

OPERACE V BARTEROVÝCH OBCHODECH INTRAKOMUNITÁRNÍHO PROSTORU EU

O. Tvrdoň, R. Presová

Došlo: 15. července 2007

Abstract

TVRDOŇ, O., PRESOVÁ, R.: *Barter trade operations in the EU intracommunity area*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun., 2007, LV, No. 6, pp. 187–196

The article deals with trading possibilities through the barter trade companies which are widely spread especially in USA and Western Europe. It shows the essence of commercial and cooperative companies engaged in barter-trading business. It also introduces the International Reciprocal Trade Association worldwide company (IRTA). Shows results of Czech barter company LQA, Ltd., which trades requisitions and other goods by jointing demands since 2000. By the help of balance sheet method it reproaches values of offered and demanded requisitions in 2007.

barter trade, requisitions, IRTA, jointing demands, commodities, commercial and cooperative barter, companies, entrepreneurs, financing, goods, reserves

S postupným přechodem z plánového řízení na tržní ekonomiku se začalo na našem trhu obchodovat se zcela novým druhem zboží. Staly se jim pohledávky¹ často po lhůtě splatnosti, způsobující platební neschopnost podniků. Ekonomové pohledávkám zpočátku nevěnovali dostatečnou pozornost, neboť vznikají z vůle jednajících obchodních partnerů, při prodeji zboží nebo poskytovaných služeb, na podnikatelský úvěr. Podniky praktikující prodej zboží nebo poskytování služeb na úvěr si vědomě vytvářejí nedobytné pohledávky tím, že nejistí platby některým zajišťovacím nástrojem. Podstupují tak riziko se všemi důsledky z obchodní transakce plynoucí.

Přes rizika, která prodej zboží na úvěr při hladkých platbách či prostých úhradách pro prodávajícího představuje, je tento způsob prodeje v našich podmínkách zcela běžný. Důvody spatřujeme v silné konkurenci prodávajících stejné kvalitní, identické nebo podobné zboží, v obavě ze ztráty obchodního partnera, v kon-

kurenční výhodě poskytované stálým zákazníkům v dlouhodobých obchodních vztazích a ve vyšší prodejní ceně, kterou si prodávající snaží sjednat, jako kompenzaci za úrok, který by získali z jiného využití finančních prostředků. Jedním z důvodů je i částečný transfer rizika z prodávajícího na kupujícího, které na sebe převzal za nakoupené zboží.

Jednou z možností, jak snížit vázanost finančních prostředků v často nedobytných pohledávkách, je používání výměnných obchodů. Umožňují směnu zboží za zboží, resp. službu za jinou komoditu, bez použití hotovostních finančních prostředků. V minulosti byla tato forma využívána především jako prostředek k překonání hospodářských rizik v mezinárodním obchodě. Po dosažení určité stability tržního prostředí se začalo přecházet na hotovostní platby podmiňující dostatek konvertibilních měn.

Firmy, které se rozhodnou vstoupit do barterového obchodu, se stávají členem komerční nebo korporeační

1 Pohledávky včetně příslušenství je možno postoupit cesí (§§ 524–530) zák. č. 40/1964 občanský zákoník v platném znění, popř. před lhůtou splatnosti krátkodobé pohledávky nabídnout k odkoupení faktoringovým společností.

barterové společnosti. Při transakci získají obchodní kredity (namísto hotovosti), které jsou jim připisány na běžný účet. Od dalších členů společnosti si mohou „nakoupit“ zboží a služby a tak zužitkovat obchodní kredity. Komerční obchodní směna hraje důležitou roli. Umožňuje vedení účetních záznamů, záznamů o transakcích a poskytování zprostředkovatelských služeb každému členu.

CÍL, METODIKA, MATERIÁL

Barter je výměnný, resp. kompenzační obchod, vyznačující se směnnou určitým zbožím za jiné zboží, bez použití peněžních prostředků. Ve většině případů takto chápaný barter se vztahuje k hmotnému zboží. Význam barterových obchodů je v současné praxi daleko širší. Směna se provádí nejenom s hmotným zbožím, ale i se zbožím nehmotným, mezi které se řadí např. pohledávky a práva duševního vlastnictví. Rozšíření na uvedené skupiny zboží vyžaduje komplex opatření, která realizují zvláštní obchodní společnosti, zaměřené na tento druh obchodu. Ke každé obchodní transakci je nezbytné sjednat písemný dokument, jako důkaz v případném sporu. Macek, J., Tomsa, M. (1994) uvádějí, „že tam, kde se tento princip nepodceňuje, probíhají vzájemné vztahy mezi prodávajícím a kupujícím obvykle s menšími komplikacemi než tam, kde jsou podmínky obchodu nejasné či písemně nepodloženy“². Hes, A. (2007) rozeznává čtyři typy výměnných obchodů: „čistý barter, kompenzace, paralelní obchod a výměnný obchod“³. Presner, L. A. (1995) ještě uvádí „protiobchod a zpětnou koupi“⁴.

Cílem předkládaného příspěvku, jako jednoho z výstupů z výzkumného záměru, id. kód VZ: 6215648904, tematický okruh 03, Vývoj vztahů obchodní sféry v souvislosti se změnami životního stylu kupního chování obyvatelstva a změnami podnikového prostředí v procesech integrace a globalizace; realizovaného za finanční podpory ze státních prostředků prostřednictvím MŠMT ČR, je přiblížit podstatu barterových obchodů se zbožím, službami a pohledávkami, jako zvláštního způsobu obchodování prostřednictvím specializovaných společností, bez placení hotovostními penězi, v intrakomunitárním prostoru EU, ve světě a v našem státě.

Metodika práce vychází ze stanoveného cíle. Ke zpracování byly využity metody obecné, analýza, syntéza, dedukce, abstrakce a komparace. Na základě nich bylo možno shrnout řešenou problematiku a tím získat představu o významu tohoto způsobu obchodování, nejenom s pohledávkami v českém podnikatel-

ském prostředí. Ze statistických metod jsou použity kvantitativní charakteristiky, především metoda vertikální analýzy a variačního rozpětí. Při obchodování s pohledávkami by z dlouhodobého vztahu měla platit bilanční nerovnost: poptávky po pohledávkách > než nabídka pohledávek.

Ke zpracování byly použity literární prameny uváděné v seznamu literatury a www.otp.cz (server pohledávek – AliaWeb finance) za rok 2007, z nichž bylo pomocí bilanční metody vypočítáno celkové saldo.

Podstata současného barteru

Za účelem snahy obchodovat s různými komoditami prostřednictvím specifických obchodních společností bez použití peněz se ve světě začaly zakládat společnosti zaměřené na evidenci a zprostředkování obchodních transakcí jiných firem. Pro tyto společnosti se často používaly názvy barterové kluby, pooly, případně organizace. První takové kluby vznikaly v polovině 20. stol. v USA, Francii a Velké Británii. Významný rozvoj nastal po druhé světové válce, kdy měny až na americký dolar a britskou libru, nebyly konvertibilní. V současné době jsou tyto obchodní společnosti nejvíce rozšířeny v USA, Švýcarsku, SRN a Rakousku.

Z www stránek uvedených v seznamu literatury zjišťujeme, že v USA jsou barterové kluby soustředěny ve dvou hlavních samosprávných organizacích: International Reciprocal Trade Association (IRTA), u níž hodnota zprostředkovaných barterových obchodů od roku 1974 do roku 2000 dosáhla částky 1500 mil. USD. Očekává se, že v roce 2010 bude výše zprostředkovaných obchodů činit 2000 mil. USD. Druhou organizací je nezisková International Association of Trade Exchange (IATE) angažující se v propagaci pro své členy, rozšířené po celém světě s nestrannými podmínkami recipročního obchodu.

IRTA vytvořila společné ústřední vedení členů světově komerčního a korporálního barteru jako jedné z forem obchodního podnikání. Sdružuje společnosti v Japonsku, Číně, Austrálii, Mexiku, Kanadě, Velké Británii, Argentině, Chile, Kolumbii, Turecku, Malajsii, Singapuru a v USA. Rozšiřuje obchodní příležitosti ve využití mezinárodní směny. Úspěšně lobuje v Kongresu USA za uznání rovných podmínek, jako mají ostatní finanční instituce v zemi.

Členové IRTA se řídí Etickým kodexem a podniky, které se účastní barterového obchodu, mají jistotu, že jejich obchodní kredity budou získávány a zužitkovány v rámci sítě, dodržující vysokou kulturu obchod-

2 Pramen: Macek, J., Tomsa, M.: Jak vymáhat pohledávky v obchodních vztazích, Montanex, Ostrava, 1994, str. 47.

3 Pramen: Hes, A.: Přednášky z obchodní nauky, PEF ČZU v Praze, 2001.

4 Pramen: Presner, L., A.: Slovník mezinárodního podnikání, Victoria publishing, Praha, 1995, str. 26.

ního chování. Autorizovaní členové IRTA udržují vysokou úroveň také tím, že splňují požadavky prokazující pevnost a udržitelnost jejich směnné sítě.

Je nutné uvést, že existují i další formy recipročního obchodu, které nejsou označovány jako barter. Některé z nich zahrnují komplementární devizové organizace, LETS (Local Exchange Trading Systems – Obchodní systémy lokální směny) a další formy alternativních monetárních systémů, které napomáhají místnímu a regionálnímu hospodářství.

Ve Spolkové republice Německo začaly první barterové organizace vznikat v období 1929–1932. Mimo zúčtování pohledávek zprostředkovávaly zaměstnání, takže zahrnovaly i domácnosti. Organizace se snažily půjčovat finanční prostředky na pořízení dlouhodobých investic. Moderní výměnné barterové kluby se začaly rozšiřovat od roku 1982. Zakládání barterových klubů ve Švýcarsku začalo od roku 1934. Postupně zde vznikla a rozvinula se organizace působící na celém kontinentu. Byl to předpoklad k tomu, že za šest let od svého vzniku získala status kreditní banky. Dodnes tento barterový klub zaujímá přední místo na světě, jako jeden z nejstarších a přitom největších barterových systémů. V Rakousku došlo k významnému rozvoji začátkem 80. let minulého století. Úkolem barterových poolů bylo vybudování hospodářské databanky ke zprostředkování obchodu s bezhotovostním zúčtováním. V roce 1985 byla založena organizace Společnost pro rozvoj, která propůjčila rakouskou licenci na provozování systému BCI (Barter & Clearing Information).

Znakem všech barterových společností je, že jsou elektronicky propojeny na národních a mezinárodních barterových trzích, čímž jejich ekonomický význam vzrůstá. Peněžní prostředky získávají tím, že za každou provedenou transakci si účtují provizi, vyjednáváním příznivých cen za zprostředkované výrobky, služby a účast v médiích. Je nutné poznamenat, že stále více barterových společností se stává členem mezinárodních obchodních sítí, poskytujících členským podnikům příležitost vstoupit na větší, globální trh, za účelem směny se získanými obchodními kredity. Univerzální měna (Universal Currency či “UC”), kterou pro směnu používají, je jedním z významných faktorů umožňujících dodržovat tyto obchodní principy. Barterové obchodování má rozdílné podmínky v každé zemi, protože státy si určují právní podmínky odpovídající právnímu řádu.

Druhy barteru

Rozeznává se barter komerční a barter korporální.

Komerční barter můžeme vymezit po stránce obsahové, organizační a prostorové. Do obsahové stránky patří:

1. možnost uskutečňování nových obchodů,

2. dosahování vyšších objemů obchodů a tím upevnování pozic na trhu, expanzí na nová odbytiště, nebo alespoň regionální trhy,
3. zachování peněžní hotovosti pro jiné nezbytné podnikatelské výdaje,
4. možnost směny neproduktivních aktiv za plnohodnotné produkty nebo služby,
5. snižování jednotkových nákladů,
6. získávání nových příležitostí pro prodej přebytečných zásob a nevyužitých kapacit.

Pro financování recipročních nároků je umožněno firmám nakupovat zboží při dočasném zvyšování přírůstkových výrobních nákladů, pro vytváření předpokladů a možnosti s nepoužitím peněžní hotovosti a tím zachování solventnosti podniku. Zásadním problémem recipročních obchodů je určité omezení rozsahu směňovaných výrobků či služeb za zboží nebo služby, které členové společnosti vyrábějí nebo poskytují.

Existence přebytečných zásob, tedy neproduktivních aktiv, přebytečné kapacity po celém světě a schopnost kontaktovat nové zákazníky jak v tuzemsku, tak v zahraničí, vytvářejí z barterové směny atraktivní marketingový nástroj, konkurenční výhodu nad firmami žádajícími platby v hotovosti, lhotejno jakou formou se placení uskutečňuje. Přírůstkové tržby z recipročních obchodních transakcí přispívají k zaměstnanosti, rozšiřování výroby i zvyšování kupní síly. Směna nevyužitých aktiv firmám umožňuje kapitalizovat přebytečné kapacity použitím k financování nákupů.

U barteru je významné, že výměnou za nadbytečná aktiva se získají požadované výrobky či služby. Tím se dosahuje vyšší hodnoty v porovnání s prodejem za „hotové“, neboť z transakce za peníze by pravděpodobně vznikla nadbytečná ztráta, často realizovaná „umrtvená“ aktiva. Přínos recipročního obchodu je rovněž v tom, že napomáhá relativně snižovat inflaci, podniku pomáhá rozmělnit režijní náklady, snižovat výrobní náklady a „cenu peněz“ získaných od obchodních bank. Pro podniky je přínosné platit médiím za reklamní čas a další propagaci prostřednictvím obchodních kreditů a financování těchto nákupů „přírůstkovými tržbami“ za prodané zásoby. Reciproční obchod umožňuje firmě racionálně využívat peníze na běžných účtech, omezovat potřebu úvěru i snižování napětí na trhu peněz. Odvětví recipročních obchodů podporuje rovněž konkurenceschopnost firem také tím, že zprostředkováním směny přebytečných zásob, neproduktivních aktiv a přebytečných kapacit, získává pro firmy finanční prostředky, což se pozitivně promítá v celkové hodnotě realizovaných obchodů.

Reciproční obchod přispívá k rozvoji mezinárodního obchodu použitím smluvené peněžní jednotky, ať se jedná o směnu v kterékoliv části světa. Způsob finan-

cování umožňuje dovoz i ze zemí, kde by placení bylo uskutečnitelné jen prostřednictvím konvertibilních měn. Reciproční obchod umožňuje realizovat mezinárodní marketing s jeho distribučními kanály, které vývozci potřebují pro transport zásob. Komerčním barterovým společenstvem se ve stále větším měřítku daří získávat média pro mezinárodní firmy pro realizaci globálních reklamních projektů. Realizace mezinárodních transakcí umožňuje vývozcům získávat konvertibilní měny, jako reciprocitu za zboží prodané v zemích s „nekonvertibilní“ měnou. Organizační barter se vyznačuje strukturou barterových společenství ve státě, v němž má ústřední sídlo, ale i v jiných státech v zahraničí, kde jsou zřízeny organizačně přidružené společnosti, s vymezeným vztahem k řídicímu centru. Prostorová stránka je charakteristická tím, že přibližuje právní podmínky zřízení a provozování poboček.

Korporační barter

Korporační barter se stal celosvětovým fenoménem. Společnosti tohoto zaměření se staly specialisty na získávání značného rozsahu vysílacího času v médiích, získané obchodní kredity, zprostředkování poskytnutých služeb a prodaných výrobků. K platbám klienti využívají z jiných transakcí získané obchodní kredity. Podstata korporálního barteru je v tom, že zatímco komerční, často označovaný jako maloobchodní barterová směna, umožňuje malým podnikům a jednotlivcům vzájemně obchodovat s výrobky a službami; korporální barterové transakce jsou zaměřeny hlavně na velké společnosti. V řádech se jedná o milionové transakce. Korporační barterové společnosti pomáhají klientům zhodnotit jejich nadbytečná aktiva (zastaralé či nadbytečné zásoby, nevyužitá kapacita výrobního zařízení, nepotřebné nemovitosti, apod.) k financování celých nebo alespoň částí vynaložených nákladů na výrobky či služby (např. reklamy) nezbytné k jejich činnosti.

Korporační barter se vyznačuje dále tím, že společnost nakupuje od klienta přebytečné zásoby, hmotné kapitálové vybavení, nemovitosti nebo dokonce i pohledávky ve výši až plné zůstatkové ceny. „Platí“ obchodními kredity, částečně i hotovostí, pokud se jedná o lukrativní pohledávky. Ve většině případů se ale částky přeměňují na kredity používané k dalšímu obchodování s pohledávkami nebo k nákupu zboží.

Znaky korporálních společností

- Obchodní transakce se zbožím nebo službami realizují novými metodami tím, že je vyměňují za obchodní kredity případně za kredity ekvivalentní hotovosti, z důvodů hodných zvláštního zřetele,
- umožňují odkoupení přebytečných kapacit a nevyužitých aktiv klientů svých členů výměnou za „obchodními kredity, případně kombinací kreditu

a hotovostí“. Barterová společnost se stává vlastníkem získaných aktiv, nikoliv pouhým zprostředkovatelem obchodní transakce,

- v případě nevyužitých zásob efektivní přeměna a možnost částečného financování režijních nákladů, při dodržení zásad bezpečnosti marketingové strategie,
- velikost jednotlivých transakcí se pohybuje ve variačním rozpětí od 50 000 do 4 000 000 USD.

Přestože obchodní kredity je možno prostřednictvím korporální barterové společnosti využít k nákupu širokého rozsahu zboží a služeb, které si klient může pořizovat k zajištění každodenního provozu, mnoho společností využívá korporální obchodní společnosti jen ke směně přebytečných, obtížně prodejných, zpravidla prošlých či dokonce zastaralých zásob. Odhaduje se, že většina korporálních barterových společností zprostředkovává kolem 80 % svých obchodů prostřednictvím masmédií, při získávání reklamního času. Tyto nákupy však nejsou realizovány bez souhlasu klienta a agentury.

Příklady hlavních výhod poskytovaných korporálním obchodováním:

- spekulativní nákup a prodej nepohyblivých, často „umrtvených“ aktiv. V případě prodeje získané obchodní kredity se mohou použít k nákupu potřebného zboží a služeb a tím snižovat vlastní kapitálové vklady,
- zvyšování návratnosti investic,
- zlepšování cash flow úsporou hotovostních výdajů,
- zvyšování využití stávajících kapacit a rozmělnění režijních nákladů,
- snižování, event. eliminování především zásobovacích nákladů,
- udržování současné integrity oceňovaných produktů,
- věnování více času marketingovým snahám o dosažení ziskovějších cílů.

Výhody poskytované korporálním barterem

Korporační barter se stal daleko významnějším než jen pouhým způsobem prodeje zboží za sjednanou cenu. Poskytuje inovativní finanční řešení vzniklých problémů, může přispívat k rozšiřování reklamy a marketingu dané společnosti. Jako významný marketingový nástroj se vyvinul na prostředek řešící různé finanční problémy podniku. Pokud se podaří prodat zastaralé či přebytečné zásoby zboží za téměř pořizovací cenu, pak transakce se projeví:

- minimalizací ztrát z neprodaného zboží,
- snížením nákladů na skladování nepotřebných zásob,
- v zeměpisném rozšíření distribuce,
- vstupem na nové trhy,
- vytvářením přírůstkových tržeb,

- snižováním záporného cash flow a vytvářením kladného cash flow,
- využitím přebytečné výrobní kapacity,
- zvyšováním reklamních rozpočtů,
- využitím nelikvidních aktiv,
- snížením pořizovacích nákladů společnosti,
- získáváním zařízení a kapitálových aktiv,
- získáváním či zbavováním se vlastních nebo pronajatých nemovitostí,
- zvyšováním exportu (zahraničním obchodem).

Marketingová komunikace s klienty

Rozhodujícím prostředkem k provádění korporáčních obchodů je jednoznačná, srozumitelná komunikace s klientem, aby bylo jisté, že barterová společnost správně pochopila všechny pokyny k prodeji. Existuje mnoho způsobů, jak mohou korporáční barterové společnosti obchodovat se zbožím. Důležitý je flexibilní přístup, což znamená, že korporáční barterová společnost se může vyhnout konfliktům či narušením vybudovaného distribučního řetězce klienta. Do něho patří výprodejní řetězce, velkoobchody, prodejny vojenských zásob, instituce kvarterní a terciární sféry národního hospodářství, síť TV Shoppingu, přímá reakce na spotřebitelskou poptávku, firemní obchody a export.

Barterové společnosti v intrakomunitárním prostoru

V intrakomunitárním prostoru působí firmy BCI, ICE, Trade Bank, LQZ, Czechia, spol. s r. o., v Opavě. Společnost BCI byla založena v roce 1986 ve Vídni. V roce 1997 rozšířila svou činnost do SRN a následně do dalších států Evropy. Začátkem 90. let založila centrálu ve Slovinsku, 1994 na Slovensku a o rok později v Maďarsku, 1997 v Polsku. V České republice začala barterové obchody provozovat v roce 1995. V krátké době se jí podařilo vybudovat síť poboček ve 12 měsících ČR. Během prvních šesti měsíců získala prvních 118 klientů. Obrát firem obchodujících prostřednictvím BCI se zvýšil z počátečních 100 EJ (ekvivalentní jednotka ke Kč v poměru 1:1) za měsíc na několika – milionové částky. Účastnické firmy hned zpočátku pochopily přínos barterových obchodů. Při dohodách na konkrétních obchodních případech neklesl podíl barterového zúčtování pod 50 % u částek jednotlivých obchodů.

Silným konkurentem je internetový portál www.otp.cz umožňující zprostředkovávat nabídky a poptávky po pohledávkách. Odměnu za zveřejnění platí pouze prodávající. Portál má široký ohlas mezi podniky a získává stále nové klienty. Představu o významu tohoto portálu získáme z hodnot uvedených v tab. č. I. a II.

I: Intervaly nabízených pohledávek za rok 2007

Intervaly v Kč	Počet			Hodnota		
	absolutně	%	kumulativně	Kč	%	kumulativně
1–5 000	7	13,73	13,73	14 371	0,04	0,04
5 000–10 000	12	23,53	37,26	79 488	0,23	0,27
10 000–20 000	7	13,73	50,98	115 448	0,33	0,60
20 000–50 000	6	11,76	62,75	187 538	0,54	1,14
50 000–100 000	2	3,92	66,67	133 069	0,38	1,52
100 000–500 000	5	9,80	76,48	1 003 884	2,88	4,39
500 000–1 000 000	6	11,76	88,24	4 623 171	13,25	17,64
1 000 000–5 000 000	3	5,88	94,12	7 137 833	20,45	38,09
5 000 000–10 000 000	3	5,88	100,00	21 606 386	61,91	100,00
Celkem	51	100,00	x	34 901 188	100,00	x

Pramen: www.otp.cz a vlastní propočty autorů

II: Intervaly poptávaných pohledávek za rok 2007

Intervaly v Kč	Počet			Hodnota		
	absolutně	%	kumulativně	Kč	%	kumulativně
10 000–20 000	1	9,09	9,09	20 000	0,28	0,28
20 000–50 000	1	9,09	18,18	50 000	0,70	0,98
50 000–100 000	1	9,09	27,27	100 000	1,40	2,38
100 000–500 000	2	18,18	45,45	580 000	8,11	10,49
500 000–1 000 000	2	18,18	63,64	1 700 000	23,78	34,27
1 000 000–5 000 000	4	36,36	100,00	4 700 000	65,73	100,00
Celkem	11	100,00	x	7 150 000	100,00	x

Pramen: www.otp.cz a vlastní propočty autorů

K uvedeným částkám jen nutno uvést, že se týkají pouze pohledávek, nikoliv podstaty barterových obchodů, které mimo obchodování s pohledávkami obchodují se zbožím nabízeným jednotlivými podniky.

Barter v České republice

V České republice je několik společností zabývajících se barterovými obchody. Jednou z nich je LQZ CZECHIA, spol. s r. o., se sídlem v Opavě. Mezinárodní barterový a informační systém LQZ nabízí firmám a podnikatelům „nový“ způsob obchodování – bez dlužníků, se zárukou zvýšení obrátu, úsporu času, možností přístupu k výhodným úvěrům svých klientů, nového způsobu odměňování zaměstnanců.

Do informačního barterového systému společnosti LQZ může vstoupit kterýkoliv podnikatel, fyzická nebo právnická osoba, podnikající v ČR podle příslušných právních předpisů, která uzavřela smlouvu o vstupu do systému. Nezáleží na velikosti podniku ani jeho obrátu. Systém zprostředkuje výhodně malé i velké obchody, v kterémkoliv odvětví národního hospodářství, v němž obchodní společnosti a podnikatelé vyvíjí svou činnost. Výhody systému mohou využít stejně dobře výrobní podniky, obchodní firmy či společnosti působící v oblasti služeb.

Uzavřením smlouvy může každý účastník okamžitě využívat informační databáze systému, v němž je zaregistrován se svými nabídkami a poptávkami. Účastník dostává pravidelné informace o obchodních příležitostech, které pro něj informační systém vyhledal. Za účast v systému se platí roční účastnický poplatek.

Přednosti barterových obchodů v LQZ

- Zlepšují solventnost a likviditu účastníků tím, že barterovou část nákupu mohou hradit prodaným zbožím nebo službou. Nevyčerpané prostředky mohou užít k dalším platbám,
- účastníci na prodávané zboží nebo služby poskytují výhodnější obchodní podmínky (možnost platit

barterem, popř. doba splatnosti až 12 měsíců), čímž zvýhodňují nabízené produkty oproti konkurenci,

- obchodní transakce nákup (poptávka) a prodej (nabídka) nejsou na sobě závislé. Účastníci si mohou nakoupit u zcela jiného účastníka, než kterému prodali. Důležité je, aby po všech transakcích byl stav účastnickova barterového konta vyrovnaný,
- nabídky a poptávky systém LQZ aktivně prezentuje na domácím i mezinárodním trhu, ostatních účastnických států,
- zachování svobody rozhodování. Pro obchodní partnery i podmínky obchodu se účastníci rozhodují sami,
- nejsou problémy s dlužníky, protože barterový podíl nákupu musí být vždy krytý. Buď kladným saldem na barterovém kontě kupujícího nebo jistěným debetem na debetním barterovém kontě, přiděleném kupujícímu národní barterovou centrálou,
- zúčtovávání obchodů se provádí v národních měnách, popř. v EUR,
- realizace obchodů, které by se při obchodování mimo systém LQZ vůbec neuskutečnily, zpravidla pro omezenou likviditu partnerů nebo méně lukrativní zboží.

Realizace barterových obchodů probíhá na základě komunikace s informačním systémem tím způsobem, že po obdržení odpovědi na nabídku či poptávku kontaktuje účastník systému uskutečněného spárování své nabídky – poptávky zájemce. Projedná s ním obchodní podmínky transakce. Když se obě strany dohodnou, může být obchod realizován. Prodávající účastník si od národní centrály vyžádá příslib krytí připraveného obchodu. Obdrží číslo kódu transakce, které dopíše na zúčtovací doklad. Příklad krytí, s omezenou dobou splatnosti do 60 dnů u tuzemských i mezinárodních obchodů potvrzuje, že je ze strany nakupujícího účastníka dostatečně finančně zajištěn. Následně prodávající vystaví fakturu a zúčtovací doklad LQZ a obchod může být uskutečněn. Prodávajícímu účastníkovi, se otevřela možnost realizovat prostřednictvím LQZ další nákup.

Systém LQZ

- LQZ je mezinárodní systém zabývající se barterovými obchody podle vlastních obchodních podmínek LQZ,
- při zprostředkovatelské činnosti používá obchodní zastoupení na základě Smluv o oblastním obchodním zastoupení, jednotné know-how a obchodní značku LQZ,
- struktura systému obchodních partnerů LQZ má tři úrovně – mezinárodní, národní a oblastní.

Národní centrála LQZ

Národní centrála ČR sídlí v Opavě. Provádí následující činnosti:

- 1) zastupuje, řídí a organizuje činnost systému LQZ v rámci státu,
- 2) prostřednictvím mezinárodní centrály zajišťuje komunikaci se všemi dalšími partnery v systému LQZ na mezinárodní úrovni,
- 3) vykonává činnost obchodního partnera systému LQZ,
- 4) v rámci oblastního zastoupení zprostředkovává kontakty s jednotlivými účastníky LQZ,
- 5) aktivně vyhledává podnikatelské subjekty (potenciální účastníky), jejichž výrobní či obchodní orientace odpovídá aktuálním nabídkám a poptávkám účastníků systému LQZ, jedná s nimi o účasti na obchodech přes systém LQZ.

Účastníkem systému může být každá právnická či fyzická osoba, která ve smyslu zák. č. 513/91 Sb. obchodního zákoníku v platném znění:

- a) má od rejstříkového soudu platné oprávnění k podnikatelské činnosti,
- b) má uzavřenou platnou Smlouvu o vstupu do systému LQZ.

Účastník nemá právo vystupovat a jednat jménem národní centrály ani oblastního zastoupení LQZ.

Nabídka a poptávka

Zpracování nabídky a poptávky probíhá na základě komunikace pracovníků s klienty.

- Účastník nahlásí systému LQZ oblastního zastoupení LQZ své poptávky a nabídky po zboží – službě. U nabídek účastník stanoví procentuální podíl barteru, podle své platební schopnosti a stupně nasycení trhu nabízeným produktem.

- Zveřejňovat aktuální nabídky a poptávky prostřednictvím počítačového informačního systému JOKR je právo každého účastníka, ale i povinnost zadat do systému LQZ minimálně pět poptávek měsíčně.
- Účastníkům je zakázáno postoupit informace o nabídce a poptávce získané ze systému LQZ třetí osobě. Nedodržení tohoto zákazu je důvodem pro okamžité zrušení Smlouvy o vstupu do systému LQZ.
- Každý nový účastník má s podpisem Smlouvy o vstupu do systému automaticky zřízeno barterové konto, což je analytický účet závazku a pohledávek, na němž se evidují plusové a minusové hodnoty obchodů provedené v systému.

VÝSLEDKY A DISKUSE

V příspěvku zpracovaná problematika barterových obchodů přibližuje možnost obchodování prostřednictvím barterových obchodních společností i rozsah pohledávek zveřejněných na serveru www.otp.cz za rok 2007. Na základě těchto údajů je vyčíslena bilanční nerovnováha. Nabídka – Poptávka = $34\,901\,188 - 7\,150\,000 = 27\,751\,188$ Kč, v neprospěch nabídky. Nezbytnost vytvářet předpoklady k zamezení vzniku pohledávek po lhůtě splatnosti dokumentují hodnoty v tab. č. I. a II. V intervalu od 1 000 000 do 10 000 000 Kč je zařazeno šest podniků z 51 (11,76 %), avšak podíl v procentech těchto podniků na celkové částce činí 80,36 %. O pohledávky projevil zájem jen 11 podniků, z nich 4 (36,36 %) mají zájem o pohledávky v intervalu od 1 000 000–5 000 000 Kč, o celkové částce 4 700 000 Kč (65,73 %). Dvě nejmenší nabízené pohledávky představují částku 1 464 Kč, ale největší 9 000 000 Kč. U poptávaných pohledávek je nejmenší částka 20 000 proti 1 500 000 Kč.

Z přehledů požadavků na spárování pohledávek společnosti LQZ, s. r. o., a celkové hodnoty spárování pohledávek je možno vyslovit závěr v tom, že počty požadavků na spárování měly za období roku 2000–2004 rostoucí trend. Po tomto roce nastává pokles na 12,67 % roku 2006. Hodnota spárování pohledávek má sinusoidní tvar. Po poklesu na 10,65 % v roce 2003 nastal vzestup na 19,41 %, s následným snížením na 9,10 % a mírným navýšením na 10,87 %. Celkový přehled přibližuje tab. č. III.

III: Počet zadávaných a spárovaných poptávek barterové společnosti LQZ

Rok	Čtvrtletí	Poptávka			
		počet požadavků na spárování	%	hodnota spárovaných požadavků v Kč	%
2000	1	570	x	126 256 470	x
	2	240	x	145 276 570	x
	3	155	x	153 367 570	x
	4	118	x	103 849 360	x
	celkem	354	0,50	528 749 970	20,15
2001	1	2 550	x	95 830 050	x
	2	1 320	x	106 280 530	x
	3	2 910	x	85 155 700	x
	4	2 110	x	94 582 820	x
	celkem	8 890	12,56	381 849 100	14,55
2002	1	3 670	x	80 786 420	x
	2	2 960	x	181 673 250	x
	3	2 380	x	58 906 090	x
	4	1 810	x	79 350 350	x
	celkem	10 822	15,28	400 716 110	15,27
2003	1	3 440	x	84 800 040	x
	2	3 290	x	53 215 320	x
	3	4 280	x	73 895 810	x
	4	2 820	x	67 657 350	x
	celkem	13 830	19,53	279 568 520	10,65
2004	1	3 240	x	94 993 660	x
	2	3 800	x	105 566 560	x
	3	4 880	x	148 959 850	x
	4	2 870	x	159 894 980	x
	celkem	14 790	20,89	509 415 050	19,41
2005	1	4 880	x	54 621 110	x
	2	3 620	x	66 974 080	x
	3	2 900	x	57 977 660	x
	4	1 750	x	59 195 900	x
	celkem	13 150	18,57	238 768 750	9,10
2006	1	1 990	x	29 045 500	x
	2	2 540	x	63 898 200	x
	3	1 670	x	66 609 040	x
	4	2 770	x	125 756 960	x
	celkem	8 970	12,67	285 309 700	10,87
Celkem		70 806	100,00	2 624 377 200	100,00

Pramen: Interní materiály LQZ a výpočtu autorů

SOUHRN

Obchodování formou barterových systémů v moderním pojetí dnešního obchodu je nejvíce rozšířené na americkém kontinentu, kde vysoká koncentrace průmyslu nutí všechny firmy rychle se přizpůsobovat podmínkám trhu a novým zákazníkům. V evropských podmínkách není zatím tato forma obchodu rozvinutá. Důvody můžeme shrnout do následujících bodů:

- 1) nedostatečná informovanost podniků o možnostech obchodovat prostřednictvím barterových společností,
- 2) přetrvávající nedůvěra podnikatelů v tento způsob obchodování,
- 3) nedostatečně široký nabízený sortiment zboží účastníků barterových obchodů. Situaci ztěžuje, že v našich podmínkách je ustálený zvyk o předmětu obchodu jednat mezi přítomnými osobami,
- 4) relativně velká náročnost na administrativní úkony,
- 5) nezkušenost malých barterových firem s tímto způsobem obchodování, vznikajících v jednotlivých regionech.

Platba závazků formou barterové směny není řešením pro firmy mající potíže se solventností a likviditou, protože barterová směna představuje hlavně dodatečné obchody k obchodům tradičním, podnikům šetří hotovostní peníze nezbytné k úhradě fixních i variabilních nákladů. Barter v komerční a kooperační formě přispívá ke zvyšování likvidity, obratu firmy a konkurenceschopnosti. Předností barterových obchodů v komparaci s bankovním úvěrem je, že se neplatí téměř žádný úrok, a existuje možnost spláčet záporné saldo nepravidelně v libovolných částkách. Systém barterového zúčtování je výhodný pro firmy, které z jakýchkoliv důvodů nevytěžují výrobní kapacity a přitom hledají nové trhy pro zvýšení svého odbytu. Formou zajímavých nabídek, které dostávají klienti od systémů, se mohou realizovat i v zakázkách, které nejsou hlavním předmětem jejich podnikatelské činnosti.

Nevýhodou výměnných obchodů je doposud malý okruh potenciálních obchodních partnerů, kteří svého ojedinělého postavení v systému mohou zneužívat ke zvyšování cen v případě clearingové platby. Účast v barterovém systému je dobrovolná a každý subjekt, který se rozhodne využít těchto možností, by měl dodržovat pravidla poctivého obchodního styku. Je nutno zdůraznit, že barterové obchody představují pro podnikatelské subjekty možnost zvyšování hodnoty firmy způsobem, jak vstoupit na nové trhy a získat nové odbytové příležitosti.

barterové obchody, pohledávky, IRTA, spárování pohledávek, komodity, komerční a kooperační barter, podniky, podnikatelé, financování, zboží, zásoby

LITERATURA

- BENDO VÁ, H.: *Postavení společnosti LQZ s. r. o. v Opavě*, Opava: interní materiál, 2007.
- BENDO VÁ, J.: *Právní podstata barterových obchodů*, Praha: Vysoká škola aplikovaného práva, 2007.
- HES, A.: *Přednášky z obchodní nauky*, Praha: PEF ČZU v Praze, 2001.
- MACEK, J., TOMSA, M.: *Jak vymáhat pohledávky v obchodních vztazích*, Ostrava: Montanex, 1994, ISBN 80-85780-15-1.
- PRESNER, L., A.: *Slovník mezinárodního podnikání*,

Praha: Victoria publishing, 1995, ISBN 80-85605-73-2.

TVRDOŇ, O.: *Barterové obchody v zahraničním obchodě*, Brno: přednášky PEF, 2006.

Zákon č. 40/1964 Sb., Občanský zákoník v platném znění.

Zákon č. 513/1991 Sb., Obchodní zákoník v platném znění.

<http://www.barter.cz>

<http://www.irta.com>

<http://www.otp.cz>

Adresa

Doc. Ing. JUDr. Oldřich Tvrdoň, CSc., Ing. Radmila Presová, Ústav marketingu a obchodu, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, e-mail: radkapr@centrum.cz, tvrdon@mendelu.cz.

