

# Hanna Soroka

---

## Znaczenie ubezpieczenia kredytu kupieckiego dla rozwoju mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 48, 287-292

---

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

HANNA SOROKA

Uniwersytet Szczeciński

## **ZNACZENIE UBEZPIECZENIA KREDYTU KUPIECKIEGO DLA ROZWOJU MIKRO-, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW**

### **Wprowadzenie**

Na polskim rynku funkcjonuje ogromna liczba mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw. Wiele z nich boryka się z problemami pozyskiwania nowych kapitałów, a także utrzymywania i pomnażania już posiadanych. Jedną z wielu metod wykorzystywanych przez firmy z tego sektora na pozyskanie środków jest zaciąganie kredytów kupieckich. Sposób ten wiąże się z dużym ryzykiem, które można zniwelować dzięki zainwestowaniu w odpowiednie ubezpieczenie. Artykuł ten ukazuje, jak istotne są te ubezpieczenia i dlaczego powinny być szerzej wykorzystywane przez przedsiębiorców sektora MSP.

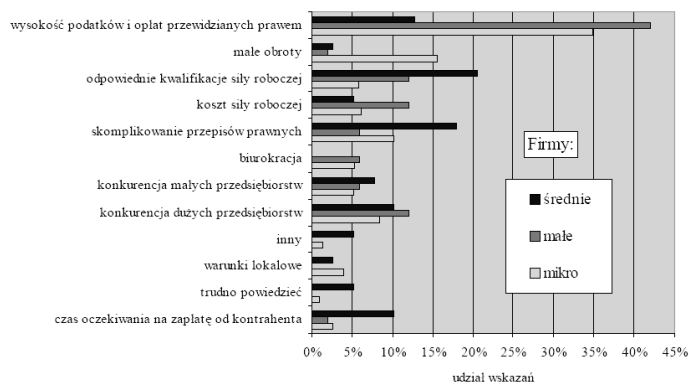
Mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią 99,86 % wszystkich firm na rynku. Dominują one w całkowitej liczbie wszystkich podmiotów, ale także wśród eksporterów i importerów. Zapewniają miejsca pracy dla ogromnej liczby osób, a także mają istotny udział w tworzeniu PKB<sup>1</sup>. Niestety rokrocznie wiele z nich upada, likwidując tym samym miejsca pracy, a także obniżając możliwości rozwoju regionu, na którym działały. Przyczyn upadku przedsiębiorstw można dopatrywać się wielu, jedną z głównych niewątpliwie jest utrata płynności spowodowana nieuregulowanymi należnościami ze strony kontrahentów.

W działalności współczesnych przedsiębiorstw sprzedaż produktów lub usług z odroczonym terminem płatności, to jedna z podstawowych form rozliczania się kontrahentów ze sobą nawzajem. Banki i inne instytucje finansowe wielokrotnie odmawiają udzielenia kredytu mikro-, małym i średnim przedsiębiorstwom, uznając je za podmioty bardzo ryzykowne. Oprócz tego na rynku MSP wzrasta poziom konkurencji, co zmusza przedsiębiorstwa

<sup>1</sup> [www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl) z dnia 14.12.2009 r.

do zabiegania o klienta formą jak najdogodniejszej płatności. Wykorzystywanie kredytu kupieckiego staje się więc jedną z podstawowych metod utrzymania stałych klientów, jak i zdobywania nowych. To z kolei prowadzi do zwiększenia wielkości sprzedaży, sterowania ceną i popytem na oferowane produkty. Jednak kredyt kupiecki, stwarzając liczne szanse przed przedsiębiorstwem, które z niego korzysta, naraża je również na ogromne ryzyko<sup>2</sup>.

Nieuregulowanie płatności w wyznaczonym terminie powoduje zamrożenie środków firmy udzielającej kredytu kupieckiego w należnościach i konieczność regulowania własnych zobowiązań z innych źródeł. Sytuacja taka oddziałuje na płynność finansową firmy. Utrata jej może zaś doprowadzić do utraty pozycji na rynku, zmniejszenia swobody w podejmowaniu decyzji, ograniczeniu rozwoju firmy, pogorszenia wyniku finansowego, a w najgorszym wypadku nawet do upadłości. W Polsce utrata płynności finansowej spowodowana zapłatą kontrahenta po terminie lub też jego całkowitą niewypłacalnością jest jedną z głównych przyczyn upadłości firm. Zgodnie z danymi Ministerstwa Gospodarki w 2007 r. czas oczekiwania na zapłatę kontrahenta jako główną barierę rozwoju przedsiębiorstw wymieniało aż 10% średnich, 2% małych i 2,5% mikrofirm (patrz: wykres 1). Niezwykle istotny staje się w związku z tym właściwy sposób zarządzania kredytem kupieckim.



Wykres 1. Główne bariery rozwojowe przedsiębiorstw w Polsce w II połowie 2007 r.

Źródło: *Przedsiębiorczość w Polsce*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2008, s. 63.

Przedsiębiorstwa chcąc wykorzystywać kredyt kupiecki, mogą w znaczny sposób wyeliminować ryzyko dzięki jego ubezpieczeniu. Zakład ubezpieczeń przejmuje wówczas część ryzyka związanego z nieotrzymaniem należności w terminie, wskutek zaistnienia wymienionych w umowie zdarzeń, i wypłaca ekwiwalent za kredyt kupiecki udzielony przez kredytodawcę<sup>3</sup>. Ubezpieczenie to obejmuje bezsporne należności z tytułu udzielonych kredytów handlowych powstałe na podstawie wystawionych przez kredytodawcę faktur

<sup>2</sup> P. Rytko, *Zarządzanie kredytem handlowym w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Difin, Warszawa 2009, s. 30–31.

<sup>3</sup> M. Szczepańska-Bębenek, *Ubezpieczenie kredytu kupieckiego*, „Przegląd Ubezpieczeń Społecznych i Zdrowotnych” 2002, nr 6, s. 34.

w okresie trwania ubezpieczenia<sup>4</sup>. Nie są nim jednak objęte odsetki, kary umowne, koszty związane z reklamacją, opłaty manipulacyjne i inne dodatkowe koszty.

Ubezpieczenie kredytu kupieckiego pozwala w związku z powyższym na przerzucenie większej części ryzyka na zakład ubezpieczeniowy. Problemem polskich przedsiębiorstw, a właściwie osób nimi kierujących, jest uzmysłowienie sobie istniejącego ryzyka związanego z kredytem kupieckim. Wydaje się, że wieloletni kontrahent, który zawsze był wypłacalny, nie może w przyszłości mieć problemów z płatnościami. Nic bardziej mylnego, nie mówiąc już o udzielaniu kredytu kupieckiego kontrahentom, którzy nie mają ugruntowanej opinii, i niestety nie udaje im się przetrwać na rynku. Niczego nie można być pewnym, i właśnie dlatego ubezpieczenia kredytu kupieckiego chronią przedsiębiorstwa przed taką niepewnością. Na ogół nie pozwalają one na uzyskanie całkowitego zwrotu poniesionych strat, ale pokrywają je w znacznej części<sup>5</sup>.

Zawierając umowę ubezpieczenia kredytu kupieckiego, sprzedawca może zrezygnować z dodatkowych zabezpieczeń płatności, jak na przykład weksel, gwarancja czy akredytywa. Upraszcza to znacznie zawarcie umowy z kontrahentem, a także pozwala na bycie bardziej konkurencyjnym. Tym samym firma może zwiększyć obroty na warunkach kredytowych i pozyskać nowych klientów lub wydłużyć okres kredytowania dla klientów o mniejszej wiarygodności. Może także wyjść poza dotychczasowe rynki zbytu i rozszerzyć obszar działania.

Poza samą ochroną ubezpieczeniową bardzo istotne znaczenie dla przedsiębiorstwa ma fakt, iż ubezpieczyciel świadczy usługi doradcze na etapie negocjowania umowy z kontrahentem, jak i w trakcie jej trwania. W ramach usług doradczych ubezpieczyciel dokonuje analizy wiarygodności kontrahenta, proponuje odpowiednią politykę kredytowania, wzory umów i inne niezbędne przedsiębiorstwu informacje. W wyniku analiz ubezpieczyciel ustala limit kredytowy, który umożliwi ograniczenie ryzyka i zapewnienie zyskowności zarówno firmie, jak i samemu zakładowi ubezpieczeń. Dla przedsiębiorstwa oznacza to zmniejszenie kosztów i czasu związanego ze zdobyciem danych finansowych kontrahentów oraz oceną ich wiarygodności<sup>6</sup>.

Istotna dla przedsiębiorstwa ubezpieczającego jest również funkcja stymulująca ubezpieczenia kredytu kupieckiego. Wiąże się ona z wcześniej omówionymi funkcjami. Ubezpieczyciel zawierając umowę z firmą, wymaga od niej posiadania procedur kredytowania odbiorców łącznie z opracowanymi zasadami polityki kredytowej, a wielokrotnie i wyodrębnionej komórki odpowiedzialnej za kredytowanie odbiorców. Tym samym wymusza na przedsiębiorstwie wzmocnienie posiadanych procedur kontroli kredytowej i dyscyplinuje istniejący proces zarządzania. Odpowiednia ocena ubezpieczyciela i uzyskanie ubezpieczenia jest niezwykle ważna. Widać to zwłaszcza na rynkach Europy Zachodniej,

<sup>4</sup> *Ubezpieczenia gospodarcze*, red. T. Sangowski, Poltext, Warszawa 1999, s. 227.

<sup>5</sup> J. Kukielka, D. Poniewierka, *Ubezpieczenia finansowe. Gwarancje ubezpieczeniowe. Ubezpieczenia transakcji kredytowych*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Warszawa 2003, s. 352.

<sup>6</sup> [www.gu.com.pl](http://www.gu.com.pl) z dnia 12.12.2009 r.

gdzie ubezpieczenie to cieszy się większą popularnością niż w Polsce. Jeżeli przedsiębiorstwo nie spełnia wymogów, wówczas taka informacja bardzo szybko rozprzestrzenia się na rynku i wpływa na utratę kontrahentów. Tego żadna firma nie chce i dlatego powinna jak najlepiej dostosowywać struktury zarządzania ryzykiem oraz politykę kredytową do ustalonych wymogów<sup>7</sup>.

Ponadto umowa ubezpieczenia kredytu kupieckiego umożliwia planowanie i wpływa na skuteczność przyszłych działań. Mając ochronę, firma może być pewna zaplanowanych przedsięwzięć, i tym samym nie ma konieczności tworzenia wysokich rezerw. Prowadzi to do mniejszych wahań w ustalaniu wyniku finansowego, co ma duże znaczenie nie tylko dla samego przedsiębiorstwa, ale również dla jego kontrahentów. Także instytucje finansowe wiedząc, że przedsiębiorstwo posiada ubezpieczenie kredytu kupieckiego, mogą przyznać mu lepszą ocenę przy ubieganiu się o pozyskanie kapitału. Badania przeprowadzone wśród europejskich firm pokazały, że posiadanie ubezpieczenia kredytu kupieckiego umożliwia przedsiębiorstwu otrzymanie tańszych finansowań zewnętrznych, a także poprawę stosunków z bankami<sup>8</sup>.

Dzięki dobrej polityce kredytowej mniejsza jest liczba działań windykacyjnych w celu odzyskania zaległych należności, a te stosowane są dużo skuteczniejsze. Dzieje się tak dlatego, iż ubezpieczyciel uznając współpracę z jakimś kontrahentem za bardzo ryzykowną, żąda od firmy właściwego zabezpieczenia ryzyka. Oprócz tego w sytuacji zadłużenia firma ubezpieczeniowa może sama wpływać na dłużnika, wykorzystując posiadane kontakty i możliwości, a także posiadaną obsługę prawną. Wielokrotnie firmy świadome ewentualności przejęcia windykacji należności przez ubezpieczyciela lub spółkę od niego zależną płacą zobowiązania w terminie. Dzięki temu skuteczniejsze dla firm z sektora MSP jest uzyskiwanie na czas płatności na przykład od dużych firm, takich jak sieci hipermarketów, które korzystając ze swej mocnej pozycji na rynku, zazwyczaj nie regulują zobowiązań w terminie<sup>9</sup>.

Warto także wspomnieć, iż składkę płaconą na ubezpieczenie kredytu kupieckiego przedsiębiorstwo może doliczyć do kosztów uzyskania przychodów i tym samym obniżyć podstawę opodatkowania. Korzystanie z tarczy podatkowej jest więc atutem na korzyść zawarcia umowy ubezpieczenia. Tym większe ma ono znaczenie, iż wielokrotnie firmy nie ubezpieczają się, starając się w ten sposób oszczędzić. Świadomość możliwości odpisania choć ich części na pewno zachęciłaby przedsiębiorców do skorzystania z oferty ubezpieczycieli.

Jak pokazuje powyższa analiza, ubezpieczenia kredytu kupieckiego są niezwykle ważne dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, dla ich rozwoju, a tym samym i regionu, w którym działają. Przedsiębiorstwa oznaczają miejsca pracy i kapitał w regionie. Niestety mimo dużego problemu z wypłacalnością kontrahentów i stałego wykorzystywania przez

<sup>7</sup> J. Kukielka, D. Poniewierka, *Ubezpieczenie...*, *op. cit.*, s. 355–356.

<sup>8</sup> P. Rytko, *Zarządzanie...*, *op. cit.*, s. 298.

<sup>9</sup> J. Kukielka, D. Poniewierka, *Ubezpieczenie...*, *op. cit.*, s. 356–357.

firmy kredytu kupieckiego, nadal ubezpieczenie to nie jest wystarczająco rozpowszechnione.

Przedsiębiorstwa nie wykorzystują ubezpieczeń kredytu kupieckiego przede wszystkim ze względu na niedostateczną wiedzę o nich oraz zbyt małe rozpowszechnienie tego instrumentu. Ponadto wiele przedsiębiorstw nie zdaje sobie sprawy z zalet płynących z ubezpieczenia i dodatkowych korzyści. Większość firm mylnie utożsamia je tylko z ubezpieczeniem, i to bardzo drogim, nie widząc dodatkowych korzyści<sup>10</sup>. Ważne jest w związku z powyższym podkreślenie ich znaczenia i uzmysłowienie przedsiębiorcom wszystkich ich atutów. Wpłynęłoby to na wzrost popularności ubezpieczenia kredytu kupieckiego wśród firmy z sektora MSP i tym samym na korzystniejszą sytuację finansową przedsiębiorstw oraz regionu, w którym działają.

### Podsumowanie

Mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa dominują w ogólnej liczbie firm na rynku. Tworzą one miejsca pracy dla ogromnej liczby osób, a także pomagają w rozwoju regionu, w którym funkcjonują. Każdego roku wiele spośród nich upada z powodu długów. Problemy z uzyskiwaniem funduszy od banków oraz innych instytucji finansowych, a także duża konkurencja zmuszają firmy do wykorzystywania kredytów kupieckich. Niestety wiąże się to z wysokim ryzykiem utraty płynności.

Przedsiębiorstwa mogą wyeliminować ryzyko, zakupując ubezpieczenie kredytu kupieckiego. Pozwala to m.in. na: ochronę przed utratą funduszy, rezygnację z innych form ochrony (weksel, gwarancja, akredytywa), co czyni firmę bardziej konkurencyjną, uzyskanie pomocy konsultantów firmy ubezpieczeniowej (przy przygotowywaniu analiz, propozycji polityki kredytowej, wzorów umów itp.), wzmocnienie procedur kontroli kredytowej, pomoc w planowaniu, zwiększenie efektywności przyszłych działań, zmniejszenie liczby działań windykacyjnych oraz zwiększa skuteczność już rozpoczętych.

Analiza korzyści ubezpieczenia kredytu kupieckiego pokazuje, jak ważne są one dla przedsiębiorstw sektora MSP, dla ich rozwoju oraz rozwoju lokalnego rynku. Firmy oznaczają miejsca pracy i kapitał w regionie, w którym działają. Stąd niezbędne jest rozpowszechnienie tego instrumentu i zwrócenie uwagi na jego istotę przedsiębiorstwom z tego sektora.

---

<sup>10</sup> A. Bera, *Ubezpieczenie finansowe jako wspierający politykę kredytową przedsiębiorstw wobec odbiorców*, Wydawca Fundacja Warta, Warszawa 2005, s. 163.

### Literatura

- Bera A., *Ubezpieczenie finansowe jako wspierający politykę kredytową przedsiębiorstw wobec odbiorców*, Fundacja Warta, Warszawa 2005.
- Kukielka J., Poniewierka D., *Ubezpieczenia finansowe. Gwarancje ubezpieczeniowe. Ubezpieczenia transakcji kredytowych*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Warszawa 2003.
- Przedsiębiorczość w Polsce*. Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2008.
- Rytko P., *Zarządzanie kredytem handlowym w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Difin, Warszawa 2009.
- Szczepańska-Bębenek M., *Ubezpieczenie kredytu kupieckiego*, „Przegląd Ubezpieczeń Społecznych i Zdrowotnych” 2002, nr 6.
- Ubezpieczenia gospodarcze*, red. T. Sangowski, Poltext, Warszawa 1999.
- [www.gu.com.pl](http://www.gu.com.pl).
- [www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl).

## MEANING OF THE TRADE CREDIT INSURANCE FOR MICRO, SMALL AND MEDIUM COMPANIES

### Summary

Micro, small and medium companies are dominating in total number of all entities on the local market. They are creating workplaces for large number of people and helping to develop region in which they are existing. Each year lots of them are bankrupt because of bad debts. Difficulties in obtaining money from banks and other financial institutions, and high level of competition on the market force companies to use trade credit. Unfortunately it is connected with high risk of loosing liquidity.

Companies can eliminate risk by buying trade credit insurance. This is not only protection from the losses of money, but also lots of other benefits, like: resignation from other form of protection (promissory note, warranty, letter of credit) which make company more competitive, use of consultancy services of insurance company (reliability analysis, proposition of proper credit policy, model contracts etc.), strengthening the procedures of credit control and management process, helping in planning, have influence of effectiveness of future actions, decreases number of recovery and those which are needed make more effective.

Analysis of benefits of trade credit insurance showing how important they are for micro, small and medium companies, for their growth and for growth of the local market. Companies means workplaces and capital for region in which they are work. It is necessary to spread this instrument and emphasis it's meaning for companies from this sector.

*Translated by Hanna Soroka*