
Akademia Ekonomiczna im. K. Adamieckiego
w Katowicach



Kolegium Zarządzania

Studia podyplomowe

Zarządzanie firmą

Katarzyna Mrowiec

**BARTER SYSTEM JAKO SKUTECZNA
METODA ROZWIĄZYWANIA
PROBLEMÓW FINANSOWYCH SEKTORA
MŚP**

Praca dyplomowa
napisana pod kierunkiem
Teresa Kraśnicka

Katowice 2010

Spis treści

WSTĘP.....	4
ROZDZIAŁ I SPECYFIKA SEKTORA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW.....	6
1. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA SEKTORA MŚP.....	6
2. ZAGROŻENIA UNIEMOŻLIWIAJĄCE ROZWÓJ SEKTORA MŚP W POLSCE.....	10
3. TRADYCYJNE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA MŚP.....	12
4. INSTYTUCJONALNE I ORGANIZACYJNE WSPARCIE SEKTORA MŚP	18
ROZDZIAŁ II CHARAKTERYSTYKA BARTERU ORAZ WYKORZYSTANIE TRANSAKCJI BARTEROWYCH W SEKTORZE MŚP (BARTER SYSTEM).....	20
1. HISTORIA BARTERU.....	20
2. BARTER WIELOSTRONNY- ZASADY DZIAŁANIA.....	21
3. TRANSAKCJE BARTEROWE- PODSTAWOWE ZASADY I UREGULOWANIA FORMALNOPRAWNE.....	23
4. BARTER SYSTEM-NOWA ERA HANDLU WYMIENNEGO.....	29
5. BARTER RECEPTĄ NA SUKCES PRZEDSIĘBIORCY.....	30
ROZDZIAŁ III: ZASTOSOWANIE SYSTEMU BARTERU W SEKTORZE MŚP NA WYBRANYM PRZYKŁADZIE.....	34
1. ZAŁOŻENIA METODYCZNE.....	34
2. CHARAKTERYSTYKA BADANYCH FIRM ORAZ DZIAŁANIE BARTER SYSTEMU NA WYBRANYCH PRZYKŁADACH.....	35
3. OCENA ZASTOSOWANIA BARTER SYSTEMU NA BADANYCH PRZEDSIĘBIORSTWACH (ZALETY I SŁABOŚCI, ZAGROŻENIA).....	38

ZAKOŃCZENIE.....	40
LITERATURA.....	41
SPIS TABEL.....	42
SPIS RYSUNKÓW.....	43

Wstęp

Barter System to nowoczesny instrument transakcyjny, stanowi a zwłaszcza w obecnych czasach wygodne rozwiązanie, które z pewnością warto wziąć pod uwagę nie tylko w obliczu kłopotów finansowych. Przystępowanie do tego typu systemów może być bowiem także szansą na nawiązanie ciekawej współpracy. Uczestnicy zrzeszeni na platformach barterowych, na zasadzie klubu biznesowego, mają możliwość udziału w spotkaniach organizowanych przez koordynatorów systemów barterowych. Stanowią one znakomitą okazję do nawiązania interesujących kontaktów biznesowych i osobistego zareklamowania swojej oferty wśród uczestników systemu.

Celem pracy jest przedstawienie funkcjonowania Barter Systemu oraz jego zastosowanie w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw, a także jego wykorzystanie w celu realizacji ich zamierzeń. Zamierzeniem autorki jest również ukazanie Barter Systemu jako narzędzia do rozwiązywania problemów finansowych firm oraz poprawy perspektyw na przyszłość w dobie kryzysu.

Praca składa się z trzech rozdziałów. W pierwszym rozdziale dokonano ogólnej charakterystyki sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Dotyczy ona przede wszystkim wyjaśnienia pojęcia działalności na tzw. „małą skalę”, kryteriów podziału, a także rodzajów przedsiębiorstw. W dalszej części tego rozdziału został poruszony temat dotyczący barier uniemożliwiających rozwój sektora MŚP w Polsce. Następnie omówione zostały tradycyjne źródła finansowania działalności gospodarczej jak leasing, factoring. Zwrócono również uwagę na instytucje wspierające rozwój wyżej wymienionego sektora.

Z kolei w rozdziale drugim omówiono pojęcie transakcji barterowych i ich przebiegu. Następnie wskazano, jaką rolę odgrywają platformy barterowe. W dalszej części tego rozdziału zostały zawarte informacje o barterze wielostronnym, który stanowi narzędzie nowej generacji prowadzenia biznesu. Wymieniono korzyści wynikające z uczestnictwa na rynkach barterowych. Wspomniano również o uregulowaniach formalno-prawnych umowy barterowej.

W rozdziale trzecim objęto badaniem przykładowe firmy, które aby rozwiązać swoje problemy skorzystały z Barter Systemu. Na samym początku dokonano charakterystyki firm

pod względem zatrudnienia, formy organizacyjnej. Następnie przedstawiono zasady ich funkcjonowania w systemie barterowym oraz poddano dokładnej analizie i ocenie.

Rozdział I Specyfika sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

Już wczesna ekonomia opierała się na założeniu, że rynek składa się z dużej liczby małych firm. Koncentracja kapitału, powstawania ogromnych ponadnarodowych korporacji zburzyły nieco ten pogląd. Z czasem jednak sytuacja uległa zmianie na korzyść małych firm. Na całym świecie traktowane są jako motor zmian, stanowią źródło innowacji. Takie przedsiębiorstwa mają niewiele do stracenia, a dużo do zyskania, dlatego też wykazują większą chęć do podejmowania ryzykownych działań niż firmy duże, rozbudowane, skostniałe, zbiurokratyzowane, a zatem mało elastyczne, trudno podatne na zmiany.

1. Ogólna charakterystyka sektora MŚP

Działalność na „małą skalę” zajmuje poważne miejsce w procesie gospodarowania. W Polsce sektor małych i średnich przedsiębiorstw zaczął być przedmiotem badań i analiz na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku jako naturalna konsekwencja procesu transformacji gospodarki. Wtedy bowiem lawinowo zaczęły powstawać małe i średnie przedsiębiorstwa, tworząc podstawy sektora prywatnego w okresie transformacji gospodarki.

W literaturze przedmiotu małe i średnie firmy definiuje się najczęściej na podstawie dwóch grup kryteriów:

- ilościowych
- jakościowych

„*Kryteria ilościowe* tzw. statystycznoprawne uwzględniają mierzalne elementy charakteryzujące firmę np. wielkość zatrudnienia, wyposażenie przedsiębiorstwa, wielkość obrotów produkcję netto, przychód czy też zysk.”¹ W większości przypadków wiodącym kryterium jest liczba osób zatrudnionych w danej jednostce. Z kolei definiowanie przedsiębiorstw na podstawie *kryteriów jakościowych* tzw. identyfikatorów, jest dużo trudniejsze gdyż opiera się na założeniu, że istnieje pewien katalog cech właściwych tylko dla małych i średnich przedsiębiorstw. Obejmuje on takie, funkcje, obszary i sposoby działań oraz zachowań, które nie występują w dużych firmach lub ich realizacja przebiega w inny sposób.

¹ T. Piecuch, *Przedsiębiorczość-Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010, s.110

A zatem *kryteria jakościowe* wykorzystane do definiowania małych i średnich firm mają charakter umowny, a ich lista może być bardzo długa. Do najważniejszych cech MSP zaliczyć następujące:

- „przedsiębiorstwa takie są zdominowane przez przedsiębiorcę- jest on zarówno kierownikiem jak i właścicielem,
- małe przedsiębiorstwo działa najczęściej na rynku relatywnie bliskim ekonomicznie bądź psychologicznie- oznacza to chęć, możliwość, a często konieczność bliskich kontaktów z otoczeniem, od którego zależy sukces przedsięwzięcia,
- przedsiębiorstwo świadczy usługi czy też produkuje zgodnie z indywidualnymi życzeniami przedsiębiorców- z jednej strony spełnienie indywidualnych życzeń klientów to sposób na wyróżnienie się na rynku, jednak z drugiej strony stanowi reakcję na brak możliwości wpływu na otoczenie lub niewielki zakres tych możliwości,
- niesformalizowana struktura organizacyjna- faktem jest, że małe i średnie firmy szczególnie we wczesnych fazach rozwoju, są zwykle wolne od mało elastycznych, wieloszczeblowych struktur,
- kontakty między kierownictwem przedsiębiorstwa a współpracownikami są ścisłe i sformalizowane,
- szybka reakcja na zmiany otoczenia- umiejętność szybkiego reagowania na zmiany to najistotniejsza zdolność małych i średnich przedsiębiorstw,
- odrębny typ gospodarki- związany jest z niechęcią do współpracy instytucji finansowych z małymi, nowo powstałymi firmami. Jednak również właściciele nie wykazują się chęcią do dzielenia się swoją niezależnością i samodzielnością,
- mały udział w rynku- udział małych i średnich firm w sprzedaży, w liczbie obsługiwanych klientów jest niewielki,
- samodzielność ekonomiczna i prawna- małe i średnie przedsiębiorstwa to jednostki, których działalność jest oparta na prywatnej własności środków produkcji i osobistej pracy właściciela i jego rodziny,
- działalność małych i średnich firm często jest związana z jednym produktem lub słabo zdywersyfikowana.”²

² T. Piecuch, *Przedsiębiorczość...* op. cit., s.111

Przyjmując pewne kryteria podziału, możemy wyróżnić następujące rodzaje przedsiębiorstw:

1. ze względu na formę własności:

- spółka,
- spółka handlowa,
- spółka cywilna,
- własność prywatna,
- własność spółdzielcza,
- własność komunalna,
- własność państwowa.

2. Rodzaje przedsiębiorstw ze względu na pozycję na rynku:

- mogą działać w warunkach wolnego rynku, czyli konkurencji doskonałej (cenę produktu dyktuje „niewidzialna ręka rynku”, czyli cena jest wypadkową działań wszystkich przedsiębiorstw i kupujących),
- w warunkach całkowitego monopolu (producent dyktuje ceny takie, jakie mu się podobają),
- w warunkach konkurencji monopolistycznej
- w warunkach konkurencji oligopolistycznej (konkurencja niedoskonała, niewielka liczba przedsiębiorstw silnie od siebie uzależniona, sprzedająca ten sam produkt).

3. Rodzaje przedsiębiorstw ze względu na przedmiot prowadzonej działalności:

- przedsiębiorstwa produkcyjne,
- przedsiębiorstwa handlowe,
- przedsiębiorstwa budowlane,
- przedsiębiorstwa usługowe.

4. Rodzaje przedsiębiorstw ze względu na sposób zintegrowania zakładów:

- przedsiębiorstwa wielozakładowe zajmujące się tym samym rodzajem działalności,
- przedsiębiorstwa wielozakładowe zajmujące się realizacją jednego z cykli produkcyjnych,
- przedsiębiorstwa wielozakładowe – konglomeraty, gdzie poszczególne zakłady zajmują się wytwarzaniem produktów nie mających ze sobą żadnego związku technologicznego.

5. Rodzaje przedsiębiorstw ze względu na geograficzny obszar działania: w dobie globalizacji to kryterium podziału straciło właściwie sens, gdyż każdy rodzaj przedsiębiorstwa może być równocześnie regionalnym jak i europejskim czy światowym.

6. Rodzaje przedsiębiorstw ze względu na poziom technologiczny:

- małe i średnie przedsiębiorstwa o niskim stopniu zmechanizowania i zautomatyzowania,
- duże przedsiębiorstwa o średnim stopniu zmechanizowania i niskim stopniu zautomatyzowania,
- małe przedsiębiorstwa o wysokim stopniu zmechanizowania i zautomatyzowania,
- duże przedsiębiorstwa o wysokim stopniu zmechanizowania i zautomatyzowania,
- duże przedsiębiorstwa międzynarodowe o bardzo wysokim stopniu zmechanizowania i zautomatyzowania.

7. Rodzaje przedsiębiorstw ze względu na wielkość firmy liczoną w ilości zatrudnionych w niej osób wg. klasyfikacji Unii Europejskiej:

- „bardzo małe przedsiębiorstwo zatrudnia poniżej 10 osób,
- małe przedsiębiorstwo zatrudnia od 10 do 49 pracowników ,
- średnie przedsiębiorstwo zatrudnia od 50 do 250 pracowników,
- duże przedsiębiorstwo zatrudnia powyżej 250 pracowników.”³

„Małe i średnie firmy ze względu na swoje cechy mogą stać się źródłem zachowań przedsiębiorczych. Ponadto przedsiębiorczość je wzbogaca, czyni ich działalność bardziej mobilną, kreatywną, twórczą, co pozwala racjonalniej wykorzystywać posiadane przez nią zasoby”⁴. Przedsiębiorstwo, które zorientowane jest na przedsiębiorczość cechuje myślenie perspektywiczne i postrzeganie zmian na rynku nie jako zagrożeń, lecz okazji do zrealizowania nowych pomysłów i stworzenia nowych wartości.

³ www.bankier.pl, 01.07.2010

⁴ T. Piecuch, *Przedsiębiorczość-Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010, s.114

2. Zagrożenia uniemożliwiające rozwój sektora MŚP w Polsce

Bardzo wiele małych i średnich firm nader szybko upada, co może być związane z występowaniem licznych barier, czy też zagrożeń utrudniających bądź nawet uniemożliwiających ich powstawanie, funkcjonowanie i rozwój. Są to elementy otoczenie, które mogą powodować, że rozwój przedsiębiorstw „może być hamowany przez szereg różnych utrudnień, które uniemożliwiają lub zmniejszają wymiar osiąganego sukcesu. Tworzą bariery o dość zróżnicowanej typologii”⁵. Konsekwencją jest osłabienie przedsiębiorstwa, ograniczenie jego sprawności, blokowanie jego rozwoju w przyszłości. Zagrożenia czy też bariery rozwoju przedsiębiorczości należy przewyciężać, ich negatywny wpływ ograniczać czy też łagodzić. Wykorzystanie rynkowych szans jest możliwe dopiero wtedy, gdy przedsiębiorca upora się z barierami uniemożliwiającymi rozwój jego przedsiębiorstwa.

Jedną z najistotniejszych barier rozwoju sektora MŚP tkwi **w uwarunkowaniach formalno prawnych**. Chodzi przede wszystkim o brak spójności, przejrzystości przepisów prawa, które obowiązują przedsiębiorców. Są oni zdania, że z prowadzeniem firmy wiąże się zbyt wiele formalności, a nadmierna biurokracja uniemożliwia sprawne załatwienie bieżących spraw. Następnym problemem jest także tendencja do prawnego „przeregulowania” działalności, to znaczy rozszerzania, licencjonowania i koncesjonowania, a w szczególności do nadmiernego fiskalizmu np. od 2004 r. obowiązuje w Polsce 19% podatek od działalności gospodarczej. Jego obniżenie mogłoby w znacznym stopniu przyczynić się do poprawy sytuacji małych i średnich firm, których zasoby kapitałowe są bardzo ograniczone. Wszystko to może zniechęcić nawet najbardziej wytrwałych, zdeterminowanych przedsiębiorców.

Uciążliwe dla przedsiębiorców są też różne interpretacje tych samych przepisów, długotrwałe często nakładające się kontrole i wiele innych.

Kolejną barierą tkwi **w bardzo wysokich kosztach pracy, szczególnie pozapłacowych**. Dla pracodawcy koszty te stanowią aż 170 % wynagrodzenia netto pracownika. Można zatem stwierdzić, że jest to istotna bariera dla przedsiębiorców, którzy chcieliby poszerzyć działalność, rozbudować firmę, zatrudnić nowych pracowników.

Silnie działająca konkurencja na rynku często staje się przyczyną upadku wielu małych firm. Traktuje się ją jako najważniejszy element zachowań przedsiębiorczych, Jest

⁵ T. Piecuch, *Przedsiębiorczość...* op. cit., s. 114

czynnikiem stymulującym postęp i rozwój, zmusza do rywalizacji poprzez wprowadzanie zmian, ulepszeń, innowacji. Z funkcjonującą na rynku konkurencją wiążą się zarówno szanse, jak i zagrożenia dla małych i średnich firm. Zazwyczaj przedsiębiorcy obawiają się konkurencji, stanowi dla nich zagrożenie, utożsamiają ją głównie z niepowodzeniami i kłopotami dla swoich przedsiębiorstw. Bardzo silna konkurencja uniemożliwia, bowiem rozwój, przyczynia się do spadku wielkości sprzedaży, powoduje większe trudności w znalezieniu nowych rynków zbytu, utratę dotychczasowych klientów, stopniowe zmniejszanie się udziału przedsiębiorstwa w rynku, czego konsekwencją jest pogorszenie się sytuacji finansowej.

Teoretycy i praktycy gospodarowania dowodzą, że „przedsiębiorcy otwarci na konkurencję, posiadający profesjonalne programy uzyskiwania przewagi konkurencyjnej mogą osiągać wymierne korzyści. Umiejętności konkurowania to jeden z aspektów przedsiębiorczości, istotna cecha zachowań przedsiębiorczych. Konkurencja wymusza zmiany jest obszarem ciągłego zapotrzebowania na różnorodność i oryginalność w sposobach zachowań rynkowych, jest kreatorem postępu i rozwoju”⁶. Nawet małe firmy mają odnieść sukces w konfrontacji z dużo silniejszymi konkurentami. Osiągnął to, jeżeli nie przejdą do defensywy, a przejmą inicjatywę, nadając walce z konkurentami kierunek, który może im pomóc odnieść zwycięstwo. Takie podejście do konkurencji nazywa się *strategią judo*. Pozwala ona każdej firmie efektywniej walczyć nawet z większym, silniejszym konkurentem. Jest to podejście podkreślające przewagę umiejętności nad siłą.

Dla przedsiębiorców sektora MŚP kluczowe znaczenie ma **bariera pozyskania zewnętrznych źródeł finansowania działalności gospodarczej**. Pozyskiwanie środków finansowych na podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej stanowi wciąż jeden z najistotniejszych problemów małych i średnich firm. Polski przedsiębiorca pytany o kredyt bankowy z reguły jest sceptykiem, preferuje strategię samofinansowania jako podstawę utrzymania prawnej i ekonomicznej samodzielności, niezależności swojej firmy. Podejście takie dominuje nie tylko w procesie podejmowania działalności gospodarczej, również w trakcie funkcjonowania przedsiębiorstwa. Ponadto polskie banki komercyjne nie chcą udzielać kredytów na rozpoczęcie działalności przez osoby, które podejmują ją poraz pierwszy. Dla banków tacy klienci stanowią duże ryzyko. Problemem są także wciąż wysokie oprocentowania kredytów dla przedsiębiorców, bardzo wysokie zabezpieczenia (często

⁶ M.Strużycki, *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2002, s. 2

przewyższające wielokrotnie majątek małej firmy) oraz bardzo szczegółowa, skomplikowana i czasochłonna dokumentacja niezbędna do ubiegania się o kredyt.

3. Tradycyjne źródła finansowania MŚP

Jednym z głównych instrumentów finansowania działalności gospodarczej MSP jest **kredyt**. Kredytów udzielają banki oraz kasy oszczędnościowo- kredytowe. W zależności od okresu kredyt wyróżniamy:

- kredyty krótkoterminowe (do jednego roku),
- kredyty średnioterminowe (od 1 roku do 3 lat),
- kredyty długoterminowe (powyżej trzech lat).

Z ich pozyskiwanie wiąże się konieczność przeprowadzenia przez instytucje kredytowe oceny potencjalnego kredytobiorcy z punktu widzenia jego wiarygodności finansowej, zaświadczonej o zdolności udzielonego kredytu na warunkach ustalonych w umowie kredytowej. Ponadto banki wymagają szeregu rodzajów zabezpieczeń.

„Kredyt bankowy to ważne źródło środków finansowych dla przedsiębiorstwa, ale wiąże się z nim także pewne ograniczenia:

- drobni przedsiębiorcy są traktowani przez banki jako grupa obciążana największym ryzykiem, dlatego udziela się im wyłącznie kredytów krótkoterminowych,
- kredyty dla małych firm są trudne do administrowania- należy wykonać najwięcej czynności przy nie wielkich na ogół sumach, stąd banki preferują większe podmioty gospodarcze,
- bankom brak doświadczenia w działalności z małymi firmami; ich głównym problemem z nimi są złe kredyty, dlatego postępując coraz bardziej nieufnie, zwiększają swoje wymagania, idąc w kierunku coraz to większych zabezpieczeń”⁷.

Na ryzyko kredytowe małych i średnich przedsiębiorstw, utrudniające realnie ich dostęp do kredytów bankowych składają się:

- „niedostateczny zakres informacji ekonomiczno-finansowych dostarczanych bankom przez potencjonalnego kredytobiorcę,
- mały wolumen kapitału własnego, który jest zainwestowany w dany podmiot gospodarczy,
- bardzo często występujące problemy związane z utrzymanie płynności finansowej,

⁷ A. Skowronek- Mielczarek, *Małe i Średnie Przedsiębiorstwa*, Wyd. CH. BECK 2007, s.75

- wysoki wskaźnik bankructw i upadłości występujących w sektorze małych i średnich firm,
- spekulacyjny charakter wielu podmiotów,
- większa skłonność do ryzykownych przedsięwzięć niż w dużych przedsiębiorstwach,
- słabe zabezpieczenia kredytowe oferowane bankom.”⁸

Istnieją również inne formy finansowania działalności przedsiębiorstw, które są mniej popularne w polskich warunkach gospodarowania.

Jedną z takich niekonwencjonalnych form finansowania różnorodnych przedsięwzięć jest **leasing**. W Polsce to stosunkowo nowe źródło szybko zdobywa swoich zwolenników staje się coraz bardziej powszechne.

Leasing umożliwia wdrażanie nowych technik oraz technologii rokujących wysoką efektywność, sprzyja prowadzeniu procesów inwestycyjnych przy minimalnym początkowym zaangażowaniu środków własnych oraz zmniejszeniu ryzyka.

Leasing ma zasadnicze znaczenie dla przedsiębiorców, którzy stosunkowo często dokonują wymiany składników majątkowych używanych do prowadzenia bieżącej działalności. Traktuje się go jako alternatywę dla kredytu bankowego. „Jest on rodzajem kredytu rzeczowego, polegającego na okresowym umożliwieniu korzystania za stosowną opłatą z określonego dobra materialnego, głównie inwestycyjnego, bez konieczności jego nabycia”⁹.

Charakterystyczne cechy leasingu można sprowadzić do następujących założeń:

- jego przedmiotem mogą być zarówno rzeczy ruchome, jak i nieruchomości,
- prawo własności rzeczy będącej przedmiotem leasingu pozostaje przez cały czas trwania umowy przy leasingodawcy,
- czas trwania umowy jest zawsze dokładnie określony,
- opłata za użytkowanie rzeczy oddanej w leasing jest zawsze wyrażona w pieniądzu,
- finansujący nie może odebrać rzeczy oddanej w leasing w trakcie trwania umowy, chyba że korzystający nie wywiązuje się z przyjętych obowiązków.

Z wykorzystaniem w przedsiębiorstwie leasingu wiąże się szereg korzyści. Wynika to z faktu, że leasing:

⁸ A. Skowronek- Mielczarek, *Małe i Średnie Przedsiębiorstwa*, Wyd. CH. BECK 2007, s.76

⁹ W. Janasz, *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*, Wyd. Difin Sp. Z O.O., s. 107

- to forma finansowania inwestycji umożliwiająca dostęp do dóbr inwestycyjnych bez angażowania dużych środków na ich zakupy,
- ma wpływ na zwiększenie płynności finansowej leasingobiorcy,
- daje możliwość rozszerzenia zdolności produkcyjnych odpowiednio do potrzeb rynkowych z jednoczesnym zachowaniem dotychczasowej struktury kapitałów własnych,
- jest elastyczną i wygodną formą pozyskiwania środków przez leasingobiorcę bez wielu ograniczeń, które są nakładane przez tradycyjnych kredytodawców,
- daje leasingobiorcy preferencje podatkowe dzięki możliwości wliczania opłat leasingowych w koszty uzyskania przychodów.

Kolejną formą pozyskiwania środków jest **factoring**. „Polega on wykupie przez bank wierzytelności oraz spraw z nimi związanych, które powstały lub mają powstać w obrocie krajowym z tytułu dostaw robót czy usług. Umożliwia to uzyskanie płatności za faktury nie od odbiorcy towaru czy usługi, lecz od firmy factoringowej, która sama dochodzi należności od odbiorcy. Stronami umowy są tu przedsiębiorca oraz faktor. Na jej podstawie na faktora przechodzi cała wierzytelność przysługująca przedsiębiorcy wobec dłużnika.”¹⁰

A zatem factoring jest formą przekazywania należności, alternatywą najczęściej krótkoterminowego kredytu przeznaczonego na finansowanie transakcji handlowych. To krótkoterminowe finansowanie dostaw i usług przez podmiot, który pośredniczy między dostawcą a odbiorcą.

Korzystając z factoringu przedsiębiorca osiąga wiele korzyści np. ma zapewnione środki, z których może w razie potrzeby korzystać. Nie musi także tracić czasu na ściąganie należności

Tabela 1. Wady i zalety factoringu

WADY	ZALETY
1. Warunki kredytu faktora mogą być zbyt surowe w relacji do innych źródeł	1. Przyspieszenie obiegu kapitału obrotowego,

¹⁰ W. Janasz, *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*, Wyd. Difin Sp. Z O.O., s. 109

<p>kredytowania,</p> <p>2. Osłabienie powiązań przedsiębiorstwa z klientami,</p> <p>3. Może być źle postrzegany przez partnerów biznesowych (świadczy o słabej kondycji finansowej firmy),</p> <p>4. Opłaty za funkcje administracyjne realizowane przy okazji factoringu są korzystne dla małych przedsiębiorstw, w dużych zaś występuje najczęściej ich dublowanie,</p> <p>5. Może być przyczyną popadnięcia w zbytnią zależność od faktora, co się łączy z poufałością informacji o sytuacji ekonomiczno finansowej faktoranta, jego planach rozwoju i strategii.</p>	<p>2. Podwyższona płynność finansowa,</p> <p>3. Szersze możliwości inwestowania w rozwój,</p> <p>4. Stała zdolność obsługi zobowiązań bieżących i poprawa wypłacalności firmy,</p> <p>5. Koncentrowanie się na działalności podstawowej bez konieczności angażowania kadry w administrowanie dochodami i płynności finansową,</p> <p>6. Możliwość korzystania z zakupów u dostawcy na warunkach zapłaty gotówkowej,</p> <p>7. Możliwość odroczenia dostawcom terminów zapłaty stosowanych w warunkach normalnych,</p> <p>8. Rozszerzenie kręgu odbiorców w wyniku przyjęcia przez faktora ryzyka kredytowego stosunku do odbiorcy,</p> <p>9. Obniżka kosztów operacyjnych zaopatrzenia i kosztów transportu przez możliwość utrzymywania większych zapasów,</p> <p>10. Poprawa niektórych wskaźników bilansowych firmy przez zmniejszenie należności i zobowiązań.</p>
--	--

Źródło: T. Piecuch, *Przedsiębiorczość- podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010 s. 125

Obok factoringu można także wyróżnić **franchising**. „Franchising jest licencją udzielaną przedsiębiorcy przez franchisingodawcę, tzn. właściciela i twórcę koncepcji prowadzenia określonej działalności gospodarczej. Jest sposobem współpracy podmiotów gospodarczych, z których jeden posiada kapitał, drugi dysponuje sprawdzonymi metodami działania”¹¹.

„Główną zaletą franszyzy jest to, że posiadając stosunkowo nieduży kapitał franczyzobiorca może skorzystać z doświadczeń gospodarczych (know-how) franczyzodawcy oraz z renomy związanej z jego nazwą i znakami handlowymi (goodwill), przy równoczesnym pozostawianiu niezależnym przedsiębiorcą.

¹¹ T. Piecuch, *Przedsiębiorczość- podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010 s. 128

Są również i wady franchisingu. Dla franczyzobiorcy może być uciążliwa kontrola ze strony franczyzodawcy, która dotyczy głównie jakości usług i towarów oferowanych przez franczyzobiorcę. Przestrzeganie standardów sprecyzowanych w umowie franchisingu ma jednak dla franczyzodawcy pierwszoplanowe znaczenie¹².

Kolejną formą inwestowania w przedsiębiorstwo jest *Venture capital*. To kapitał własny wnoszony przez inwestorów zewnętrznych do przedsiębiorstw dysponujących innowacyjnym produktem, metodą produkcji bądź usługą, które nie zostały zweryfikowane jeszcze przez rynek, a więc stwarzają wysokie ryzyko niepowodzenia, ale w przypadku sukcesu zapewniają ponad przeciętny zysk.

Venture capital nazywany kapitałem wysokiego ryzyka oznacza inwestowanie na niepublicznym rynku kapitałowym, służące osiągnięciu zysku poprzez przyrost wartości zainwestowanego kapitału.

Decyzji o zaangażowaniu się w fundusze *Venture capital* nie należy podejmować pochopnie, gdyż wieloletnie związanie się z innym podmiotem, który bierze aktywny udział w podejmowaniu istotnych decyzji dotyczących przedsięwzięcia. Należy, zatem rozpatrzyć wszystkie „za” i „przeciw” tej formy finansowania i zdecydować, czy naprawdę będzie to najlepsze rozwiązanie. W poniższej tabeli przedstawiono zalety i wady *Venture capital*.

Tabela 2 Zalety i wady funduszy *Venture capital*

ZALETY	WADY
Pozyskanie długoterminowego, aktywnego inwestora wspierającego przedsiębiorstwo od strony decyzji strategicznych.	Konieczność dzielenia się władzą z nowym inwestorem.
Możliwość synergii z innymi podmiotami, w których fundusz ma udziały, możliwość pozyskania nowych technologii.	Konieczność akceptacji nowego, pełnoprawnego partnera, często mającego odmienne zdanie, ingerującego w spray firmy.

¹² <http://www.ipo.pl>, 07.06.2010

<p>Ocena działania firmy z zewnątrz, z innego punktu widzenia, pozwalająca dostrzec niezauważalne wcześniej zagrożenia.</p> <p>Poprawa struktury bilansu, możliwość wykorzystania efektu dźwigni finansowej.</p> <p>Brak konieczności szybkiego zwrotu otrzymanych środków finansowych.</p> <p>Możliwość realizacji projektów, na które nie byłoby szansy zdobycia innego źródła finansowania.</p> <p>Pomoc ze strony inwestora w rekrutacji kadry menedżerskiej.</p> <p>Pomoc w rozwiązywaniu sytuacji krytycznych.</p> <p>Wsparcie funduszu w przypadku problemów finansowych</p> <p>Poprawa postrzegania firmy przez kontrahentów i instytucje finansowe.</p>	<p>Często utrata części uprawnień zarządczych w przypadku wprowadzenia przedstawicieli inwestora do zarządu.</p> <p>Większe sformalizowanie procesów decyzyjnych i wzrost znaczenia rady nadzorczej, przez którą działają przedstawiciele inwestora.</p> <p>Nowe obowiązki związane z raportowaniem do funduszu.</p> <p>Konieczność ujawniania strategicznych informacji i szczegółów funkcjonowania firmy partnerowi.</p> <p>Możliwość odsprzedaży akcji przez fundusz inwestorowi strategicznemu, co może w efekcie doprowadzić do utraty niezależności.</p>
--	--

Źródło: T. Piecuch, *Przedsiębiorczość- podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 133

W ostatnich latach a właściwie po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej pojawiły się nowe możliwości w zakresie finansowania działalności gospodarczej. Mianowicie mowa tutaj **o środkach pomocowych Unii Europejskiej**. Małe i średnie firmy mogą korzystać z różnego rodzaju programów pomocowych UE. Możemy wyróżnić następujące programy pomocowe z Funduszy Europejskich w latach 2007-2013:

- Infrastruktura i Środowisko,
- Kapitał ludzki,
- Innowacyjna Gospodarka,
- Rozwój Polski Wschodniej,
- Pomoc Techniczna 2007-2013,
- Współpraca Międzynarodowa i Międzyregionalna.

Są to programy operacyjne, które stanowią narzędzie realizacji Narodowej Strategii Spójności. Ponadto każde województwo posiada własny regionalny program rozwoju, w ramach, którego o dotacje UE mogą się ubiegać podmioty z danego województwa.

4. Instytucjonalne i organizacyjne wsparcie sektora MŚP

Jednym z przykładów wspierania rozwoju przedsiębiorczości w regionach jest **Park technologiczny i naukowo- technologiczny**. Park technologiczny to moderator kontaktów między przemysłem a nauką, swoisty wyznacznik obszarów wysoko rozwiniętych.

W większości gospodarek rynkowych parki naukowe i naukowo- technologiczne stanowią bardzo ważny integralny składnik tzw. infrastruktury innowacyjności regionalnej. Oferują one przedsiębiorcom wykorzystującym nowe technologie usługi w zakresie:

- doradztwa w sprawach tworzenia i rozwoju przedsiębiorstw,
- transferu technologii oraz przekształcania wyników badań naukowych i prac rozwojowych w innowacje technologiczne,
- tworzenia korzystnych warunków prowadzenia działalności gospodarczej przez korzystanie z nieruchomości i infrastruktury technologicznej na zasadach umownych.

„Park technologiczny to wspólne określenie dla wyodrębnionego obszaru rozwoju np. kompleks budynków, skupiającego podmioty oparte na zaawansowanych technologiach takich jak: uczelnie, instytucje badawczo- rozwojowe i laboratoria, w tym działy badawczo- rozwojowe dużych przedsiębiorstw, małe i średnie firmy zorientowane na zaawansowane technologie oraz instytucje wspomagające transfer technologii”¹³.

Nowe firmy wchodząc na rynek mogą starać się o wsparcie instytucji zwanych **inkubatorami przedsiębiorczości**. Ich ideę, podstawową funkcję oddaje sama ich nazwa- chodzi w nich bowiem o pomoc, wsparcie, „utrzymanie przy życiu” nowych małych firm w bardzo trudnym okresie „wylęgania”, „inkubacji”. Inkubator zapewnia odpowiednie środowisko do przetrwania przedsiębiorstwa w najtrudniejszych okresach jego powstania i rozwoju. Ponadto stymuluje rozwój gospodarczy danego obszaru, tworzy nowe miejsca pracy, zagospodarowuje nieeksploatowane dotąd powierzchnie produkcyjne, magazynowe, biurowe, zachęca do przejawiania przedsiębiorczej inicjatywy.

„Inkubator to z reguły spółka z ograniczoną odpowiedzialnością lub akcyjna, która zapewnia odpowiedni start w biznesie. Rolą inkubatorów przedsiębiorczości jest ochrona małych i

¹³ www.parp.gov.pl, 08.07.2010

średnich podmiotów gospodarczych, zmniejszenie ryzyka upadku w początkowym okresie ich działalności”¹⁴.

W dobie zmian restrukturyzacyjnych wielu regionów Polski, potrzeby rozwoju gospodarczego, wzrostu zatrudnienia oraz zwiększania konkurencyjności przedsiębiorstw, niezbędnym jest poszukiwanie nowych, lub adaptowanie już istniejących, dobrych wzorców współpracy pomiędzy różnego typu podmiotami działającymi w regionie. A zatem podmioty, które istnieją na danym terenie tj. przedsiębiorcy działający w ramach tej samej branży lub pokrewnych w porozumieniu z jednostkami naukowymi, władzami lokalnymi i regionalnymi oraz innymi, mogą osiągnąć znacznie lepsze rezultaty współpracując ze sobą, niż konkurując. Taka struktura nazywana jest **klastrem**. Tak, więc „klaster to układ wzajemnie powiązanych ze sobą firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji w poszczególnych dziedzinach konkurujących ze sobą, ale również współpracujących”¹⁵.

Klastry odgrywają szczególną rolę w podnoszeniu poziomu przedsiębiorczości i innowacyjności. Postrzegane są powszechnie jako kluczowy czynnik wspierania innowacji przez kojarzenia świata przemysłu i nauki, wpływają także na wyższy poziom konkurencyjności regionów.

Rozdział II Charakterystyka barteru oraz wykorzystanie transakcji barterowych w sektorze MŚP (barter system).

1. Historia barteru

Barter uznawany jest za najwcześniejszą formę handlu. Zanim wynaleziono pieniądź, ludzie prowadzili handel poprzez wymianę towarów. To proste założenie leży u podstaw wielu współczesnych technik handlu wzajemnie uwarunkowanego. Faktycznie stosowane procedury

¹⁴ www.przepisnabiznes.pl, 08.06.2010

¹⁵ M.E Porter, *Porter o konkurencji*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2001, s. 245

są dość skomplikowane i transakcja wymiany towarów i usług nieraz wiąże się z przekazaniem pieniędzy.

Pojęcie barteru nie jest dokładnie sprecyzowane a do jego określenia stosuje się termin zamiany. „W transakcji barterowej dochodzi do wymiany towarów i/lub usług na inne, równowartościowe towary i/lub usługi bez przekazania jakichkolwiek kwot pieniędzy pomiędzy kupującym a sprzedającym”¹⁶. W najprostszej formie towary są dostarczane do eksportera jako zapłata, a ten z kolei stara się je sprzedać.

Barter dawniej stosowany był w społeczeństwach o prymitywnym systemie ekonomicznym, nie posiadających lub nie znających pojęcia pieniądza; w starożytnym Rzymie powodem jego stosowania była utrata wartości pieniądza.

Wynalazek pieniądza odsunął transakcje barterowe na margines życia ekonomicznego nowoczesnej cywilizacji. W świecie zachodnim transakcje barterowe długo były postrzegane jako rodzaj "szarej strefy", głównie z tego powodu, że stwarzały możliwości unikania płacenia podatków. Mimo tego barter nie zanikł, ale wręcz zaczął upowszechniać się w ostatnich dekadach.

Prawdziwym przełomem dla barterowej ekonomii było podpisanie w 1982 roku przez prezydenta RReagana TEFRA, który zobowiązywał do zgłaszania transakcji urzędem podatkowym.

W 1999 roku łączna wartość wszystkich transakcji barterowych oszacowano na około 16 miliardów. W transakcjach barterowych uczestniczyło 70% firm obecnych na liście Fortune 500. Zrealizowanie transakcji barterowej wymaga skojarzenia stron, z których jedna oferuje dokładnie to, czego szuka druga i na odwrót.

„W latach 70-tych dla przezwyciężenia trudności poprzez świadczenie pośrednictwa w przeprowadzaniu barterowych transakcji z udziałem więcej niż dwóch stron pojawiły się nowego rodzaju instytucje - tak zwane "trade exchanges" - rodzaj barterowych rynków opartych o system debetów i kredytów, opracowany przez McConella. Te barterowe "rynki"

¹⁶ Por. *Kodeks cywilny*, C.H Beck, Warszawa 1999, s. 139

rozwinęły się w kolejnych dekadach w oparciu o wzrastającą siłę obliczeniową komputerów, które upraszczają kojarzenie stron i ułatwiają "księgowanie" barterowych transakcji.

Barterowy rynek gromadzi przede wszystkim oferty sprzedaży i zakupu. Kupujący i sprzedający mogą kontaktować się z ofertami bezpośrednio lub za pośrednictwem brokerów. Transakcje realizowane są w tak zwanych "dolarach barterowych", które stanowią ekwiwalent pieniądza emitowanego przez Rezerwę Federalną USA. Najczęściej barteruje się zapasy z magazynów, niewykorzystane zdolności produkcyjne, talent, nieruchomości, spoty reklamowe i miejsca w restauracjach i hotelach¹⁷.

2. Barter wielostronny zasady działania

„Barter wielostronny jest to nowoczesna forma wymiany, która powstała wraz z rozwojem technologii informatycznych i przez ostatnie 10 lat zdobyła znaczną popularność w Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych. Z jej zalet korzysta obecnie ponad połowa firm z listy 500 największych przedsiębiorstw prestiżowego amerykańskiego tygodnika FORTUNE. Jak grzyby po deszczu powstają firmy zajmujące się organizowaniem tego typu transakcji – na świecie jest już ich ponad 1,5 tys. i liczba ta stale rośnie.”¹⁸

Wielostronność współczesnego barteru pozwala przedsiębiorstwom płacić za własne potrzeby, własnym produktem, przy czym odbiorca i dostawca nie musi być tym samym podmiotem, a wartość podlegających wymianie towarów nie musi być identyczna (jak miało to miejsce w klasycznym barterze).

Wielostronna wymiana jest zorganizowana przez tzw. platformy barteru wielostronnego - firmy, których zadaniem jest wzajemne kojarzenie potrzeb przedsiębiorstw i rozliczanie transakcji barterowych w oparciu o umowną jednostkę rozliczeniową (UJR) w Polsce - Złotówkę Barterową BPLN, która stanowi ekwiwalent pieniądza.

„Transakcje odbywają się niemal identycznie jak zwykle transakcje kupna-sprzedaży, przy czym środkiem płatniczym jest BPLN. Platforma pełni rolę izby rozrachunkowej, która ewidencjonuje i rozlicza transakcje na kontach rozrachunkowych uczestników. Można powiedzieć, że w części realizuje analogiczne funkcje, do tych realizowanych przez bank w

¹⁷ Publikacje: Prof. dr Dieter Suhr *System pieniądza neutralnego, Krytyczna analiza tradycyjnego pieniądza i pieniądza neutralny* jako finansowa innowacja 1, Uniwersytet w Augsburgu 1990

¹⁸ www.bartersyem.pl, 02.07.2010

rozliczeniach pieniężnych. W efekcie przedsiębiorca może zrealizować zakup np. surowców do produkcji czy usług obcych, nie wydając na ten cel gotówki. Płatność następuje w Złotówce Barterowej BPLN, a więc de facto, własnym produktem lub usługą.”¹⁹

Firmy organizujące wymianę barterową zrzeszają przeważnie od kilkuset do kilku tysięcy podmiotów gospodarczych, niejednokrotnie dysponując międzynarodowym zasięgiem.

Podmioty-uczestnicy platformy wymieniają się dzięki niej wzajemnie informacjami o swoim zapotrzebowaniu, a motywacją do składania zapytań przez platformę jest właśnie możliwość rozliczenia transakcji w barterze. Uczestnicy preferują dostawców z platformy, gdyż wiedzą, że mogą zapłacić im własnym produktem (poprzez rozliczenie wielostronne), co zawsze jest bardziej korzystne od rozliczenia pieniężnego.

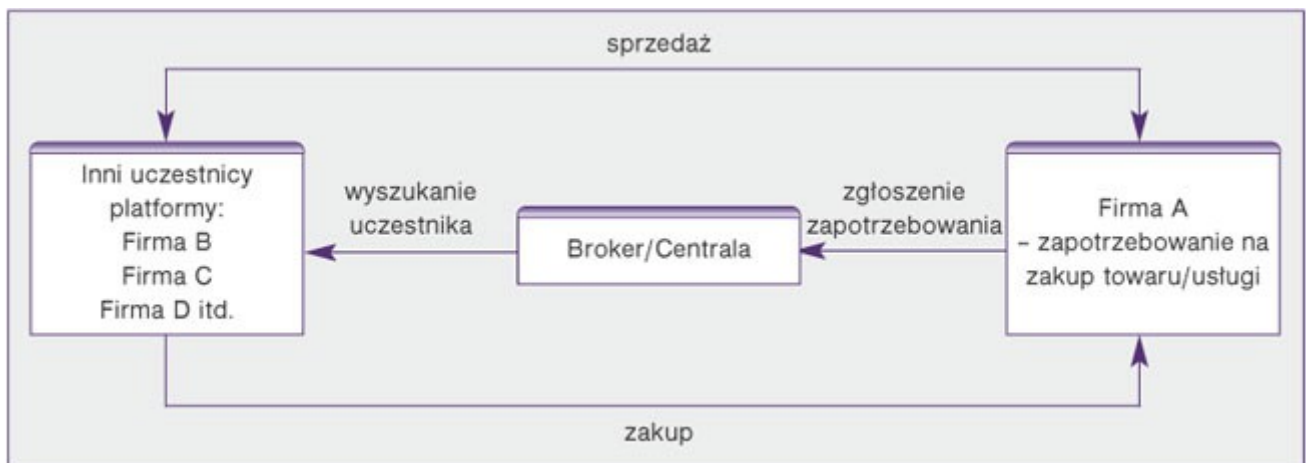
A zatem **barter wielostronny** to nowoczesne narzędzie biznesowe, łączące w sobie zalety tradycyjnej wymiany towarowej i transakcji gotówkowych. Zasada działania Barteru Wielostronnego opiera się o istnienie grupy przedsiębiorców zrzeszonych na platformie barterowej, czyli pewnego rodzaju klubie biznesowym, w ramach którego następuje przepływ towarów i usług.

Podsumowując barter wielostronny charakteryzuje się tym, że:

- udział w wymianie towarowej wymaga co najmniej trzech partnerów,
- w wymianie bierze udział szeroka gama produktów zgłoszonych przez uczestników platformy,
- wymiana produktów jest wielokrotna i rozłożona w czasie,
- organizacja oraz rozliczenia transakcji wzajemnych przeprowadzane są przez wyspecjalizowaną platformę,
- rozliczeniu dewizowemu podlega nieskompensowana wartość importu i eksportu,
- międzynarodowe transakcje barterowe muszą odbywać się wyłącznie za zgodą i pośrednictwem właściwej zagranicznej centrali,
- istnieje obowiązek uzyskania licencji z Ministerstwa Współpracy Gospodarczej z Zagranicą według oficjalnych priorytetów na produkty objęte porozumieniami międzynarodowymi.

Rys. 1 Zasady działania barteru wielostronnego

¹⁹ www.barersysem.pl, 02.07.2010



Źródło: <http://mojafirma.infor.pl/>, 09.06.2010

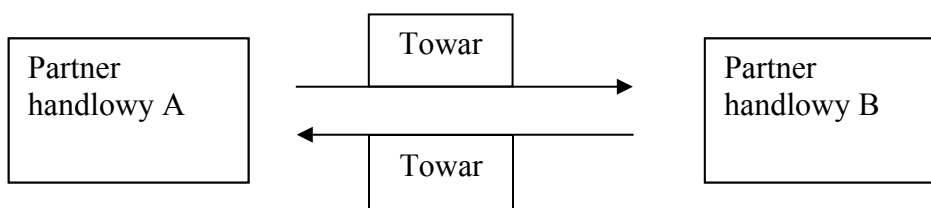
Spółka A będąca uczestnikiem platformy barterowej zgłosiła Centrali zapotrzebowanie na zakup towaru. Centrala wyszukała innego uczestnika platformy - firmę B, która oferuje dany towar, i zgłosiła się do niej z propozycją kupna. Następnie obie zainteresowane firmy zostały ze sobą skontaktowane. Spółki ustaliły warunki transakcji i dokonały sprzedaży. Konto spółki A zostało uszczuplone o taką sumę w barterowych jednostkach rozliczeniowych, na jaką nastąpił zakup w barterze. Z kolei na konto sprzedającego wpływa taka sama kwota w barterowych jednostkach rozliczeniowych. Powiększony stan konta barterowego sprzedającego (firmy B) może teraz zostać wykorzystany do zaspokojenia jego własnych potrzeb (zakup towarów/usług od innych uczestników platformy, np. firm C i D).

3. Transakcje barterowe- podstawowe zasady i uregulowania formalnoprawne

Barter jak już wspomniano wcześniej jest uznawany za najwcześniejszą formę handlu. „W praktyce handlowej słowo *barter* używane jest w wielu znaczeniach. Stosuje się je dla określenia transakcji kompensacyjnych w ogóle a czasami do oznaczenia kompensacyjnych transakcji rządowych, w ramach których ustala się konkretne towary i firmy do dokonania wymiany.”²⁰ Bywa też używany do określenia transakcji, które obejmują przepływ wzajemny towarów przez granice dwóch państw bez transferu dewiz. Według uregulowań UNCITRAL w sensie prawnym słowo barter odnosi się do kontraktu obejmującego wymianę towarów w dwóch kierunkach, przy czym towar wysyłany w jednym kierunku zastępuje płatność za towar dostarczony w drugim kierunku. Poniższy schemat przedstawia przebieg typowej transakcji barterowej.

²⁰ E. Baranowska- Prokop, *Transakcje wiązane w handlu międzynarodowym*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2003, s.11

Rys. 2 Przebieg transakcji barterowej



Źródło: T.T. Kaczmarek *Nietypowe transakcje w praktyce i handlu międzynarodowego: barter, buy-buck, offset*, Centrum Doradztwa i Informacji Sp. Z O.O., Warszawa 2006, s.74

Umowa barterowa może mieć formę jednego dokumentu, który obejmuje zarówno kupno jak i sprzedaż, lub mogą zostać zredagowane i podpisane dwa dokumenty: jeden na sprzedaż, a drugi z kolei na kupno. Praktyka międzynarodowa dopuszcza obie wyżej wymienione formy. Jednak należy zwrócić szczególną uwagę na to, aby oba kontrakty pod względem wartości były równe, pozwala to na uniknięcie jakiegokolwiek transferu pieniędzy.

Transakcje sprzedaży zawierane przez podmioty gospodarcze w ramach systemu barterowego podlegają opodatkowaniu tak samo jak wszystkie inne transakcje i podlegają udokumentowaniu za pomocą faktury sprzedaży, rachunku sprzedaży, kasy fiskalnej czy ewidencji sprzedaży..

Z kolei transakcje zakupu udokumentowane fakturą czy rachunkiem są kosztem firmy – towarem handlowym lub pozostałym kosztem (jeżeli są uzasadnione i zgodne z przepisami podatkowymi) i stanowią podstawę do pomniejszenia przychodów (dochodu).

System barteru wielostronnego oparty jest na założeniu skupienia podmiotów biznesowych, dokonujących pomiędzy sobą wymiany towarów lub usług, bez użycia pieniędzy obiegowych. Podstawą takiej wymiany jest umowa barterowa. Jest to umowa nienazwana, nie uregulowana w Kodeksie cywilnym, polegająca na wymianie wartościowo równych lub zbliżonych towarów lub usług na inne. Zgodnie ze stanowiskiem zawartym w orzecznictwie Sądu Najwyższego, barter wykazuje najwięcej podobieństw do uregulowanej w Kodeksie cywilnym umowy zamiany (art. 603 i nast. Kc). Tak orzekł Sąd Najwyższy np. w wyroku z 26.08.2004, ICK 210/04, opublikowanym w Biul. SN z 2005r nr 2 poz. 13. Zasadniczą odmienną barteru wielostronnego w stosunku do umowy zamiany polega na tym, że w barterze wymiana towarów może nastąpić pomiędzy różnymi podmiotami oraz że może

dotyczyć również usług, podczas gdy w umowie zamiany, jej przedmiotem jest własność rzeczy lub zbywalne prawo majątkowe, oraz, że transakcja dotyczy jedynie stron danej umowy.

„Wymiana barterowa dokonuje się poprzez zawarcie pomiędzy uczestnikami tej wymiany umowy. Umowa taka – jak wspomniano wyżej – nie jest uregulowana w przepisach obowiązującego prawa. Oznacza to, że nie dotyczą jej w zasadzie żadne szczególne wymogi, co do treści i formy. Należy jednak mieć na względzie sytuacje, gdy ze względu na przedmiot umowy (np. nieruchomości), przepisy prawa stanowią, że dla ważności umowy konieczne jest zachowanie szczególnej formy (np. aktu notarialnego).

Podstawą prawną zawarcia umowy w ramach barteru wielostronnego jest przepis art. 353 1 Kodeksu cywilnego.. Przepis ten statuuje zasadę swobody umów stanowiąc, że strony zawierające umowę mogą ułożyć swój stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść nie sprzeciwiała się właściwości (naturze) stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego. Mając na uwadze względy praktyczne oraz bezpieczeństwo obrotu, należy sugerować zawieranie umów barterowych w formie pisemnej. Jako elementy niezbędne umowy należy wskazać : oznaczenie daty i miejsca sporządzenia umowy, dokładne określenie stron umowy ze wskazaniem osób reprezentujących strony i podstaw ich umocowania do działania, dokładne oznaczenie przedmiotu umowy oraz jego wartości, a także sposobu i terminu wykonania (wydania) przedmiotu umowy i zasad postępowania w przypadkach niewykonania lub nienależytego wykonania umowy.”²¹

Jak wspomniano wyżej, transakcje barterowe polegają na wymianie dóbr bez użycia pieniędzy. W prostej formie, jeden podmiot otrzymuje określone dobro, np. towar, a w zamian przekazuje kontrahentowi inne, o takiej samej lub zbliżonej wartości. W przypadku barteru wielostronnego przekazujący (sprzedający) określony towar lub usługę nie musi otrzymać ekwiwalentnego dobra w zamian od nabywcy. Może otrzymać ekwiwalentne dobro od innego podmiotu. Taki sposób wymiany dóbr wiąże się z istnieniem grupy podmiotów zainteresowanych taką wymianą, ustalenia jednostek takiej wymiany oraz istnienia podmiotu koordynującego taką wymianę. Grupa podmiotów zainteresowanych stanowi platformę barteru wielostronnego. Jak pokazują bardzo liczne doświadczenia wielu krajów świata, platformę taką tworzą głównie mali i średni przedsiębiorcy. Są oni zrzeszeni w systemie barteru wielostronnego na zasadzie dobrowolności, z uwzględnieniem wzajemnych korzyści

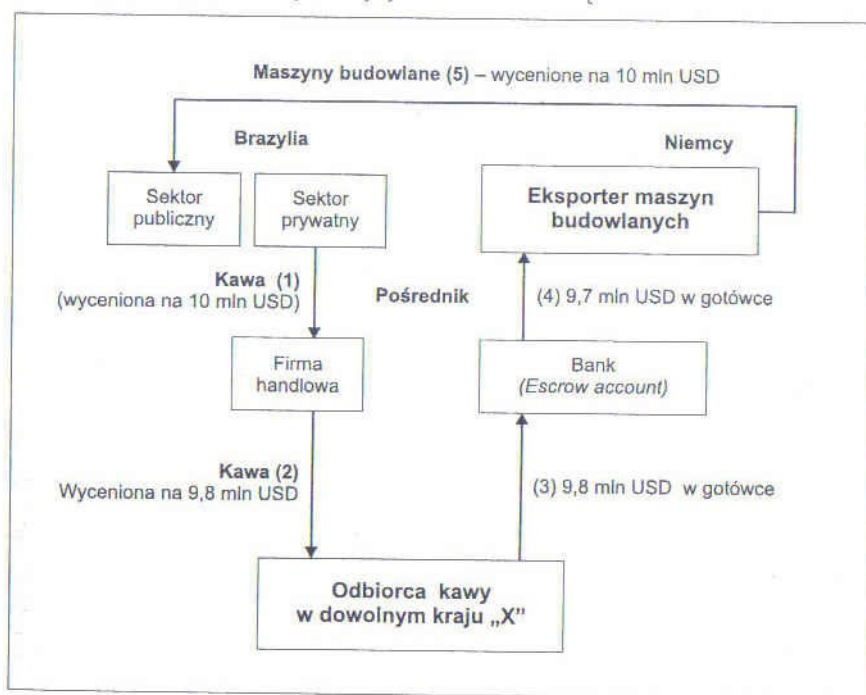
²¹ Pod. red. T. Sozańskiego, J. Szmatki, M. Kempego, *Próba formalizacji sieciowej teorii wymiany*, w: *Struktura, wymiana, władza*, Warszawa 1993, s.49

ekonomicznych i organizacyjnych. Należy uznać, że takie zrzeczenie podmiotów gospodarczych nie stanowi naruszenia zasad uczciwej konkurencji i jest w pełni zgodne z obowiązującym prawem. Także jednostki uczestnictwa w systemie wymiany barterowej, nazywane „złotymi barterowymi”, aczkolwiek nazwą zbliżone do nazwy oficjalnej waluty państwowej – złotego polskiego, w istocie walutą nie są. Stanowią one, funkcjonujący wyłącznie w ramach systemu barteru wielostronnego, miernik wartości wymienianych dóbr (towarów lub usług). Pozwala on na określenie ekwiwalentności wartości towarów lub usług podlegających wzajemnej wymianie pomiędzy różnymi podmiotami. Jednostki te z założenia nie mogą być wykorzystywane poza systemem, ani być wymieniane na złote obiegowe albo je zastępować. Jednostki te zatem nie stanowią waluty, a ich używanie w ramach systemu uznać należy za zgodne z obowiązującym prawem.

Wymiana towarów następuje w krótkim czasie, który nie przekracza 12 miesięcy. W praktyce transakcji międzynarodowych transakcje barterowe często są dość trudne do zrealizowania, z tego względu że nie zawsze można znaleźć odpowiednio duże ilości towaru potrzebne do wzajemnego zrównoważenia dostaw, a zatem konieczna jest pomoc osób trzecich. Należą do nich firmy handlowe, mające odpowiednie kontakty i *know how*. Należy bowiem zauważyć że do handlu barterowego najczęściej zgłasza się towary, które są trudno zbywalne za wolne dewizy. Towary te nieraz są gorszej jakości, co ma ewidentny wpływ na niższy poziom uzyskiwanych cen.

Transakcje barterowe, w których następuje wymiana towaru na towar, mogą niekiedy mieć bardziej skomplikowany przebieg, jak to widać na rysunku nr.2.

Rys.3 Przykład transakcji barterowej: maszyny budowlane za kawę



Źródło: A. Schwietert, *Durch Tauschhandel aus der Devisenklemme?* – art. w: *Der Monat* Nr 5/1996, Schweizerischer Bankverein, Zürich.

Na rysunku numer 3 została przedstawiona sytuacja, w której sektor publiczny zgłasza zapotrzebowanie na maszyny budowlane, jednak nie posiada dewiz. Niemiecka firma może dostarczyć maszyny budowlane. Równocześnie brazylijski producent kawy ma problemy z jej sprzedażą. Jednak niemiecka firma nie potrzebuje kawy. Firmy zawierają odpowiednie porozumienia. Włączony zostaje pośrednik, który sprzeda kawę swojemu odbiorcy w kraju X, a uzyskana gotówka za pośrednictwem banku, który prowadzi konto rozliczeniowe, zostanie przekazana niemieckiemu eksporterowi maszyn budowlanych. Po otrzymaniu pieniędzy wysła on maszyny do brazylijskiej firmy. W ten właśnie sposób transakcja zostaje zamknięta.

Należy zwrócić uwagę, że maszyny w powyższym przykładzie zostały wycenione na 10 milionów USD, a eksporter otrzymał 9,7 miliona USD w gotówce. Różnicę stanowi marża pośrednika i pośredniczącego w transakcji banku. Transakcja została zrealizowana równolegle, stąd nie powstał koszt związany z zaciągnięciem kredytu w warunkach, gdyby czas realizacji wyniósł np. kilka miesięcy. Podany przykład potwierdza możliwość wymiany towaru na towar, zgodnie z zasadą barteru, jednak z pomocą wyspecjalizowanego pośrednika handlowego oraz banku.

„Amerykański Departament Handlu twierdzi, że 20- 40% handlu światowego dokonuje się poprzez barter i podobne formy handlu kompensacyjnego. Natomiast International Reciprocal Association (IRTA) opublikowała dane, że amerykański handel barterowy realizowany przez specjalistyczne firmy brokerskie rocznie przekracza siedem miliardów USD. Zaangażowanych w te transakcje było ponad 250 000 amerykańskich biznesmenów”²².

Firmy angażują się w barter, gdyż mogą tą drogą osiągnąć znaczne korzyści. Jednak trzeba mieć świadomość, że dostęp do nowych rynków i klientów wymaga dużych nakładów. Równie ważną sprawą jest zapewnienie przepływu gotówki (*Cash flow*), dostępu do alternatywnych form finansowania, wykorzystanie wolnych mocy produkcyjnych oraz osiągnięcie wyższego poziomu życia.

Współczesny amerykański przemysł barterowy obejmuje trzy segmenty:

- **handel detaliczny**- obejmuje on małe i średniej wielkości firmy zrzeczające się, aby poprzez barter wymieniać swoje produkty i usługi. Członkowie tych stowarzyszeń obsługiwani są przez brokerów handlowych, funkcjonujący na podobnych zasadach jak brokerzy ubezpieczeniowi. Brokerzy kojarzą kupujących i sprzedających oraz służą jako doradcy ich klientom,
- **barter instytucjonalny** z kolei obejmuje producentów, hurtowników i dystrybutorów, którzy swoje nadwyżki a nieraz moce produkcyjne oferują do sprzedaży. Zamiast generować straty czy psuć rynki, firmy te bardzo często sprzedają swoje nadwyżki za tzw. kredyt zakupowy,
- **barter międzynarodowy** tworzą go handel kompensacyjny (*countertrade*) oraz międzynarodowy handel wzajemny. Transakcje zawierane są pomiędzy firmami rządowymi i transnarodowymi.

4. Barter system- nowa era handlu wymiennego

Barter system to platforma barteru wielostronnego. Sam pomysł wywodzi się ze Szwajcarii. W 1934 r Szwajcarzy uruchomili pierwszą platformę barterową. Do dnia dzisiejszego jest to największa platforma Barteru Wielostronnego pod względem ilości uczestników – skupia 80.000 firm w samej tylko Szwajcarii.

²² T.T. Kaczmarek *Nietypowe transakcje w praktyce i handlu międzynarodowego: barter, buy-buck, offset*, Centrum Doradztwa i Informacji Sp. Z O.O., Warszawa 2006, s.76

Następnie Barter Wielostronny pojawił się w Stanach Zjednoczonych, gdzie idea nowoczesnej wymiany towarowej rozwinęła się bardzo szybko i dziś w USA działa najwięcej platform barterowych na świecie.

W latach osiemdziesiątych Systemy Barterowe zaczynają się intensywnie rozwijać w Europie, ale prawdziwy „boom” jeśli chodzi o ten sposób sprzedaży dóbr nastąpił w ostatnich dziesięciu latach. Efektem jest imponująca liczba 400 tys. europejskich firm będących członkami platform barterowych.

Ocenia się, że obecnie na całym Świecie działa ponad 300 platform Barteru Wielostronnego. Nowoczesna wymiana towarowa stanowi 1/4 wszystkich transakcji handlowych na świecie, czyli około 700 mld \$ i rośnie w tempie 15% rocznie.

Dzięki funkcjonowaniu platformy barteru za jeden produkt o określonej wartości można nabyć inne produkty, tańsze, a często od dotychczas nieznanym nam dostawców. Gdy przedsiębiorstwo sprzeda innemu przedsiębiorstwu dane dobro, na jego koncie księgowana jest odpowiednia ilość tradycyjnych środków pieniężnych lub "środków" umownych, np. kredytów barterowych, jednostek lub punktów. Specyficzną cechą "środków" gromadzonych na koncie jest to, że nie są pieniędzmi w tradycyjnym znaczeniu tego słowa. Są to jednostki transakcji barterowej, używane tylko w ramach wymiany między uczestnikami systemu wymiany. Jednostki wymiany można jednak wykorzystać tak jak pieniądze - płacąc nimi za produkty nabywane od innych uczestników wymiany barterowej.

Pomimo że przedmiotem wymiany barterowej mogą być wszystkie produkty, poważnym utrudnieniem jest specjalizacja produkcji, szeroka dostępność dóbr na rynku i ich zróżnicowana wartość oraz procedury związane ze spisaniem odpowiednich umów oraz wyceną produktów. Mimo tych trudności transakcje kompensacyjne stanowią 25% wymiany handlowej.

Barter wielostronny w naszym kraju będzie się w najbliższej przyszłości rozwijać. Widać to na przykładzie firm amerykańskich, wśród których znacznie wzrosło zainteresowanie uczestnictwem w wymianie barterowej na skutek kryzysu. - Są dwa główne powody spodziewanego wzrostu zainteresowania firm polskich ofertą Barter Systemu. Pierwszy stanowi ugruntowana pozycja systemu oraz sprawdzona w warunkach realnej gospodarki

rynkowej formuła. Drugim czynnikiem jest kryzys finansowy, którego następstwa aktualnie najdotkliwiej odczuwają właśnie mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa

5. Barter System receptą na sukces przedsiębiorcy

„Bardzo liczne doświadczenia wielu krajów świata pokazują, że platformy barterowe tworzą głównie mali i średni przedsiębiorcy. Są oni zrzeszeni w systemie na zasadzie dobrowolności, z uwzględnieniem wzajemnych korzyści ekonomicznych i organizacyjnych.

Partycypacja w systemie powoduje poszerzenie możliwości przedsiębiorstw o dokonywanie zapłaty za potrzeby firmy tym, czym ona dysponuje. Pozwala to zatrzymać środki pieniężne w kasie, a tym samym wzmocnić płynność finansową podmiotu. Właściwa implementacja systemu barterowego staje się rozwiązaniem niedoborów finansowych i zatorów płatniczych, które przy zachowawczej polityce banków są głównym hamulcem rozwoju firm.

Prezes zarządu Barter System Polska Sp. z o.o. Dariusz Brzozowiec podaje, iż głównymi odbiorcami oferty BS są mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa. W systemie zarejestrowanych jest już 860 klientów, z czego ponad 65% stanowią firmy usługowe. Prezes BS zauważa przy tym, że specyfiką obecnych czasów jest pewna modyfikacja tych podmiotów: – Coraz częściej usługi połączone są z drobnym handlem, nastąpił swoisty mariaż w tym zakresie, rynek usług przemieszał się ze sprzedażą. Widać to dobrze na przykładzie gabinetów stomatologicznych bądź zakładów mechaniki pojazdowej, gdzie oprócz usług oferuje się klientom także zakup produktów z danych branż²³.

Biorąc to pod uwagę Dariusz Brzozowiec określa funkcjonowanie w BS podmiotów typowo usługowych jedynie na 5 do 10%. Wymienia tu takie obszary, jak księgowość, prawo czy audyt. Natomiast liczbę przedsiębiorstw handlowych uczestniczących w wymianie barterowej na platformie BS szacuje na 35%.

W wyniku złej koniunktury na rynku wiele polskich firm odniosło poważne straty, część ogłosiła upadłość. Pomimo optymistycznych prognoz dla naszej gospodarki niekorzystna sytuacja, trwa nadal. Tylko bowiem wśród klientów Barter Systemu, jak podaje, zbankrutowało aż 20 podmiotów. Szereg firm na skutek kryzysu straciło swoich klientów. To czym obecnie dysponują to martwy kapitał – towar zalegający w magazynach czy sklepach.

²³ http://www.portfel.pl/pl/firma/art7481-Wspolczesna_wymiana_barterowa.html, 11.06.2010

W sumarycznym wydaniu stanowi on potężny kapitał, jednak niewykorzystany. Rozwiązaniem w tej sytuacji może być właśnie przystąpienie do platform barteru wielostronnego. Wymiana w tym systemie pozwala bowiem płacić martwym kapitałem. Rozwój tego typu systemów w naszym kraju jest nieunikniony: - Na rynku zaczyna brakować pieniędzy, firmy znacznie ograniczają swoje wydatki, a forma barteru jest jednym z najlepszych rozwiązań w tej sytuacji.

„Nowoczesny instrument transakcyjny, jakim jest barter wielostronny, stanowi zwłaszcza w obecnych czasach wygodne rozwiązanie, które z pewnością warto wziąć pod uwagę nie tylko w obliczu kłopotów finansowych. Przystępowanie do tego typu systemów może być bowiem także szansą na nawiązanie ciekawej współpracy. Uczestnicy zrzeszeni na platformach barterowych, na zasadzie klubu biznesowego, mają możliwość udziału w spotkaniach organizowanych przez koordynatorów systemów barterowych. Stanowią one znakomitą okazję do nawiązania interesujących kontaktów biznesowych i osobistego zareklamowania swojej oferty wśród uczestników systemu.”²⁴

Korzyści, jakie niesie za sobą przystąpienie do tego typu systemu, doceniło już wiele zagranicznych przedsiębiorstw. W naszym kraju barter wielostronny wciąż stanowi nowość, jednak w przystępowaniu do tej sieci w Polsce można dostrzec tendencję wzrostową. Eksperti przekonują ponadto, iż w ramach barter systemu firmy mają skuteczną tarczę na kryzys. Mieczem jest w tym przypadku, konsolidacja sieciowa, tj. sieciowe korporatyzowanie small biznesu. A mianowicie chodzi o to aby tworzyć z setek małych firm autarkiczne korporacje – koncerny branżowe w skandynawskim, prospołecznym modelu setek udziałowców, zarabiających podwójnie. Raz – z racji wykonania produkcji lub usługi dla klienta systemu na poziomie małego przedsiębiorstwa, po wtóre – dzięki posiadaniu udziałów w sieciowym biznesie, w którym funkcjonują z synergicznej wartości dodanej, wynikającej z koncentracji. Tylko taki model ochroni przed walcem przejmowania każdego rynku przez korporacje z każdej branży działalności gospodarczej. Rośnie rola umiejętnego zarządzania korporacyjnym, sieciowym biznesem dla synergicznego efektu dodanego. Pewne jest, że rozwój barter systemu w obecnym załamaniu finansizmu, będzie zwiększać szanse przetrwania uczestników tej organizacji. Z kolei to załamanie rodzące brak płynności finansowej, stworzy warunki marketingowe dla rozwoju tego systemu..

²⁴ www.barter.org.pl, 30.06.2010

Zdaniem ekonomisty Pana mgr. inż. Marka Głogowskiego należy tworzyć z setek małych firm autarkiczne korporacje – koncerny branżowe w skandynawskim, prospołecznym modelu setek udziałowców, zarabiających podwójnie. Raz – z racji wykonania produkcji lub usługi dla klienta systemu na poziomie małego przedsiębiorstwa, po wtóre – dzięki posiadaniu udziałów w sieciowym biznesie, w którym funkcjonują z synergicznej wartości dodanej, wynikającej z koncentracji. Tylko taki model ochroni przed „walcem” przejmowania każdego rynku przez korporacje z każdej branży działalności gospodarczej. Rośnie rola umiejętnego zarządzania korporacyjnym, sieciowym biznesem dla synergicznego efektu dodanego. Pewne jest, że rozwój barter systemu w obecnym załamaniu finansizmu, będzie zwiększać szanse przetrwania uczestników tej organizacji. Z kolei to załamanie rodzące brak płynności finansowej, stworzy warunki marketingowe dla rozwoju tego systemu – przewiduje ekspert.

Rozdział III: Zastosowanie systemu barter w sektorze MŚP na wybranym przykładzie

1. Założenia metodyczne

Przedmiotem mojej pracy jest funkcjonowanie platformy barterowej, w ramach której przedsiębiorcy dokonują wymiany wzajemnej. Firmą oferującą i organizującą wymianę towarów i usług w oparciu o narzędzie barteru wielostronnego jest „BCI Barter Poland”.

Celem mojej pracy jest przedstawienie barter systemu jako narzędzia do rozwiązywania problemów finansowych współczesnych przedsiębiorstw należących do sektora MŚP. Wykorzystam do tego dwie firmy, które pragną rozwiązać swoje problemy finansowe albo poszerzyć zakres działalności. Pokażę jak się to odbywa za pośrednictwem platformy barterowej oraz dokonam oceny.

Barter Clearing & Information Poland Sp. Z O. O. (BCI), swoją działalność rozpoczęła w 2001 roku jako część międzynarodowej sieci działającej w centralno-wschodniej Europie, a konkretnie to w Niemczech, Austrii, Czechach, Słowacji, Węgrzech i Polsce. W 2000 roku w ramach szkolenia w Czechach, dwoje ludzi zapoznało się z zasadami działania platformy barterowej, w wyniku czego narodziła się współpraca i idea otwarcia działalności w Polsce.

W 2003 roku BCI została zaproszona do Brukseli na spotkanie osiemnastu największych firm barterowych Europy i jako jedyna reprezentowała na spotkaniu Polskę, zdobywając tym samym nowe kontakty i rozszerzając swoją współpracę.

W 2004 roku nastąpiła w BCI Poland transformacji, w wyniku której została zmieniona koncepcja działania. Działalność została oparta na wzorcach duńskich i belgijskich, dzięki temu BCI dynamicznie się rozwinęła, czego dowodem był systematyczny przyrost klientów.

Rozwój firmy w oparciu o brytyjską licencję „know how”, w połączeniu z doświadczeniami platform barterowych z Danii i Belgii zaowocowało ściślejszą współpracą na wielu płaszczyznach, z zagranicznymi platformami. BCI Barter szybko zostało włączone w sieć nie tylko europejskich, ale również światowych platform barterowych, uzyskując tym samym dla swoich uczestników dostęp do wszystkich rynków barterowych. Lata 2005-2006 to ciągle

rozwój i organizacja działalności na nowych płaszczyznach. Oprócz działalności międzynarodowej, BCI barter w ramach wspólnej polityki prowadzi również rozwój idei barteru w Polsce, organizując w tym celu konferencje, spotkania, współpracując z organizacjami pozarządowymi oraz samorządowcami.

Można zauważyć jaki jest szeroki zakres działalności BCI Poland. W interesie tej firmy jest nie tylko ilość zawieranych transakcji ale także pomoc przedsiębiorstwom poprzez poszerzanie ich wiedzy na temat barteru oraz uświadamianie, że działalność na platformach barterowych przyczyni się do rozwoju ich firmy.

2.Charakterystyka badanych firm (dane o ich działalności, strukturze organizacyjnej Zatrudnieniu itp.)

Przykład 1

Firma „Signum AB” Sp. Z O. O. jest agencją reklamową, posiadającą siedzibę w Krakowie. Prezesem firmy jest Pani Anna Kowalska posiadająca duże doświadczenie w zakresie marketingu i zarządzania. Zespół pracowniczy liczy dwadzieścia osób w tym trzy z nich należą do zarządu. Zakres działalności obejmuje województwo małopolskie. Jedną z perspektyw na przyszłość jest poszerzenie obszaru działalności przedsiębiorstwa.

W ofercie firmy „Signum AB” można znaleźć wiele innowacyjnych, jak również powszechnie stosowanych działań marketingowych takich jak:

- Public relations,
- Promocja sprzedaży,
- Branding reklama w prasie,
- Customer publishing,
- W trakcie wdrażania kampanie reklamowe w Internecie.

Firma świadczy usługi kontrahentom chcącym zareklamować swoje produkty.

Pani Anna Kowalska* jest właścicielką niewielkiej agencji reklamowej Kowal*. Pół roku temu Pani Anna zamierzała kupić nowy software dla swojej agencji.

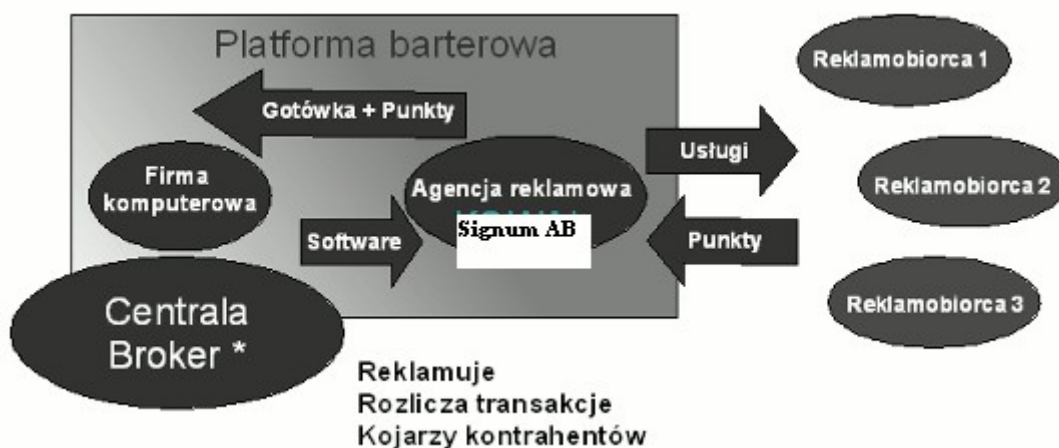
Agencja działa sprawnie, zlecenia są, niestety rynek reklamowy draży jeden problem - klienci często chcą płacić za usługę w barterze, oferując w zamian własny towar. W efekcie współpracy z kontrahentami nie dysponującymi gotówką, firma zaczyna gromadzić towary, z którymi nie wie dokładnie co zrobić. Towary te nie znajdują się w ofercie firmy „Signum AB”. Należą do nich między innymi meble, dywany, ekspres do kawy itp.

Pół roku temu firma zamierzała kupić nowy software dla swojej agencji. Pani Prezes wpadła na pomysł, aby wykorzystać barter, szukała więc firm oferujących sprzęt i oprogramowanie komputerowe, które byłyby zainteresowane zorganizowaniem kampanii reklamowej.

Niestety, żaden dostawca software'u nie potrzebował reklamy. W takiej sytuacji zaczęto uważać, że jedynym wyjściem będzie wyłożenie gotówki przez firmę „Signum AB”.

Jednak potraktowano to rozwiązanie jako ostateczne. W międzyczasie bowiem firma stała się Uczestnikiem platformy barterowej. Podczas jednego ze spotkań z Doradcą platformy barterowej Prezes agencji „Signum AB” przedstawiła mu swój problem z softwarem. Doradca zadziałał szybko. Spośród firm zrzeszonych na platformie, kilka zgłosiło zapotrzebowanie na usługi reklamowe, znalazł się również dostawca oprogramowania komputerowego, który zaoferował swój towar firmie za 100% barter. Barter Wielostronny okazał się być idealny w tej sytuacji. Poza rozwiązaniem doraźnego problemu, ułatwił Pani Kowalskiej nawiązanie nowych kontaktów biznesowych co przyczyniło się do szybszego wdrożenia kampanii reklamowych w Internecie. Agencja „Signum AB” podpisała długoterminowe kontrakty reklamowe z kilkoma Uczestnikami platformy barterowej. Rozliczenia będą w następowały w 50% barterze.

Rys.4 Przebieg transakcji barterowej na przykładzie firmy „Signum AB”



Źródło: Opracowanie własne

Z nadmiarem różnorodnych towarów firma również sobie poradziła. Niektóre wykorzystywała do wyposażenia swojego biura czy też siedziby, a kilka z nich użyła jako eksponatów do tworzenia obrazów medialnych reklamy, czy też zdjęć wykorzystywanych na stronach internetowych.

Przykład 2

Firma EKO-WIK P.H. posiada siedzibę w Warszawie. Działalność rozpoczęła w 1996. Utworzona w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Zarząd spółki składa się z czterech osób. Na czele stoi Prezes Pan Sławomir Dziombało. Firma zatrudnia dziesięciu pracowników plus zarząd. Firma prosperuje na terenie Warszawy i zamierza rozszerzyć zakres działalności. W jej ofercie można znaleźć takie produkty jak:

- Środki czystości,
- Mydła w płynie i w kostkach,
- Proszki do prania,
- Środki do mycia i pielęgnacji samochodów,
- Płyny do kąpieli,
- Płyny do mycia naczyń,
- Pasty,
- Odświeżacze,
- Szampony,
- Żele pod przysznic.

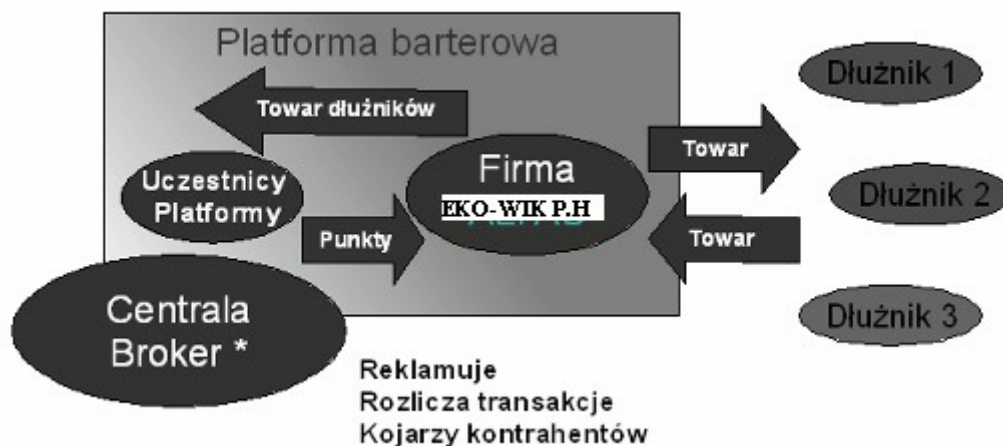
Zamierza również poszerzyć swój asortyment o tabletki do zmywarek. W tym celu chciałaby nawiązać współpracę ze sklepami oferującymi sprzęt AGD.

Na początku istnienia firmy jak to zwykle bywa obrót był niewielki. Pieniądze na założenie firmy i początkowe jej utrzymanie rozchodziły się w zatrważającym tempie. Produkty były ale nie można było ich upłynnić gdyż nie było nabywców. Zaczęto więc poszukiwać nowych rynków zbytu. Wykorzystano w tym celu Internet.

Jeden z Członków Zarządu pracując nad reklamą w Internecie natrafił na stronę barter systemu. Nie zamierzał z niej korzystać ale przypadek sprawił, że stał się uczestnikiem platformy barterowej.

Historia zaczęła się od jednego z kontrahentów firmy, który nie dysponując gotówką, zwrócił dług w formie własnych towarów. Od tamtej pory często firma ta często korzystała z tej formy handlu. Działała jak platforma barterowa w małej skali, bowiem sama zajmowała się zbytem towarów uzyskanych w efekcie wymiany towar za towar.

Rys. 5 Przebieg transakcji barterowej na przykładzie firmy EKO-WIK P.H.



W krótkim czasie poprzez barter wypromowała się na rynku i stała się rozpoznawalna wśród nie tylko uczestników barteru, których z roku na rok jest coraz więcej ale także uplasowała się na klasycznych rynkach. W efekcie stała się firmą wielobranżową. Bo do swojego asortymentu mogła dodać towary, które nabyła za pośrednictwem barteru i które uważała za najbardziej płynne.

Kwestia nowego produktu którym są tabletki do zmywarki została poruszona przy spotkaniu z Doradcą Platformy Barterowej, który jak „magik biznesu” znalazł kontrahentów zgłaszających zapotrzebowanie na tego rodzaju towary. Jednocześnie doszło do nawiązania ścisłej współpracy i rozpoczęto realizację pomysłu.

Dziś firma nie może narzekać na brak klientów i zysków. Bo jak twierdzi Prezes firmy Sławomir Dziombało „wszystko jesteśmy w stanie sprzedać za pośrednictwem barteru a im więcej uczestników, tym większe możliwości rozwoju oraz poszerzenia zakresu prowadzonej przez nas działalności”.

3.Ocena barter systemu studiowanych przypadków

Jest kilka podstawowych zalet wymiany dóbr poprzez Platformę Barterową nad transakcjami gotówkowymi :

- Zakup towarów, czy usług w Platformie Barteru Wielostronnego BS pozwala zaoszczędzić gotówkę, gdyż dzięki pośrednictwu platformy barterowej za własne potrzeby płaci się swoimi towarami lub usługami. Poprawia to bardzo płynność finansową przedsiębiorstwa. Zaoszczędzona gotówka może zostać wykorzystana na bieżące potrzeby firmy, których nie pokryje wymiana barterowa – opłacenie

rachunków, czy wypłatę wynagrodzeń pracownikom. Wyżej wymieniona firma EKO-WIK P.H. z tego skorzystała.

- BS pozwala zbyć nadmiarowe zapasy i niewykorzystane moce produkcyjne. Uzyskane w ten sposób środki na koncie barterowym mogą zostać następnie użyte do zakupu potrzebnych towarów i usług. Tego typu rozwiązanie zawarto w przykładzie pierwszym.
- Uczestnik BS zyskuje nowych klientów – innych Uczestników Barter Systemu, nie tylko w kraju, lecz także zagranicą.
- Dóbr zbywanych Platformie Barteru Wielostronnego BS nie trzeba reklamować, nie trzeba szukać sposobów dystrybucji. Koszty, które ponosi przedsiębiorca dotyczą jedynie wyprodukowania zbywanego na platformie barterowej towaru, lub usługi (dźwignia barterowa).

Prezes firmy „Signum AB” Pani Anna Kowalska ceni sobie wygodę tego rozwiązania - odkryła, że dzięki uczestnictwu w platformie barterowej może bezgotówkowo korzystać z takich przyjemności jak wizyta u fryzjera, czy wyjazd na wczasy, może również zaopatrzyć swoją firmę w niezbędne produkty. Nie rezygnuje przy tym z pobierania opłat w gotówce - w końcu połowę należności klient płaci w tradycyjnej formie!

Firma EKO-WIK P.H przystąpiła do platformy barterowej jako jedna z pierwszych firm, od razu dostrzegając korzyści płynące z Barteru Wielostronnego dla własnej firmy. W obecnej sytuacji gospodarczej, gdy kontrahenci nie zawsze są w stanie na czas dostarczyć gotówkę, chętnie przyjmuje w zamian produkty danej firmy. Uczestnictwo w Systemie Barteru Wielostronnego pozwala nie martwić się o to, w jaki sposób zbyć uzyskany w ten sposób towar. Po prostu firma wszystko może zaoferować swoim partnerom na platformie barterowej.

.A zatem firma przystępująca do Systemu nie tylko uzyskuje dodatkową możliwość zbycia własnych towarów lub usług. Platforma barterowa otwiera alternatywny sposób przyjmowania płatności od klientów nie dysponujących gotówką, nawet, jeśli nie uczestniczą oni w Systemie Barteru Wielostronnego. Po prostu, należność odbierana jest w towarze, który udostępnia się na platformie barterowej innym Uczestnikom Systemu.

Jedyną wadą w przypadku wymiany barterowej jest tzw. zgodność wzajemnych potrzeb, tzn. żeby mój towar był potrzebny Tobie, a Twój towar mnie. A więc należy coś ciekawego

zaoferować, aby towar danej firmy mógłby zainteresować potencjalnego kontrahenta. Biorąc to pod uwagę takie zagrożenia występuje na każdym rynku.

Zakończenie

Celem niniejszej pracy było zaprezentowanie współczesnego barteru jako innowacyjnego rozwiązania dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Przedstawiono cechy, normy i zasady funkcjonowania platform barterowych, tym samym ukazując różnice pomiędzy systemami barterowymi a tradycyjnym systemem rynkowym. Należy podkreślić, iż pomimo różnic oba systemy nie wykluczają się, lecz wzajemnie uzupełniają. Komplementarne systemy barterowe funkcjonują na obszarze, którego nie jest w stanie zagospodarować system rynkowy. Oba systemy przenikają się i przeplatają, uczestnicy platform barterowych funkcjonują w taki sam sposób jak na tradycyjnym rynku

Aby w pełni to zobrazować zaczęto od charakterystyki specyfiki sektora małych i średnich przedsiębiorstw, przechodząc po kolei do istoty barteru, a kończąc na jego zastosowaniu we współczesnych firmach, oraz analizie wymienionych przykładów.

Przeprowadzona analiza potwierdza, że barter jest dobrym rozwiązaniem dla MSP. Pozwala nie tylko zbyć nie płynne dla nas towary ale również stanowi swego rodzaju reklamę dla naszej firmy. Platforma barterowa jest to alternatywny sposób przyjmowania płatności od klientów nie posiadających gotówki, co nie znaczy, że są one na skraju bankructwa. Ogólnie wiadomo że systemy barterowe pomogły wielu firmom, które miały problemy z płynnością finansową. Jednak jak każdy system ma też swoje wady. Chodzi tutaj o zgodność wzajemnych potrzeb, tzn. żeby towar mojej firmy był potrzebny innej firmie. Ważne jest aby uświadamiać przedsiębiorców, że takie rozwiązanie jak barter istnieje dlatego, że im więcej uczestników platform barterowych, tym większe prawdopodobieństwo, że dany towar znajdzie zainteresowanie.

Mam nadzieję, że zaprezentowane zjawisko barteru wielostronnego, czy też platform barterowych pozwoli dostrzec jego potencjał i możliwości. Zjawisko barteru jest dowodem na funkcjonowanie rozwiązań, które dotychczas dla wielu ludzi były niezauważalne, bądź funkcjonowały jedynie w sferze teoretycznej. Zaprezentowane platformy barterowe, stanowią jeden z kilku modeli handlu wzajemnego, wykorzystujących w różnym stopniu, mechanizm barteru wielostronnego.

Literatura

1. A. Skowronek- Mielczarek, *Małe i Średnie Przedsiębiorstwa*, Wyd. CH. BECK 2007,
2. Kennedy M. *Pieniądz wolny od inflacji i odsetek*, Wydawnictwo Zielone Brygady, Kraków 2004,
3. Kent D. *Barter Wielostronny Health Money Healthy Planet*, www.barter.org.pl,
4. M.E Porter, *Porter o konkurencji*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2001,
5. M.Strużycki, *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2002,
6. Morawski W. *Zarys powszechnej historii pieniądza i bankowości*, Wyd. Trio 2002,
7. Por. *Kodeks cywilny*, C.H Beck, Warszawa 1999,
8. Prof. dr Dieter Suhr *System pieniądza neutralnego, Krytyczna analiza tradycyjnego pieniądza i pieniądz neutralny jako finansowa innowacja 1*, Uniwersytet w Augsburgu 1990,
9. T. Piecuch, *Przedsiębiorczość-Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010,
10. T.T. Kaczmarek *Nietypowe transakcje w praktyce i handlu międzynarodowego: barter, buy-buck, offset*, Centrum Doradztwa i Informacji Sp. Z O.O., Warszawa 2006,
11. W. Janasz, *Innowacje w rozwoju przedsiębiorczości w procesie transformacji*, Wyd. Difin Sp. Z O.O.,
12. Wrzosek W. *Funkcjonowanie rynku*, PWE, Warszawa 1997
13. Pod. red. T. Sozańskiego, J. Szmatki, M. Kempego, *Próba formalizacji sieciowej teorii wymiany, w: Struktura, wymiana, władza*, Warszawa 1993

Strony internetowe:

1. <http://www.ipo.pl>,
2. www.parp.gov.pl,
3. www.przepisnabiznes.pl,
4. <http://mojafirma.infor.pl/>,
5. http://www.portfel.pl/pl/firma/art7481-Wspolczesna_wymiana_barterowa.html,
6. www.barter.org.pl,

Tabela 1. Wady i zalety factoringu

Tabela 2. Zalety i wady funduszy Ventrue capital

Spis rysunków

Rys. 1 Zasady działania barteru wielostronnego

Rys. 2 Przebieg transakcji barterowej

Rys. 3 Przykład transakcji barterowej: maszyny budowlane za kawę

Rys. 4 Przebieg transakcji barterowej na przykładzie firmy „Signum AB”

Rys. 5 Przebieg transakcji barterowej na przykładzie firmy EKO-WIK P.H