

Jak sektor MSP wykorzystuje informację biznesową?

Małe i średnie przedsiębiorstwa są siłą napędową gospodarki. Pojedynczo mają niewielki wpływ na otoczenie, ale razem stanowią olbrzymią siłę, bez której żadna współczesna gospodarka nie mogłaby się dobrze rozwijać.

Szymon Wiliński – Firmy z tego sektora coraz chętniej korzystają z wiedzy i instrumentów finansowych, które wspierają w prowadzeniu biznesu większe firmy. Takich rozwiązań dla małych firm jest na rynku coraz więcej. Sytuacja małych przedsiębiorstw jest warunkowana wieloma czynnikami, m.in.: skalą biznesu, branżą, liczbą i jakością kooperantów, a także jakością relacji z nimi oraz – co jest niezwykle ważne w czasie spowolnienia – sposobem zarządzania należnościami. W małej i średniej firmie znaczące opóźnienia w spływie należności lub brak zapłaty przez jednego z kluczowych klientów może spowodować bardzo duże kłopoty finansowe, a nawet doprowadzić ją do upadłości. Zaletą małych firm jest ich specyficzna elastyczność, umożliwiająca dostosowanie się do zmiennych realiów gospodarczych i ocze-

kiwać partnerów handlowych. Firmy z sektora MSP są teraz bogatsze o doświadczenia ostatnich lat, wiedzą, jak wyglądało spowolnienie trzy lata temu i jak być przygotowanym na podobne sytuacje. Wiele z nich nauczyło

się korzystać z nowoczesnych instrumentów finansowych.

Narzędzie długofalowej współpracy
Powyższe uwarunkowania sprawiają, że sektor MSP ma coraz większe potrzeby w zakresie weryfikacji partnerów handlowych, z którymi prowadzi interesy. Aby ograniczyć ryzyko nieudanych transakcji, sprawdzają przede wszystkim kondycję swoich odbiorców. Istotne jest także

to, że mniejsi klienci korzystający z informacji gospodarczej postrzegają to narzędzie już nie jako jednorazową pomoc w ocenie nabywcy, ale jako długofalowe wsparcie na stałe wpisane w politykę zarządzania należnościami firmy. Z tego względu przykładają coraz większą wagę do bieżącego monitorowania sytuacji swoich kontrahentów, szczególnie tych działających w branżach o podwyższonym ryzyku niewypłacalno-

ści, takich jak budownictwo czy handel. Analiza zakresu współpracy potwierdza, że firmy z tego sektora są zainteresowane nie tylko pozyskaniem danych finansowych, ale także wszelkich informacji negatywnych na temat swoich odbiorców, takich jak prowadzone działania windykacyjne czy niewypłacalność. Oczekują więc od dostawców informacji produktów i rozwiązań dedykowanych specjalnie dla nich. Przede wszystkim liczy się szybki dostęp do aktualnej informacji, a taki daje np. umowa z wywiadownią oferującą nieograniczony dostęp on-line do swoich baz oraz informacji podstawowej, pozwalający na weryfikację standingu finansowego badanych firm oraz informacji negatywnych.

Racjonalne podejście MSP
Dostawcy są zainteresowani tym, jak analitycy wywiadowni oceniają ryzyko odbiorcy. Doceniają przewagę tych wywiadowni, które mają szersze spojrzenie i rozległą wiedzę, ponieważ współpracują w ocenie ryzyka wycenianego także na potrzeby ubezpieczenia

należności czy finansowania transakcji. Doświadczenie takiej wywiadowni pozwala nie tylko dostarczyć bieżącą informację na temat sprawdzanej firmy, ale również kontrolować pojawiające się zmiany i aktualizować informacje dla dostawcy, aby ten mógł w odpowiednim czasie zareagować. Z punktu widzenia bezpieczeństwa w biznesie coraz większa świadomość firm sektora MSP jest niezwykle ważna. Warto zauważyć, że obecnie gospodarka wymaga od tego sektora coraz większej aktywności inwestycyjnej, aby dzięki zwiększeniu konkurencyjności i przewag technologicznych przedsiębiorstwa z tej grupy mogły się stabilnie rozwijać. Z tego powodu obserwujemy postęp w zakresie zmian w strategii działania małych i średnich przedsiębiorstw, które dzięki wykorzystywanym rozwiązaniom pokazują innym graczom na rynku oraz instytucjom finansowym swoje racjonalne podejście do ryzyka prowadzonej działalności.

Autor jest zastępcą dyrektora handlowego ds. serwisów w grupie Coface Poland



Zapobiec lawinie

Każdy kryzys finansowy to tak naprawdę kryzys zaufania do państwa, instytucji finansowych czy partnerów biznesowych. W tym ostatnim przypadku mamy do czynienia z najbardziej bezpośrednim przełożeniem na działalność firmy.

Magdalena Maciejewska



– Zwłaszcza w kryzysie musimy stawiać na rozwój, bo w innym przypadku „lawina niepowodzeń” pociągnie nas za sobą. Trzeba pozyskiwać nowych kontrahentów, a jednocześnie sprawdzać ich wiarygodność. Powinniśmy również monitorować kondycję finansową dotychczasowych partnerów handlowych, gdyż nie mamy pewności, że kryzys obszedł się z nimi łagodnie. Zaufanie to istotna rzecz przy prowadzeniu biznesu, ale bezgraniczna ufność czasami się nie opłaca. W celu uniknięcia ryzyka dobrym rozwiązaniem jest raport o wiarygodności finansowej firmy. Jest to narzędzie na pewno łatwiejsze i pewniejsze niż szukanie informacji na własną rękę. Szczególnie w dobie kryzysu szukanie oszczędności na sprawdzeniu kontrahentów to tylko „pozorna” oszczędność.

Grząskie 5 proc.

Wywiadownie gospodarcze – wbrew intrygującej nazwie – pozyskują informacje tylko z legalnych źródeł. Warto wiedzieć, że 80 proc. wszystkich poszukiwanych informacji zostało już opublikowanych w różnych źródłach, a kolejne 15 proc. można zaliczyć do szarej strefy – tj. informacji, które nie zostały wprowadzone do publicznej wiadomości, jednakże można je zdobyć, prowadząc odpowiednie działania w dobrze poinformowanych środowiskach. Tylko 5 proc. informacji to dane z klauzulą poufności, ale w tym momencie wkraczamy na grząski grunt szpiegostwa przemysłowego. Wywiadownia gospodarcza dostarczy 95 proc. danych, co w zdecydowanej większości przypadków jest dostateczne przy odpowiedzialnym prowadzeniu biznesu.

Naoczne świadectwo

Zakupiony raport zawiera bowiem dane formalno-prawne, najświeższe dostępne dane finansowe, analizę finansową przedsiębiorstwa oraz jego ocenę z rekomendowanym

kredytem kupieckim. Dodatkową usługą może być wizyta w firmie badanej – klient otrzymuje opis miejsca prowadzenia działalności wraz z dokumentacją fotograficzną. Może się przecież okazać, że firma już fizycznie nie ma, mimo że wciąż widnieje w rejestrach. Praktyka pokazuje, że w czasach kryzysu takie sytuacje coraz częściej się, niestety, powtarzają. To nie wszystko – możemy sprawdzić czy dana firma nie traci właśnie płynności i jak wygląda sytuacja tej firmy na tle całej branży.

Informacja w sieci

W okresie spowolnienia gospodarczego wzrasta paradoksalnie konieczność szybkiego sprawdzania danych o partnerach handlowych. Spowolnieniu towarzyszy bowiem większa dynamika zmian. W czasach prosperity mamy do czynienia z sytuacją odwrotną – można założyć, że i kondycja finansowa naszych kontrahentów nie ulega nagłym pogorszeniom. Dlatego też odpowiedzią na kryzys może być stworzenie narzędzia, które ułatwia przedsiębiorcom i konsumentom szybkie podejmowanie decyzji biznesowych oraz osobistych, najlepiej w trybie on-line.

Autorka jest kierownikiem działu informacji Creditreform Polska Sp. z o.o.

W wydaniu detektywistycznym

Dzisiejsza potrzeba gromadzenia informacji w zakresie poznawczym podmiotu gospodarczego nie ogranicza się jedynie do pozyskania informacji z oczywistych źródeł, takich jak akta KRS czy internet.

Michał Rapacki – Dotychczas przedsiębiorcy często ograniczali się jedynie do pozyskiwania informacji ze źródeł otwartych. Z uwagi na to, że przestępczość gospodarcza sięga dziś po niestandardowe środki, np. przygotowuje się przez dwa, trzy lata wzorową spółkę jedynie „na papierze”, przedsiębiorcy decydują się często na wywiad detektywistyczny. Taki wywiad pozwala na pełną ocenę badanego podmiotu. Zbieranie informacji gospodarczej za pomocą wywiadu detektywistycznego obejmuje szereg sprawżeń i czynności o charakterze operacyjnym. Całość obrazu powinna być dla klienta gwarantem rzetelności lub jej braku u badanego podmiotu i stanowić o wyborze partnera biznesowego.

Baza - źródła otwarte
Prowadzenie wywiadu rozpoczyna się od zebrania wiedzy jaką posiada zleceniodawca

na temat badanego podmiotu oraz określenia celu, jaki ma przynieść praca detektywów, np. określenie majątku, zebranie informacji rynkowych, ocena stanu majątkowego współników czy członków zarządu. Następnie prowadzone są czynności polegające na zebraniu informacji ze źródeł otwartych jak rejestry KRS, dłużników, zastawów oraz wyszukiwanie informacji na temat badanego w internecie – opinie, dane teledadresowe, strona www etc. Na tej podstawie planowane są dalsze czynności, które mają charakter wywiadu operacyjnego m.in. korzystanie z osobowych źródeł informacji, rozpoznanie w miejscu prowadzenia działalności badanego. Prowadzona jest także obserwacja, np. w celu określenia dostawców i odbiorców, ale także np. zdobycia informacji na temat życia pozazawodowego członków zarządu czy współników. Uwiarygodniamy także informacje pochodzące ze źródeł otwartych. Wszystkie czynności wykonywane w terenie są stosownie dokumentowane poprzez fotografie, nagranie audio czy wideo.

Licencjonowany wywiad
Podstawowymi źródłami informacji dla wykonującego wywiad gospodarczy są do-

kumenty rejestrowe badanego podmiotu, źródła otwarte jak rejestry dłużników czy giełdy wierzytelności, a także osoby, z którymi prowadzone są wywiady o charakterze operacyjnym. Osoby te często dostarczają informacji na temat bieżącej kondycji podmiotu, którym się interesujemy. Właśnie od „informatorów” pochodzi najczęściej wiedza, która po zweryfikowaniu i porównaniu z innymi źródłami daje podstawy do rzetelnej oceny badanego. Nie można także zapominać o tzw. białym wywiadzie, podczas którego w formalnej rozmowie z przedstawicielem przedsiębiorcy prowadzimy ustalenia wywiadowcze – nie ujawniając w trakcie rozmowy zleceniodawcy. Już sama odmowa ujawnienia stanu finansowego firmy czy wykazanie się brakiem zaległości w opłaceniu podatków powinna być dla nas ostrzeżeniem, podobnie jak w przypadku braku sprawozdań finansowych w aktach spółki. Wówczas niezbędnych informacji dostarczyć może prowadzenie wywiadu z wykorzystaniem rozmów operacyjnych z pracownikami przedsiębiorcy oraz z konkurencją, dostawcami i odbiorcami.

Autor jest prezesem zarządu Business Security Agency Sp. z o.o.