

Jan Zuba

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

WPŁYW RYNKÓW I KANAŁÓW SPRZEDAŻY WYBRANYCH MLECZARNI NA ICH BEZPIECZEŃSTWO FINANSOWE

THE MARKET AND DISTRIBUTION CHANNEL INFLUENCE ON THE SELECTED DAIRY COOPERATIVE FINANCIAL SAFETY

Słowa kluczowe: rynek, kanały sprzedaży, mleczarnie, bezpieczeństwo finansowe

Key words: market, distribution channels, dairy cooperative, financial safety

Abstrakt. Celem badań było określenie, czy istnieje związek pomiędzy rodzajami rynków zbytu i kanałami sprzedaży produktów mleczarskich przez spółdzielnie a osiąganymi przez nie poziomami płynności finansowej i sprawnością zarządzania środkami pieniężnymi zaangażowanymi w aktywa obrotowe. Stwierdzono, że sprzedaż przez mleczarnię swoich produktów głównie na rynku krajowym i przez obce kanały dystrybucji, a w szczególności przez sieci handlowe nie zapewniała jej utrzymania odpowiednio bezpiecznego poziomu płynności finansowej.

Wstęp

Jednym z podstawowych wyznaczników bezpieczeństwa finansowego przedsiębiorstwa jest płynność finansowa [Pawłowicz 2005], czyli jego zdolność do bieżącego regulowania swoich zobowiązań [Sierpińska, Wędzki 1999]. Brak dostępnych środków pieniężnych stanowi bezpośrednie zagrożenie dla bytu jednostki gospodarczej. Jest to szczególnie ważny problem w ostatnich latach, kiedy wystąpił światowy kryzys finansowy.

Za podstawowe kryterium oceny płynności finansowej przedsiębiorstwa można przyjąć stopień pokrycia w danym momencie jego zobowiązań bieżących aktywami, które stosunkowo szybko mogą być zamienione na gotówkę. Warunek ten spełniają aktywa obrotowe, a w szczególności ich najbardziej płynne składniki, tj. aktywa pieniężne. Do ich podstawowej analizy z rozpatrywanego zakresu można stosować standardowe i światowe wskaźniki płynności [Kusak 2006]. Wskaźnik bieżącej płynności jest relacją aktywów obrotowych do zobowiązań krótkoterminowych. Pozwala stwierdzić, czy krótkoterminowe zobowiązania finansowe znajdują pokrycie w krótkoterminowych składnikach majątku przedsiębiorstwa. Przyjmuje się, że optymalne wartości zawierają się w przedziale od 1,2 do 2,0¹, ponieważ istnieją rozbieżności czasowe pomiędzy terminami płatności zobowiązań a uzyskiwanymi wpływami z działalności – środki obrotowe powinny z odpowiednim nadmiarem pokrywać bieżące zobowiązania. Wskaźnik szybkiej płynności (wysokiej) oparty jest na płynnych aktywach obrotowych, a więc z pominięciem zapasów. Jest relacją różnicy aktywów obrotowych i zapasów do zobowiązań krótkoterminowych. Pokazuje czy przedsiębiorstwo jest w stanie pokryć całość zobowiązań krótkoterminowych łatwo upłynnianymi aktywami obrotowymi. Powinien kształtować się na poziomie co najmniej jedności, gdyż wówczas potwierdza możliwość pokrycia przez podmiot wymagalnych zobowiązań. Wskaźnik natychmiastowej płynności (gotówkowej) obrazuje stopień pokrycia zobowiązań bieżących aktywami o najwyższym stopniu płynności finansowej. W jednej wersji jest to stosunek inwestycji krótkoterminowych do zobowiązań bieżących [Buk 2006], w innej (częściej spotykanej), jest to stosunek środków pieniężnych do zobowiązań bieżących [Dudycz, Wrzosek 2000]. Zasoby gotówkowe przedsiębiorstwa powinny być ograniczane do minimalnych poziomów, bo tylko kapitał zaangażowany w obrocie przynosi zysk, a więc zbyt duży poziom gotówki może świadczyć o nieproduktywnym jej gromadzeniu lub braku pomysłu na jej wykorzystanie, dlatego postuluje się wielkość tego wskaźnika na poziomie 0,1-0,2 [Dębski 2005].

Pogłębiona diagnoza płynności finansowej przedsiębiorstwa wymaga także analizy długości okresów inkasowania należności i regulowania zobowiązań oraz cyklu rotacji zapasów [Dębski 2005]. Szybka rotacja poszczególnych składników i pasywów jest jednym z warunków zapewnienia sprawności i bezpieczeństwa finansowego przedsiębiorstwa. Wskaźnik (cyklu) rotacji zapasów w dniach jest to średni

¹ Nie ma zgodności w literaturze co do wysokości tych normatywów. Jednak pozwalają one na ocenę pozycji płynności finansowej na tle ogólnie przyjętych w gospodarce reguł.

stan zapasów do przychodów ze sprzedaży pomnożony przez liczbę dni w roku (365). Informuje co ile dni przedsiębiorstwo odnawia swoje zapasy dla zrealizowania określonej sprzedaży. Wysoki jego poziom informuje o wolnym obrocie zapasów, niski zaś o szybkim. Wskaźnik (cyklu) rotacji należności w dniach to średni stan należności w stosunku do przychodów ze sprzedaży z uwzględnieniem liczby dni w roku (365). Określa liczbę dni sprzedaży, za którą nie uzyskano jeszcze gotówki, a więc w jakim stopniu podmiot kredytuje odbiorców wyrobów gotowych i jak długo środki pieniężne są zamrożone w należnościach. Bardzo krótki okres ściągania należności bywa rezultatem wyjątkowo surowej polityki finansowej przedsiębiorstwa, która może w ostatecznym rozrachunku prowadzić do hamowania sprzedaży, a zbyt długie cykle należności mogą zwiększać prawdopodobieństwo powstania należności nieściągalnych.

Wskaźnik (cyklu) rotacji zobowiązań bieżących jest ilorazem średniego stanu zobowiązań krótkoterminowych i kosztów sprzedaży z uwzględnieniem liczby dni w roku (365). Relacja ta obrazuje czas opóźnienia regulowania zobowiązań bieżących. Określa przez jak długi okres przedsiębiorstwo jest kredytowane przez swoich dostawców. Im bardziej jest on dłuższy od cyklu należności, tym mniejsze są potrzeby w zakresie kapitału obrotowego.

W warunkach gospodarki rynkowej sprzedaż jest podstawowym warunkiem egzystencji i rozwoju przedsiębiorstwa [Janik 1999]. Eksport produktów mleczarskich ma duże znaczenie dla uzyskiwanych przez ten sektor wyników finansowych. Przed integracją (2003 r.) stanowił on 12% przychodów ze sprzedaży omawianej branży, a po integracji udział ten wyniósł już 22% (2005 r.) [Urban 2007]. Według badań wszystkie spółdzielnie (stanowiące 1/5 ogółu spółdzielni mleczarskich) sprzedawały w 2005 r. swoje produkty na rynku krajowym, a tylko niektóre (60% badanych) eksportowały swoje produkty, w tym do UE [Zuba 2009]. W latach 2005–2009 eksport grup produktów polskiego mleczarstwa aczkolwiek ogólnie wzrastał, to jednak był bardzo zróżnicowany i nierównomierny w analizowanym okresie [Rocznik Statystyczny 2010]. Największe przychody dostarczają jednak naszym mleczarniom ich produkty podstawowe, kupowane przez ludzi w kraju do zaspokojenia potrzeb konsumpcji nabiału. Stąd podstawowy rynek dla polskich mleczarni stanowi rynek krajowy, na którym występuje coraz ostrzejsza konkurencja o konsumentów producentów krajowych, jak i zagranicznych. Aby dotrzeć ze swoimi produktami do konsumentów mleczarnie korzystają z różnych kanałów dystrybucji, które stanowią ważny instrument konkurencyjności mleczarni [Zuba 2008].

W warunkach utrzymującego się światowego kryzysu finansowego oraz dążeniu rozdrobnionych polskich mleczarni do utrzymania się na rynku przez poszukiwanie odpowiednich rynków i kanałów zbytu swoich produktów mleczarskich, podjęcie badań z zakresu wpływu tych czynników na poziom bezpieczeństwa finansowego mleczarni staje się ważne i aktualne.

Celem badań była analiza wpływu rynków i kanałów sprzedaży wybranych mleczarni na poziom ich bezpieczeństwa finansowego wyrażonego płynnością finansową oraz długością terminów inkasowania należności oraz regulowania zobowiązań, a także długością cyklu rotacji zapasów.

Material i metodyka badań

Badaniami objęto trzy spółdzielnie mleczarskie, z których każda działa w jednym z trzech województw w okresie czterech lat (2006–2009). Z uwagi na konieczność ochrony ich danych identyfikacyjnych w pracy oznaczono je numerami I, II, III. Materiał źródłowy do analizy stanowiły sprawozdania finansowe badanych spółdzielni mleczarskich oraz odpowiedzi ich zarządów w postaci ankiet. Do analizy podjętego problemu wykorzystano odpowiednie wskaźniki. Do prezentacji wyników analizy wykorzystano metodę tabelaryczno-opisową.

Wyniki badań

Średnia roczna wartość przychodów netto ze sprzedaży badanych mleczarni wynosiła odpowiednio: mleczarnia I – 92919,7 tys. zł, II – 81719,9 tys. zł, III – 112163,6 tys. zł. Tak więc różnica pomiędzy najwyższą i najniższą rozpatrywaną wartością wynosiła 37,3%. Wartość rozpatrywanych przychodów w analizowanym okresie mleczarni II stale wzrastała, a mleczarni III stale zmniejszała się. Mleczarnia I miała w tym okresie rozpatrywane przychody nierównomierne. Stąd w badanym okresie mleczarnie osiągnęły odpowiednio następujące przyrosty rozpatrywanej sprzedaży: I – 6,9%, II – 10,4%, – III 2,9%.

Udziały wartości sprzedaży produktów badanych mleczarni na analizowanych rynkach zbytu, tj.: krajowym i zagranicznym, w tym UE przedstawiono w tabeli 1. Mleczarnia I wszystkie swoje produkty sprzedawała na polskim rynku. Podobną strategię przyjęła mleczarnia II, choć przy niewielkiej sprzedaży na rynek UE (niecałe 0,2% wartości sprzedaży). Mleczarnia III średnio ponad połowę wartości sprzedaży uzyskiwała z rynku krajowego (52,1% w 2006 r. i 51,6% w 2009 r.), a resztę z rynku UE (43,5%) i innych rynków zagranicznych (2,2%).

Tabela 1. Udziały wartości sprzedaży produktów badanych mleczarni na analizowanych rynkach zbytu w latach 2006-2009
Table 1. Dairy cooperative sales value share on the selected markets between 2006 and 2009

Mleczarnie/ Dairy coop	Lata/ Year	Rynki zbytu/Market [%]			
		krajowy/ domestic	UE/the EU	inne/ other	razem/ total
I	2006	100,00	0,00	0,00	100,00
	2007	100,00	0,00	0,00	100,00
	2008	100,00	0,00	0,00	100,00
	2009	100,00	0,00	0,00	100,00
	średnio/ average	100,00	0,00	0,00	100,00
II	2006	100,00	0,00	0,00	100,00
	2007	100,00	0,00	0,00	100,00
	2008	99,82	0,18	0,00	100,00
	2009	99,82	0,18	0,00	100,00
	średnio/ average	99,91	0,09	0,00	100,00
III	2006	52,10	44,90	3,00	100,00
	2007	51,20	46,60	2,20	100,00
	2008	62,40	35,60	2,00	100,00
	2009	51,60	46,70	1,70	100,00
	średnio/ average	54,32	43,45	2,23	100,00

Źródło: opracowanie własne
 Source: own study

Udział wartości sprzedanych produktów badanych mleczarni w zależności od ich kanałów sprzedaży, tj.: własnych sklepów handlowych, własnych hurtowni, obcych sklepów handlowych, obcych hurtowni oraz sieci handlowych przedstawiono w tabeli 2. Mleczarnia I wykorzystywała do sprzedaży swoich produktów głównie własne sklepy handlowe i własne hurtownie (w 94% w 2006 r. i 96% w 2009 r.). Przez obce kanały dystrybucji (sklepy, hurtownie i sieci handlowe) sprzedawała zaledwie kilka procent swoich produktów (6% ogółu wartości sprzedaży w 2006 r. i 4% w 2009 r.). Mleczarnia II niemal 3/4 swoich przychodów uzyskiwała ze sprzedaży obcym sklepom i hurtowniom (72,4% w 2006 r. i 75,3% w 2008 r.). Jedna piąta wartości jej przychodów pochodziła z sieci handlowych. Własne kanały dystrybucji przynosiły jedynie średnio 1,4% przychodów ze sprzedaży. Mleczarnia III do sprzedaży swoich produktów wykorzystywała głównie (średnio w 87,5%) obce hurtownie. Przez obce sklepy handlowe oraz sieci handlowe uzyskiwała średnio 8,7% swoich przychodów. Własne kanały dystrybucji dostarczały jej średnio 3,8% przychodów ze sprzedaży.

Tabela 2. Udziały wartości sprzedanych produktów badanych mleczarni w zależności od ich kanałów sprzedaży w latach 2006-2009

Table 2. The dairy cooperative sales value share by distribution channel between 2006 and 2009

Kanały sprzedaży/ Distribution channel	Mleczarnie/ Dairy coop	Udział wartości sprzedanych produktów/Share of sales value in year [%]				
		2006	2007	2008	2009	średnio/average
Własne sklepy handlowe/ Own retail outlets	I	21,00	20,00	20,00	20,00	20,25
	II	1,42	1,24	1,44	1,39	1,37
	III	0,10	0,10	0,10	0,16	0,12
Własne hurtownie/ Own warehouses	I	73,00	75,00	76,00	76,00	75,00
	II	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	III	3,10	3,30	4,30	4,00	3,68
Obce sklepy handlowe/ Other retail outlets	I	2,00	1,00	1,00	1,00	1,25
	II	18,77	19,76	18,76	20,51	19,45
	III	2,90	2,70	3,10	2,70	2,84
Obce hurtownie/ Other warehouses	I	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
	II	53,58	55,00	56,50	51,90	54,25
	III	87,70	88,10	86,60	87,54	87,48
Sieci handlowe/ Retail chains	I	2,00	2,00	1,00	1,00	1,50
	II	26,23	24,00	23,30	26,20	24,93
	III	6,20	5,80	5,90	5,60	5,88
Razem kanały/ All distribution channels	I	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	II	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	III	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Źródło: opracowanie własne
 Source: own study

Tabela 3. Wskaźniki płynności finansowej i cyklu gotówki oraz jego składowych badanych mleczarni w latach 2006-2009

Table 3. The financial liquidity and cash cycle indicators and their components in dairy cooperatives between 2006 and 2009

Wskaźniki/Indicators	Mleczarnie/ Dairy coop	Lata/Year				Średnio/ Average
		2006	2007	2008	2009	
Płynności finansowej bieżącej/ Liquidity current	I	2,00	2,12	2,40	2,86	2,34
	II	1,07	1,06	1,07	1,08	1,07
	III	2,29	2,45	2,24	2,47	2,36
Płynności finansowej szybkiej/ Liquidity quick	I	1,53	1,71	2,03	2,47	1,93
	II	0,77	0,80	0,83	0,83	0,81
	III	1,36	1,14	0,76	0,90	1,04
Płynności finansowej natychmiastowej/ Liquidity cash	I	0,84	1,09	1,48	1,88	1,32
	II	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	III	0,42	0,36	0,20	0,35	0,33
Cykl zapasów w dniach/ Cycle inventory	I	9,08	8,58	8,14	8,04	8,46
	II	16,83	13,52	13,96	15,89	15,05
	III	34,91	53,05	66,76	61,80	54,13
Cykl należności kr. w dniach/ Cycle receivables	I	13,23	12,70	12,13	12,36	12,60
	II	43,34	41,78	47,55	50,41	45,77
	III	35,27	31,35	25,22	21,39	28,31
Cykl zobowiązań kr. w dniach/ Cycle liabilities	I	19,40	20,74	22,37	21,47	21,00
	II	57,14	52,97	58,66	63,10	57,97
	III	38,48	42,67	42,51	41,28	41,23

Źródło: opracowanie własne
Source: own study

Wartości określonych wskaźników z zakresu badanego bezpieczeństwa finansowego analizowanych spółdzielni mleczarskich przedstawiono w tabeli 3. Mleczarnia I utrzymywała bardzo wysokie poziomy bieżącej płynności finansowej i z każdym rokiem jeszcze je podwyższała (z 2,0 do 2,86). Również bardzo wysokie poziomy rozpatrywanego wskaźnika utrzymywała mleczarnia III, średnio 2,36. Mleczarnia II w analizowanym okresie poziom rozpatrywanego wskaźnika utrzymywała poniżej dolnej standardowej wartości optymalnej 1,2. Najwyższe poziomy płynności finansowej szybkiej, znacznie wyższe niż przyjęte w literaturze wartości optymalne, utrzymywała mleczarnia I. Również wysokie poziomy rozpatrywanego wskaźnika (średnio 1,04) utrzymywała mleczarnia III. Duże różnice między poziomami bieżącej i szybkiej płynności finansowej tej mleczarni wskazuje na znaczne zamrożenie jej kapitału w zapasach i nieefektywne gospodarowanie tym kapitałem. Mleczarnia II w analizowanym okresie utrzymywała dolny poziom przedziału standardowych wartości wskaźnika szybkiej płynności finansowej. Najwyższe poziomy wskaźnika płynności finansowej natychmiastowej utrzymywała mleczarnia I. Były one zdecydowanie zawyżone w porównaniu z przyjętymi w literaturze wartościami optymalnymi. Mleczarnia II natomiast dysponowała śladowymi zasobami środków pieniężnych na pokrycie bieżących zobowiązań. Śtąd poziomy rozpatrywanego wskaźnika były zerowe.

Najszybciej odnawiała swoje zapasy (średnio co 8,5 dnia) mleczarnia I, a najdłużej mleczarnia III (aż średnio co 54,1 dnia). Najkrócej na zapłatę za sprzedane produkty czekała mleczarnia I (średnio 12,6 dnia), a najdłużej mleczarnia II (średnio aż ponad 45 dni).

W najkrótszym okresie czasu swoje zobowiązania bieżące realizowała mleczarnia I (średnio w ciągu 21 dni), a w najdłuższym okresie realizowała te zobowiązania mleczarnia II (średnio niemal 58 dni). Wszystkie trzy badane mleczarnie swoje krótkoterminowe zobowiązania realizowały średnio w dłuższych terminach niż uzyskiwały odpowiednio zapłaty za sprzedaż swoich produktów. Średnio rozpatrywane różnice wynosiły w mleczarni: I – 8,4 dni, II – 12,2 dni, III – 12,9 dni.

Spółdzielnia mleczarska I, która sprzedawała swoje produkty na rynku krajowym wykorzystując do tego własne sklepy i własne hurtownie prowadziła strategię konserwatywną w zarządzaniu płynnością finansową. Utrzymywała bardzo wysokie poziomy płynności finansowej oraz sprawnie zarządzała swoimi zapasami i należnościami krótkoterminowymi.

Mleczarnia II sprzedająca swoje produkty głównie na rynku krajowym z wykorzystaniem obcych hurtowni, sieci handlowych i obcych sklepów detalicznych, utrzymywała niskie poziomy płynności finansowej. Przedsiębiorstwo dość długo oczekiwało na spłatę należności, ale jednocześnie samo również opóźniało spłatę zobowiązań.

Mleczarnia III sprzedawała swoje produkty głównie przez obce hurtownie niemal w równym udziale na rynek krajowy, jak i zagraniczny, przede wszystkim UE. Miała ona wysokie poziomy płynności finansowej. Jednak czas obrotu zapasami i okres odzyskiwania należności mleczarni był bardzo długi, a jej termin spłaty zobowiązań był również długi.

Wnioski

1. Sprzedaż przez mleczarnię swoich produktów głównie na rynku krajowym i przez obce kanały dystrybucji, a w szczególności przez sieci handlowe nie zapewniała jej utrzymania odpowiednio bezpiecznego poziomu płynności finansowej.
2. Największą sprawność finansową w zarządzaniu środkami pieniężnymi zaangażowanymi w aktywa obrotowe wykazywała mleczarnia, która sprzedawała produkty na rynku krajowym, głównie przez własne kanały dystrybucji.
3. Mleczarnia sprzedająca niemal w połowie swoje wyroby na rynek zagraniczny miała najdłuższy cykl zapasów.
4. Najdłużej na odzyskanie należności czekała mleczarnia sprzedająca swoje produkty na rynku wewnętrznym przez obce kanały dystrybucji, a w szczególności przez sieci handlowe.
5. Najdłuższy okres spłaty zobowiązań wykazywały mleczarnie sprzedające produkty na rynku krajowym i zagranicznym oraz korzystające głównie z obcych kanałów dystrybucji.

Literatura

- Buk H.** 2006: Nowoczesne zarządzanie finansami. Planowanie i kontrola. C.H. Beck, Warszawa, 215.
- Dębski W.** 2005: Teoretyczne i praktyczne aspekty zarządzania finansami przedsiębiorstwa. PWN, Warszawa, 81, 95-96.
- Dudycz T., Wrzosek S.** 2000: Analiza finansowa. Problemy metodyczne w ujęciu praktycznym. Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław, 56.
- Janik W. (red.)**. 1999: Przedsiębiorstwo w gospodarce rynkowej. Wyd. WSPiA, Lublin, 62.
- Kusak A.** 2006: Płynność finansowa. Analiza i sterowanie. Wyd. Naukowe, Wyd. Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 44-45.
- Pawłowicz L.J. (red.)**. 2005: Ekonomika przedsiębiorstw. Zagadnienia wybrane. ODDK, Gdańsk, 33.
- Rocznik Statystyczny Rolnictwa. 2010: GUS, Warszawa.
- Sierpińska M., Wędzki D.** 1999: Zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie. PWN, Warszawa, 58.
- Urabn R. (red.)**. 2007: Zmiany w sektorze żywnościowym po rozszerzeniu UE. IERiGZ-PIB, Warszawa, 36.
- Zuba J.** 2008: Kanały dystrybucji produktów mleczarskich instrumentem ekonomicznej konkurencyjności mleczarni. *Rocz. Nauk. SERiA*, t. X, z. 4, 491-496.
- Zuba M.** 2009: Uwarunkowania rentowności i bezpieczeństwa finansowego spółdzielni mleczarskich w Polsce, Rozprawa doktorska, 253-255.

Summary

The article investigates the relationship between the various markets and dair product distribution channels used by dairy cooperatives and the achieved levels of financial liquidity and efficiency of financial management of operating assets.

Adres do korespondencji:

dr hab. Jan Zuba, prof. UP
Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie
Katedra Ekonomii i Zarządzania
ul. Akademicka 13
20-950 Lublin
tel. (81) 461 00 61, w.159
e-mail: janzuba@o2.pl