

## Majątek obrotowy w przedsiębiorstwach handlowych branży instalacyjno-grzewczej

Dorota Roszkowska-Hołyśz\*

**Streszczenie:** *Cel* – Artykuł przedstawia specyfikę gospodarowania majątkiem obrotowym w przedsiębiorstwach handlowych na rynku urządzeń i instalacji sanitarno-grzewczych.

*Metodologia badania* – Analiza sprawozdań finansowych przedsiębiorstw. Studia literaturowe.

*Wynik* – Obliczono i zinterpretowano wskaźniki sprawności działania, wskaźnik pozycji kredytowej.

*Oryginalność/Wartość* – Artykuł dotyczy aktualnego i standardowego zagadnienia finansów przedsiębiorstw.

**Słowa kluczowe:** majątek obrotowy, kredyt kupiecki, rynek instalacji sanitarno-grzewczych

### Wprowadzenie

W czasach niskiej koniunktury szanse utrzymania się na rynku mają przedsiębiorstwa rocznie gospodarujące swoimi aktywami obrotowymi. Jednym z istotnych elementów środków obrotowych są należności oraz zobowiązania z tytułu dostaw i usług, o szczególnym znaczeniu dla firm handlowych. Zarządzanie aktywami obrotowymi jest istotne dla przedsiębiorstwa, ponieważ warunkuje utrzymanie płynności finansowej.

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie specyfiki gospodarowania majątkiem obrotowym na rynku dostawców instalacji i urządzeń sanitarno-grzewczych poprzez analizę sytuacji finansowej 25 przedsiębiorstw handlowych z terenu całej Polski, należących do jednej grupy handlowej. Realizacja celu została dokonana przez analizę danych pochodzących z przedsiębiorstw oraz literatury przedmiotu.

### Charakterystyka rynku działania przedsiębiorstw

Na rynku instalacji sanitarnych i grzewczych funkcjonuje wiele podmiotów zajmujących się sprzedażą. Istnieją producenci urządzeń i instalacji sanitarnych oraz grzewczych, którzy są jednocześnie dystrybutorami. Funkcjonują hurtownicy, również tacy, którzy sprzedają urządzenia wraz z usługą montażu. Są firmy wykonujące instalacje, świadczące jednocześnie usługi budowlane. Taka różnorodność jest efektem przeobrażeń przedsiębiorstw zachodzących w czasie, poszukiwań najkorzystniejszych domen działania, przyjmowanych przez

---

\* dr Dorota Roszkowska-Hołyśz, Uniwersytet Zielonogórski, Zakład Mikroekonomii i Polityki Społecznej, e-mail: d.roszkowska@wez.uz.zgora.pl.

przedsiębiorstwa różnych decyzji dotyczących oferowanego asortymentu. Przedsiębiorstwa opisywane w niniejszym artykule to dystrybutorzy lokalni, hurtownie. Działalność opierają na posiadaniu grupy stałych odbiorców, firm instalatorskich. Odzwierciedlają sytuację poziomu lokalnej dystrybucji. Firmy instalatorskie dokonują tam zakupów związanych z otrzymanymi zleceniami.

Pojedynczym polskim firmom z branży instalacyjnej trudno sprostać zagranicznym hipermarketom czy dużym sieciom sprzedaży. Konsolidacja rynku jest zjawiskiem już nienowym i wciąż postępującym. Przedsiębiorstwa niezależne zrzeszają się w grupy zakupowo-sprzedażowe. Dokonują, za pomocą stworzonych przez siebie spółek, wspólnych zakupów u producentów. Ponieważ skumulowane są one ilościowo, podmiot kupujący – grupa, w imieniu swoich uczestników – negocjuje korzystne warunki cenowe, lepsze niż przy zakupach dokonywanych indywidualnie przez pojedyncze podmioty. W rezultacie końcowa cena prezentowana ostatecznemu odbiorcy jest niższa, lub nadwyżka zostaje zatrzymana w przedsiębiorstwie. Elementem łączącym działania grupy jest spółka integrator. W opisywanej grupie jest nim spółka założona przez uczestników i odgrywa wobec swoich kooperantów wiele ról. Poprzez jej działania przedsiębiorstwa sprawniej działają w skomplikowanej rzeczywistości gospodarczej.

Uczestnictwo w grupie pozwala uzyskać nadwyżkę przychodów nad kosztami uzyskania w działalności operacyjnej. W zakresie działalności nie będących domenami uczestników również wykorzystywane są korzyści skali (umowa z operatorem telefonicznym, materiały biurowo-reklamowe). Daje możliwość eliminowania, a przynajmniej nieprzedstawienia oferty gorszej niż konkurencja. Przyspiesza proces realizacji transakcji dając możliwość korzystania z dóbr będących na stanach magazynowych kooperantów. Pozwala czerpać wiedzę i najefektywniejsze rozwiązania organizacyjne od innych. Zrzeszenie czuwa nad terminowym regulowaniem zobowiązań przez przedsiębiorstwo, dyscyplinuje je do tego. Równocześnie wspiera je w odzyskiwaniu należności, oferując pomoc w zakresie windykacji, gdzie również zawarto kontrakt z wyspecjalizowaną firmą dla wszystkich uczestników grupy. Przedsiębiorstwo integrujące wychodzi z inicjatywą nowych działań. Do niego również należy kreowanie wizerunku uczestników jako organizacji zrzeszonych. Integrator zbiera i analizuje informacje płynące z rynku, dostrzega potencjalne zagrożenia i stara się je uświadomić aliantom. Budowane są relacje zaufania i przyjaźni pomiędzy uczestnikami.

Kapitał obejmuje wszelkie zaangażowane w przedsiębiorstwie zasoby wewnętrzne i zewnętrzne, własne i obce, terminowe i nieterminowe. Takie określenie znajduje odzwierciedlenie w bilansie, w którym strona aktywów wskazuje wartość aktywów trwałych i obrotowych, tj. majątku trwałego i obrotowego przedsiębiorstwa, natomiast strona pasywów charakteryzuje źródła pochodzenia tego majątku, dzieląc je na kapitał własny i obcy (Jerzemska 2006: 154). W tabeli 1 przedstawiono strukturę kapitału uczestników (udział w ogólnej sumie pasywów) opisywanej grupy zakupowo-sprzedażowej w latach 2009–2013. Struktura kapitału jest różnie definiowana w literaturze przedmiotu. Jest ona postrzegana jako udział kapitału własnego i obcego w finansowaniu działalności przedsiębiorstw (Jerze-

mowska 2006: 155). Zagadnienie kształtowania optymalnej struktury kapitału jest szeroko podejmowane w literaturze przedmiotu. T. Jachna (Sierpińska, Jachna 2004: 296) uważa, że będzie ona określać takie proporcje kapitału własnego i długu, przy których średni koszt kapitału jest najmniejszy.

**Tabela 1**

Struktura kapitału przedsiębiorstw należących do grupy zakupowo-sprzedazowej (w %)

Lata	Kapitał własny	Zobowiązania krótkookresowe	Zobowiązania długoterminowe	Rozliczenia międzyokresowe
2009	45	48	6	1
2010	49	46	4	1
2011	48	45	6	1
2012	49	46	5	0
2013	53	41	6	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie bilansów przedsiębiorstw.

Działalność przedsiębiorstw z grupy zakupowo-sprzedazowej finansowana jest w blisko połowie kapitałem własnym. Zobowiązania długoterminowe stanowią 4–6% ogólnej sumy pasywów. Całości dopełniają zobowiązania krótkoterminowe, o udziałach prawie dorównujących wysokości kapitału własnego w analizowanych latach.

## Wybrane aspekty zarządzania majątkiem obrotowym

Literatura z zakresu rachunkowości i finansów posługuje się podziałem majątku na trwałe i obrotowe. Uniwersalny słownik języka polskiego (*Uniwersalny słownik...* 2008) definiuje majątek jako ogół dóbr będących własnością danej osoby lub instytucji, również stan posiadania, mienie o charakterze ruchomym lub nieruchomym. Elementy majątku obrotowego stanowiące przedmiot zainteresowania niniejszego artykułu, mogą mieć więc charakter rzeczowy (zapasy) i finansowy.

Utrzymywanie składników rzeczowych wymaga ponoszenia kosztów zaangażowanego w nich kapitału, tak samo jak składników finansowych. Posiadanie zapasów związane jest z większym ryzykiem, ponieważ zanim zostaną zamienione na gotówkę, przechodzą szeregi faz przejściowych (Bień 2005: 211). Składniki majątku obrotowego obejmują składniki majątku firmy, które w procesie gospodarczym mogą zmieniać postać na pieniężną, zapasy, należności, środki pieniężne i inne aktywa, a pomniejszają go zobowiązania bieżące. Podstawą obliczania majątku obrotowego przedsiębiorstwa są pozycje jego bilansu, które połączono w zespoły o podobnych cechach.

W skład majątku obrotowego wchodzi środki o charakterze finansowym, jak też rzeczowym. Cykl kapitału obrotowego rozpoczyna się w momencie zakupu towarów, materiałów. Kończy się z chwilą wpływu gotówki ze sprzedaży towarów lub wyrobów gotowych. Skła-

da się na niego okres utrzymywania i obrotu zapasami i okres spływu należności. W sytuacji, kiedy przedsiębiorstwo nabywa towary i materiały z odroczonej terminem płatności, powstaje jeszcze okres regulowania zobowiązań. Pomniejsza on cykl kapitału brutto i różnica przedstawia cykl konwersji gotówki, czyli okres, na jaki potrzebne są dodatkowe środki pieniężne dla płynnego prowadzenia działalności gospodarczej (Rutkowski 2007: 390).

Należności powstają przy sprzedaży produktów i towarów, jeśli zapłata dokonywana jest przez odbiorcę w okresie późniejszym niż data odbioru świadczenia i dostarczenia rachunku klientowi (Bień 2005: 221). Jeżeli przedsiębiorstwo handlowe również samo korzysta z późniejszej opcji zapłaty za zakupione dobra, to powiększa swoje zobowiązania krótkoterminowe. Udzielanie kredytu kupieckiego jest kluczowym elementem działalności przedsiębiorstw handlowych. Podnosi wielkość sprzedaży, sprzyja zatrzymaniu klientów, lecz również obniża płynność finansową i zwiększa ryzyko działalności gospodarczej. W okresach, kiedy na rynku panuje zastój, powstają koszty egzekucji należności. Utrzymanie odpowiedniego poziomu płynności jest warunkiem koniecznym przetrwania na rynku.

Kredyt handlowy jest udzielany nabywcy przez sprzedawcę produktów (towarów, materiałów) lub usług i ma formę odroczenia przez sprzedawcę terminu zapłaty w stosunku do terminu sprzedaży. Takie samo znaczenie mają pojęcia kredytu kupieckiego i kredytu towarowego (*Finanse przedsiębiorstwa...* 2007: 429). Udzielenie kredytu handlowego może mieć charakter manipulacyjny. Sprzedaż traktowana jest jako gotówkowa, data płatności jest wyznaczona najczęściej na kilka dni po wystawieniu faktury (Rytko 2009: 15 i nn.). Odbiorca ma czas, by przyjąć towar, sprawdzić jego zgodność z zamówieniem i fakturą oraz złożyć polecenie przelewu w banku. Kredyt może mieć również charakter właściwego kredytu kupieckiego. Ustalany jest dłuższy termin płatności, kontrahent jest rzeczywiście kredytowany. Okres regulowania należności jest zależny od przyjętych zwyczajów w danej branży, jak i rodzaju oferowanych dóbr.

W dniu 28 kwietnia 2013 r. weszła w życie nowa ustawa o terminach zapłaty w transakcjach handlowych<sup>1</sup>. Z tym dniem ważność straciła stara ustawa z dnia 12.06.2003 roku (DzU nr 139, poz. 1323, z późn. zm.). Ministerstwo Gospodarki podjęło kroki mające na celu ograniczenie zatorów płatniczych, będących przyczyną upadłości wielu przedsiębiorstw. Przepisy starej ustawy stosowane są jeszcze przy transakcjach handlowych zawartych przed dniem wejścia nowych uregulowań, jak również do transakcji handlowych zawieranych w wyniku przeprowadzenia postępowań o udzielenie zamówienia publicznego według przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych, wszczętych przed dniem wejścia w życie nowych uregulowań.

Termin zapłaty określony w umowie nie może przekraczać 60 dni, które są liczone od dnia doręczenia dłużnikowi faktury lub rachunku potwierdzających dostawę towaru lub wykonanie usługi, chyba że strony ustalą inaczej i pod warunkiem, że ustalenie to nie jest sprzeczne ze społeczno-gospodarczym celem umowy i zasadami współżycia społecznego,

<sup>1</sup> Opisano na podstawie DzU 2013 nr 0 poz. 403.

oraz jest obiektywnie uzasadnione, biorąc pod uwagę właściwość towaru lub usługi. Jeżeli ustalony w umowie termin zapłaty jest dłuższy niż 60 dni, liczonych od dnia doręczenia dłużnikowi faktury lub rachunku potwierdzających dostawę towaru lub wykonanie usługi, wierzycielowi, który spełnił swoje świadczenie, po upływie 60 dni przysługują odsetki w wysokości tzw. odsetek podatkowych, chyba że strony uzgodniły wyższe odsetki

Kiedy dłużnikiem jest podmiot publiczny, termin zapłaty określony w umowie nie może przekraczać 30 dni, które są liczone od dnia doręczenia dłużnikowi faktury lub rachunku, potwierdzających dostawę towaru lub wykonanie usługi, chyba że strony transakcji, uzasadniając to obiektywnymi właściwościami albo szczególnymi elementami umowy, ustalą termin dłuższy, jednak nie mogący przekraczać 60 dni. Jeżeli ustalony w umowie termin zapłaty jest dłuższy niż 30 dni i nie jest spełniony warunek uzasadnienia właściwością lub szczególnymi elementami umowy, wtedy wierzycielowi, który spełnił swoje świadczenie, po upływie 30 dni przysługują odsetki w wysokości tzw. odsetek podatkowych.

Nowe uregulowania przewidują, że w sytuacji, kiedy w umowie zastrzeżono prawo zbadania towaru lub usługi, by potwierdzić zgodność z umową, to czas trwania badania nie może przekraczać 30 dni, liczonych od dnia otrzymania towaru lub usługi przed zakończeniem tego badania; termin zapłaty jest liczony od dnia zakończenia badania. Czas badania określony na maksymalnie 30 dni nie może być sprzeczny ze społeczno-gospodarczym celem umowy i zasadami współżycia społecznego i musi być obiektywnie uzasadniony.

Dla wielu firm wszelkie dodatkowe koszty, w tym również koszty windykacji, są sporym problemem. Wielu przedsiębiorców w związku z tym spisuje dług na straty i rezygnuje z dochodzenia pieniędzy od niesolidnego kontrahenta. Koszty odzyskania należności obejmować mogą opłaty sądowe i egzekucyjne czy też wysyłanie korespondencji. Zgodnie z ustaleniami nowej ustawy wierzycielowi przysługuje od dłużnika bez wezwania, od dnia nabycia uprawnienia od odsetek z tytułu rekompensaty za koszty odzyskania należności, równowartość kwoty 40 euro od należności przeliczonych na złote według średniego kursu NBP z ostatniego dnia roboczego miesiąca poprzedzającego miesiąc, w którym świadczenie pieniężne stało się wymagalne.

W tabeli 2 ukazano uśrednione wskaźniki sprawności działania obliczone w badanych przedsiębiorstwach w latach 2009–2013 w dniach. Uwidaczniają one, że okres od zapłaty za zakupione towary do odzyskania należności od odbiorców jest długi i wynosi ponad 3 miesiące. Rotacja towarów handlowych zajmuje około 3 miesiące, należności spływają równie długo. Okres regulowania zobowiązań w badanym okresie utrzymywał się na poziomie 80–92 dni. W większości analizowanych lat zobowiązania, jakie firmy powzięły wobec swoich dostawców, musiały zostać uregulowane w krótszym czasie niż okres spływu ich należności.

**Tabela 2**

Wskaźniki sprawności działania w badanych przedsiębiorstwach w dniach

Lata	Rotacja towarów handlowych	Rotacja należności z tytułu dostaw	Rotacja spłaty zobowiązań wobec dostawców	Cykl konwersji gotówki	Cykl operacyjny
2009	86	75	80	81	161
2010	94	91	85	100	185
2011	105	96	92	108	200
2012	98	92	83	106	189
2013	109	102	83	128	211

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych grupy zakupowej.

Cykl brutto wynosił 211 dni w 2013 roku i był najdłuższy w analizowanym przedziale czasowym. Na ten wzrost złożyły się wydłużone okresy utrzymywania zapasów i posiadania należności. Okres obrotu gotówką wydłużał się od 81 do 128 dni i nie można ocenić tego zjawiska pozytywnie. Żeby kontynuować działalność, potrzebne są w takiej sytuacji dodatkowe pieniądze. Dąży się, by okres ten był jak najkrótszy. Okres obrotu gotówką skraca się przyspieszając obrót zapasami i należnościami oraz opóźniając spłatę zobowiązań. Jednak w czasach złej sytuacji na rynku i w sytuacji działalności w grupie, która naciska na terminowe regulowanie zobowiązań, trudno jest realizować taką politykę.

W tabeli 3 przedstawiono kształtowanie się majątku obrotowego badanych przedsiębiorstw w przedziale czasowym 2009–2013. Należy zaznaczyć, że są to dane skumulowane dla całej grupy.

**Tabela 3**

Majątek obrotowy badanych przedsiębiorstw w latach 2009–2013 (w zł)

Lata	Ogółem	Zapasy	Należności		Inwestycje krótkoterminowe	Rozliczenia międzyokresowe	Zobowiązania krótkoterminowe	
			ogółem	z tytułu dostaw i usług			ogółem	z tytułu dostaw i usług
2009	264998326	120719604	132275491	124403655	9236511	2766721	155262807	108982384
2010	276850356	118722461	146371173	132866230	9256376	2500346	158017759	103739572
2011	321051983	139657147	161716484	152247349	16282748	3395604	174908899	120518243
2012	353124832	152844472	178448590	167675288	18927123	2904647	200027354	129158549
2013	348223742	149867221	173015947	165471151	23153688	2186886	181523423	112722198

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych grupy za lata 2009–2013.

W minionych latach dostawcy sukcesywnie zwiększali majątek obrotowy. Miał wpływ na to wzrost zapasów. Wartość nominalna należności krótkoterminowych również wykazuje tendencję wzrostową, powiększają je w znacznej mierze należności z tytułu dostaw

i usług. Ostatni, 2013 rok, to okres obowiązywania nowych uregulowań dotyczących terminów zapłaty w transakcjach handlowych. Zbiega się z obserwowanym zmniejszeniem należności z tytułu dostaw i usług. Zmiany tej należy również upatrywać w kryzysie, jaki dotknął gospodarkę, a która przejawia się między innymi zmniejszeniem aktywności gospodarczej podmiotów rynkowych.

Miernikiem charakteru i stosunków kredytowych z kontrahentami jest wskaźnik pozycji kredytowej. Odnosi on do siebie należności od odbiorców i zobowiązania wobec dostawców (Wędzki 2009: 110). Wskaźnik o wartości powyżej 1 oznacza pozycję kredytodawcy, a poniżej 1 wskazuje na pozycję kredytobiorcy. W poniższej tabeli 4 przedstawiono wartości wskaźnika uzyskane w poszczególnych latach.

**Tabela 4**

Wartości wskaźnika pozycji kredytowej dla badanych przedsiębiorstw

Lata	Wskaźnik pozycji kredytowej
2009	1,1
2010	1,3
2011	1,3
2012	1,3
2013	1,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych zarządu grupy handlowej.

Wskaźnik pozycji kredytowej informuje, że we wszystkich analizowanych latach przedsiębiorstwa pełniły funkcję kredytodawcy dla swoich odbiorców. Dystrybutorzy biorą udział w finansowaniu działalności swoich odbiorców.

## Uwagi końcowe

Funkcjonowanie na rynku dystrybutorów instalacji sanitarno-grzewczych jest działalnością wymagającą dysponowania dużymi środkami pieniężnymi. Powodem są relatywnie wysokie ceny oferowanych urządzeń i instalacji. Utrzymywanie takich zapasów wymaga odpowiednich warunków lokalowych, czasami odpowiedniej temperatury, wiąże się z ubezpieczeniem i innymi kosztami. Nie bez znaczenia dla gospodarowania majątkiem obrotowym jest zwyczajowe przeprowadzanie transakcji z odroczonym terminem płatności. Należności w bilansach hurtowników stanowią większe wartości niż wartość zapasów.

Przynależność do grupy zakupowej zmienia strukturę majątku obrotowego przedsiębiorstw. Z jednej strony istnieje pewien pułap zamówień, które muszą zostać poczynione, co wymusza niekiedy utrzymywanie wyższego od optymalnego poziomu zapasów. Niemniej korzystne warunki nabycia mają swoje odzwierciedlenie w cenach tych dóbr. Grupa wspiera swoich udziałowców w działalności marketingowej, wykorzystuje efekty skali przy zakupie usług telefonii komórkowej. Stara się wspierać firmy przy egzekwowaniu

należności. Nie dopuszcza również do pojawienia się przeterminowanych zobowiązań, nie pozwalając firmom finansować się z takich środków.

## Literatura

- Bień W. (2005), *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa.
- Finanse przedsiębiorstwa* (2007), red. J. Szczepański, L. Szyszko, PWE, Warszawa.
- Grzenkiewicz N., Kowalczyk J., Kusak A., Podgórski Z. (2007), *Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Jerzemowska M. (2006), *Kształtowanie struktury kapitału przedsiębiorstwa*, w: *Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie*, red. M. Jerzemowska, PWE, Warszawa.
- Rutkowski A. (2007), *Zarządzanie finansami*, PWE, Warszawa.
- Rytko P. (2009), *Zarządzanie kredytem handlowym w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Difin, Warszawa.
- Uniwersalny słownik języka polskiego* PWN, Wersja 3.0, (2008), Warszawa.
- Sierpińska M., Jachna T. (2004), *Ocena przedsiębiorstwa w świetle standardów światowych*, PWN, Warszawa.
- Wędzki D. (2009), *Wskaźniki finansowe*, t. 2, Oficyna Wolters Kluwer, Kraków.

### CURRENT ASSETS MANAGEMENT IN COMMERCIAL ENTERPRISES OF THE INSTALLATION AND HEATING INDUSTRY

**Abstract:** *Purpose* – The paper presents the specifics of working capital management in commercial enterprises on the market for equipment and installation of plumbing and heating.

*Design/Methodology/approach* – Analysis of the financial statements of companies. Literature studies.

*Findings* – Calculated and interpreted efficiency ratios, the rate of credit position.

*Originality/value* – This article applies to current and standard corporate finance issues.

**Keywords:** current assets, merchant credit, trade credit, market of sanitary and heating installations

## Cytowanie

- Roszkowska-Holysz D. (2014), *Majątek obrotowy w przedsiębiorstwach handlowych branży instalacyjno-grzewczej*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 803, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 66, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 467–474; [www.wneiz.pl/firfu](http://www.wneiz.pl/firfu).