

# Jacek Chudzik

---

## Zewnętrzne źródła finansowania turystycznych MŚP w Polsce w świecie wyników badań

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 62, 52-60

---

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

*JACEK CHUDZIK*

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

## ZEWNĘTRZNE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA TURYSTYCZNYCH MŚP W POLSCE W ŚWIETLE WYNIKÓW BADAŃ

### **Wprowadzenie**

Zapotrzebowanie na kapitał oraz umiejętność jego pozyskiwania jest elementem uzyskania przewagi konkurencyjnej. W czasach nowożytnych akumulacja kapitału stała się źródłem rewolucji przemysłowej, a jej skutki widoczne są w wielu dziedzinach. Sektor turystyczny jest dziedziną, która rozwinęła się dzięki zmianom technicznym i społecznym, jego rozwój jednakże jest uzależniony od dalszej akumulacji kapitału.

Brak możliwości pokrycia inwestycji ze środków własnych powoduje poszukiwanie kapitału na zewnątrz. Zewnętrzne źródła pozyskiwania kapitału obciążone są pewnymi kosztami i/lub utratą (przynajmniej częściową) kontroli nad przedsiębiorstwem. Korzyści zaś mogą okazać się nieporównywalnie wyższe.

Polskie przedsiębiorstwa sektora turystycznego rzadko korzystają z tej możliwości rozwoju, raczej przyjmują taktykę konserwatywną (obronną), skupiając się raczej na redukcji kosztów niż zwiększaniu skali działalności i powiększaniu przychodów. Przyczyna tkwi w krótkim okresie rozwoju firm sektora turystycznego (większość z nich powstała po 1989 roku). Podejście to, aczkolwiek dające bezpieczeństwo, szczególnie w warunkach istniejącego kryzysu gospodarczego, gdzie małe firmy wykazują dużą odporność na skutki tego kryzysu, nie daje perspektyw rozwoju w sytuacji, kiedy nastąpi ożywienie gospodarcze, a wraz z nim rozwój turystyki w Polsce.

Istnieje rozrzut pomiędzy przedsiębiorstwami sektora turystycznego w zakresie pozyskiwania kapitału z zewnątrz. Jest on widoczny w ujęciu geograficznym oraz branżowym. Obecnie istnieją widoczne dysproporcje, jednakże w ocenie badań

powoli zmniejszają się, można więc przypuszczać, że przeszkoda w rozwoju w postaci możliwości pozyskiwania kapitału z zewnątrz jest pokonywana bez względu na obszar działalności przedsiębiorstw.

## 1. Kapitał zewnętrzny jako źródło finansowania przedsięwzięć inwestycyjnych

Chęć wzbogacenia się jest naturalnym odruchem człowieka. Nie zawsze jednak posiadany kapitał idzie w parze z pomysłem na biznes. Brak kapitału powoduje konieczność poszukiwania go na zewnątrz.

Kapitał zewnętrzny, rozumiany jako zewnętrzne źródło finansowania, określany jest jako kapitał własny z wyłączeniem kapitału zapasowego oraz zakumulowanego zysku, oraz obcy, a jego wartość znaleźć można w bilansie po stronie pasywów. Korzystanie z kapitału obcego przez przedsiębiorstwo w porównaniu z kapitałem własnym ma wiele zalet. Dawca kredytu – (wierzyciel) nie ma wpływu na podejmowane przez przedsiębiorstwo decyzje, taki wpływ ma natomiast właściciel zainwestowanego kapitału. Korzystanie z kapitału obcego pozwala pozyskać kapitał bez powiększenia grona współwłaścicieli kapitałów, umożliwia też utrzymanie płynności finansowej przedsiębiorstwa w razie zmienionego zapotrzebowania środków pieniężnych na finansowanie aktywów obrotowych. Płacone od kapitału obcego odsetki zmniejszają ciężar podatku dochodowego, dając osłonę podatkową. Odsetek tych nie płaci się od kapitału własnego.

Zaciągnięty przez przedsiębiorstwo kapitał obcy ma też charakter uprzywilejowany przed kapitałem własnym, w razie gdy przedsiębiorstwo znajduje się w likwidacji lub upadłości, ponieważ roszczenia właścicieli są zaspokajane w pierwszej kolejności przed roszczeniami właścicieli kapitału własnego.

Z udziałem kapitałów obcych w finansowaniu przedsięwzięć wiąże się możliwość korzystania z dźwigni finansowej wraz z osłoną podatkową. Im większy udział kapitałów obcych, zwłaszcza długoterminowych, tym większe możliwości wykorzystania dźwigni finansowej i osłony podatkowej.

Kapitały obce, podobnie jak i własne, są odpłatne, lecz obce trzeba zwrócić w określonym terminie, a własne są bezterminowe.

Obce kapitały są zawsze pochodzenia zewnętrznego, natomiast własne mogą mieć pochodzenie zewnętrzne (emisja akcji) i wewnętrzne (zysk i amortyzacja).

Korzystaniu z kapitału obcego towarzyszy ryzyko finansowe. Ryzyko to związane jest z nadmiernym wzrostem obciążeń odsetkowych oraz z faktem, że kredytobiorcy nie dadzą potrzebnego zabezpieczenia<sup>1</sup>.

Kapitały obce występują zazwyczaj pod następującymi postaciami:

---

<sup>1</sup> Por. Z. Leszczyński, A. Skowronek-Mielczarek, *Analiza ekonomiczno-finansowa firmy*, Warszawa 2000, s. 148.

- kredyt bankowy;
- pożyczka;
- leasing;
- obligacje oraz inne dłużne papiery wartościowe<sup>2</sup>;
- zobowiązania wobec pracowników, urzędu skarbowego, zakładu ubezpieczeń społecznych oraz wobec kontrahentów;
- kredyt kupiecki<sup>3</sup>.

Zdolność do pozyskiwania kapitałów zewnętrznych jest wskaźnikiem umiejętności współpracy pomiędzy podmiotem a instytucjami finansowymi oraz innymi podmiotami w zakresie transferu kapitału. Pozyskanie kapitału obcego pozwala na zwiększenie skali działalności (a często jej umożliwienie) przy zachowaniu niezależności. Jest to szczególnie korzystne, jeśli przedsiębiorstwo posiada pewne zasoby, które pragnie zachować u siebie (np. wiedza na temat źródeł pozyskiwania klientów lub dostęp do rynków zbytu), lub też w sytuacji, gdy dotychczasowi właściciele pragną zachować niezależność w zakresie podejmowanych decyzji na wszystkich szczeblach kierowania. Dotyczy to szczególnie małych jednoosobowych lub rodzinnych podmiotów zorganizowanych w innej formie niż spółki kapitałowe. Wejście udziałowca i przekształcenie w spółkę komandytową skutkuje tym, że komplementariusz odpowiada za podjęte decyzje całym swym majątkiem obecnym i przyszłym, komandytariusze do wysokości wniesionego wkładu, zatem tutaj szczególnie korzystne wydaje się pozyskanie kapitału obcego.

Kapitał własny z zewnątrz można pozyskać poprzez przyjęcie udziałowca (współwłaściciela), który wnosi swe udziały w postaci pieniężnej lub aportu<sup>4</sup>.

Ten sposób pozyskiwania kapitału ma wiele zalet, takich jak:

- stosunkowo łatwy pod względem proceduralnym sposób pozyskania współwłaściciela – wystarczy umowa cywilnoprawna (w przypadku osób prowadzących działalność gospodarczą) lub uchwała walnego zgromadzenia (w przypadku spółek kapitałowych);
- mniejszy koszt pozyskania kapitału (w zamian potencjalny udziałowiec otrzymuje udziały (akcje) zamiast wynagrodzenia za udostępniony kapitał);
- rozłożenie ryzyka działalności na poszczególnych udziałowców<sup>5</sup>.

Zewnętrzny kapitał własny można pozyskać w sposób:

---

<sup>2</sup> Ze względu na koszty emisji i jej skomplikowane procedury ta forma nie jest stosowana w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw.

<sup>3</sup> Kredyt kupiecki w ujęciu księgowym jest traktowany jako zobowiązanie, aczkolwiek w ujęciu prawnym ma charakter pożyczki.

<sup>4</sup> Por. N. Grzenkiewicz, J. Kowalczyk, A. Kusak, Z. Podgórski, *Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa*, UW Warszawa 2007, s. 60–70.

<sup>5</sup> Por. W. Turowska, A. Węgrzyn, *Rachunkowość*, Wyd. Marina, Wrocław 2009 s. 217–219 oraz 229–230.

1. bezpośredni – poszukując osoby fizycznej lub prawnej gotowej zainwestować kapitał w prowadzone przedsięwzięcie;
2. pośredni;
  - na giełdach papierów wartościowych (w przypadku spółek akcyjnych),
  - korzystając z firm zajmujących się pośrednictwem w tego rodzaju transakcjach pomiędzy podmiotami,
  - korzystając z usług firm typu venture capital.

## **2. Przyczyny pozyskiwania kapitału zewnętrznego w świetle badań na przykładzie przedsiębiorstw sektora turystycznego**

W latach 2006–2009 przeprowadzono przez Katedrę Zarządzania w Turystyce UJ badania przedsiębiorczości w gospodarce turystycznej opartej na wiedzy. Badaniami objęto 71 losowo wybrane przedsiębiorstwa. 11 z nich pochodziło z województwa małopolskiego, 60 z innych miejsc w Polsce. Firmy należały do branży noclegowej, gastronomicznej oraz biur podróży. Badania przeprowadzono metodą ankietową. W szczególności chodziło o określenie luki kompetencyjnej przedsiębiorstw w zakresie pozyskiwania kapitału zewnętrznego, w tym zapotrzebowania na kapitał zewnętrzny, efektywności jego pozyskiwania, jak również zmian w zakresie zapotrzebowania oraz efektywności pozyskiwania kapitału zewnętrznego w ciągu ostatnich dwóch lat.

Branża branża noclegowa charakteryzuje się następującymi cechami:

- konieczność zainwestowania dużej ilości kapitału na wejściu,
- stosunkowo długi okres zwrotu kapitału,
- duży udział kosztów stałych w działalności firm oferujących usługi noclegowe,
- poza nielicznymi wyjątkami duże wahania sezonowe w zakresie sprzedawanych usług, a co się z tym wiąże – przychodów,

Aczkolwiek wszystkie te cechy można także znaleźć w przedsiębiorstwach oferujących usługi gastronomiczne czy biurach podróży, to skala tych cech jest znacznie węższa.

Rynek usług noclegowych jest rynkiem zmiennym, gdzie występują nie tylko wahania sezonowe, ale także czynniki psychogenne, socjogenne, które ten rynek kształtują, zatem osoba działająca na tym polu musi w swej analizie SWOT brać pod uwagę nie tylko liczbę i siłę konkurentów, ale także inne czynniki, które ten rynek kształtują.

Rynek usług gastronomicznych po okresie transformacji można uznać za rynek wschodzący. Wieloletnie niedoinwestowanie w systemie sprzed 1989 roku spowodowało, że infrastruktura ta była budowana od początku. Dotychczasowy brak tego rodzaju infrastruktury i rosnący popyt na usługi gastronomiczne powodu-

ją, że branża ta z roku na rok rozwija się bardzo dynamicznie, a to jest źródłem zapotrzebowania na kapitał.

Drugą przyczyną zapotrzebowania na kapitał w tej branży są ciągle zaostrzane normy prawne w postaci mnożących się przepisów w zakresie kontroli: sanepidu, przepisów przeciwpożarowych, Państwowej Inspekcji Pracy, Państwowej Inspekcji Handlowej, Urzędu Nadzoru Budowlanego, Urzędu Skarbowego, ZAiKS-u, Przedstawicieli Poczty Polskiej, policji i straży miejskiej (w przypadku organizowania imprez masowych).

Członkostwo Polski w strukturach Unii Europejskiej skutkuje w tym zakresie narzuceniem i zaostrzeniem wielu norm, co spowodowało konieczność inwestycji dla przedsiębiorstw tej branży, a co się z tym wiąże – zapotrzebowanie na kapitał.

Co zatem decyduje o wielkości kapitału obcego w przedsiębiorstwach? Możemy tu wyróżnić trzy czynniki:

- infrastruktura związana z pozyskiwaniem kapitałów obcych,
- polityka władz,
- wiedza na temat możliwości pozyskania kapitału z zewnątrz.

Wiedza na temat gospodarki finansowej firmy może mieć źródło:

- w edukacji osób zarządzających,
- w dotychczasowym doświadczeniu.

### **3. Efektywność pozyskiwania kapitału zewnętrznego w świetle badań**

Wyniki badań wykazują, że bez względu na branżę udział kapitału zewnętrznego jest niewielki, nieprzekraczający 19%. Ten stan rzeczy może być podyktowany następującymi przyczynami:

1. Przedsiębiorstwa posiadają wystarczający kapitał własny, nie są więc zainteresowane pozyskiwaniem kapitałów obcych.
2. Przedsiębiorstwa nie mają strategii ekspansywnej, wobec czego nie wykazują zapotrzebowania na kapitał obcy.
3. Przedsiębiorstwa mają strategię ekspansywną, lecz nie posiadają zdolności kredytowej ani wystarczającego poziomu zaufania kontrahentów i instytucji finansowych.

Wynik ten rozkłada się nierównomiernie pod względem geograficznym. Jeśli podzielimy Polskę na województwa, to odpowiedzi kształtują się skrajnie. Generalnie w przedsiębiorstwach działających w województwach zachodnich udział kapitału obcego jest wyższy, jednakże są od tego wyjątki.

Najlepiej na tym tle wypadła branża noclegowa. Najniższy wskaźnik został odnotowany dla gastronomii. Jak już wspomniano, branża noclegowa w porównaniu do dwóch pozostałych jest bardziej kapitałochłonna. Duży jest też rozrzut, jeśli

chodzi o udział kapitału zewnętrznego w różnych obszarach kraju. Świadczyć to może o:

- zróżnicowanej kondycji finansowej przedsiębiorstw w zakresie ich płynności oraz rentowności,
- zróżnicowaniu w zakresie rynku, na którym przedsiębiorstwa te działają.

Najmniejsze odchylenie standardowe zanotowano dla branży gastronomicznej.

Zważywszy, że jest to branża mniej kapitałochłonna, na której nie występują tak duże wahania, wynik ten może nie być zaskoczeniem.

Jeśli chodzi o zmiany w udziale kapitału zewnętrznego w ciągu ostatnich dwóch lat, większość respondentów odpowiedziała, że nie zaszły żadne istotne zmiany, jeśli chodzi o udział kapitału zewnętrznego w finansowaniu firmy. Odpowiedź ta może sugerować, że:

- firmy mają ustabilizowaną sytuację finansową i nie są zainteresowane pozyskaniem kapitału z zewnątrz,
- koszt i ryzyko związane z pozyskaniem kapitału oceniane są wysoko.

Poziom oraz zmiany w zakresie pozyskiwania kapitału mogą być pochodną wiedzy na temat możliwości pozyskania kapitału z zewnątrz. W oparciu o badania istnieje różnorodność pod względem geograficznym, jeśli chodzi o wiedzę w zakresie pozyskiwania kapitału. Województwa można tutaj podzielić na dwie grupy. Pierwsza to obszary o dobrze rozwiniętej infrastrukturze, z tradycjami biznesowymi firm mających duże doświadczenie w pozyskiwaniu kapitału, druga to pozostałe wymienione województwa o stosunkowo słabej infrastrukturze przemysłowej, w których dotychczas dominowało rolnictwo. Są to więc naturalne miejsca alokacji kapitału, i w których ta alokacja następuje najbardziej dynamicznie.

W ujęciu geograficznym istnieje duże zróżnicowanie, jeśli chodzi o regiony kraju. Istnieją województwa, gdzie wskaźnik odpowiedzi kształtował się na poziomie 5,00 (w skali od 0 do 5) (województwa śląskie oraz warmińsko-mazurskie), najniższy wskaźnik zaś zanotowano w województwach kujawsko-pomorskim (1,50), mazowieckim oraz świętokrzyskim (2,00). Jak zatem widać, trudno tutaj doszukać się jakiegokolwiek prawidłowości. W jednej grupie znaleźć można województwa o dużym zróżnicowaniu terytorialnym, demograficznym, o zróżnicowanej strukturze przemysłu. Można zatem wnioskować, że stan czy ocena wiedzy na temat gospodarki finansowej jest czynnikiem uniwersalnym, niezależnym od regionu. Jeśli przyjrzelibyśmy się wynikom odpowiedzi na pytanie dotyczące wiedzy respondentów na temat korzystania ze środków finansowych zewnętrznych, to według branż największą wiedzą na temat pozyskiwania kapitału z zewnątrz dysponują przedsiębiorstwa zajmujące się noclegami (tu wskaźnik kształtował się na poziomie 3,13), najmniejszą – firmy z branży gastronomicznej (wskaźnik ten wyniósł 2,57). Branża noclegowa w przeciwieństwie do gastronomicznej jest stosunkowo wysoko kapitałochłonna.

Jak wspomniano, zapotrzebowanie na kapitał w branży noclegowej jest wysokie już na poziomie inwestycji, ponadto eksploatacja aktywów w tej branży jest zazwyczaj wyższa niż w przypadku gastronomii czy biur podróży. Może to być przyczyną faktu, że zarządzającymi bazą noclegową są zwykle osoby lepiej zorientowane w zakresie gospodarki finansowej oraz (lub) posiadające większe doświadczenie w tym zakresie.

Subiektywna ocena badanych hotelarzy w zakresie zmiany wiedzy na temat możliwości pozyskania kapitału z zewnątrz generalnie w skali kraju sugeruje, że nastąpił jej spadek.

Może to mieć swoje przyczyny w:

- mniejszym zainteresowaniu pozyskiwaniem kapitału obcego do firmy,
- wzrastających trudnościach pod względem infrastrukturalnym w zakresie pozyskania kapitału,
- trudnościach w zakresie znajomości nowoczesnych instrumentów finansowych lub ograniczonej możliwości szkoleń na danym terytorium.

Można też zaobserwować duży rozrzut, jeśli chodzi o ocenę wiedzy przedsiębiorców. Świadczyć to może o:

- dużej różnorodności badanych firm w zakresie wiedzy na temat pozyskiwania kapitału obcego,
- dużym rozrzucie samooceny na ten temat.

Wiedza na temat pozyskiwania kapitału z zewnątrz może być pochodną jakości informacji otrzymywanej przez respondentów. W ocenie jakości informacji na ten temat daje się zauważyć kontrast w ujęciu geograficznym: z jednej strony mamy województwa, w których przedsiębiorstwa uzyskują informacje o wysokiej jakości (dużej przydatności) w zakresie pozyskiwania środków ze źródeł zewnętrznych, z drugiej województwa, w których informacja ta nie odpowiada oczekiwaniom respondentów. Najwyższy wskaźnik na to pytanie odnotowano w województwach śląskim i opolskim. Najniższy wskaźnik przypada na województwo kujawsko-pomorskie oraz mazowieckie, przy czym różnica pomiędzy najwyższym a najniższym wskaźnikiem w podziale na województwa jest ponaddwukrotna<sup>6</sup>.

## Podsumowanie

Umiejętność pozyskiwania kapitału z zewnątrz jest istotnym elementem konkurencyjności przedsiębiorstw nieraz decydującym o sukcesie czy porażce na rynku. Polskie przedsiębiorstwa z branż obsługujących ruch turystyczny rzadko decy-

---

<sup>6</sup> Szczegółowe dane dotyczące wyników badań zostaną przedstawione w monografii przygotowywanej przez Katedrę Zarządzania w Turystyce UJ w Krakowie pt. *Przedsiębiorczość w gospodarce turystycznej opartej na wiedzy*.



dują się na poszukiwanie kapitału z zewnątrz. Wiązać się to może z wieloma przyczynami, wśród których można wymienić brak doświadczenia w tym zakresie (należałoby zwrócić uwagę, że większość badanych przedsiębiorstw powstała po 1989 roku, a więc ich okres działalności nie przekracza 21 lat) oraz brak wiedzy na temat możliwości pozyskiwania kapitału z zewnątrz. Świadczyć o tym może fakt, że w branżach bardziej kapitałochłonnych wiedza na ten temat jest istotnie wyższa niż w pozostałych. Niedostateczna akumulacja kapitału powoduje, że posiadany kapitał nie jest wykorzystywany, z drugiej strony brak kapitału w przedsiębiorstwie powoduje wzrost kosztów i co się z tym wiąże spadek konkurencyjności, a w skrajnym przypadku bankructwo. Akumulacja kapitału jest więc zjawiskiem w obecnej rzeczywistości naturalnym i koniecznym dla przetrwania. Odmowa wejścia w tę strategię w większości przypadków jedynie może odwlec upadek, ale mu nie zapobiegnie. Zatem kontrolowane doinwestowanie przedsiębiorstw i właściwa alokacja pozwala nie tylko zachować posiadany udział w rynku, ale także zabezpieczyć przedsiębiorstwo przed atakami konkurencji oraz zapewnić stabilność finansową na dłuższy okres.

## **EXTERNAL SOURCES OF FINANCIAL AID FOR TOURIST SMALL ENTERPRISES IN THE LIGHT OF RESULTS OF RESEARCHES**

### **Summary**

Demand for capital and skill of its obtaining is an element of competition advantage. Nowadays accumulation of capital is a source of industrial revolution and its effects are shown in many areas. Tourist sector is a branch which developed on the strength of social and technologies changes and its development depend on accumulation of capital.

Lack of internal capital is reason to searching capital outside enterprise. External capital brings any costs as loss control, but profits might be much more attractive. Touristic enterprises in Poland rarely use of the possibility of development, usually try to defend by reduction of costs than enlarge scale of activity. Reason of the strategy is short time of activity of many enterprises (more of them arises after 1989).

This strategy although gives safeness, especially in times of financial crisis, where small enterprises are usually more flexible do not gives prospects of development in times economic recovery.

It's visible dispersion between enterprises from tourist sector in a way of obtaining of external capital. It is seen as in geographic as sector areas. At the time it's seen visible disproportions, but as show researches these disproportions are smaller. Probably

difficulty of development as possibility to obtain external capital is decreased in every areas of activity of enterprises.

*Translated by Jacek Chudzik*