

Analiza Euler Hermes, lidera rynku ubezpieczeń należności handlowych, gwarancji ubezpieczeniowych i windykacji należności.

Z analiz Towarzystwa Ubezpieczeń Euler Hermes wynika, że coraz częściej producenci osiągają dużą kilku-kilkunastoprocentową – a nawet 20% rentowność, natomiast hurtownicy dystrybuujący ich produkty mają rentowność rzędu około 1% lub nawet niższą (i nie dotyczy to jedynie artykułów szybko rotujących: żywności lub leków, ale także np. pewnych grup materiałów budowlanych).

Z czego to może wynikać? Hurtownicy, jeśli nie sprzedają czegoś unikalnego, to nie pozostaje im naprawdę inny argument w rywalizacji z konkurencją poza ceną. A rywalizować muszą, ponieważ producenci mają co roku wyższe plany sprzedażowe i naciskają na swoich dystrybutorów, aby aktywnie pomogli je realizować. Do tego dochodzą warunki płatności – np. w branży ceramiki sanitarnej hurtownie spłacają swoje zobowiązania wobec producentów po średnio 80 dniach – wynika z danych agregowanych przez Towarzystwo Ubezpieczeń Euler Hermes. Do tych rosnących założeń sprzedażowych dostosowują oferowane dystrybutorom bonusy. W efekcie hurtownicy sprzedają nierzadko po kosztach – aby zrealizować plan, nie osiągają rentowności na działalności własnej, zarabiając jedynie na uzyskiwanym wspomnianym bonusie od obrotu. Jest to niepokojące, bo oznacza małe zasoby środków własnych, niską płynność finansową i spore ryzyko jej utraty – a w efekcie upadłości.

Zmiana trendu

W części branż wyrobów budowlanych nastąpiła zmiana trendu. W latach ubiegłych swoistym „buforem” finansowym dla producentów byli hurtownicy – średni okres rotacji należności (termin płatności+opóźnienie w spłacie) jaki notowali od odbiorców z branży budowlanej był dłuższy niż termin, w jakim sami płacili producentom tych wyrobów. Obecnie ta sytuacja ulega zmianie – producenci musieli przejąć część kosztów związanych z dłuższym obiegiem pieniądza, wydłużając średnie terminy płatności dystrybutorom o kilka dni (np. w wyrobach elektroinstalacyjnych).

Niska moralność odbiorców

Warto też zwrócić uwagę na moralność płatniczą odbiorców – oprócz opóźnień składają się na nią częstotliwość zdarzeń windykacyjnych i upadłości.

- Widać wyraźnie, iż hurtownicy są zdyscyplinowanymi płatnikami, sami natomiast stoją w obliczu nienajlepszej kondycji odbiorców końcowych branży budowlano-instalacyjnej (np. wyroby elektroinstalacyjne: hurtownie jako płatnicy mają wskaźnik PMI 84, natomiast ich odbiorcy – już tylko 51 punktów PMI) – uważa Piotr Pławski, kierownik zespołu ds. budownictwa w biurze oceny ryzyka w Towarzystwie Ubezpieczeń Euler Hermes.

Potwierdzeniem tej nie najwyższej moralności płatniczej jest fakt istnienia dużych zobowiązań wykraczających poza wszelkie „rozsądne” przedziały przeterminowania – niespłacone ponad rok: w hurcie budowlanym jest to obecnie ponad 10 mln zł, a np. w hurcie materiałów elektroinstalacyjnych – 37 mln złotych. W efekcie hurtownicy sami także generują tak znacznie przeterminowane długi wobec producentów – zalegają na ponad 30 mln zł producentom artykułów budowlanych czy 12 mln zł dostawcom zbrojeń (dane – lipiec, podstawa: analizowane należności na kwotę ok. 500 mln zł hurtownicy materiałów budowlanych-klienci końcowi; hurtownie elektroinstalacyjne – 760 mln złotych; a producenci termoizolacji – przy monitorowanych należnościach na miesięcznym poziomie 270 mln zł notują obecnie niespłacone przez ponad rok należności na kwotę około 12 mln złotych).

- Obniżki cen wymusza przy okazji także rosnąca rola handlu internetowego (który nie dotyczy już wyłącznie elektroniki czy odzieży, ale także np. materiałów budowlanych), i jest to niewątpliwie utrudnienie dla tradycyjnego handlu i hurtowni, ale nie główna przyczyna sygnalizowanej sytuacji – mówi Piotr Pławski z Towarzystwa Ubezpieczeń Euler Hermes.

Spada rentowność

Oprócz wzrostu liczby upadłości wszystkich hurtowni w kraju – w pierwszym półroczu do blisko 60 (do końca sierpnia 77), problem potwierdzają dane o rentowności przedsiębiorstw publikowane przez GUS. Wynika z nich, iż generalnie zmniejszyła się liczba rentownych podmiotów, wynosząc w lipcu 68,3%, czyli ponad 30% podmiotów nie osiąga rentowności ze sprzedaży swoich produktów, usług towarów i materiałów. Przy czym w większości sektorów rentowność nieznacznie poprawia się, natomiast pogorszyła się w budownictwie (efekt długiej zimy – strat z I kwartału) i w handlu (hurcie).

Euler Hermes