

## Malé a stredné podnikanie na Slovensku s osobitným zreteľom na cestovný ruch

Mária PACHINGEROVÁ\*

### Úvod

Rozvoj malého a stredného podnikania (MSP) je jeden zo základných predpokladov ekonomického vývoja SR. Popri reštrukturalizácii slovenského hospodárstva patrí medzi jeho základné priority. Napriek priaznivému trendu je však podiel MSP na najdôležitejších ukazovateľoch stále nižší ako v štátoch EÚ. Odstraňovaním bariér na makro- i mikroúrovni za významnej pomoci štátu, s účinnou podporou Európskeho spoločenstva a v kontexte s ostatnými krajinami strednej a východnej Európy (SVE) možno očakávať konvergenciu k cieľovým hodnotám MSP v EÚ, a to tak MSP ako celku, ako aj vo vybraných sektorovo-odvetvových segmentoch MSP.

Skúsenosti z rozvinutých krajín s trhovou ekonomikou jednoznačne potvrdzujú význam MSP. Tie v nich predstavujú 80–99 % podnikateľských subjektov, tvoria 45–75 %-ný podiel na zamestnanosti a produkujú 40–60 % HDP. Dynamický rozvoj MSP je preto predpokladom zdravého ekonomického vývoja. V prospech MSP hovoria jeho výhody [1]:

- vytváranie pracovných miest s relatívne nízkymi kapitálovými vstupmi,
- schopnosť absorbovať značný počet z radov nezamestnaných – vytváraním nových pracovných miest,
- lepšie podmienky pre potreby priestorovej ekonomiky,
- lepšie možnosti využitia zmien technológie, výsledkov inovačných procesov a výskumu,
- rýchlejšia možnosť prispôbiť sa požiadavkám trhu,
- rýchlejší prenos informácií medzi manažmentom a výkonnými zložkami,
- nižšie režijné náklady,
- lepšie využitie obslužných výrobných podnikov.

Z rovnakých dôvodov patrí rozvoj malého a stredného podnikania popri reštrukturalizácii slovenského hospodárstva medzi základné priority hospodárskej politiky SR. Doterajší vývoj MSP napovedá, že táto významná oblasť národného hospodárstva dosahuje stále významnejšie postavenie v ekonomike. Malí a strední podnikatelia podľa informácií z desiateho snemu Slovenského živnostenského

---

\* doc. Ing. Mária PACHINGEROVÁ, CSc., Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, Katedra služieb a cestovného ruchu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava 5

zväzu z apríla 2001 dosahujú až 51 % na tvorbe HDP, vyše 62 % na zamestnanosti a 45 % na exporte, no napriek tomuto priaznivému trendu má MSP na Slovensku ešte mnoho rezerv.

## 1. Opodstatnenie ďalšieho rozvoja malých a stredných podnikov v ekonomike krajiny

Malé a stredné podniky majú svoje opodstatnenie aj v náročných podmienkach novej ekonomiky, a to za predpokladu, že sa budú výrazne aktivizovať a štát pre ne vytvorí zodpovedajúce podnikateľské prostredie [2]. Jedným z dôvodov opodstatnenosti ich existencie je jednoduchá organizačná štruktúra, umožňujúca bezprostrednejšiu komunikáciu vnútri podniku i mimo neho. Táto štruktúra je vhodným predpokladom na komunikáciu s potenciálnymi zahraničnými partnermi, ktorí majú vybudovanú vlastnú štruktúru, vlastný produkt, vlastné skúsenosti a tie môže malý či stredný podnik na nových trhoch premostiť. Malé a stredné podniky majú predpoklady transformovať sa do podoby virtuálnych firiem, vedú flexibilnejšie reagovať na požiadavky elektronizácie a telekomunikácie trhu. Dokážu podstupovať riziko na nových a náročných trhoch, resp. podeliť sa s ním so zahraničnými partnermi, ktorí majú záujem etablovať sa na našich trhoch. Sú schopné uspokojovať tak obmedzený, ako aj relatívne širší dopyt na špecializovaných trhoch, sú mobilnejšie v obchodovaní, a často sú akcelerátormi inovačného potenciálu.

Zmeny, na ktoré by mali reagovať malé a stredné podniky, sa týkajú:

- kvalifikácie všetkých pracovníkov,
- digitalizácie v komunikácii s pracovníkmi a klientmi,
- virtualizácie aktivít a typov podnikov,
- molekularizácie riadiacich a výkonných činností a organizačných štruktúr,
- integrácie (sieťovej orientácie) činností a podnikov,
- zániku medzičlánkov, najmä stredných článkov riadenia,
- konvergencie, inovácie,
- úlohy klienta, ktorý sa svojimi znalosťami, informáciami a myšlienkami stáva súčasťou procesu špecifikácie produktov,
- bezprostrednosti, t. j. prispôsobovania meniacim sa podmienkam v podnikaní,
- globalizácie vedomostí a kvalifikovanej práce a
- nerovností jednotlivých kategórií pracovníkov.

Malé a stredné podniky môžu zaujať jednu z dvoch stratégií: ofenzívnu a defenzívnu.

*Ofenzívnej stratégii* na jednotnom trhu musí predchádzať existencia konkurenčných výhod voči zahraničiu. Súčasnú konkurenčnú výhodu slovenského

prostredia predstavuje lacná pracovná sila (nízke osobné náklady) a ľahko dostupné prírodné zdroje, pričom je žiaduce, aby k tomu pristúpili ďalšie, ako je využívanie *know-how*, inovátorské myšlienky, kvalita, produktivita a špecifiká našej krajiny. Súčasné konkurenčné výhody treba využívať tak v domácom prostredí v konkurencii s etablovanými zahraničnými podnikmi, ako aj vstupom na zahraničné trhy, najprv na trhy susediacich krajín a krajín, ktoré sú blízke nášmu naturelu.

*Defenzívna stratégia* znamená možnosť zapojiť sa do reťazcov firiem, resp. do franchisingových reťazcov s uchovaním vlastníctva a vlastnej značky, a to aj na nadnárodnej úrovni (napr. cezhranične spojené podniky s rôznou silou ekonomického spojenia). Defenzívna stratégia je obdobou stratégie prežitia, ktorá napokon môže vyústiť do združenia investícií a tým aj možnosti zavádzania moderných technológií, aby sa zvýšila konkurenčná schopnosť zúčastnených partnerov.

V slovenských podmienkach je vysokoaktuálna podpora MSP. Takáto podpora je však aktuálna aj v krajinách EÚ, čo je podmienené európskou integráciou, vysokou nezamestnanosťou a pomalým ekonomickým rastom. Tým skôr je nevyhnutná v transformujúcej sa ekonomike Slovenska. Hoci doterajšie bariéry rozvoja MSP sú známe a analyzované, ich podstatné riešenie spočíva predovšetkým v odstránení prekážok na úrovni makroekonomických a inštitucionálnych deformácií dnešného stavu, t. j. v prijatí opatrení vo fiškálnej, v menovej a inštitucionálnej oblasti. Možno predpokladať, že ich prijatie podstatne zefektívni prínosnosť programov na podporu MSP a v určitom horizonte premení podporu MSP na investície do MSP.

V malých a stredných podnikoch sú aktuálne otázky sektorovo-odvetvovej reštrukturalizácie, jej regionálneho vyváženia, príspevku do sociálnej oblasti, rozvoja manažérskych a podnikateľských schopností MSP, osobitne zabezpečenia vzdelanostnej a kvalifikačnej adaptability pracovnej sily. Predovšetkým však treba zvýšiť podiel MSP na tvorbe HDP v ekonomike SR, vplývať na nárast ich počtu, na rast počtu pracovných miest v rámci MSP, zlepšiť spoluprácu MSP s veľkými podnikmi, zvýšiť export a využiť príležitosti aplikácie nových technológií a inovácií.

Uvedené otázky sú v zornom poli štátneho záujmu a jeho politiky podpory MSP. Podpora špecifických odvetví sa odvíja od priorít priemyselnej politiky, resp. od ďalších koncepčných materiálov jednotlivých rezortov, prípadne od potreby rozvíjať určité oblasti služieb (cestovný ruch, služby pre obyvateľstvo). Prehodnotenie doterajších foriem podpory MSP vedie k nevyhnutnosti preorientovať sa od nástrojov prinášajúcich len krátkodobý účinok na využívanie nástrojov dlhodobého charakteru s výrazným motivačným účinkom. Neodkladnou požiadavkou je budovanie informačného systému MSP, orientácia na vytvorenie informačno-marketingového uzla v rámci medzinárodných počítačových sietí s *on-line* prístupom.

Ekonomickým prostriedkom i cieľom je výrazný rast ekonomickej efektívnosti MSP, ktorý bude mať spätný odraz v značnom rozvoji ekonomiky ako celku. Aby sa tak stalo, treba eliminovať súčasné negatívne trendy vo finančných ukazovateľoch MSP (záporné hodnoty rentability, teda straty, nízke hodnoty likvidity) a znižovať mortalitu firiem. Rozvoja MSP by sa mala pozitívne dotknúť aj stratégia podpory vstupu zahraničných investícií do SR. V dôsledku nedostatku vnútorných zdrojov je v súčasnosti snaha krajín (aj Slovenska) o získanie zahraničných investícií globálnym fenoménom. Popri mnohých efektoch pre ekonomiku krajiny zahraničné investície vytvárajú aj príležitosti pre sekundárny rozvoj MSP v regióne, a zároveň sa prejavuje aj následné oživenie ekonomiky sekundárnym pôsobením zahraničných investícií (zvýšená kúpyschopnosť obyvateľstva, vznik nových podnikateľských aktivít, daňové odvody podniku a pod.) v danom regióne.

Na MSP na Slovensku treba nazerať aj z hľadiska jeho perspektívneho pôsobenia na zjednotenom európskom trhu. V snahách o konvergenciu MSP krajín strednej a východnej Európy k EÚ sa konajú *screeningové* stretnutia zástupcov asociovaných krajín EÚ s členmi Komisie EÚ o stave implementácie odporúčaní v oblasti legislatívy v predvstupovej fáze do EÚ ako súčasť krokov Národného programu pre prijatie *acquis communautaire* (spoločenskej pripravenosti), považovaného za základný dokument každej asociovanej krajiny. Členovia slovenských delegácií podávajú informácie o podmienkach podnikania v SR (bola konfrontovaná definícia MSP, podávajú sa informácie o štatistike v podnikaní, o spôsobe štátnej podpory a o prístupe MSP k finančným zdrojom a pod.). Európska únia prejavila osobitný záujem aj o možnosti rozvoja cestovného ruchu a o vnútorný obchod. Politika EÚ v oblasti cestovného ruchu naznačuje dva zásadné aspekty, a to rozvoj cestovného ruchu a stanovenie priorít (z nich mnohé sa už realizovali). Komisia EÚ proces aproximácie legislatívy v tejto oblasti hodnotí pozitívne, preto by nemala byť prekážkou pri vstupe do EÚ.

## 2. Problémy podnikového porovnávania

Identifikáciu stavu MSP na Slovensku, rovnako ako aj v iných krajinách, môže napomôcť komparácia s analogickými parametrami MSP v iných krajinách, ktoré sú pre nás z určitého dôvodu zaujímavé. V našich podmienkach sú to krajiny strednej a východnej Európy a vybrané vyspelé krajiny (EÚ). Tento jednoduchý fakt ale naráža na veľké bariéry, súvisiace s „mäkkým“ trhovým prostredím, ktoré je výsledkom doterajších reformných ekonomických procesov [3] a ich interpretácie. Je to relatívne preceňovanie makroekonomických úspechov v prvých rokoch transformácie, nedoriešené problémy privatizácie a vlastníckych

štruktúr v mnohých podnikoch, vysoká vstupná devalvácia meny a známe nedostatky legislatívneho rámca pre podnikanie. V uvádzanom „mäkkom“ trhovom prostredí podniky neboli celé roky vystavené tvrdému konkurenčnému tlaku, čo ich viedlo k riešeniu svojich problémov na úkor svojich veriteľov, namiesto toho, aby hľadali vnútorné stimuly výkonnosti a efektívnosti. To zase nestimulovalo k medzipodnikovému porovnávaniu, skôr naopak, vznikali obavy z odhalenia zaostávania za špičkovými konkurenčnými podnikmi. Konkurencii tak na domácom trhu, ako aj na zahraničných trhoch sa nemôžu vyhnúť hlavne podniky, ktoré sa orientujú na vývoz tovarov a služieb. Toto porovnávanie je dokonca nevyhnutné na poznanie ich situácie.

Podstatou *medzipodnikového porovnávania* je porovnávanie a analýza informácií o vlastnom podniku s informáciami o iných konkurenčných podnikoch na domácom trhu alebo zahraničných trhoch. Vlastným predmetom porovnávania je spravidla súbor kvantitatívnych a kvalifikovateľných ukazovateľov. Ich voľba závisí od cieľa porovnávania, dostupnosti informačných zdrojov a obsahovej porovnateľnosti ukazovateľov, resp. ich skupín. Môže ísť o ukazovatele technicko-technologickej úrovne, ukazovatele produktivity živej práce, obchodnej zdatnosti, finančnej úspešnosti, alebo o celkové výsledky podniku. *Technicko-technologickou úrovňou* môžeme rozumieť množstvo a frekvenciu novozavádzaných produktov, podiel nákladov na výskum a vývoj, stupeň amortizácie hmotného investičného majetku (HIM) a pod.; *produktivitou živej práce* rozumieme jej vyjadrenie v naturálnych a hodnotových ukazovateľoch, stupeň využitia výrobnjej a obchodnej kapacity a pod.; *obchodnú zdatnosť* môžeme posúdiť podľa rastu tržieb, podielu na trhu, marketingových nákladov, úrovne obchodno-technických služieb atď. Vo finančnej oblasti sa premietajú všetky čiastkové podnikové činnosti a na jej vyjadrenie slúžia ukazovatele finančnej analýzy (najčastejšie rentabilita, aktivita, zadlženosť, likvidita, ale aj iné). Teoreticky sú najdostupnejšie informácie k finančnej analýze: finančné výkazy, súvahy a výkazy ziskov a strát, ale to závisí od právnej formy podnikania. Zatiaľ čo u právnických osôb to v podstate platí, v živnostenskom podnikaní, ktoré používa spravidla jednoduché účtovníctvo, je veľmi problematické získať potrebné podklady, keďže nemajú povinnosť ich zverejňovať.

Medzipodnikové porovnávanie nie je samoúčelom, ale je východiskovým bodom ďalších postupov, t. j. analýzy príčin odchýlok sledovaných parametrov od zvolených (priemerných, najlepších, normatívnych, plánovaných a pod.) hodnôt, prijatie opatrení a vykonanie zásahov na zlepšenie konkurenčnej pozície podniku. Problematický býva aj výber porovnávaných podnikov, kde sa názory rôznia od jedného extrému, ktorý spochybňuje akúkoľvek porovnateľnosť podnikov, až po druhý extrém, ktorý považuje za porovnateľné všetky podniky, ktoré sa riadia základným podnikateľským princípom, t. j. snahou o dosiahnutie

maximálneho, resp. priemerného zisku a zhodnotenia svojho majetku, resp. svojej trhovej hodnoty.

V skutočnosti treba porovnateľnosť podnikov chápať relatívne, v závislosti od konkrétneho účelu porovnania. Na základe podobnosti určitých charakteristík môžeme vygenerovať určité skupiny, ktoré sú si bližšie, podobnejšie než iné (všeobecne sa touto otázkou zaoberá tzv. zhluková analýza). Podľa zvolených kritérií podobnosti možno porovnávanie „nastaviť“ viac alebo menej prísne. Ako kritérium podobnosti sa často používa príslušnosť k určitému odvetviu, subodvetviu (s podobným sortimentom produktov či služieb, s podobnou technológiou a pod.), právna forma podnikania, veľkosť podniku a pod. V danej súvislosti sú to: podniky cestovného ruchu ako odvetvia ľudskej a ekonomickej činnosti všeobecne, t. j. pri menej prísnom nastavení porovnateľnosti, a v rámci cestovného ruchu napríklad hotelové podniky, stravovacie podniky, podniky prepravných služieb atď., pri prísnejšom nastavení porovnateľnosti. Použitie ďalších uvádzaných, ale aj iných kritérií môže ďalej sprísniť nastavenie porovnateľnosti (napríklad malé a stredné podniky hotelové, reštauračné a pod., z toho osobitne právnické či fyzické osoby atď.).

Porovnávanie musí mať správnu interpretáciu, aby mohlo poskytnúť objektívne podklady na opatrenia. Tomuto účelu musí poslúžiť aj vecná (obsahová) porovnateľnosť použitých ukazovateľov. To býva ešte zložitejší problém než porovnateľnosť podnikov, a to hlavne pri medzinárodnom porovnávaní. Porovnateľnosť môže obsahovať tieto aspekty:

- presná definícia a obsah ukazovateľa,
- zhodnotenie presnosti vyjadrenia reality, resp. zámerného skreslenia ukazovateľa,
- zhodnotenie ďalších vonkajších podmienok porovnateľnosti.

Problémy porovnateľnosti sú zrejme napríklad na ukazovateli zisku, ktorý sa často využíva pri finančných analýzach a na medzinárodné porovnávanie. Zisk ako ekonomická kategória sa môže vyjadrovať v rôznych variantoch. Jeho obsah je spravidla vymedzený účtovnými zákonmi a pravidlami zostavovania účtovných uzávierok a účtovného výkazu zisku a strát. V závislosti od činnosti podniku, kde zisk vznikol, možno hovoriť o *zisku z prevádzkovej činnosti*, *z finančnej či investičnej činnosti*, resp. z inej mimoriadnej činnosti, z hľadiska primárneho rozdelenia možno hovoriť o *zisku pred zdanením* a *zisku po zdanení* (hrubý a čistý zisk). Pri použití ukazovateľov zisku v pomerných ukazovateľoch rentability treba riešiť otázku voľby tohto ukazovateľa, aby sa zabezpečila porovnateľnosť. Pri medzinárodnom porovnávaní situáciu môže skresliť nejednotnosť účtovných zákonov a predpisov. Aj pri rovnakom definovaní obsahu zisku môže dôjsť k skresleniu v závislosti od variantnosti niektorých položiek, napríklad odpisovania investičného majetku, tvorby a čerpania rezerv atď. Uvedené skutočnosti

niekedy bývajú aj zámerne využívané v záujme vykazovať lepší, alebo i horší hospodársky výsledok. Pri medzinárodnom porovnávaní pristupujú ešte vplyvy, ako sú spôsoby oceňovania jednotlivých položiek výnosov a nákladov, voľba menových kurzov, inflácia atď. Podobné problémy s obsahovou porovnatel'nosťou sa vyskytujú aj pri ďalších ukazovateľoch a treba im venovať náležitú pozornosť.

Napriek uvedeným problémom, keďže medzipodnikové porovnávanie je dôležitým nástrojom zvyšovania konkurencieschopnosti našich podnikov na medzinárodných trhoch, treba, aby ekonomická teória rozpracovala metodické postupy a špecifikáciu podmienok porovnatel'nosti podnikov a ukazovateľov. Vytváranie náročnejšieho trhového prostredia a tlak na zvyšovanie exportu by mali prispieť k znovuoobjaveniu a využívaniu medzipodnikového porovnávania.

### **3. Podnikovo-ekonomické aspekty rozvoja cestovného ruchu na Slovensku so zreteľom na ich špecifiká**

Cestovný ruch patrí nesporne k odvetviám ľudskej a hospodárskej činnosti, ktoré v porovnaní s inými majú významné priority. Toto konštatovanie sa uznáva v európskom i celosvetovom meradle. Na Slovensku [4] sme sa teoreticky a deklaračne stotožnili s týmto poznaním, no prax rozvoja cestovného ruchu za ním zaostáva. Bariéry zaostávania na Slovensku v širšom kontexte nachádzame v celkovom vývoji podnikateľského prostredia, v užšom kontexte vo vývoji podnikateľského prostredia v cestovnom ruchu na Slovensku, až po úroveň vlastnej realizačnej sféry cestovného ruchu – v podniku cestovného ruchu. Podnikanie v cestovnom ruchu má však veľké prednosti, ktoré by mali pôsobiť motivačne na rozvoj samotného cestovného ruchu a multiplikačne na širšie ekonomické okolie.

#### **3.1. Vývoj podnikateľského prostredia na Slovensku**

V ostatných rokoch (1998–1999) sa čoraz viac začali prejavovať nedostatky slovenskej ekonomiky [5], najmä z pohľadu nevyváženosti rozvoja makrosféry a mikrosféry. Neproporcionálny vývoj ekonomiky sa prejavil v rastúcom schodku zahranično-ekonomickej bilancie, v rastúcom schodku štátneho rozpočtu na strane makroekonomických parametrov a na strane mikroekonomických parametrov prehlbujúcou sa medzipodnikovou platobnou neschopnosťou, rýchlo klesajúcou rentabilitou podnikateľskej sféry, rastom ceny peňazí, všeobecnou bankovou krízou a pridala sa rastúca nezamestnanosť, ako aj pokles priemyselnej a stavebnej výroby. Príčiny spočívajú predovšetkým v nerešpektovaní východiskovej situácie mikrosféry pri prechode na trhové podmienky (nedostatočnosť pracovného kapitálu – takmer absolútna závislosť prevádzky od cudzích zdrojov,

strata trhového potenciálu priemyselných podnikov vo východnej Európe – pokles produkcie a nevyužívanie objemov aktív, veľká ekonomická a ekologická zadlženosť priemyslu a nmodernosť hmotného majetku, zlá banková situácia – nízke vybavenie kapitálom a absencia kapitálového trhu). Za celé obdobie transformácie sa riešila predovšetkým makroekonomika na úkor mikroekonomiky. Mikroekonomika bola regulovaná väčšinou nesystémovými opatreniami, vrátane pasívnej politiky zamestnanosti, zaťažovaním rastu výdavkov štátneho rozpočtu, neprímeraným zaťažením mikrosféry, ktoré nezodpovedalo úrovni výkonnosti.

Slovenská obchodná a priemyselná komora (SOPK) formulovala odporúčania na urýchlené zlepšenie podnikateľského prostredia, odporúčania na stabilizáciu makroekonomickej rovnováhy a naštartovanie dlhodobého dynamického rozvoja ekonomiky, ktorého prvé kroky sú:

- posilnenie právneho postavenia veriteľov,
- uplatniteľnosť záložného práva,
- oživenie kapitálového trhu,
- prílev priamych zahraničných investícií,
- podpora podnikania, hlavne malého a stredného podnikania,
- podpora domácich výrobcov,
- zrealnenie pomeru úrokových sadzieb a výšky inflácie,
- zníženie daňového zaťaženia podnikateľov.

Podnikateľské prostredie v SR sa v roku 2000 [6], napriek pretrvávajúcim problémom, mierne stabilizovalo. Čiastočne sa zlepšila situácia pri poskytovaní úverov malým a stredným podnikateľom. Poskytovanie úverov od bánk je výsledkom zložitých rokovaní a opatrení. Pozitívom vo vývoji podnikateľského prostredia bolo prijatie nového zákona o daniach z príjmov, ktorý uvádza zníženie sadzby dane z príjmov právnických osôb o 11 %, t. j. na 29 %. U fyzických osôb sa táto daň mierne znížila v jednotlivých daňových pásmach. Zriadenie paušálnych daní tiež prispelo k čiastočnému uľahčeniu činnosti vybraných živnostenských činností, hoci ani po novelizácii, podľa počtu prihlásených živnostníkov o paušálnu daň, sa nespĺnili očakávania.

Zrušenie dovoznej prirážky pomohlo zvýšeniu exportu malých a stredných podnikov, no na druhej strane zrušenie povinných odvodov do Fondu na podporu zahraničného obchodu a neschválenie príspevku zo štátneho rozpočtu na jeho činnosť pribrzdilo možnosť týchto podnikov prezentovať svoje produkty na zahraničných výstavách, seminároch a obchodných misiách.

V roku 2000 došlo k zmenám takmer vo všetkých kľúčových legislatívnych normách, ovplyvňujúcich rozvoj podnikania. Čiastočne alebo jednorazovo sa vyriešili niektoré zásadné problémy, ale naďalej pretrváva potreba hlbšej systémovej zmeny legislatívy, tvoriacej podnikateľské prostredie.



Z analýz vyplýva, že väčšina legislatívnych bariér rozvoja MSP sa prejavuje vo zvýšenom finančnom zaťažení podnikateľov. Je to výsledok jednostranného prístupu k zákonom a predpisom, kde chýba posudzovanie vzájomných súvislostí, keď jedna právna norma priamo ovplyvňuje druhú alebo ďalšie. Mnoho pripomienok vzišlo z radov podnikateľov, keďže v roku 2000 vzrástlo ich finančné zaťaženie o 1,5 percentuálneho bodu. Najvýraznejším problémom v tejto súvislosti sú odvody do fondov, ktoré v závislosti od daňového základu predchádzajúceho roka neplnia funkciu poisťných fondov. Diskriminačný prístup legislatívy k MSP sa v porovnaní so zamestnancami prejavuje v nerovnomernosti dávok pri chorobe a úrazoch podnikateľa, nemožnosti poberania materských príspevkov žien – podnikateľiek a pod.

Na zvyšovanie finančného zaťaženia vplyvajú aj ďalšie nepriame faktory. Z nich za najdôležitejší možno pokladať nemožnosť odpočtu investícií od zdaniteľného základu príjmu, nezohľadnenie inflácie a rastu cien v oblasti zaradovania hmotného a nehmotného investičného majetku, neúmerne dlhé časové obdobie odpisovej politiky. Ani systém zrýchleného odpisovania neprekonáva uvedený nedostatok, lebo má účinok len na zníženie daňového základu, ale nie celkovej počtu rokov odpisovania.

Pri súčasnom nedostatku úverových zdrojov, resp. pri neprimerane drahých úveroch má malý a stredný podnikateľ málo možností na zabezpečenie rozvoja podniku z vlastných zdrojov a s tým súvisiacu konkurenčnú schopnosť svojej produkcie. Ako sa ukázalo, aj prijatý zákon o štátnej pomoci (č. 231/1999 Z. z.) skomplikoval poskytovanie štátnej pomoci podnikateľom, čo je príkladom administratívneho prístupu k podpore podnikania. Veľkou bariérou je nedostatočná zaručiteľná vymožitelnosť práva. V praxi sa dostatočne neuplatňuje ani zákon o konkurze a vyrovnaní. V roku 2000 bolo prijatých 156 právnych noriem dotýkajúcich sa MSP. No stále existuje mnoho právnych úprav, ktoré majú na MSP negatívny vplyv a ich úprava by mohla podstatne prispieť k skvalitneniu podnikateľského prostredia.

K najkontraproduktívnejším zákonom z hľadiska podnikania v percentuálnom vyjadrení [7] patria:

- zákon o konkurze a vyrovnaní 2 %,
- zákony o certifikácii 4 %,
- obchodný zákonník 4 %,
- živnostenský zákon 4 %,
- iné 10 %,
- zákony o odvodoch do fondov 14 %,
- daňové zákony 62 %.

Pri novelizácii legislatívy je dôležité, aby novoprijaté právne normy riešili problémy systémovo a aby vychádzali predovšetkým z odbornej verejnosti.

### 3.2. Vývoj podnikateľského prostredia v cestovnom ruchu na Slovensku a pozitívne charakteristiky podnikania v cestovnom ruchu

Vývoj podnikateľského prostredia na Slovensku obsahuje aj vývoj podnikateľského prostredia v cestovnom ruchu. Odporúčania, ktoré formulovala SOPK pre ďalší vývoj podnikateľského prostredia na Slovensku, sa v mnohých bodoch dotýkajú priamo podnikateľského prostredia v cestovnom ruchu a ich realizácia môže prispieť k zvráteniu klesajúcich parametrov cestovného ruchu v ostatnom období.

Podnikanie v cestovnom ruchu, ako sme už naznačili, má svoje prednosti, ktoré sa môžu pozitívne realizovať vo vlastnom odvetví a akceleračne či multiplikačne pôsobiť na ekonomické okolie. Patrí k nim [8]: dynamika, nízka investičná a importná náročnosť (v hoteliérstve až trikrát nižšia ako v priemysle alebo poľnohospodárstve, ktoré sú investične náročnejšie), vysoký podiel živej práce pôsobiaci aj ako nástroj znižovania nezamestnanosti a rozvoja regiónov, považovaných z hľadiska rozvoja priemyslu či poľnohospodárstva za menej hodnotné, rýchla návratnosť investícií (3–7 rokov), minimalizovanie nedobytných pohľadávok, minimalizovanie časových lehôt splácania pohľadávok, devízový efekt pre krajinu, spočívajúci v ovplyvňovaní platobnej bilancie štátu a v tvorbe jeho devízových rezerv, navyše, získavanie devíz bez úverovania a poisťovania prevažne priamymi, dokonca i zálohovanými platbami, akceleračný vplyv na rozvoj ekonomického okolia, súčasné zhodnocovanie niektorých inak neexportovateľných služieb a prírodných daností či umelo vytvorených zaujímavostí a artefaktov, predaj tovaru a doplnkových služieb a pod. Ohromný prínos sa predpokladá z realizácie programu rozvoja vidieka, kde hlavným rozvojovým faktorom, faktorom prosperity sa stáva cestovný ruch, pričom poľnohospodárstvo nemusí zaznamenať pokles. Podľa WTTC má do roku 2010 vzniknúť z toho titulu v rámci EÚ 900 tisíc nových pracovných príležitostí.

Podnikanie v cestovnom ruchu má aj svoje citlivé miesta, ktoré treba rešpektovať. Patrí k nim citlivosť [9] na mieru inflácie, ktorá sa prejavuje výraznejšie v ekonomicky slabších krajinách než v bohatších, výraznejšie v nižších príjmových skupinách a vo vyšších vekových skupinách. Patrí k nim aj sezónnosť výkonov a vysoký podiel ľudskej práce (ktorá má všeobecne nízku úroveň ekonomického vzdelania), relatívne veľký význam poistenia a poisťných vzťahov, veľká citlivosť investovania do cestovného ruchu na rast úrokových mier, ale aj na iné sociálne, psychologické, národnostné či náboženské vplyvy.

*Boom* cestovného ruchu (CR) po spoločensko-ekonomických zmenách v roku 1989 však nezaznamenal trvalú tendenciu, už rok 1997 znamenal pokles významných ukazovateľov – pokles devízových príjmov v rokoch 1997 a 1998 takmer o 30 %. Slovensko sa tým vzdialilo od vývojových tendencií krajín V4.

Nízky podiel cestovného ruchu na devízových príjmoch Slovenska klesol zo 4,4 % za tri roky o 25 %. Maďarsko získava z cestovného ruchu viac ako 5-násobok, ČR 8-násobok, Poľsko až 16-násobok devízových príjmov Slovenska, pričom Slovensko má v mnohých ohľadoch lepšie porovnateľné danosti.

Autori štúdie *Realita a možnosti* [19] poukazujú na nedostatočnú finančnú podporu aktívneho cestovného ruchu (ACR) zo strany štátu, keď napríklad výdavky na štátnu propagáciu predstavovali na Slovensku v roku 2000 len 38,6 mil. Sk, zatiaľ čo v Maďarsku to bolo 600 mil. Sk, v Poľsku 650 mil. Sk, v ČR 155 mil. Sk, v Rakúsku 2,1 mld Sk a ďalšie nemalé čiastky boli vynaložené na podporné programy ACR, existujú tam fondy CR a pod.; fond CR v Maďarsku je napríklad z 2/3 dotovaný štátom. Podiel štátu na podpore cestovného ruchu na Slovensku dosahoval len 6,4 % v porovnaní s Maďarskom a trvalo klesá, za tri roky sa znížil o 20 % a podiel na podporných programoch klesol až o 50 %. Podnikateľské subjekty CR nemajú ekonomickú podporu zameranú na tvorbu devízových príjmov (pritom len 5 zo 400 cestovných kancelárií (CK) sa venuje ACR). Podiel ACR na celkových tržbách CK tvoril v roku 1998 len 9,8 %, čo je výsledkom poklesu počtu zahraničných návštevníkov.

Zásadné zmeny v podnikateľskom prostredí cestovného ruchu na Slovensku podľa citovanej štúdie možno očakávať po realizácii týchto opatrení:

- vypracovať program podpory rozvoja CR v záujme rozvoja regiónov,
- vypracovať a schváliť legislatívnu podporu CR,
- ekonomicky zvýhodniť podnikateľov v CR na získavaní devíz,
- vytvoriť fond CR,
- podporiť domáci CR znížením daňového základu podnikateľov o úhradu nákladov na rekreáciu občanov SR,
- zvýšiť objem finančných prostriedkov na propagáciu a podporné programy,
- podstatne znížiť daňové a odvodové zaťaženie podnikateľov v CR,
- schváliť organizáciu regionálnych združení CR,
- zjednodušiť predpisy vzniku živností v CR pre malých podnikateľov,
- prihliadať na pozitívne možnosti cestovného ruchu z hľadiska zamestnanosti.

Ako uvádzajú citovaní autori, za predpokladu zásadnej zmeny postoja štátu voči CR má Slovensko reálne predpoklady dosiahnuť za tri až päť rokov devízové príjmy vo výške asi 1,5 mld USD, t. j. 63 mld Sk, čo by pri súbežnom raste pracovných príležitostí predstavovalo výrazný prínos.

### 3.3. Pravidelná finančná analýza podniku cestovného ruchu ako nevyhnutnosť úspešného podnikania

Úspešné riadenie podnikania v CR, prijímanie kvalitných rozhodnutí, ktoré vedú k efektívnosti a rentabilite vykonávanej činnosti, si vyžaduje dokonale poznať situáciu v podnikoch CR a permanentne hodnotiť výsledky podnikateľských

aktivít. Úspešnosť či neúspešnosť podnikania nachádza svoj odraz vo finančnej situácii podnikov CR. Analýzou podnikateľskej finančnej situácie firmy tak jej manažéri, ako aj externé subjekty dokážu odhaliť mnohé silné či slabé stránky podniku, ich príčiny a dôvody, a na základe toho sa rozhodovať alebo prijímať návrhy vhodných opatrení.

Odborná literatúra ponúka niekoľko metód a postupov finančnej analýzy, pre prax však naďalej zostáva najpopulárnejšou metodika *finančných pomerových ukazovateľov*, najmä pre jej jednoduchosť a relatívne dobrú vypovedaciu schopnosť. Súbor pomerových ukazovateľov sa člení do skupín, z ktorých každá vypovedá o určitej stránke finančnej situácie podniku prostredníctvom väčšieho či menšieho počtu pomerových ukazovateľov. Najčastejšie sa vymedzujú tieto skupiny [9]:

- ukazovatele likvidity,
- ukazovatele aktivity,
- ukazovatele finančnej štruktúry, resp. zadlženia,
- ukazovatele rentability.

*Ukazovatele likvidity* informujú o platobnej schopnosti alebo likvidite podniku. Je to najsledovanejšia stránka ekonomiky nielen manažmentom, ale aj externými subjektmi, s ktorými je podnik v kontakte. Odpovedajú na otázku, ako môže podnik pokryť likvidnými prostriedkami záväzky, ktorých splatnosť nastane v priebehu jedného roka. Táto skupina ukazovateľov má práve v CR pomerne dobré podmienky vzhľadom na zálohované alebo priame platby.

*Ukazovatele aktivity* vyjadrujú viazanosť alebo využitie majetku. V podnikoch CR je aj pri týchto ukazovateľoch konkurenčná výhoda vzhľadom na výrazne nižší majetkový podiel v HIM. Existujú samozrejme rozdiely v závislosti od charakteru podniku CR.

*Ukazovatele finančnej štruktúry – zadlženia* informujú o miere zadlženia podniku a o jeho schopnosti toto zadlženie znášať. Konkurenčná výhoda podnikov CR spočíva jednak v rýchlej investičnej návratnosti, jednak v zálohových a priamych platbách, ktoré umožňujú znižovanie zadlženia.

*Ukazovatele rentability* syntetizujú vypovedaciu schopnosť predchádzajúcich ukazovateľov a vyjadrujú celkový výsledok podnikateľského úsilia. Ich charakteristickým spoločným znakom je zisk v čitateli zlomku. Informujú, koľko zisku podnik vyprodukoval z príslušného objemu činnosti. Keďže ide o syntetizujúcu vypovedaciu schopnosť predchádzajúcich konkurenčne výhodných ukazovateľov, logicky i tieto ukazovatele by mali byť v podniku CR zaujímavé.

Finančná analýza má svoje opodstatnenie vo všetkých druhoch podnikateľských subjektov CR bez ohľadu na charakter ich činností (ubytovacie, stravovacie, dopravné podniky, cestovné kancelárie v celom spektre, podniky doplnkových služieb a pod.). To ale neznižuje potrebu dôsledného poznania technicko-technologických

a ekonomických špecifik týchto diverzifikovaných podnikateľských subjektov a ich premietnutie do účtovnej databázy a jej výstupov. Dôležité sú aj informácie z prostredia, v ktorom tento podnik existuje a pracuje. Zabezpečenie informácií tohto druhu je dôležitou súčasťou procesu finančnej analýzy.

Jednou z prevzatých metód, ktoré nachádzajú uplatnenie v súvislosti so zvyšovaním efektívnosti v podniku CR, je *Yield Management*. Uplatnenie nachádza hlavne v podnikoch CR, kde je relatívne vyšší podiel fixných nákladov na celkových nákladoch, dopyt sa dá predpovedať, produkt je pominuteľný, možno predpokladať segmentáciu trhu a produkt sa predáva vopred. *Yield Management* [10] sa považuje za ekonomickú metódu optimalizácie zisku vhodnú pre celý rad odvetví služieb, v ktorých dochádza ku kombinácii trhových cien pomocou segmentácie jednotlivých trhov (ekonomická cenová diskriminácia) so štatistickými analýzami, s cieľom rozšíriť trh danej služby a zvýšiť príjem získaný na jednotku kapacity (sedadlo v lietadle, autobuse, stolička v reštaurácii, posteľ v hoteli a pod.).

Významným špecifikom produktu CR, realizovaného podnikateľským subjektom, je jeho komplementárnosť – vzájomné prepojenie do balíka služieb CR. Táto skutočnosť si vyžaduje uplatňovať v konkurenčnom prostredí, čo znie trochu paradoxne, princíp spolupráce [11]. *Komplementárnosť služieb* – tvorba balíka služieb CR by mala byť nadradená procesom efektívneho ovplyvňovania nákladov, cien, kvality, technológií, organizačnej štruktúry odvetvia a systému financovania. Nepochopenie princípu komplementárnosti všetkými subjektmi zainteresovanými na rozvoji CR v stredisku znamená nižšiu efektívnosť investícií vložených do jeho rozvoja.

#### 4. Trendy finančných ukazovateľov vo vývoji podnikov cestovného ruchu na Slovensku

Napriek deklarovaným finančným prednostiam podnikania v cestovnom ruchu, skutočná finančná situácia v cestovnom ruchu nie je závideniahodná. Konštatujeme to na základe podkladov Bankového zúčtovacieho centra, a. s., Bratislava, uverejňovaných v publikácii *Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v SR* v jednotlivých rokoch od roku 1993. Publikácia vydaná roku 2000 obsahuje prehľad stredných hodnôt finančných ukazovateľov odvetvovej analýzy SR za roky 1996–1999, spracovanej v nadväznosti na medzinárodnú klasifikáciu odvetví a iných kritérií (podľa organizačných foriem a územného členenia) [12].

Spôsob a forma hodnotenia podnikateľských subjektov v období transformácie ekonomiky na trhové podmienky si vyžiadali nové obsahové vymedzenie finančnej analýzy a zmenu inštrumentálnej a metodologickej bázy. Finančná

analýza je založená na podielových a pomerových ukazovateľoch, použitie ktorých vo vzájomných väzbách umožňuje zhodnotenie finančnej situácie, resp. stability odvetvia.

*Podielové finančné ukazovatele* analyzujú štruktúru majetku (aktív), zdrojov krytia (pasív), ich veľkosti z hľadiska optimálnosti a účelnosti v nadväznosti na potreby zabezpečenia efektívneho rozvoja činnosti. *Pomerové finančné ukazovatele* analyzujú majetkovú a finančnú situáciu subjektu, resp. odvetvia. Zo súboru pomerových ukazovateľov boli na hodnotenie finančnej situácie vybrané ukazovatele rentability (výnosnosti), likvidity, finančnej úrovne (zadĺženia) a aktivity umožňujúce hodnotenie na základe efektívnosti hospodárenia s majetkom a jeho využitia, ako aj spotrebovaných výrobných faktorov, platobnej schopnosti, finančnej stability, využitia cudzieho kapitálu na financovanie potrieb a pod.

Súbor objektov na určenie stredných hodnôt bol utriedený podľa dvojmiestneho kódu odvetvovej klasifikácie ekonomických činností (OKEČ), ktorá je kompatibilná s klasifikáciou odvetví používanou v zahraničí (NACE), čo umožňuje využitie údajov v medzinárodnom porovnaní.

V nadväznosti na zákon SNR č. 322/1992 Zb. o ochrane štatistických údajov je publikovanie údajov podmienené výskytom početnosti minimálne troch subjektov v danom odvetví a intervalovom rozpätí. V prípade výskytu vyššieho počtu subjektov sú publikované stredné hodnoty ukazovateľov aj v jemnejšom členení, t. j. podľa trojmiestneho OKEČ.

Úroveň spracovanej finančnej analýzy za hodnotené obdobie, ako aj využitie jej výsledkov na následné trendové analýzy bola ovplyvnená dostupnosťou údajov a kvalitou získanej databázy. Na účely priemerných hodnôt ukazovateľov finančnej analýzy bola vybraná ako relatívne najvhodnejšia metóda – *metóda stredných hodnôt určená mediánom*, ktorá sa v zahraničí bežne používa, takže je výhodná aj z hľadiska porovnateľnosti. Mediánom určená stredná hodnota je menej citlivá na rozdielnu početnosť subjektov zaradených do spracovania, na extrémne hodnoty i prípadné chyby vo vstupných údajoch; predstavuje reálne existujúcu veličinu (hodnotu).

Ako sa konštatuje v citovanej publikácii, vyčíslené stredné hodnoty v SR sú odlišné od stredných hodnôt v krajinách s vyspelou ekonomikou. Rozdiely v hodnotách sú prejavom špecifik transformovanej ekonomiky SR, odlišujúcej ekonomiku Slovenska od iných ekonomík, resp. ekonomických činností v stabilizovaných trhových podmienkach.

Štatistika SR nedisponuje podkladmi za cestovný ruch ako celok. Umožňuje analýzu na úrovni podnikateľských subjektov podľa trojmiestneho OKEČ, pri ktorých usúdime, že patria do cestovného ruchu. Sú to hotely a reštaurácie (55), v tom hotely (551), kempingy a iné krátkodobé ubytovanie (552), reštaurácie (553), hostince, bary (554), iné účelové stravovanie (555), činnosti cestovných

kancelárií a cestovných dopravcov, turistické služby (633), resp. ďalšie služby, ktoré nájdeme zahrnuté pod rekreačnými, kultúrnymi a športovými činnosťami (92). Do nami predkladanej analýzy sme pojali cestovné kancelárie, hotely a reštaurácie a analýzu sme prehľadali o kvartilové rozloženie údajov, rozdeľujúce usporiadané údaje na štyri časti. Keďže kvartilové hodnoty nie sú súčasťou publikácie, požiadali sme Bankové zúčtovacie centrum o ich poskytnutie, aby sme lepšie poznali situáciu hlavne pri negatívnych mediánových hodnotách.

Prv než uvedieme tabuľkové spracovanie analýz, predkladáme definičné vymedzenie pomerových ukazovateľov a algoritmy ich výpočtu:

**Ukazovatele rentability** konfrontujú výsledok podnikateľskej činnosti s objemom vloženého kapitálu alebo objemom podnikateľskej činnosti. Do ich úrovne sa premieta úroveň a vývoj likvidity, aktivity a zadlženosti.

- **Rentabilita aktív** – ako „miera zisku“ je vyjadrením účinnosti celkového vloženého kapitálu bez ohľadu na zdroj financovania, ako aj schopnosti využívať zverené prostriedky. Výška ukazovateľa by mala dosahovať minimálne výšku výnosu z dlhodobovo vložených depozít. Tento pomer môžu skresliť rýchlo odpísané zariadenia, resp. veľký rozsah nehmotného investičného majetku:

$$\text{rentabilita aktív (v \%)} = \text{zisk pred zdanením} \cdot 100 / \text{aktíva},$$

$$\text{rentabilita aktív (v \%)} = \text{čistý zisk} \cdot 100 / \text{aktíva}.$$

- **Rentabilita vlastného imania** – vyjadruje celkovú výnosnosť vlastných zdrojov, teda aj ich zhodnotenie v použiteľnom zisku. Rentabilita vlastného imania závisí od zhodnotenia celkového kapitálu, od úrokovej miery, za ktorú banka poskytuje úver a od stupňa finančnej samostatnosti, t. j. podielu cudzích a vlastných zdrojov:

$$\text{rentabilita vlastného imania (v \%)} = \text{čistý zisk} \cdot 100 / \text{vlastné imanie}.$$

- **Rentabilita tržieb** – je vyjadrením miery čistého zisku v percentách, meraná k objemu podnikovej činnosti, a tak vlastne vyjadruje zhodnotenie spotrebovaných výrobných faktorov. Je jedným z faktorov ovplyvňujúcich výnosnosť kapitálu:

$$\text{rentabilita tržieb (v \%)} = \text{čistý zisk} \cdot 100 / \text{tržby}.$$

**Ukazovatele likvidity** vyjadrujú mieru kvality a adekvátnosti obežných aktív na zabezpečenie krátkodobého dlhu v požadovaných termínoch splatnosti. Charakterizujú platobnú schopnosť tým, že porovnávajú k rovnakému termínu obežný majetok so splatnými záväzkami. Stála platobná schopnosť závisí od štruktúry aktív a pasív a od spôsobu ich krytia:

$$\text{likvidita II. stupňa (koef.)} = (\text{obežné aktíva} - \text{zásoby}) / \text{krátkodobé záväzky},$$

$$\text{likvidita III. stupňa (koef.)} = \text{obežné aktíva} / \text{krátkodobé záväzky}.$$

**Ukazovatele zadlženosti** vyjadrujú a kvantifikujú rozsah použitia cudzieho a vlastného kapitálu na financovanie potrieb. Tento podiel môže výrazne ovplyvniť

dosahovanú rentabilitu, najmä rentabilitu vlastného imania. Má tiež úzku väzbu na likviditu, pretože s objemom dlhov súvisí povinnosť ich splácania v budúcnosti a potreba vytvoriť prostriedky na tieto splátky:

zadlženosť aktív (v %) = cudzie zdroje . 100/aktíva,

zadlženosť vlastného imania (v %) = cudzie zdroje . 100/vlastné imanie.

**Doba splatnosti záväzkov a inkasa pohľadávok** vyjadrujú dĺžku doby viazanosti finančných prostriedkov v príslušnej majetkovej podobe (v danom prípade v dňoch):

doba inkasa pohľadávok (v dňoch) = (pohľadávky/tržby) . 360,

doba splatnosti záväzkov (v dňoch) = (záväzky/tržby) . 360.

Výsledky analýzy uvádzame v tabuľkách 1–5 (spracovaných na podklade údajov Bankového zúčtovacieho centra) a v komentároch.

Tabuľka 1

### Rentabilita

<i>Cestovné kancelárie</i>									
Rentabilita aktív – ROA			Rentabilita VI – ROE			Rentabilita tržieb – ROTR			
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	-26.31	-2.48	4.10	-86.37	-10.47	9.87	-8.68	0.00	0.95
1996	-30.64	-3.10	2.82	-91.21	-16.33	3.49	-6.63	-0.14	0.55
1997	-22.22	-1.82	3.47	-61.05	-9.16	1.90	-4.41	0.00	0.55
1998	-20.79	-2.51	0.77	-67.12	-9.13	0.64	-5.42	0.00	0.17
1999	-31.84	-3.09	0.60	-68.49	-11.06	0.00	-9.37	-0.29	0.05
<i>Hotely</i>									
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	-21.64	-6.37	0.10	-78.42	-20.80	-0.72	-42.28	-4.17	0.04
1996	-13.55	-2.65	0.38	-68.12	-12.61	-0.02	-16.87	-1.74	0.18
1997	-11.81	-1.78	0.27	-46.88	-9.32	0.00	-20.17	-1.54	0.14
1998	-11.70	-1.51	0.09	-38.86	-6.91	0.00	-30.62	-0.67	0.14
1999	-14.59	-3.16	0.00	-41.67	-9.44	-0.47	-23.40	-2.80	0.00
<i>Reštaurácie</i>									
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	-27.27	-4.36	0.91	-83.05	-20.68	0.00	-19.44	-1.15	0.28
1996	-21.44	-1.95	2.15	-67.09	-11.09	0.71	-12.37	0.00	0.78
1997	-20.42	-1.82	1.40	-67.86	-11.35	0.00	-13.49	0.00	0.48
1998	-23.14	-2.72	0.50	-48.76	-9.89	0.00	-12.88	0.00	0.28
1999	-30.11	-1.85	0.81	-57.76	-7.69	0.00	-13.17	-0.03	0.35

Výsledky rentability majú veľmi nízke hodnoty. Na úrovni 1. kvartilu a mediánu sú všetky hodnoty záporné, hospodársky výsledok podnikov je strata. Len v 3. kvartile sa s malou výnimkou dosahujú kladné výsledky, tie sú však veľmi nízke. Vo všeobecnosti by ROA mala dosahovať 20 % a viac, ROE by mala byť



vyššia ako bežná úroková miera a ROTR by mala dosahovať 10 % a viac. Znepokojujúci je aj viac-menej klesajúci trend kladných hodnôt rentability. Príčiny možno hľadať v raste nákladov, v rýchlejšom tempe ich vývoja než vývoja výnosov, v daňovom zaťažení firiem s vplyvom na hospodársky výsledok, v nedostatočnom využívaní pomoci malým a stredným firmám. Negatívny vývoj hospodárskeho výsledku jednoznačne ovplyvnil nedostatočnú tvorbu a obnovu krátkodobých finančných zdrojov podnikového kapitálu, určených na financovanie potrieb obežného majetku a krytie výdavkov prevádzkovej činnosti. Súčasne obmedzil možnosti financovania rozvojových potrieb investičného cyklu podnikov CR.

T a b u ľ k a 2

## Ukazovatele likvidity

<i>Cestovné kancelárie</i>						
L3				L2		
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	0.33	0.81	1.29	0.25	0.74	1.24
1996	0.40	0.81	1.14	0.35	0.75	1.09
1997	0.39	0.83	1.17	0.31	0.78	1.15
1998	0.31	0.79	1.25	0.21	0.71	1.21
1999	0.33	0.73	1.36	0.27	0.68	1.27
<i>Hotely</i>						
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	0.12	0.58	1.26	0.11	0.41	0.92
1996	0.12	0.56	1.21	0.10	0.41	1.02
1997	0.12	0.46	1.04	0.10	0.34	0.87
1998	0.11	0.51	1.08	0.10	0.41	0.88
1999	0.10	0.38	0.93	0.08	0.30	0.78
<i>Reštaurácie</i>						
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	0.15	0.45	1.15	0.07	0.30	0.82
1996	0.17	0.57	1.11	0.09	0.36	0.81
1997	0.16	0.56	1.15	0.09	0.35	0.84
1998	0.14	0.48	1.26	0.08	0.31	0.87
1999	0.18	0.59	1.49	0.10	0.42	1.03

Legenda: L3 = likvidita 3. stupňa, L2 = likvidita 2. stupňa, Q1, Q3 = 1. a 3. kvartil, M = medián (2. kvartil).

Ak za optimálne hodnoty likvidity 3. stupňa považujeme indexy v rozpätí 1,5–2,5, potom môžeme konštatovať, že žiadna z uvedených skupín podnikov cestovného ruchu nedosahuje optimálne hodnoty. K dolnej odporúčanej hranici sa približuje len skupina reštaurácií v ostatnom sledovanom roku indexom 1,49 v 3. kvartile.

Hodnoty likvidity 2. stupňa dosahujú optimum, t. j. hodnoty v rámci rozpätia indexov 1,0–1,5 len v 3. kvartile v skupine cestovných kancelárií. Indexy 3. kvartilu v hoteloch a reštauráciách sú mierne pod 1, s výnimkou ostatného sledovaného roka v reštauráciách, kde sa index 1,03 dostal do dolnej časti optima.

Tabuľka 3

## Zadlženosť

<i>Cestovné kancelárie</i>						
Zadlženosť aktív				Zadlženosť vlastného imania		
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	28.60	72.35	115.03	-176.06	6.67	176.05
1996	42.42	86.23	114.97	-229.54	6.67	230.71
1997	44.14	89.24	132.35	-244.53	0.00	181.82
1998	33.19	81.30	125.40	-223.81	0.00	178.34
1999	31.11	80.88	139.86	-203.69	0.00	93.27
<i>Hotely</i>						
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	16.00	81.28	124.46	-281.48	0.00	35.15
1996	30.38	90.27	121.34	-323.45	1.12	86.39
1997	22.47	91.77	122.87	-378.77	0.00	66.76
1998	17.27	84.09	117.04	-223.92	0.52	119.03
1999	25.17	85.29	124.35	-214.31	0.67	100.29
<i>Reštaurácie</i>						
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	40.63	94.01	134.34	-267.35	0.00	122.86
1996	33.50	92.41	134.18	-307.79	0.00	85.29
1997	37.97	95.53	140.03	-276.76	0.00	84.83
1998	26.54	89.11	136.47	-228.07	0.00	92.65
1999	32.00	91.85	153.80	-202.33	0.00	81.87

Zadlženosť aktív smerom k lepšiemu situovaniu v mediánovom rozložení hodnôt rastie, firmy s lepšími výsledkami tak v skupine cestovné kancelárie, ako aj hotely a reštaurácie využívajú vo väčšej miere cudzie zdroje, pričom cestovné kancelárie majú o niečo nižšie hodnoty ako hotely a reštaurácie. Najviac cudzích zdrojov vo vzťahu k aktívam využívajú reštaurácie. Z časového hľadiska badať nárast zadlženosti, isté výkyvy bez trendu sú zreteľné v skupine hotely.

Ukazovateľ zadlženosti vlastného imania hovorí, že pri zvyšovaní pomeru medzi cudzími zdrojmi a vlastným imaním sa zvyšuje riziko „finančného pádu“. S ohrozením stability rastú náklady na vlastný i cudzí kapitál. Optimálna hodnota sa pohybuje v rozmedzí 30–70 %. Z uvedených výsledkov vidíme optimum len v 3. kvartile niektorých rokov v skupine hotely. Optimum sa nedosahuje v skupine cestovné kancelárie a reštaurácie. Z časového hľadiska výsledky hovoria o pozitívnom trende poklesu pomeru cudzích zdrojov a vlastného imania.

Tabuľka 4

## Doba splatnosti záväzkov a inkasa pohľadávok

<i>Cestovné kancelárie</i>						
Doba splatenia záväzkov				Doba inkasa pohľadávok		
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	8,71	49,73	138,95	0,00	11,54	45,83
1996	14,34	50,92	149,21	1,47	12,61	42,80
1997	6,80	44,38	120,99	0,98	12,45	53,68
1998	3,11	34,97	144,53	0,00	12,33	52,87
1999	3,29	40,23	172,31	0,00	10,72	41,92
<i>Hotely</i>						
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	31,19	110,82	420,65	0,64	21,56	82,39
1996	32,84	125,58	527,25	3,23	27,74	92,78
1997	29,73	116,71	484,69	1,46	24,13	86,37
1998	31,90	126,86	520,32	0,53	18,81	61,94
1999	32,25	125,77	509,08	3,73	22,40	76,14
<i>Reštaurácie</i>						
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3
1995	15,16	74,69	237,72	0,00	7,31	35,28
1996	14,68	78,11	225,18	0,00	9,92	44,17
1997	11,55	73,57	266,99	0,00	9,92	32,40
1998	7,06	68,40	298,74	0,00	7,02	31,80
1999	11,48	73,88	275,42	0,00	8,61	33,93

Z porovnania doby splatnosti záväzkov a doby inkasa pohľadávok vyplýva poznanie, že doba splácania záväzkov je výrazne vyššia než doba inkasa pohľadávok, a to vo všetkých troch skupinách podnikov.

Pre dané firmy je to výhodné, pretože z globálneho celospoločenského hľadiska vysoká doba splácania záväzkov môže spúšťať druhotnú platobnú neschopnosť. Relatívne nízka doba inkasa pohľadávok súvisí s charakterom činnosti skúmaných podnikov a so spôsobmi úhrady za poskytované služby.

Najdlhšie doby splácania záväzkov sú viditeľné v hoteloch, kde dosahujú takmer dva roky, pričom je zřejmý aj nárast z časového hľadiska.

Relatívne najnižšie doby splácania záväzkov vidíme v skupine cestovné kancelárie, kde dosahujú 4–6 mesiacov.

V podnikoch reštaurácií sa doba splácania záväzkov pohybuje v rozpätí 7–10 mesiacov. Nazdávame sa, že pomerne nízka doba inkasa pohľadávok môže pôsobiť motivačne na podnikanie v cestovnom ruchu.

Za zaujímavé považujeme porovnanie uvedených finančných ukazovateľov v cestovných kanceláriách, hoteloch a reštauráciách s finančnými ukazovateľmi v maloobchode.

Tabuľka 5

## Maloobchod

<i>Likvidita</i>									
L3				L2					
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3			
1995	0.41	0.96	1.48	0.18	0.54	1.04			
1996	0.44	0.93	1.37	0.20	0.56	1.02			
1997	0.39	0.91	1.28	0.17	0.55	1.00			
1998	0.32	0.91	1.40	0.14	0.56	1.06			
1999	0.30	0.90	1.39	0.13	0.53	1.09			
<i>Rentabilita</i>									
ROA				ROE			ROTR		
1995	-11.30	-0.39	3.33	-46.15	-3.33	13.13	-3.48	0.00	1.25
1996	-10.64	-0.31	2.69	-60.60	-4.08	10.37	-3.61	0.00	0.98
1997	-10.00	-0.22	1.91	-53.10	-3.09	6.44	-3.73	0.00	0.74
1998	-11.46	-0.75	0.91	-53.46	-3.42	1.75	-4.49	0.00	0.34
1999	-12.06	-0.51	1.03	-50.00	-3.08	1.87	-4.78	0.00	0.38
<i>Zadlženosť</i>									
Zadlženosť aktív				Zadlženosť vlastného imania					
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3			
1995	26.83	75.91	99.14	-76.70	35.33	350.88			
1996	33.72	82.18	101.44	-152.13	29.69	415.00			
1997	31.43	83.67	102.33	-179.45	18.82	407.45			
1998	20.66	79.87	102.61	-145.06	9.95	296.48			
1999	17.76	79.99	104.33	-152.57	4.72	281.44			
<i>Doba splatnosti záväzkov a inkasa pohľadávok</i>									
Doba splatnosti záväzkov				Doba inkasa pohľadávok					
Rok	Q1	M	Q3	Q1	M	Q3			
1995	4.51	60.00	177.60	0.00	13.71	61.42			
1996	6.09	69.49	194.36	0.00	15.35	60.00			
1997	3.15	76.30	208.84	0.00	17.18	71.37			
1998	0.00	67.79	202.18	0.00	13.15	70.18			
1999	0.00	67.45	218.83	0.00	11.87	69.92			

Hodnoty L3 sú mierne pod optimálnou hodnotou a L2 sa nachádzajú už v rámci optimálnej hodnoty a celkove sú na rovnakej úrovni počas sledovaného obdobia. Kladné hodnoty rentability nachádzame len v Q3, v nižších úrovniach rozloženia sú záporné hodnoty, čo značí straty nielen na rovni Q1, ale aj v strede rozdelenia.

Je to dosť prekvapujúce, sú tu možné súvislosti so vstupom zahraničných obchodných sietí na Slovensko.

Rovnako ako v cestovných kanceláriách, hoteloch a reštauráciách, aj v maloobchode badať vyššiu zadlženosť pri podnikoch s lepším zaraďením – Q3.

Podiel cudzích zdrojov na vlastnom imaní je v maloobchode vyšší oproti zariadeniam v cestovnom ruchu. Rovnaká tendencia je aj pri dobe splatnosti záväzkov a inkasa pohľadávok. Inkaso pohľadávok sa realizuje v priebehu 1–2 mesiacov, zatiaľ čo splácanie pohľadávok má dlhšiu dobu, a to 6–7 mesiacov. Vo všeobecnosti sme očakávali, že v maloobchode nájdeme lepšie výsledky finančnej analýzy. Na kvalifikovanejšiu interpretáciu by však bola žiaduca hlbšia analýza podnikateľských subjektov s využitím ďalších kritérií členenia maloobchodu.

\* \* \*

Záverom konštatujeme, že s výsledkami a trendmi vývoja vybraných finančných ukazovateľov v podnikoch cestovného ruchu – cestovných kanceláriách, hoteloch a reštauráciách na Slovensku nemôžeme byť spokojní. Poruchy finančného zdravia podnikov CR, ako to potvrdzujú aj výsledky iných autorov [14; 15], sa prejavujú v tvorbe a obnove pozitívnej platobnej sily z hľadiska krátkodobého aj dlhodobého. Chýbajú krátkodobé finančné zdroje čistého pracovného kapitálu, ktoré sú potrebné na financovanie potrieb prevádzkového cyklu, tzv. efektívne platobné prostriedky. Problematická je aj tvorba dlhodobých finančných zdrojov na obnovovacie a rozvojové investície.

Príčiny priebežných porúch platobnej neschopnosti podnikov CR v súčasnosti sú dôsledkom viacerých skutočností [14]:

- neodbornosti stanovenia platobných podmienok, zakotvených do obchodných zmlúv (neznalosť možností metód platenia, ktoré môžu zamedziť platobnej neschopnosti, doceniť časový aspekt pri určení doby inkasa pohľadávok a jej zladenia so záväzkami podniku);

- vysokej ceny jednotlivých súčastí finančných zdrojov podnikového kapitálu;

- existujúcej kapitálovej štruktúry podnikov CR, ktorá odzrkadľuje ich vysokú zadlženosť;

- neefektívnej alokácie finančných zdrojov podnikov, osobitne úverových zdrojov v prvej polovici 90. rokov (v dôsledku nedostatočnej legislatívnej úpravy procesu malej privatizácie, profesionálne nenáročných podmienok pri poskytovaní bankových úverov a pri poskytovaní živnostenských oprávnení novým záujemcom o podnikanie v CR);

- v podcenení významu a úloh finančného plánu ako súčasť podnikateľského plánu [16];

- v nedostatočnej hĺbkovej finančnej analýze a jej využívaní na podporu prijímaných úverových rozhodnutí podnikov.

Vychádzajúc z uvedeného treba predovšetkým rešpektovať potrebu vypracovania finančného plánu, riadiť tvorbu pohotových peňažných prostriedkov (cash

flow) v podniku, a najmä zmeniť prístup finančných manažérov k tvorbe finančných zdrojov podnikového kapitálu.

Súvislosti treba hľadať aj v nedostatočne podnetnom podnikateľskom prostredí, späťom s legislatívnymi normami, ktoré sú často namierené proti samotnému podnikateľovi. Treba si tiež uvedomiť, že výsledky finančnej analýzy sú čiastočne skresľované v dôsledku platného účtovníctva [16], ktoré sa ďalšou transformáciou [17] na podmienky trhovej ekonomiky a predpokladaným vstupom do EÚ zrealni.

Došlo v decembri 2001

## Literatúra

- [1] PACHINGEROVÁ, M.: Zosúladovanie podmienok pôsobenia MSP v CR v rámci vstupu Slovenska do jednotného európskeho trhu. In: Cestovní ruch '99. [Zborník z medzinárodnej konferencie.] Ostrava, Vysoká škola báňská – Technická univerzita, september 1999.
- [2] MARKOVÁ, V.: MSP v podmienkach globalizácie a e-ekonomiky. In: Trendy rozvoja teórie a praxe v obchodnom podnikaní v ére globalizácie. [Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie.] Mojmírovce, november 2001, ISBN 80-225-1476-4.
- [3] MACHAČ, O.: Mezinárodní mezipodnikové srovnání – cesta ke konkurenceschopnosti podniků. In: Současný management. [Zborník z medzinárodnej konferencie.] Ostrava, september 1997.
- [4] PACHINGEROVÁ, M.: Podnikovo-ekonomické aspekty rozvoja CR na Slovensku. In: Současný management. [Zborník z medzinárodnej konferencie.] Ostrava, september 1997.
- [5] Návrh SOPK na riešenie problémov ekonomiky SR z pohľadu podnikateľskej sféry. Spravodaj – zhromaždenie delegátov SOPK, č. 9, 14. 5. 1999.
- [6] Nedostatočné podnikateľské prostredie. [Diskusné príspevky.] Podnikanie, 7, 2001, č. 10.
- [7] STRÁŽOVSKÁ, E.: Analýza podnikateľského prostredia a ekonomických výsledkov vo vzťahu k rozvoju podnikania. In: Trendy rozvoja teórie a praxe v obchodnom podnikaní v ére globalizácie. [Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie.] Mojmírovce, november 2001, ISBN 80-225-1476-4.
- [8] Milénium v znamení turizmu. [Informácia.] Podnikanie, 5, 1999, č. 12.
- [9] DANIEL, P.: Osobitosti financovania podnikov cestovného ruchu. Finančný poradca podnikateľa, 1996, č. 9–10, s. 42–53.
- [10] ŠNIRCOVÁ, J.: Pravidelná analýza finančnej situácie firmy – nevyhnutnosť úspešného podnikania. Finančný poradca podnikateľa, 1997, č. 4.
- [11] INDROVÁ, J. – VOŘÍŠEK, T.: Yield Management a jeho uplatňování v hotelnictví. Praha, Vysoká škola ekonomická 1997.
- [12] MALACHOVSKÝ, A.: Konkurenčná stratégia a konkurenčná výhoda z pohľadu tvorby produktu CR. Ekonomická revue CR, 2000, č. 2.
- [13] Stredné hodnoty finančných ukazovateľov ekonomických činností v SR za rok 1999. Bratislava, Bankové zúčtovacie centrum 2000, ISBN 80-968408-0-0.
- [14] NINÁČOVÁ, V.: Finančné zdravie podnikov CR – analýza a riadenie platobnej sily. In: Aktívizácia CR v SR. [Výskumná úloha, č. 0923, 2. časť.] Bratislava, november 1998, ISBN 80-967910-3-6.

- [15] TÓTHOVÁ, A.: Finančná analýza ako súčasť stratégie prežitia MSP v CR. In: Stratégie rozvoja CR v krajinách strednej Európy. [Zborník z VIII. medzinárodnej konferencie o CR.] Poprad, október 2001, ISBN 80-230-0162-0.
- [16] PACHINGEROVÁ, M.: K tvorbe podnikateľského plánu v CR. In.: Cestovný ruch na prelome tisícročí. [VI. medzinárodná konferencia o CR.] Novoľubovnianske kúpele, október 1995, ISBN 80-230-0138-8.
- [17] BAŠTINCOVÁ, A.: Transformácia účtovníctva na podmienky trhovej ekonomiky. In.: Hospodárska a menová transformácia v stredoeurópskych regiónoch. [Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie.] Bratislava 1995.
- [18] BAŠTINCOVÁ, A.: Účtovné aspekty vstupu SR do EÚ. In.: Ekonomické problémy krajín strednej a východnej Európy a EÚ. [Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie.] Bratislava 2000.
- [19] GÚČIK, M. – SUTÓRIS, I.: Realita a možnosti. [Materiál spracovaný pre Národnú agentúru pre rozvoj malého a stredného podnikania.] Bratislava 1999.

## SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN SLOVAKIA FOCUSING ON TOURISM

Mária PACHINGEROVÁ

The small and medium enterprise (SME) development is one of the assumes of favourable economic development in SR. It belongs, along with reclassification of the Slovak economy, to its main priorities. Despite favourable trends, the SME share of the most important indexes has been lower than in the EU countries. Due to barrier elimination on macro- and micro level, as well as, a significant state support and an effective support of the European Union and in context with other countries in the Middle and Eastern Europe, we can expect convergence towards the target values of SME in EU, considering this as a whole, as well as, within particular sector-branch segments of SME.

Small and medium entrepreneurs achieve 51 % of the GDP formation, over 62 % employment share and 45 % export share, however, SME in Slovakia have got many reserves despite the relatively good shares.

The SME are worth in difficult conditions of a new economy too, supposing they are markedly active and the state creates adequate business environment for them. They cannot stagnate in the new economy. They can follow one of two strategies: offensive or defensive, where both of them have got their strengths.

The SME support in the Slovak conditions is very actual. Revaluation of the present forms of the SME support leads to the need of redirection from the tools bringing only a short-term effect towards the use of long-term character tools with a striking motivational effect. We should consider SME in Slovakia from its perspective effect point of view within the united European market too.

Identification of SME in Slovakia, as well as, in other countries, can be done by comparison with analogue SME partners in other countries which are interesting for us from

a particular point of view. These are the countries of Middle and Eastern Europe and some developed countries (EU). But the simple fact faces big barriers related to the „soft“ market environment which is the result of present reform economic processes and their interpretation, as well as, with different objective index contents. The most of the legislative barriers within SME are represented by increased financial duties of the entrepreneurs which often have got a de-motivational character. It is necessary to support the creditor legal status, to apply the right of lien, to recover the capital market, to gain foreign investments, to support SME, to make the interest rates real and to reduce the tax duties of the entrepreneurs.

The business environment problems mentioned above refer to tourism too, despite it has got its strengths, as follows: dynamics, low investment and import intensity (three times lower in tourism than in industry), a high share of direct labor there functions as the tool of unemployment reduction and the region development, minimized dead assets, exchange effect for the country etc. We can expect the principal changes after realization of the measures, as follows: working-out the Tourism Development Program for the sake of the region development, Tourism Fund formation, working-out and approval of the tourism legislative support, significant financial advertising support etc.

The business success or failure reflects the financial situation of an enterprise in tourism. Thus the managers, as well as, the external subjects can discover many strengths or weaknesses of the enterprise, their causes and reasons by the analysis of the business financial situation of the company and, upon this, to make decisions or accept proper arrangements.

We cannot be satisfied with the development results and trends of particular financial indexes in the analyzed tourism enterprises – travel agencies, hotels and restaurants in Slovakia. The failure of the financial health is seen in a low profitability, often negative, relatively low liquidity, high indebtedness and long liability maturity periods. The short-term resources of the net operating capital are missing and the long-term financial resources formation is complicated too. Prevention can be found by respecting the need of the financial planning, within the flow management of the company and by change of the approach of the financial managers towards the formation of the financial resources of the company capital.