

Finansowanie działalności wirtualnych firm internetowych w Polsce w latach 2000–2004 w czasie kryzysu sektora internetowego z lat 2000–2003

Wprowadzenie

Rok 2000 stanowił dla przedsiębiorstw bezpośrednio związanych ekonomicznie z Internetem bardzo istotną, wręcz przełomową datę. Przed przełomem tysiąclecia działalność gospodarcza wykorzystująca globalną sieć obejmowała przede wszystkim przedsięwzięcia silniej nacechowane entuzjazmem oraz przecenianiem tempa wzrostu aktywności użytkowników Internetu (potencjalnych odbiorców oferty firm internetowych) niż ekonomicznym rachunkiem i szczegółowymi, długookresowo zorientowanymi planami. Dynamicznie rosnąca liczba firm internetowych, reprezentująca podaż na wirtualnym rynku Internetu, zdecydowanie przekraczała popyt zgłaszany przez klientów, którzy w przytłaczającej większości wciąż sceptycznie wykorzystywali możliwość dokonywania transakcji za pomocą Globalnej Sieci. W nieproporcjonalnym do podaży przyroście popytu na ofertę firm internetowych należy przede wszystkim upatrywać przyczynę głębokiego kryzysu, jaki dotknął globalny, wirtualny rynek internetowy w latach 2000–2003. Natomiast nie powinno się dopatrywać podłoża kryzysu w niedostatecznym nasyceniu działalności kapitałem pieniężnym czy kapitałem ludzkim (wiedzą i umiejętnościami pracowników firm internetowych). Są one dla P. Druckera (jednego z najbardziej poważanych teoretyków „Nowej Ekonomii”) najcenniejszymi zasobami każdej organizacji, hierarchicznie zlokalizowanymi wyżej niż tradycyjne czynniki produkcji¹.

Stany Zjednoczone zajmują w dziedzinie ekonomicznego wykorzystania Globalnej Sieci pozycję lidera. Analogicznie jak w przypadku ogólnoswiatowego

¹ Za: P.F. Drucker, *Post Capitalist Society*, HarperCollins, New York 1993.

kryzysu z okresu międzywojennego krach na rynku internetowym rozpoczął się w USA. Większość firm internetowych założonych w USA była i jest zorganizowana w formie spółki akcyjnej, co przy otwartym dostępie inwestorów do giełdy papierów wartościowych i rozdrobnieniu akcjonariatu determinuje silną zależność kondycji całego rynku danej grupy przedsiębiorstw od poziomu zaufania drobnych akcjonariuszy. Jeżeli zatem wyniki finansowe najsilniejszych kapitałowo oraz najbardziej znanych spółek odbiegają od planów przedsiębiorstw i oczekiwań (najczęściej wygórowanych) drobnych akcjonariuszy, to lawinowe pozbywanie się udziałów i przenoszenie kapitału do innych sektorów muszą spowodować kryzys. Przede wszystkim mechanizm ten oraz zbyt wolno rosnący popyt na wirtualnym rynku internetowym były bezpośrednimi przyczynami poważnych fluktuacji wśród firm internetowych.

Kryzys, który dotknął przedsiębiorstwa w USA, dotarł na przełomie roku 2000 i 2001 do Europy, a w 2001 r. objął również internetowe przedsiębiorstwa w Polsce. Jakkolwiek organizacja firm europejskich i polskich działających na wirtualnym rynku internetowym, różniła się od przedsiębiorstw amerykańskich – większość zorganizowana była i jest w formie spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, to głównym źródłem kryzysu stało się niedostosowanie podaży do popytu przy komplementarnym negatywnym oddziaływaniu utraty zaufania inwestorów.

Krach na wirtualnym rynku internetowym obejmował lata 2000–2003 i spowodował, prócz wielu spektakularnych bankructw przedsięwzięć internetowych (jak obliczył amerykański *Webmergers.com*, od stycznia 2000 r. zbankrutowało w USA co najmniej 835 spółek internetowych), również spadek zaufania użytkowników Internetu do jego produktywnego wykorzystania. Wydaje się, że w wyniku kryzysu najbardziej ucierpiały firmy reprezentujące handel elektroniczny. (Najbardziej spektakularne było bankructwo internetowego sklepu *Boo.com*, który zgromadził imponujący kapitał, a wśród inwestorów znaleźli się m.in. *Goldman Sachs* i *JP Morgan*, koncern LVMH oraz włoska firma *Benetton*. W ciągu 18 miesięcy istnienia *Boo.com* przeznaczył na reklamę i marketing 85 mln funtów.)

Zaburzenia, jakich doświadczał wirtualny rynek internetowy w latach 2000–2003, ukształtowały jego obecne oblicze – kryzys przetrwały firmy najsilniejsze lub najbardziej elastyczne oraz te, które funkcjonowały poza systemem prawnym. (Struktura Internetu i jego anonimowość sprzyja działalności podmiotów gospodarczych poza systemem regulacji prawnych.)

Sektor firm internetowych stale odzyskuje utracone zaufanie zarówno inwestorów, jak i użytkowników Globalnej Sieci. Należy zauważyć, iż po 2004 r. nastąpiło wyraźne ożywienie gospodarcze na wirtualnym rynku internetowym, co przekłada się na zdecydowanie lepsze wyniki finansowe firm działających w Internecie i rosnący optymizm po stronie podażowej. Po stronie popytu natomiast

odbudowie dobrej koniunktury sprzyja postępująca informatyzacja polegająca na dynamicznym wzroście wykorzystania komputerów podłączonych do Internetu w gospodarstwach domowych i firmach (dla USA wskaźnik informatyzacji wynosi obecnie 65%, średni dla Europy 50%, dla Polski 30%) oraz inicjatywy na poziomie centralnym w postaci ulg podatkowych w Polsce dla abonentów Internetu lub wyznaczenie priorytetu rozwoju biznesu elektronicznego przy rozdziale funduszy rozwojowych tak, jak deklaruje cała Unia Europejska w „IV Wieloletnim Programie dla Przedsiębiorstw i Przedsiębiorczości na lata 2001–2005”.

Obecnie okazuje się, że przyszłość działalności gospodarczej, szczególnie małych firm, leży w produktywnej aktywizacji Internetu. Rozwój wirtualnego rynku internetowego jest również szansą dla ludzi młodych, energicznych i kreatywnych doświadczających, choćby w Polsce, trudności w wejściu na tradycyjny rynek pracy. Jednocześnie sektor internetowy stanowi istotne źródło intensyfikacji wzrostu gospodarczego (np. Irlandii, Rosji, Chin, Polski). Wśród najbardziej rozwiniętych krajów, tj. USA, Japonii, Kanady, Tajwanu, Korei Płd., Izraela, Niemiec, produktywna aktywizacja ekonomicznych możliwości Internetu jest obecnie warunkiem koniecznym do zachowania wiodącej pozycji w świecie, natomiast dla krajów intensywnie rozwijających się jest niezbędna, by zachować szansę zbliżenia się w przyszłości do światowej czołówki.

1. Problematyka

Prezentowana poniżej analiza jest częścią wielopłaszczyznowych badań przeprowadzonych przez autora w latach 2000–2004 na wybranej grupie 100 przedsiębiorstw, które działają na wirtualnym rynku internetowym w Polsce. Przedsiębiorstwa te nazywane są dalej przez autora „wirtualnymi firmami internetowymi” lub WFI. Nazwa ta jest konsekwencją przyjętych założeń i stanowi wyróżnioną grupę spośród przedsiębiorstw powszechnie zwanych „firmami internetowymi”. Autor stosuje klasyfikację zawężającą już po dokonaniu wstępnej analizy całości zebranych danych ze względu na znaczącą na wirtualnym rynku internetowym rolę (nawet do 70%) podmiotów odpowiadających przyjętym kryteriom:

1. Składniki materialne, czyli majątek trwały firmy, jest ograniczony do niezbędnego minimum, obejmując jedno lub więcej stanowisk komputerowych podłączonych stale lub zdalnie do Internetu. (Wartość wszystkich składników nie przekracza 250 000 PLN.)

2. Firma funkcjonuje w obrębie polskiego systemu prawnego lub jest prowadzona przez obywatela/obywateli polskich legalnie w innym państwie lub strukturze ponadpaństwowej.

3. Firma funkcjonuje wyłącznie na wirtualnym rynku internetowym, co oznacza, że wszystkie strumienie informacji i danych mają postać cyfrową lub

w większości cyfrową. W przypadku WFI bezcelowe jest koncentrowanie się na tradycyjnych obszarach wartości firmy reprezentowanych przez:

- stan posiadania w zakresie terytorialnym,
- wartość zakładów produkcyjnych,
- wartość posiadanych środków produkcji,
- wartość nieruchomości firmy,
- wartość surowców do produkcji².

W związku z tym autor uważa, iż nazwa „wirtualne firmy internetowe” jest adekwatna do opisu wyróżnionej grupy przedsiębiorstw, sugerując za pomocą wyrażenia „wirtualne” ich znaczną niematerialność (mobilność), co stanowi jeden z głównych wyróżników przedsiębiorstw „Nowej Ekonomii”; wyrażenie „internetowe” podkreśla natomiast przestrzeń działalności firmy.

Badania ankietowe miały umożliwić opis i analizę funkcjonowania WFI w Polsce na tle kryzysu wirtualnego rynku internetowego z lat 2000–2003. Jednym z najistotniejszych zagadnień poddanych badaniu stały się źródła finansowania działalności polskich wirtualnych firm internetowych oraz wszelkie następstwa krachu z lat 2000–2003 dla pozyskiwania inwestycji pieniężnych.

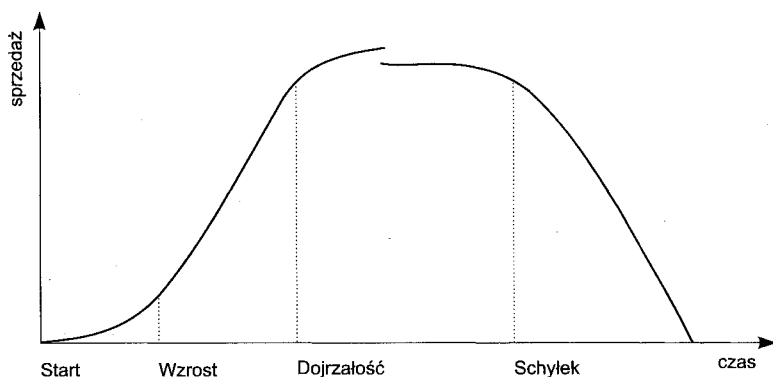
2. Finansowanie działalności gospodarczej przedsiębiorstwa – cykl życia firmy

Decyzja o wyborze źródła lub źródeł finansowania działalności stanowi jedną z najważniejszych decyzji podejmowanych w cyklu życia każdej firmy. Zarówno powstanie, jak i rozwój działalności jest bezpośrednio uzależniony od doboru właściwych i ekonomicznie uzasadnionych środków inwestycyjnych na równi z oszacowaniem ich pożądanej wartości oraz szczegółowo zaplanowanym wykorzystaniem do osiągnięcia długookresowych i krótkookresowych celów przedsiębiorstwa.

Dobór źródeł finansowania jest silnie uzależniony od pozycji firmy w proponowanym przez M. Bąka, P. Kulawczuka, A. Szcześniak, T. Szczurek i stworzonym wzorem krzywej cyklu życia produktu (Ph. Kotler) „cyklu życia przedsiębiorstwa”. W ramach tego cyklu można wyróżnić fazy: startu, wzrostu, dojrzałości i schyłku. Schemat wykresu cyklu życia małego przedsiębiorstwa przedstawia rys. 1.

Można przyjąć, iż faza startu obejmuje okres od formalnego zarejestrowania przedsiębiorstwa, poprzez osiągnięcie przez nie gotowości organizacyjnej oraz rozpoczęcia sprzedaży i prowadzenia jej jeszcze w mało ustabilizowany sposób, aż do osiągnięcia pewnej konsolidacji w zakresie sprzedaży, organizacji i finan-

² Za: D. Tapscott, *Gospodarka cyfrowa. Nadzieje i niepokoje Ery Świadomości Systemowej*, Business Press, Warszawa 1998, s. 55.



Rys. 1. Cykl życia przedsiębiorstwa

sów. W fazie tej przedsiębiorcy w większości finansują rozwój ze środków własnych, działalność obciążona jest bardzo dużym ryzykiem, muszą przebijać się z podstawowymi sprawami. Popołniają wiele błędów, często kosztowych. Faza ta charakteryzuje się brakiem stabilizacji, w tym zwłaszcza finansowej. Obserwuje się bardzo duży brak płynności finansowej oraz brak środków na rozwój.

Faza wzrostu obejmuje okres od pierwszej konsolidacji firmy, poprzez systematyczne zwiększanie sprzedaży z różną, często zmienną dynamiką, aż do osiągnięcia wysokiego poziomu sprzedaży. Okres ten kończy się napotkaniem poważnych barier wzrostu, które znacznie spowalniają dynamikę rozwojową. W fazie wzrostu firma utrzymuje dużą dynamikę potrzeb w zakresie środków obrotowych, a zwłaszcza inwestycyjnych. Firma w tej fazie jest narażona na poważne problemy związane z niedostosowaniem tempa wzrostu sprzedaży do tempa wzrostu kosztów ze względu na inwestycje. W tej fazie firma staje się wartościowym klientem banków, funduszy *venture capital* i innych instytucji finansowych.

Faza dojrzałości obejmuje okres spowolnionego tempa wzrostu dynamiki sprzedaży, stabilizację podstawowych relacji rynkowych oraz powstawanie czynników podłamujących tę pozycję w przyszłości. W tej fazie ryzyko współpracy finansowej (kredytowe, obligacyjne itd.) radykalnie spada. Firma jest dobrym klientem instytucji finansowych. Jednak zbyt uparte trzymanie się istniejącego profilu stwarza ryzyko utraty pozycji rynkowej. W takiej sytuacji wiele firm znajdujących się w fazie dojrzałości prowadzi działania zmierzające do poszerzenia profilu o nowe specjalizacje, aby jeszcze przed nieuchronnym wejściem istniejącej specjalizacji w fazę schyłkową uruchomić nowe specjalizacje. Optymalnym rozwiązaniem jest dominacja dojrzałej specjalizacji w firmie oraz występowanie nowych specjalizacji znajdujących się w fazach startu i wzrostu. W szczególności ważne jest, aby jak najwięcej produkcji czy sprzedaży znajdowało się równocześnie w fazie wzrostowej.

W fazie schyłkowej pozycja rynkowa firmy ulega szybkiej erozji, spada sprzedaż, firma musi restrukturyzować się. Bardzo często w tej fazie podejmuje się próby poszukiwania nowych specjalizacji czy wręcz radykalnie zmienia się profil firmy. Firma staje się bardzo trudnym partnerem finansowym³.

Teoria finansowania działalności firm wyróżnia następujące źródła zasilania organizacji strumieniami pieniężnymi:

1. J. Ickiewicz stwierdza, iż kapitał potrzebny do finansowania działalności bieżącej może pochodzić z różnych źródeł i dopływać w różnej formie. Źródła te różnicuje się za pomocą odpowiednich kryteriów. Jeżeli za kryterium przyjmiemy się źródło pochodzenia kapitału, to wyróżnić można źródła zewnętrzne i wewnętrzne lub inaczej mówiąc – finansowanie zewnętrzne i wewnętrzne. Finansowanie zewnętrzne obejmuje kapitał pieniężny i rzeczowy, jaki dopływa do przedsiębiorstwa od podmiotów w zróżnicowanej formie, z wyłączeniem strumienia pieniężnego z tytułu sprzedaży dóbr i usług. Finansowanie zewnętrzne podzielić można na zewnętrzne własne i zewnętrzne obce. Uzyskiwanie kapitału ze źródeł zewnętrznych własnych następuje w zależności od formy prawnej funkcjonowania firmy i obejmuje: emisję akcji, dopłaty akcjonariuszy, udziały, dopłaty wspólników, wkłady wpisowe, dotacje. Finansowanie zewnętrzne obce zawiera następujące sposoby zasilania kapitałowego: przez rynek finansowy (kredyty krótkookresowe – na rachunku bieżącym, na rachunku kredytowym, weksłowe, pod zastaw ruchomości; kredyty długoterminowe – pożyczki obligacyjne, kredyty inwestycyjne i hipoteczne), przez rynek towarowy (kredyt dostawcy lub odbiorcy) oraz szczególne formy finansowania w postaci leasingu i faktoringu. Zasilanie wewnętrzne w środki finansowe następuje głównie w wyniku transformacji kapitału (realizacji przychodów ze sprzedaży dóbr i usług, z odpisów amortyzacyjnych, ze sprzedaży zbędnego majątku, z przyspieszenia obrotu kapitału) oraz przez kształtowanie kapitału (zatrzymanie zysku albo gospodarowanie długookresowymi rezerwami firmy i funduszami emerytalnymi)⁴.

2. R. Machała sugeruje, że źródłem dochodów generowanych przez firmę jest jej majątek. Majątek ten musi być w jakiś sposób finansowany. Źródła finansowania są podzielone na własne i obce. Wśród własnych źródeł finansowania wyróżnione są wewnętrzne (zysk wypracowany przez firmę) i zewnętrzne (kapitał pozyskany w drodze emisji nowych akcji lub udziałów albo dopłat). Kapitały obce pochodzą zwykle z zaciągnięcia zobowiązań handlowych, kredytu bankowego lub emisji obligacji czy bonów komercyjnych⁵.

³ Za: M. Bąk, P. Kulawczuk, A. Szcześniak, T. Szczurek, *Finansowanie biznesu technologicznego*, Warszawa–Gdynia–Denver 2003.

⁴ Za: L. Szyszko (red.), *Finanse przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000, s. 66–69.

⁵ Za: R. Machała, *Praktyczne zarządzanie finansami firmy*, PWN, Warszawa 2004, s. 212.

3. W. Szczęsny natomiast dowodzi, iż zapewnienie odpowiednich źródeł dla sfinansowania działalności gospodarczej warunkuje utrzymanie płynności finansowej firmy. Potrzeby w tym zakresie są zmienne w czasie. Wraz ze wzrostem firmy, mierzonym wielkością sprzedaży i sumą aktywów, wzrasta zapotrzebowanie na środki finansowe. Potrzeby zmieniają się w zależności od skali aktywności firmy, wielkości popytu. W części finansowane są rosnącymi zobowiązaniami długoterminowymi i dodatkowymi kapitałami własnymi oraz „spontanicznie” rosnącymi zobowiązaniami krótkoterminowymi. Wśród źródeł finansowania można wyróżnić: kapitały własne zwykle pochodzące z zatrzymania zysków oraz z podwyższenia kapitału na drodze emisji akcji, wydzielenia udziałów i dopłat do kapitału; kapitały własne uprzywilejowane (akcje o szczególnych uprawnieniach); kredyty bankowe długoterminowe i krótkoterminowe (i inne pożyczki); *factoring*; zobowiązania wobec dostawców (kredyt kupiecki lub handlowy) oraz *leasing*. W wyborze konkretnego źródła finansowania uwzględnia się następujące kryteria: dostępność, koszty, elastyczność, efekt „dźwigni finansowej”, ryzyko obsługi⁶.

4. J. Listkiewicz, S. Listkiewicz, P. Niedziółka, P. Szymczak piszą, iż wśród najczęściej stosowanych klasyfikacji źródeł kapitału i źródeł finansowania można wyróżnić dwie następujące: podział na kapitał własny i podział na wewnętrzne i zewnętrzne źródła kapitału (lub źródła finansowania). Pierwsza klasyfikacja oparta jest na kryterium własności kapitału. Przez kapitał własny rozumie się kapitał właścicieli przedsiębiorstwa, a przez kapitał obcy – kapitał jego wierzycieli. W odniesieniu do kapitału należącego do obu grup (pożyczki od właścicieli, obligacje zamienne na akcje) stosuje się określenie „kapitał hybrydowy”. Źródła kapitału zatem są to aktywa w formie pieniężnej lub rzeczowej zainwestowane w przedsiębiorstwie przez jego właścicieli lub wierzycieli w celu osiągnięcia określonej stopy zwrotu. Do źródeł kapitału należą: od strony wewnętrznej firmy – zysk netto, od strony zewnętrznej – emisja akcji, pożyczki, oprocentowanie, papiery dłużne, kredyty bankowe, *leasing*. Źródła finansowania majątku to wszystkie składniki pasywów wykazywane w bilansie przedsiębiorstwa. Należą do nich składniki źródeł kapitału wraz ze zobowiązaniami z tytułu dostaw i usług, podatków, wynagrodzeń. Wreszcie źródła finansowania działalności, czyli wszelkie sposoby pozyskiwania środków na działalność, znajdujące odzwierciedlenie w rachunku przepływów pieniężnych, obejmują źródła finansowania majątku powiększone o pochodzące ze źródeł wewnętrznych odpisy amortyzacyjne i sprzedaż zbędnych aktywów oraz pochodzące ze źródeł zewnętrznych: *leasing* i *factoring*⁷.

⁶ W. Szczęsny (red.), *Finanse firmy. Jak zarządzać kapitałem*, C.H. BECK, Warszawa 2003, s. 44–46.

⁷ J. Listkiewicz, S. Listkiewicz, P. Niedziółka, P. Szymczak, *Metody realizacji projektów inwestycyjnych. PLANOWANIE, FINANSOWANIE, OCENA*, ODDK, Gdańsk 2004, s. 110–116.

Reasumując, źródła finansowania podzielić można w praktyce na:

a) Wewnętrzne, które obejmują kapitał własny osoby zakładającej firmę, środki pozyskane ze współwłasności od osób będących współnikami, środki powierzone pracownikom przedsiębiorstwa oraz oczywiście środki z bieżącej działalności.

Wysokość nakładów pozyskiwanych ze źródeł wewnętrznych zależy od fazy cyklu życia firmy – w fazie startu i często w fazie schyłku jest ona najwyższa, w pozostałych zaś zdecydowanie niższa. Należy zauważyć, iż fundusze ze źródeł wewnętrznych są z jednej strony stabilnymi, najprostszymi do pozyskania, obciążonymi najniższymi dodatkowymi kosztami oraz stanowiącymi bazę gwarancyjną dla wierzycieli, z drugiej zaś ich wysokość jest ograniczona, a ryzyko angażowania funduszy własnych w przypadku pojawienia się strat – wysokie. Firmy często jednak decydują się na pozyskiwanie środków pieniężnych ze źródeł wewnętrznych, szczególnie w przypadku restrykcyjnej polityki instytucji związanych z innymi źródłami finansowania.

b) Zewnętrzne, obejmujące szeroki zakres podmiotów, które zajmują się wspieraniem działalności firm za pomocą przekazywania im, odpłatnie lub nieodpłatnie, środków pieniężnych na określony okres. Można je podzielić na:

– publiczne, zorganizowane najczęściej jako fundusze pomocowe skierowane do określonej grupy przedsiębiorstw, ściśle związane z aktualnym kierunkiem polityki gospodarczej;

– komercyjne, czyli instytucje oferujące pomoc finansową w postaci kredytów o określonym oprocentowaniu ewentualnie wraz z innym rodzajem zabezpieczenia, stanowiące dodatkowy koszt dla pożyczkobiorcy, także *leasing* i *factoring*;

– prywatne – do nich zaliczamy podmioty, najczęściej osoby fizyczne, bezinteresownie przekazujące środki pieniężne na działalność lub rozwój przedsiębiorstwa (ang.: *angels*, pol.: dobroczyńcy lub darczyńcy).

W praktyce zewnętrzne źródła finansowania stanowią główne źródło finansowania dla firm, szczególnie w fazach wzrostu i dojrzałości. W tym czasie firmy są najatrakcyjniejszym partnerem dla komercyjnych źródeł finansowania i dlatego pozyskiwanie środków jest ułatwione. W fazie startu i schyłku sytuacja zdolności kredytowej, czyli możliwości spłaty zaciągniętych zobowiązań, jest oceniana najczęściej niekorzystnie przez instytucje komercyjne, co powoduje zwracanie się ku publicznym i prywatnym źródłom finansowania. Zewnętrzne źródła finansowania stanowią atrakcyjną alternatywę dla środków wewnętrznych szczególnie ze względu na możliwość elastycznej, teoretycznie nieograniczonej wartościowo pomocy finansowej, natomiast należy pamiętać o kosztach, prócz tych *stricte* pieniężnych powiązanych z odsetkami i gwarancjami, także związanych z utratą pełnej niezależności (co oznacza przyznanie określonych, dotyczących majątku firmy, praw wierzycielom).

Autor zauważa, że korzystanie z szerokiego zbioru różnorodnych źródeł finansowania powinno być zdeterminowane dążeniem do optymalizacji struktury finansowania przez minimalizację kosztów pozyskiwania kapitału, przy jednoczesnej maksymalizacji jego produktywnego wykorzystania.

3. Finansowanie działalności wirtualnych firm internetowych – wyniki badań

Pierwszym zagadnieniem poddanym badaniu ankietowemu była forma, w jakiej zorganizowana jest WFI w Polsce. Forma organizacyjna silnie determinuje wybór źródeł finansowania, a nierzadko jest wymuszana przez określony system prawny. W Polsce istnieje szeroki wybór możliwości dla powstającej firmy – przedsiębiorcy wybierają między prowadzeniem działalności jako:

1) osoba fizyczna (wtedy całkowita wysokość kosztów rejestracji nie przekracza 250 PLN),

2) spółka osobowa, dla której całkowite koszty rejestracji nie przekraczają 1000 PLN, ale wspólnicy odpowiadają całym swoim majątkiem,

3) spółka kapitałowa, przy której powstaniu obowiązują obecnie obligatoryjne koszty obejmujące kapitał założycielski w wysokości od 10 000 do 50 000 PLN oraz opłaty w wysokości 1000 PLN dla spółki z ograniczoną odpowiedzialnością.

W latach i przedsiębiorstwach objętych badaniem uzyskano następujące wyniki odnoszące się do problemu formy funkcjonowania:

Tabela 1. Forma prawna działalności WFI

Lata objęte badaniem	Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	Spółki		
		z ograniczoną odpowiedzialnością	osobowe	akcyjne
2000	52	40	6	2
2001	50	39	9	2
2002	40	55	3	2
2003	35	60	3	2
2004	41	50	7	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Uzyskane wyniki sugerują, że wśród badanych firm przeważają spółki z o.o., natomiast spółki osobowe jako forma działalności nie cieszyły się uznaniem respondentów. Autor uważa, iż spowodowane jest to obawą ewentualnej odpowiedzialności za zobowiązania firmy całym majątkiem przedsiębiorcy, występującym w spółce osobowej. Forma spółki kapitałowej, której odpowiedzialność ogranicza się do majątku spółki, jest bardzo atrakcyjna dla osób prowadzących działalność,

ponieważ daje komfort i bezpieczeństwo, bardzo istotne szczególnie dla podmiotów rozpoczynających funkcjonowanie. Stałą popularnością wśród przedsiębiorców cieszą się jednoosobowe formy działalności (osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą), ze względu na niewielkie koszty wstępne.

Kolejnym zagadnieniem poddanym badaniu było określenie profilu (branży) działalności WFI. Ankiety dostarczyły następujących wyników.

Tabela 2. Profil funkcjonowania WFI

Lata objęte badaniem	Branża		
	usługowa	handlowa	produkcyjna
2000	85	30	1
2001	81	35	4
2002	65	40	8
2003	66	40	9
2004	75	35	2

Wyniki badań obrazujących branże funkcjonowania WFI w Polsce nie odbiegają od oczekiwanych, wynikających z obserwacji tendencji na globalnym wirtualnym rynku internetowym. Podstawową branżą działalności firm są usługi, najczęściej bezpośrednio związane z Internetem (takie jak: prowadzenie serwisu WWW, udostępnianie serwera WWW, tworzenie serwisu WWW), na drugim miejscu jest działalność handlowa, najczęściej w formie pośrednictwa między producentem a nabywcą finalnym. Niewiele WFI w Polsce zajmuje się działalnością produkcyjną (tworzenie oprogramowania), co jednak powinno w przyszłości się zmieniać. Trzeba również zauważyć, iż firmy starają się łączyć profile funkcjonowania, co może być istotnym atutem w walce konkurencyjnej. (Klient oszczędza czas, gdy oferta przedsiębiorstwa jest kompleksowa.)

Kolejną poddaną badaniu kwestią był wybór źródeł finansowania według przedstawionej klasyfikacji (tab. 3).

Tabela 3. Wybór źródeł finansowania działalności WFI

Lata objęte badaniem	Źródła wewnętrzne	Publiczne źródła zewnętrzne	Komercyjne źródła zewnętrzne	Prywatne źródła zewnętrzne
2000	70	6	30	2
2001	64	7	37	4
2002	75	3	36	1
2003	77	10	20	1
2004	62	11	35	3

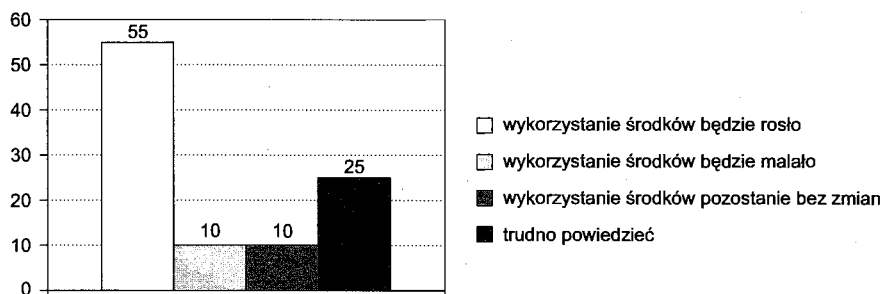
Wyniki badań kwestii wyboru źródeł finansowania działalności WFI w Polsce sugerują, iż przedsiębiorstwa najczęściej korzystały z kilku źródeł finansowania. Przeważało jednak pozyskiwanie środków ze źródeł własnych (wewnętrznych),

co dowodzi konserwatywnego stosunku polskich przedsiębiorców do źródeł finansowania. Zewnętrzne źródła finansowania nie cieszą się taką popularnością, jak choćby w USA, co sugeruje również prowadzenie przez polskie instytucje finansowe restrykcyjnej i niechętnej „nowej ekonomii” polityki kredytowej. WFI najczęściej nie mają dodatkowych zabezpieczeń materialnych pożyczek, co niestety nie ułatwia im negocjacji z kredytodawcami. Należy również zauważyć, iż publiczne źródła finansowania nie wykazują pożądanego zainteresowania polskim sektorem WFI. Utrudnia to znacznie możliwość uzyskania dogodnych pożyczek rozwojowych. Autor ma jednak pewność, iż po akcesji Polski w strukturę Unii Europejskiej (1 V 2004 r.), polscy przedsiębiorcy sektora WFI będą mogli korzystać z funduszy pomocowych UE, szczególnie dzięki deklarowanemu w programach unijnych priorytetowemu znaczeniu biznesu internetowego.

Kwestią ostatnią w tej części badania było rozstrzygnięcie wysokości zapotrzebowania na środki pieniężne w latach 2000–2004 oraz perspektywicznego spojrzenia na kwestię pozyskiwania pieniądza wśród WFI (tab. 4).

Tabela 4. Wysokość zapotrzebowania na środki pieniężne wśród respondentów

Lata objęte badaniem	Środki pieniężne (w PLN)			
	1000–10 000	10 000–25 000	25 000–50 000	50 000 i więcej
2000	48	32	15	5
2001	40	40	15	5
2002	45	35	10	10
2003	46	40	14	0
2004	40	40	18	2



Rys. 2. Tendencje w zapotrzebowaniu na inwestycje pieniężne w przyszłości (badanie w 2004 r.)

Analizując wyniki ostatnich badań grupy, należy zauważyć wpływ kryzysu na globalnym rynku internetowym z lat 2000–2003 (w Polsce WFI doświadczyły go z przesunięciem czasowym w latach 2001–2004). Przed 2001 r. przedsiębiorstwa wykazywały optymistyczną postawę, oczekując korzystniejszych wyników finansowych w następnych latach. Nadejście krachu było niespodziewane, zaska-

kujące, co zmusiło przedsiębiorców do rewizji strategii, szczególnie inwestycyjnych i szukania oszczędności, aby zapewnić sobie możliwość przetrwania. Podczas kulminacji kryzysu przedsiębiorcy drastycznie zmniejszyli dopływ funduszy ze źródeł zewnętrznych i jednocześnie zintensyfikowali poszukiwanie pomocy z zewnątrz, by zachować płynność finansową.

Podsumowanie

Przedstawione badanie stanowi jedynie częściowy obraz działalności polskich firm internetowych, obejmując kwestie związane z finansowaniem bieżącej działalności oraz inwestycji rozwojowych. Autor starał się wykazać bezpośrednią zależność schematu działań przedsiębiorców w obliczu głębokiego kryzysu, jaki ogarnął branżę internetową w latach 2000–2004. Krach ten miał zasięg ogólnosiwiatowy, jednak wirtualne firmy związane z „nową ekonomią” Europy i Polski odczuły jego skutki w zdecydowanie mniejszym zakresie niż ich amerykańskie odpowiedniki. Polscy przedsiębiorcy sektora WFI wykazywali i wykazują nadal konserwatywne podejście do wykorzystania zewnętrznych środków pieniężnych. Nie bez znaczenia jest fakt prowadzenia przez instytucje kredytowe określonej restrykcyjnej polityki, co utrudnia uzyskanie środków. Kolejnym powodem osłabienia siły kryzysu była możliwość łatwiejszego uzyskania pomocy publicznej, szczególnie w krajach „rdzenia UE”, jakimi są Niemcy, Francja i Włochy. Także w Polsce przedsiębiorcy częściej korzystali z pomocy publicznej niż firmy z USA.

Kryzys w latach 2000–2004 osłabił i spowolnił rozwój sektora wirtualnych firm internetowych na całym świecie, jednak dotknął przede wszystkim firmy duże i średnie. Małe firmy działające w Internecie mają największą mobilność, zdolność dostosowania się do zmieniającej się sytuacji, możliwość przeniesienia działalności poza system prawny, a stanowią większość, nawet do 75–80% wszystkich podmiotów wirtualnego rynku internetowego. Dlatego małe WFI najlepiej przetrwały kryzys i obecnie odbudowują zaufanie do możliwości produktywnej aktywizacji Internetu.

Bibliografia

- Bąk M., Kulawczuk P., Szcześniak A., Szczurek T., *Finansowanie biznesu technologicznego*, Warszawa–Gdynia–Denver 2003.
- Brealey R.A., Meyers S.C., *Podstawy finansów przedsiębiorstw*, PWN, Warszawa 1999.
- Drucker P.F., *Post Capitalist Society*, HarperCollins, New York 1993.
- Jajuga K., Jajuga T., *Inwestycje. Instrumenty finansowe. Ryzyko finansowe. Inżynieria finansowa*, PWN, Warszawa 1999.
- Listkiewicz J., Listkiewicz S., Niedziółka P., Szymczak P., *Metody realizacji projektów inwestycyjnych. PLANOWANIE, FINANSOWANIE, OCENA*, ODDK, Gdańsk 2004.

- Machała R., *Praktyczne zarządzanie finansami firmy*, PWN, Warszawa 2004.
- Nowak E., *Decyzyjne rachunki kosztów*, PWN, Warszawa 1999.
- Pluta W., *Strategiczne zarządzanie finansami*, Wyd. Ekspert, Warszawa 1996.
- Szczęsny W. (red.), *Finanse firmy. Jak zarządzać kapitałem*, C.H. BECK, Warszawa 2003.
- Szysko L. (red.), *Finanse przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000.
- Tapscott D., *Gospodarka cyfrowa. Nadzieje i niepokoje Ery Świadomości Systemowej*, Business Press, Warszawa 1998.
- Weston J.F., Brigham E.F., *Essentials of Managerial Finance*, Dryden Press, New York 1993.

Sprzedaż wysyłkową publikacji
Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego
prowadzi

Dział Handlowy

Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego Sp. z o.o.

50-137 Wrocław, pl. Uniwersytecki 15

tel./fax (071) 3411498, tel. (071) 3411241

e-mail: marketing@wuwr.com.pl

<http://www.wuwr.com.pl>

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego
zaprasza do swoich księgarni:

- Księgarnia internetowa: www.wuwr.com.pl

- Księgarnia Naukowa im. Mikołaja Kopernika

50-138 Wrocław, ul. Kuźnicza 30/33, tel. (071) 3432977

Księgarnia prowadzi również sprzedaż wysyłkową wszystkich książek
znajdujących się w jej ofercie handlowej.

Sprzedaż wysyłkową publikacji
Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego
prowadzi
Dział Handlowy
Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego Sp. z o.o.
50-137 Wrocław, pl. Uniwersytecki 15
tel./fax (071) 3411498, tel. (071) 3411241, (071) 3752885
e-mail: marketing@uwur.com.pl
www.uwur.com.pl

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego
zaprasza do swoich księgarń:

- Księgarnia internetowa: www.uwur.com.pl
 - Księgarnia Uniwersytecka
50-138 Wrocław, ul. Kuźnicza 49/55, tel. (071) 3752923
 - Księgarnia Naukowa im. Mikołaja Kopernika
50-138 Wrocław, ul. Kuźnicza 30/33, tel. (071) 3432977
- Księgarnia prowadzi również sprzedaż wysyłkową wszystkich książek
znajdujących się w jej ofercie handlowej.

