

Statystyka i mit

Maciej Weryński
redaktor prowadzący



Lubimy o sobie myśleć, że jesteśmy społeczeństwem przedsiębiorczym. Na dowód przywołujemy czasy, w których nic nie działało jak należy – od gospodarki ignorującej prawa makroekonomii po najdrobniejsze przejawy codziennego jej (nie)funkcjonowania z oczekiwaniami na hydraulika tygodniami i corocznymi dramatami braku sznurka do snopowiązałek. Mimo wszystko – mówimy – jakoś przeżyliśmy i każdy Polak jakoś sobie radził. A potem się dopiero działa! Pierwsze symptomy zmiany (jak dozwolenie działania tzw. firm polonijnych; ktoś je jeszcze pamięta?), rozwój najmniejszych firm i całkiem sporych interesów robionych przez niewielkie w porównaniu z socjalistycznymi molochami przedsiębiorstwa prywatne...

Kolejny dowód, po który sięgamy, gdy tylko ktoś w nas wątpi, to Polacy za granicą. Spójrzmy tylko, jak oni pracują! Jak potrafią zrobić coś z niczego! Toż taki Francuz albo inny Anglik już dawno załamałby ręce, a polski fachowiec pokombinuje, znajdzie zamiennik za niedostarczony towar, deszczu się nie ulęknie i skończy na czas!

Taką mamy naszą współczesną mitologię. Ciekawą, bo bardzo świeżutką. Jeśli ktoś jeszcze pamięta lekturę „Nad Niemnem” albo i „Lalki”, to wie, że przedsiębiorczości się u nas nie ceniło. Co innego romantyczna szarża, ale tak po prostu pracować i zdobywać dla siebie (i dla swoich) środki do życia i te kawałki wolności w czasach niewoli (bycie na swoim) – za to opinia publiczna nie wynagradzała sławą i chwałą.

Więc jak to jest z tą polską przedsiębiorczością? Jest prawdą czy mitem?

Statystyka. Ona powinna odpowiedzieć. Jedną z odpowiedzi cytują regularnie wszystkie media: tak, Polska stoi małą przedsiębiorczością. Liczba zarejestrowanych firm, dwie trzecie ogólnej liczby miejsc pracy w Polsce, prawie połowa PKB wypracowywana przez firmy z interesującego nas w rankingu Skrzydła Biznesu przedziału (przy czym firmą nazywamy również jednoosobowe działalności gospodarcze i trzeba uczciwie powiedzieć, że część z nich firmami jest tylko po to, by odliczyć trochę kosztów i nie odprowadzić czegoś do Skarbu Państwa). Odpowiedź druga, mniej napawająca dumą: z danych Eurostatu wynika, że te najmniejsze nie mogą wpadać w zachwyty nad samymi sobą, bo produktywność ich pracowników jest cztery razy niższa niż w firmach dużych. Co to oznacza łącznie? Że radzimy sobie, jak możemy, ale trzeba przemyśleć strategię. Nie poprzestawać na przetrwaniu. Sięgać po nowe rynki, rozwijać technologie, choćby na swoją niewielką skalę. I takich przedsiębiorców, którzy to potrafią, nagradzamy Skrzydłami Biznesu.



FOT. BARTŁOMIEJ KUDOWICZ

Mikrofirmy rosną najszybciej

Wręciliśmy Skrzydła Biznesu przedsiębiorcom z województw dolnośląskiego, lubuskiego i opolskiego

Trzy województwa, które odwiedziłyśmy w ostatniej odsłonie Skrzydła Biznesu, cechują się różnymi warunkami robienia interesów i różnymi wynikami.

– Podstawą ekonomicznej pomyślności Dolnego Śląska jest dynamicznie rozwijająca się, nastawiona na ścisłą europejską współpracę gospodarkę. Na terenie województwa inwestują największe i najlepsze światowe koncerny. Nasze zestawienie pokazuje, że najszybciej rozwijają się te najmniejsze spółki, które średnio zwiększyły swój przychód o ponad 71 proc. Dynamika wzrostu sprzeda-

ży dolnośląskich laureatów Skrzydła Biznesu spada proporcjonalnie do wielkości firmy – zwraca uwagę Tomasz Starzyk z Bisnode Polska.

Dolny Śląsk tradycyjnie plasuje się wysoko pośród wszystkich województw pod względem wkładu do produktu krajowego brutto. Ze swoimi 8,5 proc. lokuje się na czwartym miejscu w Polsce. Województwo lubuskie z kolei – uznawane za średnio uprzemysłowione – wytwarza około 2,2 proc. PKB Polski.

– W porównaniu z pozostałymi regionami lubuskie firmy wykazują się niewielkim wzrostem sprzedaży, nieprzekraczającym w średnim ujęciu 20 proc. Pod tym względem najbardziej dynamicznie rośnie sprzedaż spółek mikro, najmniej firm średnich.

Wkład województwa opolskiego w polskie PKB to około 2,1 proc. W województwie

opolskim zarejestrowanych jest ponad 96 tys. firm. W tym niemal 98 proc. stanowią firmy zaliczane do małych i średnich przedsiębiorstw.

– Świadczy to o dużej przedsiębiorczości mieszkańców. W sektorze MSP zatrudnionych jest blisko 80 proc. pracowników. Kołem zamachowym opolskiej gospodarki są branże usług transportowych i budowlanych. Niestety województwo opolskie należy do tych, w których notuje się jeden z najwyższych wskaźników bezrobocia – zwraca uwagę Tomasz Starzyk.

Laureatami pierwszych miejsc w naszym rankingu wśród najmniejszych firm zostali: Chemiprojekt z Lubina (woj. dolnośląskie), spółka Buczyna Nowa Kuźnia Razem z Toporowa (lubuskie) i Agrola Zakład Rolno-Usługowy z Krzyżowic (woj. opolskie). Zwłaszcza ten ostatni, ale

także Chemiprojekt, zwracają uwagę imponującym wzrostem przychodów. Najlepsze małe spółki w poszczególnych województwach to Zakład Zespołów Energetycznych Energekessel ze Strzelca Opolskich (woj. opolskie), Przedsiębiorstwo Transportowo-Spedycyjne Erka-Trans ze Słubic (woj. lubuskie) i Vitruvion z Karpacza (woj. dolnośląskie). Wśród firm średnich najwyższą dynamiką sprzedaży przy jednoczesnej moralności płatniczej wykazały się spółka Mega Polska z Sulechowa (woj. lubuskie), wrocławski Zakład Automatyki Przemysłowej Intec (woj. dolnośląskie) i spółka komandytowa Bischof + Klein Polska z Walców w województwie opolskim. Laureatom serdecznie gratulujemy. mww

Pełne wyniki na stronie: www.gazetaprawna.pl/konferencje/skrzydla_biznesu_2015

Jak wybieramy najlepszych przedsiębiorców

Proces wyłonienia laureatów szóstej edycji „Skrzydła Biznesu” przebiegał dwustopniowo

W pierwszej fazie z bazy danych wywiadowczych gospodarczej Bisnode Polska zostały wytypowane przedsiębiorstwa z sektora małych i średnich firm, których przy-

chód w ostatnim roku obrachunkowym nie przekraczał 200 mln zł. W drugiej fazie wyłonione zostały te firmy, które w ocenie organizatora rankingu są firmami o minimalnym ryzyku współpracy, w latach 2013–2014 wykazały się dodatnią dynamiką wzrostu sprzedaży, w ich historii nie odnotowano wniosków o upadłość i likwidacji oraz terminowo złożyły do KRS sprawa-

wozanie finansowe za ostatni rok obrachunkowy lub bezpośrednio przesłały swoje dane finansowe do Bisnode Polska.

Firmy zostały podzielone na trzy grupy: przedsiębiorstwa mikro, których roczny obrót lub całkowity bilans roczny nie przekracza 8 mln zł, przedsiębiorstwa małe z obrotem nieprzekraczającym 40 mln zł i przedsiębiorstwa średnie, których sprzedaż w 2014

roku była nie większa niż 200 mln zł.

W przypadku porównywalnej oceny wiarygodności firm wyższe miejsca w rankingu przypadają firmom charakteryzującym się większą dynamiką wzrostu sprzedaży. Ocena wiarygodności firmy określana jest na podstawie Oceny Scoringowej Bisnode Polska definiowanej jako wskaźnik ryzyka upadłości firmy na podstawie modelu statystycznego, który wyznacza prawdopodobieństwo upadku firmy w ciągu następujących 12 miesięcy. Prawdopodobieństwo wyznaczono na podstawie obserwacji zachowań blisko 400 tys. firm prowadzących pełną księgowość.

O Bisnode

Firma Bisnode została założona w 1989 roku. Obecnie zatrudnia ponad 3000 pracowników w 17 krajach europejskich. Jest partnerem strategicznym najstarszej na świecie wywiadowni gospodarczej – D&B Corporation i jej wyłącznym przedstawicielem na terenie Europy Centralnej i Północnej. Obecnie w Polsce blisko dwustu pracowników stanowi codzienne wsparcie dla 5 tys. klientów w prowadzeniu bezpiecznego biznesu oraz w docieraniu do nowych, wiarygodnych partnerów biznesowych.

O KR D

Wiarygodność laureatów jest weryfikowana przez Krajowy Rejestr Długów, z rankingu wykluczane są przedsiębiorstwa notowane jako dłużnicy. W KR D znajduje się ponad 6 mln informacji. W 2014 roku pobrano z niego prawie 21 mln raportów.

Tomasz Starzyk
Bisnode Polska

dun & bradstreet
WORLDWIDE NETWORK

Bisnode
Make a smart decision

SZUKASZ WIARYGODNYCH KONTRAHENTÓW?

Z nami

- Określisz grupy docelowe i oszacujesz ich potencjał sprzedażowy.
- Zweryfikujesz wiarygodność finansową potencjalnych kontrahentów.
- Otrzymasz dane kontaktowe niezbędne do dotarcia do nich z ofertą.



Narzędzie do wyszukiwania i sprawdzania nowych kontrahentów czeka na Ciebie!

Zyskaj dostęp testowy na 7 dni!

Napisz na adres skrzydla@bisnode.pl i poznaj nowe możliwości rozwoju

VOUCHER

W eksporcie jest potrzebna strategia

Dobry produkt lub usługa to za mało. By podbić zagraniczne rynki, trzeba się gruntownie przygotować

Patrycja Otto

patrycja.otto@infor.pl

Kryzysowe zjawiska w Europie Zachodniej oraz za wschodnią granicą spowodowały, że nasze firmy poszukiwały także innych kierunków zbytu swoich towarów i usług. Takie geograficzne zróżnicowanie okazało się bardzo skutecznym remedium na pojawiające się lokalnie kłopoty – zauważa Łukasz Lefanowicz, prezes Gerda Broker.

Nic dziwnego, że przybywa firm, które chcą skorzystać na rosnącym zainteresowaniu polskimi towarami ze strony zagranicznych konsumentów. Szczególnie że w wielu sektorach w kraju coraz trudniej osiągać wzrosty sprzedaży. Ma to miejsce m.in. w branży rolno-spożywczej czy odzieżowo-obuwniczej. Pozyskanie nowych rynków zbytu wymaga jednak miesięcy. Dlatego firmy, które oczekują szybkich profitów, rozczarują się. Na te trzeba bowiem poczekać. Kierunki ekspansji można wytyczyć przez udział w targach, imprezach wystawienniczych i misjach gospodarczych or-

ganizowanych np. przez izby handlowe.

Na ekspansję zagraniczną można otrzymać dofinansowanie. Pytać o nie można w PAIIIZ, która prowadzi projekt Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej. Oprócz tego o dotację przedsiębiorcy mogą się starać w poszczególnych województwach. Każde z nich ma bowiem program wspierania eksporterów finansowany z regionalnych programów operacyjnych. Można też zwrócić się do Ministerstwa Gospodarki. Z reguły tak pozyskanie pieniędzy wystarczą na opłacenie świadczeń związanych z wyjazdem i udziałem w zagranicznych misjach i targach.

Kolejnym etapem jest rozpoznanie nowego rynku, konkurencji działającej na nim, cen, jakie oferuje, czy zapotrzebowania na dany towar lub usługę.

Trzeba też poznać panujące na nim regulacje czy systemy zezwoleń i licencji, miejscowy system podatkowy i bankowy. Na przykład dla Zjednoczonych Emiratów Arabskich charakterystyczna jest bankowość islamska, ope-

racje prowadzone są zgodnie z zasadami prawa muzułmańskiego – informuje Artur Kazienko, prezes zarządu i właściciel firmy Kazar Footwear.

Taką analizę można zrobić samemu lub zlecić wyspecjalizowanym konsultantom. Służą temu też wizyty w wybranym kraju. Jak uważa Antoni Mielniczuk, prezes Polsko-Saudyjskiej Izby Gospodarczej, nie wystarczy wyjechać do niego tylko raz. Takich wizyt powinno być kilka, tylko wówczas można dobrze rozpoznać się w lokalnym rynku, panujących zwyczajach, poznać potencjalnych kontrahentów. Potem przychodzi czas na dostosowanie produktu do wymagań lokalnego rynku, pod względem wzornictwa czy smaku, oraz na opracowanie dokładnej strategii debiutu. Bo na każdy rynek wchodzi się inaczej. W krajach Bliskiego Wschodu czy w Rosji na pewno lepiej zrobić to za pośrednictwem lokalnego partnera. Pośrednikom na miejscu jest znacznie łatwiej utrzymać relacje, również z urzędnikami. Ich pomoc jest dla obcokrajowców niezastąpiona. Takie rozwiązanie ma jednak

swoje minusy. Zysk dla eksportera jest mniejszy, bo musi podzielić się marżą z partnerem biznesowym.

Inna możliwość to eksport bezpośredni, czyli poprzez własną sieć dystrybucji, co wymaga nakładów na logistykę lub poprzez uruchomienie własnego biura. Jeśli chodzi o rozpoczęcie działalności gospodarczej to, tak jak i przy pobycie, od czasu wejścia naszego kraju do UE przedsiębiorcy nie muszą już składać wniosków w tej sprawie.

W Hiszpanii na przykład w przypadku biznesu prowadzonego na własny rachunek należy tylko uzyskać numer identyfikacji cudzoziemca NIE (Número de identificación de extranjeru) oraz dokonać zgłoszenia do podatku od działalności gospodarczej (Impuesto IAE). Należy też zarejestrować się w urzędzie ubezpieczeń społecznych oraz wybrać podstawę obliczania składek.

Można też podjąć produkcję na zamówienie zagranicznych firm lub znaleźć franczyzobiorcę. Temu ostatniemu udostępniamy know-how i dostarczamy towar, za co otrzymujemy wynagrodzenie.

Przed podpisaniem umowy warto jeszcze sprawdzić kontrahenta. Hiszpanie i Włosi uchodzą za najgorszych płatników w Europie. Średni termin płatności w Hiszpanii wynosi od 60 do 120 dni. Do tego system hiszpański zakłada ochronę dłużnika, a nie wierzyciela, w związku z czym postępowania sądowe w tym kraju toczą się wolno. Weryfikacji kontrahenta można dokonać po pierwsze samodzielnie, żądając od niego zaświadczenia o tym, czy nie zalega z płatnościami podatku i składek na ubezpieczenie lub przeprowadzając wywiad środowiskowy wśród dotychczasowych jego współpracowników. Opinie o sprawdzanym podmiocie można też zasięgnąć w stowarzyszeniach branżowych czy izbach handlowych, a nawet w internecie. Po drugie, można to zrobić za pośrednictwem wywiadowi gospodarczej.

W raporcie znajdują się informacje, które przede wszystkim stanowią źródło bezstronnej oceny stabilności i kondycji finansowej danej firmy. Pełny raport handlowy zawiera m.in. dane finansowe i rejestrowe, ocenę płatności, maksymalny

limit kredytu kupieckiego, informacje dotyczące powiązań osobowych przedsiębiorstw, ale także informacje negatywne, jak te o niewypłacalności czy doświadczeniach firmy w zakresie windykacji – wyjaśnia Grzegorz Sielewicz, główny ekonomista Co-face w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

Jak informuje Tomasz Starzyk z Bisnode Polska cena raportu zależy od tego, skąd pochodzi kontrahent.

Jeśli zamawiamy pojedynczy raport na temat przyszłego partnera z Niemiec, Czech, Francji czy Wielkiej Brytanii, to zapłacimy za niego 310 zł. W przypadku Białorusi, Ukrainy, Rosji i krajów nadbałtyckich cena ta rośnie do 360 zł, a w przypadku odległych rynków, jak USA, Chiny, Kanada Meksyk czy USA – już do 520 zł – wylicza.

Specjaliści podkreślają jednak, że sprawdzenie kontrahenta tylko raz, czyli przed podpisaniem umowy, to za mało. Zalecają bardzo skrupulatne kontrolowanie współpracy na każdym etapie. Oznacza to również stały nadzór nad wysyłką towaru.

Dla nowej firmy inna forma opodatkowania

Jeżeli w ciągu roku przedsiębiorca zlikwiduje działalność opodatkowaną według PIT, a następnie rozpocznie prowadzenie innej, to może wybrać dla niej rozliczenia ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych

Krzysztof Tomaszewski

krzysztof.tomaszewski@infor.pl

Korzystanie z możliwości wyboru formy opodatkowania przy prowadzeniu niewielkich firm sprawia niekiedy przedsiębiorcom kłopoty. Szczególnie dotyczy to sytuacji, w których dochodzi do zmiany prowadzonej działalności w trakcie danego roku.

Związane z tym wątpliwości zostały wyjaśnione w urzędowej interpretacji indywidualnej dyrektora Izby Skarbowej w Katowicach z 2 września 2015 r., sygn. IBPB-1-1/4511-263/15/WRz. Chodziło o następującą sytuację: przedsiębiorca prowadził działalność gospodarczą opodatkowaną na tzw. zasadach ogólnych przewidzianych w ustawie o podatku dochodowym od osób fizycznych (PIT). Jednak działalność ta już od kilku lat nie przynosiła mu dochodu. W związku z tym przedsiębiorca postanowił

zlikwidować, o czym zawiadomił odpowiednie urzędy. Nie chciał mieć jednak przerwy w świadczeniach zdrowotnych i od razu zarejestrował firmę handlową. Tym razem jako formę opodatkowania wybrał ryczałt od przychodów ewidencjonowanych. Przedmiotem tej nowej działalności gospodarczej jest sprzedaż artykułów gospodarstwa domowego. Działalność ta nie ma nic wspólnego z poprzednią. Jest prowadzona m.in. pod innym adresem.

Jednak przedsiębiorca miał wątpliwości, czy przysługiwał mu wybór nowej formy opodatkowania w trakcie trwania roku kalendarzowego. Zwrócił się więc o wydanie urzędowej interpretacji podatkowej. W złożonym wniosku wyraził pogląd, że uruchamiając nową firmę w ciągu roku miał prawo wyboru uproszczonej formy opodatkowania, czyli ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych. Dyrektor Izby Skarbowej w Katowicach we wspomnianej na wstępie interpretacji przyznał przedsiębiorcy rację. W urzędowych wyjaśnieniach podkreślono m.in., że w trakcie roku podatkowego wybór sposobu opodatkowania jest możliwy tylko w przypadku rozpoczęcia prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej. W innych przypadkach oświadczenie o wyborze formy opodatkowania należy złożyć do 20 stycznia roku podatkowego.

Jeżeli zatem w ciągu roku podatnik w sposób trwały zlikwidował działalność gospodarczą, zawiadomił o tym naczelnika urzędu skarbowego, dokonał wykreślenia z ewidencji działalności gospodarczej, a następnie – w tym samym roku podatkowym – ponownie rozpoczął prowadzenie działalności, to nie ma przeszkód, aby wybrał również formę opodatkowania.

Co do zasady, skoro przedsiębiorca zawiadomił wcześniej organ podatkowy o likwidacji prowadzonej działalności gospodarczej (ze wszelkimi konsekwencjami wynikającymi z przepisów prawnych), to gdy rozpocznie on ponownie działalność, nie ma podstaw, aby odmówić mu statusu podatnika rozpoczynającego na nowo prowadzenie działalności gospodarczej w trakcie roku podatkowego.

W konkretnej sprawie, której dotyczyła interpretacja, przedsiębiorca zlikwidował trwale i skutecznie uprzednio prowadzoną działalność gospodarczą i wykreślił ją z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), ze wszelkimi konsekwencjami wynikającymi z przepisów prawnych. Następnie zaś rozpoczął prowadzenie działalności gospodarczej w innym zakresie. Zatem mógł on dokonać wyboru ryczałtu od przychodów ewidencjonowanych jako formy opodatkowania nowo rozpoczętej działalności gospodarczej.

Karty Visa dla firm – bezpieczeństwo firmowych pieniędzy.

Płacenie kartą jest bezpieczniejsze niż płacenie gotówką. Jeśli zgubimy gotówkę, tracimy ją bezpowrotnie. Jeśli zgubimy kartę, wystarczy, że zastrzeżemy ją w banku, który ją wydał – od tego momentu za wszelkie ewentualne transakcje nieuprawnione dokonane tą kartą odpowiada bank, nie my.

Nawet gdybyśmy nie zdążyli zastrzec karty, zanim ktoś nieuprawniony jej użyje, nasza odpowiedzialność za standardowe transakcje dokonane kartą jest ustawowo ograniczona do równowartości 150 euro (około 600 złotych), a dla transakcji zbliżeniowych ta kwota jest jeszcze niższa i wynosi równowartość 50 euro (około 200 złotych).

Ponadto:

- Banki oferują dodatkowe ubezpieczenia ograniczające naszą odpowiedzialność za transakcje nieuprawnione dokonane nawet na kilkadziesiąt godzin przed zastrzeżeniem karty.
- Banki na bieżąco monitorują to, jak korzystamy z karty, wychytując transakcje nietypowe.



- W większości banków sami możemy ustalać i zmieniać takie limity – zarówno dla naszych kart, jak i kart naszych pracowników, niezależnie od rodzaju karty – jak limit płatności w sklepach, limit wypłat gotówki z bankomatu czy limit płatności internetowych.
- Płatności kartą w Internecie są dodatkowo chronione, np. jednorazowymi kodami SMS w ramach systemu Verified by Visa.
- Płatności zbliżeniowe Visa na kwoty powyżej 50 złotych wymagają potwierdzenia kodem PIN – a na kwoty poniżej 50 złotych też nie da się płacić bez końca (po przekroczeniu limitu ustalonego przez bank dla takich płatności też będzie wymagane potwierdzenie kodem PIN).

Więcej informacji na visa.pl

VISA zawsze, wszędzie

MSP ryzykuje własne pieniądze

Prawie 60 proc. polskich firm nie ma przygotowanego scenariusza na wypadek wystąpienia opóźnień w płatnościach ze strony kontrahentów – wynika z badania „Audyt windykacyjny” przeprowadzonego na zlecenie Kaczmarcki Inkasso przez Keralla Research



KORNELIA HENDŻAK

Kaczmarcki Inkasso sp. z o.o.

Jak pokazują wyniki raportu, zaledwie 39,5 proc. przedsiębiorstw ma przygotowany scenariusz postępowania w sytuacji, gdy współpracująca z nimi firma im nie zapłaci. Pozostali o tym, co zrobią z nieplacącym kontrahentem, decydują dopiero w momencie, gdy ten stanie się ich dłużnikiem.

Lekkie podejście do problemu terminowych płatności przez firmy wynika w dużej mierze z tego, że wielu przedsiębiorców traci czujność już w momencie podpisywania kontraktu. Są zadowoleni, że przynieśli do firmy nowe zlecenie i nie chcą nawet brać pod rozwagę scenariusza, że coś mogłoby pójść nie tak. Te wyniki można zderzyć z badaniami prowadzonymi przez Rzetelną Firmę, z których wynika, że aż 34 proc. właścicieli

firm do prowadzenia własnego biznesu w znaczącym stopniu zniechęca stres o to, czy uda im się zdobyć nowe zlecenie. Może właśnie dlatego firmy są gotowe nawiązać współpracę z tymi, w których uczciwość nie tylko wątpliwa, ale mają nawet tego potwierdzenie. Jednak przedkładając potencjalny zysk nad własne bezpieczeństwo finansowe i nie mając dojrzałych procedur współpracy z innymi firmami, narażają na problemy nie tylko swoje przedsiębiorstwo, ale także pozostałych kontrahentów, na płatności dla których może zabraknąć pieniędzy.

Windykacja w kaptiach

To, czy pieniądze pojawiają się na koncie, w firmach z MSP sprawdzane jest najczęściej poprzez samodzielne wejście na konto przez prawie 52 proc. właścicieli firm lub osób do tego przeznaczonych. Zdecydowana większość z nich robi to codziennie. Zaledwie 42 proc. z nich ma księgowy program monitorujący płat-

ności. Biorąc pod uwagę, że w 62,8 proc. firm cała księgowość jest prowadzona wewnątrz firmy, można wywnioskować, że aż w tak szerokiej grupie przedsiębiorstw kompetencje związane z księgowością, zarządzaniem, a co za tym idzie egzekwowaniem długów, pozostają w gestii właściciela firmy.

Jednak odzyskiwanie długów jest czasochłonnym zajęciem. Niektórzy dłużnicy spłacą swoje zobowiązania już po pierwszym telefonie, inni będą na wszelkie sposoby unikać kontaktu z wierzycielem. Działając bez gotowego scenariusza, można narażać się nie tylko na dodatkowe koszty, ale też na stratę czasu.

Przemysłowa strategia odzyskiwania należności powinna składać się nie tylko z uszeregowanych działań w momencie, gdy pojawiają się już problemy, ale także obejmować prewencję jeszcze przed zawarciem kontraktu. Niestety, aż 44 proc. firm nie sprawdza swoich kontrahentów przed rozpoczę-

ciem z nim współpracy. Z kolei co trzecia sprawdza tylko tych nowych partnerów. Jeżeli ponawia kontrakt z partnerem, z którym kiedyś już współpracowała, nie zwraca sobie głowy zdobyciem informacji na temat aktualnej kondycji finansowej kontrahenta. Poszukując informacji o partnerach biznesowych, firmy najczęściej rozpytują innych uczestników rynku lub sprawdzają informacje dostępne w internecie.

Zaledwie co czwarta firma, która sprawdza swoich kontrahentów, korzysta z zasobów biur informacji gospodarczej, takich jak Krajowy Rejestr Długów. Szkoda, że wciąż pozostaje tak wysoki odsetek firm, które mając szeroki wachlarz informacji zawarty w tych bazach, każdego dnia narażają swoje kontrakty na ryzyko, nie sprawdzając informacji o tym, jak płacą innym ich kontrahenci.

Bezczynne oczekiwanie

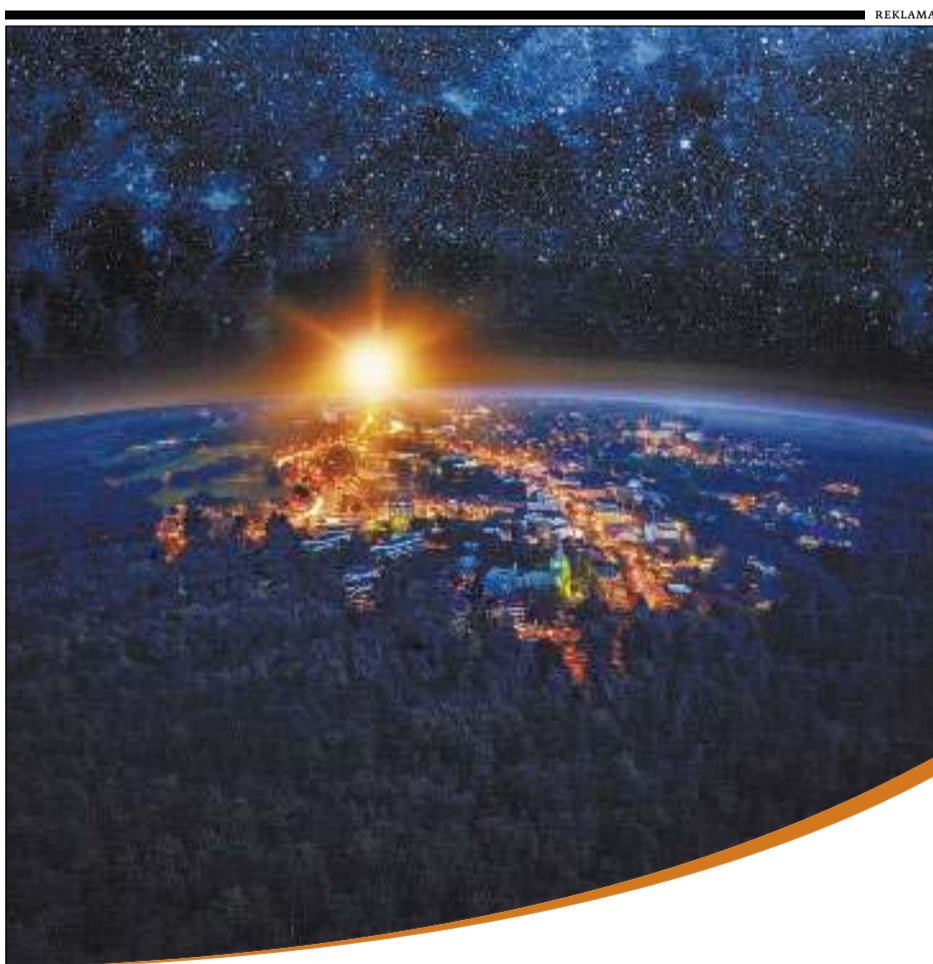
Wśród polskich firm najczęściej jest monitorowanie spłaty

po siedmiu dniach lub miesiącu od terminu płatności. Po tygodniu od daty widniejącej na fakturze kontaktuje się z kontrahentem 34,8 proc. badanych. Miesiąc po terminie o swoje pieniądze upomina się 24,4 proc. ankietowanych przedsiębiorców. Jest to moment, kiedy firmy wykonują pierwsze działania mające na celu zmotywowanie kontrahenta do zapłaty – dzwonią do niego lub wysyłają e-maila z przypomnieniem o terminie zapłaty. Jakikolwiek działania motywujące do regulowania płatności i przypominające o tym obowiązku wykonuje 84,7 proc. ankietowanych przedsiębiorców. Wciąż jednak ponad 15 proc. nie robi nic, czekając aż kontrahent sam zapłaci.

W momencie, gdy działania przypominające o długu okazują się nieskuteczne, zdecydowana większość przedsiębiorców samodzielnie wysłała dłużnikowi wezwania do zapłaty. 26 proc. z nich decyduje się na oddanie długu

w obsłudze kancelarii prawnej, a co czwarta firma rozpoczyna działania sądowe. Jak jednak pokazują doświadczenia kancelarii prawnej Via Lex, firmy, które chcą na drodze sądowej odzyskać swoje należności, nie są często w stanie udowodnić ich zasadności. Problemy sięgają bowiem etapu podpisywania umowy, którą wielu właścicieli firm traktuje nie jako zabezpieczenie własnych pieniędzy, a niepotrzebną biurokracją. To błąd, który może kosztować spore pieniądze.

Choć ankietowani przedsiębiorcy podkreślali, że wyciągają w stosunku do dłużników zapowiadane konsekwencje, wciąż 41 proc. tego nie robi. Dodatkowo wielu biznesmenów nie jest w stanie jednoznacznie stwierdzić, czy chciałoby podjąć współpracę z kontrahentem, o którym wiedzą, że jest dłużnikiem. Perspektywa potencjalnego zarobku wciąż jest zbyt silna niż potrzeba zabezpieczenia własnej firmy.



REKLAMA

dziękujemy za dziś, do zobaczenia jutro

Jesteśmy w milionach domów i tysiącach małych, dużych i średnich firm. To dzięki Wam staliśmy się liderem rynku energetycznego w Polsce. Jesteśmy z tego dumni. Dziękujemy.

PGNiG Obrót Detaliczny
Twój bezpieczny i wiarygodny
sprzedawca energii

www.oferta.pgnig.pl

PGNiG
OBRÓT DETALICZNY

REKLAMA

DLA FIRM

JUMP! PROFIRMA – ROZMAWIJ BEZ LIMITU W CAŁEJ UE

Prowadź swój biznes bez ograniczeń z dowolnego miejsca w UE. Jedynie dzięki Jump! proFirma XXL zyskujesz:

- rozmowy bez limitu w całej UE
- 4 GB Internetu w UE i 20 GB w Polsce

Wybierz wyjątkowy smartfon Sony Xperia™ Z5 lub Sony Xperia™ Z5 Compact z błyskawicznym autofokusem oraz technologią zdjęć w słabym świetle.

Sony Xperia™ Z5
Sony Xperia™ Z5 Compact

www.t-mobile.pl/dlafirm

LIFE IS FOR SHARING.

Nielimitowany roaming wychodzący z UE obejmuje wychodzące połączenia głosowe w UE przez 14 dni w każdym Cyklu Rozliczeniowym oraz SMS-y wychodzące w UE i dotyczy taryfy Jump! proFirma XXL z opłatą miesięczną 269,99 zł netto.