

# KAKO PREVERITI POSLOVNEGA PARTNERJA

Špela Mikuš

spela.mikus@finance.si

**P**reden sklenete novo poslovno partnerstvo, je seveda priporočljivo, da ga dobro proučite. Pogledati morate bilance, plačilno sposobnost, boniteto ... Pri AJPES in Bisnode smo preverili, kaj morate storiti, katera vprašanja si postaviti, preden sprejmete odločitev o novem poslovnem partnerju.

Prvo, osnovno pravilo je, da se tudi pri sklepanju poslovnih partnerstev ravnate po strategiji, poslovni politiki vašega podjetja. »Ko je podjetje v fazi rasti, je običajno pripravljeno sprejeti večja tveganja. Pomembno je, da se teh tveganj zaveda in jih primerno upravlja,« pravi Marko Srabotnik, direktor poslovnih rešitev v Bisnodu. Skratka: ne glede na to, koliko tveganj ste pripravljeni sprejeti, je izbor novega poslovnega partnerja vedno izziv.

## ◻ Čem morate presojeti?

Dejavniki, ki jih morate pretehtati, so odvisni od vrste oziroma vsebine poslovnega partnerstva, pravi Mojca Kunšek, direktorica AJPES. »Denimo, pri dobaviteljih so pomembni kakovost in cena dobavljenega blaga oziroma materiala ali storitev, upoštevanje dogovorjenih rokov za dobavo, podporne storitve in podobno,« dodaja.

Nekaj posebnosti je tudi, ko se odpravljate na novi trg, kjer še nimate izkušenj. Tam gre tudi za prilagajanje lokalnim poslovnim navadam, pravi Srabotnik. Sicer pa gre v vseh teh primerih za, kot pravi, procese KYC (know your customer, torej poznaj svojo stranko), kjer so jasno definirane informacije, ki jih morate preveriti:

- boniteta podjetja,
- finančno stanje podjetja,
- lastniške povezave in končni lastniki,
- ozadje menedžmenta,
- politična izpostavljenost oseb,
- kreditna zgodovina podjetja,
- negativni zaznamki,
- plačilna sposobnost,
- plačilne navade.

»Prav tako morate imeti ustrezno hierarhijo odločanja glede na naravo posla, ki jo navadno določata višina posla in strateški pomen, ter kreditno politiko podjetja: kakšna je začetna izpostavljenost pri novih partnerjih in kakšne plačilne pogoje jim damo. Predvsem na novih trgih morata biti jasna dva vidika: kaj želimo doseči na operativno prodajni ravni in kaj za nas pomeni nov partner, na primer zelo močno



Katere dejavnike morate vzeti pod drobnogled

referenco, s katero se predstavljamo drugim partnerjem,« še dodaja Srabotnik.

Ne pozabite pa niti na trende v daljšem časovnem obdobju, poslovanje poslovnega partnerja pa primerjajte tudi glede na preostala podjetja v isti panogi, še pravi Kunškova.

## Imate bilance možnega partnerja. Kaj vzeti pod drobnogled?

Kunškova našteva, čemu je treba nameniti posebno pozornost v okviru finančne analize računovodskih izkazov: analizi denarnega toka, ki ga podjetje ustvarja, njegovi investicijski naravnosti, zadolženosti oziroma sestavi obveznosti do virov sredstev, analizi obratnega kapitala, likvidnosti ter donosnosti prodaje, kapitala in sredstev.

Poleg zgoraj naštetih postavk Srabotnik dodaja še zadolženost, plačilno sposobnost, dejanska sredstva podjetja, trende prihodkov in stroškov.

Vse morate seveda primerjati s panogo, v kateri podjetje deluje, pa tudi s poslovno politiko tega, izbranega podjetja. Denimo, podjetje je lahko glede na bilanco precej zadolženo, a je v ozadju velika investicija zaradi pridobljenega strateškega posla, pravi Srabotnik in opozarja: finančne izkaze morate primerjati z »mehkejšimi« informacijami, torej tudi tistimi, naštetimi zgoraj v članku.

## Bonitetna ocena: kdaj se ustaviti?

Če poslovnega partnerja ne poznate, je boniteta podjetja ključna. »Glavno pri bonitetni oceni je, da temelji na statističnih modelih, jo izdaja kredibilna in javno priznana ustanova/podjetje (zaradi upravičenosti pred lastniki in finančnimi partnerji) ter je preprosta za uporabo. Ocene so podane enostavno, razumljivo tudi 'nefinančnemu' uporabniku. Podjetje v praksi ne ocenjuje samo novih partnerjev, temveč ocenjuje in spremlja spremembo bonitete tudi pri obstoječih, predvsem zaradi določanja kreditnih pogojev obstoječim partnerjem ter vsem spremembam, ki se danes dogajajo na dnevni ravni in lahko imajo tako pozitiven kot negativen vpliv na poslovanje,« pojasnjuje Srabotnik.

Pri kateri bonitetni oceni pa je morda smiselno ustaviti potencialno partnerstvo? Sogovornik pravi, da je bolje vzpostaviti kreditno politiko podjetja, s katero ne zavrnete morebitnega partnerja, ampak mu dodelite pogoje, skladno z izraženim in sprejetim tveganjem. »Denimo v gradbeništvu, kjer na osnovi podatkov iz let 2017 in 2018 ugotovimo, da poslovanje s podjetji s slabšo oceno prinaša tudi dvakrat večje tveganje kot pri podjetjih z boljšo oceno,« še dodaja.