

Razgovarao:
Mladen NEJAŠMIĆ

Gospodine Rubić, vjerojatno niti jedna druga tema na području ekonomije, odnosno na financijskom tržištu nije toliko aktualna kao «Basel II» i «Rating». To je bez dvojbe tema koja je važna i za Hrvatsku koja će uskoro dobiti zeleno svjetlo za ulazak u Europsku Uniju. Kako se kod nas pripremaju poduzeća za «Basel II»?

Hrvatska će u lipnju dobiti službeni status kandidata, najvjerojatnije će pregovori o pridruživanju početi i u ovoj godini, ali s obzirom da će oni trajati sigurno jedno dvije godine, Hrvatska će realno gledajući najranije 2008. godine kao punopravni član ući u EU. Mislim da nam to može ići samo u korist jer pruža hrvatskim poduzećima dodatnog vremena da se bolje pripreme na ono što ih čeka, a to je tržište u kojem će; jednostavno rečeno; preživjeti samo najbolji. Doživio sam samo vrlo mali broj poduzetnika koji su se proaktivno "zabavili" ovom tematikom, osim da su posjetili informativnu priredbu svoje kućne banke. A što se tih info-priredbi tiče, one na žalost služe samo kao "tableta za smirenje"; jer se često spominje da je još daleko do 2006. kada «Basel II» stupa na snagu. Činjenica, o kojoj se danas ne govori otvoreno jest, da su banke već počele "Ratingom"

ZNAČAJ «RATINGA» U HRVATSKOM GOSPODARSTVU

Zašto je «Rating» značajan za hrvatsko gospodarstvo s obzirom na skori ulazak Hrvatske u Europsku Uniju, razgovarali smo o tome sa direktorom konzultantske kuće DALMACONSULT i stručnjakom za pitanja «Ratinga» Denisom Rubićem.

klijenata. Radi se na izradi standarda s kojim će definirati koji su klijenti poželjni, odnosno s



Denis Rubić, direktor Dalmaconsult
Snimio: Mirko kovačević

kojima ubuduće ne žele više surađivati. Klasifikacija od A do D-klijenata nije samo «prazna riječ», nego već realnost.

Koji značaj ima «Rating», ne samo u pogledu na «bankarsku politiku»?

«Rating» je od značaja za kupce i dobavljače koji se brine za sigurnost potraživanja. «Rating» dobiva i značaj kod zaposlenih jer poduzeće s dobrim «Ratingom» signalizira veću snagu i ustrajnost nego poduzeće s lošim. Posebno se

kritično gleda na poduzeća koja nisu vrednovana, znači, koja nemaju «Rating». Poduzeća koja»plove morem i kod najjačeg nevremena» mogu pomoću «Ratinga» doći do financijskih sredstava i onda kada tradicionalni bankovni krediti više ne stoje na raspolaganju. Čak i ispodprosječan «Rating» može stvoriti pozitivan doprinos za uspješno vođenje poduzeća. «Rating» daje poticaje za optimiranje

vlastitih instrumenata za planiranje i informiranje, ali iznad toga ispunjava i mnogo drugih funkcija.

Poduzeća, posebno ona mala i srednja, morat će ubuduće proći proces «Ratinga» ako žele isposlovati povoljne uvjete za kredite. Rating-agenture nude vrednovanje poduzeća. Koliko su one uopće učinkovite?

Pravih Rating-agentura koji su specijalizirani na mala i srednja poduzeća zapravo i nema puno.

Velike međunarodne agenture kao Standard & Poors ili Moodys na ovom području nisu baš korisni jer uvjeti, ali i njihova struktura, ne odgovaraju ovoj ciljnoj grupi. Da budem iskren, ne znam tko osim nas u Hrvatskoj još nudi «Rating», tako da možemo na jednoj ruci izbrojiti agenture.

Kako poduzeća koja žele «Rating» mogu razlikovati dobre od loših Rating-agentura?

Dobar stručnjak za «Rating» pokazat će Vam tijekom razgovora svoj upitnik i objasniti će Vam kako proces «Rating»-a uopće funkcionira. Normalno ćete biti pozvani na «self-test», a stručnjak bi trebao uzeti dan vremena za Vas i s Vama u Vašem poduzeću «proći» pitanje po pitanje. Dijagnozu na daljinu putem Interneta ili CD-a možete usporediti s kineskom čudnovatom pričom za koju još unaprijed morate platiti. Dobre Rating-agenture idućih godina izaći će iz velike mase samo putem usmene promidžbe. Samo onaj tko bude imao zadovoljne i iskrene klijente moći će računati i s daljnjim poslovima. Znači, ako želite prepoznati dobrog stručnjaka za «Rating», pogledajte njegovu brošuru, odnosno da li ispunjava sve potrebne

kriterije. Ako ima kakva «stručna mišljenja» ili reference, još bolje, dogovorite s njim razgovor. Inače, naš je partner vodeće njemačko društvo za pitanje “Ratinga” prof. dr. Schneck Rating GmbH koji broji više od 800 zadovoljnih klijenata, među kojima možemo naći i veliki broj vodećih svjetskih poduzeća od osiguranja, industrije, savjetodavnih društava, revizora, pa sve do tzv. «Private equity»-a. Mislim da to dovoljno govori o vrhunskoj kvaliteti, a mi kao njihov partner upravo to nudimo u Hrvatskoj.

Što točno nudite poduzetniku koji se obrati Vama?

Naše su usluge transparentne. Ponajprije nudimo indikativni “Rating”, to znači da testiramo poduzeće kao što bi to učinila i banka. Naš se njemački partner inače već prije nekoliko godina počeo pripremati na ovu tematiku, pa je analizirao sve interne bankovne “Rating”-e. Na osnovi toga izradili smo bogati katalog pitanja koji upravo odgovara bankovnom “Rating”-u. Tako klijent saznaje kako ga «vrednuje» banka, odnosno njegov referent u banci. U prvom koraku, kada sklopimo ugovor, pošaljemo upitnik poduzetniku s kojom pomoći on provodi «samoocjenjivanje». Nakon toga naši stručnjaci dolaze u poduzeće i «prolaze» pitanje po pitanje, zajedno s poduzetnikom. Tu sve «ispitujemo» - od strategije, kadrovske politike pa sve do brojki bilance. Za ovo zadnje koristimo software koji smo sami razvili. Prednost software-a je da tako međunarodno priznatom sistematikom “Ratinga” možemo usporediti 25 brojki i to ponovno s bogatim database-om branše, znači benchmarking. Software je u međuvremenu toliko poznat da ga npr. Allianz na razini koncerna u svojoj grupaciji koristi za upravljanje cijelim kreditnim portfelja koji iznosi 15 milijardi eura. Nem to smo posebno ponosni. U zadnjem koraku izrađujemo

detaljno stručno mišljenje “Rating”-a. Prednost je da ukazujemo na područja gdje su mjere optimiranja moguća i tako poboljšamo situaciju prije samog razgovora kod banke. Ako poduzetnik tako dobro pripremljen krene do svoje banke, nije samo moguće da dobije povoljnije uvjete za kredite, nego naprotiv, čak i ponude drugih banaka za kreditiranje stižu «u kuću». Tako postajete zanimljiv i tražen partner banaka sa znatno poboljšanim kreditnim uvjetima. A, kao što sam na početku rekao, “Rating” itekako može služiti kao instrument marketinga!

I za kraj - kakvu poruku imate za hrvatska poduzeća u pogledu “Ratinga” i onoga što ih čeka u Europskoj Uniji?

Rating nije samo dobar instrument upravljanja risk-managementa. Samo se primjenom sustava

“Ratinga” hrvatska poduzeća mogu razlikovati, i kod investitora i partnera-kupaca i konstantno generirati financijsko-ekonomsko povjerenje. U međunarodnim okvirima sustav “Ratinga” predstavlja dokaz provjerene ozbiljnosti i pouzdanosti u poslovnim odnosima. “Rating” kao dokaz kvalitete predstavlja ulaznicu u klub međunarodno priznatih i renomiranih poduzeća. Stoga preporučujemo: “Test your Rating!” Mi ćemo Vaše poduzeće vrednovati po međunarodnim standardima. Još jedna informacija: Planiramo krajem ove ili početkom iduće godine održati veliku međunarodnu konferenciju «Rating for Croatia» u Zagrebu ili Dubrovniku. Kao predavače imamo vodeće stručnjake iz Europe, Amerike i Azije. Također i ovim putem želimo promicati svijest kod naših poduzetnika u pogledu na «Basel II» i «Rating».

TURIZAM



U mjesecu lipnju 2004. godine turisti su ostvarili 45.767 noćenja, od čega im su domaći turisti ostvarili 348 noćenja, a strani 45.419 noćenja. Najviše noćenja stranih turista ostvarili su turisti iz Češke sa 28.074 noćenja, potom njemački turisti s 5.447 noćenja, na trećem mjestu su Mađari koji su ostvarili 4.466 noćenja.