Informacja prasowa Warszawa, 18.06.2019 r.

**Blue Ocean – jak finansowanie private debt pomaga w rozwoju e-commerce?**

**Czy możliwe jest, aby rosnąca sprzedaż i czekające w kolejce zamówienia były hamulcem dla rozwoju firmy? Okazuje się, że taka sytuacja może się wydarzyć. Powstaje ona w momencie, w którym brak niezbędnego kapitału obrotowego doprowadza do konieczności ograniczenia realizacji zamówień. Luka w finansowaniu powstająca ze względu na długi cykl konwersji gotówki to utrapienie wielu przedsiębiorców. Także tych działających w e-biznesie. Przykład Blue Ocean pokazuje jak skutecznie rozwijać sprzedaż nie martwiąc się o ciągłość finansowania.**

Spółka Blue Ocean z podwarszawskiego Piaseczna zaczynała jako sklep internetowy z artykułami dla dzieci. Dziś to importer oraz wyłączny dystrybutor na Polskę ok. 30 marek dziecięcych ubranek, zabawek i akcesoriów. W jego ofercie znajdują się wyselekcjonowane produkty, które trudno znaleźć na polskim rynku. Firma sprowadza je m.in. z Azji, Ameryki Północnej, Europy, a w ostatnim czasie również z Australii. Blue Ocean wystartował w 2010 roku jako e-biznes opierający się na sprzedaży B2C. Obserwując rozwój rynku, firma postanowiła jednak skupić się na płaszczyźnie B2B i sprzedaży do e-commerce, niezależnych sklepów oraz sieci handlowych. Obecnie za 97 proc. jej przychodów odpowiada sprzedaż hurtowa, a sprowadzane przez nią produkty można znaleźć w takich sieciach jak Smyk, Toys "R" Us czy Empik. Mimo dynamicznego rozwoju spółce trudno było pozyskać kredyt bankowy. Dla banków była za młoda, nie posiadała odpowiednio długiej historii kredytowej, ani aktywów trwałych, które mogłyby być zabezpieczeniem długu. Pomocna okazała się niszowa forma finansowania, jaką jest private debt oferowany przez Podlaski Fundusz Kapitałowy dla małych i średnich przedsiębiorstw.

**Jak nie paść ofiarą własnego sukcesu?**

Choć wydaje się to paradoksalne, to niejednokrotnie im lepiej się coś sprzedaje, tym większa tworzy się luka w finasowaniu. Jak podaje Encyklopedia Zarządzania[[1]](#footnote-1), luka finansowa powstaje w sytuacji „w której mechanizmy rynkowe na rynku finansowym nie zapewniają finansowania dobrych, wartościowych projektów po żadnej cenie”. W praktyce oznacza to, że niejednokrotnie nawet świetnie prosperująca firma nie jest w stanie zdobyć kapitału obrotowego koniecznego dla dalszego rozwoju. A ten często potrzebny jest natychmiast. Na problem tego typu zazwyczaj narażone są firmy działające sezonowo lub realizujące zlecenia w formie kontraktów długoterminowych. Natomiast w przypadku Blue Ocean regułą jest, że za sprowadzony towar trzeba zapłacić z góry, natomiast sieci handlowe, do których on trafia oczekują odroczonych terminów płatności.

- *Stale obserwujemy rynek i dostosowujemy się do zmian, jakie na nim zachodzą. Postanowiliśmy skupić się na sprzedaży B2B do sklepów stacjonarnych i internetowych. Z tym wiążą się jednak problemy, takie jak różne terminy rozliczeń i konieczność szybkiego zastrzyku finansowego. Pomocne są wtedy środki z funduszu, które można zdobyć dużo łatwiej, niż w banku. Finansowanie tego typu to przede wszystkim większa elastyczność i sprawniejsza decyzyjność. Procedury i formy zabezpieczeń są przy tym prostsze, a fundusz stara się lepiej poznać specyfikę działania danej firmy i na tej podstawie dobrać dla niej najlepsze rozwiązanie* – mówi Karol Głąbicki, dyrektor zarządzający spółki Blue Ocean.

Żeby utrzymać konkurencyjność, Blue Ocean musi cały czas dbać o rozwój swojej oferty i poszerzanie portfolio marek. To właśnie na ten cel przeznaczane są środki, jakie otrzymuje od Podlaskiego Funduszu Kapitałowego. Ich wykorzystanie przez spółkę jest na tyle efektywne, że Fundusz zdecydował się na rozszerzenie współpracy i przyznanie jej dodatkowego limitu na finansowanie zakupów. Dzięki temu, obecnie firma korzysta już łącznie ze środków w wysokości 1,5 mln PLN.

- *Dzięki wykorzystaniu środków z funduszu firma osiągnęła bardzo dobre wyniki za 2018 rok. Przychody ze sprzedaży wzrosły o 35 proc., a zyski ponad dwukrotnie. Firma wprowadziła do oferty kilka nowych marek i obecnie planuje dalszy rozwój asortymentu, w tym wprowadzenie pierwszych towarów sprzedawanych pod marką własną. Na 2019 rok zaplanowano przychody ze sprzedaży o 30 proc. wyższe niż w roku poprzednim, a do chwili obecnej wykonanie znacząco przekracza prognozę. Sprzedaż jest o 50 proc. wyższa niż w tym samym okresie w roku poprzednim* – komentuje Krystyna Kalinowska, dyrektor inwestycyjny w Podlaskim Funduszu Kapitałowym.

**Private debt rozwiązaniem dla e-commerce i firm sezonowych**

Według raportu interaktywnie.com, polski rynek e-commerce w 2019 roku będzie wart 50 mld złotych, a jedną z najbardziej kluczowych kwestii dla firm stanie się logistyka[[2]](#footnote-2). Cytowani w raporcie analitycy z ResearchAndMarkets podkreślają, że „aby zachować konkurencyjność, firmy z branży e-commerce powinny zadbać o właściwą realizację zamówień i przyjazną konsumentowi obsługę zwrotów”. Dotyczy to zarówno sprzedaży B2C jak i B2B. Problem powstaje, gdy firma działa w branży sezonowej np. prowadząc sklep z zabawkami. W okresie sprzedażowych peaków, takich jak święta czy Dzień Dziecka, zamówień pojawia bardzo dużo, a w związku z różnymi terminami płatności trudno jest utrzymać właściwy przepływ pieniędzy. Z kolei w martwych miesiącach sprzedaż i przychody wyraźnie maleją.

Problem sezonowości w sprzedaży dotyczy wielu e-biznesów. Można sobie z nim radzić na kilka sposobów. Z pomocą przychodzą rozwiązania technologiczne i marketingowe czy odpowiednio planowana strategia sprzedaży, które umożliwiają optymalizację kosztów. Warto jednak zastanowić się także nad dodatkowym źródłem finansowania, które pozwoli poradzić sobie w trudniejszym okresie. Małym i średnim firmom e-commerce, zwłaszcza na początku drogi biznesowej trudno jest sięgnąć po bankowy kredyt. Część z nich spotyka się z odmową ze strony banku, znacznie więcej w ogóle nie ubiega się o kredyt wiedząc, że nie spełni wymaganych warunków. Korzystną dla nich alternatywą może być oferta wyspecjalizowanych funduszy inwestycyjnych.

- *Większość funduszy koncentruje się na dużych przedsiębiorstwach, starających się o kapitał w wysokości powyżej kilkunastu milionów złotych. Sektor MŚP to jednak ogromny potencjał, dlatego pod jego kątem przygotowaliśmy ofertę finansowania w przedziale 0,4 – 1,5 mln złotych. Finansowanie private debt dla mniejszych przedsiębiorstw to oferta niszowa, adresowana jest jednak do wielu przedsiębiorców. Liczy się przede wszystkim, by prowadzony biznes był stabilny i dobrze rokujący. Branża nie jest, aż tak istotna, ważne jest natomiast, aby sprzedaż była realizowana na wysokich marżach* - mówi Krystyna Kalinowska z Podlaskiego Funduszu Kapitałowego.

Private debt, czyli finansowanie dłużne to forma pośrednia między kredytem a pozyskaniem inwestora. Nie wymaga oddawania części udziałów w firmie, a akceptowalne formy zabezpieczeń są dużo bardziej elastyczne niż w przypadku kredytu bankowego. Finansowanie tego typu wiąże się co prawda z wyższym kosztem, ale i tak pozostaje atrakcyjną formą, zwłaszcza dla firm z sektora MŚP oraz branż, które nie mogą pozyskać środków w inny sposób. Największą zaletą private debt jest jego elastyczność. Proces decyzyjny jest krótszy, a warunki są każdorazowo indywidualnie negocjowane. Przykład spółki Blue Ocean pokazuje, że taka forma wsparcia sprawdza się zarówno w e-commerce, jak i sprzedaży bardziej tradycyjnej, zarówno B2B jak i B2C.

**O Funduszu**

**Podlaski Fundusz Kapitałowy** jest jednym z najstarszych funduszy venture capital działających w Polsce. Fundusz został utworzony w 1995 roku, w ramach Polsko-Brytyjskiego Programu Rozwoju Przedsiębiorczości. Od tamtej pory zrealizował kilkadziesiąt inwestycji na łączną kwotę ok. 45 mln zł, z sukcesem finalizując wiele transakcji. Fundusz oferuje przedsiębiorstwom finansowanie typu venture capital oraz private debt. Maksymalna kwota zaangażowania w jeden podmiot to 1,5 mln PLN. Z finansowania mogą korzystać startupy, generujące pierwsze przychody ze sprzedaży, jak również firmy będące w fazie dalszego rozwoju i ekspansji.

**Kontakt dla mediów:**

Michał Zębik

E-mail: [michal.zebik@goodonepr.pl](mailto:michal.zebik@goodonepr.pl)

Tel.: +48 796 996 253

1. <https://mfiles.pl/pl/index.php/Luka_finansowa> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://interaktywnie.com/biznes/artykuly/raporty-interaktywnie-com/raport-interaktywnie-com-e-commerce-2019-258454> [↑](#footnote-ref-2)