

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΑΜΑΛΙΑΔΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΑΓΟΡΑ.**

ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

**THE GROWTH OF FACTORING IN THE GREEK
MARKET. TENDENCIES AND PROSPECTS**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΤΟΚΑΓΙΑΝ ΟΡΕΣΤΗΣ

**ΕΠΟΠΤΕΥΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΥ
ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ**

ΑΜΑΛΙΑΔΑ 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ	6
1.1 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	6
1.2 ΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΩΣ ΜΕΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ. FACTORING – FORFAITING	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο ΤΟ FACTORING	15
2.1 ΕΙΔΗ ΤΟΥ FACTORING	17
2.1.1 ΓΝΗΣΙΟ FACTORING	17
2.1.2 ΕΓΧΩΡΙΟ FACTORING	19
2.1.3 ΑΦΑΝΕΣ ΚΑΙ ΕΜΦΑΝΕΣ FACTORING	20
2.1.4 FACTORING ΜΕ Η ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗ	20
2.1.5 ΕΓΧΩΡΙΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ FACTORING	21
2.1.6 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ FACTORING	22
2.1.7 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ FACTORING	23
2.1.8 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΙΣΠΡΑΞΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ- COLLECTION ONLY	24
2.1.8.1 REVERSE FACTORING	24
2.1.8.2 BACK TO BACK FACTORING	24
2.1.8.3 INVOICE DISCOUNTING (ΜΕ Η ΧΩΡΙΣ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΑΝΑΓΩΓΗΣ)	24
2.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FACTORING	25
2.3 ΤΟ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	28
2.3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	28
2.3.2 ΤΟ FACTORING ΣΗΜΕΡΑ	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ FACTORING	41
3.1 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ FACTORING	43
3.2 ΕΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΟ FACTORING- ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ	44
3.3 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ FACTORING	47
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	53

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία έχει στόχο να μελετήσει τις τάσεις και τις προοπτικές ανάπτυξης του factoring στην Ελλάδα. Η μεθοδολογία της εργασίας στηρίζεται στη συλλογή δευτερογενών δεδομένων, τα οποία συλλέχθηκαν μέσα από βιβλία άρθρα σε περιοδικά αλλά και μέσα από επίσημους διαδικτυακούς τόπους. Τα δεδομένα αυτά αφορούν στον τραπεζικό κλάδο, στο factoring, στα είδη του, στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά του. Το βασικό συμπέρασμα της παρούσης εργασίας είναι ότι το factoring προσαρμόζεται εύκολα στο ύψος των πωλήσεων του πελάτη, δεν απαιτεί ύπαρξη μεταχρονολογημένων επιταγών εκ μέρους των οφειλετών και προσφέρει και συνεχή αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας και της εισπραξιμότητας των εκχωρημένων οφειλετών.

ABSTRACT

The aim of present work is to study the tendencies and the prospects of growth factoring in Greece. The methodology of work is supported in the collection of secondary data, which was collected through books articles in periodically but also through official network places. This data concern in the banking branch and concretely in factoring, in its types, in the advantages and its disadvantages. The basic conclusion of present work is that factoring is adapted easily in the height of sales of customer, it does not require existence of

postdated checks on behalf of the debtors and offers also continuous evaluation of receiving credit facility and eispraximotitas the ceded debtors.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το factoring αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν ανάγκες επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά (Γεωργόπουλος, 2005).

Πρόκειται για τριμερή συνεργασία μεταξύ ενός προμηθευτή, των πελατών του και μίας εταιρίας factoring, η οποία αναλαμβάνει τη διαχείριση, λογιστική παρακολούθηση και είσπραξη. Επίσης η εταιρία factoring αναλαμβάνει υπό προϋποθέσεις την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή.

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι η εξέταση των επιδράσεων που μπορεί να επιφέρει το σύστημα factoring. Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο τραπεζικός κλάδος και συγκεκριμένα το factoring στον τραπεζικό κλάδο και τα τραπεζικά προϊόντα ως μέσο ικανοποίησης των πελατών. Το δεύτερο κεφάλαιο εστιάζει στο factoring στην Ελλάδα, παρουσιάζοντας τα είδη του και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά του. Το τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζει τις εφαρμογές του factoring σε διάφορες επιχειρήσεις. Στο τέλος της εργασίας παρατίθενται τα τελικά μας συμπεράσματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΛΑΔΟ

1.1 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Κατά το παρελθόν έχουμε γίνει μάρτυρες σημαντικών αλλαγών στο πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον τόσο στον Ευρωπαϊκό όσο και στο διεθνή χώρο. Οι αλλαγές αυτές οδηγούν το σύνολο των κοινωνικών και οικονομικών δράσεων σε διαρκή επαγρύπνηση και ανασχεδιασμό στρατηγικών, αναδιάταξη δυνάμεων και τροποποίηση μερική ή ολική των επιλογών. Οι εξελίξεις αυτές επηρεάζουν σαφώς το διεθνές τραπεζικό σύστημα. Τα οικονομικά σύνορα καταρρέουν και τα ανταγωνιστικά πρότυπα μεταβάλλονται. Με τον ίδιο ρυθμό μεταβάλλονται και οι ανάγκες και απαιτήσεις της πελατείας, με αποτέλεσμα να μεταβάλλεται η συνολική ζήτηση των τραπεζικών υπηρεσιών (Αρχοντάκης, 1995).

Έτσι η επιχειρηματική πελατεία κατευθύνεται σε νέες μορφές χρηματοδότησης χαμηλού κόστους, οι ιδιώτες σε νέα επενδυτικά προϊόντα ευέλικτα και με υψηλές αποδόσεις και τέλος το σύνολο της αγοράς, διαθέτοντας πλέον επαρκή ενημέρωση, είναι σε θέση να αναζητήσει και επιλέξει προϊόντα τα οποία προσφέρουν την καλύτερη, κάθε φορά, σχέση κόστους - οφέλους. Στο χορό αυτών των μεταβολών κυρίαρχο ρόλο, άλλοτε καθοδηγητή και άλλοτε υποστηρικτή, παίζει η τεχνολογία (Αρχοντάκης, 1995).

Η ραγδαία της εξέλιξη τα τελευταία χρόνια έχει βοηθήσει, άμεσα ή έμμεσα, στη διαμόρφωση μιας πολύ καλά πληροφορημένης, άρα

απαιτητικής, αγοράς τραπεζικών προϊόντων, της οποίας οι ανάγκες δεν περιορίζονται πλέον από κρατικά σύνορα. Η ελληνική τραπεζική αγορά, αργά αλλά σταθερά, εναρμονίζεται στις νέες συνθήκες. Η εποχή που το ελληνικό τραπεζικό σύστημα έπαιζε απλώς το ρόλο που του ανέθεταν οι νομισματικές αρχές έχει οριστικά περάσει (Γεωργιάδης, 2000)

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα υφίσταται έντονες πιέσεις από τη συνεχή και εκτεταμένη απελευθέρωση του θεσμικού πλαισίου, που διέπει τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, με επακόλουθο τη δημιουργία νέου καθεστώτος λειτουργίας των τραπεζών.

Η προσαρμογή στις νέες συνθήκες απαιτεί ευελιξία, αναδιοργάνωση με σαφέστερη κατανομή των εργασιών, διεύρυνση του πακέτου των παρεχομένων υπηρεσιών, πολλές φορές εξειδίκευση σε τομείς διαμεσολάβησης και, τέλος, πολύ καλή διάγνωση των δυνάμεων και αδυναμιών των πιστωτικών ιδρυμάτων με στόχο την ενίσχυση των ανταγωνιστικών τους πλεονεκτημάτων (Jens, 1995).

1.2 ΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΩΣ ΜΕΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ. FACTORING – FORFAITING

Οι τράπεζες δημιουργούν, παράγουν και διαθέτουν στους πελάτες τους υπηρεσίες. Η υπηρεσία, ως αγαθό, χαρακτηρίζεται από ιδιότητες που τη διαφοροποιούν από τα καταναλωτικά προϊόντα, τόσο στο στάδιο της

παραγωγής όσο και στο στάδιο της διάθεσης - πώλησης, διότι οι υπηρεσίες (Αρχοντάκης, 1995):

1. Είναι αυλές και αδιαχώριστες
2. Στηρίζονται στην πίστη
3. Δεν δημιουργούν αλλαγή ιδιοκτησίας
4. Δεν μεταπωλούνται
5. Πρώτα πωλούνται και μετά παράγονται
6. Δεν αποθηκεύονται.

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά κάνουν το τραπεζικό προϊόν, κατά συνέπεια και την τραπεζική επιχείρηση, να έχουν μια ιδιαίτερη σχέση με την αγορά στην οποία απευθύνονται. Απαιτούν προσεκτικό σχεδιασμό, συγκεκριμένους τρόπους προώθησης και διάθεσης, συνεχή παρακολούθηση και κυρίως αποφάσεις στρατηγικής για δημιουργία χαρτοφυλακίου (πακέτου) προϊόντων ικανού να απαντήσει αφ' ενός στις ανάγκες της αγοράς αφετέρου στην επίτευξη της επιθυμητής κερδοφορίας της επιχείρησης. Στην πράξη, η ανάλυση / αναθεώρηση του χαρτοφυλακίου προϊόντων μιας τράπεζας σε τακτά χρονικά διαστήματα κρίνεται αναγκαία, αφού έτσι είναι δυνατόν να καθοριστεί η σωστή τους αναλογία, στο βαθμό που αυτά αλληλοσυμπληρώνονται ώστε να ικανοποιήσουν τη ζήτηση της αγοράς (Broker, 1990).

Οι βασικές δραστηριότητες ενός πιστωτικού ιδρύματος που λειτουργεί στην Ελλάδα, όπως αυτές αναφέρονται στο άρθρο 24 του Ν. 2076/92, είναι

(Γεωργόπουλος, 2005):

1. Αποδοχή καταθέσεων ή άλλων επιστρεπτέων κεφαλαίων
2. Χορήγηση πιστώσεων, συμπεριλαμβανομένων και των πράξεων πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring)
3. Χρηματοδοτική μίσθωση (leasing)
4. Πράξεις διενέργειας πληρωμών και μεταφοράς κεφαλαίων
5. Έκδοση και διαχείριση μέσων πληρωμής (πιστωτικών και χρεωστικών καρτών, ταξιδιωτικών και τραπεζικών επιταγών)
6. Εγγυήσεις και αναλήψεις υποχρεώσεων
7. Συναλλαγές για λογαριασμό του ίδιου του ιδρύματος ή της πελατείας του μέσα σε χρηματαγοράς (αξιόγραφα, πιστοποιητικά καταθέσεων κλπ.), σε συνάλλαγμα, σε προθεσμιακά συμβόλαια χρηματοπιστωτικών τίτλων ή χρηματοοικονομικά δικαιώματα, σε συμβάσεις ανταλλαγής επιτοκίων και νομισμάτων, σε κινητές αξίες, σε συμμετοχές σε εκδόσεις τίτλων και παροχή συναφών υπηρεσιών, περιλαμβανομένων ειδικότερα και των υπηρεσιών αναδόχου εκδόσεων τίτλων
8. Παροχή συμβουλών σε επιχειρήσεις όσον αφορά τη διάρθρωση του κεφαλαίου, τη βιομηχανική στρατηγική και συναφή θέματα και συμβουλών, καθώς και υπηρεσιών στον τομέα της συγχώνευσης και της εξαγοράς επιχειρήσεων
9. Μεσολάβηση στις διατραπεζικές αγορές

10. Διαχείριση χαρτοφυλακίου ή παροχή συμβουλών για τη διαχείριση χαρτοφυλακίου

11. Φύλαξη και διαχείριση κινητών αξιών

12. Εμπορικές πληροφορίες, περιλαμβανομένων και των υπηρεσιών αξιολόγησης πιστοληπτικής ικανότητας πελατών

13. Εκμίσθωση θυρίδων

Οι δραστηριότητες αυτές διενεργούνται από τα πιστωτικά ιδρύματα μέσω της παραγωγής και διάθεσης προϊόντων - υπηρεσιών. Τα προϊόντα αυτά μπορούν να ομαδοποιηθούν με δύο τρόπους (Heracleous, 1998):

α. ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των πελατών (νομική μορφή, δραστηριότητα κλπ)

1. Retail Banking: παροχή τραπεζικών υπηρεσιών προς το ευρύ κοινό και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

2. Corporate Banking: παροχή υπηρεσιών προς τους επιχειρηματικούς πελάτες

3. Παροχή υπηρεσιών προς Θεσμικούς επενδυτές,

β. ανάλογα με τις ανάγκες των πελατών, τις οποίες καλύπτουν.

κλασσικά τραπεζικά προϊόντα περιοχής καταθέσεων, χορηγήσεων και διαμεσολάβησης, σύγχρονα χρηματοοικονομικά εργαλεία πιστοδότησης ή / και εγγυοδοσίας και τέλος προϊόντα treasury: διαχείριση κεφαλαίων και κινδύνων.

Η παραπάνω ενδεικτική ομαδοποίηση των υπηρεσιών δεν αποκλείει τη δυνατότητα ανάπτυξης ειδικών πακέτων προϊόντων - υπηρεσιών για συγκεκριμένα, επιλεγμένα τμήματα της αγοράς που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τις τράπεζες.

Η δημιουργία τέτοιων πακέτων υπηρεσιών απαιτεί, κατ' αρχήν, καλή γνώση της αγοράς στην οποία απευθύνεται η τράπεζα και στη συνέχεια κατάλληλα οργανωμένο και έμπειρο μηχανισμό παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων αυτών.

Αναφέρθηκε στα χαρακτηριστικά των τραπεζικών προϊόντων ότι βασίζονται στην εμπιστοσύνη που θα αποκτήσει ο πελάτης και προς την τράπεζα αλλά και προς το ίδιο το προϊόν. Η δημιουργία λοιπόν αξιόπιστων υπηρεσιών προϋποθέτει αρμονική σύμπραξη όλων των συντελεστών που λαμβάνουν μέρος στην παραγωγική διαδικασία. Ο ανθρώπινος παράγοντας, όπως και σε όλο τον τριτογενή τομέα, είναι εκείνος ο οποίος συντελεί κυρίως στην παραγωγή των τραπεζικών υπηρεσιών και στην καθιέρωση της πίστης μεταξύ των συναλλασσόμενων (Heraclous, 1998).

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες ακολουθούν διαφορετικά στάδια στη διάρκεια της εξέλιξής τους, κάθε ένα από τα οποία έχει τις δικές του επιπτώσεις τόσο στην προσπάθεια της επιχείρησης να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς όσο και στα αποτελέσματα που αυτή προσδοκά να έχει (Stefano, 2000).

Η θεωρία του κύκλου ζωής περιγράφει τις διάφορες φάσεις της ζωής του προϊόντος, από την παρουσίασή του στην αγορά μέχρι την απόσυρσή

του (Kotler, 2000).

Εδώ αναφέρεται εν συντομία προκειμένου να γίνουν κατανοητές μέθοδοι και στρατηγικές που ακολουθούν, ή που θα μπορούσαν να ακολουθήσουν, οι τράπεζες, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον έντονο ανταγωνισμό του χώρου και να προχωρήσουν σε ένα γενικότερο προγραμματισμό των δραστηριοτήτων τους αναφορικά με το πακέτο των προϊόντων που προσφέρουν. Τα διαδοχικά στάδια ενός τυπικού κύκλου ζωής προϊόντος ή υπηρεσίας είναι (Kotler, 2000):

1. Η ιδέα για τη δημιουργία ενός νέου προϊόντος και ο σχεδιασμός του. Τα ερεθίσματα για τη σύλληψη της ιδέας ενός νέου προϊόντος μπορεί να είναι (Παπαδόπουλος, 2004):

- η ανάγκη διαφοροποίησης της “εικόνας” της τράπεζας στην αγορά
- η εξουδετέρωση κάποιου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος άλλης τράπεζας
- η αξιοποίηση μιας ευκαιρίας που δίνεται από το περιβάλλον
- η κάλυψη σχετικής ζήτησης
- ο συνδυασμός των παραπάνω.

2. Η είσοδος στην αγορά. Στη φάση αυτή έχουμε σχεδιασμό της στρατηγικής εισόδου του προϊόντος στην αγορά, με το marketing mix να δίνει έμφαση στην προβολή.

3. Η ανάπτυξη. Η ζήτηση του προϊόντος αυξάνει και η επιχείρηση στοχεύει στη διατήρηση του ρυθμού αύξησης βελτιώνοντας τα χαρακτηριστικά του

προϊόντος, επιλέγοντας και άλλες αγορές στόχους και εφαρμόζοντας πιο ανταγωνιστικό τιμολόγιο.

4. Η ωριμότητα. Στη φάση αυτή κύριο μέλημα της επιχείρησης είναι η εφαρμογή στρατηγικής που κατευθύνεται στη διατήρηση της θέσης του προϊόντος στην αγορά παράλληλα με την έναρξη αναζήτησης νέων προϊόντων ή / και αγορών που να συμπληρώνουν ή να βελτιώνουν το υπάρχον.

5. Η πτώση. Η προσπάθεια στο στάδιο αυτό επικεντρώνεται στη διατήρηση της βασικής πελατείας και της αποδοτικότητας της υπηρεσίας. Αν αυτό δεν είναι δυνατόν, θα πρέπει να εξετάζεται η προοπτική απόσυρσης ή ουσιαστικής διαφοροποίησης του προϊόντος.

Στην πράξη η αποτελεσματικότητα της αξιοποίησης της θεωρίας ως εργαλείου σχεδιασμού για τις επιχειρήσεις, αντιμετωπίζει σοβαρές δυσκολίες. Συγκεκριμένα:

- ü Είναι δυσχερής η πρόβλεψη της χρονικής στιγμής που θα εμφανιστεί η επόμενη φάση / στάδιο της ζωής του προϊόντος, πόσο χρόνο θα διαρκέσει και σε ποια επίπεδα θα κυμανθούν οι πωλήσεις του.
- ü Είναι συνήθως δύσκολο να προσδιοριστεί με ακρίβεια σε ποιο στάδιο της ζωής του βρίσκεται ένα προϊόν
- ü Τα πέντε βασικά στάδια του κύκλου ζωής δεν υποδιαιρούνται σε σαφώς καθορισμένα τμήματα
- ü Ειδικά για τα τραπεζικά προϊόντα, λόγω των ιδιομορφιών που

παρουσιάζουν γενικά οι υπηρεσίες, υπάρχει και η σύγχυση που δημιουργείται στην πράξη μεταξύ των κεφαλαίων που επενδύονται από την ίδια την τράπεζα στην ανάπτυξη ενός προϊόντος (π.χ. τεχνολογία, υποδομή, επιμόρφωση προσωπικού) και του ίδιου του χρήματος, που είναι το αντικείμενο εκμετάλλευσης μιας τράπεζας (δηλαδή αγοραπωλησία χρήματος). Εστω για παράδειγμα ότι η τράπεζα αποφασίζει τη δημιουργία ενός νέου χρηματοδοτικού προϊόντος. Θα πρέπει να γίνει σαφής διαχωρισμός των χρηματικών δαπανών (κεφαλαίων) που πραγματοποιούνται για την ανάπτυξη και παραγωγή αυτού του προϊόντος - κόστος προϊόντος - από τις χρηματικές εκταμιεύσεις, στις οποίες, μέσω του προϊόντος, θα προβεί η τράπεζα προς τους πελάτες της - κύκλος εργασιών προϊόντος.

Οι εταιρίες που έχουν σημαντικά κεφάλαια δεσμευμένα σε εισπρακτέους λογαριασμούς μπορούν να δανειστούν με ενεχυρίαση αυτών των κεφαλαίων. Εναλλακτικά η εταιρία μπορεί να εκχωρήσει τις απαιτήσεις που απορρέουν από τους εισπρακτέους λογαριασμούς σε ένα χρηματοδότη, ο οποίος αναλαμβάνει και τον κίνδυνο της μη είσπραξης των απαιτήσεων, σε αντάλλαγμα με το εμπράγματο δικαίωμα που αποκτά επί των εισπρακτέων ποσών της εταιρίας. Παρακάτω αναλύεται διεξοδικά αυτή η επιλογή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο ΤΟ FACTORING

Το Factoring, ή πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων αποτελεί μια συμβατική σχέση ανάμεσα σε έναν πράκτορα κι έναν προμηθευτή, στα πλαίσια της οποίας ο προμηθευτής εκχωρεί στον πράκτορα το σύνολο ή μέρος των απαιτήσεων του έναντι των οφειλετών του (Khaled, 2001).

Το factoring αναφέρεται σε πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων. Σύμφωνα με το άρθρο 1 του Ν. 1905/90 είναι η σύμβαση που καταρτίζεται εγγράφως μεταξύ ενός κατά κύριο επάγγελμα προμηθευτή αγαθών ή υπηρεσιών (πωλητή) και ενός πράκτορα επιχειρηματικών απαιτήσεων, ο οποίος αναλαμβάνει να παρέχει στον προμηθευτή, για το διάστημα που συμφωνείτε, έναντι αμοιβής, υπηρεσίες σχετικές με την παρακολούθηση και είσπραξη μιας ή μέρους ή του συνόλου των απαιτήσεων του προμηθευτή από συμβάσεις πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών σε τρίτους ή εκτέλεσης έργων. Η δραστηριότητα αυτή μπορεί να ασκηθεί μόνο από (Γεωργόπουλος, 2005):

A) τράπεζες που έχουν εγκατασταθεί και λειτουργούν νόμιμα στην Ελλάδα, και

B) ανώνυμες εταιρίες με αποκλειστικό σκοπό την άσκηση της δραστηριότητας αυτής (Π.Δ.Τ.Ε. 2168/93). Όπως ορίζει ο ν.1905/1990, η δραστηριότητα της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων μπορεί να ασκηθεί μόνο από πιστωτικά ιδρύματα ή ανώνυμες εταιρίες πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων, δηλαδή εταιρίες αποκλειστικού σκοπού. Για τη σύσταση των

ανωνύμων εταιριών πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων, απαιτείται ειδική άδεια της Τράπεζας της Ελλάδος, η οποία είναι αρμόδια για τον καθορισμό των προϋποθέσεων παροχής της ως άνω άδειας, καθώς και για την άσκηση της εποπτείας και ελέγχου των εταιριών αυτών, συμπεριλαμβανομένου του καθορισμού συντελεστών φερεγγυότητας, ρευστότητας και συγκέντρωσης κινδύνων. Το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο που απαιτείται για την ίδρυση εταιρίας πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων δεν μπορεί να είναι μικρότερο από το ένα τέταρτο (1/4) του ελάχιστου μετοχικού κεφαλαίου που απαιτείται για την ίδρυση πιστωτικού ιδρύματος. Με την ΠΔ/ΤΕ 2622/21.12.2009 έχουν καθοριστεί οι προϋποθέσεις της παροχής άδειας για τη λειτουργία εταιριών πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων και οι κανόνες εποπτείας τους από την Τράπεζα της Ελλάδος. Σε περιπτώσεις παράβασης των διατάξεων της νομοθεσίας η Τράπεζα της Ελλάδος μπορεί να επιβάλλει τα προβλεπόμενα για τα πιστωτικά ιδρύματα μέτρα.

Με βάση σχετική σύμβαση, ο προμηθευτής αγαθών ή υπηρεσιών εκχωρεί στον ειδικό φορέα (factor) απαιτήσεις έναντι των πελατών του, έναντι αμοιβής. Ο factor αναλαμβάνει την υποχρέωση να παράσχει στον εκχωρητή το σύνολο ή μέρος των παρακάτω κυρίως υπηρεσιών (Γεωργακόπουλος, 2006):

- A) αξιολόγηση της φερεγγυότητας των οφειλετών
- B) κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου
- Γ) παροχή εγγυήσεων

Δ) λογιστική παρακολούθηση και διαχείριση των λογαριασμών των πελατών

Ε) διαχείριση και είσπραξη εκχωρημένων απαιτήσεων

ΣΤ) βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση μέσω της προεξόφλησης των εκχωρουμένων απαιτήσεων.

Όταν οι ανωτέρω εκχωρούμενες απαιτήσεις αφορούν το εξαγωγικό εμπόριο τότε χρησιμοποιείται ο όρος *forfaiting*. Το *forfaiting* είναι η προεξόφληση γραμματίων, συναλλαγματικών ή άλλων αξιόγραφων χωρίς δικαίωμα αναγωγής του αγοραστή κατά του πωλητή των τίτλων. Ο όρος *forfaiting* προέρχεται από το γαλλικό *a forfait* που σημαίνει απώλεια δικαιώματος. Πράγματι, βασική ιδιότητα του *forfaiting* είναι η παραίτηση του *forfaiteur* από το δικαίωμα αναγωγής κατά του προηγούμενου κατόχου των χρεωστικών εγγράφων.

2.1 ΕΙΔΗ ΤΟΥ FACTORING

Στην παρούσα ενότητα, θα παρουσιαστούν τα διάφορα είδη του *factoring*.

2.1.1 ΓΝΗΣΙΟ FACTORING

Στο γνήσιο *Factoring* ο πράκτορας αγοράζει το σύνολο των απαιτήσεων μιας εταιρίας κατά των πελατών της, και εν συνεχεία, αναλαμβάνει και τον κίνδυνο πληρωμής, από μέρους του οφειλέτη. Συνήθως ο πράκτορας καταβάλλει το 80% της απαίτησης αμέσως μόλις λάβει το

σχετικό τιμολόγιο από τον προμηθευτή (δηλαδή την εταιρία η οποία έχει τις απαιτήσεις έναντι τρίτων). Το υπόλοιπο 20% καταβάλλεται, όταν ο πελάτης πληρώσει ή με την πάροδο μιας συμφωνημένης προθεσμίας 90–120 ημερών από την ημερομηνία καταβολής. Όταν ο πράκτορας «αγοράζει» τις απαιτήσεις, αναλαμβάνει την διαχείριση, καθώς και την επιμέλεια της εισπράξεως αυτών. Στο γνήσιο Factoring συνδυάζονται και οι τρεις λειτουργίες του, δηλαδή η χρηματοδοτική, η εξασφαλιστική και η διαχειριστική (Βάθης, 1995:25).

Η χρηματοδοτική λειτουργία του factoring συντελείτε με την καταβολή του «τιμήματος» από τον πράκτορα στον προμηθευτή, δηλαδή με την προκαταβολή της αξίας της απαιτήσεως και την αντίστοιχη εκχώρησή της από τον προμηθευτή στον πράκτορα. Από την αξία της απαιτήσεως εκπίπτει το ποσό που συμφωνείται ως προμήθεια του πράκτορα για την ανάληψη του κινδύνου αφερεγγυότητας του οφειλέτη, ενώ λαμβάνονται υπόψη τα διάφορα βάρη, οι κίνδυνοι και τα έξοδα, που αναλαμβάνει ο πράκτορας (Γεωργιάδης, 2000).

Η ασφαλιστική λειτουργία του factoring έγκειται στην ανάληψη από τον πράκτορα του κινδύνου αφερεγγυότητας του οφειλέτη αναφορικά με τις απαιτήσεις που έχουν εκχωρηθεί στον πράκτορα από τον προμηθευτή. Αφερέγγυος είναι εκείνος ο οφειλέτης, ο οποίος αρνείται χωρίς επίκληση κάποιου ιδιαίτερου λόγου να πληρώσει τον πράκτορα-εκδοχέα καθώς και εκείνος, ο οποίος βρίσκεται σε κατάσταση πραγματικής ανεπάρκειας της περιουσίας του ή νομικής αδυναμίας προς εξόφληση του χρέους

(Γεωργιάδης, 2000).

Στη διαχειριστική λειτουργία του factoring περιλαμβάνεται η λογιστική και η νομική παρακολούθηση και η είσπραξη των απαιτήσεων εκ μέρους του πράκτορα. Στο γνήσιο factoring υφίσταται υποχρέωση του πράκτορα να διαχειρίζεται τις απαιτήσεις του προμηθευτή στο όνομά του και για δικό του λογαριασμό, καθ' όσον οι απαιτήσεις αυτές εμφανίζονται ως στοιχείο του ενεργητικού του ισολογισμού της επιχείρησης του πράκτορα και ως τούτου αφορούν τα οικονομικά συμφέροντα του πράκτορα (Γεωργιάδης, 2000).

2.1.2 ΕΓΧΩΡΙΟ FACTORING

Το εγχώριο factoring αφορά σε εγχώριες πιστώσεις όπου ο προμηθευτής και ο οφειλέτης μπορεί να είναι εταιρείες ή ατομικές επιχειρήσεις που ασχολούνται με χονδρεμπόριο ή λιανεμπόριο και χωρίζεται σε (Γεωργιάδης, 2000):

1. Factoring με αναγωγή

Χρηματοδότηση, διαχείριση και είσπραξη χωρίς ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα σε περίπτωση αδυναμίας πληρωμής από τους οφειλέτες.

2. Factoring χωρίς αναγωγή

Χρηματοδότηση, διαχείριση και είσπραξη με ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα σε περίπτωση αδυναμίας πληρωμής από τους οφειλέτες.

3. Προεξόφληση τιμολογίων

Χρηματοδότηση χωρίς ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα και διαχείριση των απαιτήσεων του προμηθευτή.

2.1.3 ΑΦΑΝΕΣ ΚΑΙ ΕΜΦΑΝΕΣ FACTORING

Το αφανές factoring υπάρχει όταν κατά την κατάρτιση της σύμβασης πρακτορείας των επιχειρηματικών απαιτήσεων δεν γνωστοποιείται ο πράκτορας, ο οποίος κάνει την εμφάνιση του μόνο όταν καταστεί αναγκαία η έναρξη της δικαστικής διαδικασίας για την είσπραξη της εκχωρηθείσας απαίτησης.

Αντίθετα, στο εμφανές Factoring γνωστοποιείται στον οφειλέτη (πελάτη της εταιρίας) η ύπαρξη του πράκτορα, από τον οποίο ο πρώτος ελευθερώνεται μόνο εάν καταβάλλει στον δεύτερο το ποσό της οφειλής. Η γνωστοποίηση γίνεται συνήθως είτε με ειδική μνεία στα τιμολόγια που εκδίδει η εταιρία (προμηθευτής), είτε με την αποστολή χωριστής γραπτής ανακοίνωσης από τον προμηθευτή ή τον πράκτορα προς τους πελάτες-οφειλέτες.

2.1.4 FACTORING ΜΕ Η ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗ

Το factoring με προεξόφληση προτιμάται όταν η επιχείρηση έχει ανάγκη από ρευστότητα και ως εκ τούτου χρήζει χρηματοδότησης. Ο πράκτορας πιστώνει τον λογαριασμό του προμηθευτή, συνήθως με το 80% της αξίας των απαιτήσεων που του μεταβιβάστηκαν, ενώ το υπόλοιπο παρακρατείτε προσωρινά για την κάλυψη του πράκτορα από τυχόν ενστάσεις του οφειλέτη (π.χ. λόγω ελαττωμάτων, πλημμελούς εκπλήρωσης κλπ.) ή αδυναμία είσπραξης (στην περίπτωση του μη γνήσιου Factoring) και

αποδίδεται στον προμηθευτή, όταν ο οφειλέτης πληρώσει την απαίτηση. Στο factoring χωρίς προεξόφληση ο προμηθευτής δεν έχει ανάγκη χρηματοδότησης και συνεπώς δεν θέλει να επιβαρυνθεί με προεξοφλητικό τόκο (Γεωργόπουλος, 2005).

2.1.5 ΕΓΧΩΡΙΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ FACTORING

Το Εσωτερικό (ή εγχώριο) Factoring αφορά την εσωτερική αγορά της χώρας. Δηλαδή την ανάληψη της ευθύνης είσπραξης των τιμολογίων που αφορούν τις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών που πραγματοποιούνται στο εσωτερικό της χώρας. Επίσης, σχετίζεται με τη λογιστική παρακολούθηση των πωλήσεων, καθώς και την χρηματοοικονομική διαχείριση της επιχείρησης. Το εγχώριο Factoring εφαρμόζεται σε όλες τις επιχειρήσεις και για κάθε προϊόν και υπηρεσία. Κυρίως αντιπροσωπεύει τις μικρομεσαίες και μεταποιητικές επιχειρήσεις (Γεωργόπουλος, 2005).

Το διεθνές factoring σχετίζεται με την ανάληψη της ευθύνης της είσπραξης και εξόφλησης των απαιτήσεων των τιμολογίων εξαγόμενων και εισαγόμενων προϊόντων. Επίσης γίνεται χρηματοδότηση, προκαταβολή, διαχείριση τιμολογίων, μηχανογράφηση κλπ. Με το διεθνές factoring αναμένεται ότι θα διευκολυνθούν κατά πολύ οι εξαγωγές γι' αυτό και προηγείται.

Οι κανονισμοί και οι ρυθμίσεις διαμορφώνονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο από την Ευρωπαϊκή Ένωση Εταιριών factoring, FCI, που εδρεύει στο Αμστερνταμ.(Γαλάνης,1994:94).

2.1.6 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ FACTORING

Αφορά εταιρείες από το εξωτερικό που εξάγουν προς την Ελλάδα και ζητούν Factoring από πράκτορα της χώρας του. Ο πράκτορας εγγυάται την πληρωμή του εισαγωγέα στην Ελλάδα. Σε αυτές τις περιπτώσεις ο εισαγωγέας πρέπει να είναι απόλυτα φερέγγυος, αφού ο πράκτορας αναλαμβάνει πλήρως τον κίνδυνο μη πληρωμής. Η δέσμη των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι η εξής (Greene, 2000):

Χρηματοδότηση της επιχείρησης. Εάν η επιχείρηση επιθυμεί τη μετατροπή των εισπρακτέων τιμολογίων της σε μετρητά για να αποκτήσει ρευστότητα, η εταιρεία factoring χορηγεί προκαταβολή της τάξης του 80%-85% της αξίας τους.

Αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών. Η εταιρεία factoring αξιολογεί την πιστοληπτική ικανότητα των πελατών της επιχείρησης, τόσο αυτών που έχουν ενταχθεί στο πελατολόγιό της κατά την έναρξη της συνεργασίας όσο και των προσελκυσμένων μεταγενέστερα.

Η εταιρεία factoring αναλαμβάνει:

1. Όλες τις πράξεις διαχείρισης των τιμολογίων, όπως: υπενθυμιστικές ενέργειες προς τον οφειλέτη, εξώδικες και δικαστικές ενέργειες (σε συνεννόηση πάντα με την επιχείρηση). Στις περιπτώσεις που η επιχείρηση επιθυμεί ειδική μεταχείριση του αγοραστή, η εταιρεία factoring ακολουθεί τις οδηγίες της.
2. Τη λογιστική παρακολούθηση των λογαριασμών του αναλαμβανομένου

πελατολογίου με συνεχή παροχή σχετικών πληροφοριών στην επιχείρηση.

3. Την είσπραξη των τιμολογίων πώλησης και την αντίστοιχη πίστωση της επιχείρησης.

4. Ανάλυση του πιστωτικού κινδύνου.

Η εταιρία factoring αναλαμβάνει τον πιστωτικό κίνδυνο κάτω από προϋποθέσεις και εφόσον αυτό ζητηθεί από τη συνεργαζόμενη επιχείρηση. Ο αναλαμβανόμενος πιστωτικός κίνδυνος αφορά την οικονομική αδυναμία του οφειλέτη να καταβάλει την αξία των σχετικών τιμολογίων και όχι την άρνησή του να τα εξοφλήσει λόγω διαφορών που ανακύπτουν μεταξύ πωλητή και αγοραστή.

2.1.7 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ FACTORING

Το καταναλωτικό factoring αφορά εμπορικές επιχειρήσεις καταναλωτικών αγαθών ή παροχής υπηρεσιών σε ιδιώτες, που θέλουν να προσφέρουν ένα διαφορετικό τρόπο μακροπρόθεσμης πίστωσης στους πελάτες τους, πέραν των καταναλωτικών δανείων, πιστωτικών καρτών ή συναλλαγματικών. Είναι η χρηματοδότηση με τη μεγαλύτερη αύξηση αναλογικά στην Ελλάδα αφού προσφέρει ευελιξία και χαμηλή επιβάρυνση χωρίς να αναγκάζει καταναλωτές και έμπορους να εμπλέκονται σε χρονοβόρες διαδικασίες έγκρισης & έκδοσης πιστωτικής κάρτας ή υλικής εξασφάλισης και εγγύησης σε περίπτωση τραπεζικού δανεισμού (Khaled, 2001).

2.1.8 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ, ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΙΣΠΡΑΞΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ-COLLECTION ONLY

Εδώ ο φορέας αναλαμβάνει την λογιστική διαχείριση των λογαριασμών των αγοραστών και την είσπραξη απαιτήσεων σύμφωνα με τις οδηγίες του προμηθευτή εγχώριας και διεθνούς αγοράς.

2.1.8.1 REVERSE FACTORING

Η εταιρία factoring αναλαμβάνει τις εμπορικές υποχρεώσεις προς τους προμηθευτές, προσφέροντας στους πελάτες της τη δυνατότητα διαπραγμάτευσης καλύτερων όρων με τους προμηθευτές, καθώς και χαμηλότερο κόστος και καλύτερο έλεγχο των πληρωμών των προμηθευτών (Khaled, 2001).

2.1.8.2 BACK TO BACK FACTORING

Είναι ο συνδυασμός του Reverse ή του Εισαγωγικού Factoring με το Εγχώριο Factoring με ή χωρίς δικαίωμα αναγωγής. Η εταιρία factoring αναλαμβάνει να διαχειριστεί ένα μεγάλο μέρος των εμπορικών απαιτήσεων και υποχρεώσεων της επιχείρησής (Khaled, 2001).

2.1.8.3 INVOICE DISCOUNTING (ΜΕ Η ΧΩΡΙΣ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΑΝΑΓΩΓΗΣ)

Η εταιρία factoring αγοράζει και προεξοφλεί άμεσα συγκεκριμένες απαιτήσεις-τιμολόγια, χωρίς παροχή άλλων υπηρεσιών. Υπάρχει η δυνατότητα να προσαρμόσουμε με ευελιξία τα προϊόντα Factoring στις ιδιαίτερες απαιτήσεις κάθε επιχείρησης, παρέχοντας με αυτόν τον τρόπο

πρόσθετα χρηματοοικονομικά, λειτουργικά και εμπορικά οφέλη (Khaled, 2001).

2.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FACTORING

Η εξαγορά των επιχειρηματικών απαιτήσεων έναντι τρίτων έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για την εταιρία που προβαίνει σε αυτή.

Με την ανάθεση των εισπράξεων στον πράκτορα η επιχείρηση απαλλάσσεται από τον κίνδυνο της αφερεγγυότητας των πελατών της και περιορίζει τις προβλέψεις για επισφαλείς πελάτες.

Η λογιστική της απλοποιείται σημαντικά και η διαχείριση διευκολύνεται, χάρη και στις συμβουλές του πράκτορα. Η προείσπραξη των ποσών εξασφαλίζει πόρους, απαλλάσσει από τόκους δανείων και ισχυροποιεί τη διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών πρώτων υλών κλπ. Ολόκληρη, γενικά, η χρηματοοικονομική σύνθεση της επιχείρησης τροποποιείται και η επίπτωση αυτή είναι εμφανής στον ισολογισμό.

Όταν μια εταιρία προσφεύγει στη εξαγορά των απαιτήσεων της τότε λύνει τα προβλήματα ρευστότητας που δημιουργούν οι εισπρακτέοι λογαριασμοί, μειώνει τον πιστωτικό κίνδυνο, ο οποίος απορρέει από την εμφάνιση των μη συνεπών χρεωστών (κυρίως σε περιόδους οικονομικής ύφεσης), και βοηθάει στην αξιοποίηση των εκπτώσεων (Αρτίκης, 1999)

Ωστόσο, η εξαγορά των επιχειρηματικών απαιτήσεων ενέχει και κάποια κόστη. Για μια εταιρία το κόστος εξαγοράς των απαιτήσεων της αποτελείται από τρία στοιχεία (Αρτίκης, 1999: 231):

1. Προμήθεια: υπολογίζεται ως ποσοστό επί της ονομαστικής αξίας των απαιτήσεων
2. Περιθώριο Ασφαλείας: υπολογίζεται ως ποσοστό των απαιτήσεων παρακρατείτε και πληρώνεται σε μεταγενέστερη ημερομηνία.
3. Χρηματοδοτικό Κόστος: περιλαμβάνει τους τόκους για την χορηγηθείς προκαταβολή.

Παρακάτω θα παρουσιαστεί ένα παράδειγμα. Ας υποθέσουμε ότι μια εταιρία πωλεί τους εισπρακτέους λογαριασμούς της, ύψους AR , στον πράκτορα και ότι στη σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων προβλέπεται προμήθεια $c\%$, περιθώρια ασφαλείας 10% , και χρηματοδότηση (ήτοι προείσπραξη) των τιμολογίων με ετήσιο επιτόκιο $i\%$. Σε αυτή την περίπτωση το μηνιαίο διαθέσιμο ποσό ($\Delta\Pi$) για τον πωλητή των απαιτήσεων είναι (Pindyck & Rubinfeld, 1991)

$$\Delta\Pi = AR(1 - 0,10 - c) \left(1 - \frac{i}{12} \right) \quad 1$$

ενώ οι μηνιαίοι τόκοι της χρηματοδότησης (TX) για την συγκεκριμένη σύμβαση πρακτορείας ανέρχονται στα

$$TX = AR(1 - 0,10 - c) \frac{i}{12} \quad 2$$

Συνεπώς, το μηνιαίο πραγματικό επιτόκιο της σύμβασης πρακτορείας, r_m^F , είναι (Stell, & Donoho, 1996):

$$r_m^F = \frac{AR(1 - 0,10 - c) \frac{i}{12}}{AR(1 - 0,10 - c) \left(1 - \frac{i}{12}\right)} = \frac{\frac{i}{12}}{\left(1 - \frac{i}{12}\right)} = \frac{i}{12 - i} \quad 3$$

Ένα άλλο πιθανό μειονέκτημα της πρακτορείας των απαιτήσεων έγκειται στην παρέμβαση του πράκτορα μεταξύ της εταιρίας και των πελατών της (Αρτίκης, 2009:241):

Τέλος, το σοβαρότερο μειονέκτημα είναι το υψηλό κόστος που έχει το Factoring, το οποίο εξαρτάται βεβαίως από το εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών. Επί πλέον, ο επιχειρηματίας περιορίζει τις άμεσες επαφές με τους πελάτες, ενώ ενδέχεται να προσκρούσει και σε επιλεκτική πολιτική φερέγγυων πελατών από την πλευρά του πράκτορα.

2.3 TO FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η έννοια του factoring ήταν σχεδόν άγνωστη στην ελληνική πραγματικότητα μέχρι την προηγούμενη δεκαετία αν και ήταν γνωστές στη νομοθεσία μας οι έννοιες της εκχώρησης και της αναδοχής χρέους. Σύμφωνα με την ισχύουσα στην Ελλάδα νομοθεσία οι εργασίες πρακτορείας μπορούν να διεκπεραιωθούν μόνο από τράπεζες που λειτουργούν νόμιμα στην Ελλάδα και ανώνυμες εταιρείες που έχουν σαν αποκλειστικό σκοπό τους την πρακτορεία και ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο το μισό που απαιτείται για τη σύσταση τράπεζας. Οι μετοχές των εταιρειών αυτών είναι ονομαστικές και η λειτουργία τους υπόκειται στον έλεγχο της Τράπεζας της Ελλάδος. Οι εταιρείες πρακτορείας μπορούν να διενεργήσουν τόσο εγχώρια όσο και διεθνή πρακτορεία. Οι συμβάσεις πρακτορείας καταρτίζονται εγγράφως και είναι δυνατόν να αφορούν και απαιτήσεις που δεν πραγματοποιήθηκαν κατά το χρόνο σύναψής τους. Εξ άλλου τα συνολικά έσοδα των εταιριών πρακτορείας υπάγονται στο καθεστώς του ΦΠΑ και οι συμβάσεις πρακτορείας δεν υπάγονται σε ειδικό φόρο τραπεζικών εργασιών έστω και αν πραγματοποιούνται από τράπεζες, στοιχείο που ακόμη αποδεικνύει ότι η πρακτορείας δεν επιτρέπεται να προεξοφλούν σε ένα συγκεκριμένο προμηθευτή απαιτήσεις που υπερβαίνουν το 25% των ιδίων κεφαλαίου της εταιρείας.

Το factoring ξεκίνησε αρχικά από τις υφαντουργικές βιομηχανίες ως αποτέλεσμα της μεγάλης πιστωτικής περιόδου που ζητείτο από τους αγοραστές

των υφαντουργικών προϊόντων. Η εποχιακή φύση των πωλήσεων των ενδυμάτων και των άλλων υφαντουργικών προϊόντων απαιτεί αντίστοιχες βιομηχανίες να παράγουν σε μεγάλες ποσότητες πολύ πριν από την περίοδο των πωλήσεων. Έτσι οι παραγωγοί υφαντουργικών προϊόντων στέλνουν συνήθως τα εμπορεύματα στους αγοραστές τους μόλις τα παράγουν, αλλά δεν απαιτούν πληρωμή πριν αρχίσει η περίοδος των πωλήσεων τους. Με τον τρόπο αυτό κρατάνε υψηλά επίπεδα απαιτήσεων και προσφεύγουν στον πράκτορα ώστε να λάβουν το απαιτούμενο κεφάλαιο κίνησης.

Αν και οι περισσότεροι από τους λογαριασμούς απαιτήσεων που αγοράζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις πρακτορείας είναι από υφαντουργικές επιχειρήσεις, τα τελευταία χρόνια την πρακτορεία των απαιτήσεων εκμεταλλεύεται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, όπως είναι π.χ. οι επιχειρήσεις εμπορίας μετάλλων, επίπλων γραφείου, χάρτου κ.τ.λ.

2.3.2 TO FACTORING ΣΗΜΕΡΑ

Την αναπτυξιακή πορεία του factoring στην ελληνική αγορά ενισχύει η βούληση κράτους και αγοράς για σταδιακή εξάλειψη του φαινομένου των μεταχρονολογημένων επιταγών - με το factoring να αναδεικνύεται ως η «υγιής» εναλλακτική λύση για τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων, με περιορισμένη πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό. Την ίδια στιγμή, παρατηρούμε μια στροφή της διεθνούς αγοράς factoring σε πιο προσεκτική επιλογή πελατών, λόγω της αυξημένης επαγρύπνησης που υπαγορεύει η διεθνής έξαρση των φαινομένων απάτης. Σύμφωνα με μελέτη που εκπόνησε πρόσφατα η Διεύθυνση Στρατηγικής

και Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδας, ο κλάδος του factoring, στην ευρωπαϊκή και στη διεθνή αγορά, βρίσκεται σε τροχιά ανάπτυξης. Ο παγκόσμιος όγκος απαιτήσεων που κινήθηκε στην διεθνή αγορά προσέγγισε τα 1,3 τρις ευρώ το 2009 - ποσό που αντιστοιχεί σε πενταπλάσιο όγκο, σε σχέση με πέντε χρόνια πριν (Corporate finance, 2011).

Στην Ελλάδα, το 2010, ο κλάδος factoring, παρουσίασε σημαντική άνοδο με το συνολικό τζίρο να κλείνει κατακτώντας ένα ακόμη ρεκόρ, πλησιάζοντας τα 15 δισ. ευρώ. Σημειώνεται ότι το 2010 ήταν έτος - ρεκόρ και για το σύνολο του παγκόσμιου factoring, αφού η εν λόγω αγορά έφτασε στο 1,65 τρις. ευρώ, με την Ευρώπη να σπάει το φράγμα του 1 τρις. Ευρώ (Ναυτεμπορική, 2011).

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται ότι οι υπηρεσίες factoring αποτελούν έναν κλάδο με σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης στην Ελλάδα, λόγω (i) του υψηλού μεριδίου ΜΜΕ, (ii) του υψηλού μεριδίου υπηρεσιών και (iii) της πιθανότητας αντικατάστασης του φαινομένου των μεταχρονολογημένων επιταγών. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, η πολιτική πιστώσεων που ακολουθούν οι ελληνικές εταιρείες (και αντανάκλαται στο υψηλό σχετικά επίπεδο των απαιτήσεων ως ποσοστό των πωλήσεων) θα δικαιολογούσε διεύρυνση των υπηρεσιών factoring σε επίπεδο μέχρι και 8% του ΑΕΠ (από 5% το 2009) (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας, 2010).

Στη συνέχεια παρατίθενται βασικά στοιχεία των ελληνικών τραπεζών που δραστηριοποιούνται στο factoring.

Εθνική Τράπεζα

Η Εθνική Τράπεζα ξεκίνησε να δραστηριοποιείται στην παροχή Υπηρεσιών Factoring από το 1994, ενώ από τα μέσα του 2009 τις εργασίες πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων ανέλαβε η νεοσυσταθείσα «Εθνική Factors». Η ίδρυση της Εθνικής Factors, εντάσσεται στο πλαίσιο στρατηγικής απόφασης της Διοίκησης της Εθνικής Τράπεζας για ανάπτυξη των εργασιών πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό. Η Εθνική Factors, αποτελεί εξειδικευμένη εταιρεία πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων και ανταποκρίνεται πλήρως στις απαιτήσεις της διαρκώς διευρυνόμενης και αναπτυσσόμενης αγοράς Factoring. Η συνεργασία με την Εθνική Factors αποτελεί στρατηγικής σημασίας απόφαση για την επιχείρηση που θέλει να επωφεληθεί τόσο από τη χρήση των υπηρεσιών Factoring, όσο και από τη συνεργασία με τον Όμιλο της Εθνικής Τράπεζας, καθώς προσφέρει (Κοντόπουλος, 2009):

- Εξασφάλιση ρευστότητας ανάλογα με τις πωλήσεις της επιχείρησης και διευκόλυνση του οικονομικού προγραμματισμού
- Αποτελεσματικότητα στην είσπραξη των απαιτήσεων και πλήρη έλεγχο των όρων πίστωσης
- Διαχειριστική και λογιστική παρακολούθηση των απαιτήσεων με μείωση του λειτουργικού κόστους
- Έλεγχο φερεγγυότητας των οφειλετών ή / και κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου

- ü Διευκόλυνση της εξαγωγικής και εισαγωγικής δραστηριότητας
- ü Τεχνογνωσία και εμπειρία από εξειδικευμένο προσωπικό.
- ü Η συνεργασία με την Εθνική Factors σημαίνει:
- ü Συνεργασία με τον ισχυρότερο χρηματοοικονομικό Όμιλο της χώρας
- ü Υποστήριξη από το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων
- ü Δυνατότητα σύνδεσης με άλλα χρηματοοικονομικά προϊόντα του Ομίλου της Εθνικής Τράπεζας.

Emporiki Bank και Credit Agricole

Η **Emporiki Bank**, μια Τράπεζα με μακρόχρονη ιστορία και σημαντική θέση στην ελληνική αγορά, διαθέτει ισχυρή παράδοση στη στήριξη της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Παράλληλα, η Εμπορική Τράπεζα αξιοποιεί τις εμπορικές συνέργιες που δημιουργούνται από την ενσωμάτωσή της στο διεθνή τραπεζικό όμιλο της Credit Agricole, με γνώμονα τη συνεχή παροχή καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της (Αθανασίου, 2009).

Στο πλαίσιο αυτό, έχουν δημιουργηθεί σημαντικές συνέργιες και στον τομέα της Εταιρικής Τραπεζικής, μέσω της Calyon, τον βραχίονα Εταιρικής & Επενδυτικής Τραπεζικής της Credit Agricole, μία εκ των οποίων αφορά στο factoring (πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων) (ICAP, 2008).

Οι υπηρεσίες factoring έχουν βελτιωθεί και αναπτυχθεί σημαντικά

στην ελληνική τραπεζική αγορά κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, και αποτελούν πλέον ένα ευρέως διαδεδομένο και χρήσιμο χρηματοοικονομικό προϊόν για τις επιχειρήσεις. Είναι χαρακτηριστικό ότι στην Ελλάδα το factoring καλύπτει μια αγορά με κύκλο εργασιών της τάξεως των 10 δισ. ευρώ, ενώ ο αντίστοιχος κύκλος εργασιών σε ευρωπαϊκό επίπεδο ξεπερνά το 1 τρισ. ευρώ.

Ωστόσο, κάτω από τις παρούσες συνθήκες τόσο στο διεθνές όσο και στο ελληνικό οικονομικό περιβάλλον, η ανάγκη για περαιτέρω στήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων καθίσταται ακόμα πιο επιτακτική.

Έτσι λοιπόν, η χρήση των υπηρεσιών factoring και η αξιοποίηση των διευκολύνσεων που προσφέρουν, αποτελεί ιδανική λύση για τις επιχειρήσεις, που ενδιαφέρονται για τη διατήρηση και διαρκή ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους.

Αντίδοτο στην υφιστάμενη πτώση φαίνεται να αποτελεί η δραστηριοποίηση των τμημάτων ανάπτυξης εργασιών των εταιρειών factoring. Στοχεύοντας στην προσέλκυση νέων πελατών καταφέρνουν σε μεγάλο βαθμό να αντισταθμίζουν τις απώλειες. Επιχειρήσεις που μέχρι πρόσφατα έμοιαζαν απρόσιτες επιζητούν πλέον τις ευκαιρίες ρευστότητας και περιορισμού των επισφαλειών που αποδεδειγμένα μπορούν να τους παρέχουν οι εταιρείες factoring. Η τάση αυτή των εταιρειών ενισχύεται ιδιαίτερα από τη διαφαινόμενη πολιτική των Τραπεζών για περιορισμό των λεγόμενων ακάλυπτων χρηματοδοτήσεων και αντικατάστασής τους με εναλλακτικές, καλυπτόμενες από το εμπορικό κύκλωμα των επιχειρήσεων.

Καθώς το factoring απαιτεί μία μακροπρόθεσμη πρόθεση συνεργασίας από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη, ο εμπλουτισμός των πελατολογίου με νέες υγιείς συνεργασίες αφήνει μία καλή παρακαταθήκη ανάπτυξης για το μέλλον (Καναλουπίτης, 2009).

Eurobank

Η **Eurobank EFG Factors**, στο πλαίσιο των νέων οικονομικών δεδομένων, αποτελεί ηγετική δύναμη στο χώρο του ελληνικού factoring, διαμορφώνοντας σε μεγάλο βαθμό την τάση της αγοράς. Το εξειδικευμένο προσωπικό της εγγυάται υψηλό επίπεδο ανταπόκρισης στις ανάγκες των πελατών και με τη σιγουριά του ονόματος Eurobank αλλά και την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, στηρίζει ενεργά τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις.

Παρέχοντας υψηλού επιπέδου υπηρεσίες διαχείρισης, χρηματοδότησης και ασφάλισης στο παραδοσιακό πλέον εγχώριο και εξαγωγικό factoring, είναι σε θέση να προσφέρει στους πελάτες της και πιο σύνθετες μορφές συνεργασίας. Η ανάπτυξη δραστηριότητας στο χώρο του forfaiting αλλά και η ενεργή διαχείριση υποχρεώσεων εταιρειών μέσω reverse factoring, αποτελούν νέους τομείς εστίασης της Eurobank EFG Factors. Σημαντική βοήθεια για την ανάπτυξη πρωτοποριακών προϊόντων & υπηρεσιών προσφέρει η διακεκριμένη από τη Microsoft πληροφοριακή υποδομή, αποτέλεσμα επένδυσης σε ανθρώπους και υλικοτεχνικό εξοπλισμό.

Ενδεικτική, του επιπέδου των υπηρεσιών της Eurobank EFG Factors είναι η πρόσφατη βράβεισή της ως του κορυφαίου factor στον κόσμο στο διεθνές factoring. Η εν λόγω διάκριση ελήφθη στα πλαίσια της ετήσιας ψηφοφορίας, τον Ιούνιο του 2009, των μελών του μεγαλύτερου συνδέσμου Factors στον κόσμο, FCI (Factors Chain International). Για εμάς στην Eurobank EFG Factors, η θετική αξιολόγηση από τρίτους αντικειμενικούς παρατηρητές αποτελεί τη μεγαλύτερη ηθική επιβράβευση.

HSBC

Η HSBC είναι σήμερα η μεγαλύτερη εμπορική τράπεζα στον κόσμο, με μία ιστορία που ξεκινά στις αγγλικές αποικίες της Ασίας στις αρχές του 19ου αιώνα. Ο Τομέας Επιχειρηματικής Τραπεζικής της HSBC λειτουργεί στην Ελλάδα εδώ και 26 χρόνια εξυπηρετώντας ελληνικές και διεθνείς εταιρείες μέσω των επιχειρηματικών κέντρων που λειτουργούν στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη. Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλά περιθώρια για μια παγκόσμια εμπορική τράπεζα να προσφέρει σε ελληνικές επιχειρήσεις με διεθνή προσανατολισμό, υπηρεσίες και προϊόντα που μπορούν να τους ανοίξουν πραγματικά παγκόσμιους ορίζοντες (Δαρεφέρας, 2009).

Σε αυτό το πλαίσιο η στρατηγική της HSBC στο Commercial Banking (CMB) συνίσταται στο να αποκτήσει πρωταγωνιστικό ρόλο στο χώρο της Τραπεζικής Επιχειρήσεων στην Ελλάδα, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών στις ελληνικές επιχειρήσεις με εξωστρεφή

χαρακτηριστικά. Η HSBC επιδιώκει να γίνει η προτιμώμενη Τράπεζα για τις διεθνείς συναλλαγές των επιχειρήσεων που λειτουργούν στην Ελλάδα. Η Τραπεζική Επιχειρήσεων (Commercial Banking) στην HSBC λειτουργεί στο πλαίσιο του Relationship Banking, κάτι στο οποίο η Τράπεζα διακρίνεται και διαθέτει πολυετή πείρα από την ίδρυσή της. Η Τράπεζα προσαρμόζει τη χρηματοδοτική της πρόταση στην ανάγκη του πελάτη. Τα εξειδικευμένα στελέχη της (Relationship Managers) εντοπίζουν τις ανάγκες των πελατών και τους προτείνουν τη σωστή λύση μέσα από πληθώρα προϊόντων και υπηρεσιών (δανειακά προϊόντα, Factoring, προϊόντα κάλυψης επιτοκιακού και συναλλαγματικού κινδύνου, χρηματοδότηση και διεκπεραίωση εμπορικών συναλλαγών, πληρωμές, ασφαλιστικά προϊόντα, διαχείριση ρευστότητας, υπηρεσίες Επενδυτικής Τραπεζικής καθώς και Personal και Private Banking).

Ειδικότερα για το Factoring, η HSBC είναι από τους πρώτους τραπεζικούς οργανισμούς στον κόσμο που εισήγαγε το θεσμό σε παγκόσμιο επίπεδο, έχοντας χτίσει όλα αυτά τα χρόνια μια βαθιά τεχνογνωσία για τη χρήση του factoring ως επιχειρηματικό εργαλείο. Σήμερα η HSBC προσφέρει υπηρεσίες Factoring σε 17 χώρες: στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία, τη Μάλτα, την Ελλάδα, την Τουρκία, την Πολωνία, τα Ηνωμένα Εμιράτα, το Μεξικό, τη Βραζιλία, το Χονγκ Κονγκ, την Κίνα, τη Σιγκαπούρη, την Ινδία, την Αυστραλία, την Ταϊβάν, τη Δημοκρατία της Τσεχίας και την Ιαπωνία. Πρόσφατα άνοιξαν δύο νέα γραφεία: στη Μαλαισία και την Ισπανία, ενώ επεκτείνεται σημαντικά και η παρουσία της στη Μέση Ανατολή καθιστώντας την HSBC μια από τις μεγαλύτερες και πιο ανεπτυγμένες τράπεζες που προσφέρουν Factoring στον κόσμο (Δαρεφέρας, 2009).

Η συνεχής ανάπτυξη και αύξηση των εργασιών Factoring αποδεικνύει την ξεχωριστή δυναμική του ως χρηματοοικονομικού εργαλείου που συνδυάζει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών για τις μικρομεσαίες αλλά και μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Η Ευρώπη είναι αδιαμφισβήτητα η μεγαλύτερη περιοχή για την αγορά Factoring εκπροσωπώντας περίπου το 75% της παγκόσμιας αγοράς. Ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα του Factoring είναι ότι βασίζεται περισσότερο στο εύρος και την ισχύ των πελατών του εκάστοτε προμηθευτή (τους οφειλέτες τους), παρά σε αυτούς καθ' αυτούς τους προμηθευτές, που είναι και οι πελάτες factoring.

Ως εκ τούτου, το Factoring επηρεάζεται λιγότερο σε σχέση με άλλα προϊόντα από τις παρούσες οικονομικές συνθήκες, όπως αυτές έχουν διαμορφωθεί λόγω της πιστωτικής κρίσης. Αν μη τι άλλο, το Factoring τείνει να επωφελείται από περιόδους, όπως αυτή που διανύουμε, καθώς άλλες μορφές παραδοσιακού τραπεζικού δανεισμού (για παράδειγμα, ανοιχτός αλληλόχρεος λογαριασμός) μπορεί να περιοριστούν ή/και να κοστολογηθούν ακριβότερα. Σε αυτές τις περιπτώσεις το Factoring γίνεται πιο ελκυστικό τόσο για τους δανειστές όσο και για τις επιχειρήσεις.

Η HSBC προσφέρει ένα πλήρες φάσμα υπηρεσιών Factoring, εξυπηρετώντας πολλές και διαφορετικές ανάγκες των μικρομεσαίων αλλά και μεγαλύτερων επιχειρήσεων όπως (Δαρεφέρας, 2009):

Εξασφάλιση σημαντικής ρευστότητας με αποτέλεσμα τη δημιουργία ευνοϊκότερων όρων αγοράς πρώτων υλών και την άμεση εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών

Δυνατότητα παροχής ανταγωνιστικότερων όρων πώλησης προς τους πελάτες τους

Καλύτερο έλεγχο των εισπράξεων μέσω της μείωσης του λειτουργικού κόστους,

μέση ενημέρωση για την τρέχουσα κατάσταση του λογαριασμού τους καθώς και των συναλλαγών με τους οφειλέτες τους μέσω της ηλεκτρονικής εφαρμογής e - factoring IIF (Internet Invoice Finance)

Μείωση επισφαλειών μέσω του καλύτερου ελέγχου της πιστοληπτικής ικανότητας των οφειλετών τους και κάλυψη πιστωτικού κινδύνου (μέσω ασφάλειας πιστώσεων)

Βελτίωση της εικόνας των ισολογισμών τους (factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής)

Η HSBC αποτελεί την ιδανική λύση και για τις επιχειρήσεις που σκοπεύουν να δραστηριοποιηθούν ή συναλλάσσονται ήδη στο εξωτερικό. Στο εσωτερικό ή το εξωτερικό, οι υπηρεσίες και τα πλεονεκτήματα που απολαμβάνουν οι πελάτες παραμένουν τα ίδια, μέσα από ένα διεθνές δίκτυο ανταποκριτών, που έχει την τεχνογνωσία να υποστηρίξει την ελληνική

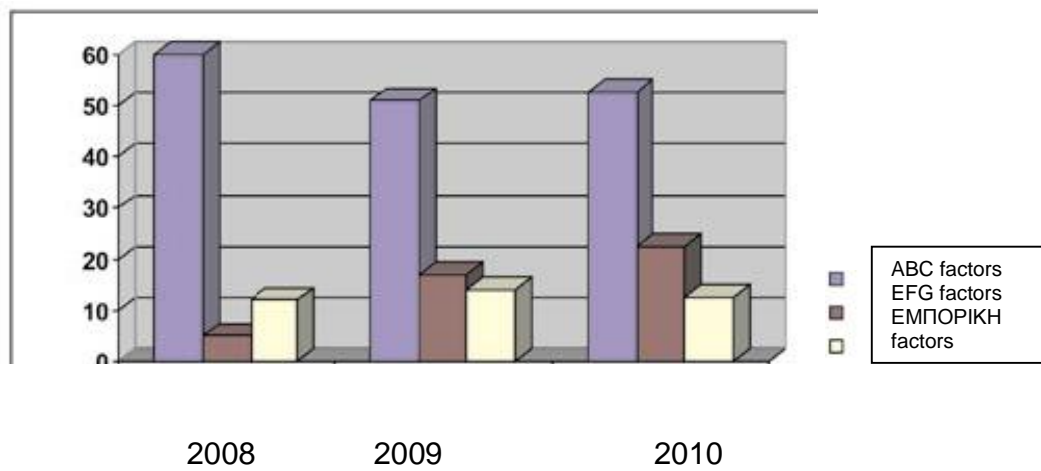
επιχείρηση, όπου και αν αυτή επιλέξει να δραστηριοποιηθεί. Συνοψίζοντας, η υπηρεσία Factoring της HSBC βασίζεται σε τρεις διαφοροποιούς άξονες που έχουν ιδιαίτερη σημασία για τον Έλληνα επιχειρηματία.

Πρώτον, η προσωπική επικοινωνία με τα εξειδικευμένα στελέχη της HSBC, που βρίσκονται πάντα στη διάθεση των πελατών και κατανοούν τις ξεχωριστές οικονομικές απαιτήσεις τους. Έτσι, μπορούν πάντα να προτείνουν ολοκληρωμένες και εξατομικευμένες λύσεις, ικανοποιώντας ακόμη και τις πιο σύνθετες χρηματοοικονομικές ανάγκες τους.

Δεύτερον, η δυναμική ευελιξία της υπηρεσίας που έχει τη δυνατότητα της απόλυτης προσαρμογής των προϊόντων στις ξεχωριστές ανάγκες ή δεδομένα κάθε πελάτη.

Τρίτον, η άμεση πληροφόρηση μέσα από την πρωτοποριακή ηλεκτρονική υπηρεσία e-factoring (IIF - Internet Invoice Finance). Ο πελάτης της HSBC έχει άμεση πρόσβαση στις πληροφορίες που αφορούν τους λογαριασμούς του καθώς και τις συναλλαγές με τους οφειλέτες του (Δαρεφέρας, 2009).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, τα μερίδια των τριών πρώτων, με βάση τον κύκλο εργασιών, εταιρειών factoring της ελληνικής αγοράς για τα έτη 2008, 2009 και 2010, διαμορφώνονται στο παρακάτω διάγραμμα:



Πηγή: Ένωση Ελληνικών Τραπεζών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ FACTORING

Οι επιχειρήσεις που ενδείκνυται να κάνουν χρήση των υπηρεσιών factoring έχουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά (Broker, 1990:6):

1. Παρουσιάζουν αναπτυσσόμενη και κερδοφόρα δραστηριότητα.
2. Πραγματοποιούν πωλήσεις με βραχυπρόθεσμη πίστωση.
3. Έχουν ευρύ αριθμό πελατών με επαναληπτική και καλή αγοραστική συμπεριφορά.
4. Εκδίδουν τιμολόγια με σημαντική μέση αξία.
5. Η αξιολόγηση από την εταιρεία factoring της πιστοληπτικής ικανότητας των υφιστάμενων και νέων αγοραστών εξυγιάνει το πελατολόγιο της επιχείρησης και δημιουργεί συνθήκες καλής εισπραξιμότητας των σχετικών τιμολογίων. Έτσι, η επιχείρηση αναπροσαρμόζει έγκαιρα την πιστωτική της πολιτική και συγκεντρώνεται απερίσπαστη στην ανάπτυξη των εργασιών της.
6. Η ανάληψη από την εταιρεία factoring της είσπραξης των τιμολογίων βελτιώνει τη συμπεριφορά των οφειλετών σε ότι αφορά την εξόφληση των υποχρεώσεών τους, με αποτέλεσμα την έγκαιρη ρευστοποίηση των εισπρακτέων τιμολογίων του προμηθευτή. Η ανάθεση της διαχείρισης και λογιστικής παρακολούθησης των εμπορικών απαιτήσεων στην εταιρεία factoring μειώνει σημαντικά τα λειτουργικά κόστη της συνεργαζόμενης

επιχείρησης.

7. Η χρηματοδότηση της επιχείρησης στηρίζεται στο αξιολογημένο πελατολόγιό της κι έτσι δεν απαιτείται παροχή πρόσθετων ασφαλειών.

8. Η χρηματοδότηση της επιχείρησης συνδέεται απόλυτα με τον κύκλο εργασιών της εταιρείας factoring και μπορεί να αυξάνεται ανάλογα με αυτόν, κάτι που εξασφαλίζει συνεχή ρευστότητα, η οποία αποτελεί ισχυρό διαπραγματευτικό “χαρτί” για επίτευξη ευνοϊκών συμφωνιών με τους προμηθευτές της.

9. Η ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από την εταιρεία factoring διασφαλίζει την πληρωμή των τιμολογίων και την αποφυγή επισφαλειών, γεγονός που διευκολύνει τον οικονομικό σχεδιασμό της επιχείρησης, εγγυάται την ανάπτυξή της, ενώ παράλληλα βελτιώνει την εικόνα του ισολογισμού της και την πιστοληπτική ικανότητά της, δεδομένου ότι η λαμβανόμενη προκαταβολή έναντι της αξίας των τιμολογίων δεν εμφανίζεται στις υποχρεώσεις της.

Γενικότερα η χρήση των υπηρεσιών factoring δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να εκλογικεύσει την οργανωτική και λειτουργική δομή της, να περιορίζει το κόστος της, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της και να επικεντρώνει την προσοχή και δράση της στη συνεχή ανάπτυξή της.

Η συμφωνία με την εταιρεία factoring και η παροχή του κατάλληλου κατά περίπτωση μίγματος υπηρεσιών, διαμορφώνει και το κόστος συνεργασίας, το οποίο αναφέρεται (Broker, 1990):

1. Στην προμήθεια, το ύψος της οποίας εξαρτάται από την αναλαμβανόμενη ομάδα των αγοραστών-πελατών, τον αριθμό και τη μέση αξία των τιμολογίων, καθώς και τη διάρκεια της μέσης πιστωτικής περιόδου.
2. Για την κάλυψη και του πιστωτικού κινδύνου η προμήθεια προσαυξάνεται. Οι προκαταβολές του εξαγωγικού factoring πραγματοποιούνται στο νόμισμα του τιμολογίου, με εφαρμογή επιτοκίου LIBOR πλέον περιθωρίου.

3.1 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ FACTORING

Η επιχείρηση Χ. ΑΕ εμπορεύεται είδη διατροφής σε αλυσίδες λιανικής πώλησης. Η μέση τιμολογιακή αξία των εμπορευμάτων αυτών κυμαίνεται στα € 100.000 μηνιαίως ενώ παρέχει, κατά μέσο όρο, 120 ημέρες πίστωση στους πελάτες/ οφειλέτες της. Μετά από ενημέρωσή της για τις παροχές υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει η Factors ΑΕΠΕΑ, αποφάσισε να εκχωρήσει ένα μέρος των απαιτήσεων των πελατών/ οφειλετών της (Γαλάνης, 1994).

Η διαδικασία που ακολουθήθηκε ήταν η εξής: Αποστολή του πελατολόγιο που ήθελε να εντάξει στη διαδικασία του Factoring και έλεγχος της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών/ οφειλετών, καθώς και της εμπορικής τους συμπεριφοράς σε εύρος χρόνου από την Factors ΑΕΠΕΑ.

Με την έγκριση της συνεργασίας η ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΑΕ εκχώρησε στην Factors ΑΕΠΕΑ τα τιμολόγια των πελατών/ οφειλετών (από την ημερομηνία

αυτή και έπειτα). Μέσα σε 24 ώρες η επιχείρηση έχει ήδη λάβει προκαταβολή για τις απαιτήσεις αυτές και αποπλήρωσε άμεσα τον προμηθευτή της, με αποτέλεσμα να κερδίσει σημαντική έκπτωση.

Η Factors ΑΕΠΕΑ οφείλει πλέον, για λογαριασμό της ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΑΕ να διαχειριστεί και να εισπράξει (στη συμφωνημένη ημερομηνία) τα τιμολόγια αυτά καθώς και κάθε άλλο μελλοντικό τιμολόγιο των πελατών/οφειλετών αυτών. Να σημειωθεί ότι ενώ αγοραστής του εξωτερικού βρέθηκε σε οικονομική αδυναμία να αποπληρώσει τιμολογημένη αξία στην ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΑΕ η επιχείρηση εισέπραξε τη συνολική αξία στο ακέραιο από την Factors ΑΕΠΕΑ (Andersen, 1998).

3.2 ΕΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΟ FACTORING- ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Σήμερα στην Ελλάδα, ανεξάρτητα από την οικονομική κρίση υπήρξε μια αύξηση του κύκλου εργασιών της πρακτορείας. Παρότι υπάρχει αύξηση, λόγω και των οικονομικών συνθηκών ο κύκλος εργασιών της πρακτορείας εξακολουθεί να παραμένει σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με άλλες χώρες που παρουσιάζουν ανάλογα δημογραφικά χαρακτηριστικά και μακροοικονομικούς δείκτες (Καλούμενος,2009).

Το 2009 η αγορά του factoring παρουσιάστηκε ανοδική κατά 20% σε σχέση με το 2008. Έτσι ο τζίρος από τα περίπου 10 δισ ευρώ το 2008 τελικά διαμορφώθηκε στα 12,3 δισ. ευρώ το 2009. Επίσης, το 2009 η αξία

των συναλλαγών στο εξωτερικό factoring στην Ελλάδα διαμορφώθηκε στα 800 εκατ. ευρώ (Κοντόπουλος, 2009).

Η άνοδος της ελληνικής αγοράς το 2009 ήρθε σε πλήρη αντίθεση με τις εξελίξεις σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο όπου η αγορά factoring παρουσίασε μείωση τζίρου. Είναι χαρακτηριστικό ότι στην εγχώρια αγορά γνωρίζει σημαντική αύξηση το factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής δηλαδή αυτό στο οποίο οι τράπεζες αναλαμβάνουν εξολοκλήρου το ρίσκο μη καταβολής των οφειλομένων απαιτήσεων προς τις επιχειρήσεις πελάτες τους.

Σήμερα η αγορά της πρακτορείας αναπτύσσεται με συνεχώς ρυθμό, κατάσταση που θα εξακολουθεί να υφίσταται όλο και περισσότερο εφόσον μεταξύ του επιχειρηματικού κόσμου και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων υπάρχει αναγνώριση της χρησιμότητας της πρακτορείας.

Όμως θα πρέπει να προσεχθούν, οι ιδιομορφίες της ελληνικής αγοράς όπως είναι οι μεγάλοι χρόνοι αποπληρωμής των απαιτήσεων ορισμένων κλάδων, η κίνηση του εμπορίου με μεταχρονολογημένες επιταγές, η σημαντική αύξηση των ακάλυπτων επιταγών και οι προσωπικές σχέσεις στη συναλλακτική διαδικασία και αφ ετέρου η ανάγκη της περαιτέρω εξυγίανσης και ανάπτυξης των ελληνικών επιχειρήσεων και προσαρμογής τους στους διεθνείς κανόνες εμπορίου και ειδικότερα αυτούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παράγοντες που θα βοηθήσουν στη προώθηση του θεσμού τα επόμενα χρόνια είναι οι ακόλουθοι (Καλούμενος,2009):

1. Η αδυναμία των επιχειρήσεων να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις

απαιτήσεις τους.

2. Η ιδιορρυθμία της ελληνικής αγοράς που χαρακτηρίζεται από μεγάλα διαστήματα αποπληρωμής απαιτήσεων, δίνει περιορισμένη δυνατότητα σε μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις να χρηματοδοτούν την ανάπτυξή τους με αντίστοιχα ρευστοποιήσιμα στοιχεία λόγω ανοικτών υπολοίπων, με αποτέλεσμα να τις στρέφουν προς το factoring.

4. Η συνεχής τεχνολογική εξέλιξη και οι δυνατότητες που προσφέρει η υιοθέτηση νέων εφαρμογών στον Χώρο των χρηματοοικονομικών προϊόντων.

5. Η οικονομική κρίση που βιώνει σήμερα η Ελλάδα.

5. Η απελευθέρωση της αγοράς στην Ευρωπαϊκή Ένωση δημιουργεί επιχειρηματικές ευκαιρίες για τις ελληνικές εταιρείες factoring που μπορούν να επεκτείνουν τη δραστηριότητάς τους σε άλλες αγορές.

Μέσω του Factoring, η χρηματοδότηση των εμπορικών απαιτήσεων, των ενεργών επιχειρήσεων είναι αποτελεσματική, στοχευμένη στην εκκαθαρισμένη οικονομική συναλλαγή και ως εκ τούτου έχει μικρότερο πιστωτικό κίνδυνο. Οι υπηρεσίες που παρέχει το Factoring, είναι πλέον απαραίτητες στους πελάτες όχι μόνο ως χρηματοδοτικό προϊόν, αλλά και ως το πιο έγκυρο πιστοληπτικό μέσο, δεδομένου ότι η εταιρεία Factoring θα ενημερώσει τον πελάτη της με το αποδεκτό όριο πιστωτικού κινδύνου που μπορεί να αναλάβει, για κάθε ένα από τους οφειλέτες της.

Το 2010 ήταν μια δύσκολη χρονιά για την ελληνική οικονομία. Η αναχρηματοδότηση του δημόσιου χρέους από το Δ.Ν.Τ, με τους όρους του μνημονίου, η αύξηση των έμμεσων και άμεσων φόρων, το υψηλό και συνεχώς αυξανόμενο ποσοστό ανεργίας, είχαν σαν αποτέλεσμα την μείωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων και τη σημαντική συρρίκνωση της ελληνικής οικονομίας.

Η διείσδυση του factoring, αποτελεί πιθανόν λύση στην υπάρχουσα συγκυρία της αγοράς. Σήμερα διαδίδεται ο χαρακτηρισμός του factoring ως το «δίκαιο» μέσο χρηματοδότησης - καθώς οι εταιρείες factoring βοηθούν τις επιχειρήσεις με υγιή κύκλο εργασιών να ενισχύσουν τη ρευστότητά τους, ακόμα κι αν τα ίδια κεφάλαια ή η κερδοφορία τους ήταν καλύτερες στο παρελθόν(CFO,2010).

3.3 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ FACTORING

Με την πλήρη απελευθέρωση του εμπορίου οι συνθήκες ανταγωνισμού γίνονται οξύτερες. Οι μικρές και μεσαίες προ πάντων επιχειρήσεις, αισθάνονται πιο έντονα την ανάγκη εξαγωγικών δραστηριοτήτων για να επιβιώσουν. Αναπόφευκτα θα προσανατολιστούν στην υποστήριξη των τραπεζών μέσω της τεχνικής factoring για άντληση κεφαλαίων και επιμερισμό των κινδύνων. Ασφαλώς, το Ευρώ (€) διασφαλίζει από τον κίνδυνο της μεταβολής των συναλλαγματικών ισοτιμιών για το εσωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Προβόπουλος, 2000).

Ο συνδυασμός όμως του θεσμού με σειρά άλλων υπηρεσιών, που οι εκσυγχρονιζόμενες τράπεζες προσφέρουν στις επιχειρήσεις, αποτελούν τη βάση ευρείας συνεργασίας και μάλιστα με πρωτοβουλία των τραπεζών (Αρτίκης, 2009).

Η μεγάλη αγορά είναι απαιτητική στην ποικιλία και ποιότητα των προϊόντων και χρειάζονται πρόσθετες εμπορικές και χρηματοδοτικές προσπάθειες από τις επιχειρήσεις μέχρι να εισρεύσει ο κύκλος εργασιών στο ταμείο.

Ο κύκλος εργασιών του Factoring σε διεθνές επίπεδο σύμφωνα με στοιχεία του σπουδαιότερου δικτύου Factor Chain International το 1991, έφτασε στα 266 δισ.\$ (διπλασιασμός εντός πενταετίας) με επικεφαλής την Ευρώπη (60%), ακολουθούμενη από Αμερική (28%), Ασία (10%) κλπ. Το ίδιο διάστημα, στον ευρωπαϊκό χώρο προηγείται η Ιταλία με 75δισ.\$ και έπονται Ενωμένο Βασίλειο (28,4 δισ.\$), Γαλλία (15,8δισ.\$), Ολλανδία (11 δισ.\$), Γερμανία (10,6 δισ.\$), κ.ο.κ.

Σήμερα η οικονομική κρίση και η έλλειψη ρευστότητας ωφελεί την επέκταση του factoring, δηλαδή την παραχώρηση των απαιτήσεων (τιμολογίων) μίας επιχείρησης που προέρχονται από την επί πιστώσει πώληση εμπορευμάτων και υπηρεσιών στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων.

Οι εταιρείες προσφέρουν μία δέσμη υπηρεσιών όπως χορήγηση προκαταβολών, κάλυψη πιστωτικού κινδύνου, έλεγχο φερεγγυότητας

αγοραστών, λογιστική παρακολούθηση, είσπραξη απαιτήσεων. Στόχος των επιχειρήσεων είναι η μείωση των επισφαλειών και η αύξηση της ρευστότητας.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από το σύνολο της παρούσας εργασίας, συμπεραίνουμε ότι μέσω του factoring, αυξάνεται σημαντικά ο βαθμός ρευστότητας μιας επιχείρησης, βελτιώνεται η διαχείριση των χρηματο-οικονομικών της επιχείρησης και μειώνεται το λειτουργικό κόστος. Παράλληλα αξιοποιούνται οι δυνατότητές της, η επιχείρηση γίνεται πιο ανταγωνιστική, η προώθηση παλαιών και νέων προϊόντων σε αγορές του εξωτερικού και αποκτάται δίκτυο εμπορίας και πληροφόρησης στο εξωτερικό μέσω του factoring. Τέλος αξιοποιούνται τα προϊόντα που έχουν καλές προδιαγραφές για εξαγωγές, ενισχύονται οι επιχειρήσεις που διαθέτουν καλή οργάνωση, διαχείριση και καλή ποιότητα προϊόντων, παρέχεται προστασία από κινδύνους του εξωτερικού εμπορίου και δεν απαιτείται η ύπαρξη εμπράγματων ασφαλειών.

Οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται για το factoring είναι το διαρκώς αυξανόμενο επίπεδο εξειδίκευσης, που αποκτούν οι ελληνικοί οργανισμοί factoring, η συνεχής τεχνολογική εξέλιξη και η ανάπτυξη του internet factoring.

Το factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής παρουσιάζει τελευταίως αυξημένη ζήτηση και διότι οι ασφαλιστικές εταιρίες, λόγω των ζημιών που έχουν υποστεί, αποφεύγουν να δίνουν όρια στους factors με τους οποίους συνεργάζονταν στο παρελθόν. Με το factoring χωρίς αναγωγή στον πιστούχο της τράπεζας επιτρέπεται η μη εγγραφή της προεξόφλησης ως δάνειο στον ισολογισμό της επιχείρησης, αλλά ως πώληση του περιουσιακού στοιχείου των εμπορικών

απαιτήσεων, βελτιώνοντας έτσι την εικόνα των χρηματοοικονομικών δεικτών της επιχείρησης.

Σε σχέση με τον τραπεζικό δανεισμό, το factoring προσαρμόζεται εύκολα στο ύψος των πωλήσεων του πελάτη, συνεπώς δεν εξαρτάται από την ύπαρξη εμπράγματων εξασφαλίσεων, δεν απαιτεί ύπαρξη μεταχρονολογημένων επιταγών εκ μέρους των οφειλετών, πολλοί από τους οποίους περιορίζουν αισθητά τη χρήση τους, ενώ προσφέρει και συνεχή αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας και της εισπραξιμότητας των εκχωρημένων οφειλετών.

Συμπερασματικά το factoring αποτελεί ένα σύγχρονο χρηματοοικονομικό εργαλείο το οποίο περιλαμβάνει ένα ευρύτερο από την απλή χρηματοδότηση, σύνολο υπηρεσιών. Πιο συγκεκριμένα ο «πράκτορας» (ή factor) έχει τη δυνατότητα και την τεχνογνωσία να παρέχει σε έναν προμηθευτή προϊόντων ή υπηρεσιών, ολοκληρωμένες υπηρεσίες προεξόφλησης, διαχείρισης, είσπραξης και κάλυψης πιστωτικού κινδύνου των επιχειρηματικών απαιτήσεων έναντι των οφειλετών (αγοραστών) ενώ σε πολλές περιπτώσεις είναι δυνατόν οι συγκεκριμένες υπηρεσίες να παρέχονται επιλεκτικά ανάλογα με τις ανάγκες των επιχειρήσεων.

Με τον τρόπο αυτό οι επιχειρήσεις που κάνουν χρήση των συγκεκριμένων υπηρεσιών έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν τη ρευστότητά τους, συνδέοντάς τη μάλιστα με το ρυθμό αύξησης των πωλήσεών τους, να αναθέσουν την είσπραξη και τη διαχείριση των απαιτήσεών τους σε εξειδικευμένους επαγγελματίες και επίσης να απολαύσουν την κάλυψη πιστωτικού κινδύνου ή απλά των αξιολόγηση πιστωτικού ελέγχου των οφειλετών (αγοραστών) από τον

«πράκτορα», δεδομένων και των ιδιαιτεροτήτων που παρουσιάζει η ελληνική αγορά με μακροχρόνιες πιστώσεις και χρήση των μεταχρονολογημένων επιταγών ως μέσο πληρωμής.

Γενικότερα θα λέγαμε ότι το factoring παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις προς την εταιρική πελατεία. Επιπλέον λόγω της οικονομικής κρίσης την οποία διανύουμε κατά την οποία τα φαινόμενα δυσχερειών είσπραξης και γενικευμένων καθυστερήσεων στις πληρωμές είναι συχνότερα, η ανάπτυξη των υπηρεσιών factoring με όσο το δυνατόν καλύτερη διαχείριση και έλεγχο του πιστωτικού κινδύνου, είναι πολύτιμη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

Αθανασίου Σ. (2009). Αφιέρωμα factoring-forfaiting. Περιοδικό Χρήμα 356

Αρτίκης, Γ.,(2009). Χρηματοοικονομική Διοίκηση. Αθήνα, Σταμούλης

Αρχοντάκης Α (1995), Η εξέλιξη των αγορών εργασίας στο χρηματοπιστωτικό τομέα - Διακρατικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα AFFET (UIB, ΟΤΟΕ, SBSI), ΙΝΕ - ΟΤΟΕ

Βάθης Β. (1995). Η σύμβαση Factoring. Εκδόσεις Αφοί Π. Σάκκουλα, Αθήνα

Γαλάνης, Β. (1994). Leasing, Factoring, Forfeiting, Franchising, Venture capital. Η λειτουργία των σύγχρονων χρηματοοικονομικών θεσμών στη χώρα μας. Αθήνα: Εκδόσεις Α. Σταμούλης.

Γεωργακόπουλος Χ.,(2006), Το Factoring-Ορισμός, Ανάκτηση στις 20-9-08 από [http:// www.efg.gr](http://www.efg.gr)

Γεωργιάδης, Α. (2000). Νέες Μορφές Συμβάσεων της Σύγχρονης Οικονομίας. Leasing, Factoring, Forfeiting, Franchising. Αθήνα: εκδόσεις Αντ.

Γεωργόπουλος Χ. (2005). Χρηματοοικονομική Διοίκηση των Επιχειρήσεων. Αθήνα: εκδόσεις Ελληνική Ακαδημία Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Δαρεφέρας Κ. (2009). Πλεονέκτημα του Factoring είναι ότι βασίζεται στο εύρος και την ισχύ των πελατών του εκάστοτε προμηθευτή, παρά στους ίδιους τους προμηθευτές.

Ανακτημένο

από:

<http://www.hrima.gr/article.asp?view=796&ref=782>

Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας (2010). Το Factoring αποτελεί έναν κλάδο με δυναμική πορεία. Ανακτημένο από:

http://www.nextdeal.gr/index.php?option=com_k2&view=item&id=3983:%CE%84%CE%BF-factoring-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CE%AF-%CE%AD%CE%BD%CE%B1%CE%BD-%CE%BA%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%BF-%CE%BC%CE%B5-%CE%B4%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1&Itemid=41

Καναλουπίτης Χ. (2009). Αφιέρωμα factoring-forfaiting. Περιοδικό Χρήμα 356

Κοντόπουλος Α. (2009). Αφιέρωμα factoring-forfaiting. Περιοδικό Χρήμα 356

Ναυτεμπορική (2011). 2010: Εκτίναξη του factoring στην Ελλάδα με τζίρο 14,7 δισ. Ευρώ. Ανακτημένο από:

<http://www.naftemporiki.gr/news/pstory.asp?id=2021852>

Παπαδόπουλος Γ.,(2004),Factoring, Ανάκτηση στις 2-9-08 από <http://www.ine.otoe.gr>

Προβόπουλος Γ (2000),Το Ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα - Τάσεις και προοπτικές”, Έκδοση IOBE, Αθήνα

Ξενόγλωσση

Andersen, A. (1998). Building your Business With Customer Focus Solutions. New York: Touchstone Editions

Broker B.,(1990), Competition in Banking- Organization for Economic Co-Operation and Development

Corporate finance (2011). Factoring: Ευκαιρία ανάπτυξης τα κακώς κείμενα της ελληνικής αγοράς. Ανακτημένο από:

<http://www.cfoagenda.gr/default.asp?pid=9&la=1&cID=5&arId=331>

Greene, W. H (2000). Econometric Analysis. Prentice Hall International, Inc.

Heracleous, L. (1998). Strategic thinking or strategic planning? Long Range Planning, 31 (3)

ICAP.,(2008). Ελληνικός Οικονομικός Οδηγός

Jens Otto Storup (1995),Η εξέλιξη των απαιτούμενων προσόντων για τον τραπεζικό κλάδο στις Ευρωπαϊκές χώρες” - Διακρατικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα AFFET (UIB,ΟΤΟΕ,SBSI) - INE - ΟΤΟΕ

Khaled, S.,(2001). “The Role of Factoring in Financing UK SME’s”. Journal of Small Business and Enterprise Development: 37 – 46

Kotler P.,(2000), Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ, Αθήνα, Interbooks“

Pindyck, R.S., and D.L. Rubinfeld (1991). Econometric Models and Economic Forecasts. McGraw-Hill, Inc

Stefano Miani (2000), Διεθνές και Ευρωπαϊκό τραπεζικό σύστημα, Διακρατικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα AFFET (UIB,ΟΤΟΕ,SBSI), INE - ΟΤΟΕ

Stell, R & Donoho,C, “Classifying services from a consumer perspective”

Journal of services Marketing, Volume 10 Number 6 1996 pp. 33-44

Winning combination” Marketing Business, London: C.I.M., November 2000

p.11



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
(Τ.Ε.Ι.) ΠΑΤΡΑΣ
Βιβλιοθήκη

Μεγ. Αλεξάνδρου 1
Κουκούλι Πάτρας
263 34 Π Α Τ Ρ Α

Πληροφορίες: Α. Αταμέγκου

Τηλέφωνο: 2610 – 369057/55
FAX: 2610 – 369085
e-mail: library@teipat.gr

Βαθμός Ασφαλείας

Πάτρα,

Αριθ. Πρωτ. Βαθμός Προτεραιότητας

ΠΡΟΣ: Τη Γραμματεία του Τμήματος
Μηχανολογίας

ΒΕΒΑΙΩΣΗ

Βεβαιώνεται ότι ο/η σπουδαστής/τρια
του Τμήματος Μηχανολογίας με αριθμό μητρώου δεν έχει
εκκρεμότητες με τη Βιβλιοθήκη.

Η Αν. Προϊσταμένη του
Τμήματος Εκδόσεων και Βιβλιοθήκης

Αναστασία Αταμέγκου
Βιβλιοθηκονόμος