

Ruszyła turystyka i gastronomia, ale na kredyt u dostawców żywności – warto go zabezpieczyć właśnie teraz

Odbicie w turystyce i gastronomii jest faktem – może nie wszystkich dotyczy stwierdzenie o najlepszym sezonie letnim od lat, ale zamówienia, także eksportowe, ruszyły. Rzeka gotówki od klientów nie zawsze jednak trafia do dostawców. Problemy producentów żywności, przetwórców art. spożywczych i hurtowników mają wiele przyczyn – ale akurat tej związanej z niewywiązywaniem się odbiorców z regulowania faktur można zapobiec.

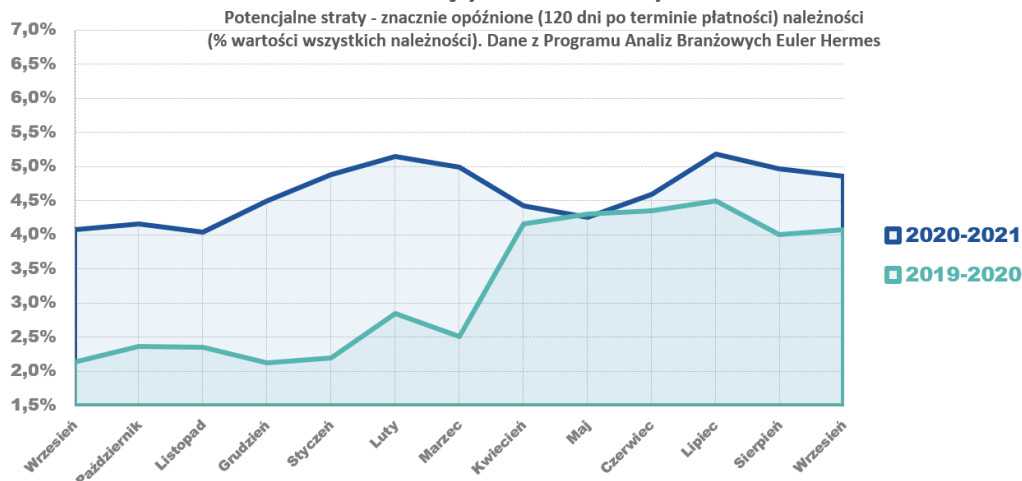
Niektórych przedsiębiorców z sektora usług HoReCa czy handlu doganiają problemy – długi z ostatnich kwartałów, gdy trzeba było utrzymać obiekty ponosząc koszty stałe bez wpływów, dostając potem minimalne, symboliczne wręcz wsparcie. Część niepłacących świadomie chce wykorzystać nadpodaż na rynku rolnym (a zwłaszcza w sektorze mięsny) i powszechne parcie na sprzedaż, aby szybko zatowarować się kosztem dostawców i obracając tym kapitałem niekoniecznie spłacić zobowiązania, ale skorzystać na odbiciu i z „czystym” kontem rozpocząć nowy biznes.

Rok temu był problem ze sprzedażą, teraz jest problem po sprzedaży – restauratorzy i właściciele pensjonatów czy hoteli uchylają się od płacenia gotówką czy chociaż od zaliczek, przekonują do udzielania im kredytu groźbą łatwego znalezienia innych dostawców. I rzeczywiście to robią, zaopatrują się gdzie indziej gdy tylko zalegają już na większe kwoty i coraz wyraźniej domagamy się swoich pieniędzy. Rynek jest zepsuty – rzeczywiście duża część gastronomii i turystyki była zamknięta, pomoc dla nich była symboliczna lub żadna, ale obecnie, od wiosny odbili się już na tyle, że mogliby płacić na bieżąco. Ale nie chcą – wolą odrabiać straty, gromadzić środki czy na przetrzymanie kolejnych obostrzeń, czy żeby zając miejsce tych, którzy nie dotrwali. Tylko dlaczego naszym kosztem? Żałuję, że nie zabezpieczyliśmy naszych faktur wcześniej, zbyt optymistycznie potraktowaliśmy zapowiedzi o końcu kryzysu wraz z nadejściem szczepień i lata. Na szczęście sporą część sprzedaży z wakacji, nawet jeszcze sprzed zastosowania polisy da się ubezpieczyć i uratować – mówi pragnący zachować anonimowość właściciel jednego z rodzinnych zakładów mięsnych z Podlasia.

Czy skala problemów jest powszechna – i w związku z tym nie do uniknięcia?

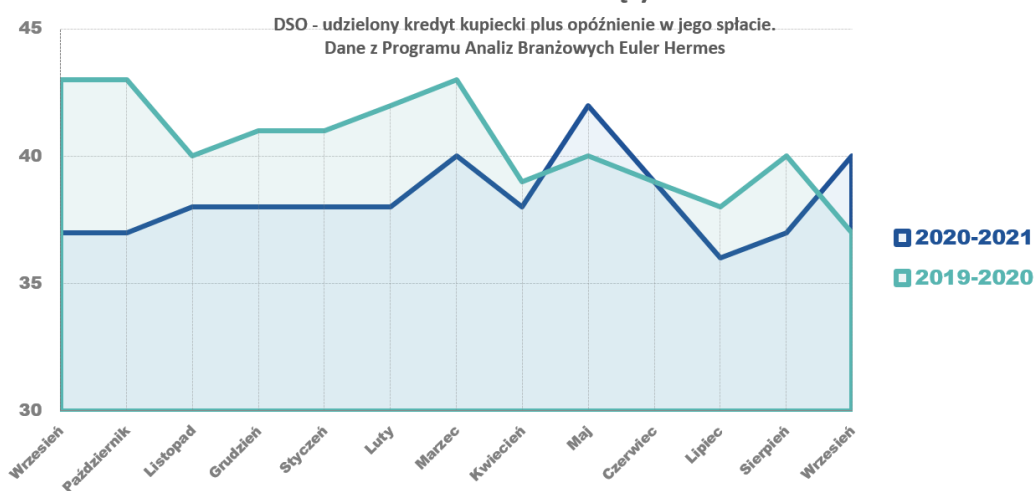
Wyniki splotu należności sektora spożywczego pomimo otwarcia gospodarki od wiosny nie były lepsze niż w kryzysowym, 2021 roku! Średnia wartość trudnych długów (płatności przeterminowane ponad 120 dni po terminie) w sektorze spożywczym waha się w granicach 4,5-5%. To dużo, w końcu żywność to dobra „szybkoszbywalne” – dostarczone towary są już po miesiącu-dwóch sprzedane a środki wykorzystane (np. przeznaczone na zadatki u kolejnych dostawców), więc nie ma co liczyć na spłatę należności nieuregulowanych dłużej niż standardowy, raczej krótki okres.

Trudne długi (de facto - straty) w br. spożywczej obecnie i za minione 12 miesięcy - % wartości wszystkich należności



Sektor mięsny nauczone przedłużającymi się problemami gastronomii i hotelarstwa dosyć skutecznie monitorował terminowość sprzedaży. Potwierdzają to wyniki szybkości spływu pieniędzy z rynku w miesiącach wakacyjnych – pomimo otwarcia HoReCa i większych dostaw terminy regulowania zobowiązań za nie były średnio krótsze niż przed rokiem. Wrzesień jednak sugeruje, iż nie jest to trwały trend, opóźnienia w regulowaniu należności znowu zaczęły rosnąć

Realny okres spływu należności (dni) w branży mięsnej obecnie i za minione 12 miesięcy



Brakowi zapłaty można jednak zapobiegać – sprawdzając kontrahentów na bieżąco, monitorując płatności, zbierając zabezpieczenia od odbiorców, stosując płatność gotówkową

gdzie się da.... Lub zapobiec trwale, stosując najbardziej kompleksowe i jednocześnie najprostsze rozwiązanie, jakim jest polisa ubezpieczenia swoich transakcji.

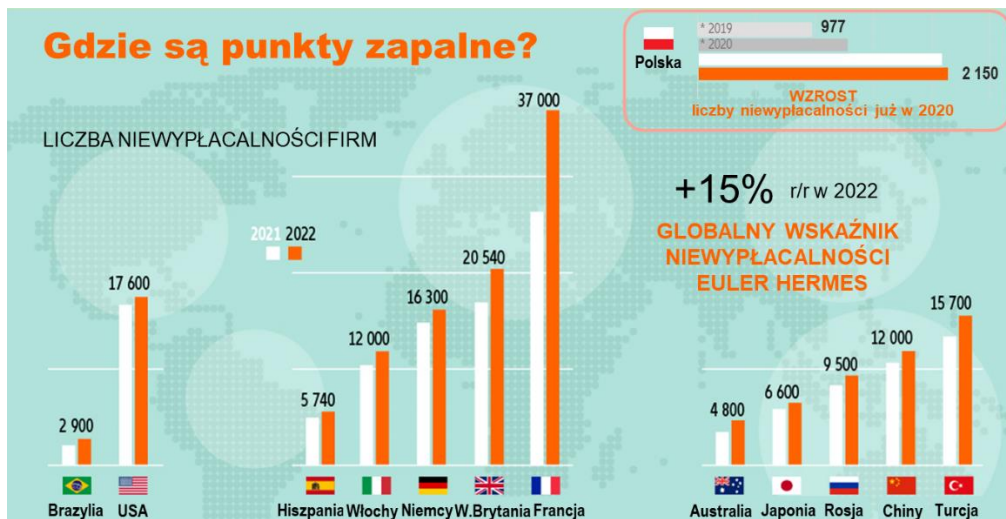
Sprzedaży nie wstrzymamy ani nie cofniemy – jak konkretnie można ją zabezpieczyć?

Spory popyt na żywność, a zwłaszcza mięso i wędliny w minionych kwartałach oznaczał wzrost obrotów, a więc i sald zaangażowanych kapitałów własnych ich producentów, które warto chronić. Ubezpieczenie należności to nic innego jak zabezpieczenie faktur wystawionych naszym odbiorcom i klientom, rekompensując brak zapłaty za nie tylko w wyniku zdarzeń prawnych (jak restrukturyzacja czy upadłość), ale także bez nich – po prostu w sytuacji przewlekłej zwłoki.

Ubezpieczenie jest prostsze i mniej angażujące (nie wspominając o efektywności – całkowitym przeniesieniu ryzyka) niż np. samodzielne monitorowanie kondycji odbiorców. Dopiero bowiem od naprawę dużych kwot ubezpieczyciel oczekuje podawania szczegółowych danych odbiorców, do których sprzedaż zabezpiecza. W większości transakcji ubezpieczający sami podejmują decyzje o sprzedaży, a ubezpieczyciel dowiaduje się o tym dopiero w przypadku wystąpienia ewentualnych problemów z odzyskaniem płatności. Nawet wtedy nie jest to wtedy jednak problem, ale pora na uruchomienie szybkiej procedury wypłaty odszkodowania – to na tym polu dokonał się w ostatnich latach duży postęp i w przypadku Euler Hermes większość wniosków zatwierdzana jest w uproszczonej formule, nawet w ciągu dwóch dni (zakładając spełnienie podstawowych formalności).

Wyprodukowaliśmy, popyt znowu jest – czy naprawdę jest się czym martwić?

Sprzedaż żywności ruszyła nie tylko w kraju, ale i na eksport (nieźle wyniki notują np. eksporterzy do Wlk. Brytanii). Nie wszyscy przy tym płacą za nią źle – gdyby tak było skala odbicia byłaby mniejsza. Istniejące opóźnienia mogą jednak wpłynąć na rentowność sprzedaży, podnosząc koszt jej finansowania przy i tak już związanym z nią dużym zaangażowaniem środków własnych. Przy czym prawdziwy test kondycji rynków zagranicznych jest dopiero przed nami – o ile w Polsce fala przetasowań, niewypłacalności ruszyła kilka kwartałów temu w efekcie zmian w prawie restrukturyzacyjnym, to na Zachodzie pomoc publiczna utrzymała sztucznie wiele firm na rynku a prawdziwe „sprawdzam” nastąpi dopiero po jej rychłym zakończeniu.



Wg. badań ekonomicznych Euler Hermes w 2022 r. wraz z wycofywaniem pomocy publicznej globalna liczba niewypłacalności wzrośnie o +15%, i niestety – dosyć szybkie wzrosty niewypłacalności będą miały miejsce na rynkach zachodnioeuropejskich oraz w Europie Środkowej, głównych rynkach eksportu polskiej żywności.

Nie na wszystkie zdarzenia losowe możemy się przygotować, ale możemy zabezpieczyć się na wypadek problemów naszego odbiorcy, i to nie tylko na przyszłość – jak na razie gastronomia jak i handel działają bez przeszkód wciąż generując niezłe obroty, ale nie są na straconej pozycji i Ci chcący zapobiegliwie zabezpieczyć swoje spore należności z sezonu letniego. Można to jeszcze zrobić, ubezpieczyć nie tylko należności generowane w czasie nieprzewidywalnego sezonu jesiennego, ale także te powstałe do trzech miesięcy wstecz. To dobre rozwiązanie zamiast czekania, kto z klientów po sezonie oraz w sytuacji potencjalnych jesiennych utrudnień w gospodarce wyjdzie na swoje i spłaci zobowiązania, a kto nie. Także dla tych, którzy nie mogą pozwolić sobie na notoryczne oczekiwanie na własne pieniądze, sami będąc przez to zagrożone niewypłacalnością.

Jak w praktyce wygląda zabezpieczenie faktur i czy mnie na to stać?

Składka za ubezpieczenie sprzedaży zależy przede wszystkim od sposobu, w jaki sprzedajemy i wynikającego z tego ryzyka – mierzonego p.w. poprzez ilość odbiorców i długość udzielanego im kredytu kupieckiego. W ofercie Euler Hermes dla przeciętnej firmy MSP o obrotach do kilku milionów złotych jest to dzienny koszt odpowiadający cenie obiadu, a miesięcznie cenie wywozu nieczystości czy mediów w pomieszczeniach biurowych, mniej np. niż koszt leasingu samochodu. Cennikowo bowiem najtańsza opcja to koszt 830 zł miesięcznie dla rocznej polisy, warto jednak wystąpić do towarzystwa ubezpieczeniowego o ofertę konkretnie dla swojej firmy.

*Firma Euler Hermes przygotowała specjalną ofertę, po wpisaniu kodu promocyjnego **EH-RABAT20** na formularzu kontaktowym na stronie ubezpieczyciela www.eulerhermes.pl otrzymujecie Państwo **rabat -20% na Ubezpieczenie Należności dla Państwa firmy.***