

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
Η ΣΥΜΒΑΣΗ LEASING (ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ)	
1.Ορισμός.....	8
2.Ιστορική εξέλιξη της χρηματοδοτικής μίσθωσης	8
3. Κατηγορίες χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	11
4. Τομείς εφαρμογής	12
5. Διαδικασίες και κόστος.....	13
6.Τρόποι εφαρμογής του leasing και ανάγκες που καλύπτουν.....	13
7.Χαρακτηριστικά σύμβασης χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	16
8.Πλεονεκτήματα.....	17
9.Μειονεκτήματα.....	18
10.Εταιρείες leasing στην Ελλάδα.....	19
11.Το ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο του leasing.....	20
12.Αγορά χρηματοδοτικής μίσθωσης(την περίοδο 1994 – 2003) και προοπτικές του θεσμού.....	21
Η ΣΥΜΒΑΣΗ FACTORING (ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ)	
1. Ορισμός.....	25
2.Ιστορική εξέλιξη.....	26
3.Κατηγορίες factoring και τα χαρακτηριστικά τους	28
4.Η σύμβαση factoring και τα πρόσωπα της.....	33
5.Υπηρεσίες που παρέχονται από έναν πράκτορα	34
6. Η οικονομική υπόσταση του θεσμού.....	36

7. Ποιές επιχειρήσεις ενδείκνυται να κάνουν χρήση των υπηρεσιών factoring.....	37
8. Ωφέλειες για τον πελάτη και τον προμηθευτή μέσω της χρήσης factoring.....	37
9. Μειονεκτήματα του factoring.....	40
10. Το factoring στην Ελλάδα-Εταιρείες factoring στην Ελλάδα.....	40
11. Αγορά factoring και οι προοπτικές του θεσμού.....	43

Η ΣΥΜΒΑΣΗ FORFAITING (ΠΩΛΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ)

1. Εισαγωγή.....	46
2. Έννοια του forfeiting.....	46
3. Ιστορική ανασκόπηση.....	47
4. Οικονομική σημασία του forfeiting.....	49
5. Η διαδικασία του forfeiting.....	50
6. Πλεονεκτήματα.....	51
7. Διάκριση του forfaiting από το factoring.....	52

(ΤΟ VENTURE CAPITAL ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ)

1. Το περιεχόμενο του venture capital.....	55
2. Ιστορική εξέλιξη.....	56
3. Μορφές εμφάνισης venture capital.....	57
4. Μακροοικονομική και κοινωνική προσέγγιση.....	58
5. Σε ποιες επιχειρήσεις απευθύνεται το venture capital.....	59
6. Μεθοδολογία χρηματοδότησης επιχειρήσεων venture capital.....	60

7.Βασικά χαρακτηριστικά πολιτικής που ακολουθούν οι εταιρείες venture capital.....	62
8.Οι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση ενός venture capital για επένδυση σε μια εταιρεία.....	63
9. Η ρευστοποίηση των επενδύσεων.....	64
10. Πλεονεκτήματα venture capital.....	64
11.Το ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο για τις εταιρείες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου υψηλού κινδύνου.....	65
12. Οι προοπτικές του venture capital.....	67
Η ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING (ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗ Ή ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ)	
1. Έννοια.....	70
2. Ιστορική εξέλιξη.....	70
3. Μορφές franchising.....	72
4. Περιεχόμενο της σύμβασης franchising.....	75
5. Μεθοδολογία ανάπτυξης συστήματος franchising.....	78
6. Πλεονεκτήματα του franchising.....	82
7.Μειονεκτήματα του franchising.....	84
8. Αγορά franchising.....	85
9.Οι προοπτικές του franchising στην Ελλάδα.....	87

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Βάθης Βασίλειος, Η σύμβαση factoring
- Γεωργάτος Γεώργιος, Οι νέες μορφές συμβάσεων στις σύγχρονες οικονομικές συναλλαγές
- Γεωργιάδης Απόστολος, Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας
- Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, Νέες μορφές τραπεζικών εργασιών
- Θεμελή Χρυσάνθη, Προς ένα νέο φαινόμενο συναλλαγών, το factoring
- Κωστάκης Δημήτριος, franchising – Νομική και επιχειρηματική διάσταση
- Κουνσουλής Στέργιος, Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης επιχειρήσεων
- Λαζαρίδης Ιωάννης, Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης
- Μαλακός Παναγιώτης, Νέοι χρηματοδοτικοί θεσμοί
- Μάζης Παναγιώτης, Το venture capital
- Μητσιόπουλος Γεώργιος, Factoring – forfaiting
- Σουφλερός Ηλίας, Η σύμβαση franchising

B. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Martinek Michael, franchising
- Tyebjee and Bruno, «A model of venture capitalist investment activity» Management Science, vol. 30, No 9, σελ. 1051-106
- Wells (Venture Capital Decision Making, Διδακτορική Διατριβή, Carnegie Mellon University
- Zopounidis, «Venture capital modelling: Evaluation criteria for the appraisal of investments», The Financier, vol. 1, no. 2, σελ. 54-6
- Silver, Venture Capital: The Complete Guide for Investors, John Wiley and Sons, New York
- Copin, Le capital-Risque en France, Precepta, Paris,

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η τεχνολογική ανάπτυξη και η ολοένα εντεινόμενη διεθνοποίηση των συναλλαγών συντέλεσαν τις τελευταίες δεκαετίες στη γέννηση και ταχεία διάδοση νέων, μέχρι τώρα λίγο-πολύ άγνωστων, μορφών συμβάσεων σε διάφορους τομείς της οικονομίας, από τον τομέα των χρηματοδοτήσεων και των επενδύσεων μέχρι την πληροφορική ή την οργάνωση της διοίκησης και λειτουργίας των επιχειρήσεων.

Τα τελευταία χρόνια, γίνεται ολοένα και περισσότερο αντιληπτό η εισαγωγή σύγχρονων θεσμών στη χώρα μας, οι οποίοι καλύπτουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων με περισσότερο εξειδικευμένους και αποτελεσματικούς τρόπους. Θεσμοί αυτοί είναι:

- η χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)
- η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (Factoring)
- το κεφάλαιο επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital)
- η πώληση επιχειρηματικής απαιτήσεως (Forfaiting)
- η δικαιοχρησία (Franchising)

Η ΣΥΜΒΑΣΗ LEASING (ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ)

1.Ορισμός

Η χρηματοδοτική μίσθωση (leasing) είναι μια σύγχρονη μέθοδος μεσομακροπρόθεσμης χρηματοδότησης επιχειρήσεων και επαγγελματιών για την απόκτηση παγίων στοιχείων, δηλαδή εξοπλισμού και ακινήτων για επαγγελματική χρήση.

Κάθε επιχείρηση βιομηχανική, βιοτεχνική, εμπορική, κατασκευαστική, τουριστική, γεωργική, μεταφορών, υπηρεσιών κ.λπ. ανεξάρτητα από νομική μορφή και μέγεθος, καθώς και κάθε επαγγελματίας μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτή τη μορφή χρηματοδότησης.

Η επιχείρηση ή ο επαγγελματίας επιλέγει τον εξοπλισμό ή το ακίνητο που θεωρεί κατάλληλο για τις ανάγκες του, η εταιρία leasing αγοράζει τον εξοπλισμό αυτόν από τον προμηθευτή ή το ακίνητο από τον ιδιοκτήτη του και στη συνέχεια ενοικιάζει το μεν εξοπλισμό για περίοδο τουλάχιστον τριών χρόνων, το δε ακίνητο τουλάχιστον για δέκα χρόνια. Στο τέλος της μισθωτικής περιόδου, ο μισθωτής μπορεί είτε να εξαγοράσει το πάγιο (εξοπλισμός-ακίνητο) συνήθως έναντι συμβολικού τιμήματος είτε να ανανεώσει τη σύμβαση για ορισμένο χρόνο

2.Ιστορική εξέλιξη της χρηματοδοτικής μίσθωσης

Από την τρίτη χιλιετηρίδα, την εποχή του Ιουστινιανού και από την εποχή της βιομηχανικής επανάστασης, έως τον 20^ο αιώνα, ήταν εμφανής ο μηχανισμός leasing, προσαρμοσμένος ανάλογα με την εποχή.

Κατά τη δυναστεία MERIAS, στην Αίγυπτο, καταρτίστηκε κάποια πράξη με την οποία, ένας κτηματίας εκμίσθωσε σε κάποιον μια έκταση γης, μαζί με όλο τον εξοπλισμό, τους δούλους και τα κοπάδια ζώων, έναντι περιοδικών καταβολών, για διάστημα ίσο με επτά πλημμύρες.

Στην εποχή του Ιουστινιανού η μίσθωση περιλάμβανε κυρίως γεωργικά εργαλεία και άλογα.

Στην Αγγλία, λόγω των νομικών περιορισμών που ίσχυαν για τη μεταβίβαση γης, η εκμίσθωση κτηρίων και γεωργικών εκτάσεων είχε πάρει σημαντική έκταση, ενώ η βιομηχανική επανάσταση είχε σαν αποτέλεσμα την περαιτέρω ανάπτυξη του θεσμού της εκμισθώσεως (χαρακτηριστική είναι η μίσθωση για 999 χρόνια, το 1844, του σιδηροδρόμου LONDON και GREENWICH, από το σιδηρόδρομο SOUTHERN EASTERN RAILWAY.

Από το 1855 μέχρι το 1862, ιδιώτες επιχειρηματίες, δημιούργησαν 18 εταιρείες μισθώσεως μεταφορικών βαγονιών στην Αγγλία.

Ο συνήθης χρόνος εκμίσθωσης, ήταν πέντε χρόνια και συχνά δινόταν η δυνατότητα στο μισθωτή να αγοράσει τα βαγόνια στο τέλος της μίσθωσης.

Στις ΗΠΑ, στην πρώτη δεκαετία του αιώνα , ομάδες κεφαλαιούχων , αγόραζαν βαγόνια και τα εκμίσθωναν μακροχρόνια στους σιδηρόδρομους, ενώ στην Αγγλία στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και στις αρχές του 20^{ου} , ποικιλίες μηχανών και ειδών εξοπλισμού διατίθονταν μόνα ή κυρίως με τη μέθοδο εκμίσθωσης.

Η σύγχρονη φάση της χρηματοδοτικής μίσθωσης αρχίζει το 1952, όταν ο HENDRY SCHONFELD, ίδρυσε με κεφάλαιο 20.000 δολαρίων την UNITED STATES LEASING INTERNATIONAL INC, και είναι η μεγαλύτερη στον κόσμο , ανεξάρτητη εταιρεία χρηματοδοτικών μισθώσεων.

Το παράδειγμα του SCHONFELD, το ακολούθησαν μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις κεφαλαιουχικών αγαθών. Στις αρχές του 1960 , οι αμερικανικές εμπορικές τράπεζες πήραν την άδεια χρηματοδοτικής μίσθωσης .

Προς τα τέλη της δεκαετίας του 1970, οι επενδύσεις που καλύπτονταν στις ΗΠΑ μέσω χρηματοδοτικής μίσθωσης , ήταν κατά 25 φορές μεγαλύτερες από εκείνες που καλύπτονταν με εκδόσεις μετοχών και κατά 2/3 μεγαλύτερες από εκείνες που καλύπτονταν με ομολογιακές εκδόσεις, ενώ πάνω από 15% των νέων επενδύσεων σε εξοπλισμό και μηχανήματα, πραγματοποιούνταν με τη μέθοδο της χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Η διεθνοποίηση του θεσμού, άρχισε μια δεκαετία μετά την πρώτη εμφάνιση στις ΗΠΑ.

Στην περίοδο 1960-1962 εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης δημιουργήθηκαν στη Μεγάλη Βρετανία, Καναδά, Σουηδία, Δ. Γερμανία, Ελβετία και Γαλλία ενώ το 1963 στην Ιαπωνία, Βέλγιο, Φινλανδία, Ισπανία, Ιταλία, Ασία, Λατινική Αμερική, Αυστραλία και Γαλλόφωνες χώρες της Αφρικής.

Η σύμβαση της χρηματοδοτικής μίσθωσης ή σύμβαση leasing για πρώτη φορά καθιερώθηκε στην Ελλάδα με το Ν. 1665/1986. Η καθιέρωση και εφαρμογή του νόμου αυτού, είχε σαν αποτέλεσμα να διευρυνθούν οι χρηματοδοτικοί μηχανισμοί στους οποίους προσφεύγουν οι επιχειρήσεις και οι επαγγελματίες, για να ανανεώσουν , εκσυγχρονίσουν ή και να επεκτείνουν τις παραγωγικές τους εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό τους , εξοικονομώντας τα δικά τους κεφάλαια , τα οποία μπορούν να επενδύσουν επωφελέστερα σε άλλες οικονομικές δραστηριότητες.

Με το Ν.2367/1995, τροποποιήθηκε ο ανωτέρω νόμος και τοιουτοτρόπως επεκτάθη ο θεσμός του leasing και στα ακίνητα. Σύμφωνα με το άρθρο 1 παράγραφος 1 του Ν.1665/1986 όπως τροποποιήθηκε με το Ν.2367/1995, με τη σύμβαση της χρηματοδοτικής μίσθωσης, η εταιρία leasing (είτε είναι αλλοδαπή εγκατεστημένη στην Ελλάδα, είτε είναι ελληνική) υποχρεούται έναντι μισθώματος να παραχωρεί τη χρήση κινητού πράγματος ή ακινήτου ή και των δύο μαζί, αρκεί να προορίζονται αποκλειστικά και μόνο για επαγγελματική χρήση. Τέλος παρέχεται το δικαίωμα είτε να αγοράσει ο μισθωτής το πράγμα, είτε να ανανεώσει τη μίσθωση για αρκετό χρόνο.

Σε σχέση με την απόκτηση μέσω τραπεζικής χρηματοδότησης, το leasing ακινήτων πλεονεκτεί εφόσον:

-Δεν είναι επιθυμητή η δέσμευση σημαντικών κεφαλαίων σε φυσικά περιουσιακά στοιχεία(ακίνητα)

-Ενδιαφέρει η επιτάχυνση της απόσβεσης και η αποκόμιση αντίστοιχου φορολογικού οφέλους.

-Είναι εφικτή η συνομολόγηση ικανοποιητικών όρων leasing ,σε σχέση με τον τραπεζικό δανεισμό.

-Ενδιαφέρει η επιτάχυνση της απόσβεσης και η αποκόμιση αντίστοιχου φορολογικού οφέλους.

-Ενδιαφέρει η δόμηση ευέλικτων χρηματοδοτικών σχημάτων, τα οποία δεν οδηγούν κατ' ανάγκη στην απόκτηση του ακινήτου.

Από τα βασικά χαρακτηριστικά του leasing είναι ότι το ακίνητο καλύπτει μόνο επαγγελματικές ανάγκες και όχι κατοικία, όπως γράφει μεμονωμένα ή συγκροτήματα γραφείων, καταστήματα, πολυκαταστήματα, σουπερμάρκετ, αποθήκες, βιομηχανοστάσια, σταθμοί αυτοκινήτων, ξενοδοχεία, πρατήρια βενζίνης, κέντρα διασκέδασης, κινηματογράφοι, θέατρα, εκπαιδευτήρια, ιατρεία, φαρμακεία, και γενικά κάθε χώρος που εξυπηρετεί επαγγελματικές ανάγκες του μισθωτή.

Συμβάσεις leasing δεν γίνονται σε μεμονωμένα οικοπέδα παρά μόνο στο μέρος του οικοπέδου που με βάση τον συντελεστή δόμησης, αντιστοιχεί στο κτίριο ,έτσι ώστε κτίριο και οικόπεδο να συναποτελούν αντικείμενο στο leasing.

Με βάση το νόμο η διάρκεια leasing είναι τουλάχιστον 10 έτη. Μισθωτής μπορεί να είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο οποιαδήποτε μορφής και το μέρος του μισθώματος που αφορά το κτίριο εκπίπτει 100% από το εισόδημα του μισθωτή.

Μετά τη συμβατική ή και πρόωγη λήξη της σύμβασης leasing ακινήτου, το ακίνητο μεταβιβάζεται έναντι προσυμφωνημένου τιμήματος στο μισθωτή, και απαλλάσσεται από το φόρο μεταβίβασης , ενώ δεν απαλλάσσεται από το φόρο η αρχική αγορά του ακινήτου από την εταιρία leasing.

η εταιρία leasing κάνει αποσβέσεις ανάλογα με τη διάρκεια της σύμβασης και μόνο για την αξία του κτιρίου ενώ η αξία του οικοπέδου δεν αποσβήνεται. Ο μερισμός των αξιών γίνεται κατ' αναλογία των αντικειμενικών προσδιορισμών.

Η αρχική αγορά και εκμίσθωση του ακινήτου επιβαρύνεται με φόρο μεταβίβασης 9% και λοιπά έξοδα, συμβολαιογραφικά, δικηγορικά κλπ. φθάνοντας στη συνολική επιβάρυνση 12% της αξίας του ακινήτου, επιβαρύνσεις που βαρύνουν τον μισθωτή και με τη μορφή αυξημένου πριμ του μισθώματος καταβάλλονται προς την εταιρία leasing.

Αν η αξία συναλλαγής εταιρία leasing-μισθωτή είναι μικρότερη ή ίση της αντικειμενικής, ο φόρος μεταβίβασης υπολογίζεται επί της αντικειμενικής, αν την υπερβαίνει υπολογίζεται επί της αξίας της συναλλαγής ενώ τα μισθώματα leasing ακινήτων απαλλάσσονται από ΦΠΑ.

Σύμφωνα με το νόμο που ψηφίστηκε οι συναλλαγές leasing ακινήτων απαλλάσσονται από το φόρο και ο πωλητής του ακινήτου ταυτίζεται με το μισθωτή, δηλαδή των συναλλαγών πώλησης και εκμίσθωσης(sale and leaseback).Η εξέλιξη αυτή θα έχει σαν αποτέλεσμα τη σημαντική αύξηση των εργασιών αυτού του τύπου.

Με το άρθρο 1 παράγραφος 3 του Ν.2367/1995 ,στην έννοια του ακινήτου συμπεριλαμβάνονται:

-Οι αγροτικές εκτάσεις

-Οι οριζόντιες και κάθετες ιδιοκτησίες με κτίσματα με τα ποσοστά του γηπέδου που αναλογούν στα συγκεκριμένα κτίσματα σε σχέση με τη δομήσιμη επιφάνεια του γηπέδου που αναλογεί στα συγκεκριμένα κτίσματα σε σχέση με τη δομήσιμη επιφάνεια του γηπέδου και γενικά τα κτίσματα συμπεριλαμβανομένου του γηπέδου που αναλογεί στα συγκεκριμένα κτίσματα, σε συνάρτηση με το εμβαδόν του και τη συνολική δομήσιμη επιφάνεια που μπορεί να γίνει στ γήπεδο και επιπλέον ακάλυπτος χώρος που από τις πολεοδομικές διατάξεις προβλέπεται σαν χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων.

Σήμερα παρατηρούμε ότι επιχειρήσεις συνάπτουν συμβάσεις με εταιρίες leasing , οι οποίες πολλές φορές αναλαμβάνουν αρχικά την κατασκευή ακινήτων, ανάλογα με τις ανάγκες και υποδείξεις των επιχειρήσεων και κατόπιν έναντι συμφωνημένου μισθώματος τα εκμισθώνουν σε αυτές.

3. Κατηγορίες χρηματοδοτικής μίσθωσης

Στην πράξη υπάρχουν οι εξής δυο βασικές κατηγορίες χρηματοδοτικής μίσθωσης:

- Οι χρηματοδοτικές ή κεφαλαιουχικές μισθώσεις
- Οι λειτουργικές η διαχειριστικές μισθώσεις

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ

Λειτουργική μίσθωση είναι η παραχώρηση έναντι μισθώματος της χρήσης παντός είδους κινητού και ακινήτου πράγματος σε επιχειρήσεις, επαγγελματίες ή ιδιώτες για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Οι Λειτουργικές Μισθώσεις περιλαμβάνουν εκτός του κεφαλαίου του εξοπλισμού, την συντήρηση, την επισκευή, την ασφάλιση και όλες τις υπηρεσίες που συνδέονται με την λειτουργία του εξοπλισμού.

Η εταιρεία κατόπιν εντολής του πελάτη της (μισθωτή) αγοράζει τον εξοπλισμό και στην συνέχεια τον μισθώνει στον μισθωτή. Με την λήξη της σύμβασης ο εξοπλισμός δεν μεταβιβάζεται στον μισθωτή, ο οποίος έχει την δυνατότητα να αποκτήσει καινούργιο εξοπλισμό, αλλά παραμένει στην κυριότητα του εκμισθωτή ο οποίος είτε τον μισθώνει σε άλλον (υποχρεωτικά) μισθωτή ή τον πωλεί στην δευτερογενή αγορά.

Το αντικείμενο των συμβάσεων λειτουργικής μίσθωσης δύναται να είναι ενδεικτικά :

- αυτοκίνητα ιδιωτικής ή επαγγελματικής χρήσης
- ιατρικός εξοπλισμός
- μηχανολογικός ή λοιπός κάθε είδους κινητός εξοπλισμός
- οικόπεδα, οικοδομές, οριζόντιες ή κάθετες ιδιοκτησίες, αγροτεμάχια, βιομηχανοστάσια, επαγγελματικές στέγες
- σκάφη αναψυχής καθώς και κάθε άλλο πλωτό μέσο
- φορτηγά και λεωφορεία ιδιωτικής, επαγγελματικής ή δημόσιας χρήσης
- αεροπλάνα, ανεμοπλάνα, ελικόπτερα και άλλα

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ

Η χρηματοδοτική μίσθωση είναι η μορφή εκείνη της σύμβασης κατά την οποία μια εταιρεία leasing που αποτελεί τον εκμισθωτή, παρέχει σε μια επιχείρηση η σε έναν επαγγελματία και για ορισμένη χρονική περίοδο ένα πάγιο περιουσιακό στοιχείο έναντι συγκεκριμένου μισθώματος. Με τη λήξη της συμβάσεως είναι δυνατόν ο μισθωτής είτε να ανανεώσει την μίσθωση ή να προβεί στην αγορά του πάγιου περιουσιακού στοιχείου. Η χρηματοδοτική μίσθωση είναι μια μορφή μίσθωσης κατά την οποία δεν παρέχονται υπηρεσίες συντήρησης, δεν είναι δυνατόν να ανακληθεί το πάγιο στοιχείο το οποίο και αποσβένεται πλήρως, πράγμα που σημαίνει ότι ο εκμισθωτής λαμβάνει μισθώματα τα οποία αντιστοιχούν στην πλήρη τιμή του πάγιου στοιχείου.

Μια τυπική συμφωνία χρηματοδοτικής μίσθωσης περιέχει δυο στάδια. Κατά το πρώτο στάδιο, ο μισθωτής διαλέγει τα ειδικά χαρακτηριστικά που επιθυμεί να έχει το περιουσιακό στοιχείο και διαπραγματεύεται με τον κατασκευαστή την τιμή και τους όρους της μεταβίβασης του. Κατά το δεύτερο στάδιο, ο μισθωτής που θα χρησιμοποιήσει το περιουσιακό στοιχείο συμφωνεί με μια τράπεζα ή μια επιχείρηση leasing (τον εκμισθωτή) για την αγορά του στοιχείου αυτού και την μίσθωση του. Οι όροι της μίσθωσης είναι τέτοιοι ώστε να επιτυγχάνεται η πλήρης απόσβεση του κόστους του εκμισθωτή συν ένα περιθώριο κέρδους. Ο μισθωτής οφείλει να χρησιμοποιεί το περιουσιακό στοιχείο με επιμέλεια και να εφαρμόζει όλες τις διατάξεις, οδηγίες, κάπου σχετίζονται με την καλή λειτουργία του. Στη σύμβαση μπορεί να καθοριστεί ένα ποσό που θα πρέπει να καταβάλλει ο μισθωτής στον εκμισθωτή σε περίπτωση απώλειας ή καταστροφής του μισθωθέντος περιουσιακού στοιχείου. Επίσης, η σύμβαση μπορεί η σύμβαση μπορεί να προβλέπει την απαγόρευση της παραχώρησης της χρήσης του περιουσιακού στοιχείου σε τρίτους χωρίς την έγγραφη άδεια του εκμισθωτή.

Εξ άλλου, όλα τα έξοδα που είναι σχετικά με την παραγγελία, μεταφορά και εγκατάσταση του περιουσιακού στοιχείου βαρύνουν αποκλειστικά τον μισθωτή, ο οποίος οφείλει να τα καταβάλλει απ' ευθείας στους δικαιούχους.

4. Τομείς εφαρμογής

Τα πάγια στοιχεία διακρίνονται στους εξής τομείς:

1. κινητά πάγια (Η/Υ, ελαφρώς μηχανολογικός εξοπλισμός, εργαλεία κάθε είδους κ.τ.λ.)
2. ακίνητα παγία (γη, οικόπεδα, βιομηχανικές και βιοτεχνικές εγκαταστάσεις).
3. εμπεπηγμένα πάγια στοιχεία (είναι εκείνα τα στοιχεία που δεν ανήκουν ούτε στα κινητά ούτε στα ακίνητα και ουσιαστικά είναι τα μηχανήματα που βρίσκονται στερεωμένα (εμπεπηγμένα) στο έδαφος.
4. λοιπά παγία στοιχεία (όπως για παράδειγμα πλοία και αεροπλάνα τα οποία ανάλογα με το μέγεθος τους θεωρούνται είτε κινητά είτε ακίνητα).

5. Διαδικασίες και κόστος

Οι διαδικασίες συνεργασίας μεταξύ του επενδυτή και της εταιρίας leasing είναι απλές και το κόστος αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Η έγκριση μιας σύμβασης leasing εξαρτάται από την πιστοληπτική ικανότητα του μισθωτή και το είδος της επένδυσης, αξιολογείται δε με τραπεζικά κριτήρια. Η σύμβαση leasing για εξοπλισμό δεν επιβαρύνεται με χαρτόσημο. Η αντίστοιχη σύμβαση για ακίνητο καταρτίζεται με συμβολαιογραφική πράξη. Τα ισχυρά φορολογικά πλεονεκτήματα που χαρακτηρίζουν το leasing, το καθιστούν μια ιδιαίτερα ελκυστική μορφή χρηματοδότησης. Επιπλέον, η προβλεπόμενη αποκλιμάκωση των επιτοκίων θα επηρεάσει ευνοϊκά και προς όφελος των επενδυτών τη διαμόρφωση των μισθωμάτων. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να αξιοποιήσουν τα οφέλη που τους παρέχει μια σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης, για να πραγματοποιήσουν επενδύσεις.

6. Τρόποι εφαρμογής του leasing και ανάγκες που καλύπτουν

Η δυνατότητα επιλογών στις διαδοχικές φάσεις διεκπεραίωσης μίας πράξης χρηματοδοτικής μίσθωσης διαμορφώνει τα ακόλουθα σχήματα εφαρμογής της: (Λαζαρίδης Ιωάννης, 1995)

I. ΑΜΕΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (DIRECT LEASING)

Πρόκειται για τεχνική μεγάλων βιομηχανικών επιχειρήσεων, που χρησιμοποιείται με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων τους, ενώ τη ρύθμιση του χρηματοδοτικού σκέλους την αναλαμβάνει εξειδικευμένη θυγατρική εταιρεία τους. Στην περίπτωση αυτή, ο κατασκευαστής αναλαμβάνει συνήθως και την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών, όπως λ.χ. τη συντήρηση, την εκπαίδευση του προσωπικού κ.α.

Είναι μια σύγχρονη τεχνική που προσφέρει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις και τους ελεύθερους επαγγελματίες να αποκτήσουν:

α. Κινητό Εξοπλισμό

Καινούριο ή μεταχειρισμένο εξοπλισμό από την Ελλάδα ή το εξωτερικό, όπως: μηχανήματα κάθε είδους, οχήματα επιβατηγά και φορτηγά, έπιπλα, ηλεκτρονικό εξοπλισμό, τηλεφωνικά κέντρα και δίκτυα, κλιματιστικά, εξοπλισμό ιατρείων, ξενοδοχείων και εστιατορίων, αγροτικά και οδοποιητικά μηχανήματα κ.λπ.

β. Επαγγελματική στέγη

Γραφεία, καταστήματα, βιομηχανικά και βιοτεχνικά κτίρια, εμπορικά και εκθεσιακά κέντρα, αποθήκες και άλλα ακίνητα για επαγγελματική χρήση.

Η επαγγελματική στέγη μπορεί να αποτελείται από αυτοτελή ακίνητα, αλλά και οριζόντιες ή κάθετες ιδιοκτησίες.

Έτσι οι επιχειρήσεις και οι ελεύθεροι επαγγελματίες αποκτούν τα μέσα για την άσκηση της δραστηριότητάς τους και συγχρόνως εκμεταλλεύονται όλα τα φορολογικά και λοιπά πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης, χωρίς να δεσμεύουν πλέον σημαντικά ίδια κεφάλαια.

II. ΜΙΣΘΩΣΗ ΜΕ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (SERVICE LEASING)

Είναι η περίπτωση που προαναφέρθηκε και κατά την οποία ο κατασκευαστής αναλαμβάνει συνήθως και την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών, όπως λ.χ. τη συντήρηση, την εκπαίδευση του προσωπικού κ.α.

Αυτή η περίπτωση συνήθως εντάσσεται στη σύμβαση άμεσης χρηματοδοτικής μίσθωσης, μπορεί όμως να αποτελεί και αυτοτελή σύμβαση.

III. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ - ΠΩΛΗΣΗ (VENDOR LEASING)

Είναι μία τεχνική προώθησης των πωλήσεων, κατά την οποία ένας προμηθευτής εξοπλισμού υπογράφει μία σύμβαση-πλαίσιο με μία εταιρεία leasing και στη συνέχεια προσκομίζει πελάτες για τελική αγορά μέσω της μακροπρόθεσμης ενοικίασης, που προσφέρει η εταιρεία leasing.

Από την εταιρεία αυτή ο προμηθευτής εισπράττει ολόκληρο το τίμημα κατά την υπογραφή της σύμβασης ενοικίασης με τον πελάτη.

Διάφοροι όροι υπεισέρχονται στην τελική σύμβαση, ανάλογα με τις επιθυμίες των πελατών, οπότε γίνεται λόγος για μίσθωση κατά παραγγελία (λ.χ. εποχιακή διακύμανση, ανάλογα με τις πωλήσεις του τελικού προϊόντος, στην πληρωμή των ενοικίων κ.α.)

Η συνεργασία μεταξύ της εταιρίας leasing και του προμηθευτή εξοπλισμού, με διάφορα σχήματα, συμβάλλει στην αύξηση των πωλήσεων και των δύο μερών. Η εταιρεία leasing αναλαμβάνει κίνδυνο έναντι του προμηθευτή - συνεργάτη της. Η μορφή αυτή προτιμάται από εισαγωγείς - εμπόρους αυτοκινήτων, computers κ.λ.π. Όλη η γραφειοκρατική διαδικασία καθώς και ο έλεγχος των πελατών - μισθωτών μετατίθεται στον προμηθευτή - συνεργάτη.

IV. ΕΙΔΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ (MASTER LEASE LINE)

Μεταξύ εταιρείας leasing και πελάτη μπορεί να υπογραφεί μία σύμβαση-πλαίσιο, η οποία να εφαρμόζεται κατά τη σταδιακή απόκτηση περισσότερων προγραμμάτων.

V. ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ή ΕΞΙΣΟΡΡΟΠΗΤΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (LEVERAGED LEASING)

Η περίπτωση αυτή εφαρμόζεται σε πράγματα πολύ μεγάλης αξίας (πλοία, αεροπλάνα, τρένα κ.α.) και προϋποθέτει τη σύμπραξη τεσσάρων μερών: του πελάτη, του βιομηχανικού κατασκευαστή, της εταιρείας leasing και ενός τραπεζικού οργανισμού. Η τράπεζα διαθέτει αμέσως το τίμημα στη βιομηχανία και εισπράττει ένα μερίδιο των ενοικίων από την εταιρεία leasing, η οποία δρα ως μεσάζων για την τοποθέτηση του εξοπλισμού. Η συμμετοχή της εταιρείας leasing συνήθως δεν ξεπερνά το ποσοστό του 40% της αξίας της επένδυσης.

VI. ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΑΝΑΜΙΣΘΩΣΗ ΠΑΓΙΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ (SALE&LEASE BACK)

Ο ενοικιαστής αγοράζει το πράγμα και στη συνέχεια το πωλεί στην εταιρεία εκμίσθωσης, από την οποία το ενοικιάζει.

Αυτός ο τρόπος επιλέγεται για την αντιμετώπιση εκτάκτων αναγκών ρευστότητας εκ μέρους του ενοικιαστή.

Επίσης, δίνεται η δυνατότητα στην επιχείρηση να βελτιώσει την εικόνα του ισολογισμού της μέσω της εξόφλησης τυχόν βραχυχρόνιου δανεισμού της που χρηματοδότησε την απόκτηση των παγίων.

Οι ελεύθεροι επαγγελματίες δεν επιτρέπεται να πουλήσουν στην εταιρεία leasing τα επαγγελματικά τους ακίνητα και στη συνέχεια να τα μισθώσουν, επιτρέπεται όμως να πουλήσουν τον εξοπλισμό τους.

VII. ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗ ή ΔΙΕΘΝΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗ (CROSS-BORDER ή OFF-SHORE LEASING)

Πρακτικά, ο προς μίσθωση εξοπλισμός αγοράζεται από εταιρεία leasing του εξωτερικού, μισθώνεται σε Ελληνική εταιρεία leasing, η οποία στη συνέχεια τον μισθώνει σε εγκατεστημένο στην Ελλάδα μισθωτή. Η περίπτωση αυτή διαφοροποιείται από τις προηγούμενες κατά το στοιχείο της πληρωμής των μισθωμάτων σε συνάλλαγμα, γεγονός που περικλείει πρόσθετους κινδύνους.

«Real estate leasing» (χρηματοδοτική μίσθωση ακινήτων).

Το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο, όπως διαμορφώθηκε από το Νόμο 2367/95, έχει καταστήσει ανενεργό το leasing ακινήτων λόγω νομικών κενών και φορολογικών παραλείψεων. Για το λόγο αυτό δεν έχει ακόμη προχωρήσει η πραγματοποίηση συμβάσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης ακινήτων. Τα σημαντικότερα σημεία του νόμου που τον έχουν καταστήσει ανενεργό αναφέρονται στην ιδιοκτησία και τις αποσβέσεις επί των οικοπέδων που αναλογούν στο εκμισθωμένο ακίνητο και στη διπλή φορολογία κατά τη μεταβίβαση του ακινήτου στην περίπτωση πώλησης και επαναμίσθωσης.

ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ

- Χρηματοδοτική ρύθμιση με ρήτρα συναλλάγματος
- Χρηματοδοτική ρύθμιση με σύνδεση σε οποιοδήποτε νόμισμα
- Κοινοπρακτική χρηματοδοτική μίσθωση
- Χρηματοδοτική ρύθμιση μέσω ομολογιακού δανείου

7.Χαρακτηριστικά σύμβασης χρηματοδοτικής μίσθωσης

Η διαδικασία απόκτησης εξοπλισμού με Leasing έχει ως εξής:

- 1.Ο επιχειρηματίας έρχεται σε επαφή με τον προμηθευτή, επιλέγει τον εξοπλισμό και διαπραγματεύεται την τιμή του.
- 2.Επικοινωνεί με το χρηματοδοτικό ίδρυμα της επιλογής του.
- 3.Εκθέτει το επενδυτικό πρόγραμμα, παρουσιάζει δικαιολογητικά (εγγυήσεις στο περίπου 80% της αξίας του εξοπλισμού, ισολογισμούς κ.λ.π.), ανακοινώνει τον προμηθευτή και κάνει σχετική αίτηση.
- 4.Η εταιρία Leasing αγοράζει τον εξοπλισμό και τον διαθέτει στον αιτούντα προς χρήση
- 5.Ο μισθωτής έχει μόνο το δικαίωμα χρήσης του εξοπλισμού και αναλαμβάνει όλους τους κινδύνους και τα έξοδα σχετικά με αυτόν (ασφάλιση, συντήρηση κ.λ.π.).
6. Ξεκινάει η καταβολή των συμφωνηθέντων δόσεων προς την εταιρία Leasing
- 7.Ο επιχειρηματίας καταβάλλει εφάπαξ 0.1-1% της αξίας της επένδυσης για το διαχειριστικό κόστος.

Το ελάχιστο ύψος επενδυτικών προγραμμάτων είναι 5 εκατ. δρχ. Η περίοδος αποπληρωμής είναι από 3 έως 5 χρόνια (και σε πολύ λίγες περιπτώσεις φτάνουν τα 7 χρόνια). Εάν διακοπεί το συμβόλαιο συνήθως γίνεται διακανονισμός ή καταπίπτουν οι εγγυήσεις. Στην παρούσα χρονική περίοδο τα επιτόκια leasing ανέρχονται σε 6-8%. Εφόσον εγκριθεί η χρηματοδότηση αυτή μπορεί να φτάσει το 100% της αξίας του εξοπλισμού ή του ακινήτου και η εκταμίευσή του ξεκινάει περίπου σε 25 ημέρες μετά την προσκόμιση των απαραίτητων δικαιολογητικών

Με την χρηματοδοτική μίσθωση δίδεται ακόμη η δυνατότητα στον μισθωτή να αγοράσει τον εξοπλισμό με τη λήξη της σύμβασης ή και πριν τη λήξη αυτής.

Συγκεκριμένα, ο μισθωτής με τη λήξη της σύμβασης, όπως ήδη αναφέραμε, μπορεί

- Να αγοράσει τον εξοπλισμό, συνήθως στο κόστος της υπολλειματικής αξίας του
- Να ανανεώσει τη σύμβαση για μια ακόμη χρονική περίοδο με νέους ή με τους ίδιους όρους
- Να διακόψει τη συνεργασία με τον εκμισθωτή επιστρέφοντας τον εξοπλισμό.(Γεωργάτος Γεώργιος, 2001).

8.Πλεονεκτήματα

Η χρήση του leasing παρέχει στον επενδυτή μια σειρά σημαντικών πλεονεκτημάτων, όπου τα κυριότερα είναι τα εξής:

1.Το κυριότερο πλεονέκτημα του leasing είναι η εξασφάλιση της χρηματοδότησης του νέου εξοπλισμού/ακινήτου κατά 100%, η άμεση χρησιμοποίηση αυτού του εξοπλισμού/ακινήτου και χωρίς να απαιτείται πάντοτε η ίδια συμμετοχή.

2.Τα μισθώματα που καταβάλλονται στην εταιρία leasing για τον εξοπλισμό και το τμήμα των μισθωμάτων που αφορά σε κτίριο θεωρούνται δαπάνες και μειώνουν το φορολογικό εισόδημα.

3.Ο μισθωτής απολαμβάνει ορισμένες φορολογικές απαλλαγές και οφέλη από αναπτυξιακούς νόμους. Συγκεκριμένα, τα μισθώματα εκπίπτουν εξολοκλήρου από τα έσοδα του μισθωτή, εξασφαλίζοντας έτσι μια αυξημένη φορολογική ωφέλεια σε σύγκριση πχ με την τοκοχρεωλυτική δόση του μακροπρόθεσμου δανεισμού όπου μόνον ο τόκος εκπίπτει.

4.Η διαδικασία υπογραφής μίας σύμβασης leasing είναι ταχύτερη και λιγότερο δαπανηρή έναντι της σύμβασης μακροπρόθεσμου δανεισμού. Συνήθως δεν χρειάζονται προσημειώσεις, υποθήκες κ.λπ., ενώ προβλέπονται μειωμένα συμβολαιογραφικά δικαιώματα και απαλλαγή από διάφορα τέλη και φόρους.

5.Ο επενδυτής μπορεί να επιτύχει καλύτερους όρους προμήθειας εξοπλισμού ή απόκτησης επαγγελματικού ακινήτου, καθώς η αξία τους εξοφλείται άμεσα τοις μετρητοίς.

6.Η διάρκεια της μίσθωσης και το ύψος του μισθώματος ορίζονται σύμφωνα με τις οικονομικές δυνατότητες της επιχείρησης, αφού ληφθούν υπόψη και τυχόν εποχικοί παράγοντες και έτσι δημιουργούνται σημαντικά πλεονεκτήματα για τον προγραμματισμό της επενδυτικής πολιτικής της επιχείρησης

7.Η πραγματοποίηση επένδυσης σε καινούριο εξοπλισμό μέσω leasing από νέες ή υφιστάμενες επιχειρήσεις μπορεί να συνδυαστεί με τα οφέλη που προκύπτουν από την υπαγωγή της στον αναπτυξιακό νόμο, εφόσον συντρέχουν οι προϋποθέσεις που ορίζονται από αυτόν.

8.Μετά τη λήξη της μισθωτικής περιόδου ο επενδυτής αποκτά την κυριότητα του παγίου έναντι προσυμφωνημένου (συνήθως συμβολικού) τμήματος. Η απόκτηση του ακινήτου είναι απαλλαγμένη από το φόρο μεταβίβασης.

9.Ο επενδυτής προστατεύεται από την τεχνολογική απαξίωση του εξοπλισμού που σταδιακά με την πάροδο του χρόνου μειώνεται η αξία τους(πχ μηχανολογικός εξοπλισμός), τον οποίο μπορεί να ανανεώνει χωρίς να δεσμεύει τα διαθέσιμα κεφάλαιά του.

10.Η χρηματοδοτική μίσθωση προστατεύει τον μισθωτή από την αύξηση του πληθωρισμού, καθώς τα μισθώματα συμφωνούνται στην αρχή της σύμβασης και παραμένουν σταθερά μέχρι την λήξη της και, έτσι δεν επηρεάζονται από μελλοντική ανάπτυξη του πληθωρισμού.

11.Βελτιώνεται η εικόνα του ισολογισμού της επιχείρησης και της κεφαλαιακής της διάρθρωσης.

12. Η μισθώτρια επιχείρηση, διατηρεί τα κίνητρα των Αναπτυξιακών Νόμων και των Προγραμμάτων της Ε.Ε.

13. Για τα τραπεζικά συγκροτήματα το leasing αποτελεί μία τεχνική διεύρυνσης της πελατείας τους και πολλαπλών κερδών, αφού, εκτός των άλλων αποκτούν διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών του εξοπλισμού και προσφέρουν πελατεία στις ασφαλιστικές εταιρείες.

14. Οι εταιρείες leasing διασφαλίζονται από τον κίνδυνο πτώχευσης του μισθωτή, διότι διατηρούν την ιδιοκτησία του εξοπλισμού και επιπλέον απολαμβάνουν σοβαρά φορολογικά κίνητρα (αποσβέσεις, σύσταση αφορολογήτου αποθεματικού).

Όσον αφορά τις επιπτώσεις τις οποίες έχει το LEASING στο πλαίσιο μιας Εθνικής Οικονομίας έχουν επίσης παρατηρηθεί τα εξής αποτελέσματα

1. Αναπτύσσεται ένας σύγχρονος εξειδικευμένος χρηματοδοτικός θεσμός.
2. Παρέχεται σημαντική βοήθεια στην ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
3. Αυξάνεται η παραγωγικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και βελτιώνεται η ανταγωνιστικότητα τους στο διεθνή επιχειρηματικό στίβο.

9.Μειονεκτήματα

Η χρήση, όμως, του leasing περιέχει και ορισμένα μειονεκτήματα, όπως:

- Το φαινομενικό κόστος του leasing είναι υψηλότερο από το επιτόκιο τραπεζικού δανεισμού. Η βαθύτερη διερεύνηση των φοροαπαλλαγών μετριάξει την πρώτη εντύπωση, συνήθως, μάλιστα, δημιουργεί πλεονεκτική κατάσταση.
- Διαφεύγει η ωφέλεια από τη φοροαπαλλαγή των αποσβέσεων στην περίπτωση του ιδιόκτητου εξοπλισμού, ωφέλεια που συμψηφίζεται μέχρι ενός βαθμού από την πλήρη φοροαπαλλαγή των μισθωμάτων.
- Παρά τη θετική σχέση ιδίων προς ξένα κεφάλαια, μπορεί να εκδηλωθεί δισταγμός των τραπεζών για χρηματοδότηση μίας επιχείρησης, όταν ο εξοπλισμός της τελευταίας στηρίζεται στη μέθοδο του leasing.
- Ο μισθωτής αναλαμβάνει όλους τους κινδύνους από τυχαία περιστατικά ή ανώτερα βία έναντι του εκμισθωτή και διατρέχει τον κίνδυνο της έκτακτης καταγγελίας της σύμβασης αν αθετήσει κάποιον όρο της για σημαντικό διάστημα. Στην περίπτωση αυτή, ο εκμισθωτής μπορεί να του αφαιρέσει τον εξοπλισμό και να απαιτήσει την άμεση πληρωμή όλων των μισθωμάτων μέχρι τη λήξη της σύμβασης.
- Ο μισθωτής υπόκειται στους ελέγχους του εκμισθωτή για τη διαπίστωση της καλής λειτουργικής κατάστασης του εξοπλισμού

10.Εταιρείες leasing στην Ελλάδα

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	ΧΡΟΝ/ΓΙΑ ΙΔΡΥΣΗΣ
1. ALPHA LEASING	ΑΛΦΑ ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΙΣΤΕΩΣ 50% ΛΟΙΠΟΙ ΜΕΤΟΧΟΙ 50%	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 1981
2. ETBA LEASING	ΚΥΡΙΟΣ ΜΕΤΟΧΟΣ Η ΕΤΒΑ	1987
3. CITI LEASING	ΕΞ ΟΛΟΚΛΗΡΟΥ ΘΥΓΑΤΡΙΚΗ ΤΗΣ CITI BANK	1987
4. ΕΜΠΟΡΙΚΗ LEASING	ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΕ ΣΑΝ JOINT VENTURE ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΤΗΣ BANK NATIONAL DE PARIS ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΑΠΟ ΤΟ 1990 ΜΕΧΡΙ ΤΟ 1993. ΣΗΜΕΡΑ Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΑΤΕΧΕΙ ΤΟ 100% ΤΩΝ ΜΕΤΟΧΩΝ	ΜΑΡΤΙΟΣ 1990
5. ATE LEASING	ΑΤΕ 100%	ΑΠΡΙΛΙΟΣ 1991
6. ERGO LEASING	ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΕΤΟΧΟΣ ΕΙΝΑΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	1991
7. ABN - AMRO LEASING	ABN – AMRO BANK	1991
8. ΠΕΙΡΑΙΩΣ LEASING	ΚΥΡΙΟΣ ΜΕΤΟΧΟΣ ΕΙΝΑΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 1993
9. ΙΟΝΙΚΗ LEASING	ΙΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ 100%	ΙΟΥΝΙΟΣ 1993

Ασχολούνται ακόμη με το leasing οι τράπεζες Κύπρου, Εγνατίας, Γενική, Λαϊκή, Αγροτική. Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι σχεδόν όλες οι τράπεζες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό προσφέρουν υπηρεσίες χρηματοδότησης leasing για την εκπληρώσει των αυξημένων αναγκών των επιχειρήσεων.

11. Το ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο του leasing

Η σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης γίνεται μεταξύ ειδικευμένης εταιρείας και επιχείρησης ή επαγγελματία με σκοπό την παραχώρηση έναντι μισθώματος στην επιχείρηση ή τον επαγγελματία της χρήσης κινητού πράγματος και ταυτόχρονα του δικαιώματος είτε αγοράς είτε ανανέωσης της μίσθωσης για ορισμένο χρόνο.

Οι ειδικευμένες εταιρείες στις συμβάσεις leasing ιδρύονται με αυτό τον αποκλειστικό σκοπό και κατόπιν ειδικής άδειας της Τράπεζας της Ελλάδος, άδεια η οποία είναι απαραίτητη και στην περίπτωση εγκατάστασης στην Ελλάδα παρόμοιων αλλοδαπών εταιρειών.

Το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο των εταιρειών leasing απαιτείται να είναι ίσο προς το κεφάλαιο σύστασης ανώνυμης τραπεζικής εταιρείας (4 δις δραχ. ή 12 εκ. €) ή προς το ήμισυ αυτού, όταν την πλειοψηφία του κατέχουν μία ή περισσότερες τράπεζες.

Τέλος, οι μετοχές των εταιρειών αυτών είναι ονομαστικές, ενώ την εποπτεία επί των εταιρειών αυτών ασκεί η Τράπεζα της Ελλάδος. Η σύμβαση leasing καταρτίζεται εγγράφως και καταχωρείται στο βιβλίο του άρθρου 5 του ΝΔ 1038/1949 (ΦΕΚ Α 149) του Πρωτοδικείου της κατοικίας ή της έδρας του μισθωτή και του Πρωτοδικείου Αθηνών και η διάρκειά της είναι πάντοτε ορισμένη και ποτέ μικρότερη των τριών ετών. Καθ' όλη τη διάρκεια της μίσθωσης το πράγμα ασφαλιζεται κατά κινδύνων τυχαίας καταστροφής ή χειροτερεύσεως, ενώ, τρίτα πρόσωπα δεν μπορούν να ασκήσουν κυριότητα ή άλλο εμπράγματο δικαίωμα επί του αντικειμένου της. Για τον καθορισμό του μισθώματος και του τιμήματος αγοράς του πράγματος από το μισθωτή, επιτρέπεται η συνομολόγηση ρητρών επιτοκίου ή είδους ή αξίας συναλλάγματος ή συνδυασμός των τριών.

Σε περίπτωση αγοράς του μισθίου πριν παρέλθει διετία από την έναρξη της μίσθωσης, ο μισθωτής οφείλει να καταβάλλει όλους τους φόρους και τις επιβαρύνσεις υπέρ του Δημοσίου κ.λπ., που αντιστοιχούν στην απόκτηση καινούργιων πραγμάτων.

Απαλλάσσονται από κάθε φόρο και εισφορά πλην του φόρου εισοδήματος και του ΦΠΑ τα μισθώματα και το τίμημα πώλησης των μισθωμένων πραγμάτων, τα δικαιώματα των συμβολαιογράφων για την κατάρτιση των συμβάσεων προσδιορίζονται στα κατώτατα όρια, ενώ, τα μισθώματα που καταβάλλονται προς τις εταιρείες leasing θεωρούνται λειτουργικές δαπάνες και εκπίπτουν από τα ακαθάριστα έσοδα του μισθωτή.

Οι εταιρείες leasing έχουν δικαίωμα να διενεργούν αποσβέσεις στα μίσθια ίσες προς τις αποσβέσεις που θα είχε δικαίωμα να υπολογίσει ο μισθωτής, εάν προέβαινε στην αγορά τους ως καινούργιων.

Φορολογικές εκπτώσεις για τον εξοπλισμό που χρησιμοποιείται με συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης προβλέπονται στο Ν 1262/82 και στους αναπτυξιακούς νόμους 1892/1990 (άρθρο 19), στον 2601/1998 και στον 3219/2004, υπό τον όρο διάρκειας της σύμβασης leasing από 10 έτη και άνω και όταν η κυριότητα θα περιέρχεται στον μισθωτή μετά τη λήξη της

σύμβασης.

Από κάθε φόρο ή τέλος απαλλάσσονται οι συμβάσεις δανεισμού από τράπεζες των εταιρειών leasing καθώς και οι συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης μεταξύ των εταιρειών αυτών και ξένων προμηθευτών τους. Οι εταιρείες leasing επιτρέπεται να καταρτίζουν ειδικό αποθεματικό κάλυψης επισφαλών απαιτήσεων με την κράτηση από τα καθαρά έσοδα ποσού που αντιστοιχεί στο 2% των ανείσπρακτων στο τέλος κάθε έτους μισθωμάτων.

12.Αγορά χρηματοδοτικής μίσθωσης(την περίοδο 1994 – 2003) και προοπτικές του θεσμού.

Κατά την τελευταία δεκαετία, οι ιδιωτικές επιχειρήσεις ανέπτυξαν σαφές ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο χρηματοδοτικό εργαλείο, με αιχμή το 1999, οπότε και επετράπη το leasing ακινήτων.

Αναλυτικότερα:

Τη χρήση 1994 το ύψος των συνολικών επενδύσεων με leasing διαμορφώθηκε σε 153 εκατ.€.Το 1995 αυξήθηκε κατά 5,19% και ανήλθε σε 201,3 εκατ.€.

Το 1996 διατήρησε τους ίδιους ρυθμούς ανάπτυξης –ποσοστό 5,13%– καθώς ανήλθε σε 253,1 εκατ.€.Οι επενδύσεις με leasing σε μηχανολογικό εξοπλισμό απορρόφησαν 145 εκατ.€και τα υπόλοιπα αφορούσαν κυρίως οχήματα.

Το 1997 ανήλθαν σε 349,8 εκατ.€ποσοστό 6,42% επί των συνολικών ιδιωτικών επενδύσεων. Οι επενδύσεις με leasing σε μηχανολογικό εξοπλισμό απορρόφησαν 195εκατ.€και οχημάτων 296, 4 εκατ.€.

Το 1998 σε 418 εκατ.€ή ποσοστό 5,99% επί των ιδιωτικών επενδύσεων. Οι επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό μέσω leasing απορρόφησαν 239 εκατ.€.

Την επόμενη χρονιά, το 1999, το ποσοστό επενδύσεων σε κινητά με leasing αυξήθηκε αισθητά και διαμορφώθηκε σε 8,36% επί των συνολικών ιδιωτικών επενδύσεων.

Έτσι, επενδύσεις ύψους 610 εκατ.€χρηματοδοτήθηκαν με leasing, ενώ τη χρονιά αυτή «εγκαινιάστηκε» το leasing ακινήτων, που επέφερε στις εταιρείες συνολικά έσοδα 121 εκατ.€αυξάνοντας τη συνολική παραγωγή ή τους σε 721 εκατ.€.

Το 2000, η συνολική παραγωγή των εταιρειών leasing ανήλθε σε 1,03δισ.€εκ των οποίων τα 340,7 εκατ.€αφορούσαν επενδύσεις σε ακίνητα, ενώ από τα υπόλοιπα 736 εκατ.€τα 409 εκατ.€κατευθύνθηκαν στη χρηματοδότηση μηχανημάτων και τα υπόλοιπα σε οχήματα.

Το 2001 κατά 26,2% αυξήθηκε η αξία των νέων συμβάσεων που διαμορφώθηκε σε 1,35 εκατ.€. Η συνολική εκμίσθωση ακινήτων μέσω leasing αντιπροσωπεύει το 25,74% της συνολικής αξίας των νέων συμβάσεων του 2001, δηλαδή 334,78 εκατ.€.

Τα επαγγελματικά οχήματα απορρόφησαν τα 229,8 εκατ.Εή ποσοστό 17,67%. Υποχώρηση, ωστόσο, παρουσίασε ο τομέας του εξοπλισμού γραφείου, καθώς οι νέες συμβάσεις διαμορφώθηκαν σε 91,8 εκατ.Εκαι το μερίδιο επί του συνόλου διαμορφώθηκε σε 7,06%, ενώ ποσοστό 8,98% ή 116,8 εκατ.Ε προήλθε από συμβάσεις επιβατικών αυτοκινήτων.

Το 2002 παρατηρήθηκε επιβράδυνση στους ρυθμούς ανάπτυξης, δεδομένης της αναμονής για την ψήφιση της απαλλαγής του ΦΜΑ επί των συμβάσεων sale and leaseback που τελικά ψηφίστηκε στο τέλος του έτους. Έτσι, η αξία των νέων συμβάσεων leasing αυξήθηκε κατά 18,5% και ανήλθε σε 1,536 εκατ.Ε.

Χρηματοδοτήσεις ύψους 528,2 εκατ.Εή ποσοστό 34,4% αφορούσαν μηχανολογικό εξοπλισμό, ενώ η συνολική εκμίσθωση ακινήτων αντιπροσωπεύει το 28,22% δηλαδή 433,58 εκατ.Ε.

Οι συμβάσεις leasing σε επαγγελματικά οχήματα ανήλθαν σε 248,2εκατ.Εή ποσοστό 16,15%.

Ο τομέας του εξοπλισμού γραφείου με συμβάσεις 86,8 εκατ.Εαντιπροσωπεύει ποσοστό 5,65%, ενώ ένα ποσοστό 9,51% ή 146,1 εκατ.Επροήλθε από συμβάσεις επιβατικών αυτοκινήτων.

Το 2001 θα σημαδευτεί από εξαγορές και συνεργασίες για τις εταιρείες leasing, αλλά και από αλλαγές στον χάρτη της χρηματοδοτικής μίσθωσης. Το τοπίο θα αλλάξει μέσω εξαγορών ομοειδών εταιρειών, επέκταση στο εξωτερικό, συνεργασιών στη μακροχρόνια μίσθωση οχημάτων και ανάπτυξη νέων κλάδων όπως το επιβάλλει ο οξύς ανταγωνισμός.

Ο γενικότερος κανόνας αφορά κυρίως τις τράπεζες, αλλά επιμέρους όλους τους τομείς. Ήδη, η Εθνική Τράπεζα μπαίνει δυνατά σε αυτό τον τομέα με συνεργασίες με μεγάλα ονόματα στον χώρο του αυτοκινήτου και τον Όμιλο Συγγελίδη που διατηρεί αντιπροσωπεύει αυτοκινήτων. Αλλά και οι Τράπεζες Πειραιώς, Εμπορική και Alpha Πίστωσης κάνουν ανοίγματα στον ίδιο χώρο και στις εταιρείες μακροπρόθεσμης ενοικίασης αυτοκινήτων. Η Τράπεζα Κύπρου επέλεξε την τουριστική αγορά δημιουργώντας μία νέα κατηγορία χρηματοδοτικής μίσθωσης, το ξενοδοχειακό leasing.

Μεγάλη ζήτηση για υπηρεσίες leasing δημιουργεί και η συνεχώς αναπτυσσόμενη αγορά ακινήτων. Μια από τις μεγαλύτερες συμφωνίες που αναμένεται να επιτευχθεί στον χώρο αυτό προέρχεται από τη Eurobank. Ο λόγος για την αγορά κτηρίου καταστημάτων αξίας 10 δις για λογαριασμό μεγάλης ελληνικής εταιρείας από τον κλάδο του λιανικού εμπορίου. Από την πλευρά της, η Τράπεζα Πειραιώς εξετάζει την επέκτασή της στις βαλκανικές χώρες με αφετηρία τη Ρουμανία παρέχοντας όλων των ειδών υπηρεσίες leasing στη γείτονα. Ωστόσο, παρά τις θεαματικές προοπτικές που διαγράφονται και τις κινήσεις που γίνονται σε αυτό τον τομέα, είναι γεγονός ότι, το leasing δεν έχει διαδοθεί ευρέως στην ελληνική αγορά, όπως έχει συμβεί στο εξωτερικό. Και ένας από τους λόγους είναι ότι παραμένει σχετικά μια άγνωστη επιχειρηματική διαδικασία..

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι, η ελληνική αγορά του leasing προβλέπεται να παρουσιάσει σημαντικό ρυθμό ανάπτυξης η οποία θα οφείλεται τόσο στο γενικό πλαίσιο ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας όσο και στις συνθήκες του κλάδου.

Η ένταξη της χώρας στην ONE, το πρόγραμμα σύγκλισης, η μείωση του πληθωρισμού και η λειτουργία της ελληνικής οικονομίας μέσα στο σταθερό περιβάλλον της ONE, θέτουν τις βάσεις της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας και δημιουργούν μεγάλες προοπτικές για επενδύσεις.

**Η ΣΥΜΒΑΣΗ FACTORING
(ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ
ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ)**

1. Ορισμός

Το factoring είναι ένας σχετικά πρόσφατος οικονομικός και νομικός θεσμός. Αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν ανάγκες επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική - αγοραστική συμπεριφορά.

Η ελληνική μετάφραση της λέξης factoring αποδίδεται ως «ανάληψη απαιτήσεων τρίτων» ή «διενέργεια πράξεων αναδόχου είσπραξης εμπορευματικών απαιτήσεων» ή το γνωστότερο «σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων».

Με την εφαρμογή του factoring, οι επιχειρήσεις εκχωρούν – πωλούν την ευθύνη είσπραξης των επιχειρηματικών απαιτήσεων (τιμολόγια-επιταγές – συναλλαγματικές – απαιτήσεις από πιστωτικές κάρτες κ.λ.π) στον προμηθευτή-factor, δηλαδή σε μια εταιρεία Factoring.

Ο factor αναλαμβάνει την υποχρέωση να αξιολογεί την φερεγγυότητα των οφειλετών, να προστατεύει έναντι του πιστωτικού κινδύνου, να παρέχει εγγυήσεις, να παρακολουθεί την λογιστική διαχείριση και βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση μέσω της προεξόφλησης των εκχωρουμένων απαιτήσεων.

Ο αναπτυξιακού χαρακτήρα θεσμός του factoring, συμβάλει στην ενίσχυση των μικρομεσαίων και μεταποιητικών επιχειρήσεων και επιτρέπει την ορθολογικότερη διοίκηση τους, τη χρηματοδότησή τους, την ασφάλιση των απαιτήσεων του προμηθευτή, την ενίσχυση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά.

Με τη εφαρμογή του factoring ο βαθμός ρευστότητας της επιχείρησης αυξάνει με αποτέλεσμα η επιχείρηση να είναι ακόμη πιο ανταγωνιστική.

Το factoring αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών , οι οποίες καλύπτουν ανάγκες επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα και παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά. Πρόκειται για τριμερή συνεργασία μεταξύ ενός προμηθευτή, των πελατών του και μιας εταιρίας factoring, η οποία αναλαμβάνει τη διαχείριση, λογιστική παρακολούθηση και είσπραξη των εκδιδόμενων από τον προμηθευτή τιμολογίων πώλησης, με παράλληλη χορήγηση προκαταβολών επί της αξίας τους. Επίσης η εταιρία factoring αναλαμβάνει υπό προϋποθέσεις την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή. Υπηρεσίες factoring παρέχουν εξειδικευμένες εταιρίες ή τμήματα τραπεζών

2.Ιστορική εξέλιξη

Σύμφωνα με πολλούς Έλληνες και ξένους συγγραφείς οι πρώτες μορφές πρακτορείας εμφανίσθηκαν κατά τον 15^ο και 16^ο αιώνα.

Οι πρώτες επιχειρήσεις που ασχολούνταν με την πρακτορεία δημιουργήθηκαν από τους «del credere» που ήταν συνεργάτες των Αγγλων εξαγωγέων στις παλιές αμερικανικές αποικίες, στις οποίες εγκατέλειψαν τις προσπάθειες είσπραξης των απαιτήσεων από τις πωλήσεις τους. Έτσι, άρχισαν να προσφέρουν εγγυήσεις στις υποχρεώσεις των Αμερικάνων πελατών τους και επιπλέον προέβαιναν και στην εξόφληση προς τους προμηθευτές, οι οποίοι διέθεταν σε αυτούς τα προς είσπραξη τιμολόγια των πελατών τους.

Στη σημερινή της μορφή η πρακτορεία εμφανίσθηκε για πρώτη φορά στις ΗΠΑ κατά το τέλος του 19^{ου} αιώνα. Αυτό συνέβηκε γιατί ισχυροποιήθηκαν οι βιομήχανοι εξαιτίας της παρατηρηθείσης βιομηχανικής και οικονομικής ανάπτυξης των ΗΠΑ με αποτέλεσμα να μην χρειάζονται πλέον τις υπηρεσίες των πρακτόρων και να πραγματοποιούν οι ίδιοι τις δραστηριότητες αυτές. Οι πράκτορες τότε για να μπορέσουν να επιβιώσουν αναγκάστηκαν να προσφέρουν νέες υπηρεσίες που δεν συνέφερε στους βιομηχάνους να τις ασκούν μόνοι τους. Με τον τρόπο αυτό δημιουργήθηκε η σύγχρονη πρακτορεία.

Στις ΗΠΑ ενώ δεν υπήρξε στην αρχή ειδικό νομοθετικό πλαίσιο για την πρακτορεία, ήδη από τη δεκαετία του 1940 έχει δημιουργηθεί ειδικός νόμος ο οποίος και εφαρμόζεται στις περισσότερες πολιτείες. Σήμερα στη χώρα αυτή υπάρχουν πάνω από 15 μεγάλες επιχειρήσεις που ασχολούνται με δραστηριότητες πρακτορείας, οι οποίες μάλιστα πραγματοποιούν κάθε χρόνο κύκλο εργασιών πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων. Συγκεκριμένα ενώ ο κύκλος εργασιών των εταιρειών πρακτορείας στις ΗΠΑ το 1994 ανήρχετο περίπου 53 δις δολάρια, το 1998 έφθασε τα 75,5 δις δολάρια. Μετά τη διακήρυξη ανεξαρτησίας τους, οι Αμερικανοί επέβαλαν ένα δασμολόγιο στις ευρωπαϊκές εισαγωγές για να τονώσουν την εθνική τους βιομηχανία. Κάτω από το καθεστώς αυτό οι πράκτορες βρήκαν μια ήδη διαμορφωμένη ζήτηση για τις υπηρεσίες τους. Η πρακτορεία στη χώρα αυτή έχει αναπτυχθεί εξαιρετικά και οφείλεται κατά ένα μεγάλο μέρος στη συμμετοχή τραπεζών. Πράγματι οι τράπεζες έχουν έντονη συμμετοχή στη λειτουργία της πρακτορείας από τα μέσα της δεκαετίας του 1960, όταν η αρμόδια υπηρεσία της Κεντρικής Τράπεζας καθόρισε ότι η πρακτορεία αποτελούσε μια νόμιμη τραπεζική δραστηριότητα. Η ανάπτυξη της πρακτορείας στην Αμερική και ιδιαίτερα στην αρχή στις υφαντουργίες, συνέβαλε στη διαμόρφωση τμημάτων πιστώσεων στους πράκτορες. Το τμήμα των πιστώσεων βασικά χωρίστηκε σε δύο τομείς, του χονδρικού εμπορίου που αναφέρεται στις πιστώσεις σε βιομηχανίες, και του λιανικού εμπορίου που αναφέρεται στις πιστώσεις σε πολυκαταστήματα, σε αλυσίδες καταστημάτων και σε μεμονωμένα καταστήματα. Πολλές τράπεζες έχουν διεισδύσει στην αγορά της εμπορικής πρακτορείας και καλύπτουν πάνω από το μισό του συνολικού όγκου της πρακτορείας στις ΗΠΑ. Ενδεικτικά ο κύκλος εργασιών της πρακτορείας

παγκοσμίως για το 1998 έφθασε τα 630 δις δολάρια ΗΠΑ σε σύγκριση με το 1984 που ήταν μόλις 70 δις δολάρια. Εξάλλου παγκοσμίως το 1998 λειτουργούσαν περισσότερες από 700 εταιρείες πρακτορείας των οποίων οι εργασίες κατά το 94% αφορούσαν την εγχώρια πρακτορεία και μόνο κατά 6% τη διεθνή πρακτορεία.

Οι πρώτες αμερικανικές τράπεζες που ασχολήθηκαν στη δεκαετία του 1960 με την πρακτορεία ήταν η Bank of America, η First National Bank of Boston και η First Pennsylvania Banking η οποία με την Trust Company εγκατέστησαν τη δική τους μονάδα πρακτορείας ενώ ακολούθησαν πολλές άλλες.

Στην Ευρώπη και συγκεκριμένα πρώτα στις Σκανδιναβικές χώρες και κατόπιν στη Μεγάλη Βρετανία, η πρακτορεία με τη σύγχρονη μορφή της πρωτοεμφανίστηκε στην ίδια περίπου περίοδο, δηλαδή γύρω στο 1960 και έγινε γνωστή σαν μια χρηματοοικονομική υπηρεσία για τις επιχειρήσεις που δεν ήταν σε θέση να αποκτήσουν χρηματοοικονομικές διευκολύνσεις από τις τράπεζές τους. Ενδεικτικά στη Μεγάλη Βρετανία πραγματοποιήθηκαν το 1978 εργασίες 1.335 εκατ. λιρών, εμφανίζοντας μάλιστα μια αύξηση 38% από την προηγούμενη χρονιά. Εξάλλου το Association of British Factors ανέφερε ότι ο αριθμός των επιχειρήσεων που χρησιμοποίησαν το 1978 την πρακτορεία ήταν 30% μεγαλύτερος σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά και ότι παρατηρήθηκε η μεγαλύτερη αύξηση από τότε που εφαρμόστηκε η πρακτορεία στη Μεγάλη Βρετανία. Η αύξηση της ζήτησης των υπηρεσιών της πρακτορείας τα επόμενα χρόνια ήταν το ίδιο σημαντική με αποτέλεσμα σήμερα η Μεγάλη Βρετανία να αποτελεί την μεγαλύτερη παγκόσμια αγορά πρακτορείας, με κύκλο εργασιών περίπου 99 δις δολάρια, ενώ στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Ιταλία με κύκλο εργασιών περίπου 89 δις δολάρια εξαιτίας κυρίως των θυγατρικών εταιρειών factoring που ίδρυσαν τα μεγάλα βιομηχανικά συγκροτήματα της Fiat, της Pirelli, της Benetton κλπ. Στη Δυτική Γερμανία η πρακτορεία εμφανίστηκε το 1958 από τη Mittelrheinische Kreditbank Dr. Horbach & Co Mainz. Σήμερα υπάρχουν στη Γερμανία περισσότερες από δέκα επιχειρήσεις που ασχολούνται με την πρακτορεία.

Η έννοια της πρακτορείας 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

πρακτορεία δεν αποτελεί τραπεζική εργασία. Ακόμη και οι εταιρείες πρακτορείας δεν επιτρέπεται να προεξοφλούν σε ένα συγκεκριμένο προμηθευτή απαιτήσεις που υπερβαίνουν το 25% των ιδίων κεφαλαίου της εταιρείας.

Η πρακτορεία 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.

3. Κατηγορίες factoring και τα χαρακτηριστικά τους

Κατηγορίες factoring έχουν δημιουργηθεί πολλές και από την έως τώρα πρακτική εφαρμογή φαίνεται ότι ορισμένοι factors ειδικεύονται σε μερικές από τις κατηγορίες αυτές, που αντιστοιχούν σε περιπτώσεις επιχειρήσεων εξειδικευμένου επίσης αντικειμένου δράσεως ..

3.1. Πλήρες factoring

Όπως και ο όρος υποδηλώνει, πρόκειται περί συμβάσεως, με την οποία εξασφαλίζεται το εξής σύνολο υπηρεσιών από τον factor προς τον προμηθευτή:

- α. Προεξόφληση τιμολογίων
- β. Προστασία έναντι επισφαλών ή ανεπίδεκτων εισπράξεως απαιτήσεων άνευ αναγωγής
- γ. Διαχείριση των λογαριασμών πελατείας και φυσικά των χορηγούμενων πιστώσεων από μέρος του προμηθευτή προς τους πελάτες του.
- δ. Διαχείριση του βιβλίου πελατείας ή αναλυτικού καθολικού πωλήσεων.

ΠΩΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ

Ο factor αγοράζει τα μεταβιβαζόμενα τιμολόγια, τα οποία αντιστοιχούν σε πωλήσεις τις οποίες διενεργεί ο προμηθευτής και με τα οποία αποδεικνύει την πώληση των προϊόντων του προς τους πελάτες του. Μετά την υπογραφή της σχετικής συμβάσεως factoring, καθορίζεται μία σταθερή ημέρα κάθε

εβδομάδος κατά την οποία ο προμηθευτής παραδίδει φωτοαντιγραφημένα τιμολόγια ή αντίγραφα καρμπόν προς τον factor. Ο τελευταίος μέσα σε λίγα λεπτά της ώρας τροφοδοτεί με το περιεχόμενο των τιμολογίων, τον Η/Υ, ο οποίος προγραμματισμένος για καθέναν από τους προμηθευτές και τους πελάτες, επεξεργάζεται τα δεδομένα και μεταβιβάζει το κατάλληλο ποσό από τηρούμενο λογαριασμό της τραπεζής του factor προς τον τηρούμενο λογαριασμό τραπεζής του προμηθευτή. Καταβάλλει το προκαθορισμένο ποσοστό π.χ. 80% και το υπόλοιπο εκκαθαρίζεται ανά τακτικά χρονικά διαστήματα ή κατά ιδιαίτερες συμφωνίες.

Στην περίπτωση του πλήρους factoring ο factor έχει τις εξής υποχρεώσεις έναντι του αντισυμβαλλόμενου προμηθευτή:

- α. Να διαχειρίζεται τους επί πιστώσει λογαριασμούς του προμηθευτή, που αντιστοιχούν στις πωλήσεις που πραγματοποιεί προς τους πελάτες του και να δίνει ενημερωμένες πληροφορίες προς τους managers της επιχειρήσεως.
- β. Να καταρτίζει καταστάσεις συνεχούς ροής και να επιμελείται των εισπράξεων των απαιτήσεων του προμηθευτή έναντι των πελατών του, που τώρα με τη σύμβαση factoring είναι υπόθεση του factor. Αυτό σημαίνει, ότι ο προμηθευτής θα εισπράξει οπωσδήποτε την αξία των εκδοθέντων τιμολογίων, αφού ο factor ανέλαβε άνευ αναγωγής την είσπραξη αυτή.
- γ. Να παρέχει προστασία στον προμηθευτή, έναντι τυχόν επισφαλών ή ανεπίδεκτων εισπράξεως απαιτήσεων και αυτός είναι ο λόγος που ο factor πριν αποδεχθεί ένα προμηθευτή και τους πελάτες του διενεργεί διεξοδικό έλεγχο και των δύο.
- δ. Να προεξοφλεί την αξία των μεταβιβαζόμενων τιμολογίων του προμηθευτή.

ΠΟΙΟ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ FACTORING

Α. Δια τις παρερχόμενες υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένης και της προστασίας έναντι των επισφαλών κ.λ.π. απαιτήσεων, υπολογίζεται ποσοστό 0.5%-2.5% επί του αθροίσματος των αξιών των μεταβιβαζόμενων τιμολογίων, αυτών των πελατών του προμηθευτή, τους οποίους ο factor δέχεται να αναλάβει.

ΠΟΙΟΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ ΤΟ ΠΛΗΡΕΣ FACTORING

- α. Βιομήχανοι ηλεκτρικών συσκευών, ηλεκτρομηχανών, μηχανημάτων γενικής φύσεως (π.χ. δρέπανα), είδη πλαστικών, υ φασμάτων και χαλιών, έτοιμων ενδυμάτων και υποδημάτων, εντύπων και εκδόσεων.
- β. Χονδρέμποροι χάλυβος, ξυλείας, επίπλων.
- γ. Διαφημιστικές επιχειρήσεις.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

Για να ασχοληθεί ένας factor με έναν προμηθευτή, ο οποίος ζητά τις υπηρεσίες του πρώτου, έχουν καθιερωθεί τα σχετικά κριτήρια διαφορετικά από factor σε factor και από χώρα σε χώρα.

Πάντως μεταξύ των παραδεκτών κριτηρίων είναι και τα εξής:

- α. Ελάχιστο ύψος ετήσιων πωλήσεων για παλιές επιχειρήσεις.
- β. Κατάλληλη σύνθεση του ιδίου κεφαλαίου της επιχείρησης του προμηθευτή.
- γ. Στοιχεία που να πείθουν για τον κερδοφόρο χαρακτήρα της επιχείρησης.

3.2. Factoring προεξόφλησης τιμολογίων

Όπως και ο όρος δηλώνει πρόκειται περί συμβάσεως, σκοπός της οποίας είναι μόνο η προεξόφληση των τιμολογίων που εκδίδει ο προμηθευτής χωρίς άλλη τυχόν υπηρεσία.

ΠΩΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ

Ο προμηθευτής διατηρεί στην περίπτωση αυτή το δικαίωμα να προεξοφλήσει είτε μέρος των αξιών των μεταβιβαζόμενων τιμολογίων εκδόσεως του προμηθευτή, είτε όλο το άθροισμα των απαιτήσεων του τελευταίου. Συνήθως δίνει το 80% και τακτοποιείται το υπόλοιπο στο τέλος του κάθε μήνα για κάθε πακέτο τιμολογίων. Στην περίπτωση αυτή ο προμηθευτής έχει τον έλεγχο της είσπραξης των απαιτήσεων και ο factor διατηρεί το δικαίωμα της πλήρους εξοφλήσεως των απαιτήσεων του έναντι του προμηθευτή.

ΠΟΙΟΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ FACTORING

- α. Πάντοτε για το εγχώριο εμπόριο.
- β. Επιχειρήσεις εποχιακού χαρακτήρα, που το χρησιμοποιούν όταν έχουν μόνο ανάγκη π.χ. βιοτεχνίες παιχνιδιών ή εποχιακών ενδυμάτων.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

- α. Ενδείξεις επιτυχούς και κερδοφόρου αναπτύξεως των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.
- β. Αξιόλογη σύνθεση ιδίων κεφαλαίων.
- Γ. Ικανοποιητική τήρηση του βιβλίου πελατείας. Στην περίπτωση κατά την οποία ο factor κρίνει ότι η τήρηση του βιβλίου πελατείας του προμηθευτή δεν είναι ικανοποιητική, τότε θέτει ως όρο της συμβάσεως factoring και την ανάληψη λειτουργίας αυτής.
- δ. Επιχείρηση η οποία χρειάζεται κεφάλαια πρόσθετα για ανάπτυξη.

3.3. Factoring πρακτορεύσεως

Το factoring της κατηγορίας αυτής παρέχει έναν συνδυασμό παροχής ορισμένων υπηρεσιών, τις οποίες επιθυμεί ο προμηθευτής και οι οποίες καθορίζονται από τη σχετική σύμβαση, ως και από παροχή χρηματοδότησης.

ΠΩΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ

Κατά τη συνηθισμένη διαδικασία, της οποίας η περιγραφή δόθηκε στις προηγούμενες περιπτώσεις.

ΠΟΙΟΙ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ

- α. Επιχειρήσεις ειδών διανεμητικού εμπορίου, όπως ανταλλακτικά αυτοκινήτων, βιομηχανίες απορρυπαντικών, χονδρέμποροι.
- β. Επιχειρήσεις, που χαρακτηρίζονται από το γεγονός, ότι οι πελάτες είναι πολλοί, αλλά η αξία των τιμολογίων ανά πελάτη είναι μικρή.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

- α. Συστηματική και ακριβής τήρηση του βιβλίου πελατείας.
- β. Χρηματοοικονομικές προϋποθέσεις, ως αυτές που αναπτύχθηκαν στις προηγούμενες περιπτώσεις.
- γ. Ετήσιος κύκλος εργασιών κατά όρια που έκαστος factor νομίζει ότι πρέπει να καθορίσει.

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ

- α. Επιβαρύνσεις για υπηρεσίες: αναλόγως από 0,5%-1,2% επί του ύψους των μεταβιβαζόμενων τιμολογίων.
- β. Για τη χρηματοδότηση περίπου 11%-13%.

3.4. Factoring εξαγωγών

Πρόκειται για factoring τιμολογίων προερχομένων από εξαγωγικές δραστηριότητες και παρέχει τις εξής υπηρεσίες προς τον εξαγωγέα, πλέον της προεξοφλήσεως τιμολογίων:

- α. Χρηματοδότηση εις επιχώριο νόμισμα ή σε ξένα συναλλάγματα στα οποία έχει εκδοθεί το τιμολόγιο.
- β. Προστασία έναντι επισφαλών απαιτήσεων 100%.
- γ. Διαχείριση πιστοδοτικών λειτουργιών, που συνδέονται με τήρηση διατάξεων τόσο στη χώρα του εισαγωγέα, όσο και στη χώρα του εξαγωγέα και μάλιστα στη γλώσσα του εισαγωγέα.
- δ. Τήρηση του βιβλίου πελατείας.

ΠΩΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ

Ο factor λειτουργεί συχνά ένα τμήμα εξαγωγικού factoring μέσω ενός δικτύου διεθνών πρακτορεύσεων, το οποίο δημιουργεί σε χώρες που εξάγουν προϊόντα όπου εξυπηρετούν τους εξαγωγείς. Σε προηγμένες χώρες οι factors συνδέονται με δορυφορικά συστήματα επικοινωνίας, οπότε έχουν στη διάθεσή τους άμεσες και ακριβείς πληροφορίες σε ότι αφορά το σύστημα εξαγωγών, οπότε κρίνουν ποια τιμολόγια των εισαγωγέων είναι φερέγγυα και ποια δεν είναι. Συνήθως προσφέρουν χρηματοδότηση 80%, που μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να φθάσει 100% ή ακόμη χρησιμοποιούν συνδυαστικές παραλλαγές, όπως π.χ. 80% σε ξένο συνάλλαγμα και 20% σε εγχώριο νόμισμα. Όταν βεβαίως χρηματοδοτείται ο εξαγωγέας στο νόμισμα της χώρας του, τότε εκμηδενίζεται κάθε κίνδυνος που προέρχεται από συναλλαγματικές διαφορές και μεταφέρεται στον factor, ο οποίος επειδή κατά κανόνα είναι μέλος διεθνών χρηματιστηρίων συναλλάγματος ή συμμετέχει στο ημερήσιο παιχνίδι των συναλλαγμάτων μέσω μεσιτών, αναλαμβάνει μεν τους κινδύνους αλλά και κερδοσκοπεί στην προθεσμιακή αγορά συναλλάγματος με συνδυασμούς Futures/Options.

ΠΟΙΟΙ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ

- α. Επιχειρήσεις εξαγωγών ηλεκτρολογικού εξοπλισμού (όχι όμως βαρέως τύπου ή μεγάλων παγίων εγκαταστάσεων, επειδή για τις κατηγορίες αυτές χρησιμοποιείται η μέθοδος του forfeiting).
- β. Επιχειρήσεις εξαγωγών πλαστικών και ειδών συσκευασίας υφαντικών υλών, χάρτου και εκτυπώσεων.
- Γ. Γενικώς εξαγωγείς αναλωσίμων ειδών.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

- α. Ένα ύψος εξαγωγών, το οποίο ο factor θεωρεί με τα δικά του κριτήρια ότι είναι ικανοποιητικό, ώστε να αξίζει ο κίνδυνος ανάληψής του.
- β. Κατάλληλη σύνθεση του ιδίου κεφαλαίου της επιχείρησης του εξαγωγέα.
- γ. Στοιχεία δράσεως της επιχείρησης του εξαγωγέα ότι οι δραστηριότητές της είναι αξιόλογες, κερδοφόρες και ικανοποιητικές για την περαιτέρω ανάπτυξή της.

ΚΟΣΤΟΣ

- α. Επιβαρύνσεις για τις παρεχόμενες υπηρεσίες 0,75%-2,5% επί του ύψους των αναλαμβανόμενων τιμολογίων.
- β. Επιτόκιο χρηματοδοτήσεων, το εκάστοτε συμβατικό ή ακόμη αυτό που συνήθως η σχετική αγορά χρησιμοποιεί, λαμβανομένου υπ όψιν ότι αποτελεί αντικείμενο διαπραγματεύσεως μεταξύ των συμβαλλομένων μερών και διαφέρει μεταξύ των factors.

3.5 Άλλες μορφές factoring

Εκτός από τις μορφές που αναφέραμε και οι οποίες είναι από τις πλέον χρησιμοποιούμενες, υπάρχουν και άλλες μορφές με διάφορες παραλλαγές, που ικανοποιούν πλέον εξειδικευμένες ανάγκες και ενδεικτικώς αναφέρονται:

BULK FACTORING

MATURITY FACTORING ή ληξιπρόθεσμο **FACTORING**

RESOURCE FACTORING ή **FACTORING** μετ'αναγωγής

DROP SHIPMENT FACTORING

ως και άλλες δευτερεύουσες μορφές, ενώ οι ανάγκες δημιουργούν καθημερινώς και νέες μορφές δεδομένου ότι τούτο είναι θέμα ελευθέρων συναλλαγών και οι συμβαλλόμενοι έχουν τη δυνατότητα να συμφωνήσουν οποιουσδήποτε συνδυασμούς, όπως αναφέρεται στο σχετικό πίνακα κατατάξεως factoring.

4.Η σύμβαση factoring και τα πρόσωπα της

Μία σύμβαση factoring είναι μάλλον τυποποιημένη και λίγα στοιχεία μεταβάλλονται όσον αφορά τις ειδικές μορφές, τις οποίες συμφωνούν οι μέλλοντες να συνεργασθούν, αφενός μεν ο factor και αφετέρου ο προμηθευτής, αναλόγως προς κάθε κατηγορία.

Ο factor είναι κατά κανόνα θυγατρική εταιρεία τραπέζης ή άλλου χρηματοδοτικού οργανισμού, ο οποίος διαθέτει χρηματικά κεφάλαια προς εκμετάλλευση, γνωρίζει ότι εισέρχεται στην περιοχή του επιχειρηματικού κινδύνου, αλλά επειδή τα κεφάλαια του τα γυρίζει πολλές φορές ετησίως ανά πελάτη, έχει και τη δυνατότητα να πολλαπλασιάζει το επιτόκιο δανεισμού όποτε κρίνει ότι είναι λογικό να υποστεί και κάποια ζημία αν και για αυτές ασφαρίζεται σε ασφαλιστικές επιχειρήσεις.

Ο factor έχει αντισυμβαλλόμενο τον προμηθευτή και με τον όρο τούτο εννοείται το πρόσωπο εκείνο, φυσικό ή νομικό π.χ. Εταιρεία, το οποίο παράγει ή και εμπορεύεται οικονομικά αγαθά και διανέμει αυτά μέσω των εμπόρων, οι οποίοι αγοράζουν μεν χονδρικώς, αλλά πουλούν λιανικώς, χωρίς το τελευταίο τούτο στοιχείο να είναι δεσμευτικό.

Ο προμηθευτής συμβάλλεται με τον factor, ώστε συνήθως μία σταθερή ημέρα κάθε εβδομάδος, ο πρώτος να παραδίδει στο δεύτερο, το λεγόμενο «πακέτο τιμολογίων» βάσει του οποίου τηρείται ο σχετικός «αλληλόχρεος λογαριασμός» εάν η σύμβαση περιλαμβάνει και χρηματοδότηση και διενεργούνται όσα δια της συμβάσεως έχουν συνομολογηθεί.

Ο factor πριν από την υπογραφή της συμβάσεως, ελέγχει την οικονομική κατάσταση του προμηθευτή, αλλά κυρίως των πελατών του τελευταίου επειδή από την οικονομική τους κατάσταση εξαρτάται όλο το σύστημα παροχών, τις οποίες ο factor θα αναλάβει να παράσχει στον προμηθευτή. Το γεγονός αυτό σημαίνει ότι ο factor έχει το δικαίωμα να αποκλείσει από την κατάσταση πελατών του προμηθευτή όσους πελάτες του τελευταίου κρίνει ότι δεν εκπληρούν τις προϋποθέσεις εκείνες, που εξασφαλίζουν την ομαλή ροή των γεγονότων.

Ένα από τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά της συμβάσεως factoring είναι, ότι αυτή είναι συνεχής και ότι κανόνα δεν διακόπτεται, εκτός και αν συμβούν βίαια και εξαιρετικά γεγονότα, τα οποία, όπως στην πρακτική έχουν αποδειχθεί αποτελούν μάλλον την εξαίρεση και όχι τον κανόνα, εξού και η τεράστια και επιτυχημένη εξάπλωση του θεσμού, όπως επίσης και τα διογκωμένα ετησίως κέρδη των factors.

Κατά τον βασικό κανόνα της συμβάσεως ο factor «αγοράζει» ή καλύτερα είναι να διατυπώσουμε, ότι «αναλαμβάνει» τις απαιτήσεις που προέρχονται από το σύνολο των πωλήσεων τις οποίες διενεργεί ο προμηθευτής και βάσει αυτών του παρέχει χρηματοδότηση ή και εξυπηρετήσεις, όπως περιγράφονται σε κάθε μία από τις κατηγορίες και παραλλαγές του factoring.

Από το σύνολο των πωλήσεων τις οποίες διενεργεί, οι factors δεν δέχονται τις εξής πέντε κατηγορίες απαιτήσεων του προμηθευτή:

- α. Πωλήσεις, τις οποίες ο προμηθευτής διενεργεί προς τους προμηθευτές του.
- β. Πωλήσεις, τις οποίες έχει υπό παρακαταθήκη, οι οποίες ενδέχεται να ανακληθούν.
- γ. Πωλήσεις προς το προσωπικό της επιχειρήσεως του προμηθευτή.
- δ. Πωλήσεις προς Συνεργάτες ή συνεταιίρους.
- ε. Ευνόητο είναι, ότι Πωλήσεις μετρητοίς εξαιρούνται από τις συναλλαγές του factoring.

Η σύμβαση factoring είναι εξαιρετικώς λεπτομερειακό έγγραφο και περιέχει λεπτομερείς όρους, που αποδεικνύουν την ακριβή κατηγορία factoring και τις πράξεις, που ακολουθούνται ή και τα στάδια των διαφόρων πράξεων, είτε από την πλευρά του factor είτε από την πλευρά του προμηθευτή. Πέραν αυτών καθορίζεται επακριβώς ποιο είναι το περιεχόμενο ορισμένων όρων τους οποίους περιέχει η εν λόγω σύμβαση ως και τα έντυπα, τα οποία οι συμβαλλόμενοι γνωστοποιούν ή και τα κυκλοφορούν μεταξύ τους όπως είναι η επιστολή που συνοδεύει το «πακέτο τιμολογίων» ή ακόμη και το ακριβές περιεχόμενο του «αλληλόχρεου λογαριασμού», ο οποίος συγχρόνως διασπάται και σε δύο άλλους, όπου με αυτήν την εγγραφή παρακολουθούνται τόσο η κίνηση των τιμολογίων όσο και η κίνηση του λογαριασμού χρηματοδοτήσεως. Επίσης, καθορίζονται οι όροι βάσει των οποίων αρχίζει και τερματίζεται ο λογαριασμός και η σύμβαση, ως και τα μέτρα με τα οποία θα λαμβάνονται στην περίπτωση κατά την οποία, τόσο ο προμηθευτής, όσο και ένας ή περισσότεροι πελάτες του διαλύσουν την επιχείρησή τους ή αυτή οδηγηθεί στη διαδικασία πτωχεύσεως. Πέραν αυτών, ρυθμίζονται και θέματα σχετιζόμενα προς τις λεπτομέρειες των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλόμενων και ιδίως προς τις πολλές αιρέσεις, αναβλητικές ή διαλυτικές, που περιέχει η σύμβαση.

5.Υπηρεσίες που παρέχονται από έναν πράκτορα

A) ΘΕΤΕΙ ΥΠΟ ΕΛΕΓΧΟ ΤΗΝ ΠΙΣΤΩΣΗ (CREDIT CHECKING)

Ένας πράκτορας μπορούμε να πούμε ότι ενεργεί ως ένα “χέρι” που θέτει υπό έλεγχο την πίστωση της επιχείρησης. Όταν η επιχείρηση λαμβάνει μια παραγγελία για πώληση με πίστωση, αναζητά την έγκριση της πώλησης αυτής από τον πράκτορα. Αν ο πράκτορας δεν εγκρίνει την πώληση και δεν αγοράσει την απαίτηση, τότε η επιχείρηση έχει να διαλέξει μεταξύ του να απορρίψει την παραγγελία ή να την εκτελέσει και να αναλάβει την είσπραξη της με δική της ευθύνη. Οι πράκτορες διαθέτουν ειδικά τμήματα υψηλής εξειδίκευσης για τον έλεγχο των πιστώσεων. Έτσι μια μικρομεσαία επιχείρηση αντιμετωπίζει συχνά

το δίλλημα να διαλέξει μεταξύ του πράκτορα και της ενίσχυσης και υποστήριξης του δικού της τμήματος διαχείρισης πιστώσεων.

Ο πράκτορας στα πλαίσια του πιστωτικού ελέγχου και της διαχείρισης των απαιτήσεων διαβιβάζει σε τακτά χρονικά διαστήματα στον πελάτη του, όλες τις αναγκαίες πληροφορίες ή στατιστικά στοιχεία σχετικά με τις εκχώρησες απαιτήσεις, δηλαδή ποια είναι τα ανείσπρακτα, τα ληξιπρόθεσμα και τα εξοφλούμενα τιμολόγια, τα υπόλοιπα κατά αγοραστή, την κίνηση λογ/μων κ.α. Εξ άλλου ο πράκτορας εκτός από την εργασία είσπραξης των οφειλών επιβαρύνεται και με τα σχετικά έξοδα που προκύπτουν σε όλα τα στάδια των δικαστικών και εξωδίκων ενεργειών μέχρι να πραγματοποιηθεί η είσπραξη της απαίτησης. Ακόμη η πρακτορεία συμβάλλει αφ ενός στην ελαχιστοποίηση του κινδύνου δημιουργίας επισφαλών απαιτήσεων και στην μείωση της διστακτικότητας στην ανάπτυξη των εργασιών και αφ ετέρου στην άντληση ρευστότητας σε απόλυτη σύνδεση με την πορεία των πωλήσεων μέσω των χορηγούμενων προκαταβολών ή της απλής προεξόφλησης τιμολογίων.

Η υπηρεσία ελέγχου της πίστωσης παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην περίπτωση εξαγωγών. Ο εξαγωγέας είναι δυνατόν να προχωρήσει σε σύναψη εμπορικών συμφωνιών με νέους πελάτες στηριζόμενος αποκλειστικά στην κάλυψη που του παρέχει ο πράκτορας του μέσω του ανταποκριτή στη χώρα της εξαγωγής. Στην περίπτωση αυτή ο εξαγωγέας δεν χρειάζεται να ζητήσει το άνοιγμα ενέγγυας πίστωσης για να εξασφαλίσει την εξόφληση των απαιτήσεών του.

B) ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΗΡΩΜΗ ΤΟΥ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

Ενώ η πώληση έχει γίνει με πίστωση για μια ορισμένη χρονική περίοδο, ο πωλητής μπορεί να λάβει αμέσως την αξία των πωλήσεων από τον πράκτορα. Εξίσου σημαντικό είναι όταν γίνεται η συγκέντρωση όλων των λογαριασμών από έναν πράκτορα, γεγονός που οδηγεί την επιχείρηση σε μείωση των αναγκών της σε προσωπικό και επομένως συντελεί αφενός στη μείωση του κόστους και στην αποδέσμευση των πωλητών από τον αντιφατικό ρόλο του εισπράκτορα με ταυτόχρονη εξασφάλιση περισσότερου χρόνου για τις πωλήσεις και αφ ετέρου στη μείωση του λειτουργικού κόστους της διαχείρισης και της λογιστικής παρακολούθησης των εμπορικών απαιτήσεων. Ακόμη συμβάλλει στη διαχείριση των αγοραστών σχετικά με την τακτικότερη και αποτελεσματικότερη αποπληρωμή των υποχρεώσεών τους, στην ταχύτερη λήψη αποφάσεων για ανάληψη νέων πελατών και ανάπτυξη εργασιών.

Γ) ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΤΟΝ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΚΙΝΔΥΝΟ

Σημειώνεται ότι ο πράκτορας άλλοτε αναλαμβάνει και άλλοτε όχι τον πιστωτικό κίνδυνο. Αν η πρακτορεία γίνεται με δικαίωμα αναγωγής τότε ο πράκτορας δεν υφίσταται τον κίνδυνο από τη μη εξόφληση του λογαριασμού. Συγκεκριμένα, στην πρακτορεία με δικαίωμα αναγωγής, οι απώλειες από επισφαλείς απαιτήσεις επιβαρύνουν ένα αποθεματικό που δημιουργείται από

την επιχείρηση. Στην πρακτορεία με χωρίς δικαίωμα αναγωγής ο πράκτορας υφίσταται την ζημία από τις επισφαλείς απαιτήσεις και αναλαμβάνει τον υφιστάμενο κίνδυνο. Στην περίπτωση της πρακτορείας χωρίς δικαίωμα αναγωγής, ο κίνδυνος από τις απώλειες των επισφαλών απαιτήσεων μεταβιβάζεται από την επιχείρηση στον πράκτορα. Η πλειοψηφία των συμβάσεων πρακτορείας αναφέρονται σε μεταβιβάσεις λογαριασμών απαιτήσεων χωρίς δικαίωμα αναγωγής.

6. Η οικονομική υπόσταση του θεσμού

Η οικονομική υπόσταση του θεσμού προσδιορίζεται από το πεδίο των εφαρμογών και αυτό είναι ο εμπορικός τομέας των επιχειρήσεων, όπου η ρευστότητα αποτελεί τον πρώτο στόχο.

Βεβαίως το factoring δεν είναι η μοναδική μέθοδος για τις βραχυπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις, αλλά το στοιχείο που του δίνει τον ιδιάζοντα χαρακτήρα του είναι η ευελιξία και ο συνδυασμός των πρόσθετων υπηρεσιών, τις οποίες οι Τράπεζες δεν προσφέρουν κατά την διεξαγωγή των απλών εμπορικών βραχυπρόθεσμων χρηματοδοτήσεων. Οι εξυπηρετήσεις αυτές που είναι θεμελιώδεις, όπως η συστηματική και αναλυτική παρακολούθηση των πελατών, δεν είναι δυνατόν να γίνει από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπου ο λογιστής έχει να ασχοληθεί με άλλα πράγματα, καθαρώς λογιστικά και φορολογικά. Συνεπώς και στην περίπτωση που γνωρίζει να διενεργεί αναλύσεις του είδους αυτού, δεν έχει τον απαιτούμενο χρόνο. Αυτό άλλωστε παρατηρείται και σε μεγάλες επιχειρήσεις, όπου σπανίως έχουν άνθρωπο να απασχολείται με τα έργα του είδους αυτού.

Πέραν των θεμάτων ρευστότητας το factoring συνδέεται οργανικώς και με τα θέματα πίστωσης, η οποία, όταν μετουσιώνεται σε πράξη, λαμβάνει τη μορφή της πίστωσης. Η κύρια οικονομική υπόσταση είναι το "Πακέτο Τιμολογίων" για το οποίο καταλαμβάνει για μια συστηματική και λεπτομερή διδασκαλία μεγάλη έκταση και πολλές ώρες. Το "Πακέτο Τιμολογίων" δεν είναι απαραίτητο να περιλαμβάνει όλα τα τιμολόγια, το οποίο εκδίδει κάθε προμηθευτής για κάθε πελάτη του, επειδή ο τελευταίος μπορεί να ζητήσει να εξαιρούνται μερικά από αυτά, τα οποία θα εξοφλεί ευθέως προς τον προμηθευτή. Επίσης θα σημειωθεί ότι ο προμηθευτής προβαίνει σε ποικιλία προσδιορισμών προθεσμίας στο πέρας της οποίας θα εξοφλούνται τα τιμολόγια, επειδή λόγοι εμπορικής πολιτικής πιθανόν να το επιβάλλουν.

Άλλη μεταβολή που επισυμβαίνει στα πράγματα της επιχείρησης εκείνης που δέχεται τις υπηρεσίες – κυρίως - του πλήρους factoring, είναι η μεταβολή της συνθέσεως του Ενεργητικού της, στην οποία το στοιχείο "Απαιτήσεις", μειώνεται κατά το ποσό το οποίο ο factor δίνει τα όρια χρηματοδοτήσεως, ενώ αντίστοιχα αυξάνει το ποσοστό των μετρητών, με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση η οποία χρηματοδοτείται επί εβδομαδιαίας βάσεως έχει την δυνατότητα να αγοράζει τα αναγκαία υλικά και εμπορεύματα τοις μετρητοίς και να

επιτυγχάνει μικρότερες τιμές, με άμεση επίπτωση στο κόστος των παραγόμενων εμπορευμάτων, γεγονός, που την καθιστά ευέλικτη και ανταγωνιστική, έναντι των ομοειδών επιχειρήσεων του κλάδου όπου αυτή ανήκει.

Όσον η επιχείρηση αποδεικνύεται σταθερή και φερέγγυα τόσο ο factor μεγεθύνει τα ανοίγματά του και με τον τρόπο αυτό, εγκρίνει μεγαλύτερα όρια χρηματοδοτήσεων, αυτό δε φαίνεται καθαρά στις χώρες που επικράτησε το factoring, όπου επιχειρήσεις σε σύντομα χρονικά διαστήματα βοηθούμενες από τον θεσμό αυτό, μεγάλωσαν και ισχυροποιήθηκαν, ενώ οι ανταγωνίστριες δεν μπόρεσαν να αντέξουν και ή ακολούθησαν την πολιτική factoring ή έσβησαν από την Αγορά.

Επί βάσεως εθνικής οικονομίας, το factoring εξυγιαίνει την αγορά από το παραεμπόριο και την παραοικονομία επειδή ακριβώς δημιουργεί το κλίμα εκείνο, μέσα στο οποίο δεν μπορεί να ευδοκιμήσει ο μη σοβαρός έμπορος και γενικότερα ο μη σοβαρός επιχειρηματίας, ενώ παράλληλα, ο εξαφανισμός των ανεπίσημων επιχειρηματιών, ο όγκος του εμπορίου γίνεται περισσότερο εμφανής και κατά συνέπεια μεγεθύνεται η φορολογητέα ύλη.(Γιάννης Λυμβαίος,1997)

7.Ποιές επιχειρήσεις ενδείκνυται να κάνουν χρήση των υπηρεσιών factoring

Οι επιχειρήσεις που ενδείκνυται να κάνουν χρήση των υπηρεσιών factoring έχουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Παρουσιάζουν αναπτυσσόμενη και κερδοφόρα δραστηριότητα.
- Πραγματοποιούν πωλήσεις με βραχυπρόθεσμη πίστωση.
- Έχουν ευρύ αριθμό πελατών με επαναληπτική και καλή αγοραστική συμπεριφορά.
- Εκδίδουν τιμολόγια με σημαντική μέση αξία

8.Ωφέλειες για τον πελάτη και τον προμηθευτή μέσω της χρήσης factoring.

- Οι ωφέλειες για τον πελάτη είναι πολλαπλές και ιδιαίτερα σημαντικές για την παραγωγική και αποδοτική ανάπτυξη της επιχείρησης του. (Γιάννης Λυμβαίος, 1997)

Κυριότερες ωφέλειες θεωρούνται οι εξής:

1. Η αξιολόγηση από την εταιρεία factoring της πιστοληπτικής ικανότητας των υφιστάμενων και νέων αγοραστών εξυγιαίνει 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.

2. 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.

3. Η ανάθεση της διαχείρισης και λογιστικής παρακολούθησης των εμπορικών απαιτήσεων στην εταιρεία factoring μειώνει σημαντικά τα λειτουργικά κόστη της συνεργαζόμενης επιχείρησης.

4. Η χρηματοδότηση της επιχείρησης από την εταιρεία factoring στηρίζεται στο αξιολογημένο πελατολόγιό της κι έτσι δεν απαιτείται παροχή πρόσθετων ασφαλειών.

5. 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.

6. 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.

➤ Με το factoring έχουν δημιουργηθεί πολλά πλεονεκτήματα και κέρδη για τον προμηθευτή, τα οποία μπορούν να συνοψισθούν στα εξής:

1. Με την ανάθεση στον factor την τήρηση όλων των στοιχείων που αφορούν τον κλάδο των πωλήσεων, ο επιχειρηματίας έχει υπεύθυνα στοιχεία όχι μόνο όσον αφορά τα υπόλοιπα των λογαριασμών, αλλά κυρίως όσον αφορά πληροφορίες με τις οποίες επιβραδύνεται το χρονικό διάστημα μεταξύ δύο παραγγελιών των πελατών του προμηθευτή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την επιτάχυνση των πωλήσεων.

2. Με την τεχνική διαδικασία που ακολουθείται στο factoring ο προμηθευτής έχει την δυνατότητα να καρπώνεται τα πλεονεκτήματα τα οποία απορρέουν από την ταχύτατη διεκπεραίωση κάθε “Πακέτου Τιμολογίων”, χωρίς γραφειοκρατικές καθυστερήσεις.

3. Κατά περίπτωση, ο προμηθευτής εξασφαλίζεται με πολύ μικρή δαπάνη από τις επισφαλείς και ανεπίδεκτες εισπράξεως απαιτήσεις, εφόσον τις αναλαμβάνει ο factor.
4. Μετατρέπει την σύνθεση του Ενεργητικού εφ' όσον οι απαιτήσεις του Προμηθευτή μετατρέπονται εβδομαδιαίως σε μετρητά.
5. Ο factor με την εμπειρία του, που έχει όσον αφορά την είσπραξη των απαιτήσεων, στην περίπτωση, που τις διενεργεί για λογαριασμό του προμηθευτή, μετατρέπει την καθυστέρηση σε συντομία, με ευνόητες επιπτώσεις στην κατάσταση του προμηθευτή.
6. Ο προμηθευτής προκειμένου να χρηματοδοτηθεί στηρίζεται περισσότερο στις δυνατότητες, τις οποίες προσφέρει το αξιόλογο προϊόν για το οποίο ο Factor διενεργεί το σχετικό μάρκετινγκ, παρά σε υποθήκες και άλλα δυσκίνητα μέσα τα οποία ζητεί η κλασική τραπεζική τακτική.
7. Η απαλλαγή του προμηθευτή από εργασίες ρουτίνας, όπως είναι η παρακολούθηση της πελατείας, του επιτρέπει την άνετη ενασχόλησή του σε άλλα σπουδαιότερα έργα, όπως η βελτίωση της παραγωγής, η έρευνα για νέα προϊόντα, η επέκταση των εγκαταστάσεών του, κλπ.
8. Πέραν από αυτά, η "εξ απαλών ονύχων" μετατροπή των επί πιστώσει πωλήσεων σε πωλήσεις τοις μετρητοίς, δίνει στην Επιχείρηση του προμηθευτή την δυνατότητα να κλείνει σε καλύτερες τιμές όλα τα υλικά που χρειάζεται, με άμεση συνέπεια να μειώνει το κόστος.
9. Τέλος έχει παρατηρηθεί ότι η επιτυχής διεξαγωγή του factoring έχει ευμενής επιδράσεις όσον αφορά την σύνθεση του κόστους και ότι μεταβάλλει την σχέση μεταξύ Σταθερού και Μεταβλητού Κόστους, με τάση επικρατήσεως του Μεταβλητού και άρα καθίσταται πλέον ευέλικτο.

Όσον αφορά τα πλεονεκτήματα που έχει το factoring στο πλαίσιο μιας εθνικής οικονομίας έχουν επίσης παρατηρηθεί τα εξής:

1. Καταπολεμά θετικά το παραεμπόριο και την παραοικονομία.
2. Γίνεται αιτία ώστε τα αργά χρηματικά κεφάλαια, τα οποία προέρχονται από την αποταμίευση, να καθίστανται ενεργά μέσω των factors, οι οποίοι τα βρίσκουν αυτά από την χρηματαγορά.
3. Με την ταχύτητα και την συνεχή ροή με την οποία λειτουργεί το factoring, γίνεται αιτία, ώστε να αναπτύσσονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
4. Δημιουργείται με το factoring η δυνατότητα να επέρχεται μια βελτιωμένη ανακατάταξη στις επιχειρήσεις και να δημιουργείται ένα κλίμα που βοηθά μόνο τις νοικοκυρεμένες εταιρίες, οι οποίες φυσικά και καρπώνονται τα ανάλογα πλεονεκτήματα.
5. Συμβάλλει στην ενίσχυση των εξαγωγών με αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγής και της απασχόλησης.
6. Συμβάλλει στην έγκαιρη είσπραξη του συναλλάγματος από τις εξαγωγές και στην βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου

Μειονεκτήματα του factoring

- Το σοβαρότερο μειονέκτημα είναι το υψηλό κόστος που έχει το factoring , το οποίο εξαρτάται βεβαίως από το εύρος των παρερχομένων 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.

10. Το factoring στην Ελλάδα-Εταιρείες factoring στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα για πρώτη φορά ο θεσμός του factoring εισήχθη το 1990, με τον νόμο 1905/1990 (‘‘σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων’’, όπως αποδόθηκε τελικά ο όρος factoring στην Ελλάδα)

Το ρόλο του πράκτορα ασκούν μόνον οι τράπεζες και οι αποκλειστικής εξειδικεύσεως ανώνυμες εταιρείες, οι οποίες συνιστώνται κατόπιν ειδικής αδείας της Τραπέζης Ελλάδος.

Το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο των εταιρειών αυτών δεν μπορεί να είναι χαμηλότερο από το $\frac{1}{4}$ (25%) του απαιτούμενου για την ίδρυση μιας τραπεζικής εταιρείας και πρέπει να καταβληθεί σε μετρητά (Ν.2232/1994) Ο θεσμός του factoring βελτιώθηκε με τον νόμο 2367/1995 με τον οποίο διευκρινίσθηκε πως οι συμβάσεις factoring αφορούν και σε απαιτήσεις που προέρχονται από κάθε μορφής διασυνοριακή άσκηση επιχειρηματικής δράσης και όχι μόνο από εισαγωγές ή και εξαγωγές προϊόντων, όπως άφηνε να εννοηθεί η αρχική διάταξη.

Οι μετοχές των εταιρειών είναι ονομαστικές, η δε μεταβίβασή τους, όταν οδηγεί σε απόκτηση μεγαλύτερου από 10% τμήματος του μετοχικού κεφαλαίου, είναι άκυρη άνευ εγκρίσεως της Τράπεζας της Ελλάδος. Η Τράπεζα της Ελλάδος ασκεί εποπτεία επί των εταιρειών και καθορίζει υποχρεωτικούς για τις εταιρείες συντελεστές φερεγγυότητας, ρευστότητας και συγκεντρώσεως κινδύνου, τα ακαθάριστα έσοδα, δε, των πρακτόρων υπάγονται σε ΦΠΑ 19%.

Στην Ελλάδα με το νόμο 1905/1990 που αφορά τη «σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων και άλλες διατάξεις» με μετέπειτα τροποποιήσεις (Ν.2367/1995) δημιουργήθηκε το θεσμικό πλαίσιο για να λειτουργήσουν οι θεσμοί πρακτορείας αλλά και της εμπορίας απαιτήσεων (forfeiting). Μέχρι το 1995 προσφέρθηκαν κάποιες μορφές εργασίες πρακτορείας στην ελληνική αγορά από σχετικά λίγες τράπεζες, διαμέσου των υπηρεσιών τους, για την ικανοποίηση της πελατείας τους. Όμως η ουσιαστική και σε πλήρη μορφή έναρξη παροχής υπηρεσιών πρακτορείας τοποθετείται εντός του 1995 με την λειτουργία των πρώτων αμιγών εταιρειών, που υπήρξαν θυγατρικές εταιρείες μεγάλων ελληνικών τραπεζών.

Χαρακτηριστικά μπορεί να αναφερθεί ότι σήμερα στην Ελλάδα λειτουργούν 8 εταιρείες factoring, η ABC Factors, η Εμπορική Factoring, η EFG Factors, η Multifactoring, η Ethnofact ΑΕ, η Αλική Factoring ΑΕ, η HSBC και η Αγροτική Τράπεζα. Παρακάτω αναφέρονται επιγραμματικά ορισμένα στοιχεία για την κάθε μία από τις προαναφερθείσες εταιρίες.

1. Η Εθνική Ανώνυμη Εταιρεία Διαχείρισης Επιχειρηματικών Απαιτήσεων με τον διακριτικό τίτλο Ethnofact (ιδρύθηκε το 1995) της οποίας το μετοχικό κεφάλαιο καλύπτεται κατά 51% από την Εθνική Τράπεζα, κατά 20% από την ασφαλιστική εταιρεία Αστηρ, κατά 20% από την Εθνική ΕΕΓΑ και 9% από την Εθνική ΑΕ Διοίκησης και Οργάνωσης. Η Ethnofact ΑΕ αξιοποιώντας το συγκριτικό πλεονέκτημα που εξασφαλίζει το δίκτυο καταστημάτων της εθνικής τράπεζας προσφέρει υπηρεσίες εγχώριου και διεθνούς factoring για εισαγωγικές και εξαγωγικές επιχειρήσεις. Η Ethnofact ΑΕ πραγματοποιεί τις δραστηριότητες της στα πλαίσια του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας και είναι συνδεδεμένη με τις μεγαλύτερες εταιρείες factoring του εξωτερικού μέσω του διεθνούς οργανισμού FCI του οποίου είναι μέλος. Ο FCI είναι σήμερα το μεγαλύτερο δίκτυο πρακτορείας στον κόσμο και έχει πάνω από 135 μέλη σε πάνω από 50 χώρες του κόσμου, καλύπτοντας το 43% της παγκόσμιας αγοράς και το 49% του παγκόσμιου εξαγωγικού και εισαγωγικού factoring.

Στην παγκόσμια αγορά πρακτορείας κυριαρχεί σήμερα ένας μικρός αριθμός εταιρειών και δικτύων, με κυριότερες εκτός από της FCI, την International Factors Group, την Heller International και την Lombard NatWest Commercial Services.

2. Η ABC Factors που δημιουργήθηκε με μετοχικό κεφάλαιο 2 δις. δραχμές από την Alpha Τράπεζα Πίστεως και την Τράπεζα Κύπρου με σκοπό την εισαγωγή της πρακτορείας στην Ελλάδα.

Η ABC Factors κατέχει περίπου το 60% της ελληνικής αγοράς και προσφέρει υπηρεσίες εγχώριου, εξαγωγικού και εισαγωγικού factoring, προεξόφλησης τιμολογίων και ακόμη υπηρεσίες διαμέσου του FCI. Η ABC Factors κατέχει σήμερα την πρώτη θέση στην ελληνική αγορά και προβλέπεται για το 2001 κύκλος εργασιών της τάξης των 450 δις δραχμών (περίπου 132 εκατ. ευρώ)

3. Η Εμπορική Factoring που ανήκει στον όμιλο της Εμπορικής Τράπεζας και δραστηριοποιείται στο εγχώριο, εξαγωγικό και εισαγωγικό factoring.

Το 1995 ιδρύθηκε ακόμη η πολυμετοχική εταιρεία Fact Hellas ΑΕ, με μετοχικό κεφάλαιο 1 δις δραχμές, στην οποία συμμετέχουν η Ιονική Τράπεζα (24%), ο Οργανισμό Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (Ο.Α.Ε.Π.) (24%), η Αυστριακή εταιρεία Intermarket Factoring (20%) και ιδιώτες επιχειρηματίες και επιχειρήσεις και η οποία λειτουργεί με καθαρά ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια. Η Intermarket Factoring εκτός από μέλος δρα και σαν σύμβουλος της Fact Hellas ΑΕ. Η Fact Hellas ΑΕ είναι μέλος της Διεθνούς Ένωσης Εταιρειών Factoring 'Factors Chain International' (FCI).

4. Από το 1998 ιδρύθηκε η «Λαϊκή Factoring ΑΕ» σαν θυγατρική εταιρεία των ομίλων της «Ευρωπαϊκής Λαϊκής Τράπεζας ΑΕ» και της «Λαϊκής Κυπριακής Τράπεζας». Εξάλλου η «Λαϊκή Κυπριακή Τράπεζα» αναπτύσσει δραστηριότητα στον ευρύτερο ελλαδικό χώρο από το 1991. Ήδη η «Λαϊκή Factoring ΑΕ» συνδέθηκε με τον Όμιλο «Hong Kong and Shanghai Banking Corporation» (H.S.B.C.), ανέπτυξε ιδιαίτερα συνεργασία με τη θυγατρική εταιρεία factoring του ομίλου «Griffin Credit Services» και έγινε μέλος του διεθνούς οργανισμού εταιρειών factoring.

5. Η Αγροτική Τράπεζα η οποία από το 1992 άρχισε να προσφέρει υπηρεσίες στην εξαγωγική πρακτορεία, το 1995 επέκτεινε τις εργασίες της τόσο στην εισαγωγική, όσο και στην εγχώρια πρακτορεία και αποτελεί ένα από τα πρώτα μέλη στην Ελλάδα του Factors Chain International (FCI) και όπως και οι προηγούμενες εταιρείες είναι ένα από τα ιδρυτικά μέλη της Ένωσης Εταιρειών Factoring Ελλάδας.

6. Η Multifactoring ΑΕ η οποία ιδρύθηκε το 19998 και ανήκει στους ομίλους της Τράπεζας Πειραιώς, του Φουρλή, της Altex και του Βασιλάκη και ιδρύθηκε με μετοχικό κεφάλαιο 2 δις δρχ. Στόχοι της είναι να διατηρήσει πάνω από 25% της ελληνικής αγοράς πρακτορείας και να εισάγει στην ελληνική αγορά ορισμένες καινοτομίες όπως πλήρη αυτοματοποίηση των συναλλαγών και η άμεση και υποδειγματική εξυπηρέτηση των πελατών.

7. Η EFG Factors η οποία ιδρύθηκε από την τράπεζα EFG Eurobank και είναι μέλος της FCI(13.1.2001) δραστηριοποιήθηκε από τον Ιανουάριο του 2000 σε όλες τις μορφές υπηρεσιών πρακτορείας(εγχώριο χωρίς ή μη αναγωγή, εισαγωγικό, εξαγωγικό, προεξόφληση τιμολογίων, διαχείριση/είσπραξη χωρίς χρηματοδότηση.). Η EFG Factors προσφέρει

- α. άμεση ρευστοποίηση των επί πιστώσει πωλήσεων
- β. κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου
- γ. υπηρεσίες outsourcing(λογιστική παρακολούθηση λογαριασμών, είσπραξη τιμολογούμενων αξιών, πιστοληπτική αξιολόγηση πελατών)
- δ. συμβουλευτικές υπηρεσίες marketing.

8. Η FCD Bank Plc. προσφέρει υπηρεσίες διεθνούς πρακτορείας σαν υποκαταστήματος ομώνυμης μητρικής εταιρείας η οποία εδρεύει στον Brentwood της Μεγάλης Βρετανίας. Η εταιρεία αυτή λειτουργεί τόσο σαν εμπορική τράπεζα καταναλωτικών δανείων, όσο και σαν πράκτορας καλύπτοντας τις απαιτήσεις της μητρικής εταιρείας από τους αντιπροσώπους της Ford Motor Co. στην ελληνική αγορά.

Τέλος, με την πρακτορεία ασχολούνται η Εγνατία Τράπεζα, η Citibank και η Midland Bank Plc.

11. Αγορά factoring και οι προοπτικές του θεσμού

Με την πλήρη απελευθέρωση του εμπορίου οι συνθήκες ανταγωνισμού γίνονται οξύτερες. Οι μικρές και μεσαίες προπάντων 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. 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. 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.

Ενδεικτικά, αναφέρονται ορισμένα στατιστικά στοιχεία της περιόδου 1986 - 1991, της περιόδου δηλαδή που το factoring άρχισε να γίνεται γνωστό και στην Ελλάδα.

Ο κύκλος εργασιών του Factoring σε διεθνές επίπεδο κατά το 1991, σύμφωνα με στοιχεία του σπουδαιότερου δικτύου Factor Chain International, έφτανε 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.

Αποτέλεσμα της κατάστασης αυτής υπήρξε η αύξηση του κύκλου εργασιών της πρακτορείας, ενδεικτικά από το 1994 στο 1995, κατά επτά φορές, φτάνοντας τα 25 δις δραχμές, ενώ υπολογίζεται ότι οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούσαν τις υπηρεσίες πρακτορείας δεν ξεπερνούσαν τις 150. Κατά το 1996 ο κύκλος εργασιών έφτασε τα 100 δις δραχμές, το 1997 τα 170 δις δραχμές, το 1998 τα 200 δις δραχμές. Παρόλα αυτά ο κύκλος εργασιών της πρακτορείας εξακολουθεί να παραμένει σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με άλλες χώρες που παρουσιάζουν ανάλογα δημογραφικά χαρακτηριστικά και μακροοικονομικούς δείκτες. Εξ άλλου το 1998 από τα 700 εκ δολάρια του κύκλου εργασιών των ελληνικών εταιρειών πρακτορείας περίπου το 86% αφορούσε την εγχώρια πρακτορεία.

Σήμερα η αγορά της πρακτορείας αναπτύσσεται με συνεχώς επιταχυνόμενο 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, όπως φάνηκε από την μέχρι σήμερα εφαρμογή της πρακτορείας στην Ελλάδα, αφενός 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 οι οποίοι προβλέπεται να συμβάλουν στη προώθηση του θεσμού του factoring τα επόμενα χρόνια είναι οι εξής:

1. Η αδυναμία πολλών επιχειρήσεων να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις απαιτήσεις τους, ιδίως σε περίοδο ταχείας ανάπτυξης.
2. Η μετάβαση στο ευρώ και η σύγκλιση των επιτοκίων λόγω της ένταξης της Χώρας μας στην ΟΝΕ, δημιουργεί περιθώρια ανάπτυξης των τραπεζικών εργασιών δανειοδότησης, καθώς και ευκαιρίες για περαιτέρω ανάπτυξη του factoring.
3. 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 απελευθέρωση της αγοράς στην Ευρωπαϊκή Ένωση δημιουργεί επιχειρηματικές ευκαιρίες για τις ελληνικές εταιρείες factoring που μπορούν να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε άλλες αγορές.

Η ΣΥΜΒΑΣΗ FORFAITING
(ΠΩΛΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

1. Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται διεθνώς αύξηση της προσοχής και δημοσιότητας σχετικά με μια νέα τεχνική χρηματοδότησης που αναφέρεται στο « μεσοπρόθεσμο ελεύθερο διεθνές εμπόριο». Η τεχνική αυτή είναι το **forfaiting**.

Ο όρος forfaiting σημαίνει ότι ο πωλητής (εξαγωγέας) χάνει το δικαίωμα του για μελλοντικές πληρωμές έναντι τωρινής απόδοσης ρευστών. Στην περίπτωση αυτή ο χρηματοδότης παραιτείται του δικαιώματος αναγωγής στον εξαγωγέα σε περίπτωση μη αποπληρωμής. Με τη χρήση της τεχνικής αυτής παρέχεται στον εξαγωγέα πλήρης προστασία έναντι διαφόρων εμπορικών και πολιτικών κινδύνων. Το forfaiting είναι μια πρόσφορη μορφή χρηματοδότησης του εμπορίου που συνεπάγεται την αγορά (προεξόφληση) εμπορικών απαιτήσεων από τον κάτοχο τους πάνω σε μια βάση 100% «χωρίς δικαίωμα αναγωγής» γι' αυτόν. Τέτοιες απαιτήσεις συνήθως είναι τα γραμμάτια ή οι συναλλαγματικές. Οι πωλητές των εμπορικών αυτών απαιτήσεων είναι συνήθως εξαγωγείς που έχουν αποδεχθεί αυτές τις απαιτήσεις για εμπορεύματα ή υπηρεσίες που διέθεσαν σε ξένους αγοραστές. Σε μια συνηθισμένη συναλλαγή forfaiting ο εξαγωγέας λαμβάνει το 15-20% της τιμής του συμβολαίου σε μετρητά αμέσως και το υπόλοιπο οφειλόμενο ποσό κατά το χρόνο της αποστολής των εμπορευμάτων και της απόκτησης των γραμματίων ή των συναλλαγματικών. Το forfaiting, ως νομικό μόρφωμα αλλά και ως μορφή χρηματοδότησης, παρουσιάζει κοινά χαρακτηριστικά με το factoring, ώστε οι δύο έννοιες να συγγέονται. Πρόκειται και στις δύο περιπτώσεις για προεξοφλητική χρηματοδότηση απαιτήσεων προερχόμενων από διεθνείς πωλήσεις και η ευθύνη του εξαγωγέα περιορίζεται κατά την συμφωνία των μερών.

2. Έννοια του forfaiting

Η σύμβαση forfaiting συνάπτεται μεταξύ ενός εξαγωγέα και μιας τράπεζας ή εταιρείας factoring. Βάσει της σύμβασης αυτής ο εξαγωγέας πωλεί και εκχωρεί στον forfeiter μια απαίτηση του, η οποία προέρχεται από εξαγωγική δραστηριότητα και κατά κανόνα ενσωματώνεται σε αξιόγραφο, συνήθως συναλλαγματικές ή γραμμάτια εις διαταγή.

Χαρακτηριστικό της σύμβασης forfaiting είναι ότι η εκχωρούμενη απαίτηση είναι συνήθως μεσοπρόθεσμη ή μακροπρόθεσμη (από 6 μηνών έως 10 χρόνων) και ο forfeiter δεν έχει δικαίωμα αναγωγής κατά του εξαγωγέα στην περίπτωση που δεν ικανοποιηθεί από τον πρωτοφειλέτη.

Για την κάλυψη του κινδύνου αυτού συμφωνείται πριν από την εκχώρηση ότι αξιόγραφα που ενσωματώνουν την εκχωρούμενη απαίτηση θα συνοδεύονται από εγγύηση κάποιας φερέγγυας τράπεζας. Η εγγύηση αυτή της τράπεζας παρέχεται είτε με τη μορφή εγγυητικής είτε με τη μορφή <<per aval>>, δηλαδή με επισημείωση της εγγύησης στο αξιόγραφο.

Έτσι το forfeiting θα μπορούσε να ορισθεί και ως πώληση αξιόγραφων πλήρως διαπραγματεύσιμων και εγγυημένων από τράπεζα πρώτης τάξης, που ενσωματώνουν απαιτήσεις από διεθνή συναλλαγή προμήθειας κεφαλαιουχικών αγαθών ή παροχής υπηρεσιών, χωρίς ο αγοραστής να έχει δικαίωμα αναγωγής κατά του πωλητή των τίτλων, αν ο πρωτοφειλέτης δεν πληρώνει.

3. Ιστορική ανασκόπηση

Η γέννηση της αγοράς του forfaiting ανάγεται στο τέλος της δεκαετίας του 1950 και την αρχή της δεκαετίας του 1960, τότε που περιορίστηκαν οι υφιστάμενοι εμπορικοί φραγμοί και αναπτύχθηκε το εμπόριο μεταξύ Ανατολής και Δύσης. Ακόμη την περίοδο αυτή παρατηρήθηκε μια προσπάθεια από μέρους των εξαγωγέων για τη χρηματοδότηση των εργασιών τους σε ξένα κεφάλαια. Διαπιστώθηκε δηλαδή την περίοδο εκείνη αφενός οι δυτικοευρωπαίοι και ιδιαίτερα οι δυτικογερμανοί να θέλουν και να μπορούν να διευρύνουν τις συναλλαγές τους, οι δε ανατολικοευρωπαίοι να έχουν έλλειψη σκληρών νομισμάτων που χρειάζονταν για τέτοιες εισαγωγές και να αδυνατούν να κινηθούν στα περιοριστικά παραδοσιακά πλαίσια των πιστωτικών διευκολύνσεων των 3-6 μηνών. Αντίθετα ζητούσαν πιστώσεις για 5-7 χρόνια με εξαμηνιαίες αποπληρωμές. Οι τράπεζες τον ίδιο χρόνο, δεν ήταν σε θέση να καλύψουν όλες τις υπηρεσίες που ζητούσε ο εξαγωγέας, εξ' αλλού παρατηρήθηκε από μέρους των εξαγωγέων μια αυξανόμενη ζήτηση πιστώσεων για περιόδους μεγαλύτερης από τις καθιερωμένες των 90 ή 180 ημερών. Για τους παραπάνω λόγους το forfaiting αναπτύχθηκε με τη θέληση των τραπεζών για να αντιμετωπίσουν τις καταστάσεις αυτές και δέχθηκαν τις υποχρεώσεις των ξένων πωλητών.

Με την επέκτασή της τεχνικής του forfaiting αναπτύχθηκε η αγοροπωλησία εμπορικών απαιτήσεων με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί μια ακμαία δευτερεύουσα αγορά.

Κατά τις δεκαετίες του 1970 και 1980 αναπτύχθηκε στην Ευρώπη από ένα μικρό αριθμό ιταλικών, γερμανικών, ελβετικών και αγγλικών ιδρυμάτων forfaiting, η εμπορία τίτλων με δικαίωμα και χωρίς δικαίωμα αναγωγής. Εταιρείες όπως η Finanz AG, η Trade Development Bank, η Noreco και άλλες σχημάτισαν μια αγορά χωρίς δικαίωμα αναγωγής συμβάλλοντας σημαντικά

στην ανάπτυξη του forfaiting. Ειδικές τράπεζες μαζί με τις παραδοσιακές, ανέπτυξαν ειδικά τμήματα forfaiting συνήθως εντός των εμπορικών τομέων χρηματοδότησης. Τα τμήματα αυτά σε ορισμένες περιπτώσεις αποδείχθηκαν χρήσιμα ανάλογα με το πώς τα διάφορα ιδρύματα αντιμετωπίζουν, προσεγγίζουν και ελέγχουν τους εξής κινδύνους: i) στην πίστωση ii) στο επιτόκιο iii) στην τεκμηρίωση του κινδύνου.

Αυτοί οι οποίοι κατά τις δεκαετίες 1980 και 1990 αποδέχθηκαν τα οφέλη του forfaiting για τους παρακάτω λόγους:

1. οι εξαγωγείς συνειδητοποίησαν ότι το forfaiting είναι μια αποτελεσματική εναλλακτική λύση χρηματοδότησης των πωλήσεών τους.
2. οι εισαγωγείς πιστέψουν ότι αποτελεί μια ευνοϊκή μέθοδο χρηματοδότησης των αγορών τους.
3. οι προεξοφλητές και οι δικαιούχοι αισθανθούν ότι η απόδοση του forfaiting δικαιολογεί τους κινδύνους του.
4. οι εγγυήτριες τράπεζες μπορούν εμπορικά να δικαιολογήσουν τον κίνδυνο τους στον εισαγωγέα
5. οι τρίτοι δεν περιορίσουν ή περιστεύουν τις διεθνείς εμπορικές πράξεις τους.

Παρόλο που παλαιότερα το forfaiting χρησιμοποιήθηκε για τη χρηματοδότηση των εξαγωγών κεφαλαιουχικών αγαθών και για περιόδους 5-7 χρόνων, σήμερα χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο και σε καταναλωτικά αγαθά και υπηρεσίες, ώστε κάθε εμπόρευμα και υπηρεσία να μπορεί να μπορεί πλέον να χρηματοδοτείται από έναν forfaiter. Εξ' άλλου σχετικά πρόσφατα παρουσιάστηκαν και περιπτώσεις χρησιμοποίησης forfaiting για μεγαλύτερες χρονικές περιόδους όπως για παράδειγμα η περίπτωση της χρηματοδότησης από τη Foreign Trade Bank της Morgan Grenfell με περίπου 30 εκατομμύρια Δολάρια για 13 χρόνια.

Το forfaiting είναι πιθανό τώρα να χρησιμοποιηθεί, για παράδειγμα για να βρουν κεφάλαια οι Τσέχοι εξαγωγείς μηχανημάτων για να εξάγουν στην Χιλή ή οι Γερμανοί εξαγωγείς για να εξάγουν στην Πολωνία. Εξ' άλλου οι βασικοί παράγοντες παραμένουν οι δηλαδή οι προμηθευτές οι, οι έμποροι, οι βιομήχανοι, οι εξαγωγείς και οι εμπορικοί αντιπρόσωποι, επιθυμώντας να πωλήσουν και να πληρωθούν χωρίς ενδεχόμενες μακροπρόθεσμες νομικές και χρηματοοικονομικές υποχρεώσεις.

Τέλος το 1990 υπολογίστηκε ότι το 0,75% του παγκοσμίου εμπορίου ή περίπου 15 δις. Δολάρια χρηματοδοτήθηκαν με την μορφή forfaiting. Σήμερα με εκτιμήσεις το ποσοστό αυτό έχει ανέλθει πάνω από το 1% του παγκόσμιου εμπορίου λόγω της γρήγορης επέκτασης του forfaiting στην Νότια Αμερική

που αντιπροσωπεύει ήδη ένα μεγάλο ποσοστό των συνολικών δραστηριοτήτων του forfaiting.

4. Οικονομική σημασία του forfaiting

Η επιλογή του forfaiting στις διεθνείς συναλλαγές οφείλεται σε μια σειρά πλεονεκτημάτων, που η σύμβαση αυτή εξασφαλίζει στους συμβαλλομένους και κυρίως στον εξαγωγέα. Ειδικότερα:

- Χρηματοδότηση: το πρώτο βασικό πλεονέκτημα του forfaiting είναι ότι η μεσοπρόθεσμη ή μακροπρόθεσμη απαίτηση του εξαγωγέα από την εξαγωγική δραστηριότητα του πληρώνεται αμέσως αφού βεβαίως αφαιρεθεί ο προεξοφλητικός τόκος. Η απαίτηση που έχει στα χέρια του ο εξαγωγέας και που θα καταστεί ληξιπρόθεσμη σε κάποιο μελλοντικό χρονικό σημείο τρέπεται μέσω του forfaiting αμέσως σε χρήματα. Έτσι το forfaiting αναδεικνύεται σε τραπεζική εργασία έμμεσης χρηματοδότησης του εξαγωγικού εμπορίου, και μάλιστα χρηματοδότησης με σταθερό επιτόκιο. Το τελευταίο αυτό παρέχει τη δυνατότητα στον εξαγωγέα να υπολογίσει εκ των προτέρων το κόστος της χρηματοδότησης και να το λάβει υπόψη του κατά την κοστολόγηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του.
- Παραίτηση από το δικαίωμα αναγωγής: το δεύτερο στοιχείο που ανάγει το forfaiting σε εξαιρετικής σπουδαιότητας μέθοδο χρηματοδότησης του εξαγωγικού εμπορίου είναι η παραίτηση του forfeiter, ο οποίος προεξοφλεί τις ενσωματωμένες σε αξιωματικούς τίτλους απαιτήσεις, από το δικαίωμα αναγωγής κατά του εκχωρητή στην περίπτωση μη πληρωμής των τίτλων από τον πρωτοφειλέτη.

Με άλλα λόγια ο forfeiter, εφόσον εγκρίνει τη χρηματοδότηση του εξαγωγέα με και προκειμένου να προστατεύει τα συμφέροντα του από το ενδεχόμενο αφερεγγυότητας του πρωτοφειλέτη, θέτει ως προϋπόθεση για τη διενέργεια της χρηματοδότησης την έκδοση εγγυητικής επιστολής ή την τριτεγγύηση του πιστωτικού τίτλου από την τράπεζα του εισαγωγέα, εφόσον βεβαίως αυτή εκτιμάται ως επαρκώς φερέγγυα. Η εγγύηση πρέπει να είναι αμετάκλητη.

5.Η διαδικασία του forfeiting

Η όλη διαδικασία λειτουργεί από την επιχείρηση του forfeiting που αγοράζει εμπορικές απαιτήσεις μελλοντικής λήξης, όπως γραμμάτια, συναλλαγματικές, ανοικτούς λογαριασμούς, από έναν εξαγωγέα που απέκτησε αυτές τις απαιτήσεις, από την επί πιστώσει διάθεση αγαθών και υπηρεσιών στο εξωτερικό. Η αγορά των απαιτήσεων γίνεται με την προεξόφληση τους με ένα σταθερό επιτόκιο που προσφέρεται από τον forfeiter για μια μεσοπρόθεσμη περίοδο (3-5 χρόνια). Κατά την προεξόφληση παρακρατείται προκαταβολικά το προεξόφλημα για όλη τη διάρκεια που θα καλύψει η εμπορική απαίτηση. Βασικά ο **forfaiteer** παρέχει πλήρη πίστωση που και αναλαμβάνει τους παρακάτω κινδύνους:

- 1) τους πιστωτικούς
- 2) τους πολιτικούς
- 3) της μεταβίβασης του δικαιώματος
- 4) της ανταλλαγής σε ξένο νόμισμα
- 5) του επιτοκίου
- 6) της συγκέντρωσης της ευθύνης.

Από τη μεριά του ο εξαγωγέας ευθύνεται μόνο:

- 1) για τη νομιμότητα της πληρωτέας απαίτησης
- 2) για την εξασφάλιση της γνησιότητας των εγγράφων που χρησιμοποιούνται στο forfeiting
- 3) για την ικανοποιητική εκτέλεση του εμπορικού συμβολαίου που καταρτίστηκε με τον αγοραστή

Πάντως πριν ο εξαγωγέας προβεί σε αγοραπωλησία με τον εισαγωγέα πρέπει να εξετάσει αν ο forfeiter είναι διατεθειμένος να χρηματοδοτήσει τη συναλλαγή. Ακόμη, από τη στιγμή που έχει υπογράψει ο εξαγωγέας συμβόλαιο με τον forfeiter αναλαμβάνει την υποχρέωση να του παραδώσει τους πιστωτικούς τίτλους σε καθορισμένο χρόνο. Με την πράξη αυτή ο εξαγωγέας κατ' ουσία μετατρέπει την επί πιστώσει πώληση σε πώληση σε μετρητά. Έτσι ο εισαγωγέας αντί να χρωστάει στον προμηθευτή του χρωστάει στον forfeiter. Όμως για να αγοράσει ο forfeiter τις εμπορικές απαιτήσεις θα πρέπει αυτές να συνοδεύονται από μια μορφή τραπεζικής εγγύησης της χώρας του εισαγωγέα (π.χ. εγγυητική επιστολή).

Τα απαραίτητα στοιχεία μιας εγγυητικής επιστολής είναι τα παρακάτω:

- 1) να είναι οριστική και ανέκκλητη
- 2) να είναι πλήρως μεταβιβάσιμη
- 3) να μην εξαρτάται από την εκτέλεση της σχετικής εμπορικής πράξης

4) να αναφέρεται σε κάθε μεμονωμένη πληρωμή και ημερομηνία λήξης.

Φυσικά για να πραγματοποιηθούν εξαγωγές με τη βοήθεια της τεχνικής του forfeiting θα πρέπει πρώτα να εξεταστούν το κατά πόσο η χώρα του εισαγωγέα μπορεί να επαναχρηματοδοτηθεί χωρίς αναγωγή στον εξαγωγέα, την πιστωτική περίοδο, ποιες τράπεζες είναι αποδεκτές ως εγγυήτριες στη χώρα του εισαγωγέα και ποιο πόσο μπορεί να χρηματοδοτηθεί με τη μέθοδο forfeiting.(Γεωργιάδης Απόστολος,2000)

6. Πλεονεκτήματα

Η τεχνική του forfeiting παρουσιάζει τα παρακάτω πλεονεκτήματα για τον εξαγωγέα και τον εισαγωγέα.

A. Για τον εξαγωγέα

- Ο forfeiter διαθέτει αμέσως ρευστά καθώς αυτός παραδίδει εμπορεύματα η παρέχει υπηρεσίες. Η αύξηση της ρευστότητας εξαγωγέα ελατώνει τον τραπεζικό δανεισμό του η ελευθερώνει χρηματοοικονομικούς πόρους για επενδύσεις η άλλους σκοπούς.
- Ο forfeiter με τη χρηματοδότηση του εξαγωγέα «χωρίς δικαίωμα αναγωγής» αναλαμβάνει ο ίδιος τους κινδύνους της νομισματικής ισοτιμίας, των μεταβολών του επιτοκίου, τους πιστωτικούς και τους πολιτικούς.
- Ο εξαγωγέας δεν χρειάζεται να ξοδέψει χρόνο και χρήμα για τη διαχείριση και τη συγκέντρωση του ξένου κεφαλαίου
- Οι υπάρχουσες τραπεζικές συμφωνίες η διευκολύνσεις δεν επηρεάζονται ούτε περιπλέκονται με ειδικές διατάξεις όσον αφορά τις προεξοφλήσεις, διαπραγματεύσεις κ.λ.π. Ακόμη υπερτερεί των κυβερνητικών σχεδίων ασφάλισης εξαγωγών γιατί δεν υπάρχουν παρακρατήσεις ποσοστών , γραφειοκρατικές διαδικασίες κ.λ.π.
- Επειδή η χρηματοδότηση γίνεται με τη χρησιμοποίηση των γραμματίων η συναλλαγματικών, η όλη τεκμηρίωση είναι απλή και γρήγορη.
- Ο forfeiter μπορεί γρήγορα να αποφασίσει το κατά πόσο η όχι η χρηματοδότηση είναι προσιτή γιατί είναι σε καθημερινή επαφή με τους ανταγωνιστές και τις τράπεζες σε όλα τα διεθνή κέντρα και διαθέτει μεγάλη εμπειρία
- Τα επιτόκια προεξόφλησης μπορεί να συμφωνηθούν προκαταβολικά και πριν ο εξαγωγέας καταλήξει στους τελικούς όρους της συμφωνίας του με τον εισαγωγέα. Με τον τρόπο αυτό είναι σε θέση να υπολογίσει, ολικά η μερικά τα χρηματοοικονομικά κόστη.

B. Για τον εξαγωγέα

- Αποτελεί για αυτόν μια εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης.
- Παρέχει αυξημένη δανειστική ικανότητα.
- Δεν υφίσταται δημοσιότητα.
- Επιτρέπει τη γρήγορη κατάληξη στη σύναψη εμπορικής συμφωνίας.
- Αποφεύγει διοικητικά και νομικά κόστη που υπάρχουν στις συμφωνίες για πίστωση του εξαγωγέα.
- Αποφεύγει δεσμευτικές δανειστικές συμφωνίες.

7. Διάκριση του forfaiting από το factoring

Το forfaiting, ως νομικό μόρφωμα αλλά και ως τεχνική χρηματοδότησης παρουσιάζει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με το factoring, ώστε συχνά οι δυο έννοιες να συγχέονται: πρόκειται και στις δυο περιπτώσεις για προεξοφλητική χρηματοδότηση απαιτήσεων προερχόμενων από διεθνείς πωλήσεις, όπου η ευθύνη του εξαγωγέα απέναντι στη χρηματοδότητρια εταιρεία περιορίζεται κατά των μερών μόνον στην ύπαρξη της απαίτησης.

Πέρα από την ομοιότητα διαπιστώνει όμως κανείς μεταξύ factoring και forfaiting μια σειρά διαφορών, οι σπουδαιότερες από τις οποίες είναι οι εξής:

- Το forfaiting αποτελεί μέσο χρηματοδότησης του εξωτερικού εμπορίου και δεν χρησιμοποιείται στο εσωτερικό εμπόριο. Αντίθετα το factoring χρησιμοποιείται στο εσωτερικό και εξωτερικό εμπόριο.
- Το forfaiting δεν εμφανίζεται ποτέ με μορφή ανάλογη του μη γνήσιου factoring καθώς η παραίτηση του forfeiter από το δικαίωμα αναγωγής κατά του οφειλέτη αποτελεί εννοιολογικό στοιχείο της σύμβασης του forfaiting.
- Ο forfaitier παρέχει κυρίως χρηματοδότηση, ενώ ο factor και δέσμη άλλων υπηρεσιών, όπως εργασίες λογιστικής παρακολούθησης των απαιτήσεων, όχλησης των οφειλετών, στατιστικής, παροχής βοήθειας κατά τον εκτελωνισμό των προϊόντων κλπ.
- Το forfaiting αφορά κατ' αρχήν σε μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες απαιτήσεις (από 6 μηνών έως και 10 χρόνων), ενώ το factoring δεν ενδείκνυται για απαιτήσεις πέραν των 120 ημερών.
- Ενώ το factoring δημιουργεί συνήθως διαρκή ενοχική σχέση μεταξύ πράκτορα και προμηθευτή (σύμβαση – πλαίσιο), στο πλαίσιο της οποίας εκχωρείται σταδιακά το σύνολο των απαιτήσεων του προμηθευτή από την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, χαρακτηριστικό γνώρισμα του forfaiting αποτελεί η εκχώρηση ορισμένης απαίτησης από μια συγκεκριμένη σύμβαση.

- Η κατά εξοχήν ειδοποιός διαφορά μεταξύ factoring και forfaiting εντοπίζεται ωστόσο στο εύρος των αναλαμβανομένων κινδύνων και στη φύση των μεταβιβαζόμενων απαιτήσεων. Ο forfaitier, πέραν του κινδύνου αφερεγγυότητας του οφειλέτη-εισαγωγέα (credit risk), αναλαμβάνει να καλύψει και άλλους οικονομικούς και πολιτικούς κινδύνους (political risk, country risk). Στους κινδύνους αυτούς ανήκει π.χ το ενδεχόμενο μη είσπραξης της απαίτησης λόγω πολέμου, κυβερνητικής αστάθειας, εκτάκτων συναλλαγματικών περιορισμών, νομικής αδυναμίας παροχής του οφειλέτη λόγω απαγορεύσεων επιβαλλομένων από τη νομοθεσία του τόπου εισαγωγής για την προστασία του εθνικού νομίσματος (foreign exchange risk), απαγόρευσης πληρωμών και γενικά για κάθε λόγο «ανώτερης βίας»
- Ο εξαγωγέας που χρηματοδοτεί τις απαιτήσεις του μέσω του μηχανισμού του factoring, θα χρειαστεί να συμβληθεί επιπλέον με κάποια (κρατική συνήθως) εταιρεία ασφάλισης εξαγωγικών απαιτήσεων. Αντίθετα, στο forfaiting την ανάληψη των κινδύνων αυτών συμφωνούν οι συμβαλλόμενοι με τη ρήτρα «άνευ ευθύνης» (a forfait). Τη συγκατάθεση του για την ανάληψη των κινδύνων αυτών δίνει ο forfaitier, διότι εδώ η εκχωρούμενη απαίτηση είναι αφενός ενσωματωμένη σε συναλλαγματική ή γραμμάτιο εις διαταγών και αφετέρου συνήθως εγγυημένη από τράπεζα. Μονό έτσι μπορεί να εξασφαλισθεί ο forfaitier ότι οι κίνδυνοι που συνοδεύουν την αγορά απαιτήσεων προερχομένων από πώληση αγαθών (και που απορρέουν από τυχόν ενστάσεις του οφειλέτη κ.λ.π) θα αποκλεισθούν.
- Σε αντίθεση με το factoring, το forfaiting χρησιμοποιείται κατά κανόνα για την εξαγωγή κεφαλαιουχικών αγαθών μακράς οικονομικής ζώνης (επενδυτικά αγαθά) και ιδίως μηχανημάτων, βιομηχανικών συγκροτημάτων, ημικατεργασμένων προϊόντων και πρώτων υλών καθώς και για την παροχή ορισμένων μονό υπηρεσιών, συνεπώς όχι καταναλωτικών αγαθών
- Η χρηματοδότηση μέσω forfaiting γίνεται στην πράξη μονό σε ορισμένα νομίσματα (κυρίως Δολάρια ΗΠΑ, Μάρκα Γερμανίας και Φράγκα Ελβετίας, τελευταίως δε και Γιέν Ιαπωνίας)

Ενόψει των παραπάνω διαφορών γίνεται φανερό ότι το forfaiting δεν αποστέλλει εναλλακτική λύση έναντι του factoring, αλλά αναπτύσσεται ακριβώς εκεί όπου η ανάπτυξη του τελευταίου δεν προσφέρεται. (Μητσίόπουλος Γεώργιος, 1999)

(TO VENTURE CAPITAL
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ
ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ)

1. Το περιεχόμενο του venture capital

Η απευθείας επένδυση κεφαλαίων με τη συμμετοχή στο κεφάλαιο εταιρειών που δεν έχουν εισαχθεί στο Χρηματιστήριο αποτελεί ένα νέο θεσμό, ο οποίος υλοποιείται μέσω των εταιρειών παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου (venture capital).

Η παροχή επιχειρηματικού κεφαλαίου υψηλού κινδύνου (venture capital) είναι ένας τρόπος χρηματοδότησης με ίδια κεφάλαια επιχειρήσεων ή επενδυτικών σχεδίων υψηλού δυναμικού αποδόσεως και συνεπώς υψηλού βαθμού κινδύνου. Το venture capital συνδέει τρεις παράγοντες:

- i) το επενδυτικό κοινό,
- ii) τον διαχειριστή του Επιχειρηματικού Κεφαλαίου Υψηλού Κινδύνου και
- iii) τις επιχειρήσεις που υλοποιούν τα επενδυτικά σχέδια με την προοπτική της υψηλής αποδοτικότητας.

Κινητήρια δύναμη στην τριμερή συνεργασία είναι τα υψηλά κέρδη που αναμένεται να επιτευχθούν κατά την πώληση της συμμετοχής που απέκτησαν οι διαχειριστές των Επιχειρηματικών Κεφαλαίων Υψηλού Κινδύνου στις νέες επιχειρήσεις υψηλών προσδοκιών, όταν οι προσδοκίες αυτές αρχίσουν να αποδίδουν.

Αν δεν επαληθευτούν οι προβλέψεις, το εγχείρημα θεωρείται αποτυχημένο και είναι δυνατή η απώλεια κεφαλαίων, για το λόγο αυτό, οι διαχειριστές των Επιχειρηματικών Κεφαλαίων Υψηλού Κινδύνου προκειμένου να συμψηφίσουν τους κινδύνους διαμοιράζουν τα κεφάλαιά τους μεταξύ πολλών επιχειρήσεων.

Η προαναφερόμενη συνεργασία για να ωριμάσει απαιτεί γύρω στα δέκα έτη, δηλαδή πρόκειται για μακροπρόθεσμη διαδικασία.

Στις ΗΠΑ, όπου η τεχνική έχει προοδεύσει σημαντικά, επιτυγχάνεται η ωριμότητα (δηλαδή η πώληση των μετοχών στη νέα εταιρεία) εντός μιας πενταετίας.

Η διαφορά μεταξύ του venture capital και της συνήθους χρηματοδότησης επιχειρήσεων εντοπίζεται στην αναζήτηση του υψηλού κινδύνου, κάτι που κατά κανόνα αποκλείεται στη συνήθη χρηματοδότηση και στην ενεργό δέσμευση του διαχειριστή κατά την υλοποίηση του επικίνδυνου επενδυτικού σχεδίου με την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών.

Η παροχή Επιχειρηματικού Κεφαλαίου Υψηλού Κινδύνου έχει τρία χαρακτηριστικά στοιχεία:

- 1) Τη συνεισφορά ιδίων κεφαλαίων
- 2) Τη μακροπρόθεσμη τοποθέτηση και
- 3) Την ενεργό ανάμιξη στη διαχείριση του επενδυτικού σχεδίου

2.Ιστορική εξέλιξη

Ενδεικτικά η πορεία του venture capital στις διάφορες Ευρωπαϊκές χώρες παρουσίασε την εξής εξέλιξη

-Μεγάλη Βρετανία. Η ανάπτυξη του venture capital στη Χώρα αυτή μπορεί να αποδοθεί αφ ενός σε φορολογικά κίνητρα και νομοθετικές μεταρρυθμίσεις και αφ ετέρου στην δημιουργία κέντρων όπως είναι η Unlisted Securities Market το 1981 και η Nightingale Market το 1987.

-Γερμανία. Η χώρα αυτή αν και συμπεριλαμβάνεται στις πλούσιες ευρωπαϊκές χώρες παρόλα αυτά μέχρι πριν από λίγα χρόνια δεν υπήρχαν παρά λίγες σχετικά εταιρίες venture capital. Η κατάσταση αυτή οφείλεται στο ότι η επιχειρηματική δράση δεν ενθαρρύνονταν από τις τράπεζες που έθεταν υψηλές απαιτήσεις. Η ανάπτυξη του venture capital άρχισε γύρω στο 1986 όταν το κλίμα έγινε ευνοϊκότερο, ψηφίστηκαν νέοι φορολογικοί νόμοι και το 1987 άνοιξε η δευτερογενής αγορά.

-Γαλλία. Η ανάπτυξη του venture capital στη Γαλλία άρχισε από το 1971 με τη δημιουργία της Societes Financieres d' Innovation και του Societes de Capital Risque το 1985 χωρίς όμως να υπάρχει θεαματική αύξηση του θεσμού γιατί το επιχειρηματικό κλίμα δεν ήταν πολύ ευνοϊκό.

-Ολλανδία. Στη χώρα αυτή υπάρχει μια από τις καλύτερες αγορές venture capital στην Ευρώπη, εξ αιτίας του υπάρχοντος απαραίτητου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, της στρατηγικής θέσης της χώρας και της άψογης λειτουργίας, από το 1987, της παράλληλης αγοράς της.

-Βέλγιο. Η αγορά venture capital στη χώρα αυτή είναι μικρή, παρόλο που λειτουργεί σωστά και το περιβάλλον είναι πολύ ευνοϊκό. Εξ άλλου, υπάρχει μια δευτερογενής αγορά και η Societe Novatίησε που προωθεί νέες εταιρίες υψηλής τεχνολογίας ενώ, ισχύουν ευνοϊκοί φορολογικοί νόμοι.

-Σουηδία. Η χώρα αυτή, που τη χαρακτηρίζει ένα υψηλό μορφωτικό επίπεδο του πληθυσμού της, διαθέτει για επενδύσεις ευνοϊκούς φορολογικούς νόμους και μια νέα εξωχρηματιστηριακή αγορά εισηγμένων χρεογράφων (third market) που αποτελεί πόλο έλξης πολλών επενδυτών.

Εκτός Ευρώπης, θα πρέπει να προσεχθεί η ιαπωνική βιομηχανία venture capital η οποία παρουσίασε την πρώτη της ανάπτυξη μεταξύ του 1973 και του 1975 και κατόπιν το 1982. Οι ενδείξεις δείχνουν ότι θα υπάρξει περαιτέρω ανάπτυξη της στο μέλλον αφ ενός εξ αιτίας του κυβερνητικού ενδιαφέροντος και αφ ετέρου εξ αιτίας της παρουσίας αμερικανικών εταιριών venture capital που ίδρυσαν υποκαταστήματα στο Τόκυο. Εξ άλλου, ένας νέος φορολογικός νόμος που επέτρεψε την ελεύθερη διακίνηση κεφαλαίων ανάμεσα στην Ιαπωνία και στο εξωτερικό οδήγησε σε σημαντικές επενδύσεις ιαπωνικών εταιριών στην Ευρώπη και στην Αμερική και στην δημιουργία joint ventures Ιαπώνων και Αμερικάνων επενδυτών.

3.Μορφές εμφάνισης venture capital

Οι μορφές του venture capital συνοψίζονται στον ακόλουθο πίνακα

SEED STAGE	SEED CAPITAL (κεφάλαιο σποράς)	Κεφάλαιο για ανάπτυξη και δοκιμή μιας αρχικής ιδέας.
	START-UP ή EARLY STAGE CAPITAL (κεφάλαιο εκκίνησης)	Κεφάλαιο χρηματοδότησης αρχικού σταδίου παραγωγής, marketing και πωλήσεων πριν ακόμη μία επιχείρηση γίνει κερδοφόρος.
EXPANSION	EXPANSION-DEVELOPMENT FINANCE (χρηματοδότηση ανάπτυξης)	Χρηματοδότηση ανάπτυξης της παραγωγικής δυναμικότητας, των πωλήσεων, επέκταση στην αγορά, ύπαρξη κερδοφορίας πιθανή.
	BRIDGE FINANCE (προχρηματιστηριαστική χρηματοδότηση)	Χρηματοδότηση στο στάδιο προετοιμασίας για είσοδο στο χρηματιστήριο.
	RESCUE/TURNAROUND	Εξαγορά και εξυγίανση επιχείρησης.
BUY OUT STAGE	MANAGEMENT BUY-OUT	Χρηματοδότηση εξαγοράς επιχείρησης από το υπάρχον management.
	MANAGEMENT BUY-IN	Χρηματοδότηση

		εξαγοράς επιχείρησης από νέα ομάδα management.
REPLACEMENT STAGE	REPLACEMENT	Χρηματοδότηση εξαγοράς μεριδίων απερχόμενων εταίρων ή άλλου fund.
	DEBT REFINANCING	Βελτίωση της θέσης μιας επιχείρησης με μείωση της δανειακής εξάρτησης (σχέση δανειακών προς σύνολο κεφαλαίου).

4.Μακροοικονομική και κοινωνική προσέγγιση

Τις τελευταίες δεκαετίες, στην παγκόσμια οικονομία, παρατηρούμε από τη μια, παρακμή μιας σειράς παραδοσιακών κλάδων και από την άλλη, εμφάνιση νέων δυναμικών κλάδων και επιχειρήσεων νέας τεχνολογίας στην παραγωγή αγαθών και καινοτόμων υπηρεσιών. Παράλληλα, παρατηρείται αύξηση της σπουδαιότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) στο οικονομικό γίνεσθαι.

Η ανάπτυξη των χρηματιστηριακών αγορών, ιδιαίτερα με τη δημιουργία των παράλληλων αγορών (second markets) ή και χρηματιστηριακών αγορών για ΜΜΕ (third markets) έδωσε παραπέρα ώθηση.

Οι κοινωνίες και κυβερνήσεις, διαπιστώνοντας αυτές τις τάσεις, προέβησαν σε αλλαγές της φορολογικής νομοθεσίας, προσφέροντας επιπλέον κίνητρα (φορολογικές απαλλαγές ή/και επιδοτήσεις) στην προσπάθειά τους να ενισχύσουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα και τον καταλυτικό όρο του venture capital. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι στο σύγχρονο επιχειρηματικό γίνεσθαι, για λόγους που άπτονται είτε της αγοράς προσφερόμενων κεφαλαίων είτε της αγοράς ζητούμενων κεφαλαίων, ο τρόπος κεφαλαιοδότησης / χρηματοδότησης των επιχειρήσεων μεταβλήθηκε σημαντικά.

Η απελευθέρωση και διαφοροποίηση των αγορών κεφαλαίου συνέβαλε αποφασιστικά στην εξάπλωση του θεσμού του venture capital, ως μέσου βελτίωσης της διαδικασίας αριστοποίησης της κατανομής των επενδυτικών κεφαλαίων, κατευθύνοντας περισσότερα κεφάλαια προς καινοτομείς δράσεις και επιχειρήσεις, ελαχιστοποιώντας τους σχετικά υψηλούς κινδύνους που εξ ορισμού αυτές ενσωματώνουν.

Τέλος, οι venture capitalists, παρά την ευρέως διαδεδομένη άποψη, η οποία τους περιγράφει ως ριψοκίνδυνους τυχοδιώκτες και λάτρεις του κινδύνου, είναι εξαιρετικά συντηρητικοί και ορθολογικοί στον τρόπο λήψης των αποφάσεών τους. Αυτό, βέβαια, δε σημαίνει ότι απορρίπτουν συλλήβδην την ανάληψη κάθε κινδύνου, αλλά ότι επιδιώκουν να αναλαμβάνουν μόνο λελογισμένο κίνδυνο και μόνο εφόσον υπάρχει αυξημένη πιθανότητα πραγματοποίησης υψηλών αποδόσεων. (Δρ Αριστοτέλης Δ. Σπηλιώτης, 2001)

5. Σε ποιες επιχειρήσεις απευθύνεται το venture capital

Το venture capital ανταποκρίνεται στις ανάγκες δυναμικών εταιρειών που αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς και χρειάζονται κεφάλαια για να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξή τους, διατηρώντας όμως υγιή πάντα κεφαλαιακή διάρθρωση. Συναντάται συχνά και στην περίπτωση μεταβίβασης της ιδιοκτησίας της επιχείρησης, είτε σε μετόχους μειοψηφίας είτε σε στελέχη της διοίκησης (management buy-outs), προσφέροντας την απαιτούμενη χρηματοδότηση για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

Η χρηματοδότηση μέσω venture capital επιτυγχάνεται είτε μέσω της συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο των εταιρειών με αύξηση ή σπανιότερα με εξαγορά τμήματος αυτού είτε με διάφορα άλλα ευέλικτα σχήματα, όπως η έκδοση νέας σειράς προνομιούχων μετοχών ή μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου, επιτρέπει δε σχεδόν πάντοτε στον κύριο μέτοχο να διατηρήσει τον έλεγχο της εταιρείας του.

Η κεφαλαιακή ενίσχυση μιας εταιρείας είναι δυνατή τόσο σε αρχικό στάδιο (seed ή start-up capital) όσο και σε μεταγενέστερο (development capital). Είναι εύλογο ότι το όφελος που προσδοκά ο επενδυτής venture capital είναι υψηλό, πράγμα που δικαιολογεί τον αυξημένο κίνδυνο που αναλαμβάνει για την επένδυσή του.

Ο θεσμός του venture capital έχει οδηγήσει σε εντυπωσιακή ανάπτυξη τις περισσότερες επιχειρήσεις που τον αξιοποίησαν.

Οι εταιρείες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου συνήθως ρευστοποιούν τη συμμετοχή τους μετά την είσοδο στο Χρηματιστήριο των επιχειρήσεων στις οποίες επένδυσαν ή ακόμη κατά την πώληση της πλειοψηφίας του μετοχικού κεφαλαίου των εταιριών αυτών.

6.Μεθοδολογία χρηματοδότησης επιχειρήσεων venture capital

Κατά μια πρόσφατη μεθοδολογία η οποία έχει ήδη εφαρμοσθεί με μεγάλη επιτυχία σε εταιρείες παροχής VC στις Η.Π.Α. (Tyebjee and Bruno, 1984) και σε γαλλικές εταιρείες παροχής VC (Zorounidis, 1994), οι δραστηριότητες των εταιρειών παροχής VC περιγράφονται σε πέντε φάσεις: η προέλευση των επιχειρήσεων για χρηματοδότηση, η προεργασία, η εκτίμηση, η ολοκλήρωση του συμβολαίου και οι μεταεπενδυτικές δραστηριότητες.

A. Η προέλευση των επιχειρήσεων για χρηματοδότηση

Επειδή οι εταιρείες παροχής VC δρουν μέσα σε ένα περιβάλλον όπου οι καλές περιπτώσεις επιχειρήσεων σπανίζουν, η ενδεχόμενη συνεργασία τους με μάνατζερ των υπό χρηματοδότηση επιχειρήσεων πραγματοποιείται είτε με δική τους πρωτοβουλία είτε με μεσολάβηση άλλων χρηματοοικονομικών οργανισμών όπως, εμπορικές τράπεζες, πιστωτικά ιδρύματα, σύμβουλοι επιχειρήσεων, επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν ήδη συνεργαστεί με εταιρείες παροχής VC.

B. Η προεργασία

Οι εταιρείες παροχής VC έχουν συνήθως να μελετήσουν ένα μεγάλο αριθμό προτάσεων για χρηματοδότηση και μάλιστα με μικρό αριθμό προσωπικού. Ο Wells (1974) αναφέρει ότι οι εταιρείες παροχής VC δέχονται 120 με 1000 προτάσεις για χρηματοδότηση με μέσο όρο περίπου 450 ετήσια. Ο βασικός στόχος των εταιρειών αυτών είναι να χρηματοδοτήσουν τελικά ένα μικρό αριθμό επιχειρήσεων των πιο αποδοτικών. Τα κυριότερα κριτήρια που χρησιμοποιούνται στη φάση αυτή είναι τα ακόλουθα: ο τομέας δραστηριότητας της επιχείρησης, το προϊόν της, το μέγεθός της, η γεωγραφική τοποθεσία της, η πολιτική επενδύσεών της και η ανταγωνιστική θέση της στην αγορά.

Γ. Η εκτίμηση

Οι εταιρείες παροχής VC αξιολογούν τις επιχειρήσεις με βάση τις πληροφορίες ποιοτικές και ποσοτικές οι οποίες βρίσκονται μέσα στο σχέδιο ανάπτυξης (business plan). Αυτή η αξιολόγηση στηρίζεται επίσης στην υποκειμενική κρίση που διαθέτουν τα στελέχη των εταιρειών παροχής VC.

Στο τέλος της φάσης της εκτίμησης πρέπει να κατασκευαστεί ένα επιχειρησιακό μοντέλο το οποίο θα επιτρέπει την αυτόματη αξιολόγηση κάθε επιχείρησης που ζητά τη χρηματοδότηση της εταιρείας παροχής VC. Από μελέτες που έχουν παρουσιαστεί μέχρι σήμερα τα βασικά κριτήρια απόφασης είναι τα ακόλουθα: η ομάδα των μάνατζερ της επιχείρησης (επαγγελματική

εμπειρία, διοικητική μόρφωση, ποιότητα διοίκησης, ενδιαφέρον των μάνατζερ για την ανάπτυξη της επιχείρησης,...), η αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση (εξέλιξη της αγοράς, ανταγωνιστική θέση πάνω στην αγορά, ανάγκες της αγοράς,...), το προϊόν της επιχείρησης, η στρατηγική μάρκετινγκ που ακολουθεί, οι χρηματοοικονομικές της επιδόσεις, και το μέγεθος της επένδυσης (Zorounidis, 1994).

Δ. Η ολοκλήρωση του συμβολαίου

Κατά τη διάρκεια της φάσης αυτής γίνονται οι διαπραγματεύσεις ανάμεσα στην εταιρεία παροχής VC και των μάνατζερ της υπό χρηματοδότηση επιχείρησης. Οι διαπραγματεύσεις αναφέρονται στο ποσό που θα επενδυθεί, στη μέθοδο χρηματοδότησης, στις ρήτρες ασφαλείας....

Ε. Οι μεταεπενδυτικές δραστηριότητες

Από τη στιγμή που θα υπογραφεί το συμβόλαιο συνεργασίας μεταξύ των δύο εταίρων, οι εταιρείες παροχής VC αλλάζουν καταστατικό και από απλοί επενδυτές γίνονται ενεργοί συνεργάτες των επιχειρήσεων. Έχοντας αυτό το ρόλο, παρέχουν συμβουλές στους μάνατζερ των επιχειρήσεων σε ότι αφορά την εξέλιξη των αγορών, τις στρατηγικές που πρέπει να εφαρμοστούν ώστε να αποκτηθούν νέα μερίδια αγορών,... Η μεγάλη ανησυχία τους είναι να προστατεύσουν την επένδυση που πραγματοποίησαν και να ετοιμάσουν με ήσυχο τρόπο την έξοδό τους από την επιχείρηση (ρευστοποίηση της συμμετοχής τους). Για το λόγο αυτό, μερικές φορές, οι εταιρείες παροχής VC επεμβαίνουν στη διοίκηση της επιχείρησης και μπορούν ακόμη να προτείνουν ένα νέο διοικητικό συμβούλιο όταν το προηγούμενο διοικητικό συμβούλιο θεωρηθεί αναξιόπιστο και ανεύθυνο.

Η διάρκεια της διαδικασίας αξιολόγησης των επιχειρήσεων μπορεί να είναι από 1 έως 6 μήνες ανάλογα με το προσωπικό που διαθέτουν οι εταιρείες παροχής VC (Zorounidis, 1990).

Ως συμπέρασμα, είναι ενδιαφέρον να αναφερθούν οι επενδυτικές πολιτικές των εταιρειών παροχής VC σε ότι αφορά τις τελικές επιλογές τους. Ο Silver (1985) αναφέρει ότι η επενδυτική πολιτική των εταιρειών αυτών ομοιάζει με πυραμίδα, δηλαδή η ιδέα είναι να συγκεντρώσουν ένα αρκετά μεγάλο αριθμό προτάσεων (για παράδειγμα, 1000 προτάσεις), ώστε στο τέλος να παραμείνουν για χρηματοδότηση 10 εξαιρετικές προτάσεις. Ο Corin (1987) αναφέρει για τη Γαλλία, ότι σε σύνολο 100 προτάσεων, τελικά μόνο 8 προτάσεις θα μπορούσαν να αποτελέσουν αντικείμενο μιας χρηματοδοτικής απόφασης.

7.Βασικά χαρακτηριστικά πολιτικής που ακολουθούν οι εταιρείες venture capital

Τα βασικά χαρακτηριστικά της πολιτικής που ακολουθούν οι εταιρείες Venture Capital (VC) παγκοσμίως (και στην Ελλάδα) είναι:

1. Απόκτηση ικανού ποσοστού μετοχών της υπό χρηματοδότηση εταιρείας, η οποία (ενδεικτικά μπορούμε να πούμε ότι) κυμαίνεται γύρω στο 30% του συνόλου - ανάλογα βέβαια και με το μέγεθος της χρηματοδότησης και της εταιρείας καθώς και των διαπραγματεύσεων των δύο πλευρών. Η συμμετοχή του VC μπορεί να φτάσει ακόμα και σε απόκτηση πλειοψηφικού ποσοστού μετοχών της χρηματοδοτούμενης εταιρείας, αν και κάτι τέτοιο συμβαίνει συνήθως σε μετέπειτα στάδια χρηματοδότησης.
2. Χρηματοδότηση δυναμικών επιχειρήσεων και επιχειρηματιών με αποδοτικά επενδυτικά προγράμματα που να μπορούν να αποδώσουν πολλαπλάσια σε σύγκριση με μορφές ασφαλών επενδύσεων και έτσι να ανταμείψουν το VC για το ρίσκο που αναλαμβάνει.
3. Χρηματοδότηση επιχειρήσεων με μακροπρόθεσμες προοπτικές ανάπτυξης. Αποβλέποντας σε μακροπρόθεσμα κέρδη από την αύξηση της αξίας μιας εταιρείας και όχι σε μερίσματα ή σε τόκους, τα VC προσελκύουν πολλές από τις επιχειρήσεις που δεν επιθυμούν ή δεν μπορούν να στηριχθούν στον τραπεζικό δανεισμό, ο οποίος όταν ξεπεράσει κάποια επίπεδα μπορεί να γίνει επικίνδυνος για την βιωσιμότητά τους, όπως έχει αποδειχθεί από τη εμπειρία των προηγούμενων δεκαετιών. Η χρονική διάρκεια της επένδυσης του VC κυμαίνεται, στις περισσότερες των περιπτώσεων, μεταξύ 3 και 7 ετών.

Πολλά VC ενδιαφέρονται για επενδύσεις σε ομάδες συγκεκριμένων βιομηχανιών ή σε συγκεκριμένους επιχειρηματικούς τομείς, όπως για παράδειγμα η υψηλή τεχνολογία, η υγεία, η ενέργεια, κ.λ.π. Παγκοσμίως το ενδιαφέρον των VC συγκεντρώνεται κυρίως σε εταιρείες της «νέας οικονομίας» χωρίς όμως να αποκλείεται και η συμμετοχή τους σε εταιρείες πιο «παραδοσιακών» τομέων της οικονομικής δραστηριότητας, εφόσον βέβαια αυτές διαθέτουν το απαραίτητο στοιχείο της καινοτομίας στη λειτουργία τους. Στην χώρα μας οι επενδύσεις τους επικεντρώνονται στις εταιρείες καταναλωτικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Συνεργαζόμενες με μια επιχείρηση τα VC δεν αρκούνται απλά στην παροχή κεφαλαίων, αλλά επιδιώκουν να παράσχουν βοήθεια με διάφορους τρόπους και ιδιαίτερα με την ενίσχυση του Μάνατζμεντ (όπως στρατηγικό σχεδιασμό, marketing, οργάνωση και στελέχωση της εταιρείας, διαπραγματεύσεις, κ.λ.π). Σημαντικές για την χρηματοδοτούμενη εταιρεία είναι και οι γνωριμίες και σχέσεις του VC με εταιρείες που μπορούν να χρησιμεύσουν ως πελάτες ή προμηθευτές της, η τεχνογνωσία του σε συγκεκριμένους τομείς η οποία μπορεί

να μεταφερθεί στην εταιρεία και η βοήθειά του στην σύναψη συνεργασιών.

Το VC δεν απαιτεί εγγύηση από την εταιρεία για το κεφάλαιο που της παρέχει. Έτσι, δεν διεκδικεί επιστροφή των χρημάτων που επένδυσε στην εταιρεία σε περίπτωση που αυτή αποτύχει στην επιχειρηματική προσπάθειά της (εφόσον το κεφάλαιο που επένδυσε το VC στην εταιρεία χρησιμοποιήθηκε σύμφωνα με τους όρους της συμφωνίας ανάμεσα στα δύο μέρη). Ένα μεγάλο μέρος (περίπου 60% παγκοσμίως) των εταιρειών που παίρνουν χρηματοδότηση από VC αποτυγχάνουν να φτάσουν τους στόχους ανάπτυξης που είχαν τεθεί από το VC στην αρχή της συνεργασίας τους ή ακόμα και πτωχεύουν.

8.Οι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση ενός venture capital για επένδυση σε μια εταιρεία

Οι σπουδαιότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση ενός VC να επενδύσει σε μία εταιρεία φαίνεται να είναι:

α) Η επιχειρηματική ιδέα ως τέτοια και κατά πόσο αυτή υποστηρίζεται από ένα λεπτομερές και χωρίς υπερβολές επιχειρηματικό πλάνο.

β) Η αγορά στην οποία η εταιρεία απευθύνεται. Συνήθως, κάθε VC διαθέτει λεπτομερείς αναλύσεις διαφορετικών κλάδων της οικονομίας αλλά και εσωτερική πληροφόρηση και εμπειρία σε αρκετούς από αυτούς.

γ) Η εκτίμηση για το αν και κατά πόσο η εταιρεία μπορεί ή όχι να κυριαρχήσει στην αγορά στην οποία απευθύνεται. Συνήθως τα VC ενδιαφέρονται να επενδύσουν μόνο σε νέες εταιρείες για τις οποίες υπάρχει η εκτίμηση ότι μπορούν να μπουν μέσα στις δύο με τα μεγαλύτερα μερίδια της συγκεκριμένης αγοράς στην οποία δραστηριοποιούνται.

δ) Οι ίδιοι οι επιχειρηματίες και η ομάδα διοίκησης. Ο/ η επιχειρηματίας θα πρέπει να «αποδείξει» την επιθυμία του/ της να δημιουργήσει και να αναπτύξει την επιχείρηση (όπως αποδεικνύεται λ.χ με το ποσοστό της προσωπικής του περιουσίας που έχει ή σκοπεύει να επενδύσει στην εταιρεία του). Για την ομάδα διοίκησης πολύ σημαντική είναι η προηγούμενη εμπειρία τους στο χώρο και η αποδεδειγμένη ικανότητά τους να διοικούν.

ε) Κατά πόσο υπάρχει ξεκάθαρη και εύκολη διαδικασία εξόδου από την επένδυση.

Ο επιχειρηματίας, και ιδιαίτερα ο νέος επιχειρηματίας, δεν θα πρέπει κατά την επιλογή του Venture Capitalist με τον οποίο θα συνεργαστεί να δίνει σημασία μόνο στους οικονομικούς όρους της συνεργασίας τους αλλά και στην γενικότερη βοήθεια (γνωριμίες, εμπειρία) που μπορεί αυτός να του προσφέρει για την ανάπτυξη της εταιρείας του.

9. Η ρευστοποίηση των επενδύσεων

Σε αντίθεση με τις μετοχές που είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο, η επένδυση αυτή δεν είναι άμεσα ρευστοποιήσιμη. Η εταιρία venture capital βρίσκεται σε άμεση σχέση και συνεργασία με τον επιχειρηματία και συμμετέχει στον κίνδυνο. Οι σχέσεις των δύο φορέων θα πρέπει να βασίζεται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη. Μετά τη πραγματοποίηση της επένδυσης η εταιρία venture capital θα πρέπει να παρακολουθεί συνεχώς την επένδυση και να προσπαθεί για την περαιτέρω αύξηση της αξίας της. Βασική επιδίωξη της εταιρίας venture capital, εκτός από την άμεση λήψη των μερισμάτων, είναι η ρευστοποίηση της επένδυσης μ' ένα σχετικό κέρδος (capital gain), μετά από τρία μέχρι δέκα έτη, αλλά οπωσδήποτε πριν από το στάδιο της λήξεως της.

Η ρευστοποίηση των επενδύσεων είναι δυνατό γίνει (α) με την πώληση των μετοχών σ' επιχείρηση με την αγορά των μετοχών από τον ίδιο τον επιχειρηματία, (γ) με την εισαγωγή των μετοχών σε δευτερογενή αγορά μετοχών και (δ) με την διάθεση των μετοχών σε δευτερογενή αγορά μετοχών. Οι πιο αναπτυγμένες χώρες στη δευτερογενή αγορά είναι οι Η.Π.Α, η Μεγάλη Βρετανία, η Γαλλία, η Ιαπωνία, η Σουηδία, κ.α.

10. Πλεονεκτήματα venture capital

Τα επιχειρηματικά κεφάλαια έχουν συγκεκριμένα πλεονεκτήματα έναντι των άλλων μορφών χρηματοδότησης:

- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων παρέχουν μέσο-μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση δημιουργώντας μια ισχυρή κεφαλαιακή βάση για τη μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησης. Παράλληλα έχουν τη δυνατότητα να καλύψουν τις μελλοντικές ανάγκες χρηματοδότησης και σε συνεργασία και με άλλους επενδυτές, εφόσον αυτό απαιτείται για την περαιτέρω ανάπτυξη.
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων γίνονται συνέταροι στην επιχείρηση, αφού μοιράζονται τόσο τους κινδύνους όσο και τις επιτυχίες.
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων παρέχουν συμβουλές σε θέματα στρατηγικής, οργάνωσης και χρηματοοικονομικής διοίκησης των επιχειρήσεων με βάση την εμπειρία που διαθέτουν από ομοειδείς επιχειρήσεις.
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων έχουν εκτεταμένα δίκτυα επαφών σε διάφορους κλάδους, γεγονός ιδιαίτερα χρήσιμο για μια επιχείρηση σε θέματα προσέλκυσης πελατών, πρόσληψης στελεχών, καθώς και αναζήτησης στρατηγικών συμμάχων και επενδυτών.
- Η συμμετοχή μιας εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων προσδίδει κύρος σε μια επιχείρηση και διευκολύνει την πρόσβαση σε παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης όπως π.χ. στον τραπεζικό δανεισμό.
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων διαθέτουν εμπειρία στην προετοιμασία μιας επιχείρησης για εισαγωγή στο χρηματιστήριο καθώς και σε θέματα εξαγορών και συγχωνεύσεων.

11.Το ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο για τις εταιρείες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου υψηλού κινδύνου

Οι εταιρείες venture capital, σύμφωνα με το Ν.1775 (ΦΕΚ Α΄ 101/24.5.1988), όπως τροποποιήθηκε από το άρθρο 8 του Ν 2166 (ΦΕΚ Α΄137/24.8.1993), είναι ανώνυμες εταιρείες με σκοπό την προώθηση και υλοποίηση κυρίως επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας και σε ποσοστό 51% τουλάχιστο του χαρτοφυλακίου τους.

Οι εταιρείες αυτές στη χώρα μας μπορούν να έχουν τη μορφή είτε Εταιριών Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (ΕΚΕΣ), όπως αυτές προβλέπονται από το Ν. 2367/95, είτε απλών ανωνύμων εταιριών.

Οι εταιρείες Venture Capital μπορούν ειδικότερα:

- Να ιδρύουν νέες επιχειρήσεις με τη μορφή ΑΕ ή ΕΠΕ για την πραγματοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας.
- Να συμμετέχουν στο κεφάλαιο υφισταμένων επιχειρήσεων ΑΕ ή ΕΠΕ, σε περίπτωση αύξησης του κεφαλαίου τους, για την πραγματοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας.
- Να παρέχουν εγγυήσεις για τη χορήγηση δανείων στις προηγούμενες επιχειρήσεις.
- Να παρέχουν στις εν λόγω επιχειρήσεις υπηρεσίες έρευνας αγοράς, αναλύσεως επενδυτικών σχεδίων, οργανώσεως κλπ.

Το ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο των εταιριών venture capital ορίζεται από το νόμο ίσο με 500 εκ.δρχ (1,5 εκατ.€)και καταβάλλεται μόνο σε μετρητά. Οι μετοχές είναι ονομαστικές και μπορούν να εισάγονται στο χρηματιστήριο. Στις ιδρυόμενες επιχειρήσεις τους, που προαναφέρθηκαν, οι ΕΠΕΚ δεν επιτρέπεται να χορηγούν δάνεια και η χρηματοδότησή τους γίνεται δια συμμετοχής στο κεφάλαιό τους, για την οποία είναι δυνατή η έκδοση ομολογιακών δανείων, μετατρέψιμων ή μη σε μετοχές. Η συμμετοχή της εταιρείας Venture Capital ή και η παροχή εγγύησης σε επιχείρηση δεν επιτρέπεται να υπερβαίνει το 20% των ιδίων κεφαλαίων της εταιρείας Venture Capital.

Δεν επιτρέπεται επίσης οι υποχρεώσεις της εταιρείας Venture Capital, στις οποίες προστίθεται και το 50% των εγγυήσεων που αυτή χορηγεί προς τις εταιρείες συμμετοχής της, να υπερβαίνουν τα ίδια κεφάλαιά της και σε περίπτωση υπέρβασης, αυτή πρέπει να καλυφθεί εντός εξαμήνου με την αναγκαία αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου.

Η συμμετοχή των εταιριών Venture Capital στις επιχειρήσεις που προαναφέρθηκαν επιδοτείται με ποσοστό μέχρι 30%, κατόπιν ειδικής διαδικασίας.

Επίσης, προβλέπονται φορολογικές απαλλαγές κερδών για τις εταιρείες αυτές και τους μετόχους σε εταιρείες επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας.

Για τις εταιρείες venture capital εκτός της ειδικής νομοθεσίας ισχύει ο βασικός Ν.2190/1920 περί ανωνύμων εταιρειών και την εποπτεία επ' αυτών ασκεί η Τράπεζα της Ελλάδος.

Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί η λειτουργία και στη χώρα μας ενός οργανισμού ο οποίος αναμένεται να δώσει νέα ώθηση στις επενδύσεις των VC σε νέες επιχειρήσεις. Ο οργανισμός αυτός είναι το Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας Α.Ε (Τ.Α.ΝΕ.Ο) το οποίο συστήθηκε με το άρθρο 28 του Ν. 2843/2000 και σκοπό έχει την συγχρηματοδότηση της ίδρυσης εταιρειών κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών (Ε.Κ.Ε.Σ. και Α.Κ.Ε.Σ.) οι οποίες θα αναλαμβάνουν να επενδύουν σε καινοτόμες επιχειρηματικές δραστηριότητες που βρίσκονται στα πρώτα στάδια ανάπτυξης. Είναι, δηλαδή, ένα fund-offunds στα πρότυπα αντίστοιχων, ευρωπαϊκών κυρίως, προσπαθειών. Τα επενδυτικά σχήματα στα οποία θα συμμετάσχει το Τ.Α.ΝΕ.Ο. θα πρέπει να επενδύουν σε εταιρικά μερίδια περιορισμένης ευθύνης ή σε μετοχές ή σε μετατρέψιμες ομολογίες μικρών ή μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες κατά προτίμηση βρίσκονται στα αρχικά στάδια ανάπτυξής τους και η πραγματική και καταστατική τους έδρα βρίσκεται στην Ελλάδα.

Τα επενδυτικά αυτά σχήματα θα πρέπει να επενδύουν κατ' ανώτατο όριο 1.000.000 ευρώ ανά εταιρεία ανά γύρο χρηματοδότησης και μέχρι 3.000.000 ευρώ ανά εταιρεία συνολικά. Το Τ.Α.ΝΕ.Ο θα αναλαμβάνει μειωθητικό ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου των εταιρειών κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών στις οποίες θα επενδύει. Η διαχείριση των εταιρειών κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών στις οποίες το Τ.Α.ΝΕ.Ο. θα επενδύει θα πρέπει να γίνεται από τον ιδιωτικό τομέα, ενώ οι επενδυτικές αποφάσεις των διαχειριστών θα λαμβάνονται με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια. Στόχος της εταιρίας είναι η στήριξη της αγοράς κεφαλαίου ώστε αυτή να καταστεί περισσότερο αποτελεσματική, καθώς και η ανάπτυξη και εδραίωση της επιχειρηματικής κουλτούρας στη χώρα μας.

Συνεπώς, κύρια κριτήρια για τη συμμετοχή του Τ.Α.ΝΕ.Ο. στις εταιρίες κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών είναι η αξιοπιστία και η φερεγγυότητα τους καθώς και η συμβολή των χρηματοδοτούμενων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην ανάπτυξη τομέων νέας οικονομίας.

Πιο συγκεκριμένα, στα κριτήρια επιλογής επενδυτικών σχημάτων στα οποία θα συμμετάσχει το Τ.Α.ΝΕ.Ο. περιλαμβάνονται: η ομάδα διαχείρισης, η αγορά, οι προσδοκώμενες επενδύσεις, η επενδυτική στρατηγική, το μέγεθος του επενδυτικού σχήματος, ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια, οι προτεινόμενοι όροι και οι λοιποί επενδυτές. Το Τ.Α.ΝΕ.Ο. ενδιαφέρεται κυρίως να επενδύσει σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε τομείς της νέας οικονομίας, όπως: πληροφορική, τηλεπικοινωνίες, ηλεκτρονικό εμπόριο, βιοτεχνολογία, νέα υλικά, κ.λ.π.). Επίσης, το Τ.Α.ΝΕ.Ο δεν θα φορολογείται αλλά θα φορολογούνται οι μέτοχοί του. Η τελευταία αυτή πρόβλεψη (περί μη φορολόγησης της εταιρείας

αλλά μόνο των κερδών των μετόχων της) προβλέπεται, από τον νόμο για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, και για τα ΑΚΕΣ.

Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την λειτουργία του Τ.Α.ΝΕ.Ο. αναμένεται να ενισχύσει την δραστηριότητα των εταιρειών *Venture Capital* στην Ελλάδα και να τις ωθήσει να επενδύσουν σε περισσότερο (και περισσότερες) νέες επιχειρήσεις από ότι έχουν επενδύσει μέχρι σήμερα, καθώς αποτελεί κοινό μυστικό ότι στη χώρα μας τα *VCs* απέφευγαν ως τώρα τις επενδύσεις με υψηλό ρίσκο σε νέες επιχειρήσεις και προτιμούσαν τα σχεδόν σίγουρα - και πολλά - λεφτά που απέφεραν οι επενδύσεις χαμηλού ρίσκου (όπως χρηματοδοτήσεις εταιρειών με στόχο την είσοδό στο Χρηματιστήριο).

Τελειώνοντας, πρέπει να τονίσουμε ότι με την ολοκλήρωση της οικονομικής ένωσης της Ευρώπης ισχύουν και για τις ευρωπαϊκές εταιρείες *Venture Capital* οι ίδιοι όροι επένδυσης σε ελληνικές εταιρείες με ότι ισχύει για τις αντίστοιχες ελληνικές. Έτσι, μία αρκετά εφικτή λύση για τις ελληνικές νέο-ιδρυόμενες εταιρείες που ψάχνουν χρηματοδότηση θα ήταν να στραφούν στην ευρωπαϊκή αγορά των εταιρειών *Venture Capital*. Προς αυτή την κατεύθυνση συνηγορούν δύο δεδομένα: αφενός, το ότι στελέχη ελληνικής καταγωγής με γνώση της ελληνικής κατάστασης εργάζονται σε σημαντικές ευρωπαϊκές εταιρείες *VC* και, αφετέρου, το ότι υπάρχουν εταιρείες *VC* ελληνικών συμφερόντων με έδρα στην δυτική Ευρώπη.

12. Οι προοπτικές του venture capital

Η Ελληνική οικονομία προσφέρεται για την ανάπτυξη του *venture capital*. Ο βασικός λόγος είναι η εξέλιξη των οικονομικών μεγεθών. Όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα οι προοπτικές ανάπτυξης της οικονομίας αναμένεται να διατηρηθούν με αύξηση του ΑΕΠ της τάξης του +3% για την τριετία 2004-2006, με τον πληθωρισμό να περιορίζεται στα επίπεδα του 3% (πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, DGEFA, European Economy).

	2004	2005	2006
Αύξηση ΑΕΠ (%)	4.0	3.7	3.6
Πληθωρισμός (%)	3.2	3.0	3.0
Ισοζύγιο Τρεχουσών Συναλλαγών (% ΑΕΠ)	-4.5	-4.4	-3.9

Παράλληλα οι καθυστερούμενες αλλά σε εξέλιξη διαρθρωτικές αλλαγές της ελληνικής οικονομίας αναμένεται να προσδώσουν μια νέα δυναμική ανάπτυξης επιχειρηματικότητας σε όλα τα επίπεδα. Σήμερα μια σειρά από αγορές χαρακτηρίζονται από βαθμό συγκέντρωσης που υπερβαίνει το 50% σε μια

μόνο επιχείρηση. Η ιδιωτικοποίηση πολλών επιχειρήσεων του Δημόσιου Τομέα και η απελευθέρωση του ανταγωνισμού σε τομείς όπως της ενέργειας και των τηλεπικοινωνιών αναμένεται να σηματοδοτήσει σε μεγάλο βαθμό τις επιχειρηματικές εξελίξεις στο άμεσο μέλλον. Παράλληλα η νομισματική ένωση, η διεύρυνση της Ε.Ε. και οι συνακόλουθες πολιτικές προσφέρουν σειρά ευκαιριών επιχειρηματικής ανάπτυξης.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι σύμφωνα με μελέτη των Merrill Lynch - Venture Economics η χώρα έρχεται τελευταία στην Ε.Ε. σε διοχέτευση κεφαλαίων σε επενδύσεις private equity-venture capital, αλλά και ως προς το ύψος των πραγματοποιούμενων επενδύσεων ως ποσοστό του ΑΕΠ

Η δημιουργία του ΤΑΝΕΟ από την Ελληνική Πολιτεία με σκοπό τη συνδρομή κεφαλαίων σε εταιρείες venture capital και Το νέο θεσμικό πλαίσιο για τα ΑΚΕΣ στην Ελλάδα με σειρά κινήτρων αποτελούν βήματα προς την αναστροφή αυτής της εικόνας.

Συμπερασματικά εκτιμάται ότι οι συνθήκες που θα εντατικοποιήσουν νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στην Ελλάδα και θα δημιουργήσουν ευκαιρίες για επενδύσεις venture capital είναι:

- η νομισματική σταθερότητα
- οι αναπτυξιακές δυνατότητες και τα κίνητρα επενδύσεων μέσω του θεσμικού και νομοθετικού πλαισίου που έχουν βελτιώσει το πεδίο ανταγωνισμού
- η ευρεία κλίμακα των Ευρωπαϊκών προγραμμάτων επιχορηγήσεων των Ελληνικών επιχειρήσεων
- η αναμενόμενη ανάκαμψη των οικονομικών των Βαλκανικών οικονομιών
- οι πολιτικές μεταφοράς τεχνογνωσίας και καινοτομίας
- η ύπαρξη στην Ελλάδα μεγάλου αριθμού ικανών στελεχών
- η ανάπτυξη της έρευνας την τελευταία μόλις δεκαετία και η συνακόλουθη εφαρμογή πολιτικών σύνδεσης της - σχετικά πρόσφατα- με τις επιχειρήσεις

Η ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING (ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗ Ή ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ)

1. Έννοια

Από οικονομική άποψη, το franchising είναι μια μέθοδος εμπορικής συνεργασίας μεταξύ μιας μεγάλης επιχείρησης, του δικαιοπαρόχου ή δότη (franchisor), και διάφορων μικρότερων επιχειρηματιών, των δικαιοδόχων ή ληπτών (franchisee), με την οποία επιδιώκουν η μεν πρώτη τη δημιουργία ενός όσο το δυνατόν πιο μεγάλου αριθμού σημείων πώλησης των προϊόντων ή υπηρεσιών της, οι δε δεύτεροι την αποκόμιση κερδών από την εμπορική φήμη, την οργάνωση και την τεχνογνωσία εκείνης.

Από νομική άποψη, το franchising είναι μια σύμβαση συνεργασίας μεταξύ δύο επιχειρησεων, βάσει της οποίας η μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος ή δότης (franchisor), παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιοδόχο ή λήπτη (franchisee), έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμεταλλεύσεως του λεγόμενου «συνόλου» ή «πακέτου» franchising με σκοπό την πώληση συγκεκριμένων τύπων προϊόντων και υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες. Ως «πακέτο» franchising (Franchise package) εννοείται ένα σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, τα οποία αφορούν εμπορικά σήματα ή διακριτικούς τίτλους, διακριτικά γνωρίσματα (πινακίδες) καταστημάτων, πρότυπα χρήσης, σχέδια, υποδείγματα, ευρεσιτεχνίες καθώς και την απαραίτητη τεχνογνωσία.

2. Ιστορική εξέλιξη

α) Το franchising πρωτοεμφανίστηκε στις ΗΠΑ πριν από τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο, και η εταιρεία ραπτομηχανών Singer αναφέρεται ως η πρώτη εταιρεία που το εφάρμοσε στο τέλος του 19ου αιώνα προκειμένου να οργανώσει το δίκτυο διανομής των προϊόντων της. Το παράδειγμά της ακολούθησαν οι βιομηχανίες αυτοκινήτων, οι εταιρείες διανομής πετρελαιοειδών και οι βιομηχανίες μύρας. Η μεγάλη όμως ανάπτυξη του franchising συμπίπτει ιστορικά με το τέλος του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και οφείλεται στις συνθήκες που επικρατούσαν τότε, δηλαδή στην ανάπτυξη της μαζικής παραγωγής και προσφοράς προϊόντων και υπηρεσιών, σε συνδυασμό με την έλλειψη ορθολογικών δικτύων διανομής και διάθεσης.

Τα πρώτα χρόνια το Franchising περιορίστηκε στα γεωγραφικά όρια των ΗΠΑ, όπου και γνώρισε ταχύτατη και εντυπωσιακή ανάπτυξη και εξέλιξη, βρίσκοντας εφαρμογή σε ένα ευρύ κύκλο δραστηριοτήτων, από τον κλάδο αυτοκινήτων, τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, τον κλάδο τροφίμων και εστιατορίων άμεσης εξυπηρέτησης (fast food) μέχρι τις λογιστικές και διαφημιστικές υπηρεσίες.

➤ Σύμφωνα με τα στοιχεία που γνωστοποιήθηκαν από τον Διεθνή Σύνδεσμο Franchise στις ΗΠΑ, υπολογίζεται ότι: α) Κατά το έτος 2000 οι συνολικές πωλήσεις Franchising θα φθάσουν το ποσό του 1 τρις. δολαρίων. β) Κάθε

εργάσιμη μέρα ανοίγει μια νέα επιχείρηση με το σύστημα Franchising ανά 8 λεπτά της ώρας. γ) Απασχολούνται στα δίκτυα Franchising περισσότεροι από 8 εκ. άνθρωποι. δ) Υπάρχουν περισσότερα από 670.000 καταστήματα που λειτουργούν με Franchising. ε) Το 94% των ιδιοκτητών Franchising δηλώνουν ότι θα ξαναεπιχειρούσαν να αναπτύξουν επιχειρηματική δραστηριότητα μέσω του θεσμού αυτού. στ) Το έτος 2000 το ποσοστό του Λιανικού Εμπορίου που θα διενεργείται με το σύστημα Franchising θα υπερβεί το 75% (ενδιαφέροντα στατιστικά στοιχεία βλ. και στον Κωστάκη, franchising, σελ. 51)

β) Στην Ευρώπη ο οικονομικός θεσμός του Franchising αντιμετωπίστηκε αρχικά με επιφυλακτικότητα και ο ρυθμός ανάπτυξης του ήταν συγκροτημένος. Τη δεκαετία όμως του 1980 ο επιχειρηματικός κόσμος, θορυβημένος από την εισβολή στον ευρωπαϊκό χώρο των αμερικανικών βιομηχανικών-εμπορικών κολοσσών και συνειδητοποιώντας τις δυνατότητες του Franchising, εκδήλωσε αυξημένο ενδιαφέρον για το σύγχρονο αυτό σύστημα εμπορικής συνεργασίας.

Τα περιθώρια ανάπτυξης του Franchising στην Ευρώπη είναι ακόμη πολύ μεγάλα, αφού ο κύκλος εργασιών των δικτύων αντιστοιχεί στο 58% του συνόλου των λιανικών πωλήσεων, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις ΗΠΑ είναι πάνω από 40%. Οι ειδικοί συγκλίνουν στην εκτίμηση ότι ο θεσμός αυτός θα αποτελέσει τη δεσπύουσα μορφή εμπορικής συνεργασίας κατά τον 21^ο αιώνα. Είναι ενδεικτικό ότι η δεκαετία του 1990 χαρακτηρίστηκε από πολλούς ως δεκαετία του Franchising.

➤ *Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία, τον Δεκέμβριο του 1998 στις Χώρες της ΕΕ δραστηριοποιούνται περισσότερα από 3.500 συστήματα Franchising, εκ των οποίων 300 δραστηριοποιούνται σε δύο Χώρες, ενώ 60 προέρχονταν από τις Η.Π.Α. Τα συστήματα αυτά αριθμούν περισσότερους από 150.000 λήπτες και απασχολούν πάνω από 1.600.000 εργαζομένους (Editorial του περιοδικού Franchise success, τεύχος 1, σελ. 3)*

γ) Στην Ελλάδα το franchising άρχισε να διεισδύει τα τελευταία χρόνια. Ξεκίνησε το 1976 με την εταιρεία Goody's και η ανάπτυξή του, ιδιαίτερα από το 1993 και μετά, υπήρξε ραγδαία. Λόγω του βαθμού τεχνικής και οικονομικής ανάπτυξης, η Ελλάδα ήταν αρχικά χώρα κυρίως δικαιοδόχων. Ήδη όμως έχει καταστεί εμφανής η τάση ενός συνεχώς αυξανόμενου αριθμού ελληνικών επιχειρήσεων του κέντρου για γρήγορη ανάπτυξη, επέκταση και διάδοσή τους στην περιφέρεια. Ήδη οι εταιρείες που προωθούν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους μέσω Franchising ανέρχονται περίπου σε 200 με περισσότερους από 1.800 λήπτες¹¹.

➤ *Στο πλαίσιο της διεθνώς παρατηρούμενης τάσης για στροφή στον ιδιωτικό τομέα, φιλελευθεροποίηση της αγοράς και μείωση του κρατισμού, το Franchising φαίνεται να έχει όλες τις προϋποθέσεις για εντυπωσιακή ανάπτυξη και στη χώρα μας. Φαίνεται ακόμη ότι ο θεσμός αυτός αποτελεί πρακτικά τον μοναδικό τρόπο για να μπορέσει μια ελληνική επιχείρηση να ξεφύγει από τα στενά ελληνικά όρια και να προωθήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της στο ευρύ*

κοινό στα Βαλκάνια και στην υπόλοιπη Ευρώπη, κατακτώντας την τεράστια αγορά των χωρών αυτών.

3. Μορφές franchising

3α. Ανάλογα με το αντικείμενο του Franchising διακρίνουμε τις ακόλουθες μορφές ή κατηγορίες: Franchising διανομής, Franchising υπηρεσιών, Franchising παραγωγής ή Βιομηχανικό και μεικτό Franchising.

α) Franchising διανομής: Στο Franchising διανομής, την πιο συνηθισμένη μορφή Franchising, ο δικαιοδόχος ή λήπτης πωλεί σε τελικούς καταναλωτές, δηλαδή λιανικά, ένα ή περισσότερα προϊόντα ορισμένης κατηγορίας (π.χ. ενδύματα) μέσα σε κατάστημα που φέρει το διακριτικό γνώρισμα του δικαιοπαρόχου. Στην περίπτωση αυτή ο δικαιοπάροχος ή δότης είναι παραγωγός ή μεγαλέμπορος, ο οποίος με την εν λόγω συνεργασία αποβλέπει στην ίδρυση ενός εκτεταμένου δικτύου διανομής του προϊόντος που παράγει ή εμπορεύεται.

➤ Στη Χώρα μας οι γνωστότερες περιπτώσεις franchising διανομής είναι εκείνες των επιχειρήσεων *Goody's, Mc Donald's, Wendy's, Hambo, Pizza Hut, παγωτά Δωδώνη, σοκολάτες Leonidas (τρόφιμα και εστιατόρια ταχείας εξυπηρέτησης), Neoset (έπιπλα), Quick-photo (φωτογραφικά είδη), Computerland, Futurekids (ηλεκτρονικοί υπολογιστές), Benetton, Stefanel, Sisley, SPήηgfield, Alouette (ενδύματα), Yves Rocher (Καλλυντικά), Nataly's (παιδικά είδη), Pronuptia (είδη γάμου), Γερμανός (μπαταρίες), Omnishop (είδη οικιακής χρήσης) Κ.ά.*

β) Franchising υπηρεσιών: Στο Franchising υπηρεσιών ο δικαιοδόχος, Χρησιμοποιώντας το διακριτικό γνώρισμα ή ακόμη και το σήμα του δικαιοπαρόχου, παρέχει υπηρεσίες σε τελικούς χρήστες σύμφωνα με τις οδηγίες που παίρνει από αυτόν. Οι κύριοι τομείς εφαρμογής του Franchising υπηρεσιών είναι τα ξενοδοχεία υψηλού επιπέδου (Hilton, Sheraton, Novotel, Holiday Inn), οι επιχειρήσεις ενοικίασης ή επισκευής αυτοκινήτων (Hertz, Avis, Ihtepen, Budget κ.ά), τα γραφεία συνοικεσιών, καθαριστήρια, ταξιδιωτικά γραφεία (Manos, Ginis, Travel Plan κ.ά.), οι επιχειρήσεις καθαρισμού χώρων και εγκαταστάσεων, οργάνωσης υποδοχών και δεξιώσεων Κ.ά. Επίσης πρόσφατα το Franchising έχει διεισδύσει και στον χώρο της εκπαίδευσης (φροντιστήρια ξένων γλωσσών αλλά και αλλοδαπά ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, τα οποία συνδέονται με συμβάσεις Franchising με διάφορα Εργαστήρια ελευθέρων Σπουδών στην ημεδαπή)..

γ) Franchising παραγωγής: Στο παραγωγικό ή βιομηχανικό Franchising ο δικαιοπάροχος παρέχει στον δικαιοδόχο την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί ορισμένα προϊόντα, σύμφωνα με τις οδηγίες του, και στη συνέχεια να τα πωλεί

ή μεταπωλεί με το σήμα του δικαιοπαρόχου. Στην περίπτωση αυτή η άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising αφορά όχι τη διανομή αλλά κυρίως την παραγωγή ή μεταποίηση ενός προϊόντος σύμφωνα με τη μέθοδο παραγωγής που εφαρμόζει ο δικαιοπάροχος. Στην πραγματικότητα πρόκειται δηλαδή εδώ για μια ιδιαίτερη μορφή εκμετάλλευσης ξένης τεχνογνωσίας (ή διπλώματος ευρεσιτεχνίας) και σήματος. Ο δικαιοδόχος είναι είτε παραγωγός, όταν παράγει τα προϊόντα, είτε χονδρέμπορος, όταν τα μεταποιεί και τα μεταπωλεί. Χαρακτηριστικά παραδείγματα Franchising παραγωγής είναι οι περιπτώσεις εμφιάλωσης και πώλησης μη αλκοολούχων ποτών, όπως Coca-Cola, Seven-up, Pepsi-Cola, Schweppes, Canada-Dry, Fanta κλπ.

➤ *Ο λόγος για τον οποίο συνήθως προτιμάται το Franchising παραγωγής είναι ότι ο δικαιοπάροχος επιδιώκει να αποφύγει όσο είναι δυνατόν τη μεταφορά των προϊόντων του στον τόπο της τελικής διάθεσης για λόγους είτε οικονομικούς (π.χ. έξοδα μεταφοράς) είτε σχετικούς με τη φύση του προϊόντος (π.χ. κίνδυνος αλλοίωσης).*

δ) Μεικτό Franchising: Γίνεται λόγος για μεικτό Franchising, όταν η σχετική συμφωνία περιέχει στοιχεία Franchising διανομής και Franchising υπηρεσιών, δηλαδή συνδυάζει πώληση προϊόντων με παροχή σχετικών υπηρεσιών. Ως παραδείγματα αυτής της μορφής Franchising μπορούν να αναφερθούν η πώληση αυτοκινήτων που συνδυάζεται με συντήρηση και επισκευή τους, η πώληση καλλυντικών που συνδυάζεται με παροχή υπηρεσιών αισθητικού, η διδασκαλία ξένων γλωσσών που συνδυάζεται με πώληση βιβλίων και οπτικοαουστικών μέσων, ο καθαρισμός χώρων και εγκαταστάσεων που συνδυάζεται με πώληση υλικών καθαρισμού κλπ.

➤ *Είναι αυτονόητο ότι μπορούν να εμφανισθούν και μεικτές μορφές που περιέχουν στοιχεία όλων των κατηγοριών Franchising, δηλαδή διανομής, υπηρεσιών και παραγωγής. Τέτοιες είναι συνήθως οι συμβάσεις Franchising που σχετίζονται με τον τομέα της γαστρονομίας.*

3β. Franchising υπαγωγής και franchising ισοτιμίας

Με κριτήρια τον τρόπο ενσωμάτωσης των δικαιοδόχων στο σύστημα και τον βαθμό εξάρτησής τους από τον δικαιοπάροχο διακρίνονται δύο βασικοί τύποι Franchising: το Franchising υπαγωγής (Subordinations-Franchising) και το Franchising ισοτιμίας ή ισότιμης συνεργασίας (Partnerschafts-Franchising).

➤ *Η διάκριση αυτή, η οποία οφείλεται στον Γερμανό καθηγητή Martinek, (Martinek, franchising, σελ. 159) έχει ήδη καθιερωθεί στην επιστήμη και θεωρείται επιτυχής, αφενός γιατί βοηθάει στη συστηματική διάκριση των διάφορων μορφών Franchising και αφετέρου γιατί διευκολύνει τη διερεύνηση*

της νομικής φύσης της σύμβασης δικαιόχρησης.

α) Franchising υπαγωγής: Στο Franchising υπαγωγής ο δικαιοπάροχος ή δότης, ο οποίος είναι ο «εγκέφαλος» και ο δημιουργός του συστήματος, διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο όχι απλώς χαράζοντας κατευθυντήριες γραμμές αλλά καθορίζοντας ουσιαστικά την επιχειρηματική πολιτική και των δικαιοδόχων ή ληπτών. Το βασικό Χαρακτηριστικό αυτού του τύπου Franchising είναι η μονομερής υπαγωγή των δικαιοδόχων στην οργανωτική και επιχειρηματική καθοδήγηση του δικαιοπαρόχου. Ο δικαιοπάροχος κατέχει τη δεσπόζουσα και κυριαρχική θέση στο πλαίσιο του συστήματος που ο ίδιος επινόησε και ανέπτυξε, ενώ οι δικαιοδόχοι αποτελούν απλά εκτελεστικά όργανα που οφείλουν να συμμορφώνονται στις οδηγίες του και να υπόκεινται στον έλεγχό του.

Σ' αυτόν τον τύπο του Franchising, που φαίνεται να είναι ο πιο διαδεδομένος στην πράξη, η μόνη σχέση που υπάρχει είναι αυτή ανάμεσα στον δότη και καθέναν από τους λήπτες. Οι τελευταίοι συνδέονται μόνο απευθείας με τον δότη χωρίς να έχουν οποιαδήποτε επιχειρηματική σχέση μεταξύ τους. Η ανάπτυξη κάποιας μορφής συνεργασίας μεταξύ των δικαιοδόχων του ίδιου συστήματος δεν εννοείται από τον δικαιοπάροχο, προφανώς γιατί θα μπορούσε να ενισχύσει τη θέση τους απέναντί του. (Martinek, franchising, σελ. 159)

Έτσι, δημιουργείται μια ακτινωτή σχέση με κεντρικό σημείο αναφοράς και εκπόρευσης όλων των σχετικών εξουσιών τον δικαιοπάροχο, χωρίς καμία σύνδεση των δικαιοδόχων μεταξύ τους.

β) Franchising ισοτιμίας: Στο Franchising ισοτιμίας ή ισότιμης συνεργασίας, αντιθέτως, δεν υπάρχει η κυριαρχική και δεσπόζουσα θέση του δικαιοπαρόχου αλλά μια συνεταιρική-συμμετοχική συνεργασία στη βάση της ισοτιμίας τόσο μεταξύ δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχων όσο και των δικαιοδόχων μεταξύ τους. Βασικό Χαρακτηριστικό του τύπου αυτού Franchising είναι η αλληλοβοήθεια, η συνεργασία, η συναδελφικότητα και η αλληλεγγύη μεταξύ των δικαιοδόχων και του δικαιοπαρόχου με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων και την επιτυχία του συστήματος ως συνόλου. Στη θέση των οδηγιών και εντολών του δικαιοπαρόχου προς τους δικαιοδόχους, που χαρακτηρίζουν το Franchising υπαγωγής, υπεισέρχεται εδώ η συμμετοχή των δικαιοδόχων στη λήψη των αποφάσεων και η εναρμόνιση των ενεργειών για την επίτευξη των στόχων του συστήματος, (Martinek, franchising, 1991)

4. Περιεχόμενο της σύμβασης franchising

1. Η σύμβαση-πλαίσιο

Όπως προκύπτει ήδη από την οικονομική λειτουργία του franchising ως σχέσης διαρκούς συνεργασίας, η σύμβαση franchising αποτελεί σύμβαση-πλαίσιο. Στη σύμβαση αυτή προσδιορίζονται οι υποχρεώσεις των μερών, οι οποίες είναι αναγκαίες για την επίτευξη του οικονομικού σκοπού του franchising, όπως η παροχή στον λήπτη δικαιώματος χρήσης της τεχνογνωσίας, η υποχρέωση του λήπτη να σέβεται τις οργανωτικές αρχές του συστήματος κλπ. Η εκπλήρωση των υποχρεώσεων που προβλέπονται στη σύμβαση franchising προϋποθέτει πολλές φορές τη σύναψη ειδικότερων (εκτελεστικών) συμβάσεων. Τόσο η αναγκαιότητα κατάρτισης όσο και το ακριβές περιεχόμενο των συμβάσεων αυτών μπορούν να καθορισθούν μόνο με βάση τις συγκεκριμένες ανάγκες που προκύπτουν κατά την εξέλιξη της συνεργασίας του franchising. Για παράδειγμα, αν πρόκειται για franchising διανομής προϊόντος, το οποίο παράγει ή εμπορεύεται ο δότης, η εκπλήρωση της προβλεπόμενης στη σύμβαση franchising υποχρέωσής του, να προμηθεύει τον λήπτη με το προϊόν του συστήματος σε τακτικά χρονικά διαστήματα ή μετά από σχετική πρόσκληση παραγγελία, προϋποθέτει κάθε φορά τη σύναψη αντίστοιχων συμβάσεων αγοραπωλησίας. Αν ο δότης έχει αναλάβει με τη σύμβαση franchising π.χ. να εκπαιδεύει τον λήπτη ή το προσωπικό του σύμφωνα με τις ανάγκες και τις εξελίξεις της τεχνολογίας, τότε και η εκπλήρωση της υποχρέωσης αυτής προϋποθέτει κάθε φορά τη σύναψη ιδιαίτερης σύμβασης εκπαίδευσης. Κατά συνέπεια οι υποχρεώσεις των συμβαλλομένων από τη σύμβαση franchising αυτή καθαυτή δεν πρέπει να συγχέονται με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις επιμέρους συμβάσεις, οι οποίες συνάπτονται με σκοπό την πραγμάτωση της συνεργασίας franchising σε επιμέρους τομείς(Γεωργιάδης-Σταθόπουλος, 1995).

2. Η υποχρέωση πίστης στη σύμβαση Franchising

Εξαιτίας της μορφής της σύμβασης franchising ως μακροχρόνιας συνεργασίας, είναι εδώ ιδιαίτερα αυξημένη η απορρέουσα από την ΑΚ 288 και για τα δύο μέρη υποχρέωση πίστης. Άλλωστε, όπως δέχεται και το ΔΕΚ στην απόφαση Pronuptia, στην επιτυχία του franchising πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η προσωπικότητα των συμβαλλομένων, η προσωπική τους συμβολή και δραστηριοποίηση. Η υποχρέωση πίστης είναι όμοια με εκείνη που απαντάται στις εταιρικές σχέσεις με έντονο προσωπικό χαρακτήρα.

Η αυξημένη υποχρέωση πίστης δεν βαρύνει πάντως ισομερώς τους αντισυμβαλλομένους. Αφορά κυρίως τον λήπτη και τη διαμεσολαβητική του υπηρεσία. Ειδικότερες εκφάνσεις της υποχρέωσης πίστης αποτελούν(Martinek, franchising, 1994):

Από πλευράς λήπτη, η υποχρέωση να προγραμματίζει και να πραγματοποιεί τη διαμεσολαβητική του υπηρεσία προς τον σκοπό της προώθησης των συμφερόντων του δότη αλλά και να ακολουθεί τις οδηγίες και εντολές του τελευταίου, ακόμα και εις βάρος των δικών του συμφερόντων, προς αύξηση

του κέρδους περαιτέρω η υποχρέωση παράλειψης πράξεων ανταγωνισμού, η υποχρέωση τήρησης των επαγγελματικών απορρήτων του δότη και η υποχρέωσή του να παρέχει σ' αυτόν κάθε σχετική με τη λειτουργία του συστήματος πληροφορία. Από πλευράς δότη, η υποχρέωση πίστης εξειδικεύεται κυρίως στην υποχρέωση του να εντάξει την επιχείρηση του λήπτη στο σύστημα και να την υποστηρίξει, συνυπολογίζοντας και λαμβάνοντας υπόψη στον προγραμματισμό του συστήματος και τα συμφέροντα του αντισυμβαλλομένου του, τα οποία είναι άμεσα εξαρτημένα. χρονικά η υποχρέωση πίστης δεν περιορίζεται στον χρόνο συνεργασίας που προβλέπει η σύμβαση αλλά καλύπτει τόσο την προσυμβατική όσο και - όπως θα δούμε παρακάτω - τη μετασυμβατική περίοδο.

3. Οι κύριες υποχρεώσεις τον δότη

Η συμβολή του δότη στη συνεργασία του franchising περιλαμβάνει τις ακόλουθες υποχρεώσεις (Σουφλερός Ηλίας, 1999):

- α) Την παραχώρηση στον λήπτη της χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» franchising (δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας, τεχνογνωσία), του οποίου το περιεχόμενο προσδιορίζεται επακριβώς στο κύριο μέρος της σύμβασης-πλαισίου.
- β) Την ένταξη του λήπτη στο σύστημα με την παροχή σ' αυτόν κυρίως της απαιτούμενης τεχνικής και οργανωτικής υποδομής και της ανάλογης εκπαίδευσής του.
- γ) Τον εφοδιασμό του με πρώτες ύλες, με ημιέτοιμα ή έτοιμα εμπορεύματα, ιδίως όταν τα προϊόντα του συστήματος παράγονται από τον ίδιο τον δότη.
- δ) Τη συνεχή υποστήριξη του λήπτη, όσο θα διαρκεί η σύμβαση. Η υποστήριξη αυτή μπορεί να περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τη διαρκή παροχή συμβουλών σε οργανωτικά, τεχνικά, χρηματοδοτικά ή άλλα θέματα, την ανάληψη από τον δότη της υποχρέωσης διαφήμισης του ή των προϊόντων του συστήματος, της συντήρησης των μηχανημάτων και του εξοπλισμού του καταστήματος του λήπτη.
- ε) Τον προσδιορισμό της γεωγραφικής περιοχής, μέσα στην οποία ο λήπτης θα διενεργεί τις πωλήσεις με το δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό.

Όλες αυτές οι επιμέρους υποχρεώσεις, παρά την αυτοτέλειά τους, δεν αποτελούν παρά εκδηλώσεις της γενικότερης υποχρέωσης του δότη, να μεριμνήσει για την οργανωτική και τεχνολογική ένταξη του λήπτη στο υπάρχον σύστημα διανομής. Στον σκοπό αυτό αποβλέπουν η παραχώρηση της χρήσης και εκμετάλλευσης της οργανωτικής τεχνογνωσίας και των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας που την πλαισιώνουν, η συνεχής υποστήριξη, εποπτεία, σχετική εκπαίδευση του λήπτη και του προσωπικού του και τέλος η παροχή των κατάλληλων τεχνικών και μηχανικών μέσων για τον εξοπλισμό του καταστήματός του. Η ιεράρχηση των υποχρεώσεων αυτών, με κριτήριο τη σημασία που έχουν για την επίτευξη του οικονομικού σκοπού του franchising, δεν φαίνεται σκόπιμη γιατί ενέχει τον κίνδυνο ταύτισης του franchising με έναν επιμέρους τομέα. Ο κίνδυνος αυτός διαγράφεται κυρίως

όσον αφορά στην παροχή άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» franchising, που έχει κατά κανόνα καθοριστική σημασία για την οικονομική λειτουργία της σύμβασης. Εντούτοις η παραχώρηση δικαιωμάτων χρήσης και εκμετάλλευσης, όσο αναγκαία και αν είναι, δεν είναι δυνατό να ταυτισθεί με το franchising, το οποίο αποτελεί μορφή συνεργασίας με πολύ ευρύ περιεχόμενο, έτσι ώστε ο περιορισμός του στην παραχώρηση δικαιωμάτων χρήσης και εκμετάλλευσης θα ήταν τουλάχιστον αυθαίρετος. Αντίθετα, η υπαγωγή των επιμέρους υποχρεώσεων και λειτουργιών του Franchising στη γενικότερη υποχρέωση του δότη για την ένταξη του λήπτη στο σύστημα και τη διαρκή υποστήριξή του έχει το πλεονέκτημα ότι καλύπτει όλο το φάσμα της ενοχικής σχέσης που δημιουργείται με το Franchising. Η εν λόγω υποχρέωση του δότη αποτελεί κύρια συμβατική υποχρέωση.

4. Οι κύριες υποχρεώσεις του λήπτη

Ο λήπτης πωλεί τα προϊόντα του συστήματος στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του κίνδυνο. Η συμβολή του στη συνεργασία franchising περιλαμβάνει συνήθως τις ακόλουθες υποχρεώσεις (Κωστάκης Δημήτριος, 2002):

α) Την καταβολή ενός εφάπαξ ποσού (entry fee) για την, από μέρους του δότη, παραχώρηση της χρήσης και εκμετάλλευσης τεχνολογίας και δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας.

β) Την περιοδική καταβολή στον δότη ορισμένου ποσοστού από τις εισπράξεις των πωλήσεων μετά την αφαίρεση των φόρων ή, σπανιότερα, ενός ορισμένου ποσοστού συμμετοχής στα κέρδη από τις πωλήσεις.

γ) Την ενεργό προώθηση των πωλήσεων με την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προσωπικής εργασίας και των άλλων μέσων, που έχει στη διάθεσή του ο λήπτης.

δ) Τη συμμόρφωση στις οργανωτικές αρχές του συστήματος και ιδίως τον σεβασμό της αρχής της ομοιομορφίας, σύμφωνα με την οποία η σύνθεση, η παρασκευή, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και γενικά η εικόνα (image) των προϊόντων του συστήματος πρέπει να είναι πάντα ενιαία, ανεξάρτητα από τον τόπο ή την αγορά, στην οποία γίνεται η διάθεσή τους.

Η εφάπαξ και η περιοδική καταβολή «τιμήματος» αποτελεί την κύρια υποχρέωση του λήπτη, η οποία βρίσκεται σε σχέση αλληλεξάρτησης με την υποχρέωση του δότη για ένταξη στο σύστημα και διαρκή παροχή υποστήριξης. Η κρατούσα άποψη συγκαταλέγει στις κύριες υποχρεώσεις του λήπτη και την υποχρέωσή του για ενεργό υποστήριξη και προώθηση των πωλήσεων με την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προσωπικής του εργασίας. Η άποψη αυτή βρίσκει προφανώς έρεισμα στην αντίστοιχη υποχρέωση του δότη, να εντάξει τη λήπτρια επιχείρηση στο υπάρχον διανεμητικό σύστημα και να της παρέχει συνεχή αρωγή και υποστήριξη. Εφόσον λοιπόν με τον τρόπο αυτό ο δότης συμβάλλει ενεργά στην επιτυχία της συνεργασίας, φαίνεται λογικό να απαιτηθεί και από τον λήπτη να ενεργοποιεί τις δυνάμεις του κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο για την προώθηση των πωλήσεων.

5. Μεθοδολογία ανάπτυξης συστήματος franchising

Με σκοπό την αποτελεσματική και στοιβαρή ανάπτυξη μέσω franchise, η Franchise Business Services, έχει υιοθετήσει και συγκεκριμένη Μεθοδολογία Ανάπτυξης, η οποία περιλαμβάνει δέκα (10) φάσεις: (Πλάτων Μαλικούρτης, Ευάγγελος Κανελλόπουλος (FB 1998))

1. Έρευνά Αγοράς

Η έρευνα αγοράς είναι η πιο συνηθισμένη μέθοδος για τον καθορισμό των αναγκών και των απαιτήσεων του πελάτη. Η συλλογή πληροφοριών από την αγορά γίνεται συνήθως μέσω προσωπικών συνεντεύξεων ή δημοσκοπήσεων.

Ο franchisor οφείλει να σχεδιάσει και να εισάγει διαδικασίες για τον προγραμματισμό και υλοποίηση δραστηριοτήτων συγκέντρωσης και ανάλυσης πληροφοριών από την αγορά.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην ανάλυση του ανταγωνισμού, στις προσδοκίες του πελάτη, στις αλλαγές των συνηθειών και προτιμήσεων του, στις οδηγίες εθνικών και διεθνών οργανισμών για θέματα σχετικά με ασφάλεια, υγεία, περιβάλλον, στις εξελίξεις της τεχνολογίας, κ.λπ.

2. Επιχειρηματικό πλάνο

Πριν αρχίσει η ανάπτυξη της αλυσίδας θα πρέπει να αναλυθεί και να καταρτιστεί λεπτομερές Επιχειρηματικό Πλάνο, το οποίο θα προγραμματίζει και θα τεκμηριώνει τα περιθώρια κέρδους και τον όγκο των πωλήσεων που θα εξασφαλίζει την βιωσιμότητα των franchisees, τον χρόνο αποπληρωμής της επένδυσης (payback period), το πλήθος των καταστημάτων ανά μελλοντική χρονική περίοδο και την γεωγραφική τους διασπορά και θέση, τους βασικούς όρους της σύμβασης δικαιοχρησίας (π.χ. τέλη εισόδου, royalties, κ.λπ.), τις εκτιμώμενες χρηματοροές, το "νεκρό σημείο" της αλυσίδας, κ.λπ.

Σημαντική απόφαση αποτελεί το κρίσιμο πλήθος των ιδιόκτητων καταστημάτων τα οποία πρέπει να προϋπάρχουν της ανάπτυξης με franchise, ώστε να διασφαλιστεί, τόσο η προσέλκυση υποψήφιων επενδυτών, όσο και η επιτυχία της αλυσίδας.

Στη συνέχεια, το Επιχειρηματικό Πλάνο οφείλει να λαμβάνει υπόψη του της ιδιαιτερότητες των μελών - franchisees της αλυσίδας και να αναθεωρείται ανά τακτά χρονικά διαστήματα.

Το Επιχειρηματικό Πλάνο οφείλει να παρουσιάζεται σε όλα τα μέλη της αλυσίδας. Η σχέση των franchisees με τις τράπεζες ή άλλους οργανισμούς για την χρηματοδότησή τους δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη. Μόνο το 20% έχει κάνει σχετική συμφωνία με κάποια τράπεζα.

Η αρχική μελέτη για το franchise, η οποία αφορά το Πλάνο Ανάπτυξης, τον σχεδιασμό του Συστήματος Λειτουργίας, κ.λπ. έχει επιδοτηθεί από 40% έως 70% από προγράμματα όπως το RETEX, ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΜΜΕ, κ.λπ.

Επιπροσθέτως, η δημιουργία των νέων επιχειρήσεων των franchisees επιδοτείται από τον ΕΟΜΜΕΧ, το ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, κ.λπ.

3. Προσδιορισμός οράματος (Concept)

Ο franchisor οφείλει να ορίσει και να τεκμηριώσει το Όραμα και τους Στρατηγικούς Στόχους της αλυσίδας. Ο Franchisor θα πρέπει να αποδεικνύει την δέσμευσή του ως προς το Όραμα της, να βεβαιώνει ότι το Όραμα & οι Στρατηγικοί Στόχοι της αλυσίδας, έχουν γίνει κατανοητοί, έχουν εφαρμοσθεί και διατηρούνται σε όλα τα επίπεδα της αλυσίδας.

Κατά τον καθορισμό του Οράματος θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι ανάγκες και οι προσδοκίες των καταναλωτών, η εικόνα και φήμη της αλυσίδας, η απόδοση της λειτουργίας της, η αξιοπιστία του ονόματος και των προϊόντων που διαθέτει, ο ρόλος του κάθε καταστήματος της αλυσίδας στην υλοποίηση τ ο υ , κ λ π .

Μόνο με την παραπάνω προσπάθεια θα είναι δυνατή η κατανόηση, πραγμάτωση και συντήρηση του Οράματος.

Ο franchisor οφείλει να αναλύσει προσεκτικά και να προσδιορίσει το concept της αλυσίδας, αναφορικά με το product mix των προϊόντων και υπηρεσιών, τα χαρακτηριστικά της θέσης και του μεγέθους των καταστημάτων, την εσωτερική και την εξωτερική τους διακόσμηση, κ.ο.κ.

Ο franchisor οφείλει να παρακολουθεί την ανταγωνιστικότητα και την αποδοχή του concept, λαμβάνοντας και αναλύοντας στοιχεία τόσο από την αγορά, όσο και από τα μέλη της αλυσίδας, με στόχο την συνεχή βελτίωση του. Απαραίτητη είναι η κατοχύρωση της επωνυμίας και των σημάτων.

4. Πιλοτικό Κατάστημα

Ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δίδεται στον σχεδιασμό και στη λειτουργία του Πιλοτικού Καταστήματος. Το Πιλοτικό Κατάστημα δίνει την δυνατότητα να επαληθευτούν και να βελτιωθούν τόσο οι διαδικασίες λειτουργίας, όσο και το concept της αλυσίδας, πριν από την ανάπτυξη και την επέκταση της.

Στη συνέχεια, αποτελεί το κέντρο εκπαίδευσης, ενισχύει τη φήμη της αλυσίδας και μετασχηματίζεται σε πόλο έλξης υποψήφιων επενδυτών.

5. Σύμβαση Δικαιοχρησίας

Η σύμβαση δικαιοχρησίας τυποποιείται από τον franchisor και πρέπει να καθορίζει κατά ελάχιστο:

- τη διάρκεια συμβολαίου (συνήθως μέχρι πέντε έτη)
- την ύπαρξη και μέγεθος των entry fees
- την ύπαρξη και ποσοστό των royalties (σταθερά, επί των ακαθάριστων πωλήσεων, αγορών, σε συνδυασμό;)
- τον τρόπο και συμβολή στη διαφήμιση της αλυσίδας από τα δύο α ν τ ι σ υ μ β α λ λ ό μ ε ν α μ έ ρ η
- την παροχή υποστήριξης από τον franchisor (εκπαίδευση, εγχειρίδια λειτουργίας, κ.λπ.)
- τους όρους γεωγραφικής αποκλειστικότητας
- την εξασφάλιση απορρήτου

- τις συνθήκες και τρόποι λύσης της σύμβασης
- τη συμμόρφωση με την οδηγία της Ε.Κ. περί ανταγωνισμού
- τις λοιπές υποχρεώσεις franchisor και franchisee

6. Σύστημα Franchise

Θα πρέπει να καθορισθούν οι υπευθυνότητες, οι δικαιοδοσίες και οι αμοιβαίες σχέσεις όλου του προσωπικού, τόσο του franchisor, όσο και των franchisees, που διοικεί, εκτελεί και επαληθεύει κάθε εργασία που επηρεάζει την λειτουργία της αλυσίδας.

Ο franchisor οφείλει να προσδιορίζει τις απαιτήσεις για επαλήθευση εντός της αλυσίδας, να παρέχει ικανοποιητικά μέσα και να αναθέτει σε εκπαιδευμένο προσωπικό τις δραστηριότητες της επαλήθευσης.

Οι δραστηριότητες της επαλήθευσης θα πρέπει να περιλαμβάνουν επιθεώρηση, έλεγχο και συνεχή παρακολούθηση όλων των διαδικασιών λειτουργίας της αλυσίδας, με απώτερο σκοπό την διασφάλιση τόσο των παρεχομένων υπηρεσιών και προϊόντων, όσο και του τρόπου που αυτά παρέχονται. Όλα τα σημεία πώλησης οφείλουν να μεταδίδουν προς τον καταναλωτή ενιαία εικόνα τόσο στον τρόπο εξυπηρέτησης, όσο και στην οπτική εικόνα. Για το λόγο αυτό, ο franchisor οφείλει να σχεδιάσει και να τυποποιήσει τα αρχιτεκτονικά σχέδια, την εσωτερική διακόσμηση και την διαρρύθμιση των καταστημάτων της αλυσίδας. Στόχος είναι η ενιαία και ισχυρή εικόνα της αλυσίδας και η εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακος.

Η διασφάλιση της ενιαίας εικόνας και η ανανέωση και βελτίωση του εσωτερικού και εξωτερικού διάκοσμου των καταστημάτων οφείλει να ελέγχεται και να τεκμηριώνεται.

Ο franchisor οφείλει να αναλαμβάνει τις κεντρικές συμφωνίες για τις προμήθειες, τόσο των βασικών προϊόντων, όσο και των αναλωσίμων. Στις συμφωνίες αυτές οφείλει να επιτυγχάνει σημαντικά μειωμένες τιμές αγοράς, λόγω του υφιστάμενου και μελλοντικού μεγέθους της αλυσίδας.

Ο κάθε franchisee οφείλει να διασφαλίζει ότι τα αγοραζόμενα προϊόντα συμμορφώνονται με τις καθορισμένες απαιτήσεις. Ο Franchisor θα πρέπει να επιλέγει τους προμηθευτές της αλυσίδας βάση των δυνατοτήτων τους για ικανοποίηση των συμβολαίων, συμπεριλαμβανομένων των απαιτήσεων για ποιότητα. Ο franchisor οφείλει να καθιερώσει αρχεία προμηθευτών που έχουν γίνει αποδεκτοί.

Η επιλογή προμηθευτών καθώς και ο τύπος και η έκταση του ελέγχου που εξασκεί η αλυσίδα θα πρέπει να εξαρτάται από το τύπο του προϊόντος και όπου χρειάζεται, από αρχεία του προμηθευτή που αποδεικνύουν ότι στο παρελθόν είχε την αντίστοιχη δυνατότητα και επιδόσεις.

Τα έγγραφα των προμηθειών θα πρέπει να περιέχουν στοιχεία τα οποία να περιγράφουν με σαφήνεια το παραγγελθέν προϊόν.

Η Πρόβλεψη Πωλήσεων και η Διαχείριση Αποθεμάτων, θα πρέπει να ακολουθεί τις σύγχρονες τάσεις των logistics και να αξιολογούνται συνέχεια τα εναλλακτικά σενάρια, όπως ύπαρξη κεντρικής αποθήκης ανά γεωγραφικές ζώνες, κοινή χρήση συστήματος διανομής, συμφωνία και συνεργασία με third

party logistics, αλληλοσυμπλήρωση των αναγκών των καταστημάτων, κ.λπ.

Στόχος είναι το χαμηλότερο δυνατό μέσο απόθεμα στο σύνολο της αλυσίδας και το μεγαλύτερο δυνατό επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών. Για το λόγο αυτό ο franchisor οφείλει να προσδιορίσει και να τεκμηριώσει το κατάλληλο Distribution Plan, του οποίου οι ενέργειες θα σχετίζονται τόσο με την γεωγραφική, όσο και με την ποσοτική ανάπτυξη της αλυσίδας.

7. Μάρκετινγκ σε υποψήφιους επενδυτές

Ο ενημερωτικός φάκελος περιλαμβάνει όλα τα απαραίτητα στοιχεία για την άρτια ενημέρωση των υποψήφιων επενδυτών και έχει ως σκοπό την "πώληση" του concept σε αυτούς.

Περιλαμβάνει στοιχεία για τον franchisor, την δυναμική της αλυσίδας, το Όραμα και τους Στρατηγικούς Στόχους της αλυσίδας, την περιγραφή και την φιλοσοφία του concept, τους βασικούς όρους της σύμβασης δικαιοχρησίας, βασικά στοιχεία του Business Plan και του Marketing Plan, κ.λπ.

Ο franchisor οφείλει να αναλύσει και να προγραμματίσει πλάνο ενεργειών προβολής της αλυσίδας με σκοπό την προσέλκυση επενδυτών με διαφημίσεις, αγγελίες σε εφημερίδες και ειδικές εκδόσεις, συμμετοχή σε εκθέσεις, κ.λπ. Παράλληλα, οφείλει να συντονίζει και να προγραμματίζει τις ενέργειες προώθησης της αλυσίδας με σκοπό την αύξηση του κύρους της και την αποτελεσματική προβολή της. Οι ενέργειες αυτές γίνονται τόσο σε τοπικό, όσο και σε κεντρικό επίπεδο.

8. Αξιολόγηση και επιλογή franchisees

Ο πλέον πολύτιμος πόρος της αλυσίδας είναι το ανθρώπινο δυναμικό της. Αποτελεί ευθύνη του franchisor η παρακίνηση, επιμόρφωση/ανάπτυξη, επικοινωνία και απόδοση όλου του προσωπικού της αλυσίδας. Πρωταρχικό μέλημά του είναι η επιλογή των πλέον κατάλληλων και ικανών franchisees.

Θα πρέπει πρώτα να καθορισθεί με λεπτομέρεια το επιθυμητό profile των franchisees και έπειτα να αξιολογηθούν και να επιλεγθούν με προσοχή, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα απαραίτητα στοιχεία (π.χ. εμπειρία, εκπαίδευση, οικονομική φερεγγυότητα, ικανότητες, κ.λπ.)

9. Εκπαίδευση franchisees

Η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού είναι ο μοναδικός τρόπος για την αλλαγή και την ανάπτυξη κάθε οργανισμού.

Ο franchisor οφείλει να καθιερώσει και να τηρεί διαδικασίες για τον εντοπισμό των αναγκών σε εκπαίδευση όλου του προσωπικού της αλυσίδας. Προσωπικό το οποίο εκτελεί καθορισμένα ειδικά καθήκοντα, θα πρέπει να εξειδικευτεί με την κατάλληλη εκπαίδευση, τεχνογνωσία ή/και εμπειρία όπως απαιτείται. Κατάλληλα αρχεία της Εκπαίδευσης θα πρέπει να διατηρούνται.

10. Παρακολούθηση και έλεγχος δικτύου

Ο franchisor οφείλει να καθιερώσει και να επιβεβαιώνει την τήρηση ενός τεκμηριωμένου Συστήματος Λειτουργίας (standard operation procedures), ως το μέσο για την διασφάλιση του ότι η λειτουργία της αλυσίδας συμμορφώνεται με τις καθορισμένες απαιτήσεις του Οράματος και των Στρατηγικών Στόχων. Το σύστημα αυτό θα πρέπει να περιλαμβάνει: α. την προετοιμασία τεκμηριωμένων διαδικασιών και οδηγιών και β. την αποτελεσματική εφαρμογή των τεκμηριωμένων διαδικασιών και οδηγιών.

Η λειτουργία και η απόδοση της αλυσίδας θα πρέπει να επανεξετάζεται ανά κατάλληλα χρονικά διαστήματα, για να εξασφαλίζεται η συνέχεια της καταλληλότητάς του Συστήματος Λειτουργίας και της αποτελεσματικότητάς του.

Η αλυσίδα οφείλει να καθιερώσει και να τηρεί διαδικασίες για προσδιορισμό, συλλογή, σύνταξη ευρετηρίου, αρχειοθέτηση, αποθήκευση, διατήρηση και διάθεση των αρχείων και στοιχείων που προσδιορίζουν ποιοτικά και ποσοτικά την απόδοση της αλυσίδας.

Τα σχετικά στοιχεία είναι δυνατό να συγκεντρώνονται ενδεικτικά από:

- έρευνες ικανοποίησης πελατών
- έρευνες mystery shopping
- ελέγχους τήρησης των διαδικασιών
- M.I.S. reporting οικονομικών στοιχείων

Όπου χρειάζεται η αλυσίδα θα πρέπει να καθιερώσει διαδικασίες για την χρήση και τον προσδιορισμό των στατιστικών τεχνικών που απαιτούνται για την αξιολόγηση της λειτουργίας της.

6. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING

Η ταχεία εξάπλωση του franchising οφείλεται στα πολλά και σοβαρά πλεονεκτήματα που παρουσιάζει αυτή η διεπιχειρησιακή συνεργασία για όλα τα μέρη που μετέχουν σ' αυτή. Αυτό δεν σημαίνει βέβαια ότι το Franchising δεν έχει και ορισμένα μειονεκτήματα, αλλά αυτά είναι τόσον επουσιώδη σε σχέση με τα πλεονεκτήματα ώστε να μην εμποδίζουν την ταχεία εξάπλωση του θεσμού.

1) Πλεονεκτήματα για τον λήπτη: Η ένταξη του δικαιοδόχου ή λήπτη σ' ένα σύστημα Franchising συνεπάγεται γι' αυτόν μια σειρά πλεονεκτημάτων, από τα οποία τα σημαντικότερα είναι τα εξής:

(α) Ο λήπτης δημιουργεί μια σύγχρονη επιχειρηματική μονάδα χωρίς να ξοδέψει χρόνο και χρήμα για την έρευνα των θεμάτων που σχετίζονται με την κατασκευή, την οργάνωση και τη λειτουργία της επιχείρησής του. Όλη αυτή η αναγκαία προεργασία έχει γίνει επί σειρά ετών από τον δικαιοπάροχο ή δότη με ανάλογες δαπάνες και επιτυχημένη πρακτική εφαρμογή. Με άλλα λόγια, ο λήπτης απαλλάσσεται σε σημαντικό βαθμό από την ενασχόληση με

οργανωτικά προβλήματα, έτσι ώστε να μπορεί να αφοσιωθεί στην προώθηση των πωλήσεων και στη διεύρυνση του κύκλου εργασιών.

(β) Ο λήπτης απολαμβάνει τις θετικές συνέπειες της ευρείας γνώσης του σήματος του δότη και της καλής φήμης που το συνοδεύει. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζει ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων ανεξάρτητων επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου και ελαχιστοποιείται στην πράξη ο επιχειρηματικός κίνδυνος της επένδυσής του.

(γ) Ο λήπτης εξοικονομεί τις δαπάνες, οι οποίες θα απαιτούνταν για την αυτοδύναμη απόκτηση οργανωτικής υποδομής και τεχνογνωσίας, αν δεν είχε ενταχθεί σε σύστημα franchising.

(δ) Η ένταξη του λήπτη σε ένα σύστημα franchising έχει κατά κανόνα ως συνέπεια τη βελτίωση της εικόνας φερεγγυότητάς του στην αγορά με θετικές επιπτώσεις τόσο στον χρηματοδοτικό όσο και στον εμπορικό τομέα.

(ε) Ο λήπτης, παρά την ένταξή του στο σύστημα franchising, διατηρεί τη νομική και διαχειριστική ανεξαρτησία της επιχείρησής του. Μετέχει στο σύστημα ως ελεύθερος επιχειρηματίας και όχι ως στέλεχος της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου με σχέση εξαρτημένης εργασίας. Αυτό, εκτός του ότι αποτελεί για τον λήπτη κίνητρο υψηλής παραγωγικότητας, του δίνει τη δυνατότητα να αναπτύξει τις ατομικές του επιχειρηματικές αρετές.

(στ) Καθόλη τη διάρκεια της συνεργασίας franchising επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας σε πολλές κατηγορίες εξόδων, όπως για διαφημίσεις (οι δαπάνες αυτές αναλαμβάνονται εν όλω ή εν μέρει από τον δότη), για μισθώματα αποθήκης (δεν έχει πλέον ανάγκη να διατηρεί αποθηκευτικούς χώρους), για έξοδα διατήρησης στοκ (δεν διατηρεί πια αποθέματα, παρά μόνο τα εμπορεύματα που έχει στο κατάστημα), για σχεδιασμό και επιμέλεια προθήκης (αναλαμβάνονται από τον δότη), για ενημερωτικά ταξίδια ή επισκέψεις εκθέσεων (ομοίως αναλαμβάνονται από τον δότη).

2) Πλεονεκτήματα για τον δότη: Η γεωγραφική επέκταση της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου ή δότη μέσω του franchising επιφέρει και σ' αυτόν σημαντικά πλεονεκτήματα, από τα οποία τα σπουδαιότερα είναι τα εξής:

(α) Με το όνομα franchising ο δότης διευρύνει την επιχειρηματική δραστηριότητά του απευθυνόμενος παράλληλα σε πολλές αγορές (περιοχές, συν οικίες, πόλεις). Αυτό σημαίνει ότι μεγαλώνει τον τζίρο του, άρα τον όγκο των αγορών του και κατά συνέπεια τη διαπραγματευτική του ισχύ έναντι των προμηθευτών του. Το τελικό αποτέλεσμα είναι ότι

επιτυγχάνει χαμηλότερες τιμές λιανικής πώλησης, αφού δεν μεσολαβεί κέρδος του χονδρεμπόρου, και άρα πιο ανταγωνιστικά προϊόντα.

(β) Ο δότης επιτυγχάνει επέκταση του δικτύου διάθεσης των προϊόντων ή υπηρεσιών του με πολύ λιγότερες δαπάνες από αυτές που θα απαιτούνταν, αν η διεύρυνση του δικτύου πωλήσεων γινόταν με την ίδρυση υποκαταστημάτων ή θυγατρικών επιχειρήσεων. Από την άλλη μεριά, η επιτάχυνση της επέκτασης της επιχείρησης του δότη συμβάλλει στην ταχεία βελτίωση της ανταγωνιστικής της θέσης στην αγορά.

(γ) Παράλληλα, ο δότης διατηρεί τη δυνατότητα εποπτείας και ελέγχου του δημιουργούμενου δικτύου καταστημάτων, έτσι ώστε να προλαμβάνεται ο

κίνδυνος λανθασμένων αποφάσεων σε θέματα ζωτικής σημασίας από τα μέλη του συστήματος.

(δ) Ο δότης έχει εξασφαλισμένη, μέσω του δικτύου των καταστημάτων, τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τις τάσεις και τις συνθήκες που επικρατούν στην κάθε περιοχή. Έτσι έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει άμεσα τις ανάγκες των καταναλωτών και είναι σε θέση να χαράζει σωστή εμπορική πολιτική, βασισμένη στα δεδομένα της αγοράς.

(ε) Η γρήγορη δημιουργία επώνυμου δικτύου διανομής ενισχύει τη φήμη και το κύρος του δότη με συνέπεια την ταχεία βελτίωση της ανταγωνιστικής του θέσης στην αγορά.

7.Μειονεκτήματα του franchising

Μειονεκτήματα για τον λήπτη: Η συνεργασία μέσω franchising δεν είναι βέβαια απαλλαγμένη από ενδεχόμενους κινδύνους και μειονεκτήματα για τον λήπτη, από τα οποία αναφέρουμε ενδεικτικώς τα εξής:

(α) Η εμπορική και επαγγελματική επιτυχία του λήπτη εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από την ορθότητα και την επιτυχία της επιχειρηματικής πολιτικής που ασκεί ο δότης. Οι τυχόν λανθασμένες ή ατυχείς αποφάσεις που λαμβάνονται στο κέντρο του συστήματος μπορεί να έχουν αρνητικές επιπτώσεις σε όλα τα μέλη που μετέχουν στη συνεργασία.

(β) Το γεγονός ότι ο δικαιοπάροχος ή δότης είναι συνήθως ο οικονομικά ισχυρότερος αντανακλάται και στους όρους, τους οποίους αυτός θέτει στη σύμβαση δικαιόχρησης και οι οποίοι αποβλέπουν κυρίως στην προστασία των συμφερόντων του.

Μειονεκτήματα για τον δότη: Τα ενδεχόμενα μειονεκτήματα του franchising για τον δότη είναι κυρίως τα εξής:

(α) Η επιλογή των μελών του συστήματος από τον δότη αποτελεί μια δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία, αφού η επιτυχής επιλογή του λήπτη είναι καθοριστική για την επιτυχία και την ανάπτυξη της συνεργασίας στη βάση της αμοιβαίας εμπιστοσύνης και της υψηλής παραγωγικότητας.

(β) Ο δότης επιτυγχάνει μεν μέσω του franchising την ταχεία εξάπλωση του δικτύου του με μικρές σχετικά δαπάνες, στο πλεονέκτημα όμως αυτό αντιστοιχεί το μειονέκτημα ότι η συμμετοχή του δότη στα κέρδη από τις πωλήσεις είναι σημαντικά μικρότερη από ότι θα ήταν εάν Π.Χ. είχε προτιμηθεί η ίδρυση υποκαταστημάτων.

Πάντως τα παραπάνω μειονεκτήματα του franchising, συγκρινόμενα με τα πλεονεκτηματά του, δεν φαίνεται να έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τις μέχρι τώρα στατιστικές, σύμφωνα με τις οποίες το ποσοστό των αποτυχημένων συνεργασιών franchising είναι κατά πολύ χαμηλότερο του ποσοστού αποτυχιών που παρατηρείται σε επιχειρήσεις, οι οποίες δεν είναι ενταγμένες σε σύστημα franchising

8. Αγορά franchising

Οι προοπτικές του franchising διεθνώς συνοψίζονται στα ακόλουθα σημεία

- ❖ Το franchising αποτελεί μηχανή ανάπτυξης, ιδιαίτερα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ οι πρόσφατες εξελίξεις δείχνουν ότι ο θεσμός καθιερώθηκε στη χώρα μας και άρχισε να ωριμάζει, (αναφέρεται στην κλαδική μελέτη που πραγματοποίησε η ICAP.)
- ❖ Η δεκαετία του 1990 χαρακτηρίζεται ως η δεκαετία του franchising. Η δυναμική αυτή συνεχίστηκε και κατά την περίοδο 2002-2005, όπως προκύπτει από την τρίτη έκδοση της κλαδικής μελέτης της ICAP η οποία εξετάζει τις πρόσφατες εξελίξεις του θεσμού.
- ❖ Περίπου το 65% των δικτύων franchise (concepts) είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους, με πωλήσεις μέχρι 15 εκατ. ευρώ. Επιπλέον, 64% περίπου των franchisors είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις με σύνολο απασχολουμένων έως 100 άτομα.
- ❖ Το 2005 το σύνολο των ενεργών franchisors (δηλαδή επιχειρήσεις που λειτουργούν τουλάχιστον ένα (1) κατάστημα franchising) ανήλθε σε περίπου 400, σε σχέση με 230 στα τέλη του 2001 και 187 το 1998. Επομένως, στο διάστημα 2001-2005 ο θεσμός επεκτάθηκε κατά 74%.
- ❖ Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της κλαδικής μελέτης, τη μεγαλύτερη συγκέντρωση σε αριθμό επιχειρήσεων το 2005 παρουσιάζουν οι κατηγορίες "ένδυση & αξεσουάρ ένδυσης" (16%) και "τρόφιμα-απορρυπαντικά-καλλυντικά" (16%).
- ❖ Τη μεγαλύτερη συγκέντρωση σε αριθμό καταστημάτων παρουσιάζει η κατηγορία "τρόφιμα – απορρυπαντικά - καλλυντικά" (24%) και ακολουθεί η κατηγορία "καφέ – σνακ –παγωτό" (17%).
- ❖ Η αναλογία καταστημάτων ανά επιχειρηματικό σύστημα (concept) το 2005 πλησιάζει τα αντίστοιχα που έχουν καταγραφεί στις πλέον ανεπτυγμένες αγορές διεθνώς (ΗΠΑ, Γαλλία, Βρετανία). Περίπου ένας στους δέκα franchisees (2005) διαθέτει περισσότερα από ένα καταστήματα και περίπου ένας στους 20 franchisors διαθέτουν δεύτερο εμπορικό σήμα (concept).
- ❖ Η σχέση εταιρικών - franchise καταστημάτων κατά το διάστημα 1998-2004 παραμένει σχεδόν σταθερή, περίπου στο 30?70
- ❖ Ενδιαφέρον είναι ότι το ποσοστό των εγχώριας προέλευσης concepts το 2005 (76,8%) είναι περίπου όσο και στις μεγαλύτερες ευρωπαϊκές αγορές franchise. Στη Γαλλία το ποσοστό αυτό ήταν 89% (2004) και στην Ισπανία

80% (2004), ενώ στην Πορτογαλία που είναι συγκρίσιμη σε μέγεθος με την Ελλάδα, το ποσοστό αυτό ήταν μόλις 41% (2003).

❖ Όπως επισημαίνεται στη μελέτη, τα "εισαγόμενα" concepts λειτουργούν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους με τη μορφή Master Franchise τα οποία παραχωρούν διεθνείς franchisors σε τοπικούς επιχειρηματίες. Οι δημοφιλέστερες χώρες προέλευσης των εισαγόμενων concepts είναι η Ιταλία, η Γαλλία και η Αγγλία.

❖ Σημαντικό ποσοστό των franchisors (26%) το 2005 διαθέτουν παρουσία στο εξωτερικό και εξίσου σημαντικό (46%) είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων οι οποίες σχεδιάζουν να αναπτύξουν διεθνή παρουσία στο προβλεπόμενο μέλλον. Δημοφιλέστερη χώρα 'εξαγωγής' των εγχώριων concepts είναι η Κύπρος και ακολουθούν οι γείτονες χώρες της Βαλκανικής.

❖ Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων οι οποίες έχουν υιοθετήσει το franchising ως μέθοδο ανάπτυξης ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους μετά το 1990, ενώ το ίδιο ισχύει και για την έναρξη του franchising. Ειδικότερα, η έναρξη δραστηριότητας των επιχειρήσεων, η δημιουργία του πρώτου πιλοτικού καταστήματος και η έναρξη του franchising χαρακτηρίζονται από διαφορά φάσης περίπου δύο ετών.

❖ Ακόμη, η ανάπτυξη του θεσμού συνεχίστηκε κατά την περίοδο 2002-2004, ενώ ταυτόχρονα υπήρξε διείσδυση και διαφοροποίηση της αγοράς σε νέους τομείς όπως: αισθητική- fitness- κομμωτήρια, τρόφιμα- απορρυπαντικά- καλλυντικά (κυρίως σουπερμάρκετ), υπηρεσίες (κτηματομεσιτικά γραφεία, ασφαλειομεσιτικές υπηρεσίες), πληροφορική- τηλεφωνία- internet. Τα παραπάνω έχουν επηρεάσει και τη σταθερότητα των δικτύων franchise, σε σύγκριση με την αμέσως προηγούμενη περίοδο (1998-2001).

❖ Το μέσο ύψος επένδυσης των μονάδων franchise συμβαδίζει με τα Ευρωπαϊκά δεδομένα και τη διεύρυνση των δραστηριοτήτων που καλύπτει το franchising τα τελευταία τέσσερα χρόνια. Ακόμη, για το σύνολο των franchisors, το ύψος της αμοιβής εισόδου και των άλλων περιοδικών αμοιβών του franchisor παραμένουν σε λογικά επίπεδα, σε σύγκριση με τη διεθνή πρακτική

❖ Σύμφωνα με τη μελέτη της ICAP, σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, το franchising προσφέρει αρκετά πλεονεκτήματα και αποτελεί μηχανή οικονομικής ανάπτυξης. Σε αντίθεση με περιόδους χαμηλής ανεργίας, όπου το ενεργό εργατικό δυναμικό προσανατολίζεται στην έμμισθη απασχόληση, σε περιόδους ύφεσης και αβεβαιότητας το franchising προσφέρει τη δυνατότητα μιας επένδυσης η οποία συνδυάζει πλήρη απασχόληση και περιορισμένο ρίσκο, με την υποστήριξη μιας έμπειρης ομάδας (franchisor), το πλεονέκτημα των οικονομιών κλίμακας, την υποστήριξη στο μάρκετινγκ, αλλά και προϊόντα τα οποία δύσκολα θα εξασφάλιζε μια μικρή επιχείρηση κάτω από άλλο σχήμα.

❖ Σε επίπεδο καταναλωτή, το franchising σε περιόδους οικονομικής αβεβαιότητας προσφέρει σταθερή ποιότητα και τιμές, καταξιωμένα εμπορικά σήματα και υψηλότερο βαθμό εμπιστοσύνης.

9. Οι προοπτικές του franchising στην Ελλάδα

Όπως ήδη αναφέρθηκε η σύγχρονη μορφή του franchising έκανε την πρώτη της εμφάνιση στην Ελλάδα στα μέσα της δεκαετίας του 1970. Τέλη της δεκαετίας του 1980 ο αριθμός των Ελληνικών franchises μετριόταν στα δάχτυλα δύο χεριών. Σήμερα, 10 χρόνια μετά, στο έτος 2000, τα Ελληνικά franchises υπολογίζεται πως είναι περίπου 200 και τα καταστήματα franchise περισσότερα από 2.000. Από την άλλη πλευρά, διεθνείς στατιστικές έχουν δείξει πως στις ανεπτυγμένες οικονομίες οι πωλήσεις μέσω δικτύων franchising ξεπερνούν το 20%.

Είναι συνεπώς σαφές πως οι συνθήκες είναι ώριμες ώστε να γίνει και στην Ελλάδα - όπως στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου - μια έκθεση franchise: Το ελληνικό franchise έχει ξεπεράσει την εμβρυακή του μορφή και έχει μπει στη φάση της ραγδαίας ανάπτυξης για να αποκτήσει το σημαντικό ρόλο που του αξίζει στην ελληνική οικονομία.

Και είναι η εξέλιξη αυτή αναπόφευκτη με δεδομένο τον επιχειρηματικό χαρακτήρα του Έλληνα - περισσότερο από το 50% των Ελλήνων απασχολείται σε επιχειρήσεις οικογενειακού χαρακτήρα όταν τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ευρώπη δεν υπερβαίνουν το 20% - αλλά και τις έντονες ανάγκες οργάνωσης, διοίκησης, μάρκετινγκ, ανάπτυξης νέων προϊόντων κπλ. που δημιουργεί το σύγχρονο έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, ανάγκες που αναμένεται να ενταθούν στα πλαίσια της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς και του ενιαίου νομίσματος, του ευρώ. Τίποτα δεν συνδυάζει καλύτερα αυτά τα δύο χαρακτηριστικά από την ανάπτυξη με franchising: Η επιχειρηματική τόλμη υποστηρίζεται από μια καλά οργανωμένη και ισχυρή κεντρική μονάδα.

Τα περιθώρια ανάπτυξης του franchising για τα επόμενα χρόνια είναι σημαντικά, αν ληφθεί υπόψη ότι η διείσδυση του θεσμού αντιστοιχεί στο 4% περίπου του συνόλου των επιχειρήσεων στις δραστηριότητες που καλύπτει η μελέτη (λιανικό εμπόριο και λοιπές δραστηριότητες), σε σύγκριση με το 30% των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου στη Βρετανία, η οποία είναι μια από τις δύο μεγαλύτερες αγορές franchise της ΕΕ.

Η ανάπτυξη του franchising στο μέλλον θεωρείται δεδομένη διεθνώς. Νέα franchise concepts θα αναδεικνύονται και παράλληλα οι υφιστάμενες επιχειρήσεις franchise θα αναπτύσσονται. Εάν οι ελληνικές επιχειρήσεις ακολουθήσουν τα διεθνή πρότυπα επιτυχίας με γνώμονα τη σχέση αμοιβαίου οφέλους και για τις δύο πλευρές και σχεδιάσουν σωστά την υποδομή τους ώστε να αποφύγουν τυχόν προβλήματα στο μέλλον, τότε το franchising θα

αποτελέσει το όχημα της ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και στη χώρα μας.

Τέλος, τονίζεται, πως η αύξηση των δικτύων για το 2005 εκτιμάται στο 13,7% ενώ για το 2006 είναι μάλλον συντηρητική (2,6%), γεγονός το οποίο αποδίδεται αφενός στην οικονομική αβεβαιότητα η οποία διέπει την επιχειρηματική κοινότητα, αλλά και στο ότι είναι δύσκολο για τις επιχειρήσεις franchise να προσδιορίσουν με ακρίβεια το μέγεθος της ανάπτυξής τους για χρονικό ορίζοντα πέραν του δωδεκαμήνου, αφού το ζήτημα αυτό εξαρτάται από το σύνολο των παραγόντων οι οποίοι επηρεάζουν τη δημιουργία επιτυχημένων συνεργασιών με franchisees