



USAID | **SRBIJA**
OD AMERIČKOG NARODA

Kako firme koriste faktoring

Studije slučajeva

Proizvođači turskih ćilima koriste međunarodni faktoring

Zahvaljujući faktoringu, Step Carpet mogao bi značajno da poveća obim svog izvoza.

Step Halıcılık ve Mağazacılık San ve Tic A.S. poznata je marka savremenih ćilima i ima butike u Londonu, Parizu, Milanu, Istambulu, Njujorku, Dubaiju i mnogim drugim prestonicama dizajna širom sveta.

Step Carpet bavi se dizajnom i proizvodnjom modernih i kvalitetnih ćilima i aksesoara za dom. Firma Step je poznata po kombinovanju tradicionalnih veština izrade ćilima i nove tehnologije, i pionir je u oblasti dizajna enterijera. Njihove inovativne kolekcije inspirisane su najnovijom modom, bojama i dezenima.

Strategija firme Step Carpet je da se proširi na druga evropska tržišta. Ovoj firmi je jedan od klijenata, İpliksan Isparta İplik San A.S., sa kojima deli proizvodni pogon, predložila da angažuje TEB Faktoring kao izvoznog faktora.

Novi kupci iz Nemačke i Češke tražili su duže trajanje otvorenih računa umesto akreditiva. Posle pozitivne procene, TEB Faktoring je bio u stanju da firmi Step Carpet ponudi usluge izvoznog faktoringa sa obavezom potpunog obaveštavanja kupaca.

Godine 2012. Step Karpet odlučio je da potpiše ugovor o izvoznom faktoringu sa TEB kako bi iskoristio njihove usluge međunarodnog faktoringa, koje podrazumevaju sledeće prednosti:

- 100% zaštita od stečaja kupca uz garanciju FCI Import Factors
- uvozni faktori preuzimaju poslova vođenja knjige potraživanja i usluge naplate u tim državama
- kratkoročni gotovinski avansi na faktorisana potraživanja od firme TEB Faktoring.

Od tada, zahvaljujući izuzetnim uslugama firme TEB Faktoring i njenih korespondentskih uvoznih faktora – Eurofactor AG u Nemačkoj i Factoring KB u Češkoj – Step Karpet uspešno je izašao na nova tržišta, povećao obim izvoza i učvrstio odnose sa dobavljačima. Međunarodni faktoring je za firmu Step koristan finansijski mehanizam koji će joj omogućiti povećanje prometa od 10 miliona evra tokom 2013. godine.

Obrnuti faktoring daje firmi Playshoes više mogućnosti za razvoj

Playshoes GmbH je firma koja se bavi veleprodajom proizvoda za bebe i decu, naročito cipela, nepromočive odeće, kupaćih kostima, aksesoara i igraćaka. Ova porodična firma srednje veličine osnovana je 1998. godine u jugozapadnoj Nemačkoj, a njen brend je postao poznat po kvalitetnim modnim kolekcijama i sertifikovanim proizvodima, koje dizajniraju i kreiraju inženjeri za proizvodnju odeće i igraćaka u Nemačkoj, dok je proizvodnja prepuštena podizvođačima u Kini i Hong Kongu. Kupci su firme koje prodaju robu preko interneta i poštom, kao i specijalizovane maloprodajne firme Nemačkoj i drugim zapadnoevropskim zemljama.

Godine 2009. Playshoes je potpisao ugovor o domaćem i izvoznom faktoringu sa firmom Eurofactor AG, jednom od vodećih kompanija za faktoring u Nemačkoj. Playshoes je od tada u mogućnosti da stalno širi krug svojih klijenata i povećava obim poslovanja.

Na jednom od redovnih sastanaka sa kompanijom Eurofactor AG zaključeno je da je Playshoes zainteresovan za fleksibilnije uslove plaćanja svojim azijskim dobavljačima. Playshoes je do tada plaćao 50% vrednosti narudžbine unapred, a ostatak po otvorenom računu u roku od 30 do 60 dana. Kako bi unapredio svoj položaj u pogledu obrtnog kapitala, Playshoes je nameravao da sa dobavljačima ugovori rok plaćanja od 120 dana za ceo iznos fakture bez avansnih uplata.

Kako Playshoes ima solidnu kreditnu sposobnost, Eurofactor AG bio je u poziciji da odobri visok limit ovoj firmi uz polisu osiguranja od neizmirenja obaveza. Pošto se Playshoes sporazumela sa više svojih glavnih azijskih dobavljača, dva najveća proizvođača pokazala su interesovanje za dvofaktorski izvozni model. U sledećem koraku Eurofactor AG obratio se iskusnim korespondentima FCI za faktoring, banci DBS Bank Ltd. iz Hong Konga i banci China CITIC Bank iz Pekinga, te im je saopštio nazive dobavljača i podatke o njima. Posle interne evaluacije kreditne sposobnosti i uspešnih pregovora o uslovima, izvozni faktori zaključili su ugovor o faktoringu sa dobavljačima. Na osnovu stopostotne zaštite od rizika neplaćanja i potvrde firme Eurofactor AG o tome da će Playshoes AG izmiriti obaveze po fakturama dobavljača na dan dospeća bez odbitaka, izvozni faktori sada avansno plaćaju do 95% iznosa fakture izvoznicima, i to na dan kada se fakture prenesu na faktore.

Ove transakcije nesmetano se obavljaju od početka 2012. godine. U ovoj situaciji svi učesnici dobijaju:

- uvoznik, Playshoes, dobio je željeni produžetak roka plaćanja, što je delimično preneo i na svoje kupce;
- izvoznici u Kini i Hong Kongu odmah dobijaju iznos svog potraživanja, potpuno pokriće rizika i, u perspektivi, povećanje prometa sa firmom Playshoes;

- banka DBS je već uspela da više stranih dužnika uključi u svoj ugovor o izvoznom faktoringu sa dobavljačem, uz garanciju korespondenata članova FCI u drugim zemljama;

- u međuvremenu, Eurofactor AG je od firme Playshoes primio zahteve da se novi dobavljači iz Kine i Malezije uključe u program obrnutog faktoringa.

MAC Carpet – FCI na letećim ćilimima širom sveta

MAC Carpet je jedan od najvećih izvoznika u Egiptu: preko 90% njegove proizvodnje izvozi se u 107 zemalja širom sveta. MAC Carpet je sestra-firma grupe Oriental Weavers, jednog od najvećih privatnih industrijskih konglomerata u Egiptu, koji posluje u brojnim oblastima.

1980: MAC Carpet osnovan je sa kapitalom od milion dolara i ukupnom godišnjom proizvodnjom od milion kvadratnih metara tepiha i ćilima.

2010: MAC Carpet je svetski lider u proizvodnji tafting tepiha i tepiha i ćilima digitalno štampanim šarama proizvedenim po specifikaciji klijenta. Ova firma ima tridesetogodišnje iskustvo i može se pohvaliti velikim godišnjim obimom proizvodnje od 58 miliona kvadratnih metara; njenih 6.000 zaposlenih radi 24 sata dnevno.

„Naš uspeh mora se pripisati našim talentovanim i posvećenim radnicima i podršci izuzetno odanih klijenata i dobavljača“, rekao je g. Ala Hašem, član upravnog odbora firme MAC Carpet, na prvom sastanku sa kompanijom EGYPT FACTORS.

MAC Carpet je više godina sarađivao neposredno sa inostranim faktoring firmama kako bi osigurao nesmetano poslovanje na tržištima svojih kupaca. Međutim, od početka finansijske krize 2008. godine ova firma suočila se sa problemom otežanog pristupa izvorima finansiranja (naročito u SAD i Kanadi, njenim glavnim izvoznim tržištima), dok je istovremeno rastao i rizik neplaćanja kod kupaca. U tom trenutku iskusni menadžment ove firme odlučio je da razmotri alternativne mogućnosti finansiranja i zaštite svog izvoza uz pomoć kompanije EGYPT FACTORS, prve privatne faktoring firme u Egiptu koju su osnovali FIMBank (vodeća banka u oblasti finansiranja privrede), CIB (najveća privatna banka u Egiptu) i IFC (članica Grupe Svetske Banke).

EGYPT FACTORS je firmi MAC Carpet predstavio prednosti saradnje sa članicom mreže Factors Chain International (vodeće globalne mreže faktoring kompanija) – jednošalterski sistem izvoza u preko 60 zemalja i kompletan paket usluga (zaštita od rizika, naplata potraživanja i finansiranje). Izvoznici mogu da odaberu bilo koju kombinaciju koja odgovara njihovim konkretnim potrebama.

„Na osnovu kreditnih limita koje su obezbedili naši partneri iz FCI u Kanadi (National Bank of Canada) i SAD (BB&T, UPS i CIT), EGYPT FACTORS je bio u poziciji da ponudi firmi MAC Carpet kompletan paket usluga faktoringa, od kojih je najznačajnije bilo finansiranje“, rekao je g. Marius Saven, direktor firme EGYPT FACTORS.

„Veoma smo zadovoljni što su u ovom teškom vremenu usluge faktoringa i dalje dostupne u Egiptu posredstvom firme EGYPT FACTORS i uz podršku njenih partnera u mreži FCI. Smatramo da su usluge koje pruža EGYPT FACTORS profesionalne i pouzdane“, rekao je g. Ajman Refat, blagajnik kompanije MAC Carpet.

FCI pomaže da kvalitet stigne u vašu kuhinju

Factoring je u Hong Kongu i kineskoj oblasti Guangdong sve popularniji oblik finansiranja. Factoring nikada nije bio značajniji nego sada, u ovo doba ekonomske nesigurnosti i previranja na međunarodnim finansijskim tržištima. Factoring pruža finansijsku fleksibilnost i zaštitu od rizika i time pomaže mnogim proizvođačima i izvoznicima da prežive i čak prošire obim poslovanja u privrednom okruženju današnjice.

Firma Brand & Mark Industrial Limited (B&M) osnovana je 2000. godine. Sa sedištem u Hong Kongu i proizvodnim pogonom u Šenženu, ova firma proizvodi najlonski escajg, silikonske modle za pečenje, kuhinjske alatke, daske za sečenje i sezonske proizvode brizganjem plastike pod pritiskom, brizganjem silikona i presovanjem metala. Kupci su im veliki maloprodajni lanci i OEM klijenti sa velikih tržišta severne Amerike i zapadne Evrope.

Proizvodni pogon u gradu Šenženu prostire se na 20.000 kvadratnih metara i opremljen je najsavremenijom opremom za brizganje, presovanje i štancovanje, a zapošljava preko 600 dobro obučanih i posvećenih radnika. Firma izrađuje bezbedne i kvalitetne proizvode namenjene kupcima koji cene elegantne i funkcionalne predmete po razumnim cenama.

Pošto je Kina postala članica STO, firma B&M svom preduzetničkom duhu dodala je internacionalni stil upravljanja. Rezultat toga bila je evolucija ove nekada male fabrike u jednog od vodećih proizvođača metalnih i plastičnih proizvoda u Kini, sa jasnim naglaskom na prodaju namenjenu izvozu. Sa ovim novim opredeljenjem došli su i novi izazovi.

B&M je 2006. zatražila usluge izvoznog faktoringa od banke DBS Bank (HK) Limited, članice mreže FCI. Isprva je bilo potrebno dobiti osiguranje za neplaćanje za klijente iz SAD, naročito one sa kojima su bili ugovoreni duži rokovi plaćanja. B&M je od tada stekao nove klijente u SAD, Kanadi i Evropi. DBS saraduje sa više uvoznih faktora članova FCI kako bi pomogao nastup B&M na međunarodnim tržištima.

„Ova usluga faktoringa omogućava fleksibilnost, koja opet podstiče razvoj B&M“, kaže Stenli Fong, direktor B&M. „Profesionalnost mreže FCI takođe pomaže firmi B&M da prepozna finansijsku snagu potencijalnih klijenata, što nam snižava rizik poslovanja. Uz podršku faktoringa, B&M može da na najbolji način krene u širenje baze svojih klijenata“, dodao je g. Fong.

Kada sledeći put budete kuvali ručak, pogledajte malo bliže pribor koji koristite. Moguće je da je reč o proizvodu B&M, napravljenom u kineskom gradu Šenženu, koji je uz pomoć faktoringa stigao čak do vaše kuhinje.

Veći prodor na tržište uz pomoć dvofaktorskog sistema FCI

Industrija aditiva i sastojaka hrane u Kini u poslednjih nekoliko godina nezadrživo raste, uz godišnje povećanje od po 10%. Ukupan obim proizvodnje je danas preko 200 miliona tona godišnje što čini 15% obima spoljne trgovine Kine. Specijalizovana tehnologija i način upravljanja ovom privrednom granom smatraju se najmodernijim. U Kini postoji preko 200 široko priznatih proizvođača aditiva, a firma Longcom Enterprises Ltd, koja izvozi i uvozi aditive za ljudsku i životinjsku hranu, farmaceutske proizvode i hemikalije, među najuspešnijim je srednjim preduzećima u ovom sektoru.

Još od svog osnivanja godine 2002, Longcom nije štedeo truda u sprovođenju razvojne strategije koja se ogledala u unapređenju sopstvenog brenda u bliskoj saradnji sa vodećim firmama iz celog sveta, kao i u proizvodnji kvalitetnih ekoloških proizvoda i pružanju izuzetnih usluga klijentima. Longcom je do danas za preko 310 vrsta proizvoda imao 411 kupaca, od kojih su mnogi firme sa liste Fortune 500, i to u preko 50 zemalja.

Zajedno sa brzim razvojem svetske prehrambene industrije, sektor aditiva za ljudsku i životinjsku hranu beleži izuzetan rast. Njegovo učešće u međunarodnoj razmeni raste između 2,5 i 4% godišnje, a najveći kupci su u SAD, Evropi i Japanu. Da bi iskoristio otvaranje novih tržišta, Longcom je razmatrao da svojim trgovinskim partnerima omogući otvorene račune jer su tradicionalni metodi plaćanja pouzdanjem odnosno akreditivima postepeno postajali neprihvatljivi inostranim kupcima. Pošto je sa jedne strane Longcom bio svestan da je reč o dobroj poslovnoj prilici, a sa druge strane zabrinut u pogledu provere kreditne sposobnosti klijenta i mogućoj reakciji u slučaju da kupac ne izmiri svoje obaveze po dospeću, nije bilo jasno šta treba činiti sa gomilanjem potraživanja po principu otvorenih računa.

Za dilemu firme Longcom saznala je China Merchants Bank (CMB), drugi po veličini izvozni faktor u Kini, koja se specijalizuje za pružanje priuštivih rešenja u obliku međunarodnog faktoringa kako bi pomogla malim i srednjim preduzećima u Kini da svoje proizvode plasiraju na inostrana tržišta. Krajem 2007. godine CMB se obratio firmi Longcom i objasnio da bi primena dvofaktorskog sistema, u saradnji sa odabranim članovima mreže FCI, osigurala zaštitu od neplaćanja, naplatu i upravljanje potraživanjima, kao i neposrednu likvidnost prema potrebi. Longcom se odmah opredelio za korišćenje čitavog opsega usluga faktoringa CMB. Od tada se Longcom uspešno proširio na nova tržišta Japana, Singapura, Tajlanda, Poljske i Nemačke, i to zahvaljujući uslužnom i profesionalnom angažovanju CMB i njenih inostranih partnera, među kojima su SMBC, DBS Bank, Kasikorn Factoring, Nordisk Factoring i Eurofactor. Uz to, Longcom je vešto izbegao valutni rizik i u velikoj meri poboljšao svoje tokove novca kroz finansiranje koje dobija od CMB po prenosu potraživanja.

Ne samo što rešenje sa korišćenjem međunarodnog faktoringa pruža značajne prednosti firmi Longcom, već pomaže i njenim klijentima da smanje režijske troškove. „Veoma

nam je drago što sada na kraju godine možemo da kažemo da je kroz usluge faktoringa koje pruža naša banka omogućen znatan deo razvoja ove firme tokom teške 2008. godine, uprkos nikad ozbiljnijoj finansijskoj krizi koja je pogodila skoro svaki deo sveta“, rekao je uz osmeh menadžer CMB za odnose sa klijentima, g. Ći Ruhu.

Ideal Bike Corporation – Faktoring u oba smera posredstvom FCI

Tajvan već decenijama prati reputacija svetskog „kraljevstva bicikala“, i to naročito kao lidera u kvalitetu proizvodnje i prosečnoj jediničnoj ceni. U ovoj zemlji rade brojni proizvođači bicikala, a Ideal Bike Corporation je jedan od najstarijih i najvećih.

Firma Ideal Bike osnovana je 1980. a uspešno je izašla na berzu 2001. Ona sada sklupa i prodaje preko 1,1 milion bicikala širom sveta u svojim fabrikama u Tajčungu (Tajvan), Dongguanu (Kina) i Kutnom (Poljska). Ideal Bike ne samo što je OEM partner velikih globalnih brendova, već ima i jasnu strategiju uvođenja svoje sopstvene marke na tržište kroz stalno istraživanje, razvoj i marketing.

Svetsko tržište bicikala došlo je do stadijuma „zrelosti“. Iako su visoke cene nafte u poslednjih nekoliko godina doprinele većoj tražnji za biciklima, ova industrija ima nisku stopu rasta, i to od 3 do 5 posto godišnje. Što se tiče proizvođača bicikala kao što je Ideal Bike, ponuda veća od tražnje i oštra cenovna konkurencija vrše pritisak na izvoznike da ponude najprivlačnije uslove plaćanja. Akreditivi i gotovinske avansne uplate sve su ređe, dok su „otvoreni računi“ postali uobičajeni. Usled povremenih nepovoljnih finansijskih vesti i stečajeva velikih kupaca na svom tržištu, kompanija Ideal Bike odlučila je da primeni međunarodni faktoring da se zaštiti od finansijskih rizika prodaje inostranim kupcima pod uslovima otvorenih računa.

Ideal Bike je već više godina značajan klijent banke HSBC (Taiwan), te je tako izrazio zainteresovanost za usluge međunarodnog faktoringa čim ih je ova banka uvela na Tajvan u saradnji sa mrežom FCI (Factors Chain International). Posredstvom veza banke HSBC sa članicama grupe FCI, Ideal Bike imao je priliku da iskoristi čitavu lepezu usluga, uključujući proveravanje kreditne sposobnosti, prenos faktura, naplatu potraživanja i vođenje knjiga, što je u velikoj meri unapredilo njegov proces praćenja potraživanja od inostranih klijenata. Uz to, pošto je 2007. godine kupila firmu Chailease Credit Services Co., Ltd. (sadašnji naziv HSBC Factors Taiwan Limited), HSBC je unapredila profesionalizam usluga međunarodnog faktoringa koje nudi. Finansijski direktor firme Ideal Bike, Džulija Lai, izjavila je: „Pošto je većina naših klijenata van Tajvana, i kako moramo da prodajemo putem otvorenih računa, u velikoj meri se pouzdamo u usluge izvoznog faktoringa HSBC u saradnji sa njihovom mrežom korespondenata u SAD (Wells Fargo Century Inc.), Evropi (GE Factofrance u Francuskoj i Fortis Commercial Finance N.V. u Holandiji), kao i u Japanu (Mizuho Factors, Ltd.). Smatramo da su usluge faktoringa koje oni nude veoma profesionalne i pouzdane.“

Osim što koristi izvozni faktoring, Ideal Bike je nedavno postao korisnik i usluga uvoznog faktoringa kako bi pojednostavio kupovinu putem otvorenih računa od ključnog dobavljača iz Japana. Zbog velike tražnje za specijalizovanim delovima za bicikle, Ideal Bike je godinama od ovog dobavljača morao da kupuje pouzećem. Krajem 2007, Ideal Bike je konačno ubedio ovog izvoznika da pređe na otvorene račune. Kako

sada kupuje na neobezbeđeni dobavljački kredit preko otvorenih računa, Ideal Bike više ne mora da blokira svoje bankarske linije finansiranja. Promena uslova nabavke firmi Ideal Bike omogućava mnogo veću finansijsku fleksibilnost. Istovremeno, zahvaljujući uslugama faktoringa posredstvom FCI, japanski izvoznik stekao je dugoročno poverenje u saradnju sa kompanijom Ideal Bike kao kupcem.

Ideal Bike u velikoj meri koristi prednosti izvoznog faktoringa FCI, kao i usluge uvoznog faktoringa preko ove mreže. Na strani izvoza, Ideal Bike može da prodaje svoju robu preko otvorenih računa na konkurentan način i bez brige o kreditnoj sposobnosti inostranih kupaca, dok na strani uvoza uživa sve prednosti neobezbeđene kupovine preko otvorenih računa. Treba reći da je Ideal Bike savršen primer firme kojoj faktoring služi da sebi pribavi najveću moguću korist.

SC Torent Computers SRL (Torent)

SC Torent Computers SRL (Torent) osnovana je u Rumuniji 1994. godine. Ova firma prodaje i distribuira sklopljene računare, uvozne rezervne delove za IT opremu i IT proizvode, i pruža usluge održavanja i konsaltinga u pogledu prodane tehničke opreme. Sedište ove firme, lidera na lokalnom tržištu, nalazi se u Konstanci, velikom gradu na obali Crnog mora.

Godine 2005, BRD-Groupe Soci t  G n rale obratila se ovoj firmi sa predlogom usluge domaćeg faktoringa za prodaju na lokalnom tržištu. Direktori firme, mladi braćni par sa velikim iskustvom u oblasti informacionih tehnologija, bili su spremni da prihvate faktoring.  eleli su da unaprede svoje tokove novca jer su njihovi klijenti uglavnom male firme koje kasne sa plaćanjem.

Potpisan je ugovor o domaćem faktoringu i poslovanje je krenulo bez smetnji u vidu problema ili sporova sa partnerima. Uzevši u obzir pozitivna iskustva sa faktoringom, i budući da je najveći deo uvoza ove firme plaćen unapred, BRD-Groupe Soci t  G n rale je ponudila klijentu i uvozni faktoring. Firma Torent je svojim inostranim dobavljačima predstavila prednosti faktoringa. U ovoj transakciji, BRD-Groupe Soci t  G n rale garantovala bi sposobnost plaćanja firme Torent, dok bi firma dobila mogućnost kupovine preko otvorenih računa. Predstavnici firme Torent brzo su shvatili da bi uz podršku BRD mogli od svojih dobavljača da uvoze više preko otvorenih računa. Uz to, inostrani dobavljači mogli bi da dobiju avansne uplate od izvoznog faktora i pre prodaje, i ne bi morali da se brinu o riziku neizmirenja obaveza. BRD je spisak klijenata predao svojim korespondentima iz mreže FCI u svakoj konkretnoj zemlji, dok je firma Torent obezbedila spisak svojih dobavljača. Dobavljači su upoznati sa korespondentima FCI i uspostavljen je odnos faktoringa.  etiri dobavljača su se na taj naćin uključila u saradnju:

P.Q.I. (Power Quotient International Co. Ltd.) sa sedištem u Tajvanu, posredstvom firme Chailease Credit Services Co. Ltd., Tajvan

Aci Technologies Europe SA/NV iz Belgije, posredstvom firme Fortis Commercial Finance N.V., Belgija

Xpert Vision GmbH iz Nemaćke kroz firmu Fortis Commercial Finance Deutschland GmbH, Nemaćka

SDT Information Technology iz Koreje, kroz banku Industrial Bank of Korea, Koreja.

Ovaj posao obrnutog faktoringa omogućio je BRD-Groupe Soci t  G n rale da proširi svoju saradnju sa firmom Torent tako što je omogućio povećanje obima uvoza bez ogranićenja u pogledu tokova novca. Ovo je bila jedna od prvih transakcija uvoznog faktoringa firme BRD i osnažila je njen odnos sa različitim izvoznim faktorima ukljućenim u taj posao.

Kako saradnja između dva korespondenta FCI i jednog uvoznika dovodi do koristi za sve

Jedan od najvećih distributera lekova u Čileu i najveći dobavljač državnog sistema zdravstvenih ustanova u toj zemlji uvozi lekove iz zemalja poput Indije, Kine, Koreje i Brazila, i to najčešće uz korišćenje akreditiva. Ukupan uvoz godine 2004. iznosio je 11,4 miliona dolara.

Godine 2002, čileanska firma Factorline dobila je zahtev od indijske kompanije Global Trade Finance (GTF) da obavi preliminarnu procenu kreditne linije od milion dolara za ovog čileanskog uvoznika. Firma Factorline odobrila je kreditnu liniju od 600 hiljada dolara, ali, nažalost, GTF nije uspela da ubedi indijskog izvoznika da potpiše ugovor o faktoringu.

Firma Factorline je do tada razvila dobar odnos sa uvoznikom, koji je shvatao prednosti korišćenja međunarodnog faktoringa i otvorenih računa za uvoz, umesto otvaranja akreditiva.

Budući da je firma Factorline vodila odobrenu ali neiskorišćenu kreditnu liniju za uvoznika, uz saglasnost uvoznika odlučeno je da se ostvari kontakt sa njegovim glavnim dobavljačem iz Kine, što je i izvedeno posredstvom odeljenja za faktoring banke Bank of China, koje je u ovom poslu igralo ulogu izvoznog faktora. Bank of China objasnila je dobavljaču kako funkcioniše dvofaktorski sistem i naglasila njegove prednosti za izvoznika, te je tako dobavljač nekoliko dana kasnije potpisao ugovor o faktoringu.

Uvoznik je prepoznao međunarodni faktoring kao nov finansijski mehanizam koji mu pruža podršku u svakodnevnom poslovanju. Postojeća odobrena kreditna linija stalno se koristi, a od početka njenog rada prenete su fakture na preko 3,5 miliona dolara, što je svim partnerima donelo znatnu korist.

Austral Food: Poseta predsednika

Austral Food je vodeći čileanski izvoznik koji je svoje poslovanje unapredio korišćenjem međunarodnog faktoringa. Ova usluga je toj firmi omogućila da diverzifikuje svoje poslovanje i poveća obim izvoza kroz smanjenje rizika neplaćanja i unapređenje tokova novca.

Firmu Austral Food S.A. osnovala su godine 1998. dvojica energičnih preduzetnika sa namerom da zahtevnim inostranim tržištima ponude kvalitetne plodove mora. Njihov petogodišnji trud nagrađen je posetom čileanskog predsednika, g. Rikarda Lagosa, sredinom 2003. godine. G. Lagos je naveo Austral Food kao primer toga kako srednja preduzeća mogu da ostvare uspeh u izvozu čileanskih proizvoda. On je pozvao i druge firme iz ove zemlje da uspešno izađu na međunarodno tržište.

Poslovanje firme Austral Food isprva je bilo usredsređeno na prodaju lososa i čileanskog brancina na tržište severne Amerike. Međutim, ova firma je ubrzo diverzifikovala svoj portfolio proizvoda i sada je jedan od najvećih čileanskih izvoznika plodova mora. Među njenim proizvodima su sada čileanski brancin, losos, pastrmka, belica, sabljarka, crna, zlatna i crvena hujka, riba slon i oliga. Prošireni portfolio proizvoda omogućio je firmi Austral Foods da uspešno prodaje i plasira robu klijentima iz Australije, Španije, Francuske, Brazila i Meksika.

Austral Food zapošljava preko 100 radnika i godine 2003. izvezao je robe u vrednosti od 6 miliona dolara. Među njegovim postrojenjima su sasvim nova fabrika u Santijagu otvorena 2003. godine koja je u potpunosti u vlasništvu firme i zadovoljava najstrože sanitarne standarde za izvoz hrane u sve delove sveta. Ova firma je takođe suvlasnik još dva postrojenja za preradu u Čileu: fabrika u Konsepsionu prvenstveno se bavi preradom bele ribe (brancina, sabljarke, itd), dok fabrika u Puerto Montu proizvodi lososa i pastrmku.

G. Baeza, direktor i jedan od osnivača ove firme, rekao je: „Uspeh firme Austral Food zasniva se prvenstveno na našim kvalitetnim proizvodima i agresivnom marketingu i prodaji, što uključuje nuđenje otvorenih računa našim inostranim kupcima. To znači da nam treba zaštita od insolventnosti inostranih klijenata i način da naplatimo potraživanja iz inostranstva. Takođe nam treba finansiranje sa obezbeđenjem na inostranim plasmanima kako bismo unapredili tokove novca i mogli da reinvestiramo u razvoj poslovanja.“

Austral Foods je odabrao firmu FactorLine, S.A., čileansku članicu mreže Factors Chain International, da mu pomogne u smanjenju rizika, naplati potraživanja i finansiranju inostranih potraživanja. Firma FactorLine uspela je da obezbedi sve tražene usluge, zahvaljujući dvofaktorskom sistemu primenjenom u saradnji sa korespondentima mreže FCI. G. Baeza dodao je: „Međunarodni faktoring je našoj firmi pružio fantastičnu

podršku, budući da nam omogućava da se usredsredimo na proizvodnju, marketing i prodaju, a ne na rizik od neplaćanja kupaca, naplatu i finansiranje.“

Kenmark se širi u Australiju

Tajvanska firma Kenmark Industrial Co., Ltd. bavi se izvozom i uvozom alata, opreme za kuću, baštenskog pribora, električnih i elektronskih uređaja i ostale robe široke potrošnje. Ova firma takođe pravi proizvode spremne za sklapanje, kao što su računari, ormani za audio i video opremu, ormani za televizore i konzole. Kenmark je 1978. osnovan kao mala firma, ali sada ima proizvodne pogone u Maleziji i filijale za distribuciju u Hong Kongu, Singapuru, Japanu, Evropi, Novom Zelandu, Australiji, SAD i Kanadi.

Kenmark je 1992. godine planirao da napravi značajan korak napred prodorom na tržišta opreme za kuću i baštu i elektronike u Australiji. Firma Coles Myer, najveća maloprodajna kompanija u Australiji, bila je veoma zadovoljna kvalitetnim proizvodima firme Kenmark, ali je od nje tražila da na lokalnom nivou omogući logističke usluge i podršku kupcima u garantnom roku. „To je bila velika prilika, ali takođe i veliki izazov“, seća se g. Džejms Hvang, predsednik firme Kenmark. „Morao sam da osnujem predstavništvo u Australiji da ispunim zahteve svojih kupaca u pogledu obezbeđivanja zaliha, distribucije i servisa. Međutim, takođe sam morao da uzmem u obzir i druga pitanja pre ovakve ekspanzije, na primer kako da dobijem podršku u vidu finansiranja, osiguram naplatu potraživanja i smanjim potencijalni rizik trgovanja na osnovu otvorenih računa.“

„Da bismo rešili te probleme, obratili smo se brojnim tajvanskim bankama i finansijskim institucijama tražeći rešenje“, kaže g. Hvang. „Znali smo šta nam treba, ali u tom trenutku bilo je veoma teško naći partnera koji će u potpunosti zadovoljiti naše potrebe.“

Na sreću, pošto je procenila poslovni model firme Kenmark, kompanije Chailease Credit Services Co., Ltd. iz Tajvana i Scottish Pacific Business Finance Pty Ltd. iz Australije zajedno su obezbedile kombinovani program faktoringa da bi zadovoljile potrebe firme Kenmark. Prema ovom programu, firma Chailease obezbeđuje neposredno finansiranje sa regresom na osnovu izvoza firme Kenmark iz Tajvana njenom predstavništvu u Australiji. Istovremeno, Scottish Pacific pruža usluge naplate potraživanja i pokrića rizika za prodaju koju u Australiji ostvaruje predstavništvo. Kenmark sada takođe koristi usluge izvoznog faktoriga kompanije Chailease, koja pruža finansiranje, zaštitu od rizika neplaćanja i naplatu inostranih potraživanja za izvoz firme Kenmark u Aziju i Evropu.

Kenmark je bio u stanju da ponudi otvorene račune na zahtev svog inostranog kupca, pa je tako obim prodaje ove firme u Australiji porastao sa 2 miliona australijskih dolara početkom 1992. na 20 miliona godine 2002.

Kako kaže g. Hvang, „Usluge faktoringa osnažile su našu poziciju u pogledu obrtnog kapitala, pomogle nam da naplatimo instrana potraživanja i oslobodile nas brige o riziku

neplaćanja kod odobrenih kupaca.“ G. Hvang zaključuje: „Potpuno smo uvereni u budući uspeh jer ne samo što imamo izuzetne proizvode i usluge, već nam i faktoring pomaže da konstantno unapređujemo prodaju i kvalitet usluge, što će nam dati prednost u odnosu na konkurenciju.“

Iz Anatolije do najvećih svetskih proizvođača automobila

eć skoro pola veka grupa CMS nastoji da unapredi nivo usluga koje pruža na svetskom tržištu. Ova firma stalno nastoji da unosi inovacije u svoj rad i postavlja sebi sve ozbiljnije ciljeve na svakom polju.

„Naš stav je da treba da učinimo ono što možemo da dajemo primer izuzetnog kvaliteta i svoje znanje i stručnost prenosimo društvu u celini“, kaže g. Tonguč Esen, jedan od osnivača ove firme koji je marku CMS stvorio u maloj radionici. „Mi proizvodimo točkove od lakih legura za jednu od velikih strasti čovečanstva: automobil. Točak je od presudnog značaja za performanse automobila, tako da mora biti proizveden besprekorno. Zahvaljujući našem principu tehnološke izuzetnosti klijente činimo zadovoljnim tako što transformišemo nove projekte u tehničku stvarnost koja odražava ukus klijenata i zadovoljava njihove potrebe i tražnju današnjeg tržišta za visokokvalitetnim proizvodima. Mi smo lider u tehnologiji proizvodnje i servisiranja točkova od lakih legura u Turskoj“. Marka CMS se danas uspešno takmiči i na globalnom tržištu ovih delova.

Uz ispunjavanje svog cilja globalnog tehnološkog razvoja primenom koncepta stalnog unapređenja procesa proizvodnje i prodaje, CMS obezbeđuje stručnost, izuzetnost i pouzdanost.

CMS je počeo da proizvodi točkove od lakih legura 1985. godine sa ciljem da kreira svetski poznatu marku. Tokom narednih 10 godina, CMS je prodavao točkove na turskom tržištu, kao i najvećim proizvođačima automobila širom sveta. U ovom trenutku CMS je nesporni lider na turskom tržištu. Ova firma na putu je da postane još prepoznatljivija i na globalnom tržištu. Pošto je 2000. godine proizveo 1.500.000 točkova (80% za izvoz), CMS je povećao svoj kapacitet na 2 miliona godine 2001, a do 2004. godine kapacitet će biti 3.500.000.

Uzevši u obzir izuzetan kvalitet njegovih proizvoda, CMS je danas prvi izbor i glavni partner za više velikih proizvođača automobila. Ova firma snabdeva mnoge divove automobilske industrije, kao što su Reno, Fiat i Alfa Romeo. Uz to, CMS izvozi na tržišta Nemačke, Belgije, Velike Britanije, Grčke, Portugalije, Egipta, Danske, Holandije i Rusije.

Jedna od prepreka za prodor na inostrana tržišta bilo je oklevanje kupaca da rade sa akreditivima. CMS je bio odlučan u rešavanju ovog problema i godine 2000. počeo je da koristi usluge faktoringa firmi Koç Faktoring i Yapi Kredi Faktoring, članova mreže FCI. Ne samo što je faktoring omogućio ovoj firmi da prodaje preko otvorenih računa bez straha od nenaplativih potraživanja, već im je i pružio mogućnost finansiranja unapred uz obezbeđenje na budućoj prodaji. Pošto je CMS tako mogao svojim kupcima da ponudi atraktivnije uslove kupovine, obim izvoza se ubrzano uvećavao, te je do kraja 2000.

godine ukupna vrednost prodate robe iznosila 53 miliona dolara – što predstavlja veoma impresivnu stopu rasta!

Tokom 2001. obim prodaje nastavio je da raste, dostigavši iznos od 55 miliona dolara. Od sklapanja ugovora, Koç Faktoring i Yapi Kredi Faktoring firmi CMS pružaju zaštitu od rizika neplaćanja, naplatu potraživanja i finansiranje neophodno za obrtni kapital i rast. Stoga, kako kaže g. Esen, „Saradnja sa ove dve faktoring firme omogućila nam je da bez brige povećamo izvoz i usredsredimo se na unapređenje kvaliteta proizvodnje, prodaje i usluga, a ne na upravljanje rizicima, naplatu potraživanja i tokove novca. Faktoring nam omogućava da se usredsredimo na svoju osnovnu delatnost, u skladu sa našim motom – stalno unapređenje rada“.

Ceo svet može da okusi vina Cremaschi zahvaljujući faktoringu

Vinarija Cremaschi jedna je od najmlađih i najuspešnijih čileanskih dizajnerskih vinarija. Ova firma sada izvozi svoja vina u 12 zemalja širom sveta, i počinje da ulazi na nova tržišta poput istočne Evrope i Azije.

Čileansko vinarstvo ima privilegovan položaj na svetskom tržištu; vina iz ove zemlje priznata su kao neka od najboljih na svetu. Međunarodni prestiž čileanskih vina zasniva se na tlu i klimatskim uslovima ove zemlje, koji su izuzetno povoljni za gajenje vinove loze, kao i na vinarskoj tradiciji dugoj preko četiri veka. U Čileu danas postoji preko 80 vinarija, a Cremaschi je jedna od najmlađih ali istovremeno i najuspešnijih.

Porodica Cremaschi vinarstvom se bavila još krajem 19. veka u Italiji. Oni su 1990. godine u Čile iz svoje domovine doneli tradiciju dugu preko jednog veka, čime su iznenadili sve tadašnje vinare. Tokom godina, ova porodica je konstantno unapređivala svoja znanja, uvodeći nove sisteme za preradu, i posvetila se proizvodnji kvalitetnih vina.

Vinarija Cremaschi opisana je kao dizajnerska vinarija koja se bavi proizvodnjom pažljivo odabranih vina, što garantuje izuzetnost i kvalitet njenih proizvoda. Tim stručnih vinara kontroliše svaku fazu složenog postupka kroz koji prolazi vino. G. Pablo Cremaschi, predsednik ove kompanije, objašnjava: „tako smo sigurni da ćemo dobiti vina koja zadovoljavaju najstrože standarde i prijaju i najzahtevnijim poznavacima“.

Ova firma počela je da izvozi svoja vina 1996, a prve godine je ostvarila skromnu zaradu od 84.000 dolara. Obim izvoza od tada stalno raste: već 1998, na primer, dostigao je 500.000 dolara. Jedna od prepreka prodaji u inostranstvu bilo je oklevanje klijenata da rade na akreditiv. Rešeni da prevaziđu ovaj problem, u firmi Cremaschi su 1999. počeli da koriste usluge faktoringa kompanije FactorLine, članice mreže FCI iz Čilea. Ne samo što je faktoring dozvolio ovoj firmi da počne da prodaje svoje proizvode korišćenjem otvorenih računa bez straha od nenaplativih potraživanja, već joj je i omogućio pozitivne tokove novca po osnovu izvoza. Pošto je vinarija bila u stanju da svojim klijentima ponudi povoljnije uslove plaćanja, izvoz je porastao još brže, i do kraja 2000. godine dostigao cifru od 2,5 miliona dolara – što predstavlja veoma impresivnu stopu rasta. Ove godine očekuju da će dostići iznos od 5 miliona dolara.

Od sklapanja ugovora, FactorLine ovoj vinariji pruža zaštitu od rizika neplaćanja, naplatu potraživanja i potreban obrtni kapital. Kako kaže g. Cremaschi, „to nam je omogućilo da bez brige povećamo izvoz i usredsredimo se na unapređenje kvaliteta vina, flaširanja i prodaje, a ne na upravljanje rizicima, naplatu potraživanja i tokove novca.“

Cremaschi izvozi vino u 12 zemalja – i to ne samo na tradicionalna tržišta za vino poput Nemačke, SAD, Britanije, Danske i Japana, već i na nova tržišta kao što su Mađarska,

Tajland i Malezija. G. Cremaschi sa osmehom kaže: „Pritiskam FactorLine da dobijem još bolje uslove i usluge. Kroz FactorLine i njegove korespondente iz FCI tražim nove kvalitetne kupce širom sveta.“

Merida prelazi u veću brzinu uz pomoć faktoringa

Merida Industry Co. Ltd., sa sedištem na Tajvanu, jedna je od najvećih proizvođača bicikala na svetu. Ova firma se specijalizuje za proizvodnju i distribuciju sportskih bicikala i mauntin bajkova, a bavi se i presvlačenjem različitih proizvoda magnezijumskim košuljicama. Firma je osnovana 1972. godine a sada ima proizvodne pogone u Kini i predstavništva u Japanu, Australiji, Austriji, Francuskoj, Italiji i Velikoj Britaniji.

Merida zapošljava preko 1.400 ljudi širom sveta i ima godišnji promet od 200 miliona dolara. Njeni proizvodi dobili su „Zlatnu nacionalnu nagradu za izuzetnost“ i priznanje „Simbol izuzetnosti“.

Kao i u većini privrednih grana, nije lako ostvariti uspeh. Konkurencija u industriji bicikala je krajnje oštra; zarade su niske; a klijenti zahtevaju otvorene račune i veresiju. Jedan od najozbiljnijih mogućih problema u ovim okolnostima jesu potencijalna nenaplativa potraživanja. G. Majkl Ceng, direktor Meride, kaže: „Nekoliko puta sam pokušao da zaštitim svoju firmu od nenaplativih potraživanja a da pritom uvažim i zahteve naših klijenata. Na tržištu postoji nekoliko sličnih vrsta usluga, a osiguranje od rizika neplaćanja koristili smo već nekoliko godina unazad. Međutim, učinilo nam se da je faktoring rešenje fleksibilnije i atraktivnije od drugih, pa smo odlučili da ga isprobamo.“

Ova firma prvo iskustvo sa faktoringom imala je 1996. godine u saradnji sa firmom Chailease Finance Co. Ltd, tajvanskim članom mreže FCI, i bila je veoma zadovoljna rezultatima. Pristup informacijama o kreditnoj sposobnosti klijenata iz više zemalja širom sveta omogućava ovoj kompaniji da efikasnije planira proizvodnju i poslovanje. Ova firma sada više ne traći vreme praveći robu za klijente koji možda ne mogu da je plate. „Sada mogu da donosim odluke o poslovanju brže nego ranije, uz savete moje firme za faktoring“, kaže g. Ceng sa osmehom, i dodaje da „firme koje nisu sigurne da li treba da prodaju preko otvorenih računa treba da budu oprezne. Postoje i drugi dobavljači gladni posla koji mogu da vam otmu klijente. Faktoring nam je dao prednost u odnosu na konkurenciju.“

Bitka sa konkurencijom nikada ne prestaje, ali direktor Meride je optimista u pogledu budućnosti: „Svi proizvođači nastoje da privuku mušterije kvalitetnim proizvodima i povoljnim cenama, ali mi činimo više. Kroz faktoring uspevamo da povećamo kupovnu moć naših klijenata“, ponosno naglašava g. Ceng.

Manfred Reiner Röhren- und Stahlhandel GmbH, Nemačka

Factoring potpomaže izvoz čelika iz Nemačke

Kada je Manfred Rajner pre 20 godina pokrenuo svoju firmu, bio je uveren da će mu stručno obrazovanje na polju međunarodne trgovine i iskustvo u poslovanju doneti uspeh. Njegovo poznavanje industrije čelika, a naročito čeličnih cevi, kao i njegove izvanredne poslovne veze pomogli su mu da brzo razvije posao.

Tokom prvih 10 godina radio je kao posrednik između proizvođača čelika i različitih kupaca. To je bio sjajan način da se pokrene posao, pošto nije bilo potrebe držati zalihe proizvoda. Međutim, kako se posao razvijao, bilo mu je neophodno da formira sopstvene magacine. Godine 1986. kupio je zemlju u okolini nemačkog grada Nirnberga i tamo sagradio sopstveni magacin i sedište firme. Njegova kompanija, Manfred Reiner Röhren- und Stahlhandel GmbH, od tada je na toj adresi.

Firma je specijalizovana za trgovinu toplo valjanih bešavnih čeličnih cevi, što čini od 90 do 95% ukupnog prometa. Ostatak prometa čine drugi proizvodi od čelika.

Ova kompanija je među prvima stvorila bliske veze sa proizvođačima u istočnoj Evropi, gde su cene konkurentne ali su standardi proizvodnje i dalje dovoljno visoki da zadovolje nemačke industrijske norme (DIN). Danas je ova firma specijalizovani uvoznik i uživa pogodnosti nekoliko ugovora o ekskluzivnom zastupanju, naročito sa proizvođačima iz Ukrajine. Njeni klijenti su uglavnom veći distributeri koji kupuju na veliko. Bliska saradnja sa špediterima i postojanje magacina u Bohumu obezbeđuju brzo ispunjavanje narudžbina klijenata.

Baza klijenata prilično je diverzifikovana: 60% robe izvozi se u zapadnu Evropu. Predviđa se i dalji rast izvoza.

Kako bi snizio svoje administrativne troškove i finansirao dalji razvoj poslovanja, Rajner je ugovorio kompletan paket faktoringa sa bankom Deutsche Factoring Bank. Time je obezbedio usluge naplate potraživanja i zaštite od rizika neplaćanja za najveći deo svog izvoza. Vrednost izvoznih poslova preduzetih posredstvom faktora povećala se sa 5 miliona maraka godine 1995. na preko 10 miliona maraka 1998, a predviđa se i njegov dalji rast.

„Izvozni factoring nam je svakako pomogao da proširimo obim međunarodnog poslovanja, i postaće još značajnije kako snabdevamo sve udaljenija tržišta“, kaže izvoznik. Mehanizam zaštite od rizika neplaćanja, zajedno sa stabilnim izvorom finansiranja, omogućava nam da ponudimo rokove plaćanja od između 30 i 90 dana, već prema zahtevima klijenata. Primena dvofaktorskog sistema u okviru mreže FCI znači da smo u stanju da dobijemo profesionalne usluge procene kreditne sposobnosti i naplate

potraživanja u više zemalja. Nivo stručnosti i znanja zaposlenih kod našeg izvoznog faktora saradnju sa njima čini veoma prijatnom i uspešnom.“

Predstavnik izvoznog faktora dodaje: „Saradnja sa ovako efikasnim i dinamičnim izvoznikom predstavlja uspeh ne samo za nas, već i za sve uvozne faktore koji posluju za račun tog izvoznika.“

Tex UK Ltd., Velika Britanija

Tex UK Ltd. je uspešna britanska firma specijalizovana za nabavku tekstila iz raznih delova sveta i njihovu prodaju velikim maloprodajnim lancima u Britaniji i drugim zemljama. Uglavnom je reč o tekstilima za opremanje doma: peškirimama, kućnim mantilima, jastučnicama, itd. Najveći dobavljači su iz Kine, Turske, Portugalijske, Španije i Egipta.

Pre pet godina, kada je firma Tex UK Ltd. po prvi put počela da nabavlja robu u Kini, morala je da koristi akreditive. To joj je odgovaralo za početak, ali kako je obim poslovanja rastao, ovaj mehanizam je postao komplikovan i nedovoljno fleksibilan. Ova kompanija je takođe morala svojoj banci da pruži obezbeđenje da bi akreditivi bili potvrđeni. U životu čak i uspešnih firmi dođe vreme kada povećani obim poslovanja za koje su potrebni akreditivi prevaziđe iznos zaloge koju može da pruži banci. To se dogodilo pre oko tri godine.

Ova kompanija morala je da pronađe način da nabavlja robu preko otvorenih računa uz rok plaćanja od najmanje 60 da bi mogla da nastavi da raste. Iako je izgradila dobre odnose sa dobavljačima, prelazak na otvorene račune nije bio prihvatljiv, jer su dobavljači smatrali da je rizik neizmirenja obaveza prevelik. Tex se tada obratio britanskoj kompaniji za faktoring, Alex Lawrie, da pronađe alternativno rešenje.

Britanski faktor je ovoj firmi otvorio kreditnu liniju i podatke prosledio odeljenju za faktoring banke Bank of China, koja je o tome obavestila kineskog izvoznika. Uz korišćenje dvofaktorskog sistema, izvoznik je bio u stanju da prodaje robu preko otvorenog računa uz veresiju, uz dodatnu sigurnost koju donosi stopostotna zaštita od neizmirenja obaveza usled nesposobnosti kupca da plati. Osamdeset odsto vrednosti fakture takođe je postalo dostupno dobavljaču kao avansna uplata, što mu je unapredilo tokove novca.

Mnoge firme sada shvataju prednosti izvoznog faktoringa za izvoznika, ali mali broj prepoznaje njegove pozitivne efekte za uvoznike. G. Džeremi Smit, jedan od direktora firme TEX UK Ltd, navodi: „Reč je o izvanrednom poslu, kao da imamo još jedan izvor finansiranja. To nam je svakako pomoglo da povećamo obim uvoza iz Kine, i mislim da su naši dobavljači veoma zadovoljni zbog toga.“

Tex je sada proširio obim korišćenja dvofaktorskog sistema i na ovaj način saraduje sa pet dobavljača u Kini. Ova firma je takođe počela da koristi isti mehanizam za uvoz određene robe iz Turske. G. Smit prihvata da pojedini dobavljači mogu da ugrade troškove faktoringa u svoje cene, ali to u pojedinim slučajevima vidi i kao prednost. Kada pošalje narudžbinu, cena koju dobije je cena isporuke – nije potrebno obračunavati dodatne administrativne troškove akreditiva itd.

Jedno od pitanja koje su dobavljači pokretali u vezi sa napuštanjem sistema akreditiva bilo je pitanje sporova. Dobavljači su smatrali da su od toga u potpunosti zaštićeni uz korišćenje akreditiva, ali u stvarnosti najveći deo akreditiva se zapravo ne poštuje u potpunosti, pa je tako ta zaštita mogla da bude osporena. G. Smit takođe navodi da je za pet godina poslovanja sa ovim dobavljačima imao samo dve situacije u kojima isporučena roba nije sasvim odgovarala onome što je naručeno. U oba slučaja situacija je brzo rešena na zadovoljstvo obeju strana.

Kao uvoznik, Tex sada koristi dvofaktorski sistem mreže FCI kao standardnu proceduru za nove dobavljače iz Kine. Jasno je da se sada više ne postavlja pitanje toga da li klijenti prihvataju faktoring, već zahtevaju da iskoriste prednosti izvoznog faktoringa. Danas, početkom 21. veka, evolucija faktoringa se nastavlja. Ne samo što faktoring firmama sada pruža izvor finansiranja i zaštitu od rizika neplaćanja, već je izvoznicima postao i snažan mehanizam za plasiranje proizvoda.

UMAX Corporation, Tajvan

ako globalno tržište računarskih proizvoda i dalje dinamično raste, njime tradicionalno dominiraju multinacionalne kompanije. Konkurencija je oštra, i, kada se u obzir uzmu veličina i značaj kupaca, izvoznici moraju da trguju preko otvorenih računa.

Na ovakvo tržište još 1987. ušla je firma Umax. Ovaj tajvanski proizvođač računarskih skenera i srodnihi proizvoda znao je da će morati da bude veoma konkurentan da bi mogao da ozbiljnije prodre na značajna nova tržišta, naročito u Evropi.

Među razlozima iz kojih je Umax postao jedno od najprepoznatljivijih imena u ovoj industriji jeste njegova izvanredna reputacija za izradu kvalitetnih proizvoda. Umax je nosilac priznanja *Creative Product Award*, a njegovi proizvodi više puta su ulazili u uži izbor kvalitetnih uređaja po mišljenju urednika časopisa „Office Technology Management Magazine“. Godine 1995, gana proizvoda Umax Vista dobila je nemačku nagradu IF, najprestižnije priznanje u ovoj oblasti.

Bez obzira na to koliko su vam proizvodi kvalitetni, uspeh zavisi i od vaše sposobnosti da ponudite odgovarajuće uslove plaćanja. Zato je godine 1990. Umax izmenio svoju prodajnu strategiju da bi je prilagodio pojedinačnim tržištima. Ova firma osnovala je odeljenje za prodaju u SAD kako bi od tamošnjih kupaca primala naloge za uplatu u gotovini. Međutim, da bi iskoristio veliki potencijal tržišta Evrope, a naročito Nemačke, Holandije i Skandinavije, Umax je odlučio da iskoristi usluge faktoringa kao sredstvo za eliminisanje rizika neplaćanja i pribavljanje novca za finansiranje budućeg razvoja. Upotreba akreditiva za kupce je bila manje atraktivna opcija, pošto bi za to morali da namene deo sredstava koje im pružaju banke.

Pokazalo se da je odluka da se u Evropi pređe na prodaju putem faktoringa svakako bila opravdana. Kada je reč o obimu posla, prodaja u Evropi daleko je uspešnija nego u SAD. Između 1990. i 1994, prodaja putem izvoznog faktoringa činila je najmanje 30% obima prodaje firme Umax u Evropi. Godine 1992, prodaja pravnim licima skočila je za rekordnih 285%, pošto je Umax počeo da saraduje sa firmom Agfa kao OEM proizvođač, što je u velikoj meri doprinelo ovom značajnom rastu.

U poslednjih nekoliko godina je industrija računarske opreme morala da se prilagodi složenim uslovima poslovanja, kako cene postaju sve konkurentnije zbog sve manje kupovne moći klijenata. Iako mnogi veliki uvoznici imaju probleme zbog ovih okolnosti, firmi Umax faktoring pruža zaštitu od rizika neplaćanja; ona je bila u prilici da iskoristi garancije za plaćanje u situacijama u kojima pojedini kupci nisu mogli da izmire svoje obaveze.

Bez nepotrebnih briga o riziku neplaćanja i finansijskog opterećenja, Umax se razvio u jednog od najvećih proizvođača skenera na svetu. Ova firma sada namerava da se proširi na segment najkvalitetnije računarske opreme.

Shimano Industrial Co. Ltd., Japan

Duga istorija firme Shimano počela je 1921. godine, kada je osnovana kao proizvođač točkova. Danas je to jedan od najrenomiranijih proizvođača delova za bicikle i opreme za pećanje. Moto firme, „čovjek i tehnologija u harmoniji sa prirodom“, odražava se i na inovativnu gamu njenih proizvoda – koje danas koriste profesionalni biciklisti i rekreativni pećaroši u mnogim delovima sveta.

Shimano zapošljava skoro 1,000 ljudi i širom sveta plasira robu u vrednosti od preko milijardu dolara godišnje.

Ovo preduzeće izvozi sve više i više, a u nastojanju da iskoristi nove prilike na tržištu gde god da se pojave, Shimano je prvi put 1984. godine potpisao ugovor o faktoringu da bi dobio kompletnu zaštitu od rizika neplaćanja u vezi sa uvoznicima iz Skandinavije sa kojima ova firma prethodno nije poslovala.

Shimano sada koristi izvozni faktoring za prodaju u mnogim zemljama, i smatra ga značajnim delom svog uspeha na inostranim tržištima. Kako kaže portparol ove firme, „Reč je o jeftinom i efikasnom načinu na koji firma može da iskoristi prilike za izvoz i uštedi vreme, rad i troškove i prevaziđe poteškoće sa kojima se suočava. Unapredili smo tokove novca i imamo izvor finansiranja koji raste zajedno sa našim obimom prodaje. Smanjili smo rizik od nenaplativih potraživanja i uštedeli sredstva koja bismo inače potrošili na upravljanje potraživanjima, istraživanje kreditne sposobnosti i naplatu potraživanja. Sada vreme rukovodstva firme i njegovu stručnost možemo da iskoristimo na efikasniji način, što nam poboljšava konkurentnost i unapređuje poslovanje.“

Shimano je prepoznao činjenicu da veličina i reputacija proizvoda ne mogu uvek da budu rešenje za probleme međunarodne trgovine. Prednosti ugovora o izvoznom faktoringu sa japanskim izvoznim faktorom i pristup koji on omogućava globalnoj mreži FCI sada su sastavni deo uspešnog poslovanja ove firme na inostranim tržištima.