

Jacek Czarecki

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

WYBRANE ASPEKTY POLITYKI KREDYTOWEJ PRZEDSIĘBIORSTW WOBEC KONTRAHENTÓW

1. Wstęp

Udzielanie odbiorcom kredytu kupieckiego jest traktowane z jednej strony jako zwyczaj handlowy, z drugiej zaś jest przejawem panującej obecnie na rynku silnej konkurencji pomiędzy firmami. Kredyt ten występuje w sytuacji, kiedy dostawca produktów lub usług udziela swojemu kontrahentowi odroczonego w czasie terminu płatności za dostarczone dobra. Przedsiębiorstwo nabywające produkt lub usługę ma oczywiście możliwość dokonania natychmiastowej zapłaty gotówkowej (wielokrotnie nagradzanej przez sprzedawców rabatami bądź opustami), jednak w obecnej sytuacji występowania zatorów płatniczych większość odbiorców wybiera zgodną z umową zapłatę z opóźnieniem. Z punktu widzenia kontrahenta kredyt kupiecki jest określany często jako spontaniczne źródło finansowania ze względu na fakt, że jego wielkość rośnie niejako automatycznie wraz z wartością dokonywanych zakupów. Decyzja o udzieleniu kontrahentowi kredytu handlowego odnosząca się do liczby dni kredytowania wywołać może wiele skutków odczuwalnych przez całą gospodarkę finansową przedsiębiorstwa; są nimi np. [Rutkowski 2003, s. 420]:

- 1) wydłużenie terminów płatności powodujące wzrost zainteresowania ofertą podmiotu, co może doprowadzić do zwiększenia sprzedaży w kolejnych okresach,
- 2) wzrost sprzedaży powodujący zmianę stanu zapasów, a w konsekwencji produkcji, co w określonych przypadkach może wymusić konieczność przeprowadzenia inwestycji warunkujących większą produkcję, co z kolei doprowadzić może do powstania aktywów o innej strukturze, które wymagają finansowania np. leasingiem.

Możliwość zaistnienia wspomnianych konsekwencji powoduje, że firma powinna za każdym razem dokładnie przemyśleć podjęcie takiej decyzji, ale przede wszystkim powinna ona postępować zgodnie z przyjętymi przez nią założeniami polityki kredytowej.

2. Elementy polityki kredytowej firm

Polityka kredytowa przedsiębiorstwa wyznacza ramowe warunki dla szczegółowych ustaleń dotyczących poszczególnych kontraktów handlowych [Adamska 2004, s. 40]. Polityka kredytowa firmy wobec jej odbiorców realizowana jest na podstawie zestawu narzędzi umożliwiających oddziaływanie na poziom należności. Zastosowanie instrumentów polityki kredytowej w procesie zarządzania płynnością firmy właściwych może pozwolić na zmaksymalizowanie poziomu sprzedaży przy jednoczesnym zminimalizowaniu wielkości należności nieściągalnych i przeterminowanych [Sierpińska, Wędzki 2002, s. 164]. W obrębie stosowanej przez firmę polityki kredytowej powinny być określone następujące parametry:

- a) standardy kredytowe, czyli sposoby określania zdolności kredytowej odbiorców (wymagania ilościowo-jakościowe odnoszące się do sytuacji finansowej potencjalnych dłużników dostawcy) pozwalające na ocenę ryzyka transakcji,
- b) limity kredytowe, czyli maksymalne poziomy wartości towarów, jakie poszczególni kontrahenci mogą nabyć w ramach kredytu kupieckiego,
- c) okres kredytowania (termin płatności), czyli czas, w którym odbiorcy mogą dokonać zapłaty za nabyte towary,
- d) udzielane rabaty (skonta, stopy opustów), czyli ewentualne zniżki oferowane kontrahentom za wcześniejsze spłaty,
- e) procedury ściągania należności, czyli terminy i sposoby postępowania w sytuacjach pojawienia się opóźnień w spłatach wierzytelności oraz systemy przyspieszania inkasa gotówki za wystawione faktury sprzedaży (więcej na temat elementów polityki kredytowej: [Michalski 2005, s. 153-155; Pluta 2004, s. 155-158]).

Ostatni wymieniony element polityki kredytowej obejmuje ogół czynności zmierzających do jak najszybszego i najlepiej bezkonfliktowego odzyskania środków pieniężnych zamrożonych w należnościach zarówno tych już wymagalnych, jak i niewymagalnych.

Przedsiębiorstwo ma różne możliwości dochodzenia swoich przeterminowanych roszczeń. Może ono samodzielnie przeprowadzić wstępną interwencję u kontrahenta, wynająć zewnętrzną instytucję specjalizującą się w odzyskiwaniu wierzytelności, sprzedać dług firmie windykacyjnej lub rozpocząć proces egzekucji poprzez skierowanie sprawy na drogę sądową. W przypadku zaś wierzytelności niewymagalnych ciekawym rozwiązaniem dla jednostki gospodarczej może być ich cesja na instytucję faktoringową w ramach umowy faktoringu. Sprzedaż nieprzeterminowanej należności jest bowiem korzystna z dwóch powodów. Po pierwsze przedsiębiorstwo przyspiesza wpływ środków pieniężnych za daną należność. Dodatkowo w przypadku faktoringu pełnego nie musi się już ono obawiać wystąpienia kłopotów z niesolidnym dłużnikiem. Po drugie zaś uzyskuje możliwość wydłużenia swoim kontrahentom terminów płatności, dzięki czemu jego oferta staje się dużo bardziej atrakcyjna finansowo niż oferta bezpośrednich konkurentów.

W świetle zaprezentowanych korzyści płynących z zastosowania przez podmiot faktoringu jako instrumentu polityki kredytowej niezmiernie interesujące

wydają się opinie samych przedsiębiorców na temat możliwości wydłużenia okresu kredytowania odbiorców po rozpoczęciu korzystania z tego instrumentu.

3. Zakres i metodologia badań

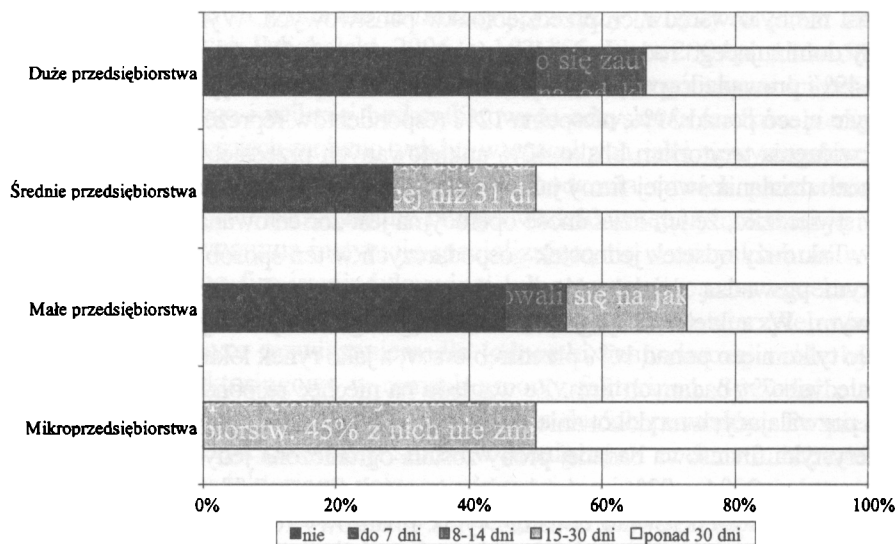
W pierwszym półroczu 2005 r. autor przeprowadził badania ankietowe w przedsiębiorstwach wykorzystujących faktoring w swojej działalności gospodarczej. Badaniem zostały objęte 43 podmioty o różnej klasie wielkości mające siedzibę na terenie całej Polski. Ankietowane jednostki gospodarcze zaklasyfikowano do poszczególnych grup wielkości na podstawie ustawowego wymogu dotyczącego zatrudnienia. Informacje dotyczące generowanej wartości przychodów netto ze sprzedaży i wysokości sumy bilansowej nie zostały udostępnione przez przedsiębiorstwa ze względu na ochronę danych osobowych. Według podstawowego zastosowanego kryterium doboru podmiotów do próby badawczej, jakim była liczba zatrudnionych w nich pracowników, rozkład firm był następujący: około 39% stanowiły jednostki małe, niespełna 33% – średnie, a 28% – duże. W grupie małych podmiotów zanotowano 35% udział firm zatrudniających do 9 osób włącznie i 65% udział jednostek o zatrudnieniu od 10 do 49 pracowników. Badane przedsiębiorstwa występowały w różnych formach organizacyjno-prawnych prowadzenia działalności gospodarczej. Dominującą formą była spółka z ograniczoną odpowiedzialnością stanowiąca ponad 32% badanej grupy. Równie wysoki udział w zbiorowości miała spółka akcyjna – prawie 28%. Blisko 21% stanowiły przedsiębiorstwa osób fizycznych, a 12% – spółki jawne. Odnotowano również 7% udział w próbie spółdzielni, natomiast nie było wśród nich przedsiębiorstw państwowych. Wyróżniono trzy główne odmiany dominującego rodzaju działalności gospodarczej. Wśród badanych podmiotów prawie 49% prowadziło przede wszystkim działalność produkcyjną, jednostek handlowych było nieco ponad 39%, niespełna 12% respondentów reprezentowało zaś usługi. Z punktu widzenia terytorium blisko 42% ankietowanych przedsiębiorstw scharakteryzowało rynek działania swojej firmy jako rynek ogólnopolski. Prawie 35% badanych podmiotów stwierdziło, że ich działalność operacyjna jest zorientowana na rynek międzynarodowy. Tak duży odsetek jednostek gospodarczych w ten sposób określających rynek, na którym prowadzą działalność, świadczy o ich dużym potencjale ekonomiczno-handlowym. W ankietowanej grupie na zasięg regionalny swojego rynku działania wskazało tylko nieco ponad 16% przedsiębiorstw, a jako rynek lokalny scharakteryzowało go zaledwie 7% badanych firm. Ze względu na niechęć respondentów do ujawnienia danych pozwalających na dokonanie pełnej oceny ich kondycji ekonomiczno-płatniczej charakterystyka finansowa badanej próby została ograniczona jedynie do wyniku finansowego netto za 2004 r. 93% spośród ankietowanych firm zadeklarowało, że w analizowanym okresie wygenerowało dodatni wynik finansowy roku obrotowego, 7% odpowiedziało zaś, że uzyskało jego ujemną wielkość.

4. Wpływ zastosowania faktoringu na kształtowanie polityki terminów płatności

Wśród ankietowanych podmiotów z sektora MSP (mikro, małe i średnie firmy) tylko 29% po zastosowaniu faktoringu nie wydłużyło okresu zapadalności faktur swoim odbiorcom, nie zrobiła tego również aż połowa dużych jednostek gospodarczych. W przedsiębiorstwach z sektora MSP dało się zauważyć różnorodną politykę kształtowania terminów płatności uzależnioną od klasy wielkości podmiotu. Wszystkie mikrofirmy zaoferowały kontrahentom dłuższe okresy zapłaty za sprzedane produkty. 50% z nich przedłużyło dotychczasowe terminy zapadalności faktur o 15-30 dni, zaś druga połowa o więcej niż 31 dni (por. rys. 1).

Warto w tym miejscu wspomnieć, że w badanej zbiorowości przedsiębiorstw nie odnotowano ani jednego przypadku wydłużenia kontrahentom terminów płatności o 1-7 dni. Respondenci albo nie decydowali się na jakiegokolwiek odroczenie okresu zapłaty, albo robili to o minimum 8 dni.

Największe zróżnicowanie zachowań jednostek dotyczące kształtowania polityki płatności po rozpoczęciu korzystania z faktoringu zostało odnotowane w grupie małych przedsiębiorstw. 45% z nich nie zmieniło stosowanych okresów zapłaty, prawie co dziesiąty podmiot wydłużył go o 8-14 dni, 18% do dotychczasowych terminów zapadalności wierzycielności dodało 15-30 dni, 27% zaoferowało zaś odbiorcom okresy zapłaty dłuższe niż 31 dni.



Rys. 1. Rozkład odpowiedzi przedsiębiorstw (według klas wielkości) dotyczących wydłużenia terminów płatności kontrahentom po rozpoczęciu korzystania z faktoringu
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Tak różnorodne zachowanie podmiotów z tego sektora można tłumaczyć problemami wynikającymi z interpretacji ustawy o terminach zapłaty w transakcjach handlowych [Ustawa z dnia 12 czerwca 2003 r. ...]. Zgodnie z zawartymi w niej zapisami przedsiębiorca ma prawo do naliczania swoim większym kontrahentom karnych odsetek ustawowych już od 31 dnia po dostawie towaru lub wykonaniu usługi do dnia uregulowania płatności, ale nie dłużej niż do dnia wymagalności zapłaty określonej na fakturze lub w umowie. Z przepisu tego wynika, że bez względu na ustalony termin płatności mała jednostka może obciążyć swojego dłużnika odsetkami po 30 dniach od powstania wierzytelności. Z tego powodu sami odbiorcy nie są zainteresowani wydłużaniem im okresu zapłaty, gdyż nie mają pewności, czy regulując płatność zgodnie z terminem zapadalności faktury, ale już po trzydziestym dniu od jej wystawienia, nie narażą się na żądania małych przedsiębiorstw dotyczące zapłaty odsetek ustawowych.

Decyzje podejmowane w zakresie kształtowania polityki okresów płatności przez podmioty średniej wielkości były jeszcze inne niż w mikro- i małych firmach. Wśród nich aż 71% zaoferowało swoim kontrahentom dłuższe terminy zapłaty (w tym 50% o więcej niż 31 dni i 21% o 15-30 dni), 29% zaś nie podjęło takiej decyzji.

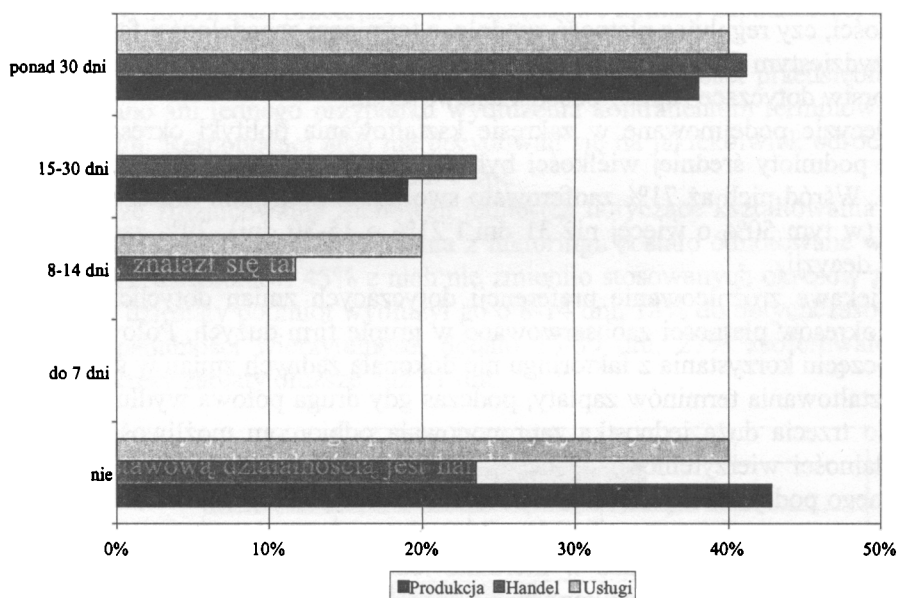
Ciekawe zróżnicowanie preferencji dotyczących zmian dotychczas stosowanych okresów płatności zaobserwowano w grupie firm dużych. Połowa z nich po rozpoczęciu korzystania z faktoringu nie dokonała żadnych zmian w swojej polityce kształtowania terminów zapłaty, podczas gdy druga połowa wydłużyła te okresy. Co trzecia duża jednostka zaproponowała odbiorcom możliwość odroczenia zapadalności wierzytelności o więcej niż 31 dni. Z punktu widzenia monopolistycznego podejścia największych przedsiębiorstw do swoich kontrahentów i dyktowania im warunków transakcji handlowych ten stan należy uznać za bardzo korzystne zjawisko ewoluujące w kierunku jednolitego i równego traktowania się podmiotów w kontaktach rynkowych.

Bardzo interesujące wnioski wyływają z analizy związków rodzaju działalności prowadzonej przez ankietowane przedsiębiorstwa ze strukturą wydłużania terminów płatności kontrahentom po zastosowaniu faktoringu. Wśród przedsiębiorstw produkcyjnych zauważono bowiem bardzo dużą polaryzację udzielonych odpowiedzi. Aż 43% podmiotów nie wydłużyło swoim odbiorcom okresów płatności po rozpoczęciu korzystania z faktoringu, podczas gdy 38% jednostek wydłużyło je o więcej niż 30 dni (por. rys. 2). Żadne z ankietowanych przedsiębiorstw nie udzieliło odpowiedzi, że zaoferowało kontrahentom dłuższe terminy zapłaty (do 7 lub od 8 do 14 dni), zaś 19% podało, iż wydłużyło je o 15-30 dni.

Podobna sytuacja wystąpiła w grupie firm usługowych. 40% z nich zadeklarowało, że nie wydłużyło okresu zapadalności faktur swoim kontrahentom i dokładnie taka sama liczba ankietowanych jednostek podała, że zrobiła to o minimum 31 dni. Wśród podmiotów, których dominującym rodzajem działalności jest świad-

czenie usług, znalazł się także jeden twierdzący, iż po rozpoczęciu korzystania z faktoringu rozciągnął okres płatności odbiorcom o kolejne 8-14 dni.

Diametralnie inna sytuacja wystąpiła natomiast w sektorze przedsiębiorstw handlowych. Dało się bowiem w nim zaobserwować, że zaledwie co czwarty podmiot nie zdecydował się na wydłużenie terminów płatności kontrahentom, podczas gdy trzy na cztery jednostki gospodarcze podjęły decyzję odwrotną. 12% firm, których podstawową działalnością jest handel, po zastosowaniu faktoringu postanowiło zaoferować odbiorcom okresy zapłaty dłuższe o 8-14 dni, 24% podmiotów dłuższe o 15-30 dni, aż 41% przedsiębiorstw zaś o 31 i więcej dni.



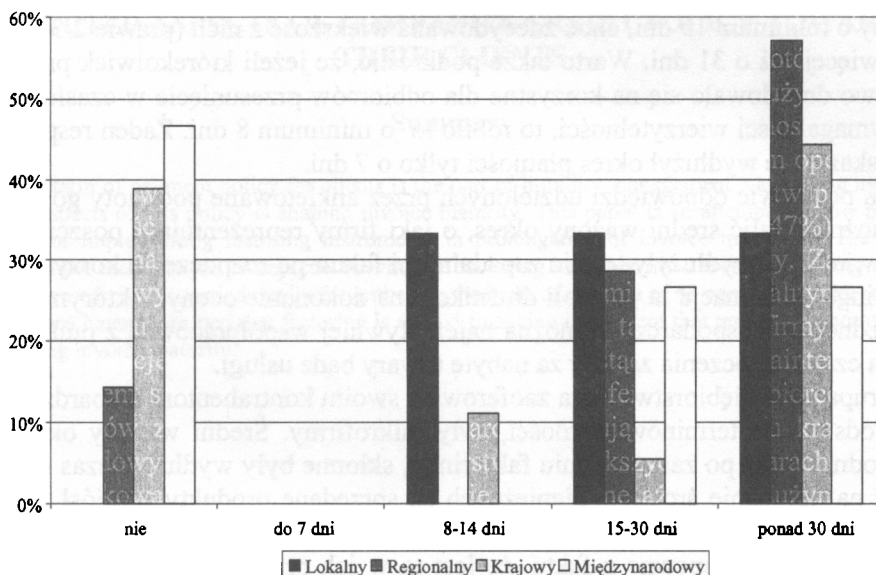
Rys. 2. Rozkład odpowiedzi przedsiębiorstw (według rodzaju prowadzonej działalności) dotyczących wydłużenia terminów płatności kontrahentom po rozpoczęciu korzystania z faktoringu

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Wydaje się, że takie zachowanie przedsiębiorstw handlowych wynika właśnie ze specyfiki prowadzonej działalności. Podmioty te, nie będąc bezpośrednimi producentami lub usługodawcami, nie mają bezpośredniego wpływu na jakość oferowanych dóbr, ich minimalny poziom cen, zakres i dostępność serwisu posprzedażowego itp. Z tego powodu najważniejszym argumentem firm handlowych w walce rynkowej z konkurencją jest właśnie elastyczna polityka kredytowa stosowana wobec odbiorców przejawiająca się m.in. w proponowaniu im coraz dłuższych terminów płatności.

Zjawisko to związane jest bezsprzecznie ze specyfiką tego typu działalności. W dobie silnej konkurencji na rynku odroczenie zapłaty kontrahentom o kilkanaście dni jest niewątpliwie poważnym atutem handlowym.

Ciekawe zależności zaobserwowane zostały także podczas analizy związków struktury wydłużania terminów płatności kontrahentom po zastosowaniu faktoringu z zasięgiem terytorialnym działania ankietowanych jednostek. Zauważono bowiem, że im szerszy jest obszar, na którym przedsiębiorstwa prowadzą działalność operacyjną, tym większy odsetek firm z danej zbiorowości nie zdecydował się na wydłużenie odbiorcom okresów zapłaty (por. rys. 3). Wśród podmiotów funkcjonujących na rynku lokalnym nie znalazł się żaden, który nie przedłużył terminów zapadalności faktur swoim kontrahentom, podczas gdy w grupie jednostek o regionalnym zasięgu działania było to 14% badanych, zaś w sektorze firm operujących na rynku krajowym – 39% badanych firm. W grupie przedsiębiorstw prowadzących działalność na rynku międzynarodowym prawie co drugie (tj. 47%) nie zdecydowało się na jakiegokolwiek dodatkowe odroczenie okresu zapłaty. Zaistnienie takiej sytuacji wynika prawdopodobnie z faktu, iż podmiotami o lokalnym i regionalnym zasięgu są w przeważającej części mikro-, a także małe firmy, których rynkowe pozycje strategiczne nie są najsilniejsze, stąd są one zainteresowane wzmacnianiem swojej konkurencyjności poprzez zaoferowanie odbiorcom dłuższych okresów zapłaty. Jednostki gospodarcze operujące na rynku krajowym i międzynarodowym to z kolei przedsiębiorstwa o większych rozmiarach, których pozycja rynkowa jest stabilna, przez co nie muszą one aż w tak dużym stopniu konkurować na rynku, stosując odroczone terminy płatności.



Rys. 3. Rozkład odpowiedzi przedsiębiorstw (według terytorialnego zasięgu działania) dotyczących wydłużenia terminów płatności kontrahentom po rozpoczęciu korzystania z faktoringu
 Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Przedsiębiorstwa, które podjęły pozytywną decyzję dotyczącą wydłużenia kontrahentom terminów płatności, przyjmowały, w zależności od ich terytorialnego zasięgu działania, różnorodną politykę kształtowania terminów płatności.

Rozkład odpowiedzi udzielonych przez podmioty funkcjonujące na rynku lokalnym był równomierny. Po jednej trzeciej ankietowanych firm wskazało, iż wydłużyło okresy zapłaty kontrahentom odpowiednio o 8-14 dni, 15-0 dni oraz o ponad 30 dni. W grupie jednostek gospodarczych prowadzących działalność na rynku regionalnym odnotowano z kolei 29% udział przedsiębiorstw, które podały, że do dotychczas stosowanych dat zapadalności wierzytelności dodało 15-30 dni, oraz 57% udział podmiotów, które stwierdziły, iż zrobiły to o więcej niż 30 dni. Wśród podmiotów o krajowym zasięgu działania 11% przedłużyło zapadalność wystawianych faktur o 8-14 dni, 6% – o 15-30 dni i 44% – o 31 dni i więcej. Po 27% firm operujących na rynku międzynarodowym natomiast podało, że wydłużyło terminy płatności swoim odbiorcom odpowiednio o 15-30 dni i o ponad 30 dni.

5. Podsumowanie

Reasumując, należy powiedzieć, że małe i średnie firmy z sektora MSP po rozpoczęciu stosowania faktoringu bardzo chętnie zaoferowały swoim odbiorcom dłuższe terminy płatności. Prawie 70% ankietowanych przedsiębiorców z tej klasy wielkości jednostek przyznało, że zaproponowało kontrahentom wydłużenie okresu zapłaty o minimum 15 dni, choć zdecydowana większość z nich (prawie 2/3) zrobiła to więcej niż o 31 dni. Warto także podkreślić, że jeżeli którekolwiek przedsiębiorstwo decydowało się na korzystne dla odbiorców przesunięcie w czasie terminu wymagalności wierzytelności, to robiło to o minimum 8 dni. Żaden respondent nie wskazał, że wydłużył okres płatności tylko o 7 dni.

Na podstawie odpowiedzi udzielonych przez ankietowane podmioty gospodarcze można ustalić średni ważony okres, o jaki firmy reprezentujące poszczególne klasy wielkości wydłużyły termin zapadalności faktur po rozpoczęciu korzystania z faktoringu. Informacja ta pozwoli dłużnikom na dokonanie oceny, z którym sektorem jednostek gospodarczych można najefektywniej współpracować z punktu widzenia czasu odroczenia zapłaty za nabyte towary bądź usługi.

Grupą przedsiębiorstw, która zaoferowała swoim kontrahentom najbardziej odległe odsunięcie terminów płatności, były mikrofirmy. Średni ważony okres, na jaki podmioty te, po zastosowaniu faktoringu, skłonne były wydłużyć czas oczekiwania na uzyskanie środków pieniężnych za sprzedane produkty wyniósł 27 dni. Chęć tak znacznego odroczenia dłużnikom momentu zapłaty przez najmniejsze jednostki wynika zapewne z faktu, że jest to w ich przypadku jedyny skuteczny sposób konkurowania z większymi przedsiębiorstwami. Podmioty z innych klas wielkości nie były już tak chętne do zaoferowania odbiorcom dłuższych terminów płatności, jak mikrofirmy. Jedynie jednostki gospodarcze o średnich rozmiarach odsunęły w czasie swoim kontrahentom okresy zapłaty w zbliżony sposób, odro-

czyły je bowiem średnio o 20 dni. Małe przedsiębiorstwa po rozpoczęciu korzystania z faktoringu skłonne były wydłużyć czas oczekiwania na wpływ należności z tytułu sprzedaży produktów o 2 tygodnie, duże podmioty gospodarcze moment płatności wskazany na fakturach zdecydowały się zaś przesunąć już tylko o 12 dni.

Literatura

- Adamska A., *Rola i zadania dyrektora finansowego*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.
- Michalski G., *Płynność finansowa w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- Pluta W. (red.), *Finanse małych i średnich przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.
- Rutkowski A., *Zarządzanie finansami*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.
- Sierpińska M., Wędzki D., *Zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- Ustawa z dnia 12 czerwca 2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych, DzU 2003, nr 139, poz. 1323 z późn. zm.

SELECTED ASPECTS OF COMPANIES CREDIT POLICY TOWARDS THEIR CLIENTS

Summary

The term of payment policy for clients is the part of liquidity management. One of the most important aspects of this policy is shaping invoice maturity. This paper is an attempt to show positive features of implementing factoring instruments in prolongation of invoice maturities. The article presents how the surveyed entrepreneurs who use factoring have benefited from prolonging maturities. The research was carried out by the author on the basis of analysis of 43 companies. The research conclusions have confirmed that factoring is a good financing instrument that provides opportunity of prolonging invoice maturity.