

Niewielka wiedza o zagranicznych kontrahentach, obdarzanie ich zbyt dużym zaufaniem i niedokładne czytanie umów – to trzy najczęstsze błędy polskich firm działających w handlu zagranicznym.

Są to błędy częste, ale łatwe do wyeliminowania. Trzeba jedynie pamiętać o kilku podstawowych zasadach. Decydując się na współpracę z danym kontrahentem należy go wcześniej dokładnie sprawdzić. W rozeznaniu sytuacji pomoże wywiadownia handlowa. Zbiera i analizuje ona informacje, które pozwalają ocenić, czy nasz przyszły kontrahent jest wiarygodny, czy jego sytuacja finansowa jest stabilna, czy wywiązuje się ze swoich zobowiązań w terminie i czy ma odpowiednie kompetencje. Podaje również rekomendowany górny pułap kredytu kupieckiego dla danej firmy. Wszystkie te informacje mają dać poczucie bezpieczeństwa przed zawarciem transakcji.

Handlowi detektywi

Wywiadownie handlowe swoje informacje czerpią głównie z ogólnodostępnych źródeł, ale nie tylko. – Poza sprawozdaniami finansowymi przesyłanymi do KRS i sprawozdaniami publikowanymi przez spółki giełdowe, wywiadownie korzystają również z rejestru dłużników, prospektów emisyjnych, ewidencji działalności gospodarczej, urzędów statystycznych, izb gospodarczych i prasy – mówi Marek Tereszkiewicz, doradca w zakresie handlu zagranicznego z EU- CONSULTING.

- Informacje udostępniają również same badane spółki, do których wywiadownie się zgłaszają. Nie mają one obowiązku niczego udostępniać, ale zwykle transparentność jest w ich interesie – dodaje. Do ważnych informacji wywiadownie docierają także mniej oficjalnymi kanałami. Czerpią dane od swoich partnerów oraz z innych, nieujawnionych źródeł. O tej części swojej działalności nie mówią głośno, choć wszystko odbywa się zgodnie z prawem.

Brak wiedzy, dużo zaufania

- Polskie firmy w mniejszym stopniu, niż ich partnerzy z innych krajów europejskich korzystają z wywiadowni handlowych. Często nie wiedzą o ich istnieniu – mówi Marek Tereszkiewicz. Jeśli decydują się na dokonanie rozeznania, robią to samodzielnie. Głównie w takich przypadkach sięgają do rejestru sądowego. Jest to jednak proces czasochłonny i nie dający takich efektów, jak skorzystanie z usług wywiadowni.

- Koszt „prześwietlenia” firmy, wykonanego przez wywiadownię jest stosunkowo niewielki. W przypadku wielomilionowych transakcji stanowi zaledwie ułamek wartości kontraktu – tłumaczy doradca EU-CONSULTING. Firma, która zakupiła raport o danej spółce nie musi się obawiać, że druga strona dowie się o przeprowadzanym zwiadzie. Wywiadownie nie ujawniają informacji o zleceniodawcach.

Polscy przedsiębiorcy zapominają o dokładnym sprawdzeniu przyszłego kontrahenta i mają tendencję do obdarzania go zbyt dużym zaufaniem. - Szczególnie dotyczy to partnerów handlowych z Europy Zachodniej – kontynuuje Marek Tereszkiewicz. - Problem zaczyna się wtedy, gdy druga strona nie wywiązuje się z zobowiązań. Przedsiębiorca, który chciałby dochodzić swoich należności często nie dysponuje żadnymi dokumentami, które byłyby dowodem dla sądu, że jego roszczenie jest uzasadnione – kończy.

Kto czyta umowy nie błądzi

Przedsiębiorcy powinni również zwrócić szczególną uwagę na wnikliwe czytanie podpisywanych umów. Polacy niestety nie mają tego we krwi. Jak pokazują badania przeprowadzone przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów 56% osób niedokładnie czyta umowy podpisywane z operatorami telefonii komórkowej. Natomiast według danych Komisji Nadzoru Finansowego, aż 95 % Polaków nie zapoznaje się z ogólnymi warunkami ubezpieczenia przy podpisywaniu polisy. W biznesie takie zaniedbanie, czy przeoczenie może kosztować miliony. Należy przestudiować nie tylko tekst samej umowy, ale również załączników. Trzeba zwracać uwagę na każdy

szczegół, by nie okazało się, że zawarliśmy kontrakt z podmiotem, który np. w świetle prawa nie istnieje. W takim przypadku dochodzenie należności na drodze sądowej będzie nieskuteczne. Jeśli zatem nie rozumiemy treści umowy lub mamy wątpliwości, zlećmy analizę fachowcowi.

Marek Tereszkiewicz to specjalista w dziedzinie handlu międzynarodowego. Ukończył studia na prestiżowym Wydziale Handlu Zagranicznego SGPiS (obecnie Szkoła Główna Handlowa). Przez wiele pracował w przedsiębiorstwie handlu zagranicznego CENTROZAP w Katowicach. Przeszedł w nim przez wszystkie szczeble kariery zawodowej, od stażysty do członka zarządu. Był kierownikiem działu w Biurze Radcy Handlowego w New Delhi (Indie). Pracował jako radca handlowy Ambasady RP w Santiago (Chile), gdzie od podstaw organizował pierwszą po 17 latach, polską placówkę handlową. Pełnił również dyrektorskie funkcje w takich przedsiębiorstwach jak Górnośląski Bank Gospodarczy, Towarzystwo Leasingowe "Financing", Huta Katowice, Polskie Huty Stali (później Ispat Polska Stal oraz Mittal Steel Poland), czy też SIGNTECH. W czasie swojej wieloletniej kariery poznał dokładnie problemy i potrzeby firm, które pojawiają się w działalności na rynkach zagranicznych. Dziś wykorzystuje wiedzę i doświadczenie w zakresie handlu międzynarodowego, by doradzać i pomagać w zawieraniu kontraktów. Specjalizuje się w uzgadnianiu warunków płatności, optymalnych w danych okolicznościach i uwarunkowaniach oraz w zabezpieczaniu bądź ubezpieczaniu należności zagranicznych. Swoim doświadczeniem dzieli się także z członkami Stowarzyszenia Aktywnych Przedsiębiorców Śląskich (SAPŚ), w którym pełni funkcję członka zarządu - sekretarza. Mówi biegle po angielsku, hiszpańsku i rosyjsku. W wolnym czasie gra na akordeonie i w brydża sportowego.

Biuro Prasowe Stowarzyszenia Aktywnych Przedsiębiorców Śląskich