



Tom 28/2018, ss. 165-182
ISSN 1644-888X
e-ISSN 2449-7975
DOI: 10.19251/ne/2018.28(12)
www.ne.pwspzlock.pl

Jacek Grzywacz

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Płocku

Danuta Cieplińska

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

KREDYT KUPIECKI W SKUTECZNYM ZARZĄDZANIU NALEŻNOŚCIAMI PRZEDSIĘBIORSTWA

TRADE CREDIT IN EFFECTIVE RECEIVABLES MANAGEMENT

Streszczenie

kreowanie efektywnej polityki handlowej jest jednym z trudniejszych wyzwań dla przedsiębiorstwa. Wielu odbiorców wymaga od dostawcy udzielenia kredytu kupieckiego, który przy silnej konkurencji może okazać się wręcz koniecznością. Należy jednak pamiętać, że kredyt kupiecki może stwarzać problem utrzymania płynności finansowej na bezpiecznym poziomie. Ważne jest zatem, aby firma opracowała taką politykę handlową, która będzie oferowała odroczone termin płatności dla odbiorców przy jednoczesnym uwzględnieniu płynności finansowej samego przedsiębiorstwa. Celem opra-

Summary

One of the most difficult challenges for a company is creating effective trade policy. Clients may require a trade credit. It may be a necessity on the competitive market. However, it should be remembered that the trade credit may create a problem of maintaining financial liquidity at a safe level. Therefore, it is important for the company to develop a trade policy. That will offer a deferred payment date for recipients while taking into account the financial liquidity of the company itself. The aim of the study is to assess the importance of trade credit in stimulating the financial liquidity of

cowania jest ocena znaczenia kredytu kupieckiego w stymulowaniu płynności finansowej przedsiębiorstwa, poprzez kreowanie i konsekwentne stosowanie rozwiązań służących efektywnemu zarządzaniu należnościami. Wskazano tu m.in. na zasady racjonalnej polityki handlowej, umożliwiającej utrzymywanie stabilnej współpracy z kontrahentami, przy jednoczesnym zachowaniu bezpiecznego poziomu płynności finansowej.

Słowa kluczowe: kredyt kupiecki, należności, płynność finansowa

Wprowadzenie

Nie jest łatwo jednoznacznie zdefiniować pojęcie konkurencyjności. Ma ono bowiem nader szeroki i różnorodny wymiar, z dużym udziałem czynników o charakterze jakościowym. Sprawia to, że interpretacja tej kategorii ekonomicznej charakteryzuje się dosyć subiektywnym podejściem, istotnie rzutującym na fakt pojawiających się stale polemik i kontrowersji wśród osób zajmujących się tym tematem. Nie ulega jednak wątpliwości, że ważnym elementem sprawnej i efektywnej „gry rynkowej” jest umiejętne kształtowanie przez przedsiębiorstwo własnej polityki handlowej w stosunku do partnerów biznesowych, występujących w roli odbiorców towarów, bądź usług. Oczywisty jest również fakt, że wydłużanie terminów oczekiwania na zapłatę jest od lat niezbędnym warunkiem nie tylko stabilnego funkcjonowania firmy (dostawcy), ale także wręcz jej istnienia. Bez trudu zresztą można przytoczyć szereg przykładów z praktyki gospodarczej, potwierdzających konieczność oferowania odbiorcom kredytu kupieckiego. Wiąże się to oczywiście z problemem utrzymywania płynności finansowej na bezpiecznym poziomie w sytuacji, kiedy moment dostarczania przez firmę towaru mija się z terminem wpływu środków pieniężnych od dłużnika. Nierzadko trwa to nawet kilka miesięcy. W takiej sytuacji szczególnego znaczenia nabiera przemyślana, opracowana wcześniej polityka sterowania należnościami, w której główną rolę odgrywa właśnie kredyt kupiecki.

Celem opracowania jest ocena znaczenia kredytu kupieckiego w stymulowaniu płynności finansowej przedsiębiorstwa, poprzez kreowanie i kon-

the company by creating and consistently applying solutions for effective debt management There are indicated here the principles of rational commercial policy allowing a stable cooperation with contractors, while maintaining a safe level of financial liquidity.

Keywords: trade credit, receivables, financial liquidity

sekwentne stosowanie rozwiązań służących efektywnemu zarządzaniu należnościami. Wskazano tu m.in. na zasady racjonalnej polityki handlowej, umożliwiającej utrzymywanie stabilnej współpracy z kontrahentami, przy jednoczesnym zachowaniu bezpiecznego poziomu płynności finansowej.

Problem ten jest często poruszany w literaturze, jednak nadal obserwuje się wiele przypadków beztroskiego zachęcania przez firmy swoich odbiorców (również potencjalnych) do nawiązywania współpracy handlowej, z automatyczną propozycją, odroczonego terminu regulowania zobowiązań finansowych, z ich strony. Zdecydowanie, w większym stopniu problem ten dotyka mniejsze przedsiębiorstwa, które niestety dosyć rzadko dysponują umiejętnością oceny ryzyka rynkowego oraz właściwego doboru kontrahentów.

1. Konieczność umiejętnego sterowania należnościami

Zgodnie z interpretacją rachunkową należność jest, zagwarantowanym umową, świadczeniem dłużnika na rzecz wierzyciela, w określonym terminie oraz w określonej kwocie. Jak podaje [Bień, 2011, s.222] należności firmy są głównie rezultatem sprzedaży produktów i towarów, jeśli zapłata dokonywana jest przez odbiorców w okresie późniejszym niż data odbioru świadczenia i dostarczenia rachunku klientowi.

Można jednoznacznie przyjąć, że zarządzanie należnościami ma fundamentalne wręcz znaczenie w każdym przypadku prowadzenia działalności gospodarczej. Nie jest, przy tym łatwo, oszacować w sposób wiarygodny ich wartość w gospodarce polskiej, można jednak z powodzeniem przyjąć, że kwoty te sięgają setek miliardów zł. Potwierdza to chociażby fakt, że zobowiązania polskich przedsiębiorstw, z tytułu kredytów handlowych (kupieckich) stanowią często ok. 40% wartości wszystkich kapitałów w firmie. Szczegółowa analiza należności jest zatem nieodzowna w podejmowaniu racjonalnych decyzji, służących funkcjonowaniu jednostki, zaś ich kontrola w istotnym stopniu pozwala uniknąć zatorów płatniczych, co z kolei przekłada się bezpośrednio na poprawę płynności finansowej.

W rachunkowości, należności utożsamiane są z kategorią pieniądza i uznaje się je za składnik aktywów obrotowych. W przedsiębiorstwach jednak, należności definiowane są jako efekt odroczenia terminu zapłaty za sprzedane dobra bądź świadczone usługi [Wszelaki, 2012]. Zarządzanie nimi koncentruje się zaś na podejmowaniu decyzji dotyczących poziomu kapitału zamrożonego w należnościach, powstałych wskutek sprzedaży towarów.

Odroczony termin płatności oznacza bezpośrednio, że dostawca udziela odbiorcy kredytu handlowego, nazywanego najczęściej kredytem kupieckim. Same zasady kredytowania kontrahentów powinny natomiast korzystnie wpływać na :

- płynność finansową,
- wzrost sprzedaży,
- ograniczanie ryzyka niewypłacalności kontrahentów,
- zmniejszanie poziomu należności,
- redukcję kosztów związanych z finansowaniem bieżącej działalności.

Wymaga to aktywnego monitorowania należności, aby w miarę możliwości minimalizować prawdopodobieństwo pojawiania się przeterminowanych płatności ze strony dłużnika. Ważny jest też skuteczny nadzór nad ich spłatą. Nie wymaga przy tym uzasadnienia fakt, że w przypadku posiadania przez firmy środków zamrożonych w wierzytelnościach, często należy wspomagać się finansowaniem zewnętrznym, np. kredytem w rachunku bieżącym, czy też rzadziej faktoringiem. Oznacza to konieczność ponoszenia dodatkowych kosztów.

Często obserwuje się przypadki, kiedy należności rosną znacznie szybciej niż sprzedaż, co z kolei oznacza przyrost zakresu kredytowania odbiorców. Taka polityka może wynikać z zaplanowanego wcześniej działania, służącego maksymalizacji sprzedaży, bądź też wzmocnienia pozycji rynkowej. Tego rodzaju strategia jest często następstwem wdrażania przez firmę liberalnych zasad kredytowania oraz nieefektywnej windykacji posiadanych należności. W konsekwencji grozi to zachwianiem stabilnego poziomu płynności finansowej. Warto przy tym rozważyć potrzebę wykorzystywania mierników służących ocenie poziomu należności, wśród których można chociażby przytoczyć propozycję [Cicirio,2010,s.167]:

- udział należności w aktywach ogółem,
- udział należności w aktywach bieżących,
- rotacja należności,
- cykl należności.

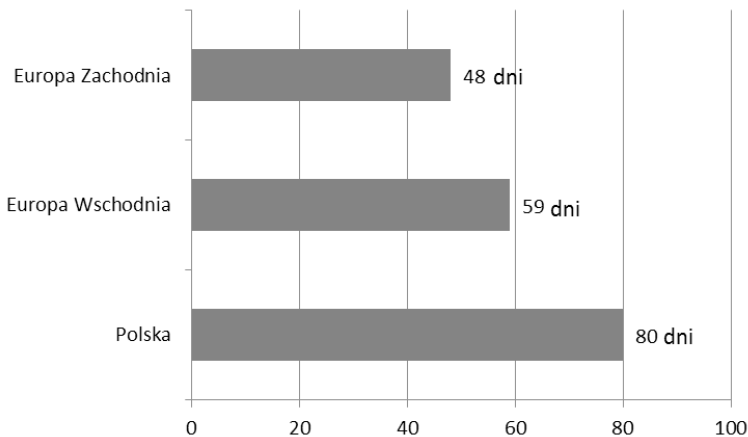
Różny jest w praktyce stopień wykorzystywania tego rodzaju mierników i zależy to w dużym stopniu od wiedzy i przygotowania przedsiębiorców do tego rodzaju analiz. Wydaje się natomiast, że nader przydatnym narzędziem jest wskaźnik rotacji należności. Informuje, on, ile razy w roku jednostka gospodarcza jest w stanie odtworzyć poziom swoich należności. Wskazuje się, że oczekiwana wartość tego miernika powinna zawierać się w przedziale od

7 do 10. Zaleca się przy tym, aby interpretacja tych wielkości uwzględniała specyfikę danej branży i wskaźniki, które są dla niej charakterystyczne.

Warto też analizować i porównywać branże między sobą. Uzyskuje się przez to średni okres spłaty należności przez klientów. W zestawieniu, ze współmierną wielkością z minionego okresu, możliwe jest wskazanie zmian, obejmujących zakres polityki kredytowej. Oczywiście jest, że analiza oparta o wielkości uśrednione ma jedynie ogólny, poglądowy wręcz charakter, jest jednak dobrą podstawą dla dalszych pogłębionych już szacunków. Poza tym, ilustruje ona w pewien sposób sytuację charakteryzującą m.in. kondycję finansową przedsiębiorstw ogółem oraz skalę problemu dotyczącego zatorów płatniczych.

Z analiz przeprowadzonych w 2015 roku przez firmę ubezpieczeniową Atriadus wynika, że aż 57,6% badanych jednostek gospodarczych w Polsce, 51,4% w Europie Zachodniej oraz 60% w Europie Wschodniej, jako najczęstszy powód opóźnień w regulowaniu płatności, wskazało problemy swoich kontrahentów z płynnością finansową.[www3]. Z kolei 56% ankietowanych firm z Polski uznaje bankructwa kooperantów jako nadrzędną przyczynę nieściągalności należności. Za drugi powód uznaje się słabą efektywność w ściąganiu należności [www3]. Warto wreszcie zauważyć, że zgodnie z szacunkami Banku Światowego, przeciętny czas ściągalności środków z nieopłaconych faktur w Polsce wynosi 830 dni [Mielczarek,2015,s.74].

Badania wykazały również, że wskaźnik rotacji należności w Polsce wynosi średnio 80 dni. Jest on istotnie wyższy od średniego poziomu tego indikatora zarówno dla Europy Wschodniej (59 dni), jak i Europy Zachodniej (48 dni). Ilustruje to rysunek 1. Biorąc pod uwagę obecną sytuację gospodarki polskiej oraz tendencje rozwojowe, można przypuszczać, że cykl rotacji utrzyma się w 2018 roku na podobnym poziomie.



Rysunek 1. Średni cykl rotacji należności (2015/2016)

Źródło: opracowanie własne na podstawie [www3]

Z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że w odniesieniu do Polski wysoki wskaźnik, ilustrujący cykl rotacji należności, wiąże się bezpośrednio z dużą ilością przeterminowanych należności, które posiadają przedsiębiorstwa.

Problem należności jest, jak widać, nader istotnym czynnikiem sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa, przynajmniej z kilku powodów:

1. Wpływają na możliwość regulowania na bieżąco przez firmę zobowiązań finansowych.
2. Wielkość należności wpływa na kształtowanie zasad polityki kredytowej wobec odbiorców.
3. Należności oddziałują bezpośrednio na efektywność zarządzania majątkiem obrotowym.

Odnoszone są głównie do relacji pomiędzy płynnymi aktywami i wymagalnymi zobowiązaniami.

Sam fakt posiadania przez przedsiębiorstwo należności wydaje się oczywisty, bowiem sprzedaż za gotówkę występuje w obrocie gospodarczym stosunkowo rzadko. Właściwie zarządzanie tym składnikiem majątku obrotowego można określić jako niezbędny warunek sukcesu rynkowego przedsiębiorstwa, zaś podstawowym wyznacznikiem tego sukcesu jest popyt na wytwarzane produkty, czy też oferowane usługi. Popyt ten może być w pewnym stopniu kształtowany przez samą firmę poprzez: starannie opracowaną

politykę kredytową i powstawanie należności, jakość wyrobów, ich cenę oraz umiejętnie prowadzoną promocję.

Presja konkurencji zmusza zatem przedsiębiorców do oferowania odroczonego terminu płatności, co skutkuje narastaniem stanu należności. Zobowiązuje to firmę w konsekwencji do opracowania określonego sposobu zarządzania i kontrolowania nimi. Wymaga to jednak dużych umiejętności, zwłaszcza w przypadku małych przedsiębiorstw, których nie stać jest często na zatrudnienie wykwalifikowanych w tym zakresie specjalistów. Nie ma przy tym w praktyce uniwersalnych, sprawdzonych i zawsze skutecznych metod sterowania należnościami i określania polityki kredytowej wobec odbiorców. Nadal brakuje również tanich i skutecznych sposobów ściągania należności. Warto zatem wziąć pod uwagę kilka ważnych zasad zarządzania należnościami, które – jak stale potwierdza praktyka – okazują się nieodzowne dla właściwego funkcjonowania firmy.

1. Faktura przekazana odbiorcy nie gwarantuje uregulowania przez niego płatności.

Wskazane jest zatem podpisywanie odrębnych umów, uwzględniających zabezpieczenia spłat należności.

2. Istnieją w praktyce różne, tzw. strategie prowadzonej przez firmę polityki kredytowej.

Warto jednak wziąć pod uwagę, aby przy stosowaniu odroczonej płatności, zamówienie odbiorcy było realizowane partiami, zaś kolejna dostawa była uzależniona od zapłaty za poprzednią.

3. Niezbędne jest w przedsiębiorstwie posiadanie sprawnego systemu ewidencji księgowej rozrachunków z odbiorcami, dla skutecznej kontroli należności. Chodzi przede wszystkim o terminy i kwoty ich zapłaty.

Podsumowując, konieczność zarządzania należnościami w przedsiębiorstwie wiąże się z potrzebą zwiększania obrotów oraz pozyskiwania stałych, solidnych partnerów handlowych, przy jednoczesnym eliminowaniu niewypłacalnych odbiorców. Dlatego, warto wyróżnić kilka elementarnych wręcz działań, które będą temu służyły, a mianowicie:

- określenie warunków udzielania kredytów handlowych, przy uwzględnieniu skali ryzyka, okresów i kryteriów klasyfikowania odbiorców;
- opracowanie zasad służących ocenie opłacalności sprzedaży kredytowej, przy uwzględnieniu oczekiwanego, dodatkowego zysku i kosztów;
- odrębnie ustalenie właściwego okresu kredytowania kontrahentów;

- opracowanie polityki inkasa i nadzoru nad jej przebiegiem;
- określenie zasad stosowania wobec kontrahentów upustów cenowych;
- opracowanie przynajmniej ogólnych zasad windykowania wierzytelności;
- przygotowanie rozwiązań służących pozyskiwaniu źródeł sfinansowania należności, w przypadku udzielania kredytów handlowych.

Powyższe zasady mają dosyć uniwersalny charakter i konsekwentnie stosowane istotnie wpływają na sytuację finansową przedsiębiorstwa oraz jego pozycję na rynku. Każdy jednak przypadek podpisywania kontraktu handlowego powinien być traktowany oddzielnie. Podobnie zresztą, bieżąca współpraca z kontrahentami powinna być analizowana w sposób ciągły. Szczególnie istotna jest konieczność dużej staranności przy podejmowaniu decyzji o odroczonym terminie płatności, opiewających na znaczne kwoty. Bez względu na szacowane przez firmę korzyści finansowe, które się wiążą z daną dostawą, elementarnym wręcz warunkiem takiej decyzji jest wcześniejsze oszacowanie przewidywalnego poziomu płynności finansowej. W przeciwnym razie przyszłe przychody za dostarczony towar nie będą w stanie ochronić firmę przed konsekwencjami załamania się jej zdolności płatniczej.

2. Znaczenie kredytu kupieckiego

Kredyt kupiecki jest integralnie związany z kontraktami handlowymi między przedsiębiorstwami. Oznacza on, że sprzedaż następuje z odroczoną płatnością, firma (dostawca) wyraża zatem zgodę na otrzymanie zapłaty za dostarczony towar (lub wykonaną usługę) po terminie dostawy. Warto zauważyć, że tego rodzaju kredyt często stanowi warunek rozpoczęcia współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami. Dzięki niemu dostawcy towarów i usług aktywizują sprzedaż, zaś odbiorcy uzupełniają lukę kapitałową, regulując tym samym płynność finansową, optymalizując przepływy środków pieniężnych oraz synchronizując obrót płatnościami. Słusznie zauważa się, że ta forma finansowania jest dosyć konkurencyjna, ze względu na niskie koszty. Kredytobiorca może dokonać odsprzedaży towarów lub usług, zanim jeszcze nadejdzie termin płatności na rzecz kredytodawcy. Jeśli zaś zapłaci na krótko po dokonaniu zakupu, może jeszcze dodatkowo liczyć na otrzymanie upustu cenowego (skonta). Analizując znaczenie kredytu handlowego w praktyce gospodarczej, można przyjąć, że charakteryzuje się on istotnymi korzyściami nie tylko zresztą dla dostawcy. Ilustruje to tabela 1.

Tabela 1. Korzyści związane z kredytem handlowym

Dla sprzedającego	Dla kupującego
<ol style="list-style-type: none"> 1. Korzyści finansowe i marketingowe. Udzielając kredytów handlowych, odbiorcy uzyskują ceną prolongatę terminu uregulowania płatności, co przyciąga nowych odbiorców i jednocześnie zachęca dotychczasowych do składania kolejnych zamówień. 2. Prowadząc odpowiednią politykę, oferując szeroką gamę upustów i terminów płatności, przedsiębiorstwo stymuluje zwiększony popyt na swoje towary, bez konieczności znaczącej redukcji ceny dla dotychczasowych klientów. 3. Dzięki dobrej polityce handlowej wobec kontrahentów, firma uzyskuje pełniejszy dostęp do informacji na temat ich kondycji finansowej, ma zatem szansę skuteczniej monitorować należności i wywierać nacisk na ich zwrot. 4. W sytuacji, gdy przedsiębiorstwo oferuje towary o sezonowym charakterze, może zarządzając kredytem handlowym, wcześniej sprzedać towar i obniżyć w ten sposób koszty magazynowania. 5. Naturalnym zabezpieczeniem kredytu handlowego są dobra, które stanowią przedmiot umowy. W przypadku opóźnień w płatnościach dostawca może przyjąć towary i upłynnić je, wykorzystując własną sieć dystrybucji. 6. Możliwość planowania płynności. 7. Lepsza sprzedaż – lepsze wykorzystanie mocy produkcyjnych. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Szansa na racjonalne kształtowanie struktury kapitału. 2. Procedury związane z tą formą finansowania nie są zbyt uciążliwe. 3. Jest to dodatkowy dochód dla kupującego. 4. Brak dodatkowych kosztów odsetkowych jest szczególnie korzystny dla jednostek rozpoczynających działalność, które dysponują zbyt małym kapitałem własnym i często nie mają możliwości skorzystania z kredytu bankowego na korzystnych warunkach. 5. Kredyt kupiecki można traktować jako podstawowe źródło finansowania bieżącej działalności mniejszych przedsiębiorstw.

Źródło: opracowanie własne

Kredyt handlowy jest podstawową alternatywą dla kredytów oferowanych przez banki, pozwala ominąć dosyć sformalizowaną ścieżkę oceny zdolności kredytowej, często również nie wymaga dodatkowych zabezpieczeń. Jest on jednak z reguły limitowany – dostępny tylko do określonej kwoty. Należy również pamiętać, że zbyt wysokie zobowiązania wobec kontrahentów

mogą działać na niekorzyść firmy, jeśli ta zamierza jednocześnie skorzystać z kredytu bankowego. Wpływają one wówczas negatywnie na ocenę zdolności kredytowej podmiotu [www1].

Podstawowe różnice między kredytem kupieckim i bankowym ilustruje tabela 2.

Tabela 2. Kredyt kupiecki a kredyt bankowy

Kryterium	Kredyt kupiecki	Kredyt bankowy
Podstawa prawna	Umowa nie jest regulowana żadnymi specjalnymi przepisami prawnymi	Umowa nazwana, regulowana przed Kodeks cywilny
Znaczenie dla podmiotów udzielających	Metoda realizacji celów przedsiębiorstwa, lecz nie jest to podstawowa działalność	Podstawowa działalność podmiotu
Procedury udzielania kredytu	Procedury uproszczone, często bez podpisywania konkretnej umowy	Duża ilość procedur i warunków koniecznych do spełnienia
Zabezpieczenie transakcji	Rzadko stosowane	Występują zawsze
Przedmiot transakcji	Produkty, towary, usługi, za nabycie których opłata zostaje odroczone	Środki pieniężne

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Kreczmańska-Gigol [2013, s.78-79]

Jak uprzednio wspomniano, skorzystanie z kredytu kupieckiego nie wymaga stosunkowo skomplikowanej i długiej procedury towarzyszącej ocenie wniosku kredytowego przez bank. Jest to ważne zwłaszcza dla małych firm, gdzie często niski poziom kapitału oraz niewystarczające zyski oznaczają negatywną decyzję banku, dotyczącą wsparcia finansowego. Nadal również dużą barierą jest wysoka stopa procentowa kredytu, znacznie przekraczająca w Polsce poziom inflacji.

Bez względu jednak na fakt, że kredyt kupiecki jest wręcz jedyną szansą dla wielu firm wykazujących niedobór środków pieniężnych, należy przeprowadzić jego rachunek ekonomiczny. Kredyty handlowe nie są bowiem pozbawione kosztów.

Jeśli odbiorca decyduje się na skorzystanie z odroczenia zapłaty, traci możliwość skorzystania z dogodnych warunków płatności – upustów cenowych, do których zalicza się **skonto**. Przy skonczie oferuje się przedsiębiorstwom obniżenie ceny za dostawę, jeśli w określonym czasie (najczęściej kilku dni) ureguluje on zobowiązanie. Rezygnacja ze skonta za płatność gotówką

jest niekorzystna, gdy koszt kredytu kupieckiego (dostawca może doliczyć do kosztu pozyskania kapitału premię za ryzyko i koszty administracyjne) jest wyższy od innych źródeł finansowania krótkoterminowego, np. kredytu bankowego. W takim przypadku koszt kredytu handlowego wiąże się bezpośrednio z faktem nieskorzystania ze skonta.

Koszt ten można określić, wykorzystując następującą zależność:

$$\text{koszt procentowy kredytu handlowego (w stosunku rocznym)} = \frac{\text{wysokość (procent) skonta}}{100 - \text{procent skonta}} * \frac{360}{\text{okres kredytowania} - \text{okres skonta}} * 100$$

Przykład

Przedsiębiorstwo oferuje swoim odbiorcom 2% skonta, jeśli płatność nastąpi w ciągu 14 dni od daty wystawienia faktury. W przypadku nieskorzystania z tej oferty, pełna suma ma być zapłacona w ciągu 40 dni. Odbiorca powinien zatem ocenić, czy skorzystać z 26 dodatkowych dni kredytu, czy zaciągnąć 26-dniowy kredyt bankowy taniej, niż 2 zł. za towar warty 100 zł.

Koszt kredytu handlowego wyniesie w tym przypadku:

$$\frac{2}{100 - 2} * \frac{360}{40 - 14} * 100 = 28,2\%$$

W podanym przykładzie przybliżony koszt procentowy wynosi 28,2%. Oznacza to, że nieskorzystanie ze skonta może być nieopłacalne i wiązać się z istotnymi kosztami, jeśli porówna się wartość 28,2% ze stopą procentową kredytu bankowego, np. 10%.

Kredyt kupiecki można zatem podzielić na dane kategorie:

- bezpłatny, dotyczący okresu, w którym można uzyskać upust;
- płatny kredyt handlowy w części przekraczającej kredyt bezpłatny;
- związany jest z kosztem ponoszonym pośrednio przez utracony upust.

Pomimo faktu, że wysokość proponowanego przez dostawców skonta jest z reguły niższa niż w powyższym przykładzie, nie można zakładać, że kredyt handlowy jest dla odbiorcy darmową formą finansowania jego działalności. Często również uznaje się, że brak propozycji ze strony dostawcy dotyczącej udzielenia skonta za wcześniejszą zapłatę powoduje, że taki kredyt jest właśnie „darmowy”. Jest to złudne. W wielu bowiem takich przypadkach, fakt wydłużenia terminu zapłaty przez odbiorcę, dostawcy „rekompensują” sobie podwyższając cenę wpisaną na fakturze. Dlatego każda decyzja skorzystania z kredytu handlowego powinna być przemyślana, nie zaś „automatyczna”.

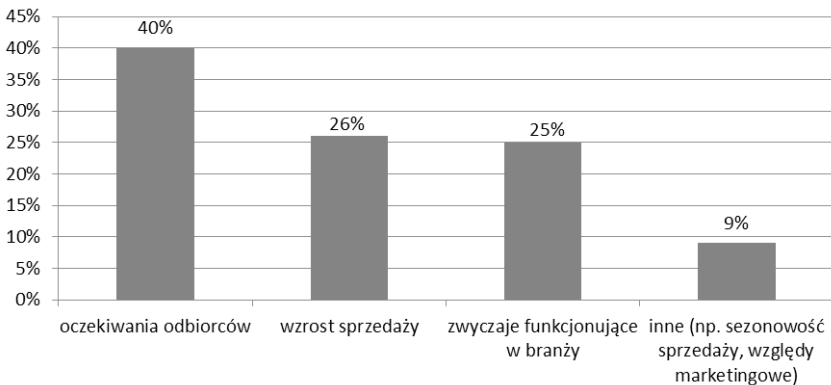
Wydaje się również, że nadal aktualna jest uwaga M. Sierpińskiej na temat trzech zasad, jakie powinny towarzyszyć przy podejmowaniu przez odbiorcę takiej decyzji, a mianowicie [Sierpińska,2001,s.225]:

- potrzeba korzystania z pełnego okresu przysługiwania upustu,
- rezygnacja z upustu za płatność gotówką jedynie wówczas, gdy domniemany koszt kredytu handlowego jest wyższy od alternatywnych źródeł finansowania krótkoterminowego,
- potrzeba negocjowania dużych upustów, przy jak najdłuższych okresach płatności.

Należy wreszcie zauważyć, że w przypadku sprzedającego, decyzje o udzieleniu kredytu kupieckiego mają istotne znaczenie dla zwiększenia sprzedaży i zysku. Z drugiej strony jednak, wydłużenie terminu płatności może wiązać się ze wzrostem zaangażowania środków własnych w majątku obrotowym. Zwiększa się zatem zapotrzebowanie na kapitał obrotowy. Może to prowadzić w konsekwencji do obniżenia rentowności przedsiębiorstwa i niebezpieczeństwa znacznego pogorszenia, a nawet utraty płynności finansowej. Dlatego też, przed decyzją dotyczącą udzielenia odbiorcy zgody na wydłużenie terminu zapłaty, należy m.in. rozważyć, czy ew. wzrost sprzedaży zrekompensuje wzrost kosztów. W każdym razie, nieodzowna jest opracowana wcześniej i umiejętnie prowadzona polityka kredytowa.

3. Subtelna sztuka polityki kredytowej wobec kontrahentów

Konieczność, prowadzenia przez firmę racjonalnej polityki kredytowej, wiąże się oczywiście głównie z faktem, że kredyt handlowy na stałe jest wpisany w stosunki biznesowe pomiędzy przedsiębiorstwami. Jak się przy tym okazuje, podstawowym motywem kredytowania partnerów handlowych są ich oczekiwania. Ilustruje to rysunek 2.



Rysunek 2. Dlaczego firmy udzielają kredytów kupieckich (2018 rok)

Źródło: opracowanie własne

Samo pojęcie „polityka kredytowa” ma nader obszerny charakter. Ogólnie ujmując, jej istotą jest, aby wyznaczała ona zasady udzielania kredytów (np. okresy kredytowania) oraz kryteria oceny ekonomicznej kontrahentów (odbiorców).

Głównym celem polityki handlowej jest maksymalizowanie sprzedaży. Z tego punktu widzenia koncentrowanie się jedynie na minimalizowaniu należności przeterminowanych i nieściągalnych okazuje się w praktyce wysoce niewystarczające. Istotne jest zatem, aby ustalone zasady jasno określały warunki sprzedaży i były konsekwentnie przestrzegane. Oczywiście wydaje się również konieczność odejścia od koncentrowania się jedynie na bieżących wpływach finansowych, niezbędne jest bowiem stałe uwzględnianie celów na przyszłość.

Skuteczne zarządzanie należnościami oraz decyzje dotyczące sprzedaży z wykorzystaniem kredytu handlowego muszą być poprzedzone określeniem kilku istotnych kwestii:

- szczegółowe warunki sprzedaży na kredyt,
- sposoby oceny wiarygodności kontrahentów i zabezpieczenia przed jego niewypłacalnością,
- sposoby gromadzenia informacji dotyczących nowych i dotychczasowych partnerów handlowych,
- zasady podejmowania decyzji wobec nowych odbiorców,
- opracowanie metod sprzyjających wcześniejszej zapłacie,
- zasady realizacji należności,
- przeprowadzenie analizy opłacalności faktoringu.

Decyzje o udzielaniu kredytów handlowych muszą się zatem wiązać z wyjaśnieniem szeregu wątpliwości, które w przypadku zbyt pobieżnej oceny kontrahenta mogą skutkować załamaniem płynności finansowej. Warto przy tym zwrócić uwagę na wnioski G. Michalskiego, dotyczące istotnych czynników, mających wpływ na rzeczową ocenę potencjalnego partnera handlowego [Michalski, 2013, s. 156]:

- charakter klienta – cecha subiektywna, określająca charakter i uczciwość kontrahenta, na podstawie poprzednich kontaktów (jeśli takie były) oraz ogólnej opinii,
- potencjał klienta – określa możliwości klienta terminowej spłaty zadłużenia, analizowane również w sposób jakościowy,
- kapitał klienta – poddaje analizie sprawozdania finansowe przedsiębiorcy wykorzystując współczynniki finansowe,
- oferowane przez klienta zabezpieczenia oraz ich jakość, wskazującą na realną możliwość wyegzekwowania wierzytelności,
- ogólne warunki towarzyszące transakcji.

Dobrze prowadzona polityka kredytowa związana jest bezpośrednio z koniecznością stosowania przez firmę rozwiązań służących redukowaniu ryzyka, towarzyszącego udzieleniu kredytu handlowego. Przykłady takich metod ilustruje tabela 2.

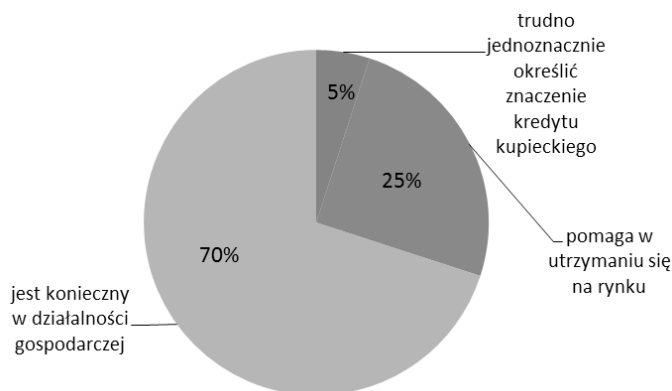
Tabela 3. Działania podejmowane przez przedsiębiorstwo w celu ograniczenia ryzyka udzielania kredytu kupieckiego

Metodyka ograniczania ryzyka	Podjęwane przez firmę działania
Unikanie wysokiego ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> • właściwy dobór partnerów handlowych • przedstawienie zasad współpracy oraz warunków płatności • ustalenie warunków udzielania kredytów handlowych
Zapobieganie zbyt wysokiemu ryzyku – kontrola ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> • ocena wypłacalności oraz wiarygodności kontrahentów • weryfikacja sytuacji ekonomicznej kontrahentów • monitorowanie spłat należności
Ponoszenie ryzyka, gdy jego poziom jest dla przedsiębiorstwa akceptowalny – zatrzymanie ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> • dostosowywanie warunków udzielania kredytu do poziomu ryzyka • ustanowienie dodatkowych zabezpieczeń • ustalanie zasad windykacji przed groźbą problemów ze spłatą wierzytelności • działanie według ustalonych procedur

Przenoszenie całości lub części ryzyka na podmioty zabezpieczające transakcje	<ul style="list-style-type: none"> • wykorzystanie faktoringu, głównie pełnego • przeniesienie wierzytelności na firmę windykacyjną
Ubezpieczenie ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> • przenoszenie negatywnych skutków ryzyka na zakład ubezpieczeń • kontrola ryzyka przez zakład ubezpieczeń • dystrybucja ryzyka przez reasekurację

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Tomaszewska [2011.s.343-353]

Pomimo faktu, że powyższe uwagi mogą wydawać się dosyć ogólne, wskazują na niezbędne wręcz działania, bez których prowadzona polityka kredytowa niewiele będzie miała wspólnego z racjonalnym działaniem. W gruncie rzeczy praktycznie jej nie będzie. Trudno jest zresztą wyobrazić sobie taką sytuację, zważywszy na fakt, że większość przedsiębiorstw w Polsce stale potwierdza dużą wagę udzielania kredytu handlowego swoim odbiorcom (rysunek 3.).



Rysunek 3. Znaczenie kredytu kupieckiego w działalności przedsiębiorstw, które go udzielają

Źródło: opracowanie własne.

W sytuacji zatem, kiedy przedsiębiorca jest wręcz zmuszony przez rynek do udzielania kredytu handlowego, musi stale analizować sytuację rynkową i utrzymywać w sposób ciągły. W miarę ścisły kontakt ze swoimi klientami. Stale powinno również korelować politykę kredytową z cyklem koniunkturalnym branży, w której działa odbiorca. Na przykład, w fazie spadku sprzedaży należy ograniczać wysokość przyznawanego kredytu. Ważne jest także, aby przy ustalaniu okresu udzielanego kredytu i wariantów regulowania płatno-

ści, brać pod uwagę koszty kapitału niezbędnego do sfinansowania należności kredytowych, zwłaszcza w przypadku zamiaru rozszerzenia i liberalizowania sprzedaży kredytowej. Najdłuższe terminy proponuje się odbiorcom o małym ryzyku, realizującym stosunkowo duże zamówienia, zaś w przypadku kontrahentów zamawiających znaczne partie towaru, ale charakteryzujących się jednocześnie zwiększonym ryzykiem, dostawca powinien zażądać zaliczki. Dużo przy tym zależy od wzajemnych relacji między przedsiębiorstwami i rozkładem sił, co z kolei jest wynikiem pozycji na rynku.

Podsumowanie

Stabilizacja finansowa przedsiębiorstwa zależy bezpośrednio od sprawnego zarządzania majątkiem obrotowym. Podejmowane decyzje muszą natomiast uwzględniać pożądaną wielkość poszczególnych składników tego majątku oraz ich strukturę w taki sposób, aby regularne ich wykorzystywanie oznaczało realizowanie zysku, przy zachowaniu płynności finansowej.

W odniesieniu do zarządzania należnościami ważna jest konsekwentna realizacja ustalonej wcześniej polityki udzielania kontrahentom kredytu handlowego. Wymaga to przeprowadzania dokładnej analizy rachunku ekonomicznego, uwzględniającego koszty zamrożenia kapitału. Rachunek taki jest istotny także z punktu widzenia odbiorcy, korzystanie bowiem z odroczonej płatności oznacza utratę upustów cenowych, w postaci skonta.

Wskazuje się często, że głównym celem polityki kredytowej powinna być maksymalizacja sprzedaży. Tak, ale nie za wszelką cenę. Zawsze bowiem trzeba się liczyć z towarzyszącym ryzykiem, z którym należy wiązać ostatecznie płynność finansową.

Po pierwsze, wydłużenie terminów płatności nie zawsze znajduje pokrycie we wzroście popytu.

Po drugie, upowszechnienie decyzji dotyczącej odraczania terminów płatności powoduje pojawianie się firm o mniejszej wiarygodności. W konsekwencji powstają trudno ściągalne należności i towarzyszące im wysokie koszty egzekucji.

Po trzecie, wzrost sprzedaży to również wzrost obciążeń fiskalnych. Zawsze zatem warto w takiej sytuacji zadać sobie pytanie, czy udzielanie kredytów handlowych pozwoli, na bieżąco, regulować zobowiązania podatkowe.

Po czwarte, większa sprzedaż oznacza wzrost kosztów administrowania nią, np. analiza rynku, ocena wiarygodności klienta.

Po piąte, w przypadku finansowania własnych należności kredytem bankowym, należy liczyć się z niebezpieczeństwem ponoszenia kosztów odsetkowych. To z kolei skutecznie obniża rentowność sprzedaży.

Pomimo wszystko oczywiste jest, że kredyt handlowy jest od lat nieodzownym elementem działalności przedsiębiorstwa. Sama natomiast „subtelność” polityki kredytowej wyraża się przede wszystkim w jej jakościowym wymiarze, stymulującym w dużym stopniu efekty decyzyjne przedsiębiorcy. Nie ma praktycznie możliwości jednoznacznego oszacowania granicy ryzyka finansowego, której nie wolno przekroczyć. Można oczywiście odnieść ją do płynności finansowej, jednak określenie wielkości przyszłych przepływów pieniężnych jest wbrew pozorom dosyć trudne. Doświadcza tego każdego dnia wielu przedsiębiorców, nawet z dużym doświadczeniem gospodarczym. Doświadczenie to zresztą istotnie ułatwia sprecyzowanie zasad polityki kredytowej opartych na racjonalnych przesłankach. Gorzej natomiast wiedzie się mniejszym jednostkom, dla których zaistnienie na rynku uzależnione jest od gotowości dostarczenia kontrahentowi towaru, z jednoczesną zgodą na późniejszą zapłatę. Nie ma w takim przypadku (i wielu innych) „złotego”, uniwersalnego środka, zabezpieczającego przed zapaścią finansową. Zdecydowanie jednak należy zawsze pamiętać, o konieczności zachowania wstrzeźliwości, studzącej zapał do przyszłych zysków, które mają być wynikiem niekontrolowanego wzrostu sprzedaży. Nader rzadko osiąga się wówczas sukces rynkowy.

Literatura

- Bień Witold. 2011. *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, Warszawa: Difin.
- Cicirko Tomasz. 2010. *Podstawy zarządzania płynnością finansową przedsiębiorstwa*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Kreczmańska-Gigol Katarzyna. 2013. *Faktoring jako jeden z instrumentów zarządzania należnościami i zobowiązaniami handlowymi a strukturą kapitału*, Warszawa: Difin.
- Michalski Grzegorz. 2013. *Płynność finansowa w małych i średnich przedsiębiorstwach*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mielczarek Adam. 2015. *Sprzedaż - problem faktorowi*, Mg Company nr 3.
- Sierpińska Maria, Wędzki Dariusz. 2001. *Zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Tomaszewska Ilona. 2011. Zarządzanie należnościami a ryzyko przedsiębiorstwa, W : Kreczmańska-Gigol Katarzyna [red.], *Windykacja należności – ujęcie interdyscyplinarne*. Warszawa: Difin.

Wszelaki Aneta. 2012. *Instrumenty usprawniające zarządzanie należnościami z tytułu dostaw i usług przedsiębiorstwa*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Nr 736, Finanse. Rynki Finansowe. Ubezpieczenia, Nr 55, 717:731.

[www1] Kuciński Andrzej. 2016. *Zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie*, portal gospodarczy: www.wnp.pl, luty 2016

[www2] J. Zaporowska, A. Buczek, *Kredyt kupiecki. Encyklopedia Zarządzania*: www.mfiles.pl, październik 2016

[www3] <https://group.atriadus.com/>