

Andżelika Ścibor

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
Koło Ekonomiczne

Alternatywne formy finansowania przedsiębiorstw

Wstęp

Rynek usług finansowych oferuje szeroki zakres instrumentów finansowania. Jednakże dostęp do kapitałów zewnętrznych jest bardzo często utrudniony, bądź całkowicie niedostępny, w szczególności dla małych i średnich firm. Z tego względu firmy szukają alternatywnych źródeł finansowania. Przedsiębiorstwa coraz częściej wykorzystują tak zwane niekonwencjonalne formy pozyskiwania kapitału, takie jak: *factoring*, *franczyza*, *leasing*. Korzyści wynikające z zastosowań alternatywnych źródeł finansowania to między innymi elastyczność, dynamizm przedsiębiorczy oraz zaangażowanie w procesy innowacyjne. Celem artykułu jest próba analizy alternatywnych form finansowania przedsiębiorstw. Wykorzystane zostały badania przeprowadzone między innymi przez Główny Urząd Statystyczny oraz Polski Związek Faktorów, aby przeanalizować popularność tychże źródeł finansowania.

Analiza alternatywnych form finansowania przedsiębiorstw

Factoring jest formą finansowania działalności bieżącej o charakterze zewnętrznym, krótkoterminowym. *Factoring* jest to sposób kredytowania przez bank lub inną instytucję finansową należności przedsiębiorstw przed terminem ich płatności. Firma udzielająca odbiorcom kredytu handlowego, nosi miano faktora, sprzedaje te należności, tj. przenosi je na podstawie odpowiedniej umowy na rzecz faktora. Nabywając należności, faktor

przekazuje faktorantowi ich równowartość w gotówce po pomniejszeniu o przewidziane w umowie odsetki i inne opłaty¹.

Intensywny wzrost gospodarczy oraz rozwój przedsiębiorczości przyczynił się do rozprzestrzeniania na coraz to większą skalę usługi *faktoringu*. *Faktoring* rozwiązuje problemy związane z przepływem gotówki, dzięki czemu przedsiębiorca ma zapewniony stały dopływ gotówki. Poza tym, usługa *faktoringu* zapewnia przyspieszenie obrotu gospodarczego, co korzystnie wpływa na całą gospodarke.

W Polsce usługa *faktoringu* cały czas rozwija się. Według badań przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny (GUS) w roku 2018 z usług faktoringowych skorzystało 17.917 klientów, w porównaniu z rokiem 2017 ta liczba wzrosła o 12,8%. Z tej liczby klientów 25,5% prowadziło działalność w zakresie handlu, 22,4% – przemysłu, 17,1% – transportu, a 14,9% – usług. W grupie 57 zbadanych podmiotów prowadzących w 2018 roku działalność faktoringową było 47 niebankowych przedsiębiorstw prowadzących ten rodzaj działalności oraz 10 banków komercyjnych, które zajmowały się faktoringiem obok statutowej działalności bankowej. Łączna wartość wykupionych wierzytelności przez badane przedsiębiorstwa wzrosła o 21,6%, z 221 654 mln zł w 2017 r. do 269 629 mln zł w 2018 r.²

Jak podaje Polski Związek Faktorów (PZF), obroty 22 zrzeszonych firm w 2019 roku wyniosły 281,7 mld zł, wskazuje to, że wartość wzrosła o 38,9 mld złotych w porównaniu z rokiem poprzednim. Z tej liczby 84% stanowił faktoring krajowy, z kolei zaś faktoring zagraniczny dotyczy 16%. Liczba klientów zrzeszonych w Polskim Związku Faktorów również rośnie, w 2018 – 16,9 tysięcy, natomiast w 2019 – 18 tysięcy. W strukturze obrotów firm zrzeszonych w PZF największe znaczenie miał sektor produkcji i dystrybucji³.

Drugą formą pozyskiwania kapitału jest *franchising*, traktowany jako niekonwencjonalne źródło finansowania działalności. Istotę *franchisingu* stanowi oryginalność i wyjątkowość pomysłu, który jest podstawą funkcjonowania firmy. Pomysł, dzięki któremu przedsiębiorca uzyskał renomę na rynku, musi być sprawdzony i zastrzeżony prawnie. *Franchising* jest traktowany jako alternatywne źródło finansowania długoterminowego poprzez operacje, takie jak niższy koszt reklamy i promocji, możliwość kupowania towarów

¹ J. Głuchowski, *Leksykon finansów*, Warszawa 2001, s. 81.

² *Działalność finansowa przedsiębiorstw finansowych w 2018*, GUS.

³ <http://faktoring.pl/analizy-i-statystyki/> (data dostępu: 03.03.2020).

w niższych cenach itp.⁴. Współpraca gospodarcza polega w tym przypadku na tym, że franczyzodawca daje prawo do wykorzystania marki, systemu operacyjnego oraz kontroluje i udziela wsparcia. Dzięki temu powstaje niezależna prawnie swoista kopia przedsiębiorstwa franczyzodawcy. Franczyzobiorca natomiast ponosi opłaty przewidziane w umowie franczyzowej, ale także oferuje swoją przedsiębiorczość, inicjatywę oraz znajomość lokalnego rynku.

Franczyza rozwijała się dynamicznie w XX i XXI w. na wszystkich kontynentach. W Polsce rynek *franczyzy* kształtuje się od 1989 roku. W pierwszej dekadzie działało 77 systemów franczyzowych. W kolejnych pięciu latach, tj. w okresie 1999 – 2003 roku ich liczba wzrosła do 210, by w następnych pięciu latach (2004-2008) powiększyć się o kolejne 269 systemów⁵.

W 2009 roku na polskim rynku działało 37 982 placówek franczyzowych, a ich liczba z roku na rok stale rośnie. W ciągu dziewięciu lat, czyli w okresie od 2009 do 2018 roku liczba placówek wzrosła do 78 000, co oznacza, że w tym okresie uruchomiono kolejnych 40 018 placówek franczyzowych. Rynek franczyzy w Polsce wykazuje stałą tendencję wzrostową. Najbardziej popularnymi firmami we franczyzie są: w handlu – sklepy spożywcze, a w usługach – gastronomia. Oferta franczyzy staje się coraz bogatsza, a franczyzodawcy zdobywają coraz wyższe kwalifikacje, aby wspierać swoich partnerów na drodze biznesowego sukcesu. Dzięki temu prowadzenie tego typu działalności staje się coraz bezpieczniejszym rozwiązaniem. Rynek franczyzy w Polsce jest coraz bardziej dojrzały. Od kilku lat prym wiodą na nim polskie koncepty. Osiem na dziesięć franczyz stanowią rodzime marki, w ramach których działa również ponad 85% jednostek franczyzowych. Oprócz tego Polscy franczyzodawcy działają również na rykach zagranicznych. Blisko 150 polskich marek franczyzowych ma przynajmniej jednego franczyzobiorcę za granicą⁶.

Trzecią niekonwencjonalną formą pozyskiwania kapitału przez firmy jest *leasing*. *Leasing* jest umową, na mocy której leasingodawca przekazuje leasingobiorcy prawo do użytkowania określonego dobra. Leasingobiorca jest

⁴ H. Górska-Warsewicz, T. Mikulska, O. Kulykovets, *Franchising i leasing jako alternatywne źródła finansowania i rozwoju międzynarodowych systemów hotelowych w kontekście ekspansji regionalnej*, Warszawa 2015, s. 118.

⁵ A. Antonowicz, *Franchising uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Gdańsk 2010, s. 128.

⁶ *Franczyza w Polsce. Rozwój od 1989 do 2020 roku* <https://franchising.pl/abc-franczyzy/24/franczyza-polsce-rozwoj-1989-2020-roku/> (data dostępu: 29.02.2020).

zobowiązany do zapłaty w ratach wynagrodzenia pieniężnego, którego wielkość jest co najmniej równa wartości tego dobra w chwili zawierania umowy. Umowa *leasingu* jest zawierana na określony czas, co jest ściśle związane z okresem amortyzacji tego aktywu. Istotnym aspektem jest fakt, że rzecz oznaczona w umowie pozostaje przez cały czas własnością leasingodawcy.

Rynek usług leasingowych odgrywa znaczącą rolę w finansowaniu polskich firm. Najistotniejszą przyczyną są korzyści podatkowe. Opłaty leasingowe zmniejszają podstawę opodatkowania, dzięki czemu zmniejsza się wysokość podatku dochodowego. Do zalet *leasingu* można zaliczyć również zachowanie płynności finansowej, elastyczność tejże formy finansowania, dzięki różnorodności firm leasingowych, uproszczoną procedurę z powodu braku konieczności posiadania zabezpieczeń. Leasing ułatwia przedsiębiorstwom dostęp do nowych technologii, pozwala poszerzyć działalność oraz zwiększyć zdolności produkcyjne⁷ oraz leasingu⁸.

Leasing jest jednym z najpopularniejszych źródeł finansowania przedsiębiorstw. Liczba leasingobiorców z roku na rok rośnie, na co wskazują badania przeprowadzone przez GUS. W roku 2018 badane przedsiębiorstwa podpisały 620 tysięcy umów, dzięki temu przekazali 727 tysięcy przedmiotów w leasing. Ich wartość wyniosła 66 440 mln zł. Przedmiotem transakcji były zarówno środki nowe o łącznej wartości 53 190 mln zł, jak i używane – ich wartość wyniosła 13 250 mln zł. Dla porównania, w roku poprzednim (2017) badane przedsiębiorstwa podpisały 469 tys. umów, przekazując w leasing 635 tys. przedmiotów o wartości 58 186 mln zł⁹. W 2018 roku najwięcej umów zostało podpisanych w walucie polskiej (53 512 mln zł), w walucie obcej podpisano umowy na kwotę 12 928 mln zł, z czego 98% umów było w walucie euro. Najczęściej umowy zostały zawierane na okres od 2 do 5 lat (81,1%). Powyżej 5 lat zostało zawartych 11,1 % wartości nowych umów, umowy na okres do 2 lat są najrzadziej wykorzystywane (7,8%).

W strukturze umów leasingu największą wartość zajmował leasing środków transportu drogowego o łącznej wartości – 49 087 mln zł. Największy udział w wartości środków transportu drogowego zajęły samochody osobowe (61,3%). Duży udział w strukturze rynku odegrały również maszyny i urządzenia przemysłowe, które stanowiły 21,9% wartości umów. W tej

⁷ K. Wiśniewska, *Zalety i wady leasingu*, „Współczesna gospodarka” 2012, vol. 3, issue 4, s. 30-31.

⁸ J. Grzywacz, *Kapitał przedsiębiorstwa i jego struktura*, Warszawa 2012, s. 161-162.

⁹ *Działalność przedsiębiorstw leasingowych w 2018 r.*, www.stat.gov.pl/ (data dostępu: 05.03.2020).

grupie 20,5% stanowił sprzęt budowlany, 14,0% maszyny rolnicze, a 12,1% maszyny do obróbki metali. Nieruchomości w strukturze rynku odegrały mało znaczącą rolę – stanowiły zaledwie 1,0% wartości ogółu nowych umów leasingu.

W 2018 roku finansowanie przedmiotów leasingu odbyło się w głównej mierze poprzez kredyt (79,8%), ale również przez fundusze własne (4,5%) oraz emisje papierów dłużnych (0,7%). Na przestrzeni 10 lat – w okresie 2008-2018 – można zauważyć na podstawie danych GUS wyraźny spadek aktywności w tym zakresie po 2009 roku. Odnotowany spadek może wynikać z faktu, iż wiele przedsiębiorstw w 2010 roku zrezygnowało z leasingu na rzecz faktoringu. Jednak w kolejnych latach sytuacja gospodarcza zaczyna się poprawiać i wykazuje tendencję wzrostową. Zauważalny jest wzrost liczby klientów oraz nowych umów, który trwa do dzisiaj. Leasing jest bardzo popularną formą finansowania przedsiębiorstw. Częsty wybór leasingu jako źródła finansowania jest spowodowany głównie przez korzyści podatkowe, łatwy dostęp do kapitału oraz brak konieczności posiadania zabezpieczeń.

Podsumowanie

Współczesna gospodarka stawia przed przedsiębiorstwami szereg wyzwań. Jednostki gospodarcze, aby sprostać tym wymaganiom, zmuszone są do podejmowania działań o charakterze innowacyjnym. Determinantą utworzenia innowacyjnych przedsiębiorstw o znacznym stopniu konkurencyjności oraz dużym potencjale wzrostu jest połączenie transferu wiedzy i nowych technologii. Wzrost zapotrzebowania na kapitał wpływa na poszukiwanie niekonwencjonalnych form finansowania. Z pewnością jest to jedna z przyczyn wzrostu popularności alternatywnych źródeł finansowania wśród polskich przedsiębiorców. Zgodnie z analizą literatury i badań wykorzystanie tych form finansowania wykazuje tendencję wzrostową. Niesie to ze sobą wiele korzyści dla przedsiębiorców, ale także dla całej gospodarki. Niekonwencjonalne źródła finansowania są coraz łatwiej dostępne, dzięki czemu wzrasta możliwość wprowadzania nowinek technologicznych. Z takim podejściem z kolei wiąże się większa innowacyjność polskich przedsiębiorstw, a tym samym i całej gospodarki.

Bibliografia

Analizy i statystyki, Polski Związek Faktorów, <http://faktoring.pl/analizy-i-statystyki/> (data dostępu: 03.03.2020).

Antonowicz A., *Franchising uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Gdańsk 2010.

Działalność finansowa przedsiębiorstw finansowych w 2018r., GUS, www.stat.gov.pl/ (data dostępu: 05.03.2020).

Głuchowski J., *Leksykon finansów*, Warszawa 2001.

Górska-Warsewicz H., Mikulska T., Kulykoveta O., *Franchising i leasing jako alternatywne źródła finansowania i rozwoju międzynarodowych systemów hotelowych w kontekście ekspansji regionalnej*, Warszawa 2015.

Grzywacz J., *Kapitał przedsiębiorstwa i jego struktura*, Warszawa 2012.

Wiśniewska K., *Zalety i wady leasingu*, „Współczesna Gospodarka” 2012, vol. 3, issue 4.

Wiśniewski M., *Franczyza w Polsce, Rozwój od 1989 do 2020 roku* <https://franchising.pl/abc-franczyzy/24/franczyza-polsce-rozwoj-1989-2020-roku/> (data dostępu: 29.02.2020).

Alternative forms of financing for enterprises

Summary: Today's developed market economy system requires companies to raise capital from outside. Economic expansion, the speed of change, increasing competition force the continuous development of enterprises, and this requires a lot of financial investment. Low financial resources and expensive and difficult access to credit are driving entrepreneurs to look for alternative sources of finance. This is met by the financial market, which offers increasingly sophisticated forms of capital raising, adapted to the type and scale of ventures. The aim of the article is to try to analyse alternative forms of financing for enterprises and rating their popularity.

Keywords: financing of enterprises, factoring, leasing, franchising