώθηση στο θεσμό αυτό έδωσαν μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο οι συνθήκες που επικράτησαν τότε, δηλαδή η ανάπτυξη της μαζικής παραγωγής σε συνδυασμό με την έλλειψη επαρκών κεφαλαίων για την πραγματοποίηση των απαραίτητων επενδύσεων.

Στις Ηνωμένες πολιτείες ο θεσμός αυτός εξαπλώθηκε σε όλους τους κλάδους του αυτοκινήτου (τεχνική συντήρηση, επισκευές, servise, συμπληρωματικός εξοπλισμός κτλ.) και στους κλάδους ξενοδοχείων, μπουτίκ, τροφίμων, λογιστικών υπηρεσιών κτλ.

Η εντυπωσιακή εξέλιξη της νέας αυτής μορφής εμπορικής συνεργασίας στις ΗΠΑ αποτυπώνεται ανάγλυφα στα εξής αριθμητικά στοιχεία:

Το ποσοστό του Εθνικού Προϊόντος των ΗΠΑ, που αντιπροσώπευε ο κύκλος εργασιών των ομίλων καταστημάτων με συμφωνίες Franchising, αυξήθηκε από 11,25% το 1967 σε 13% ή 248 δις δολάρια το 1977.

Μεταξύ της δεκαετίας του 1950 και των πρώτων οκτώ ετών της δεκαετίας του 1980 40πλασιάστηκε ο αριθμός των νέων δικαιοπαρόχων (από 27 σε 1140).

Το 1988 οι αλυσίδες δικαιόχρησης διέθεταν περισσότερα από 509000 σημεία λιανικής πώλησης και ο τζίρος τους ξεπέρασε τα 640 δις δολάρια.

Το 1986 απασχολήθηκαν σε αλυσίδες δικαιόχρησης περισσότερα από 6,5 εκατομύρια άτομα.

Θεαματική είναι και η διεθνής εξάπλωση των δικτύων δικαιόχρησης, αφού 400 περίπου δικαιοπάροχοι από τις ΗΠΑ διαθέτουν στο εξωτερικό 35000 σημεία λιανικής πώλησης.

Στην Ευρώπη ο θεσμός αντιμετώπιστηκε με επιφύλαξη και ο ρυθμός ανάπτυξης του υπήρξε συγκρατημένος. Κατά τη διάρκεια του '80 οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, έχοντας διαπιστώσει τα πλεονεκτήματα της δικαιόχρησης και θορυβημένες από την εισβολή στον ευρωπαϊκό χώρο των αμερικανικών κολοσσών (δικαιοπαρόχων), εκδηλώνουν αυξημένο ενδιαφέρον για το δυναμικό αυτό σύστημα συνεργασίας. Π.χ. αναφέρεται ότι ενώ το 1975 υπήρχαν στη Γαλλία μόνο 65 δίκτυα Franchising, το 1983 ο αριθμός τους έφτασε τα 500 με 25000 δικαιοδόχους. Στη Δυτική Γερμανία υπήρχαν αντίστοιχα 259 δικαιοπάροχοι και 18000 δικαιοδόχοι, ενώ στην Αγγλία 283 δικαιοπάροχοι και 12000 δικαιοδόχοι.

Το 1985 στην Ευρώπη (με εξαίρεση το Λουξεμβούργο, την Ελλάδα, την Ιρλανδία και τη Δανία) υπήρχαν 1600 δίκτυα Franchising με 84000 σημεία πωλήσεων και συνολικό κύκλο εργασιών μεγαλύτερο από 33 δις ECU. Υπολογίζεται ότι σήμερα η μορφή αυτή του «συλλογικού εμπορίου» καλύπτει το 3-7% των λιανικών πωλήσεων στο χώρο της Κοινότητας.

Για την προώθηση των στόχων της δικαιόχρησης και την προστασία των συμφερόντων των συνεργαζομένων στα πλαίσια του θεσμού αυτού επιχειρήσεων, έχει ιδρυθεί η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Franchising (European Franchise Federation) που έχει καταρτίσει μάλιστα και Ευρωπαϊκό Κώδικα Συμπεριφοράς.

Πάντως, ορόσημο για την εξέλιξη του θεσμού στην Ευρώπη αποτελεί η έκδοση του Κανονισμού 4087/88, που δίνει σαφείς και θετικές λύσεις σε μια σειρά νομικά θέματα που συνδέονται με τη λειτουργία του θεσμού.

3.5Η οικονομική σημασία του θεσμού

α) Για το δικαιιοπάροχο (Franchisor)

Η δικαιόχρηση είναι για τον παραπάνω ένα ιδιαίτερα αποτελεσματικό όργανο προώθησης προϊόντων, αφού του παρέχει τη δυνατότητα ταχύτατης διείσδυσης στις διάφορες αγορές μέσω της δημιουργίας αλυσίδων διανομής προϊόντων ή διάθεσης υπηρεσιών, χωρίς να υποβληθεί σε δαπάνες και να δεσμεύσει ίδια κεφάλαια σε πάγιες επενδύσεις, δίχως να εκτεθεί επομένως σε επενδυτικό κίνδυνο, αλλά και χωρίς να εμπλακεί σε δυσκίνητες και χρονοβόρες γραφειοκρατικές διαδικασίες που πολλές φορές απαιτεί το νομικό καθεστώς μιας χώρας.

Αντίθετα, η ίδρυση υποκαταστημάτων, που αποτελεί έναν από τους εναλλακτικούς τρόπους προώθησης των πωλήσεων, παρουσιάζει όλα τα παραπάνω μειονεκτήματα, γι' αυτό πολλές φορές αποφεύγεται. Επίσης και άλλοι τρόποι διείσδυσης σε ξένες αγορές, όπως εξαγορές, συγχωνεύσεις κτλ., απαιτούν διάθεση κεφαλαίων, συνεπάγονται επενδυτικό κίνδυνο και χρειάζονται δύσκολες και μακροχρόνιες διαπραγματεύσεις.

Η βασική σημασία της δικαιόχρησης συνίσταται στο ότι η ανεπάρκεια κεφαλαίων ή η απροθυμία ανάληψης ενός επενδυτικού κινδύνου δεν αποτελεί πλέον ανασταλτικό παράγοντα. Έτσι, ο δικαιιοπάροχος, χωρίς να αναλαμβάνει τον επενδυτικό κίνδυνο και διαθέτοντας μόνο «άυλο» κεφάλαιο, μπορεί να επιτύχει ταχεία επέκταση των πωλήσεων του, ακόμη και σε τελείως άγνωστες αγορές.

Τα παραπάνω βέβαια δεν σημαίνουν ότι η δικαιόχρηση δεν μπορεί να δημιουργήσει ορισμένα προβλήματα σε βάρος του δικαιιοπάροχου, εάν δεν γίνει με την απαιτούμενη επιμέλεια η επιλογή του κατάλληλου συνεργάτη, δικαιοδόχου. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι ο δικαιιοπάροχος προσφέρει την εμπορική επωνυμία, το εμπορικό του σήμα κτλ., δηλαδή εμπιστεύεται σε τρίτο ό,τι πολυτιμότερο στη σημερινή εποχή του λεγόμενου «μονοπωλιακού ανταγωνισμού» διαθέτει. Οι «μάρκες» είναι το σύμβολο της καταναλωτικής κοινωνίας, το κυριότερο στρατηγικό τους όπλο για την κατάκτηση πεδίων επιχειρηματικής δράσης. Δεν είναι βέβαια τυχαίο ότι υπάρχει και σε εθνικό και σε διεθνές επίπεδο σειρά νόμων, αλλά και έχει αναπτυχθεί πλούσια νομολογία που προστατεύει τα σύμβολα αυτά από ενδεχόμενη ιδιοποίηση από τρίτους, παραχάραξη κτλ. Είναι γνωστό ότι εθνικά και διεθνή δικαστήρια έχουν απασχοληθεί με πολύκροτες υποθέσεις υποκλοπής εμπορικών σημάτων κτλ., και έχουν επιδικάσει τεράστιες αποζημιώσεις υπέρ των εναγόντων.

Ένα άλλο σοβαρό και δύσκολο θέμα που συνδέεται άμεσα με τους οικονομικούς όρους της δικαιόχρησης είναι η αποτίμηση της αξίας μιας μάρκας, ώστε να καθοριστεί και η αμοιβή του δικαιοπάροχου για την εκχώρηση των δικαιωμάτων του στο δικαιοδόχο. Δεν υπάρχουν μέχρι σήμερα διεθνώς παραδεδειγμένοι κανόνες αποτίμησης και οι παράμετροι που πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι πολλές και ποικίλες ορισμένες ορισμένες από τις οποίες είναι εξαιρετικά δύσκολο να εκφραστούν ποσοτικά.

β) Για το Δικαιοδόχο (Franchisee)

Η δικαιόχρηση εξασφαλίζει στο δικαιοδόχο μια στέρεια βάση, μια προχωρημένη θέση εκκίνησης για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής του δραστηριότητας. Έτσι, δεν αντιμετωπίζει την αβεβαιότητα (και τον αντίστοιχο αυξημένο επιχειρηματικό κίνδυνο που αυτή συνεπάγεται), αφού αντλεί φήμη, εμπορική ακτινοβολία, εμπειρία και τεχνολογία από την επιχείρηση του δικαιοπάροχου. Δηλαδή ο δικαιοδόχος ξεκινά την επιχειρηματική του προσπάθεια έχοντας εξασφαλίσει, κατά κάποιο τρόπο, μια βασική προϋπόθεση για την επιτυχία της, δηλαδή τη θετική υποδοχή του προϊόντος ή της υπηρεσίας από την αγορά.

Βέβαια αυτό δεν είναι απόλυτο. Υπάρχουν προϊόντα ή υπηρεσίες που έχουν σημειώσει μεγάλη διεθνή επιτυχία, αλλά η εισαγωγή τους σε μια συγκεκριμένη αγορά προσκρούει στις καταναλωτικές συνήθειες της αντίστοιχης χώρας. Οι δικαιοδόχοι της MacDonald's π.χ συνάντησαν αρχικά μεγάλες δυσκολίες για την επέκταση της δραστηριότητας τους στην περιοχή του Μονάχου, γιατί η πρώτη ύλη παρασκευής των χάμπουργκερ, δηλαδή ο κιμάς, θεωρούνταν από τους Γερμανούς καταναλωτές σαν ένα ποιοτικά υποβαθμισμένο υποπροϊόν κρέατος, αλλά και γιατί θα έπρεπε να εθιστούν στο να τρώνε με τα δάχτυλα. Επίσης προέκυψε ανάγκη να ενταχθεί και η μπίρα, το εθνικό ποτό των Γερμανών, στο καθιερωμένο μενού. Τελικά οι δυσκολίες υπερπηδήθηκαν στο χώρο της Γερμανίας, οι Ιταλοί όμως υπερασπίστηκαν σθεναρά την εθνική γαστριμαργική παράδοσή τους, με αποτέλεσμα να λειτουργούν μέχρι τα μέσα του 1986 μόνο τρία εστιατόρια MacDonald's σε ολόκληρη την Ιταλία.

γ) Για τον καταναλωτή

Η Δικαιόχρηση δίνει τη δυνατότητα σε νέους επιχειρηματίες, κυρίως μικρομεσαίους, που διαφορετικά δεν θα αποτολμούσαν να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στηριζόμενοι στις δικές τους δυνάμεις αποκλειστικά, να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο. Έτσι βαθαίνει η αγορά καθώς εμπλουτίζεται με νέα διεθνώς γνωστά και δοκιμασμένα προϊόντα και υπηρεσίες αλλά και νέους ανταγωνιστές. Η ενίσχυση αυτή του ανταγωνισμού οδηγεί σε συμπίεση των τιμών και σε διερεύνηση της ποικιλίας των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρονται.

Επίσης, χάρη στις τηρούμενες υποχρεωτικά από ολόκληρο το δίκτυο προδιαγραφές ποιότητας, εξασφαλίζεται σταθερότητα στην ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Πρέπει, τέλος, να σημειωθεί ότι το όφελος του καταναλωτή είναι μια από τις βασικές προϋποθέσεις που θέτει το Κοινοτικό Δίκαιο (Κανονισμός 4087/88), προκειμένου να ανεχτεί ορισμένες αποκλίσεις από τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού που συνεπάγεται η δικαιόχρηση.

δ) Για την Εθνική Οικονομία

Εκτός από την άνοδο της οικονομικής δραστηριότητας στην οποία συμβάλλει ο θεσμός της δικαιόχρησης, δημιουργούνται χάρη στην ίδρυση νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων δικαιοδόχων νέες θέσεις εργασίας, που στηρίζονται σε μια υγιή και ανταγωνιστική δραστηριότητα.

3.6 Βασικά είδη Δικαιόχρησης

Διακρίνουμε τα εξής βασικά είδη δικαιόχρησης:

α) Με βάση το αντικείμενο δικαιόχρησης:

α1) Τη δικαιόχρηση διανομής προϊόντων:

αφορά τη διανομή ενός προϊόντος (Franchising of a single product) ή συνηθέστερα μιας σειράς προϊόντων ορισμένης κατηγορίας (Franchising of the entire business).

Τα προϊόντα διαθέτονται σε τελικούς καταναλωτές (λιανική πώληση). Η βασική υποχρέωση του δικαιοδόχου συνίσταται στην προς τα έξω ενιαία εμφάνιση (το κατάστημα πρέπει να φέρει το διακριτικό γνώρισμα της επιχείρησης του δικαιοπάροχου, δεν είναι όμως

απαραίτητο να φέρουν και τα προϊόντα το σήμα του δικαιοδόχου). Οι κλάδοι στους οποίους κατανέμεται η αντίστοιχη προς τη μορφή αυτή δικαιόχρησης επιχειρηματική δραστηριότητα είναι κατά σειρά οι εξής:

1. Τρόφιμα.
2. Κλωστοϋφαντουργικά είδη, γυναικεία και ανδρική μόδα, υποδήματα.
3. Έπιπλα και διακόσμηση.
4. Οικιακές ηλεκτρονικές συσκευές και προσωπικοί υπολογιστές
5. Φωτογραφικά είδη.
6. Είδη καλλωπισμού.
7. Αθλητικά είδη.
8. Χόμπυ και Do it yourself.

α 2) Δικαιόχρηση Υπηρεσιών:

Η μορφή αυτή Franchising γνωρίζει μια ταχεία ανοδική πορεία κατά τα τελευταία χρόνια. Ορισμένα από τα πιο χαρακτηριστικά γνωρίσματα δικαιόχρησης, όπως η συνεχής τεχνική και οργανωτική στήριξη που παρέχεται από το δικαιοπάροχο στο δικαιόχο και η υποχρέωση συμμόρφωσης του τελευταίου στις εντολές του πρώτου, εμφανίζονται πιο έντονα στον τύπο αυτό δικαιόχρησης.

Η σχετική δραστηριότητα συγκεντρώνεται στους εξής κλάδους, κατά σειρά:

1. Γαστρονομία (εστιατόρια Fast Food).
2. Ξενοδοχεία (ξενοδοχεία υψηλού επιπέδου όπως Holiday Inn, Hilton, Novotel κτλ.).
3. Επισκευή αυτοκινήτων και εξαρτήματα.
4. Ενοικίαση αυτοκινήτων.
5. Πλυντήρια ρούχων.
6. Καθαρισμός κτιρίων.
7. Εκπαίδευση(φροντιστήρια, μαθήματα ξένων γλωσσών).
8. Τουρισμός(ταξιδιωτικά γραφεία).

Μια παραλλαγή της δικαιόχρησης υπηρεσιών είναι το Κινητό (Mobile) Franchising (παροχή υπηρεσιών εκτός καταστήματος, με διάφορα μέσα μεταφοράς).

α 3) Δικαιόχρηση Παραγωγής ή Βιομηχανικό Franchising:

Στην περίπτωση αυτή ο δικαιοπάροχος παραχωρεί στο δικαιόχο άδεια παραγωγής ενός προϊόντος, εφόσον η συμφωνία δεν προβλέπει και δικαίωμα πώλησης του ή των παραγόμενων προϊόντων σε τελικούς καταναλωτές, δηλαδή αν λείπει το στοιχείο της διανομής(που θεωρείται από την Επιτροπή των Ε.Κ. απαραίτητη

προϋπόθεση για την υπαγωγή μιας σύμβασης στις διατάξεις του Κανονισμού 4087/88), τότε η μορφή αυτή εμπορικής συνεργασίας είναι ορθότερο να χαρακτηριστεί σαν ιδιαίτερη μορφή παραχώρησης τεχνολογίας, διπλώματος ευρεσιτεχνίας και σήματος.

Οι λόγοι προσφυγής μιας βιομηχανικής επιχείρησης στον τύπο αυτό δικαιόχρησης είναι συνήθως η εξοικονόμηση κόστους μεταφοράς και η φύση του προϊόντος που επιβάλλει την παραγωγή του σε τόπο που βρίσκεται κοντά στα κέντρα κατανάλωσης(π.χ για τη διατήρηση της φρεσκότητάς του ή τον ταχύτερο εφοδιασμό της αγοράς).

α 4) Σύνθετη (Μικτή) Δικαιόχρηση:

Μια εξελιγμένη μορφή Franchising που παρουσιάστηκε σε μεταγενέστερο στάδιο ανάπτυξης του θεσμού (Τρίτη γενιά Franchising) είναι εκείνη που συνδυάζει πώληση προϊόντων με παροχή σχετικών υπηρεσιών, όπως π.χ. το Franchising αυτοκινήτων (συνδυασμός εμπορίας αυτοκινήτων με επισκευή και συντήρησή τους, πώληση καλλυντικών με παράλληλη παροχή υπηρεσιών αισθητικού, διδασκαλία ξένων γλωσσών σε συνδυασμό με την αγορά και την μεταπώληση σχετικών βιβλίων, ή πώληση Personal Computers που συνοδεύεται με την προσφορά μαθημάτων χειρισμού τους.

Σχετικά πάντως με το αντικείμενο της Δικαιόχρησης θα πρέπει να σημειώσουμε ότι αυτό μπορεί να αφορά οποιαδήποτε εμπορεύσιμη δραστηριότητα, από οργανισμούς οργάνωσης υποδοχών και συνεδρίων μέχρι γραφεία συνοικεισίων και γνωριμιών (π.χ. τα Felicitas στη Γαλλία).

β)Με βάση τη θέση που κατέχουν στο κύκλωμα παραγωγής-εμπορίας οι συμμετέχοντες.

- β 1) Franchising παραγωγού-λιανέμπορου.
- β 2) Franchising παραγωγού-χονδρέμπορου.
- β 3) Franchising χονδρέμπορου-λιανέμπορου.

γ)Με βάση το συσχετισμό δυνάμεων (σχέσεις υπεροχής ή ισοτιμίας) μεταξύ των συμβαλλομένων.

γ 1) Δικαιόχρηση υπαγωγής:

Κύριο χαρακτηριστικό αυτού του τύπου δικαιόχρησης (του πιο διαδεδομένου στην πράξη) είναι η δεσπόζουσα θέση που κατέχει ο δικαιοπάροχος και η υποχρέωση που αναλαμβάνει ο δικαιοδόχος να ακολουθεί πιστά τις λεπτομερειακές οδηγίες και εντολές του πρώτου

και να τηρεί τις προδιαγραφές που αυτός κυριαρχικά έχει καθορίσει. Δηλαδή αφαιρείται κάθε περιθώριο πρωτόβουλης δράσης από το δικαιοδόχο, που μεταβάλλεται έτσι σε απλό εκτελεστικό όργανο του δικαιοπάροχου, ο οποίος είναι το κέντρο και ο «εγκέφαλος» του όλου συστήματος. Η μορφή αυτή δικαιόχρησης έχει πολλά κοινά στοιχεία με τη σύμβαση επιμέλειας υποθέσεων. Δυνατότητα ανάπτυξης σχέσεων μεταξύ των δικαιοδόχων του δικτύου δεν υπάρχει.

γ 2) Δικαιόχρηση Ισότιμης Συνεργασίας:

Στη μορφή αυτή του Franchising, στη θέση της μονομερούς υπαγωγής του δικαιοδόχου στις εντολές του δικαιοπάροχου υπεισέρχεται η αλληλοβοήθεια, η αμοιβαία κατανόηση και ισότιμη συνεργασία, η εναρμόνιση των ενεργειών και η από κοινού εκπόνηση του προγράμματος δράσης κτλ. Μεταξύ των δικαιοδόχων-μελών του ίδιου δικτύου, αναπτύσσονται, στα πλαίσια των προσπαθειών για την επίτευξη του κοινού στόχου, ποικίλες μορφές συνεργασίας και αλληλοϋποστήριξης (ανταλλαγή και εκπαίδευση προσωπικού, εξυπηρέτηση πελατείας για λογαριασμό άλλου δικαιοδόχου κτλ.)

δ) Με βάση την αποκλειστικότητα των δικαιωμάτων που παραχωρούνται στο δικαιοδόχο και τη δυνατότητα υπεκχώρησης αυτών.

δ 1) Δικαιόχρηση κατά γεωγραφική περιοχή:

Ο δικαιοπάροχος παραχωρεί αποκλειστικά δικαιώματα Franchising για ορισμένη γεωγραφική περιοχή. Ο δικαιοδόχος αναπτύσσει τη δραστηριότητα του στην καθορισμένη περιοχή και έχει την ευχέρεια να εκχωρήσει δικαιώματα και σε άλλους τοπικούς υποδικαιούχους, έναντι των οποίων ενεργεί ως δικαιοπάροχος.

δ 2) Λειτουργική δικαιόχρηση:

Έχει κοινό σημείο με το παραπάνω είδος δικαιόχρησης την αποκλειστικότητα για μια ορισμένη γεωγραφική περιοχή των δικαιωμάτων που παραχωρούνται, διαφέρει όμως από αυτό ως προς το ότι δεν υπάρχει ευχέρεια συνεργασίας με υπο-δικαιούχους.

3.7 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Δικαιόχρησης.

Πλεονεκτήματα για το δικαιοπάροχο

-Δημιουργία αλυσίδας διανομής με περιορισμένο κόστος και χωρίς δέσμευση ιδίων κεφαλαίων.

-Πρόσθετη δυνατότητα να εξαπλωθεί ταχέως το δίκτυο διανομής και να επεκταθούν οι πωλήσεις.

-Σημαντική βελτίωση της απόδοσης των ιδίων κεφαλαίων.

-Διεθνοποίηση εργασιών του δικαιοπάροχου χωρίς εμπλοκή σε γραφειοκρατικές διαδικασίες, που συχνά απαιτούνται από τη νομοθεσία διαφόρων κρατών, για την παροχή σε αλλοδαπούς άδειας λειτουργίας μιας επιχείρησης.

-Ενίσχυση της φήμης και του κύρους του δικαιοπάροχου, χάρη στην ταχεία δημιουργία επώνυμου πυκνού δικτύου διανομής.

-Βελτίωση της πιστοληπτικής ικανότητας του δικαιοπάροχου, χάρη στη βελτιωμένη λόγω Franchising αποδοτικότητα της επιχείρησης του και την αύξηση του κύκλου εργασιών της.

-Αξιοποίηση της εμπειρίας του δικαιοδόχου και των προτάσεών του για τη βελτίωση της τεχνολογίας που παραχωρείται, των μεθόδων κτλ.

-Ισχυρή νομική και οικονομική θέση τούτου έναντι του δικαιοδόχου.

Μειονεκτήματα για το Δικαιοπάροχο

-Ενδεχόμενη μείωση του κύρους της επιχείρησης του σε περίπτωση που ο δικαιοδόχος, λόγω ανώμαλης εξέλιξης των εργασιών του, βρεθεί σε αδυναμία να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του προς τρίτους.

-Δυσχέρειες στον έλεγχο για την εφαρμογή των οδηγιών ή των κατευθύνσεων του δικαιοπάροχου.

Πλεονεκτήματα για το Δικαιοδόχο

-Διατηρείται νομική και διαχειριστική ανεξαρτησία της επιχείρησής του.

-Η φήμη, τα εμπορικά σήματα κτλ., της επιχείρησης του δικαιοπάροχου του εξασφαλίζουν μια σταθερή και προωθημένη βάση ανάπτυξης της επιχειρηματικής του δραστηριότητας.

-Αξιοποιεί την τεχνογνωσία και την εμπειρία του δικαιοπάροχου.

-Λαμβάνει από τον ανωτέρω τεχνική και οργανωτική υποστήριξη, βοήθεια σε θέματα Marketing (έρευνες αγοράς, διαφήμιση, λογιστικά, μεταφορές κτλ.).

-Βελτιώνεται η πιστοληπτική ικανότητά του χάρη στη συμμετοχή του σε ένα γνωστό όμιλο επιχειρήσεων και έτσι είναι σε θέση να εξασφαλίζει ευκολότερα πιστώσεις και με ευνοϊκότερους όρους.

-Αγοράζει τα εμπορεύματα σε καλύτερες τιμές μέσω των μαζικών αγορών του δικαιοπάροχου.

Μειονεκτήματα για το Δικαιοδόχο

-Παρά την ανεξαρτησία της επιχείρησης του, ο δικαιοδόχος έχει υψηλό βαθμό εξάρτησης από την τεχνογνωσία κτλ., του δικαιοπάροχου.

-Πολλές φορές είναι υποχρεωμένος να ακολουθεί λεπτομερειακές οδηγίες του δικαιοπάροχου, που περιορίζουν στο ελάχιστο την ακτίνα πρωτοβουλίας στη δράση του.

-Δεν έχει συνήθως δικαιώματα αποκλειστικότητας στην περιοχή του για τα πωλούμενα προϊόντα του ομίλου.

-Οι ρήτρες που περιέχονται στις συμβάσεις αποβλέπουν συνήθως στην προστασία των συμφερόντων του δικαιοπάροχου, επιβάλλοντας στο δικαιοδόχο αντίστοιχες υποχρεώσεις και περιορισμούς.

3.8 Προϋποθέσεις για επιτυχημένη λειτουργία της Δικαιόχρησης

-Η δοκιμασμένη στην πράξη εμπορευσιμότητα και ανταγωνιστικότητα των προϊόντων ή υπηρεσιών που αποτελούν το αντικείμενο της δικαιόχρησης.

-Η ευελιξία στη συμφωνία δικαιόχρησης, που δίνει τη δυνατότητα προσαρμογής του προϊόντος ή της υπηρεσίας, των μεθόδων εμπορίας κτλ., στις καταναλωτικές συνήθειες και τα εμπορικά δεδομένα της αντίστοιχης περιοχής.

-Η επάρκεια των κεφαλαίων που διαθέτει ο δικαιοδόχος, καθώς και η επιχειρηματική ικανότητά του.

-Η εξισορρόπηση των συμφερόντων των αντισυμβαλλομένων στα πλαίσια της δικαιόχρησης, ώστε να μην υπάρχει ανισότητα παροχών και αντιπαροχών, που μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα κατά τη λειτουργία του θεσμού, αλλά και να μην επιβάλλονται στο δικαιοδόχο υπερβολικοί και αδικαιολόγητοι περιορισμοί που ξεπερνούν τα όρια τα οποία προσδιορίζονται από τη φύση του θεσμού και την ανάγκη προστασίας των νόμιμων συμφερόντων του δικαιοπάροχου.

-Η σαφήνεια της διατύπωσης και η πληρότητα της σύμβασης δικαιόχρησης, ώστε να μην υπάρχει έδαφος για τη δημιουργία συγχύσεων και παρανοήσεων που μπορεί να οδηγήσουν σε συγκρούσεις.

-Οι σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ των συνεργαζομένων επιχειρήσεων.

-Η παροχή άμεσης και εξειδικευμένης τεχνικής και οργανωτικής βοήθειας από το δικαιοπάροχο στο δικαιοδόχο.

-Η εγκαθίδρυση μηχανισμού για τον αποτελεσματικό έλεγχο της δραστηριότητας του δικαιοδόχου από το δικαιοπάροχο.

3.9 Δικαιόχρηση για τράπεζες

Ορισμένες μεγάλες αμερικανικές και ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν τα τελευταία χρόνια εκδηλώσει ζωηρό ενδιαφέρον για το θεσμό της δικαιόχρησης. Η συνεργασία μιας τράπεζας με το σύστημα Franchising έχει συνήθως την εξής μορφή: η τράπεζα υπογράφει σύμβαση-πλαίσιο με το φορέα του συστήματος. Η σύμβαση αυτή προβλέπει παροχή μιας δέσμης τραπεζικών υπηρεσιών στα μέλη του υπό δημιουργία δικτύου με ευνοϊκούς όρους. Το είδος των τραπεζικών υπηρεσιών που προσφέρεται καθορίζεται από την φύση των αναγκών του δικτύου, κυρίως όμως πρόκειται για διάφορες μορφές χρηματοδότησης. Ο δικαιοδόχος που επιθυμεί χρηματοδότηση για την κάλυψη των αναγκών του π.χ. σε πάγιο εξοπλισμό ή σε κεφάλαιο κίνησης υποβάλλει το σχετικό αίτημα στο αρμόδιο τμήμα του δικαιοπάροχου, ο οποίος αφού διατυπώσει την γνώμη του το διαβιβάζει για λήψη απόφασης στην τράπεζα που έχει υπογράψει τη σύμβαση πλαίσιο. Η απόφαση της τράπεζας εξαρτάται από την εκτίμησή της για την φερεγγυότητα του δικαιοδόχου, λαμβάνεται όμως σοβαρά υπόψη, όπως είναι φυσικό, και η αξιολόγηση του συστήματος δικαιόχρησης από την πλευρά του αρμόδιου τμήματος της τράπεζας.

Εναλλακτική μεθόδευση συνεργασίας είναι ο καθορισμός ενός συνολικού χρηματοδοτικού ορίου υπέρ του φορέα του συστήματος, ο οποίος στη συνέχεια το κατανέμει με τα δικά του κριτήρια μεταξύ των μελών του δικτύου.

Από τη συνεργασία ενός συστήματος δικαιόχρησης (Franchising) με τράπεζα αντλούν οφέλη όλα τα μέρη: η τράπεζα, γιατί εξασφαλίζει πρόσβαση σε μια νέα αγορά και αποκτά νέους επιθυμητούς πελάτες, ο δικαιοπάροχος γιατί εισπράττει, συνήθως, προμήθεια από την τράπεζα λόγω εξασφάλισης νέων εργασιών και ο δικαιοδόχος, γιατί οι όροι της σύμβασης-πλαισίου, είναι ευνοϊκότεροι από αυτούς που θα επιτύγχανε ο ίδιος κάνοντας απευθείας διαπραγμάτευση με την τράπεζα.

Έχει ιδιαίτερη σημασία η δυνατότητα της τελευταίας να αξιολογήσει με ορθό τρόπο ένα σύστημα δικαιόχρησης. Αρκετές τράπεζες έχουν συστήσει ιδιαίτερα τμήματα στελεχωμένα με κατάλληλο προσωπικό. Τα κριτήρια αξιολόγησης που χρησιμοποιούνται είναι κυρίως τα εξής:

- φήμη και πελατεία του συστήματος,
- ανταγωνιστικότητα και εμπορευσιμότητα του,
- πρωτοτυπία εφαρμοσμένων μεθόδων και τεχνογνωσίας,
- μεταβιβασιμότητα του συστήματος, ευχέρεια δηλαδή εφαρμογής του από τρίτους,
- εξέλιξη πωλήσεων και κερδών του υφιστάμενου δικτύου τουλάχιστον κατά τα τελευταία τρία χρόνια,
- προοπτικές κατά τα επόμενα έτη (στατιστικές, προβολές στοιχείων, που έχουν καταρτιστεί από ειδικούς),
- οργάνωση της επιχείρησης-φορέα του συστήματος, ώστε να μπορεί να ανταποκριθεί επαρκώς στις ανάγκες υποστήριξης του δικτύου, εκπαίδευσης του προσωπικού τους κλπ.,
- περιεχόμενο της σύμβασης δικαιόχρησης. Κυρίως εξετάζεται η εξισορρόπηση των συμφερόντων των δύο συμβαλλόμενων, η σαφήνεια των όρων, ιδίως αυτών που αναφέρονται στις υποχρεώσεις που αναλαμβάνει ο δικαιοδόχος και στις προϋποθέσεις έκτακτης καταγγελίας της σύμβασης, ο καθορισμός των διαδικασιών αντικειμενικής επίλυσης τυχόν διαφορών, η διάρκεια της σύμβασης που πρέπει να κρίνεται επαρκής για την απόσβεση των δαπανών του δικαιοδόχου κ.α. Τα βασικά τραπεζικά προϊόντα, που μπορεί να αφορά μια σύμβαση-πλαίσιο είναι:
 - δάνεια για αγορά παγίου εξοπλισμού,
 - χρηματοδότηση για κεφάλαιο κίνησης,
 - Leasing,
 - Factoring,
 - εισαγωγές-εξαγωγές,
 - καταθέσεις όψεως και κίνηση κεφαλαίων,
 - πιστωτικές κάρτες.

Για να γίνει τέλος αντιληπτή σ' όλη την έκταση η χρηματοοικονομική σημασία του θεσμού δικαιόχρησης που δικαιολογεί και το ενδιαφέρον των τραπεζών, κρίνουμε απαραίτητο να αναφέρουμε τα εξής:

Είναι γνωστό ότι οι τράπεζες είναι επιφυλακτικές στη χορήγηση δανείων σε νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις, λόγω του υψηλού κινδύνου που συνεπάγονται κατά κανόνα οι εργασίες της μορφής αυτής. Πράγματι, μια σειρά ερευνών τόσο διεθνώς όσο και στη χώρα μας έχει αποδείξει ότι ένα πολύ υψηλό ποσοστό νέων επιχειρήσεων, για διάφορους λόγους (πτώχευση, στροφή φορέων σε άλλες δραστηριότητες κτλ.) διακόπτουν τη λειτουργία τους κατά την πρώτη πενταετία από την ίδρυσή τους. Οι βασικότεροι λόγοι είναι η ακαταλληλότητα ή η απειρία των φορέων, η ανεπάρκεια κεφαλαίων, η

κακή επιλογή του τόπου εγκατάστασης, η ανυπαρξία φήμης και κύρους στην αγορά. Οι λόγοι αυτοί αντιμετωπίζονται, στην περίπτωση μιας συνεργασίας δικαιόχρησης, στη ρίζα τους λόγω του συνόλου των υπηρεσιών που παρέχει ο δικαιοπάροχος στους δικαιοδόχους. Πιο συγκεκριμένα:

Καταλληλότητα των φορέων

Ο δικαιοπάροχος επιλέγει με αυστηρά κριτήρια τους δικαιοδόχους, τους εκπαιδεύει και τους παρέχει συμβουλές και υποστήριξη για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που αναφύονται.

Επάρκεια κεφαλαίων

Ο δικαιοπάροχος απαιτεί από τα μέλη του δικτύου την εισφορά ενός ελάχιστου κεφαλαίου, που, με βάση σχετικές μελέτες είναι επαρκές. Επίσης βοηθά τους δικαιοδόχους, ενδεχομένως, και με την παροχή της εγγύησής του, στην εξασφάλιση επαρκούς τραπεζικής χρηματοδότησης για την ικανοποίηση των αναγκών τους.

Επιλογή του τόπου εγκατάστασης

Στην περίπτωση της δικαιόχρησης, ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης του δικαιοδόχου επιλέγεται με βάση ειδικά κριτήρια και μετά από έρευνα της αγοράς που συνήθως διεξάγουν οι αρμόδιες υπηρεσίες του δικαιοπάροχου.

Φήμη και κύρος στην αγορά

Το σύστημα Franchising είναι γνωστό και δοκιμασμένο στην αγορά.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι τα μέλη ενός δικτύου δικαιόχρησης είναι επιθυμητά και ως πιστούχοι μιας τράπεζας.

Εφαρμογή του Franchising από εταιρίες στην Ελλάδα

Η εφαρμογή του Franchising στην Ελλάδα παρατηρείται με απόλυτη επιτυχία στις παρακάτω εταιρίες:

1 ΝΕΟΣΕΤ επιπλοσυνθέσεις

Η ΝΕΟΣΕΤ ξεκίνησε τη δραστηριότητά της στο χώρο του επίπλου του 1980 με ένα πολύ μικρό κατάστημα επί της οδού Εμ. Μπενάκη.

Οι ανάγκες και η αυξημένη ζήτηση του καταναλωτικού κοινού για χώρους που φιλοξενούν βιβλία και άλλα αντικείμενα μέσα στο σπίτι ωθούν τη ΝΕΟΣΕΤ να αναπτυχθεί τόσο προϊόντικά όσο και από πλευράς δικτύου διανομής με αποτέλεσμα η εταιρία να αναπτύξει την ιδέα της ΕΙΠΛΟΣΥΝΘΕΣΗΣ.

Αυτή η ιδέα αποτελεί καινοτομία στην αγορά του επίπλου ενώ δίνει την ευκαιρία σε επιχειρηματίες να ασχοληθούν αποκλειστικά με την εμπορία των επιπλοσυνθέσεων, δημιουργώντας μια από τις μεγαλύτερες και σοβαρότερες αλυσίδες FRANCHISING στον Ελληνικό χώρο.

Σήμερα η ΝΕΟΣΕΤ αριθμεί 51 καταστήματα σε ολόκληρη την Ελλάδα. Οι άνθρωποι που ασχολούνται σε όλα τα καταστήματα ξεπερνούν τους 350 ενώ η ίδια εταιρία ξεπερνά σε δυναμικό τα 220 άτομα.

Ο μέσος ρυθμός ανάπτυξης της εταιρία και του δικτύου κυμαίνεται από 30 - 35%, ενώ οι πωλήσεις το 1991 ξεπέρασαν τα 5 δις. Δρχ. σε τιμές καταναλωτού.

Οι βάσεις της συνεργασίας

Η συνεργασία της εταιρίας με τον Franchising - συνεργάτη, στηρίζεται καταρχήν στην αποκλειστική σχέση μεταξύ των δύο μερών, που εκφράζεται μέσα από ένα σοβαρό συμβόλαιο συνεργασίας αορίστου χρόνου.

Η βασικότερη ηθική απαίτηση της εταιρίας από τον Franchisee-συνεργάτη είναι ο σεβασμός και η τήρηση από όλους των όρων του συμβολαίου.

Οι βασικές προϋποθέσεις για την έναρξη μιας τέτοιας συνεργασίας είναι: α) ο άνθρωπος - συνεργάτης, β) το απαιτούμενο κεφάλαιο και γ) το κατάστημα.

Προσφορά της Εταιρίας

Οι παροχές της εταιρίας προς τον Franchising - συνεργάτη είναι η εκχώρηση του δικαιώματος της προς αυτόν να χρησιμοποιεί το όνομά της και να εμπορεύεται αποκλειστικά τα προϊόντα της.

Η εταιρία προσφέρει το πακέτο της στρατηγικής μάρκετινγκ δηλαδή:

- σειρές προϊόντων ως και ανάπτυξη νέων προϊόντων
- διαφήμιση και προώθηση τόσο σε πανελλαδικό όσο και σε τοπικό επίπεδο
- τιμολογιακή πολιτική
- συνεχής δωρεάν εκπαίδευση του προσωπικού του συνεργάτη
- μελέτες για τη διακόσμηση ή ανακαίνιση του καταστήματος
- συμβουλές για την ανάπτυξη των πωλήσεων από τους επιθεωρητές πωλήσεων.

Βασικά προβλήματα

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η NEOSET είναι σχεδόν τα ίδια που αντιμετωπίζουν όσοι ασχολήθηκαν με το Franchising και την εφαρμογή του στην Ελλάδα.

1. Η άγνοια του συστήματος από κρατικούς φορείς και τις Τράπεζες
2. Η έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών με συγκεκριμένη γνώση και εμπειρία γύρω από το Franchising
3. Η νοοτροπία των ανθρώπων που λειτουργούν σ' ένα τέτοιο σύστημα.

2 HAMBO RESTAURANTS

Η αλυσίδα των εστιατορίων HAMBO είναι μια αμιγώς ελληνική εταιρία με 20 επώνυμα καταστήματα στην Ελλάδα. Η HAMBO διαφοροποιείτε ως προς το προϊόν από τις υπόλοιπες εταιρίες διότι προσφέρει φαγητά ελληνικής κουζίνας.

Το πρώτο ξεκίνημα έγινε το 1983 με το HAMBO Καλλιθέας. Το σύστημα Franchising εφαρμόζεται από το 1987 και συνεργάζονται τα 6 από τα 20 εστιατόρια ενώ στα υπόλοιπα μετέχει η μητρική εταιρία.

Η HAMBO απασχολεί 500 άτομα προσωπικό και στόχος της για το 1992 ήταν τα κέρδη της να ανέλθουν στα 3,5-4 δις. Δρχ.

Η απαίτηση κεφαλαίου για την ανάπτυξη ενός καταστήματος Franchising κατά μέσο όρο ανέρχεται στα 55 με 85 εκατομμύρια το λιγότερο.

Οι παροχές της HAMBO προς τον Franchise- συνεργάτη είναι η εκπαίδευση, η επιθεώρηση, ο σχεδιασμός του καταστήματος και εργοτομίας, η παραγωγή και ο ποιοτικός έλεγχος των προϊόντων της.

Η εταιρία αντιμετωπίζει τον ανταγωνισμό εφαρμόζοντας:

1. Ολική ποιότητα σε όλα τα επίπεδα
2. Στρατηγικό σχεδιασμό όλων των δραστηριοτήτων της
3. Διαφοροποίηση από τους ανταγωνιστές της

3 MAC DONALD

Η MAC DONALD άρχισε να εφαρμόζει το Franchising στην Αμερική με την ίδρυση της το 1955. Είναι η εταιρία που κατεξοχήν εφάρμοσε το σύστημα αυτό σε παγκόσμια κλίμακα. Η Mac DONALD βασίζεται στους Franchisors, που αποτελούν την «σπονδυλική στήλη» της, για να δώσουν νέες ιδέες και να βοηθήσουν στην ανάπτυξη της εταιρίας.

Από τα 13.000 εστιατόρια της εταιρίας τα 9.000 λειτουργούν με το σύστημα FRANCHISING.

Με το σύστημα Franchising ο Franchiser είναι υποχρεωμένος να δώσει ένα ποσοστό των πωλήσεων στη μητρική εταιρία, που βοηθά στην ανάπτυξή της, στην παροχή υποστήριξης και το λεγόμενο PRODUCT DEVELOPMED.

Οι απαιτήσεις της «μητρικής» εταιρίας σχετικά με το κεφάλαιο επένδυσης του συνεργάτη, είναι πάντα σε συνάρτηση με το κατάστημα που πρόκειται να κατασκευαστεί. Το απαιτούμενο κεφάλαιο για το MC DONALD του Συντάγματος ήταν 1.000.000 δολ. ΗΠΑ.

Η εταιρία έχει την πρόθεση να συνεχίσει την ανάπτυξή της μέσω του Franchising. Η επιτυχία της MC DONALD έγκειται στο ότι γίνεται σωστή επιλογή Franchisers και προμηθευτών οι οποίοι ασπάζονται τη φιλοσοφία της μητρικής εταιρίας που είναι: ποιότητα, ποσότητα, σε όλους τους τομείς.

4 BODY SHOP

Το πρώτο μαγαζί BODY SHOP άνοιξε το 1976 στην Αγγλία. Στην Ελλάδα HEAD FRANCHISEE είναι η εταιρία THE BODY SHOP GREECE. Το 1979 άνοιξε το πρώτο BODY SHOP στην Κηφισιά και το 1984 υιοθετήθηκε το σύστημα Franchising. Σήμερα λειτουργούν 22 μαγαζιά σε όλη την Ελλάδα και ο ετήσιος τζίρος το 1991 έφθασε το ποσό του 1,1 δις δραχμών.

Η συνεργασία της εταιρίας με τον Franchisee - συνεργάτη βάσει πολύ συγκεκριμένων και αυστηρά ελεγχόμενων προδιαγραφών. Για το BODY SHOP πρωταρχικό ρόλο παίζει ο παράγοντας άνθρωπος. Συνεχίζοντας με τις οικονομικές απαιτήσεις, το απαιτούμενο κεφάλαιο για το άνοιγμα μαγαζιού 40-50 τ.μ που πρέπει να βρίσκεται στο καλύτερο σημείο της εκάστοτε αγοράς, είναι 25 εκατομμύρια δρχ.

Απαιτείται επίσης το μαγαζί να έχει ένα μάνατζερ καθώς και τουλάχιστο προσωπικό 2-3 ατόμων.

Οι παροχές που έχει η εταιρία για τους συνεργάτες είναι το training (εκπαίδευση) που περνά το προσωπικό των μαγαζιών, οι επισκέψεις ενός περιφερικού μάνατζερ, ο οποίος συμβουλεύει και βοηθάει στη διόρθωση λαθών και ελλείψεων, καθώς επίσης και δωρεάν ενημερωτικό υλικό.

Τέλος παρέχει σημαντική βοήθεια στο συντονισμό, την οργάνωση και διεκπεραίωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών προγραμμάτων.

5 GOODY'S

Η Goody's άρχισε να εφαρμόζει το Franchising το 1981, δημιουργώντας το 7^ο κατάστημά της.

Σήμερα λειτουργούν 59 εστιατόρια Franchisee και ο ετήσιος τζίρος του συνόλου των καταστημάτων του 1991 ήταν 8,7 δις εκατομμύρια δρχ.

Η εταιρία επιλέγει συνεργάτες που είχαν τη δυνατότητα και τη διάθεση να ενσωματωθούν στην οικογένεια και τη φιλοσοφία της Goody's.

Εάν ο υποψήφιος είναι ένας θα πρέπει να ασχοληθεί αποκλειστικά με το εστιατόριο. Σε περίπτωση περισσοτέρων ένας από τους συμμετέχοντες ορίζεται σαν νόμιμος εκπρόσωπος της επενδυτικής ομάδας, αναλαμβάνοντας τη δέσμευση της αποκλειστικής απασχόλησης του με το εστιατόριο.

Το ελάχιστο κεφάλαιο για τη δημιουργία ενός καταστήματος αρχίζει από 50 εκατ., ενώ ο απαιτούμενος χώρος πρέπει να είναι σε κεντρικό σημείο, έκτασης 250-300 τ.μ σε σύνολο ισογείου-υπογείου.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες προς τον υποψήφιο- συνεργάτη μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις κατηγορίες, ανάλογα με το χρόνο παροχής τους:

1 Υπηρεσίες πριν την υπογραφή σύμβασης: εξέταση υποψήφιου καταστήματος από πλευράς προϋποθέσεων άδειας λειτουργίας, εκτίμηση τζίρου, αναλυτική μελέτη κατασκευής κ.λ.π.

2 Υπηρεσίες από την υπογραφή σύμβασης ως την έναρξη της λειτουργίας του καταστήματος. Σχεδιασμός και επίβλεψη των κατασκευών επιλογή του εξοπλισμού, επιλογή και εκπαίδευση προσωπικού κ.α.

3 Υπηρεσίες κατά τη διάρκεια της λειτουργίας, συνεχής επιθεώρηση, εκπαίδευση και επιμόρφωση προσωπικού, οικονομικός έλεγχος κ.α.

6 BODYLINE

Η εταιρία άρχισε να εφαρμόζει το σύστημα Franchising το 1991 και με βάση τον ετήσιο τζίρο είναι η μεγαλύτερη και πιο επιτυχημένη αλυσίδα κέντρων υγείας / αδυνατίσματος στην Ελληνική αγορά.

Η BODYLINE A.E προτρέπει τους υποψήφιους συνεργάτες της για την καλύτερη προβολή των επιχειρησιακών προσπαθειών. Αυτή επιτυγχάνεται όταν υπάρχει κεντρικό οίκημα, ικανό μανάτζμεντ και υπαλληλικό προσωπικό αλλά και το απαραίτητο κεφάλαιο.

Στην εταιρία αντιμετωπίζεται ως πρόβλημα η αδυναμία της να ανταποκριθεί στη ζήτηση για δημιουργία BODYLINE STYDIOS από αξιόλογους υποψήφιους.

Αυτή η αδυναμία οφείλεται στην στρατηγική επιλογή της διατήρησης υψηλού επιπέδου παροχής υπηρεσιών, επιμένοντας στη σωστή επιλογή και εκπαίδευση συνεργατών και προσωπικού.

Η BODYLINE A.E προσφέρει την πολύτιμη τεχνογνωσία που προέρχεται από τη συγκεντρωμένη πείρα ενός τετάρτου αιώνα. Προσφέρει υποστήριξη υπό μορφή σεμιναρίων επιμόρφωσης σε θέματα οργάνωσης, διοίκησης αλλά και σε θέματα τεχνικής φύσης.

Ο νέος συνεργάτης έχει τη βοήθεια της εταιρίας σε θέματα εύρεσης χώρου, σχεδιασμού από πλευράς διαρρύθμισης και ντεκόρ. Τέλος, η εταιρία εκπαιδεύει τους υπαλλήλους της νέας μονάδας σε βάθος μέσα στο περιβάλλον άλλων επιτυχημένων STYDIO BODYLINE. Με δυο λόγια η Bodyline παρέχει στους συνεργάτες της μια εξασφαλισμένη επιτυχία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. Γεωργιάδης: Νέες μορφές της σύγχρονης οικονομίας, Leasing, Factoring, Franchising.

Π. Μαλακός: Νέοι χρηματοδοτική θεσμοί, Factoring, Forfaiting

Η. Σουφλερός: Οι συμβάσεις Franchising στο Ελληνικό δίκαιο και στο κοινοτικό δίκαιο ανταγωνισμού.

Κ. Σαμπουντζάκη: Ο θεσμός του Forfaiting , Γενική θεώρηση, Δελτίο Ε.Ε.Τ τεύχος 17/18, 1988

Βασ. Μ.Γαλάνης: Η λειτουργία των σύγχρονων χρηματοδοτικών θεσμών στη χώρα μας. (εκδόσεις Σταμούλης, 1994).