Kredyt kupiecki w badaniach jakościowych

Dariusz Nowak, Sławomir Górczyński*

Streszczenie: *Cel* – Celem artykułu jest przedstawienie w aspekcie poznawczym opinii, stanowisk i poglądów przedsiębiorców dotyczących finansowania bieżącej działalności kredytem kupieckim.

Metodologia badania – Charakter problemu badawczego przesądził o przyjęciu jako podstawy badań jakościowych, w których podstawowym narzędziem badawczym był wywiad bezpośredni z przedsiębiorcami, którzy występują w procesach transakcyjnych zarówno jako biorcy, jak i dawcy kredytu. Wywiady przeprowadzono w 2015 roku, na próbie 147 podmiotów przetwórstwa przemysłowego o zróżnicowanym charakterze i różnej domenie działalności.

Wynik – W artykule ukazano zarówno pozytywne, jak i negatywne aspekty związane z wykorzystaniem kredytu kupieckiego. Szczególnie istotne w pierwszym ujęciu są: możliwość dokonania zakupu bez konieczności posiadania środków finansowych, wpływ kredytu na płynność i produktywność produkcji, wzrost przychodów i pozycji konkurencyjnej, a także powszechność, ogólnodostępność i taniaść. W ujęciu negatywnym wskazano na narastające zatory płatnicze i związane z nimi ryzyko, a także wzrost kosztów działalności.

Oryginalność/wartość – Autorzy, przez pryzmat badań jakościowych, identyfikują oraz analizują pozytywne i negatywne aspekty kredytu kupieckiego. Przedstawione rozważania mogą być brane pod uwagę przez przedsiębiorstwa wdrażające lub rozwijające politykę finansowania działalności operacyjnej kredytem kupieckim.

Słowa kluczowe: kredyt kupiecki, płynność finansowa, finansowanie działalności operacyjnej, pozytywne i negatywne aspekty kredytu kupieckiego

Wprowadzenie

Współczesna działalność operacyjna może być finansowana środkami pochodzącymi z różnych źródeł, w tym przy wykorzystaniu kredytu w rachunku bieżącym, krótkoterminowego kredytu bankowego oraz kredytu kupieckiego, który zdaniem wielu przedsiębiorców stanowi najtańsze, najszybciej dostępne i charakteryzujące się stosunkowo wysoką elastycznością źródło kapitału. Uważa się, że podstawą jego rozwoju są pozytywne relacje zachodzące między przedsiębiorstwami, w ramach których rozwija się współpraca, współdziałanie i wzajemna dbałość o własne interesy. W praktyce gospodarczej jego popularność i wykorzystanie wykazują stałą tendencję wzrostową. Jedną z jego podstawowych zalet jest wpływ na wzrost obrotów między przedsiębiorstwami, co skutkuje ożywieniem gospodarczym i stabilizacją działalności. Stanowi ważne i ciągle rozwijające się źródło finansowania działalności operacyjnej przedsiębiorstw, nieomal we wszystkich sektorach. Znaczenie kredytu

* dr hab. Dariusz Nowak, prof. UEP, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Zarządzania, Katedra Zarządzania i Analizy Zasobów Przedsiębiorstwa, e-mail: dariusz.nowak@ue.poznan.pl; dr Sławomir Górczyński, właściciel Biura Rachunkowego Konto, Słupca, e-mail: kontobis@post.pl.

kupieckiego przejawia się w fakcie, że żadne przedsiębiorstwo bez dostępu do zewnętrznych środków finansowych nie może w pełni wykorzystać swojego potencjału. W wypadku podmiotów, które mają utrudniony dostęp do finansowania bankowego, kredyt kupiecki staje się alternatywą, która pozwala zarówno rozszerzyć zakres działania, jak i zwiększyć konkurencyjność i siłę przetargową w stosunku do innych firm. Należy zaznaczyć, że kredyt kupiecki stanowi dla wielu podmiotów, zwłaszcza z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, podstawowe źródło pozyskiwania kapitału. Mimo jego ogólnodostępności, powszechności i stosunkowo dużego zakresu wykorzystania, w literaturze poświęca mu się niewiele uwagi. W szczególności brak jest badań jakościowych, które ukazywałyby opinie, uwagi i spostrzeżenia przedsiębiorców dotyczące tej formy finansowania. Kredyt kupiecki w wielu wypadkach ma bowiem charakter wewnętrzny, ukryty w działalności handlowej i dystrybucyjnej przedsiębiorstwa, stanowi jednocześnie element strategii i budowy pozycji konkurencyjnej, co powoduje, że podmioty gospodarcze niechętnie udzielają na jego temat informacji.

Powszechność wykorzystania, ogólnodostępność, a także ciągle rosnące znaczenie kredytu kupieckiego przyczyniły się do sformułowania celu opracowania, za który przyjęto przedstawienie w aspekcie poznawczym opinii, stanowisk i poglądów przedsiębiorców dotyczących tej formy finansowania działalności. Wywiady przeprowadzono w 2015 roku, na próbie 147 podmiotów, które występują zarówno w postaci biorcy, jak i dawcy kredytu.

1. Istota i znaczenie kredytu kupieckiego w działalności przedsiębiorstw

We współczesnych relacjach biznesowych kredyt kupiecki stał się pewnym standardem, koniecznością i regułą współpracy między przedsiębiorstwami. W dyskursie naukowym znany jest pod pojęciem kredyt od dostawcy (gdyż udziela go dostawca produktów lub usług), kredytu handlowego (bo związany jest z procesem wymiany) i kredytu towarowego (gdyż jest udzielany w towarze). Określenie „kredyt kupiecki” stosowane jest również zamiennie z pojęciem należności z tytułu dostaw i usług, które powstają w momencie sprzedaży wyrobów gotowych, towarów oraz materiałów, za które dostawca nie otrzymał jeszcze zapłaty (Harris, Roark, 2017, s. 1375).

Wskazuje się, że bez oferowania kredytu bądź finansowania od dostawcy prowadzenie biznesu byłoby bardzo trudne, a w niektórych sektorach wręcz niemożliwe. Podkreśla się, że polityka przedsiębiorstw związana z kredytem kupieckim stanowi jeden z najważniejszych czynników rozwoju gospodarczego. Prawdłowo opracowana, wdrożona i prowadzona strategia kredytowa może pomóc w stymulowaniu sprzedaży firmy, a tym samym oddziaływać na wzrost obrotów (Ferrando, Mulier, 2013; García-Teruel, Martínez-Solano, 2010a, Afrifa, Padachi, 2016). Przedsiębiorstwa mogą bowiem, stosując odpowiedni system zachęt, skłaniać klientów do zwiększenia wartości zakupów, w relacji do potrzeb (Afrifa i in., 2014). Ponadto kredyt kupiecki wspomaga działanie nabywców, którzy mają utrudniony dostęp do zewnętrznego finansowania (Garcia-Appendini, Montorial-Garriga, 2013),

a także zwiększa zakresu udziału akcjonariuszy (Hill i in., 2013). Kredyt kupiecki służy również jako gwarancja jakości dla klientów, a tym samym może pomóc w utrzymaniu długotrwałych relacji z klientami (Ng i in., 1999). Okres czasu między dostawą a płatnością lub przedpłatą a dostawą można wykorzystać bowiem do sprawdzenia reputacji kontrahenta, jego wiarygodności i rzetelności.

Zdaniem Ferrisa (1981, s. 243) kredyt kupiecki zwiększa elastyczność przedsiębiorstwa w zakresie regulowania zobowiązań, a tym samym przyczynia się do redukcji koniecznych zabezpieczeń, które obligatoryjnie wymagane są przez banki i inne komercyjne instytucje finansowe. W praktyce istnieje przekonanie, że dawcy kredytu mogą szybciej, lepiej i bardziej prawidłowo ocenić ryzyko kredytowe biorcy niż czynią to profesjonalne instytucje finansowe (Burkart, Ellingsen, 2004, s. 569). Ich przewaga przejawia się w bezpośrednich, bliskich i wzajemnych kontaktach z kredytobiorcą, co powoduje, że wypracowana opinia jest wiarygodna, pełna i rzetelna. W niektórych sytuacjach uważa się wręcz, że kredyt kupiecki jest szczególnym rodzajem inwestycji w relacje i kontakty handlowe z kontrahentami (Garcia-Teruel, Martinez-Solano, 2010b, s. 216; Rytko, 2009, s. 27). Stanowi strategiczne narzędzie wspomagające, utrzymujące i rozwijające relacje z rynkiem. Umożliwia odpowiedni przekaz informacji dotyczący specyfiki produktów firmy, rodzaju świadczonej usługi lub wytwarzanych dóbr, kondycji finansowej, a także zaangażowania przedsiębiorstwa w relacje i perspektywy rozwoju danej branży (Summera, Wilson, 2003, s. 439). Przedsiębiorstwa, które dążą do uzyskania przewagi konkurencyjnej, inwestują w relacje z kredytobiorcami, oferując korzystne warunki i stosunkowo długie terminy spłaty zobowiązań, które wahają się w zależności od wartości zakupu. Małe ryzyko transakcyjne, długi okres spłaty należności, rabaty i sprzyjająca polityka dostawcy przyczyniają się do wzrostu obrotów i uzyskania specyficznych celów (Summera, Wilson, 2003, s. 439).

Inwestowanie w kredyt kupiecki może ponadto prowadzić do zmniejszenia kosztów utrzymania zapasów (Afrifa, 2016). García-Teruel i Martínez-Solano (2010b) stwierdzają, że luźna polityka dotycząca należności handlowych firmy może obniżyć koszty przechowywania zgromadzonych nadwyżek zapasów. Inwestycje w kredyt kupiecki będą wymagały jednak zdaniem Hilla i innych (2010) dodatkowego kapitału, a zatem mogą zaszkodzić wydajności firmy.

W praktyce gospodarczej kredyt kupiecki stanowi alternatywny sposób finansowania, zwłaszcza działalności operacyjnej. Rozumie się przez niego możliwość odroczenia przez dostawcę konieczności zapłaty odbiorcy za dostarczony towar lub wyświadczoną usługę (Cuñat, 2007, s. 491; Tsao, 2017, s. 276). Można zatem zaznaczyć, że stanowi formę krótkoterminowego pozabankowego finansowania przedsiębiorstwa (Zawadzka, 2009, s. 7; Fatoki, Smith, 2010, s. 1791) i jednocześnie określa się go jako rodzaj pożyczki wiążącej zarówno czas, jak i wartość dóbr podlegających wymianie (Ferris, 1981, s. 243). Związany jest zatem z procesem wymiany dóbr i usług między dwiema stronami, na które jedna strona wyraża zapotrzebowanie i gotowość zapłaty w ściśle określonym terminie, a druga warunki te akceptuje i jest gotowa ponieść ryzyko ewentualnej niewypłacalności partnera (Adams

i in., 1992, s. 95). Dla dostawcy staje się należnością, dla odbiorcy zobowiązaniem. Kredyt kupiecki to zatem odroczone w czasie możliwości regulowania płatności za dostarczone towary i/lub usługi. Z punktu widzenia dostawcy stanowi pożyczkę udzieloną odbiorcy, natomiast z punktu widzenia odbiorcy – krótkoterminowe źródło finansowania (Ferenc-Dąbrowska, Porada-Rochoń, 2012).

Kredyt kupiecki wywodzi się zatem z finansowania przez jedną ze stron kontraktu, szeroko wykorzystywanych w praktyce gospodarczej, licznych transakcji zachodzących bez opłat i kosztów dodatkowych (Baker, 1970, s. 11). Składa się z dwóch podstawowych parametrów, to jest okresu, na jaki udziela się kredytu, oraz jego wartości, czyli limitu, do którego maksymalnie wierzyciel może się zadłużyć. Termin i wartość kredytu kupieckiego są różne i zależą od miejsca, w którym funkcjonują dane podmioty, rodzaju przemysłu lub domeny działalności, wytwarzanych produktów, ich skomplikowania, trwałości i przeznaczenia, zwyczajów panujących w danych segmentach rynku, sytuacji politycznej, ekonomicznej, prawnej, stabilności gospodarczej, a także dostępności i proceduralnych uwarunkowań innych rodzajów źródeł finansowania. Jego istota polega na sprzedaży dóbr i usług bez konieczności uiszczenia zapłaty za dostarczone towary lub świadczone usługi w chwili wykonania kontraktu. Zapłata następuje po określonym, z góry ustalonym czasie. W przedziale czasu między dostarczeniem dóbr a momentem zapłaty nabywca otrzymuje kredyt, którego wartość odpowiada wartości transakcji (Bhole, Mahakud, 2004, s. 1277).

W praktyce uważa się, że firmy chcąc optymalizować swoje wyniki, muszą jednocześnie zarządzać zarówno należnościami handlowymi, jak i zobowiązaniami (Ferrando, Mulier, 2013), ponieważ elementy te stanowią integralną część kredytu kupieckiego, które wzajemnie na siebie oddziałują (Caglayan i in., 2012). Oznacza to, że firmy są jednocześnie wierzycielami i dłużnikami handlowymi (Burkart, Ellingsen, 2004), a zatem jednocześnie zarządzają aktywami operacyjnymi (należnościami) i zobowiązaniami (Hill i in., 2010). Podkreśla się, że firmy dopasowują terminy zapadalności swoich należności handlowych (aktywów) oraz zobowiązań handlowych (pasywów) do celów zarządzania ryzykiem.

Jak zaznaczono, kredyt kupiecki pojawia się w przypadku, gdy dostawca pozwala nabywcy opóźnić płatność za dostarczone już dobra. Dla większości podmiotów gospodarczych jest to jedno z głównych krótkoterminowych źródeł finansowania działalności, w wielu wypadkach zastępuje kredyt obrotowy (Atanasova, 2008, s. 49). Dodatkowo wskazuje się, że zadłużanie przedsiębiorstw kredytem kupieckim szczególnie istotne jest dla firm z sektora małych i średnich podmiotów, które mają utrudniony dostęp do rynków finansowych (Burkart, Ellingsen, 2004, s. 569–590). Gwarantuje bowiem dostęp do zasobów finansowych tym jednostkom, które nie są w stanie go pozyskać wykorzystując tradycyjne kanały. Kredyt kupiecki najczęściej udzielany jest przez te przedsiębiorstwa, które z natury uważają, że mają do niego łatwiejszy dostęp, co oznacza, że stanowi on rodzaj substytutu finansowania instytucjonalnego.

Możliwość odroczenia płatności umożliwia nabywcom skuteczniejsze zarządzanie krótkoterminowymi przepływami pieniężnymi, może być również traktowana jako narzędzie

dyskryminacji cenowej w celu stymulowania sprzedaży. Dyskryminacja cenowa jest instrumentem, który pozwala różnicować podejście do kontrahentów, poprzez skracanie bądź wydłużanie okresu płatności. Producent -dostawca może manipulować ceną produktu poprzez zmianę warunków kredytowych oferowanych nabywcom (Petersen, Rajan 1997, s. 662). W praktyce przedsiębiorstwa dzielą swoich kontrahentów na grupy, którym oferują konkretne, najczęściej spersonalizowane warunki, nieodstępne innym odbiorcom. Przede wszystkim dotyczą one okresu kredytowania oraz wartości rabatu za wcześniejszą płatność. Wskazana perspektywa dowodzi, że dostawcy politykę kredytową mogą wykorzystywać jako formę dyskryminacji cenowej, promując jedne grupy nabywców, a inne represjonując.

Sumując, należy podkreślić, że do podstawowych cech kredytu kupieckiego należy powszechność, popularność, szeroki zakres i zasięg, krótkotrwałość, heterogeniczność, wymuszony charakter, a także alternatywność w stosunku do innych form finansowania działalności przedsiębiorstw.

2. Charakterystyka próby badanej

Badanie dotyczące finansowania działalności przedsiębiorstw kredytem kupieckim miało charakter dwu fazowy. W pierwszej, o charakterze ilościowym, w której skupiono się na takich kwestiach, jak sposób procedowania, okres finansowania, formy zabezpieczenia należności czy sposoby windykacji, udział wzięły 192 podmioty. Zgodę natomiast na udział w drugiej fazie, związanej z badaniem jakościowym, wyraziły 147 firmy, stanowiące 76,6% próby. Celem tego badania było zebranie opinii i uwag przedsiębiorców, którzy z omawianym zjawiskiem spotykają się systematycznie. Badanie prowadzono w formie bezpośredniej rozmowy, w trakcie której respondenci swobodnie formułowali swoje subiektywne spostrzeżenia i poglądy, często zabarwione incydentalnymi wydarzeniami, które wpływały na uwypuklenie cech zarówno tych o charakterze pozytywnym, jak i negatywnym. Interlokutorzy rekrutowali się spośród właścicieli, menedżerów, księgowych i – w niektórych wypadkach – specjalistów, którzy zajmowali się polityką finansową przedsiębiorstwa. Można zatem zaznaczyć, że uzyskane dane charakteryzują się wysokim stopniem wiarygodności.

Ponadto, przedsiębiorstwa biorące udział w badaniu charakteryzowane były pod względem wielu parametrów, w tym według wielkości zatrudnienia, okresu funkcjonowania, domeny działalności, formy prawnej, siedziby, obsługiwanych rynków oraz strategii bazowej. Szczegółową charakterystykę przedstawiono w tabeli 1.

Należy podkreślić, że jakość uzyskanych odpowiedzi była bardzo zróżnicowana, niektórzy interlokutorzy wyrażali jednozdaniowe opinie, inni udzielali wyczerpujących komentarzy, które ponadto obrazowali praktycznymi przykładami. Ogólnie dominowały aspekty pozytywne, dostrzeżone przez 114 firm (77,6% wskazań), zdanie przeciwne wyraziło 14 przedsiębiorców (9,5% wskazań), a 19 podmiotów wskazywało zarówno na pozytywne, jak i negatywne kwestie (12,9% wskazań).

Tabela 1

Charakterystyka próby badanej według wybranych kryteriów

Lp.	Charakterystyka	Liczba wskazań N = 147	Udział (%)
1	2	3	4
Wielkość przedsiębiorstwa			
1.	duże	13	8,8
2.	średnie	39	26,5
3.	małe	41	27,9
4.	mikro	54	36,7
Respondent			
1.	właściciel	54	36,7
2.	specjalista	43	29,2
3.	księgowy	29	19,7
4.	dyrektor	15	10,2
5.	inni	6	4,1
Domena działalności*			
1.	produkcja	76	51,7
2.	zaopatrzenie przemysłu	56	38,1
3.	usługi produkcyjne	40	27,2
4.	inne usługi	26	17,7
5.	budownictwo	13	8,8
6.	transport	9	6,1
Forma prawna			
1.	przedsiębiorstwo osoby fizycznej	61	41,5
2.	spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	49	33,3
3.	spółka jawna	11	7,4
4.	spółka akcyjna	10	6,8
5.	spółka cywilna	8	6,1
6.	inna forma	8	6,1
Rok założenia			
1.	do 1990	23	15,6
2.	1991–2000	54	36,7
3.	2001–2010	55	37,4
4.	po 2010	15	10,2
Rodzaj obsługiwanego rynku*			
1.	rynek lokalny	75	51,0
2.	rynek regionalny	53	36,0
3.	rynek krajowy	70	47,6
4.	rynek międzynarodowy	41	27,9
5.	rynek globalny	4	2,7
Lokalizacja według wielkości miejscowości			
1.	miejscowości do 50 tys. mieszkańców	76	51,7
2.	miejscowości od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców	18	12,2
3.	miejscowości od 100 tys. do 200 tys. mieszkańców	22	15,0
4.	miejscowości powyżej 200 tys. mieszkańców	31	21,1

1	2	3	4
Rodzaj stosowanej strategii bazowej*			
1.	strategia jakościowa (różnicowania)	80	54,4
2.	strategia cenowa (przywództwa kosztowego)	63	42,8
3.	strategia zróżnicowana	45	30,6
4.	strategia niszy	12	8,2
5.	strategia mieszana (średnia jakość za średnią cenę)	9	6,1
6.	brak wyraźnej strategii	3	2,0
7.	strategia naśladowcy	7	4,8

* Przedsiębiorstwo mogło wskazać więcej niż jedną opcję.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań empirycznych.

3. Ocena kredytu kupieckiego w opinii respondentów

Przechodząc do kompleksowej analizy uzyskanych danych należy podkreślić, że większość przedsiębiorców oceny dokonuje z dwóch perspektyw: dawcy i biorcy. Podkreślano, że dla biorców kredyt kupiecki stanowi szansę na rozwój, dla dawców możliwość pozyskania nowych nabywców i nowych rynków, zastrzegając jednak, że może stanowić pewne zagrożenie. Ponadto, w trakcie wywiadów znaczna część respondentów podkreślała kwestię zaufania, które zasadniczo wiąże się z instytucją kredytu kupieckiego. Zdaniem badanych jest ono wypadkową okresu współpracy i doświadczeń jakie z tej współpracy płyną. Podkreślano, że relacje takie nie opierają się na transakcjach powtarzalnych, stanowią bowiem ewolucyjny proces, w trakcie którego wypracowano szereg zasad i reguł, które konsekwentnie są przestrzegane.

W ujęciu ogólnym do szczególnie pozytywnych aspektów omawianej formy finansowania z perspektywy biorcy, wskazywanej przez kilkudziesięciu badanych, zaliczono możliwość nabycia potrzebnych środków zaopatrzeniowych bez konieczności posiadania zasobów finansowych, co znacznie ułatwia i wspomaga prowadzenie działalności gospodarczej. Podkreślano, że w praktyce gospodarczej stanowi niezastąpione źródło finansowania, wskazując jednocześnie na znaczenie terminów płatności w procesie nawiązywania i rozwoju relacji kooperacyjnych. Jego istota związana jest przede wszystkim z powszechnością i praktycznie nieograniczoną dostępnością, wykorzystywany jest bowiem zarówno przez przedsiębiorstwa mikro, małe, średnie, jak i duże. Szczególnego znaczenia nabiera dla podmiotów, które nie mają bądź mają bardzo utrudniony dostęp do innych źródeł finansowania, w tym przede wszystkim kredytu bankowego, który wymaga przechodzenia przez wiele procedur weryfikacyjnych. W procedurach związanych z kredytem kupieckim nie wymaga się dodatkowych zabezpieczeń, dlatego może stanowić on podstawowe źródło finansowania bieżącej działalności.

Drugim pozytywnym aspektem, na który zwrócili uwagę respondenci, był bezkosztowy charakter omawianego źródła finansowania. Zdaniem badanych podmiotów, stanowi

wyjątkowo atrakcyjną alternatywę dla kredytów bankowych, przedsiębiorca wykorzystujący instytucję kredytu kupieckiego nie ponosi bowiem z tego tytułu żadnych kosztów, w tym przykładowo za rozpatrzenie wniosku, przyznanie, weryfikację itp. Atrakcyjność kredytu kupieckiego przejawia się zatem przede wszystkim w jego niskim koszcie. Należy podkreślić, że w kredycie kupieckim można stosować instytucję skonta, w polskich warunkach wykorzystywaną jednak stosunkowo rzadko.

Kredyt kupiecki stanowi ponadto niezwykle ważne narzędzie zarządzania finansami w przedsiębiorstwie, zwłaszcza w aspekcie planowania wpływów i wydatków. Wymagana jest jednak rzetelność kontrahentów, którzy muszą przestrzegać warunków współpracy. Brak przestrzegania terminów płatności powinien skutkować wykreśleniem nabywcy z listy współpracujących firm bądź zmianą warunków współpracy, z formy kredytowej na gotówkową. Na tego rodzaju postępowanie mogą sobie pozwolić jednak tylko duże firmy o rozbudowanej strukturze nabywców i dużej sile przetargowej. Małe podmioty muszą dostosowywać się do reguł dyktowanych przez swoich klientów.

Swoje pozytywne odzwierciedlenie kredyt kupiecki znajduje ponadto w przedsiębiorstwach, których główna domena działalności związana jest z produkcją lub świadczeniem usług produkcyjnych. Podkreśla się, że szczególnego znaczenia odroczony termin płatności nabiera w sytuacji szybkiej rotacji zapasów produkcyjnych. Brak własnych środków finansowych, a tym samym możliwości nabycia surowców i materiałów przeznaczonych do produkcji, mógłby przyczynić się do spowolnienia, a nawet wstrzymania procesów produkcyjnych. Kredyt kupiecki umożliwia zatem realizację zewnętrznych zleceń, nawet w sytuacji zwiększonego zapotrzebowania na wytwarzany asortyment. Wytwórcy wskazywali przede wszystkim na jego wpływ na płynność i rytmiczność produkcji, eliminację przestojów i skracanie cykli produkcyjnych, co ich zdaniem poprawia wydajność pracy i produktywność majątku, a tym samym zapewnia wzrost i rozwój.

Kolejny pozytywny aspekt kredytu kupieckiego, podkreślany przez respondentów, dotyczył możliwości zwiększania zarówno przychodów, jak i zysków. Zwracano uwagę na fakt, że liberalna polityka dawcy kredytu może znacząco zwiększyć wartość obrotów z niektórymi kontrahentami, zwłaszcza tymi, którzy reprezentują sektory rozwojowe i jednocześnie nie posiadają wystarczających środków własnych. Wielu respondentów, zwłaszcza reprezentujących sektor małych i średnich przedsiębiorstw, podkreślało, że w ich wypadku taka forma finansowania jest obiektywną koniecznością, silnie oddziałującą na rozwój. Brak odroczonej formy płatności skutecznie uniemożliwiłby realizację wielu zadań produkcyjnych bądź usługowych. W kontekście wzrostu wartości obrotów i zysków wskazywano również na możliwość wypracowania pozytywnych, długofalowych więzi w układzie dostawca–odbiorca, a tym samym budowę odpowiedniej struktury lojalnych, odpowiedzialnych i rzetelnych nabywców. W niektórych wypowiedziach podkreślano, że kredyt kupiecki zasadniczo wpływa na trwałość i stabilność relacji.

Do istotnych pozytywnych aspektów związanych z kredytem kupieckim zaliczono również możliwość wchodzenia na nowe rynki, budowę nowych kanałów dystrybucji

i pozyskania nowych klientów. W nowych relacjach stanowi on bowiem niezwykle istotne narzędzie walki konkurencyjnej, zwłaszcza w procesie nawiązywania współpracy. Wskazuje się, że oferowanie długich (dłuższych od konkurencji) terminów płatności stanowi wyróżniający, zasadniczy atut pozwalający skutecznie nawiązać współpracę. Zdaniem niektórych badanych długi termin płatności jest korzystniejszy niż rabat, skonto czy niższy poziom cen. Można zatem zaznaczyć, że kredyt kupiecki wpływa na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstwa, które można oferować usługi bądź produkty z długimi terminami płatności, w których nie uwzględnia się odsetek od pożyczonego kapitału. Podejście takie umożliwia zwiększenie ilości czynnych nabywców, a także rozszerzenie asortymentu.

Zwrócono jednak uwagę, że próby dywersyfikacji rynku wiążą się z dużym ryzykiem. Brak właściwego rozpoznania nowych, dotychczas nieobsługiwanych obszarów, a zwłaszcza praw nimi rządzących, może skutkować przeszacowaniem własnych możliwości. Zdobywanie nowych rynków wiąże się bowiem z koniecznością oferowania lepszych warunków współpracy, a także wzrostem zaufania i zaangażowania, które mogą być przez niektórych nierzetelnych kontrahentów nadużywane. Respondenci podkreślali, że dywersyfikacja rynku musi wiązać się z koniecznością prowadzenia weryfikacji nabywców. Weryfikacja ta zasadniczo prowadzona jest przez dawców kredytu i polega na analizie dokumentów przyszłego partnera. Niektórzy badani wskazywali natomiast na konieczność posiadania odpowiednich referencji i rekomendacji w sytuacji ubiegania się o kredyt od dostawcy. Respondenci wskazywali również na zróżnicowanie branżowe kredytobiorców, w ich opinii niektóre segmenty przedsiębiorstw są bardzo złymi płatnikami, którym raczej nie należy ufać. Głównie są to duże przedsiębiorstwa produkcyjne przemysłu ciężkiego, np. kopalnie, stocznie, huty, a także budownictwo.

Część respondentów wskazywała, że zagrożenia wynikające z nieterminowej spłaty kredytu kupieckiego można skutecznie niwelować współpracując wyłącznie ze stałymi kontrahentami, którzy sprawdzili się w toku dotychczasowych relacji. W szczególności powinna ona dotyczyć tylko klientów kluczowych, z którymi podpisano formalną, długofalową umowę, a wartość wzajemnych obrotów jest znaczna. Ponadto należy bardzo uważanie badać nowe, niesprawdzone firmy, które często wykorzystują presję i nacisk na nowych kontrahentów w procesie pozyskiwania kredytu kupieckiego. Respondenci podkreślali, że wdrażając odpowiednią i sensowną politykę finansowania, można wypracować strategię umożliwiającą skuteczne zarządzanie kredytem kupieckim. Z punktu widzenia dawcy szczególnie wrażliwym aspektem kredytu kupieckiego jest termin płatności, zle jego oszacowanie przez sprzedawcę może przyczynić się do poważnych perturbacji. Dodatkowo podkreśla się, że terminowe regulowanie zobowiązania powinno być standardem, a nie podejściem epizodycznym.

W kolejnych opiniach sporadycznie wskazywano, że kredyt kupiecki wiąże się z systemem upustów za wcześniejszą spłatę, co oznacza, że można dokonać kalkulacji jego kosztu. W trakcie wywiadów spotkano się również z opiniami, które miały mniej etyczny wymiar. Kilku respondentów podkreślało, że pomimo nawet znacznego opóźnienia płatności, nigdy

nie byli zobowiązani do zapłaty odsetek. Można zatem zaznaczyć, że realizowali swoje cele kosztem dostawców, co świadczy o antagonistycznych relacjach i konformistycznym podejściu do biznesu.

Badani wskazywali również, że należy dążyć do zróżnicowania wartości kredytu z punktu widzenia dawcy i biorcy, jest on dobry, gdy termin płatności za dostawy jest dłuższy niż ten ustalony dla odbiorców. Pozwala to z jednej strony na utrwalenie pozytywnego wizerunku wobec dostawców, z drugiej na wykorzystywanie wolnych środków do innych celów. Wskazywano również, że w wypadku przestrzegania warunków umowy przez kontrahentów poprawia się płynność finansowa przedsiębiorstwa.

Wielu przedsiębiorców zaznaczało, że kredyt kupiecki powinien być unormowany odpowiednim formalnym kontraktem, co w pewnym stopniu zniwelowałoby pojawiające się zagrożenia. Szczególnie ważny byłby przepis, na podstawie którego wierzyciel mógłby odzyskać swoje niesporne środki w ciągu kilku lub kilkunastu dni, a nie, jak w obecnej sytuacji, w której postępowania sądowe trwają od kilku do kilkudziesięciu miesięcy. Sugeruje się również, że wzorem państw zachodnich firma, która nie uiściła zapłaty za fakturę, nie powinna mieć prawa wliczenia sobie jej w koszty.

Kredyt kupiecki nie w każdym przypadku uważany jest przez przedsiębiorców za źródło korzyści, wpływające na rozwój i wzrost działalności. Kilkunastu badanych podkreślało negatywne aspekty, wynikające z tej formy finansowania kontrahentów. Niekorzystny wpływ kredytu kupieckiego na funkcjonowanie przedsiębiorstw szczególnie widoczny jest w najmniejszych podmiotach, które charakteryzują się stosunkowo słabą pozycją rynkową.

Podstawowe, negatywne aspekty zasadniczo wiązały się ze znacznymi opóźnieniami lub brakiem płatności za dostarczone dobra lub świadczone usługi, co zdaniem badanych oznacza, że instytucja kredytu kupieckiego jest nadużywana. W wielu wypadkach prowadziło to do zachwiania płynności finansowej oraz powstawania zatorów płatniczych, które znacznie utrudniały bieżące funkcjonowanie. Wskazywano, że szczególnie dotkliwym aspektem jest utrata możliwości regulowania własnych zobowiązań, co może w szybki sposób prowadzić do upadku przedsiębiorstwa. Szczególnym niebezpieczeństwem jest nawarstwianie się opóźnień, które występują w sytuacji, gdy kilku odbiorców nie ureguluje zobowiązania w terminie. W sytuacji takiej dostawcy zmuszeni są do poszukiwania innego źródła finansowania, zazwyczaj znacznie droższego i trudno dostępnego. W tym kontekście zaznaczano też, że szczególnym utrudnieniem jest konieczność prowadzenia kosztownych i czasochłonnych procedur ściągania należności.

Ponadto, zdaniem badanych, kredyt kupiecki w wielu sytuacjach przybiera charakter wirtualny, nierzeczywisty i abstrakcyjny. Podkreślano, że niektóre firmy charakteryzujące się znaczną siłą przetargową, permanentnie nie przestrzegają ustalonych warunków współpracy, zwłaszcza w zakresie terminowego regulowania zobowiązań. Notoryczne niewywiązywanie się ze zobowiązań finansowych nie skutkuje jednak jakimiś poważniejszymi konsekwencjami. Pozycja biorców i ich zakres działalności powodują, że próby nacisku lub presji zazwyczaj nie przynoszą spodziewanych rezultatów. Dawcy kredytu, głównie

z sektora MSP, muszą zatem uwzględniać w polityce finansowej swojego przedsiębiorstwa „planowane opóźnienia”, co w znacznym stopniu zakłóca bieżące funkcjonowanie, w tym możliwość zakupu surowców, materiałów, a nawet regulowanie niektórych zobowiązań wobec skarbu państwa. Z powyższym mankamentem wiąże się kolejny, dotyczący problemu ściągalności należności. Wskazywano, że w wielu wypadkach dawca kredytu musi „prosić się o własne środki finansowe”. Ponadto presja i żądania dużych podmiotów dotycząca długich terminów płatności zasadniczo ograniczają możliwości rozwoju, przyczyniają się do osiągnięcia mniejszych zysków, a także dywersyfikacji działalności.

Kolejną istotną wadą omawianej formy finansowania, zwłaszcza z perspektywy najmniejszych podmiotów, jest stosunkowo jego mała wartość i ograniczony zasięg. Kredyt kupiecki dotyczy bowiem okresów krótkoterminowych, w zakresie od 14 do 28 dni, co powoduje, że jest mało skuteczny jako zewnętrzne źródło finansowania. Ponadto z perspektywy przedsiębiorstw o niewielkiej sile przetargowej jego wartość kształtuje się na poziomie kilku lub co najwyżej kilkunastu tysięcy złotych. Wskazywano również na utrudniony dostęp małych przedsiębiorstw do kredytu kupieckiego, a także dysproporcje między kredytem udzielanym (do 100% obrotu) a pozyskiwanym (20–50% obrotu). Zdaniem badanych oznacza to znaczne utrudnienia w zarządzaniu własnym kapitałem.

Kolejnym mankamentem, na który zwrócono uwagę, jest również wzrost kosztów działalności, zwłaszcza w sytuacji postępowań upadłościowych i układowych. Podkreślano, że wiarytelności wobec dostawców zaspokajane są w dalszej kolejności, co powoduje, że najczęściej można odzyskać niewielką kwotę zainwestowanego kapitału.

Ponadto zbyt wysokie zobowiązania wobec dostawców, zdaniem badanych, wpływają niekorzystnie na ocenę zdolności kredytowej przedsiębiorstwa, które ubiega się o kredyt bankowy i finansowanie inwestycji. Istotnym mankamentem jest również brak prawnych, a przede wszystkim szybkich narzędzi egzekwowania należności wynikających z tytułu dostaw i usług. Wskazywano również, że opóźnienia w realizacji płatności niszczą relacje pomiędzy firmami, a także destrukcyjnie wpływają na przyszłe zachowania.

Uwagi końcowe

Mimo że według *Barometru płatności na świecie* (2014) Polska pod względem moralności płatniczych, w porównaniu do krajów europejskich, znajduje się prawie na samym końcu rankingu, kredyt kupiecki w opinii przedsiębiorców postrzegany jest raczej pozytywnie. Zagrożenia wynikające z nieterminowej spłaty należności traktowane są jako standardowe ryzyko wpisujące się w bieżącą działalność gospodarczą. Zdaniem badanych ta forma finansowania ma wiele zalet, spośród których do szczególnie istotnych zaliczono: możliwość dokonania zakupu bez konieczności posiadania środków finansowych, wpływ na płynność i produktywność produkcji, wzrost przychodów i pozycji konkurencyjnej, a także powszechność, ogólnodostępność i taniść. W komentarzach negatywnych wskazywano natomiast na dwa główne problemy: pierwszy dotyczył narastających zatorów płatniczych

i ryzyka niewypłacalności, drugi skupiał się na wzroście kosztów działalności, w wypadku braku planowanych wpływów od kontrahentów. Problemy te, zdaniem badanych, powinny być rozwiązane na drodze przepisów prawnych, które w pewnym stopniu zniwelowałyoby pojawiające się zagrożenie.

Literatura

- Adams, P.D., Wyatt, S.B., Kim, Y.H. (1992). A contingent claims analysis of trade credit. *Financial Management*, 3 (21), 95–103.
- Afrifa, G.A. (2016). Net working capital, cash flow and performance of UK SMEs. *Review of Accounting and Finance*, 1 (15), 21–44.
- Afrifa, G.A., Padachi, K. (2016). Working capital level influence on SME profitability. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 1 (23), 44–63.
- Afrifa, G.A., Taurigana, V., Tingbani, I. (2014). Working capital management and performance of listed SMEs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 6 (27), 557–578.
- Atanasova, C. (2007). Access to institutional finance and the use of trade credit. *Financial Management*, 36 (1), 49–67.
- Baker, C.B. (1970). Agricultural trade credit. *Illinois Agricultural Economics*, 2 (10–11), 11–14.
- Barometr płatności na świecie* (2014). Raport Bisnode D&B Polska. Pobrano z: www.bisnode.pl (3.01.2018).
- Bhole, L.M., Mahakud, J. (2004). Behaviour of trade credit. Time series and panel data analysis. *Economic and Political Weekly*, 12 (39), 1277–1290.
- Burkart, M., Ellingsen, T. (2004). In-kind finance: a theory of trade credit. *American Economic Review*, 3 (94), 569–590.
- Caglayan, M., Maioli, S., Mateut, S. (2012). Inventories, sales uncertainty, and financial strength. *Journal of Banking and Finance*, 9 (36), 2512–2521.
- Cuñat, V. (2007). Trade credit: suppliers as debt collectors and insurance providers. *The Review of Financial Studies*, 2 (20), 491–527.
- Ferenc-Dąbrowska, J., Porada-Rochoń, M. (2012). Kredyt kupiecki a sytuacja finansowa małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach niestabilnego otoczenia. *Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Studia Ekonomiczne*, 107, 169–177.
- Ferrando, A., Mulier, K. (2013). Do firms use the trade credit channel to manage growth. *Journal of Banking and Finance*, 8 (37), 3035–3046.
- Ferris, J.S. (1981). A transaction theory of trade credit use. *Quarterly Journal of Economics*, 2 (96), 243–270.
- Fatoki, O., Smit, A.V.A. (2010). The impact of the business environment on the availability of trade credit to new SMEs in South Africa. *African Journal of Business Management*, 4 (9), 1790–1799.
- Garcia-Appendini, E., Montoriel-Garriga, J. (2013). Firms as liquidity providers: evidence from the 2007–2008 financial crisis. *Journal of Financial Economics*, 1 (109), 272–291.
- García-Teruel, P.J., Martínez-Solano, P. (2010a). A dynamic perspective on the determinants of accounts payable. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 4 (34), 439–457.
- García-Teruel, P.J., Martínez-Solano, P.M. (2010b). Determinants of trade credit: a comparative study of European SMEs. *International Small Business Journal*, 3 (28), 215–233.
- Harris, C., Roark, S. (2017). Exploring the decline in trade credit investment. *Managerial Finance*, 12 (43), 1375–1391.
- Hill, M.D., Kelly, G.W., Highfield, M.J. (2010). Net operating working capital behavior: a first look. *Financial Management*, 2 (39), 783–805.
- Ng, C.K., Smith, J.K., Smith, R.L. (1999). Evidence on the determinants of credit terms used in interfirm trade. *Journal of Finance*, 3 (54), 1109–1129.
- Petersen, M.A., Rajan, R.G. (1997). Trade credit: theories & evidence. *Review of Financial Studies*, 3 (10), 661–691.
- Rytko, P. (2009). *Zarządzanie kredytem handlowym w małych i średnich przedsiębiorstwach*. Warszawa: Difin.
- Summer, B., Wilson, N. (2003). Trade credit and customer relationships. *Managerial and Decision Economics*, 6/7 (24), 439–455.
- Tsao, Y.C. (2017). Managing default risk under trade credit: Why should implement Big-Data analytics in supply chains? *Transportation Research*, 106 (part E), 276–293.

Zawadzka, D. (2009). *Determinanty popytu małych przedsiębiorstw na kredyt handlowy. Identyfikacja i ocena*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

TRADE CREDIT IN QUALITATIVE RESEARCH

Abstract: *Purpose* – The aim of the paper is to present, in the cognitive aspect, the opinions, judgements and notions of entrepreneurs regarding the financing of the current activity of the enterprise with trade credit.

Methodology/approach – The nature of the research problem determined the adoption of qualitative research as a research basis, in which direct interview with entrepreneurs has been used. These entrepreneurs in transaction processes represent both the credit recipients as well as credit donors. Interviews were conducted in 2015, on a sample of 147 manufacturing companies of different nature and different business domain.

Findings – The paper presents both positive as well as negative aspects related to the use of trade credit. The possibility to purchase without having financial means, improving financial liquidity and production productivity, increase in revenue and competitive position and general use, open access and cheapness are particularly important in the first approach. Payment gridlock and high risk of activity as well as increase cost in business activity were indicated in negative terms.

Value – The authors try, through the prism of empirical research, to show and estimate positive and negative aspects of trade credit. This knowledge has a practical value as it could be used by another firms which implement or develop the trade credit policy.

Keywords: trade credit, financial liquidity, current activity financing, positive and negative aspects of trade credit

Cytowanie

Nowak, D., Górczyński, S. (2018). Kredyt kupiecki w badaniach jakościowych. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 1 (91), 205–217. DOI: 10.18276/frfu.2018.91-17.