

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA

Evidenčné číslo: 101007/B/2018/36097107836757252

**PRODUKTY KOMERČNÝCH BANK PRE MALÉ A
STREDNÉ PODNIKY**

Bakalárska práca

2018

Xinyi Lin

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA

**PRODUKTY KOMERČNÝCH BÁNK PRE MALÉ A
STREDNÉ PODNIKY**

Bakalárska práca

- Študijný program:** Financie, bankovníctvo a investovanie
- Študijný odbor:** Financie, bankovníctvo a investovanie
- Školiace pracovisko:** Katedra bankovníctva a medzinárodných financií
- Vedúci záverečnej práce:** Eva, Horvátová, prof. Ing., CSc.

Bratislava 2018

Xinyi Lin

ABSTRAKT

LIN, Xinyi: *Produkty komerčných bank pre malé a stredné podniky*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta; Katedra bankovníctva a medzinárodných financií. – Vedúci záverečnej práce : Eva, Horvátová, prof. Ing., CSc. – Bratislava: NHF EU, 2018, 46s.

Bakalárska práca je zameraná na porovnávanie účtov pre malých a stredných podnikateľov ponúkanými na Slovensku. Práca je rozdelená do 4 kapitol. Obsahuje 2 grafy a 16 tabuliek. Prvá kapitola je venovaná vymedzením pojmov a priblíženie významu malý a stredný podnikateľ. V nej rozoberáme rôzne delenia podľa mnohých autorov a skúmame históriu vzniku MSP, jej štruktúru, ciele, druhy MSP a regionálne hľadisko na Slovensku. Je rozdelená do 5 podkapitol.

V ďalšej časti sa charakterizuje cieľ práce, pojednáva o metodike práce a metódy skúmania použitých pri vypracovaní tejto bakalárskej práce. Tretia kapitola sa venuje výsledkom práce, ktorá sa zaoberá asociačnej analýze a taktiež sme poukázali na skutočnosť, že banky, ktoré sú obľúbené pre podnikateľov majú naozaj výhodné účty.

Záverečná kapitola sa zaoberá diskusie, v ktorej identifikujeme nedostatky produktov skúmaných bank. Vyhodnotenie skúmaných bank a poukázanie na ich silné a slabé stránky.

Výsledkom riešenia danej problematiky je odporúčanie klientom aby sa nepozerali iba na cenu produktu ale aj na obsah ponúkaného účtu. Tak ako knihu nesúď podľa obalu, tak ani účet podľa ceny.

Kľúčové slová:

malý a stredný podnikateľ, bankové účty, balíkové účty, debetné karty, komponenty, banky

ABSTRACT

LIN, Xinyi: *Commercial bank products for small and medium-sized businesses*. – University of Economics in Bratislava. Finance, Banking and Investment; Department of Banking and International Finance. – supervisor: Eva, Horvatova, prof. Ing., CSc. – Bratislava: NHF EU, 2018, 46 pages.

The bachelor thesis focuses on comparing the accounts for small and medium entrepreneur in Slovakia. Our thesis is divided into 4 chapters. It consists of 2 charts and 16 tables. The first chapter is dedicated to definition of terms and brings closer the understanding of small and medium entrepreneur. In this chapter we also analyse various classification by many authors, we look through the history of MSP's creation, its structure, aim and its regional aspect in Slovakia. This is divided into 5 subchapters.

In the next section we describe the aim of our bachelor thesis, its methodology and survey methods used in this work. The third chapter is devoted to the conclusion, in which we were not only engaging with association analyse but have also pointed out the fact, that banks, which are popular with entrepreneurs have advantageous accounts.

The final chapter focuses on discussion, in which we are identifying drawback of products of surveyed banks.

As a result, it is recommended that clients not only look at the price of the product but also on the content of the offered account. As the saying goes, don't judge the book by its cover.

Keywords:

small and medium business, bank accounts, account with components, debit cards, components, banks

OBSAH

ÚVOD	5
1 VYMEDZENIE POJMU MALÝ A STREŇÝ PODNIK	7
1.1.1 <i>Vstup do Európskej únie</i>	9
1.1.2 <i>Definícia malých a stredných podnikov</i>	9
1.2 TRIEDENIE MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV PODĽA INÝCH KRAJÍN	10
1.2.1 <i>Malé a stredné podniky podľa výkonnej činnosti</i>	10
1.3 KLASIFIKÁCIA PODNIKOV A ICH CHARAKTERISTIKY	11
1.3.1 <i>Malý podnik</i>	14
1.3.2 <i>Stredný podnik</i>	16
1.4 CIELE A FUNKCIE MSP	16
1.4.1 <i>Spolupráca malých a stredných podnikov</i>	16
1.5 REGIONÁLNE HĽADISKO MSP NA SLOVENSKU	17
2 CIEĽ PRÁCE, METODIKA PRÁCE A METÓDY SKÚMANIA	22
3 VÝSLEDKY PRÁCE	23
3.1 KOMERČNÉ BANKY NA SLOVENSKU	23
3.2 ÚČTY NAJVIAC OBLÚBENÝCH A ZÁROVEŇ NAJVÄČŠÍCH BÁNK NA SLOVENSKU	25
3.2.1 <i>Slovenská sporiteľňa</i>	26
3.2.2 <i>Všeobecná úverová banka</i>	27
3.2.3 <i>Tatra banka</i>	28
4 DISKUSIA	31
4.1 POROVNANIE BALÍKOVÝCH A NEBALÍKOVÝCH ÚČTOV	31
4.2 ASOCIAČNÁ ANALÝZA BANKOVÝCH PRODUKTOV	33
4.2.1 <i>Výhodnosť ceny nebalíkových účtov</i>	34
4.2.2 <i>Vedenie účtu zadarmo</i>	35
4.2.3 <i>Podnikateľské účty ponúkané bankami</i>	37
4.2.4 <i>Má banka balíkový účet?</i>	38
4.2.5 <i>Karty, ktoré banky ponúkajú</i>	40
ZÁVER	43
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	44

ÚVOD

Podnikateľské subjekty si vyberajú banky, na základe individuálnych potrieb a preferencií. V dnešnej dobe nevyhnutným prvotným kontaktom s bankou pre podnikateľov je určite otvorenie účtu. Pri výbere bank rozohrávajú mnohé efekty. V mojej práci poukazujem na faktory, ktoré ovplyvnia dané rozhodnutie a zároveň posúdiť schopnosť slovenských bank naplňovať potreby klientov segmentu malých a stredných podnikov, ktorí tvoria hlavnú zložku našej ekonomiky.

Prvá kapitola sa venuje definícií malých a stredných podnikov, ich postaveniu a hlavne funkciám na trhu. Hlavné kritéria rozdielov medzi malými a strednými podnikmi. Význam malých a stredných podnikov na Slovensku a celkovo v Eurozóne. Taktiež som analyzovala regionálne rozloženie malých a stredných podnikov na Slovensku.

Druhú kapitolu venujem definícií cieľa práce spolu s vedľajšími čiastkovými cieľmi. Za hlavný cieľ bakalárskej práce považujem vymedzenie súčasnej ponuky komerčných bank pre segment malých a stredných podnikov a analýzu portfólia neterminovaných účtov vybraných bank. Taktiež v tejto kapitole sumarizujem metódy použité v mojej práci. Pri spracovaní domácej a zahraničnej literatúry sme použili metódu analýzy a syntézy. Použila som asociačnú analýzu na zistenie súvislosti medzi rôznymi vzťahmi medzi bankou a účtom.

Tretia kapitola sa venuje dosiahnutiu určených cieľov. V úvode kapitoly som vymenovali všetky banky na Slovensku a postupným študovaním ich ponúk som vytriedila banky, ktoré neponúkajú bežné účty pre malých a stredných podnikateľov. V ďalšej časti pomocou asociačnej analýzy skúmam vzťahy medzi bankovými produktmi a veľkosťou banky. Následne predstavujeme aj ponuku bežných účtov pre podnikateľov v type balíkových a nebalíkových účtov. Dôležitou súčasťou práce je aj simulácia transakcií pre dva podnikateľské subjekty, ktorá prispieva dátami pre analýzu nákladovosti účtov vybraných bank.

V diskusii navrhujem možnosti výberu efektívneho nastavenia účtu pre malých podnikateľov. Vyhodnocujem nákladovosť jednotlivých transakcií a porovnávame ponuku bank z hľadiska unikátnosti komponentov a nízkych poplatkov.

Na záver mojej práce sumarizujem výsledky a charakterizujem dopady analýzy zistené v praktickej časti. Jasne definuje najefektívnejší spôsob využitia podnikateľského účtu a hodnotí kvalitu bank a nákladovosť portfólia produktov a služieb jednotlivých bank na Slovensku.

1 VYMEDZENIE POJMU MALÝ A STRETNÝ PODNIK

Robert Hisrich tvrdil, že podnikateľ prostredníctvom úsilia a vynaloženého času vytvára rôzne hodnoty a znáša rozličné rizika za ktoré by mal nadobúdať zodpovedajúce hodnoty či už v peňažnej alebo v inej forme.

Podnik je súbor hmotných a nehmotných zložiek podnikania, ktoré patria podnikateľovi a slúžia mu na podnikateľskú činnosť. Podnik podľa veľkosti členíme na mikro podnik, malý podnik, stredný podnik a veľký podnik. V mojej bakalárskej práci budem bližšie rozoberať malé a stredné podniky. Malým a stredným podnikom rozumieme organizácie zamestnávajúcich menej ako 250 osôb a u ktorých ročný obrat nepresahuje 50 miliónov EUR a/alebo celková ročná bilancia nepresahuje 43 miliónov EUR.

Podniky týchto typov tvoria absolútnu väčšinu spomedzi celkového počtu podnikateľských subjektov zastúpených na trhu. Sú to dôležitou zložkou slovenskej ekonomiky, pretože podľa výskumu v roku 2015 malé a stredné podniky tvorili približne 99,9 % celkového počtu podnikateľských subjektov. Zároveň poskytovali pracovnú príležitosť 73,6 % aktívnej pracovnej sile v podnikovej ekonomike. Čo na rozdiel od roku 2014 vzrástlo o 0,9 % pracovných príležitostí v podnikovej ekonomike.

Tieto podniky sú špecifické hlavne možnosťou rýchlejšieho prispôsobenia na trhu, schopné efektívne fungovať v oblastiach trhu, na ktoré veľké firmy nemajú záujem alebo nevstupujú kvôli nerentabilnosti investícií vložených do zmienovaných aktivít. To je dôvodom prečo rastie význam malého a stredného podnikania na Slovensku a zároveň aj v ostatných krajinách v rámci Európskej únie.

„Európska charta malých a stredných podnikov charakterizuje malé a stredné podniky ako základnú ekonomickú oporu Európskej únie a kľúčový zdroj pracovných príležitostí“¹

„Hlavné zásady Európskej charty pre malé podniky

Európska únia:

¹ CHAPČÁKOVÁ, A. et al. Podnikanie malých a stredných podnikov. Košice : EQUILIBRIA, s r.o., 2012. s. 127. ISBN 978-80-8143-076-3.

1. uznáva dynamické schopnosti malých podnikov reagovať na potreby nových trhov a zabezpečovať pracovné príležitosti,
2. zdôrazňuje význam malých podnikov pri posilňovaní sociálneho a regionálneho rozvoja, pričom ich správanie je príkladom iniciatívy a odhodlania,
3. uznáva podnikanie ako cennú a produktívnu životnú zručnosť,
4. oceňuje úspešné podniky, ktoré si zaslúžia spravodlivú odmenu,
5. zohľadňuje, že aj zodpovedná iniciatívnosť a riskovanie sa spája s určitým neúspechom, a že to treba chápať najmä ako príležitosť učiť sa, uvedomuje si význam vedomostí, odhodlania a pružnosti v novej ekonomike.“²

Dodržiavaním Charty sa Európska únia zaväzuje, že prijme opatrenia ako sú:

- Vzdelávanie podnikateľov hlavne pripraviť na ich odbornosť.
- Zníženie nákladov na začatie podnikania.
- Jasnejšia legislatíva s reguláciou.
- Poskytovať priemerné zručnosti dostupné každému.
- Zlepšiť online prístup k informáciám.
- Výhody vyplývajúce z trhu (možnosť vstupu do nového trhu).
- Upraviť daňové systémy aby podporovala expanziu malých podnikov.
- Posilnenie technologickej kapacity malých podnikov.
- Úspešné modely elektronického podnikania.
- Vytvorenie zastúpenia záujmov malých podnikov na národnej úrovni a na úrovni únie.

² STRÁŽOVSKÁ, Helena, Ľubomíra STRÁŽOVSKÁ, Ladislav BAŽŮ, Monika KROŠLÁKOVÁ, Zsolt HORBULÁK, Vendula FIALOVÁ, Tomáš TYKVA a Dagmar VÁLKOVÁ. Podnikanie malých a stredných podnikov. Bratislava: Sprint 2, 2013, s. 38. [19,425 AH]. Economics. ISBN 978-80-89393-88-6.

1.1.1 Vstup do Európskej únie

Od 1. Mája 2004 sa politika podpory malých a stredných podnikov snaží skvalitniť podnikateľské prostredie v Slovenskej republike s cieľom čo najviac ho doviest' do tvaru podnikateľskému prostrediu v únií.

Po vstupe sa konali aj hospodárske reformy. Podľa NARMSP pocítovali živnostníci zníženie finančného zaťaženia hlavne v oblasti dane zo zisku, pretože sa stanovila na jednotnú úroveň 19 %. Pre podnikateľov to nebolo až také ružové. Viac ako 55% podnikateľov pocítoval zvýšenú finančnú záťaž pri odvodoch do zdravotných poisťovní a do sociálnej poisťovne. Avšak vstup do únie prinieslo podnikateľom lepšie úverové podmienky, podľa 62 % podnikateľov sa po vstupe SR do Európskej únie zlepšila v dostupnosti úverov pre podnikateľov v bankách aj v dostupnosti štátnej pomoci.

1.1.2 Definícia malých a stredných podnikov

Na malé a stredné podniky neviem nájsť jednoznačnú definíciu ale vedela by som tieto podniky charakterizovať podľa nasledujúcich kritérií a to:

- nezávislosť podnikania spojená s vlastníctvom podniku,
- jeden alebo niekoľko málo vlastníkov,
- bez dominantného alebo monopolného postavenia na trhu,
- pomerne úzke zameranie produkcie a technológie,
- jednoduché riadenie a organizačná štruktúra,
- zameranie podniku na lokálne trhy,
- malý trhový podiel.

Problémom mnohých z týchto kritérií je, že nie sú jednoznačne kvantifikovateľné. A preto na rozlišovanie MSP sa využívajú skôr kvalitatívne kritériá. Majú veľmi špecifické postavenie a kladie sa veľký dôraz na ich rozvoj a podporu. „*Je ale nutné zdôrazniť, že*

musí ísť o podporu konkurencieschopnosti a účinné zapojenie malých a stredných podnikov do kooperačných vzťahov.“³

Zamestnávajú obyvateľov aj v neatraktívnych regiónoch. Absorbujú nezamestnaných v podobe drobných podnikateľov. Tým pomáhajú v ekonomike znižovať nezamestnanosť. Poskytujú tak možnosť prekonávať neodôvodnené sociálne rozdiely.

1.2 Triedenie malých a stredných podnikov podľa iných krajín

Poznáme tieto kritéria:

- podľa počtu zamestnancov (je to jedno z najvyužívanejších kritérií)
- podľa veľkosti tržieb – využíva sa v USA
- podľa veľkosti kapitálu – USA (len veľkosť fixného kapitálu)
- podľa druhu vlastníctva (používa sa vo viacerých krajinách)
- podľa právnej formy
- podľa druhu prevládajúcej činnosti
- podľa územného hľadiska a regionálnych kritérií
- podľa dôležitosti činnosti v regióne
- podľa výkonnej činnosti

Všetky kritéria sú významné pre pochopenie ich procesu a stavu vývoja.

1.2.1 Malé a stredné podniky podľa výkonnej činnosti

Základy legislatívy o malých a stredných podnikov vo vyspelých krajinách ako je Nemecko, USA a Japonsko boli položené už v 50. a 60. rokoch 20. storočia. Boltovská správa z roku 1971 (Veľká Británia) výrazne zmenila postoj malých a stredných podnikov

³ Majdúchová H. a Neumannová A.: Podnik a podnikanie. Bratislava : SPRINT, 2007, s. 206. ISBN 978-80-89085-88-0

na trhu. Ľudia po 2. svetovej vojne sa znovu vracali a prejavovali záujem o podniky tohto typu.

Ďalším znakom toho, že Európska únia podporuje malých a stredných podnikateľov je to, že roku 2000 sa vydala charta pre malé podniky, ktorá vyzýva Európsku komisiu vykonať kroky na podporu a vývoj malých podnikov.

Jeho hlavným cieľom bolo a je podporiť vytváranie nových pracovných a podnikateľských príležitostí pre malé a stredne podniky. Vytvárať podmienky na podporu sociálnej inklúzie a rast európskeho hospodárstva.

„Definícia malých a stredných podnikov v troch základných charakteristikách je známa ako Boltonská:

- *malé a stredné podniky majú relatívne malý podiel na trhu a prakticky nemôžu nijakým spôsobom významnejšie ovplyvniť trh,*
- *malé a stredné podniky sú riadené vlastními – podnikateľmi, rodinami vlastníkov, resp. spoluvlastníctvom a nie sprostredkované cez formálnu štruktúru manažmentu,*
- *malé a stredné podniky sú nezávislé podniky, netvorí časť iného väčšieho podniku.“⁴*

Na Slovensku sa rozvoj malých a stredných podnikov no najmä rodinných podnikov rozbehol po roku 1989 po rozpade socialistického režimu sa zoštátnene majetky vracali späť do súkromného vlastníctva. Takže tým pádom na vracanej pôde sa začalo pestovať a hospodáriť. Vznikla príležitosť zakladať rodinné podniky.

1.3 Klasifikácia podnikov a ich charakteristiky

Medzi najčastejšie kritéria, ktoré používame pri klasifikácii podnikov, patria:

- charakter konečného výsledku podnikovej činnosti

⁴ STRÁŽOVSKÁ, Helena, Ľubomíra STRÁŽOVSKÁ, Ladislav BAŽÓ, Monika KROŠLÁKOVÁ, Zsolt HORBULÁK, Vendula FIALOVÁ, Tomáš TYKVA a Dagmar VÁLKOVÁ. Podnikanie malých a stredných podnikov. Bratislava: Sprint 2, 2013, s. 13. [19,425 AH]. Economics. ISBN 978-80-89393-88-6.

- výrobné podniky
 - ✓ podniky prvovýroby (poľnohospodárske, lesné, ťažobné a energetické podniky, lov a rybolov) Ich spoločným znakom je získavanie zdrojov z prírody. Sú náročné na prácu a kapitál.
 - ✓ podniky druhovýroby (výroba investičných a spotrebných tovarov)
- podniky služieb (obchodné, dopravné, bankové, poisťovacie a iné podniky, ktoré poskytujú služby. Sú náročné na ľudskú prácu.
- podniky podľa sektorov národného hospodárstva
 - ✓ primárny sektor (podnik prvovýroby)
 - ✓ sekundárny sektor (spracovateľské podniky)
 - ✓ terciárny sektor (podniky služieb)
 - ✓ kvartálny sektor (služby, ktoré zabezpečujú tvorbu, spracovanie a prenos informácií)
- hospodárske odvetvie
- technologicko-organizačná charakteristika podniku
 - podľa typu výroby
 - ✓ podniky hromadnej výroby (hutnícke podniky, automobilky...)
 - ✓ podniky sériovej výroby (elektrotechnika, strojárstvo...)
 - ✓ podniky s kusovou výrobou (nábytok, turbíny, lietadla...)
 - podľa špecializácie výroby
 - podľa koncentrácie činnosti podniku
 - podľa významu výrobného faktora
 - ✓ materiálovo náročné (drevospracujúci priemysel, hutníctvo železa...)
 - ✓ pracovne náročné (výroba keramiky a porcelánu, optika, jemná mechanika...)

- ✓ kapitálovo (investične) náročné (výroba lietadla, automobilov, železnice...)
- veľkosť podniku
 - malá (10 – 49 zamestnancov)
 - ✓ orientujú sa na lokálny trh, špecifický sortiment, vytvárajú predpoklady pre efektívnejšie využívanie unikátnych schopností a znalostí ľudí, jednoduchá a prehľadná obchodná štruktúra, osobný vzťah k zákazníkom, dodávateľom a zamestnancom
 - obmedzené finančné zdroje, nízka konkurencieschopnosť, vysoká intenzita práce vlastníka a personálu, krátka životnosť podniku
 - stredné (50 – 249 zamestnancov)
 - veľké (250 – viac zamestnancov)
 - ✓ stálosť výrobného programu, možnosť jeho diverzifikácie, vysoká technologická úroveň výrobného procesu, ako aj výrobku, veľká kapitálová sila, výhodná trhovú pozíciu, orientácia na národné a medzinárodné trhy
 - malá pružnosť a prispôsobivosť na zmenený dopyt na trhu, investičná náročnosť pri zakladaní a zmene výrobných programov, nadmerná zaťaženosť životného prostredia, vysoké nároky na infraštruktúru v mieste stanovišťa podniku
- vlastníctvo podniku
 - súkromné podniky – tvoria základ trhového hospodárstva
 - zmiešané podniky – vlastníkom je štát ale podieľa sa na zisku aj súkromná osoba
 - verejné podniky – vo vlastníctve štátu
 - ✓ zásobovanie dôležitých zdrojov (voda, plyn, elektrina...)
 - ✓ dopravné hospodárstvo (železnice, lodná doprava, cesty...)
 - ✓ komunikačné hospodárstvo (telekomunikácie)

- ✓ informačné hospodárstvo (rozhlas, TV)
- ✓ kultúra (divadlo, múzeum), vzdelávanie (školy), rekreácie a voľný čas (šport), zdravie a opatrovatel'stvo (nemocnice, domovy)
- právna forma podniku
 - podnik jednotlivca
 - obchodná spoločnosť
 - ✓ verejná obchodná spoločnosť
 - ✓ komanditná spoločnosť
 - ✓ spoločnosť s ručením obmedzeným
 - ✓ akciová spoločnosť
 - družstvo
 - štátny podnik

1.3.1 *Malý podnik*

Vo svete je definícia malých podnikov rôzna pre môj výskum som si vybrala kritéria Európskej únie. Malým podnikom sa rozumie firma, ktorá zamestnáva minimálne 10 a maximálne 49 zamestnancov, s ročným obratom do 10 mil. EUR a/alebo ročnou bilančnou sumou do 10 mil. EUR. Dodržiavanie počtu zamestnancov je povinné, podnik si ale môže vybrať limit obratu alebo bilančnej sumy. Nemusia plniť oba limity a môže jeden z nich prekročiť a stále by sa zaraďoval do kategórie malých podnikov.

Podľa delenia Štatistického úradu Slovenskej republiky z roku 2003 sa podniky najčastejšie podľa počtu zamestnancov delilo na 3 základne kategórie a to na:

- malé podniky do 9 zamestnancov a od 10 do 24 zamestnancov,
- stredné podniky od 25 do 99 zamestnancov a od 100 do 499 zam.,
- veľké podniky od 500 do 999 zamestnancov a nad 1000 zamestnancov.

Ak podnik v priebehu roka prekročí počet zamestnancov alebo sledovaný finančný strop iba za jeden sledovaný rok tak svoj štatút malý podnikateľ nestratí. Stratí ho až vtedy, ak by k prekročeniu limitov došlo v dvoch po sebe idúcich rokoch.

Vo väčšine prípadov je to buď súkromná spoločnosť, partnerstvo alebo podnik s jedným vlastníkom s malým počtom zamestnancov a/alebo malým výnosom. Malé podniky v mnohých krajinách zahŕňajú služby alebo maloobchodné prevádzky, ako sú obchody s malým množstvom potravín, malé podniky, pekárne, lahôdky, kaderníctva, obchodníci alebo rôzne malé reštaurácie.

Malé podniky majú značnú výhodu oproti väčším spoločnostiam a to v tom, že majú jednoduchú, prehľadnú organizačnú štruktúru, ktorá umožňuje priame vedenie aj kontroly. Taktiež centralizácia riadiacich rozhodnutí, čo umožňuje urýchlene zareagovať a podporuje k vysokej flexibilitate riadenia podniku. Majú potenciál vytvoriť veľké množstvo pracovných miest a sú vysoko inovatívne.

Všetko má svoje klady ale aj zápory. Malé firmy majú obmedzené prostriedky na propagáciu a reklamy taktiež vysoká administratívna náročnosť niekedy iba 1 zamestnanec na administratívu celej firmy. Majú menej priaznivé pracovné podmienky s obmedzenou možnosťou výnosu z rozsah. Najväčšími problémami sú totiž obmedzené zdroje financovania a to predovšetkým u individuálnych podnikateľov. Hlavným zdrojom financovania je samofinancovanie. Najdôležitejšími zdrojmi cudzieho kapitálu sú bankové úvery a dodávateľské úvery.

V posledných rokoch nastal prudký nárast v počte malých podnikov vo svete:

- **Veľká Británia** – od roku 1980 do roku 1993 sa počet firiem vzrástol o 800 000. Z toho asi 96 % firiem tvoria podniky zamestnávajúce menej ako 20 zamestnancov, takže malé podniky.
- **Kanada** – malé podniky s menej než 100 zamestnancami predstavuje 99 % obchodov.
- **Európska únia** – v únii malé a stredné podniky tvoria 99,9 % všetkých podnikov a poskytujú pracovné miesto pre viac ako 67 mil. ľudí čo predstavuje 72 % celkovej zamestnanosti.

1.3.2 *Stredný podnik*

Stredným podnikom sa v kritériách Európskej únie rozumie firma, ktorá zamestnáva minimálne 50 a maximálne 249 zamestnancov, s ročným obratom do 50 mil. EUR a/alebo ročnou bilančnou sumou do 43 mil. EUR. Kde počet zamestnancov je striktné daná a podnikateľ musí spĺňať iba jednu z nasledujúcich kritérií. Ročný obrat predstavujú príjmy z hospodárskej činnosti znížené o vyplatené zľavy a nemal by obsahovať DPH a iné nepriame dane.

V mojej práci sa budem zameriavať hlavne na malých podnikateľov pretože ich počet na Slovensku a celkovo v Európskej únii je mnohonásobne väčší ako počet stredných podnikateľov a veľkých podnikov.

1.4 Ciele a funkcie MSP

Hlavným cieľom malých a stredných podnikov je dvojaká. Jedna skupina ľudí chce dosahovať maximálny zisk v čo najkratšiu dobu a druhá skupina sa zameriava na dosiahnutie určitého podielu na trhu a z toho vyplývajúci dlhodobý rast.

1.4.1 *Spolupráca malých a stredných podnikov*

Spolupráca sa všeobecne chápe ako dohoda medzi dvoma alebo viacerými stranami či už zmluvne alebo neformálnou verbálnou dohodou kde oba strany maximalizujú svoje ciele.

Pre spoluprácu podnikov sú charakteristické znaky:

- dobrovoľnosť účastníkov
- účasť dvoch, prípadne viacerých podnikov
- výnosy prevyšujú náklady, ktoré boli na to vynaložené

Spolupracovanie môže byť dvojaka či už podľa formality alebo obsahu spolupráce. Spolupracovanie môže prebiehať od fáz zásobovania, skladovania, výroby až po distribúciu. Podľa formy sa člení na združenie, družstva, klastra a franchising.

Cieľom spolupráce môže byť zvýšenie postavenia na trhu a mať lepšiu pozíciu na trhu. Zabezpečenie úspory z rozsahu a hospodárstva, zvýšiť kapitál, eliminácia konkurencie formou spolupráce, zníženie podnikateľského rizika s možnosťou špecializácie a profesionalizácie odborníkov.

Spolupráca môže mať formálnu formu na základe písomnej zmluvy alebo dohody, alebo neformálnu formu väčšinou na základe verbálnych dohôd.

„Optimálnym prepojením malých a stredných podnikov môže vzniknúť:

- *nové väčšie podnikateľské subjekty (ak partneri pôsobia v jednom internom prostredí) alebo sa môžu rozvinúť, napríklad Joint venture, fúzie, akvizície alebo sa realizuje*
- *externá spolupráca.“⁵*

MSP na Slovensku sa najviac zameriavajú na externú spoluprácu a to:

- Príležitostnou komunikáciou a náhodnou spoluprácou
- Neformálnou spoluprácou a odovzďavaním informácií
- Outsourcing

Outsourcing sa používa na veci ktoré podnik predtým poskytoval sám sebe ale teraz je to výhodnejšie odoberať od iných dodávateľov. Tieto činnosti majú doplnkový charakter, nemajú priamy vzťah k tvorbe zisku. Sú to ako napríklad vedenie účtovníctva, upratovanie priestorov a strážca skladových priestorov.

1.5 Regionálne hľadisko MSP na Slovensku

⁵ ŠÚBERTOVÁ, Elena a Michaela KINČÁKOVÁ. Podpora podnikania pre malé a stredné podniky. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014, s. 73 [8,81 AH]. ISBN 978-80-225-3967-8.

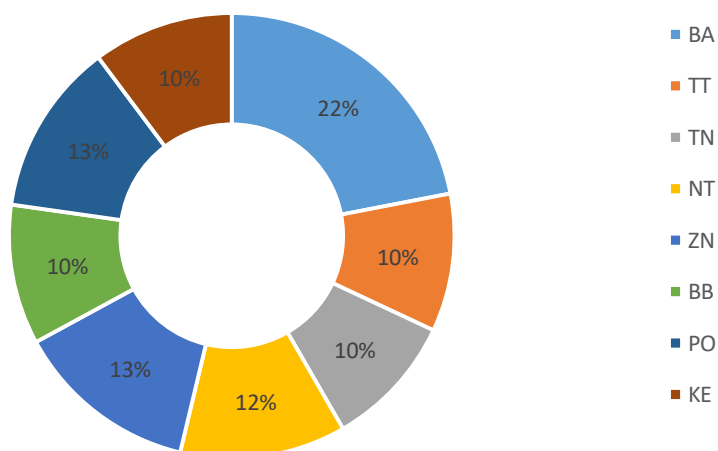
Tabuľka 1: Podniky na Slovensku triedení podľa regiónov

Kraj	Fyzické osoby – podnikatelia			Podniky			MSP	Spolu
	Živnostníci	Slobodné povolania	SHR	Malé (0–49)	Stredné (50–249)	Veľké (250 a viac)		
BA	50690	5294	494	66869	763	204	124110	124314
TT	35883	2126	916	17458	261	59	56644	56703
TN	36921	2208	281	15115	276	78	54801	54879
NT	42332	3017	1430	20994	331	55	68104	68159
ZN	52884	2528	1063	18738	321	66	75534	75600
BB	35916	2972	1426	16869	226	52	57409	57461
PO	48960	2964	1157	17521	269	57	70871	70928
KE	33596	3374	1082	19477	239	57	57768	57825
Spolu	337182	24483	7849	193041	2686	628	565241	565869

Zdroj: www.statdat.statistics.sk, ŠÚ SR, spracované SBA, (09.12.2017)

V dnešnej dobe už delíme MSP podľa delenia EUROSTAT-u ako vidíte v tabuľke. Celkový počet podnikov na Slovensku z údajov z roku 2014 bolo 565 869 a z toho 99,89 % tvorili malé a stredné podniky. Z tohto dôvodu by sme sa mali bližšie pozrieť na danú väčšinovú skupinu z viacerých hľadísk.

Graf 1: Podniky na Slovensku triedení podľa regiónov



Zdroj: vlastné spracovanie

V bratislavskom kraji sa nachádza hlavné mesto Slovenska a má najväčšiu koncentráciu podnikateľov. Z uvedeného grafu môžeme povedať, že v Bratislavskom kraji sa nachádza 21,97 % celkových podnikateľských subjektov a z toho 21,96 % sú malým a stredným podnikom. Týmto grafom som sa presvedčila, že je veľká potreba sa zamerať na

ich pozornosť. Pre Trnavský kraj majú podnikatelia najnižší záujem (iba 9,7 % podnikateľských subjektov).

Podľa počtu MSP by som mohla kraje zaradiť do nasledujúceho poradia:

1. Bratislavský kraj – 21,96 % z celkového počtu MSP na Slovensku za rok 2014
2. Žilinský kraj – 13,36 %
3. Prešovský kraj – 12,54 %
4. Nitriansky kraj – 12,05 %
5. Košický kraj – 10,22 %
6. Banskobystrický kraj – 10,16 %
7. Trnavský kraj – 10,02 %
8. Trenčiansky kraj – 9,7 %

Tabuľka 2: MSP triedení podľa regiónov

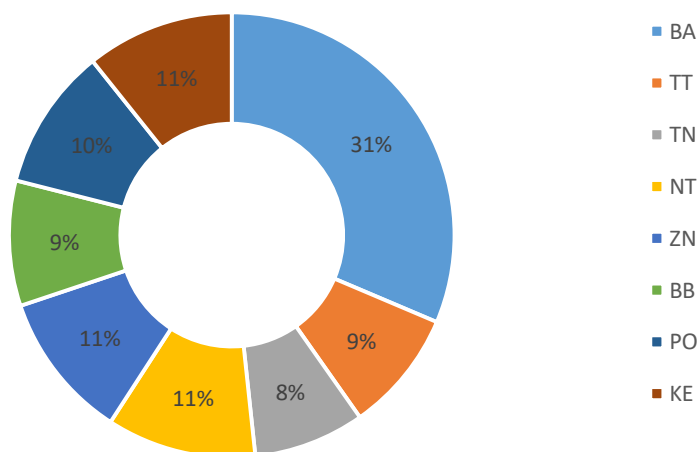
Kraj	Podniky podľa počtu zamestnancov	Rok			Kraj	Podniky podľa počtu zamestnancov	Rok		
		2012	2013	2014			2012	2013	2014
BA	0 - 19	41819	46500	48459	ZN	0 - 19	14055	15 580	16358
	20 - 49	972	1 160	1 153		20 - 49	420	497	501
	50 - 249	684	755	763		50 - 249	304	324	321
	250 a viac	192	203	204		250 a viac	65	67	66
TT	0 - 19	11295	12746	13501	BB	0 - 19	12212	13274	13985
	20 - 49	376	441	455		20 - 49	296	368	378
	50 - 249	249	255	261		50 - 249	242	232	226
	250 a viac	58	59	59		250 a viac	47	49	52
TN	0 - 19	10969	11900	12169	PO	0 - 19	14381	15492	15842
	20 - 49	387	476	495		20 - 49	367	435	446
	50 - 249	277	277	276		50 - 249	252	262	269
	250 a viac	84	82	78		250 a viac	56	57	57
NT	0 - 19	13892	15953	16599	KE	0 - 19	14722	15859	16582
	20 - 49	420	490	494		20 - 49	350	423	410
	50 - 249	317	326	331		50 - 249	248	229	239
	250 a viac	54	53	55		250 a viac	58	54	57

Zdroj: www.statdat.statistics.sk (10.12.2017)⁶

⁶ Štatistický úrad. Podniky podľa veľkostnej kategórie počtu zamestnancov (2000 - 2014). [elektronický zdroj]. Bratislava : ŠÚ SR, 2017. [cit. 2017-10-30]. Dostupné na: <http://statdat.statistics.sk/cognosext/cgi->

V tejto tabuľke som spočítala každoročný nárast nových podnikov v danej sfére. Počet firiem každoročne rastie, najrapídnejšie v prípade mikro, malých a stredných podnikov. „Podľa údajov Štatistického úradu SR bol v roku 2014 zaznamenaný medziročný mierny nárast počtu aktívnych malých a stredných podnikov o 0,3 %. V absolútnej hodnote sa zvýšil počet MSP na 565 241, hlavne v dôsledku zvýšenia malých a stredných – právnických osôb o 8 %. Počet fyzických osôb – podnikateľov sa medziročne znížil o 3,3 %.“⁷

Graf 2: MSP triedení podľa regiónov



Zdroj: vlastné spracovanie

Týmto grafom som sa znovu presvedčila, že najviac podnikateľov sa zhromažďuje v najmenšom kraji Slovenska a to konkrétne v bratislavskom. V roku 2014 sa v Bratislavskom kraji pribudlo 50375 malých a stredných podnikov čo predstavovalo 31,38 % celkového nárastu MSP. Kraje s najnižším podielom tvorby nových podnikov boli

bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=storeID(%22iA15F8536F9A341529D53DDB1DC5DAEA3%22)&ui.name=Podniky%20podľa%20veľkosti%20kategórie%20počtu%20zamestnancov%20(2000%20-%202014)%20%5bog3001rr%5d&run.outputFormat=&run.prompt=true&cv.header=false&ui.backURL=%2fcognosext%2fcps4%2fportlets%2fcommon%2fclose.html

⁷ Správa o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2014. Bratislava: Slovak Business Agency, 2015. s. 6.

Trenčiansky kraj a Trnavský kraj s 8,06 % a 8,86 % podielom z celkového nárastu podnikov.

Podľa prírastku MSP by som mohla kraje zaradiť do nasledujúceho poradia:

1. Bratislavský kraj – 31,38 % z celkového prírastku MSP na Slovensku za rok 2014
2. Nitriansky kraj – 10,86 %
3. Košický kraj – 10,73 %
4. Žilinský kraj – 10,7 %
5. Prešovský kraj – 10,32 %
6. Banskobystrický kraj – 9,09 %
7. Trnavský kraj – 8,86 %
8. Trenčiansky kraj – 8,06 %

Tabuľka 3: Percentuálny podiel malých podnikateľov na Slovensku a ich tempo rastu

Kraje podľa počtu MSP	%	Kraje podľa prírastku MSP	%
Bratislavský	21,96	Bratislavský	31,38
Žilinský	13,39	Nitriansky	10,86
Prešovský	12,54	Košický	10,73
Nitriansky	12,05	Žilinský	10,7
Košický	10,22	Prešovský	10,32
Banskobystrický	10,16	Banskobystrický	9,09
Trnavský	10,02	Trnavský	8,86
Trenčiansky	9,7	Trenčiansky	8,06

Zdroj: vlastné spracovanie

Skoro všetky sledované kraje majú primerané tempo rastu MS podnikateľov k ich percentuálnym zastúpením podnikateľov a z toho najrýchlejšie tempo rastu má BA kraj. Z tejto analýzy som došla k tomu, že Nitriansky a Košický kraj majú rýchlejší rast počtu MSP ako Žilinský a Prešovský kraj čo vidíme v tabuľke. To znamená, že v blízkej budúcnosti môžeme sledovať rýchlejšie tempo rastu ekonomiky v týchto krajoch.

2 Cieľ práce, metodika práce a metódy skúmania

Cieľom mojej práce je poskytnúť prehľad v bankách poskytujúcich účty pre malých a stredných podnikateľov. Poukázať na výhodnosť balíkových účtov. Porovnať balíkové a nebalíkové účty v rámci najobľúbenejších bank. Obľúbenosť bánk som zistila pomocou dotazníka, ktorý som rozposielala online cez rôzne portály.

V procese spracovania bakalárskej práce som použila rozličné metódy skúmania a postupy riešenia, ktoré umožnili dospieť k splneniu nastolených cieľov. Najprv bolo potrebné upriamiť pozornosť na vyhľadávanie, zoskupenie a dôkladné naštudovanie dostupnej literatúry a informačných zdrojov. Následne som pristúpila k selekcii spomedzi dostupných zdrojov v tlačenej alebo elektronickej podobe. Použitý prístup som uplatnila ako v teoretickej i praktickej časti záverečnej práce.

V rámci zhromaždenia informácií som využila metódu dedukcie, podobne som postupovala i pri výbere zdrojov z domácej alebo zahraničnej tvorby. Išlo o knižné tituly, odborné články v elektronickej i písomnej forme a bulletiny bánk.

Pri dosiahnutí prvých výpočtových výsledkov som zvolila asociačnú analýzu. Porovnávala som tak vzťahy a závislosti medzi atribútmi a ich hodnotami. Súčasne som porovnávala definície od rôznych autorov, aby som zdôraznila odlišné názory na uvedenú problematiku. Okrem spomenutých metód som v práci uplatnila i metódu syntézy, ktorú som aplikovala pri spájaní nadobudnutých poznatkov do kapitol a početných podkapitol. Taktiež som použila na zber informácií Survio online dotazník, kde z nazbieraných odpovedí som spravila stručné vyhodnotenie, ktoré som použila v nasledujúcom hodnotení bánk.

3 Výsledky práce

V praktickej sekcii záverečnej práce sa zaoberám skúmaním bánk poskytujúcich účtov pre podnikateľov, konkrétne pre malých a stredných podnikateľov na Slovensku.

Presnejšie sa zameriame na vyhodnotenie jednotlivých bánk pomocou ich štandardných najlacnejších účtov a následne vyhodnotím najvýhodnejšiu banku.

Skúmanie obľúbenosti bánk realizujem prostredníctvom Survio online dotazníka cez online portáli, kde ľudia mi ochotne a rady poskytnú dopytované informácie, vlastného pozorovania, preštudovania webovej stránky bánk, stránok na sociálnych sieťach a spracovania interných dokumentov.

Všetky nadobudnuté zdroje som použila a spracovala náležitým spôsobom, aby som sa priblížili k objasneniu hlavného cieľa bakalárskej práce.

3.1 Komerčné banky na Slovensku

Banková sústava slovenskej republiky prešla určitým vývojom spojeným s transformáciou centrálného trhového hospodárstva na zmiešané trhové hospodárstvo. Bankovú sústavu v zmiešanej ekonomike tvoria tri druhy bánk: emisná banka, komerčné banky a ostatné bankové a peňažné inštitúcie. Postavenie bánk v ekonomike upravuje štát prostredníctvom legislatívnych právnych nástrojov – zákonov. Medzi základné právne normy, ktoré upravujú postavenie bánk na Slovensku patria: zákon o NBS, zákon o bankách, devízový zákon – podmienky výmeny valút a devíz, zákon o platobnom styku, zákon o ochrane vkladov, zákon o stavebnom sporení, právne normy Európskej únie – upravujú fungovanie pobočiek zahraničných bánk na SR a iné.

Komerčné banky na Slovensku poznáme nasledovné:⁸

- 365.bank (Poštová banka, a.s. odštepny závod)
- Československá obchodná banka, a.s.

⁸ BANKY.SK. *Zoznam bánk so sídlom v SR* [elektronický zdroj]. : BANKY.SK, 2017. [cit. 2017-12-13]. Dostupné na: <http://banky.sk/zoznam-bank-na-slovensku/>

- ČSOB stavebná sporiteľňa, a.s.
- OTP Banka Slovensko, a.s.
- Poštová banka, a.s.
- Prima banka Slovensko, a.s.
- Privatbanka, a.s.
- Prvá stavebná sporiteľňa, a.s.
- Raiffeisen BANK (Tatra banka, a.s., odštepny závod)
- Slovenská sporiteľňa, a.s.
- Slovenská záručná a rozvojová banka, a.s.
- Tatra banka, a.s.
- Všeobecná úverová banka, a.s.
- Wüstenrot stavebná sporiteľňa, a.s.
- BKS Bank AG, pobočka zahraničnej banky v SR
- BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE SA, pobočka zahraničnej banky
- Citibank Europe plc, pobočka zahraničnej banky
- COFIDIS SA, pobočka zahraničnej banky
- COMMERZBANK Aktiengesellschaft, pobočka zahraničnej banky
- Fio banka, a.s., pobočka zahraničnej banky
- ING Bank N. V., pobočka zahraničnej banky
- J&T BANKA, a.s., pobočka zahraničnej banky
- KDB Bank Europe Ltd., pobočka zahraničnej banky
- Komerční banka, a.s., pobočka zahraničnej banky
- mBank S.A., pobočka zahraničnej banky
- Oberbank AG pobočka zahraničnej banky v SR

- UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., pobočka zahraničnej banky
- Z toho iba tieto poskytujú účty pre malých podnikateľov:
- Československá obchodná banka, a.s.
 - OTP Banka Slovensko, a.s.
 - Poštová banka, a.s.
 - Prima banka Slovensko, a.s.
 - Slovenská sporiteľňa, a.s.
 - Tatra banka, a.s.
 - Všeobecná úverová banka, a.s.
 - BKS Bank AG, pobočka zahraničnej banky v SR
 - Fio banka, a.s., pobočka zahraničnej banky
 - KDB Bank Europe Ltd., pobočka zahraničnej banky
 - mBank S.A., pobočka zahraničnej banky
 - UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., pobočka zahraničnej banky

3.2 Účty najviac obľúbených a zároveň najväčších bánk na Slovensku

Pomocou dotazníka som zistila 3 najobľúbenejšie banky pre malých a stredných podnikateľov na Slovensku a to sú Slovenská sporiteľňa, Všeobecná úverová banka a Tatra banka. Podľa môjho dotazníka najdôležitejšie kritérium pri výbere účtu považujú cenu za vedenie účtu. Tak som sa rozhodla, že v nasledujúcej časti práce by som rozobrala najlacnejšie biznis účty týchto bank do podrobná a skúsila zistiť prečo sú tieto banky tak obľúbené.

Na základe nasledujúceho porovnania som chcela zistiť najviac výhodný balíkový účet medzi týmito najobľúbenejšími bankami a takisto spravíme porovnanie aj nebalíkových účtov. Nasimulujem si transakcie podnikateľov a vyhodnotím.

3.2.1

Slovenská sporiteľňa

SLSP ako najväčšia banka s 20 % podielom na trhu ponúka zároveň aj najväčší sortiment biznis účtov pre malých podnikov. Ponúkajú 4 balíkové účty a až 2 typy účtov s veľmi nízkymi nákladmi na vedení účtu. A to Business účet FO a Business účet 10. Prvý účet je určený pre fyzické osoby podnikateľov a slobodné povolania. Druhý je pre všetkých podnikateľov. Ponúka taktiež zadarmo vedenie účtu na 12 mesiacov pre začínajúcich podnikateľov.

Tabuľka 4: Biznis účty v SLSP



KOMPONENTY	BUSINESS ÚČET FO	BUSINESS ÚČET 10
Vedenie účtu	5,90€	6,90€
Debetné karty	max. 1 karta MasterCard Business	max. 3 karta 2x MasterCard Business 1x MasterCard Gold Business
E-výpis	neobmedzene	neobmedzene
Prijaté platby	neobmedzene	neobmedzene
Domáce online prevody	neobmedzene	20 karta
Trvalé prevody a inkasá	neobmedzene	
Platby kartou	neobmedzene	
Služby e-bankovníctva	Internet Banking	Internet Banking Business 24
SMS služby	SMS služba (nad 20€)	SMS služba (nad 20€)
Výbery a hotovosti PK	neobmedzene	10 karta

Zdroj: vlastné spracovanie (www.slsp.sk, 23.3.2018)

Podľa tabuľky ich môžeme porovnať a vidíme, že účet pre FO je nielen lacnejší ale aj omnoho výhodnejší. Pretože čo najviac podnikatelia potrebujú sú prevody. Natolko aj môj dotazník poukazuje na dôležitosť počtu transakcií v rámci účtu. Poskytujú pre klientov s

účtom FO zadarmo vedenie účtu ak priemerný mesačný zostatok je vo výške 10 000 EUR. Zahnutý je aj MasterCard, ktorý by stál mimo účtu 10 EUR/rok.

Business účet 10, ktorý je pre všetky typy podnikateľov je v rámci troch bánk o 10 centov lacnejší za vedenie účtu. Poskytuje 3 debetné karty, 20 prevodov a 10 výberov v hotovosti. Keď si zrátam výhody v peňažnej hodnote, tak klient pri výbere SLSP balíkového účtu 10 môže ušetriť:

- a) 30 EUR/rok čo predstavuje 2,50 EUR/mesiac za karty,
- b) 20 prevodov za cenu 0,18 EUR, t.j. 3,60 EUR/mesiac
- c) 10 výberov v hotovosti, kde jedna stojí 3 EUR, 30 EUR/mesiac
- d) SMS notifikácie, ktoré stoja 2 EUR/mesiac

Klient ušetrí 36,10 EUR/mesiac a náklady sú vo výške 6,90 EUR/mesiac, z toho vyplýva, že ak klient plne využíva svoj účet tak každý mesiac ušetrí 31,20 EUR.

3.2.2 *Všeobecná úverová banka*

Všeobecná úverová banka je druhou najväčšou bankou na Slovensku s trhovým podielom 18,5 %. Ponúka 3 balíkové účty a pre moju prácu som si vybrala najlacnejší VÚB Biznis účet Štandard. Vedenie účtu je za 7 EUR/mesiac. Ponuka 1 debetnú kartu Visa business Economy, ktorá stojí 14 EUR/rok. Taktiež ponuka novým klientom zadarmo vedenie účtu až na dĺžku 3 mesiacov.

Tabuľka 5: Biznis účet Štandard VÚB



KOMPONENTY	VÚB BIZNIS ÚČET ŠTANDARD
	7€
Debetné karty	max. 1 karta VISA Business Economy
E-výpis	neobmedzene
Prijaté platby	neobmedzene
E-platby	15
Služby e-bankovníctva	Internet banking, mbiz
SMS notifikácie	neobmedzene (nad 20€)

Zdroj: vlastné spracovanie (www.vub.sk, 23.3.2018)

Následne si spravím vyčíslenie účtu vo VUB.

- Debetná karta v mesačnom vyjadrení by vyšla na 1,17 EUR/mesiac
- 15 prevodov, kde jedná stojí 0,22 EUR/mesiac je 3,30 EUR/mesiac
- SMS notifikácie v rámci VUB sú počítané ako 0,15 EUR/SMS

Za vedenie VÚB Biznis účtu zaplatí klient 7 EUR/mesiac ale konečné výhody sú v hodnote 4,47 EUR/mesiac. Takže podľa mojich prepočtov je VÚB Biznis účet Štandard veľmi nevýhodný balíkový účet. SMS notifikácie neviem presne oceniť, pretože v tomto prípade záleží na počte SMS/mesiac.

3.2.3

Tatra banka

Tatra banka ako mojou treťou a zároveň poslednou bankou na analýzu je veľmi obľúbená medzi mladých ľudí a zároveň podnikateľov. Či už kvôli ich inováciám alebo kvôli ich zabezpečeniu. Ponúka Tatra Business 7 s vedením účtu 7 EUR/mesiac. Tak ako ostatné banky ponúka aj Tatra banka bezplatné vedenie účtu pre začínajúcich podnikateľov.

Tabuľka 6: Biznis účet TATRA



KOMPONENTY	Tatra Business 7
Vedenie účtu	7€
Debetné karty	max. 1 karta VISA Electron
Počet automatizovaných transakcie	20 ks
E-výpisy	neobmedzene
SMS/e-mail notifikácie	neobmedzene
Výber hotovosti	2 ks
Elektronická správa trvalých príkazov a inkás	neobmedzene
Doplnkové výhody	zrušenie poplatkov a vrátenie všetkých mesačných poplatkov 6 mesiacov bez poplatkov pre začínajúce firmy POJFO

Zdroj: vlastné spracovanie (www.tatrabanka.sk, 23.3.2018)

V rámci účtu klienti môžu mať:

- 1 debetnú kartu, ktorú by sme si vedeli kúpiť za 12 EUR/rok, na mesiac to vychádza 1 EUR/mesiac
- 20 transakcií, kde jedna stojí 0,18 EUR, celková hodnota je 3,6 EUR/mesiac
- Výber v hotovosti cez bankomat 2 krát po 2 EUR, t.j. 4 EUR/mesiac
- SMS notifikácie 0,30 EUR/mesiac

Tak isto ako pri VÚB aj v Tatra banke stojí vedenie účtu 7 EUR/mesiac a výhody sú vo výške 8,90 EUR/mesiac. V porovnaní s VUB, a.s. je to výhodný účet ale nemôže konkurovať SLSP, a.s.

4 Diskusia

V nasledujúcej kapitole konfrontujem spracované teoretické vedomosti a poznatky o téme bankové účty a praktické informácie získané či už pomocou dotazníka alebo vlastnej analýzy.

4.1 Porovnanie balíkových a nebalíkových účtov

Tabuľka 7: Cena nebalíkových účtov

Komponenty	SLSP	VUB	TB
Vedenie účtu	6 €	5 €	5 €
Debetné karty	od 10EUR/rok	od 14EUR/rok	od 12EUR/rok
E-banking	1,65EUR/mesiac	zadarmo	2EUR/mesiac
prijaté platby	0,18EUR	neobmedzene	0,18EUR
Bezhotovostná platba	0,20EUR	0,22EUR	0,18EUR
Platba na pobočke	2EUR	2,20EUR	1,50EUR
SMS notifikácie	2EUR/mesiac	0,15/ks	0,30EUR/mesiac
Výbery v hotovosti	3EUR	2EUR	3EUR
Vklady v hotovosti	3EUR	3EUR	3EUR

Zdroj: vlastné spracovanie (podľa cenníka bánk, 24.3.2018)

Pomocou tabuľky môžem porovnať operácie v rámci troch bank. Zelené políčko znamená, že je najvýhodnejšia v rámci troch bánk a červené políčko znamená to, že je v rámci troch bánk najmenej výhodná. Môžem povedať, že TB má najviac zelených políčok, čo z toho vyplýva, že je vo viacerých oblastiach výhodnejšia ako ostatné banky.

Následne si nasimulujeme podnikateľa na základe, ktorej spravím porovnanie bánk. Ak by klient potreboval

- 1 debetnú kartu,
- e-banking,
- príjme za mesiac 20 platieb,
- spraví 30 bezhotovostných platieb,
- 5 platieb na pobočke,

- prídu mu 10 SMS notifikácie,
- vyberie 5 krát hotovosť a
- vloží 10 krát hotovosť za mesiac.

Nebalíkový účet SLSP: 75,08 EUR

Balíkový účet SLSP: 48,70EUR

V prípade balíkového účtu je to výhodnejšie o 26,33 EUR.

Nebalíkový účet VÚB: 65,27 EUR

Balíkový účet VÚB: 58 EUR

V prípade balíkového účtu je to výhodnejšie o 7,27 EUR.

Nebalíkový účet TB: 69,80 EUR

Balíkový účet TB: 55,30 EUR

V prípade balíkového účtu je to výhodnejšie o 14,50 EUR.

Pri nasimulovanom náročnejšom podnikateľovi bola najvýhodnejšia banka SLSP, a.s. a najnevýhodnejšia banka VÚB, a.s.

Teraz si idem nasimulovať menej náročného klienta, ktorý by potreboval nasledujúce komponenty:

- 1 DK
- e-banking
- 10 prijatých platieb
- 20 bezhotovostných platieb
- 1 platbu na pobočke
- 5 SMS notifikácie
- 1 výber

- 1 vklad

Nebalíkový účet SLSP: 21,80 EUR

Balíkový účet SLSP: 11,90 EUR

V prípade balíkového účtu je to výhodnejšie o 9,90 EUR.

Nebalíkový účet VÚB: 18,52 EUR

Balíkový účet VÚB: 14,20 EUR

V prípade balíkového účtu je to výhodnejšie o 4,32 EUR.

Nebalíkový účet TB: 21,20 EUR

Balíkový účet TB: 11,50 EUR

V prípade balíkového účtu je to výhodnejšie o 9,70 EUR.

Pri nasimulovanom menej náročnejšom podnikateľovi bola najvýhodnejšia banka TB, a.s. a najnevýhodnejšou bankou je zas VÚB, a.s.

Pomocou simulácií som zistila, že balíkové účty sú omnoho výhodnejšie ako nebalíkové. Pretože za nebalíkové účty zaplatí klient mesačne minimálne 5 EUR/mesiac (v prípade VÚB, a.s. a TB, a.s.) a nemám zahrnutú ani predplatenú žiadnu transakciu. Klient platí aj za prijatie platieb, a keď si zaplatí o 2 EUR viac za balíkový účet už má k účtu omnoho viac výhod ako samotná navýšená suma.

4.2 Asociačná analýza bankových produktov

V následnej časti práce sa budem venovať rôznym asociačným analýzám a budem sa snažiť potvrdiť asociáciu, t.j. vnútorná súvislosť medzi vybrané znaky bankových účtov.

Asociačná analýza je výhodná v tom, že môžem porovnávať a dávať do súvislosti aj také znaky, ktoré nemajú kvantitatívnu, teda číselný charakter.

4.2.1

Výhodnosť ceny nebalíkových účtov

Ako prvé budem analyzovať vzťah medzi výhodnosťou ceny nebalíkových účtov a veľkosťou banky.

Hypotéza je postavená takto:

H_0 : medzi výhodnou cenou nebalíkových účtov a veľkosťou banky nie je asociácia;

H_1 : medzi výhodnou cenou nebalíkových účtov a veľkosťou banky existuje asociácia;

Pre stanovenie kritéria, ktorá je veľká a malá banka som stanovila podľa počtu klientov v banke.

Na základe toho som zostavila nasledovnú asociačnú tabuľku.

Tabuľka 8: Asociačná tabuľka

	Veľké	Stredné banky	Malé	Poč.
Výhodná cena nebalíkového účtu	1	0	4	5
Menej výhodná cena nebalíkového účtu	3	2	2	7
SPOLU	4	2	6	12

Teoretické početnosti vypočítam podľa vzťahu:

$$E_{ij} = \frac{(a_i) \times (b_j)}{n}$$

$$E_{11} = \frac{5 \times 4}{12}$$

$$E_{12} = \frac{5 \times 2}{12}$$

$$E_{13} = \frac{5 \times 6}{12}$$

$$E_{21} = \frac{7 \times 4}{12}$$

$$E_{22} = \frac{7 \times 2}{12}$$

$$E_{23} = \frac{7 \times 6}{12}$$

Výsledky teoretických početnosti som zapísala do tabuľky.

Tabuľka 9: Teoretická početnosť

	Veľké	Stredné banky	Malé	Poč.
Výhodná cena nebalíkového účtu	1,666667	0,833333	2,5	5
Menej výhodná cena nebalíkového účtu	2,333333	1,166667	3,5	7
SPOLU	4	2	6	12

Vypočítam Pearsonov koeficient χ^2 na základe rozdielov medzi pozorovanou a teoretickou početnosťou.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^s \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} =$$

$$\frac{(1 - 1,666667)^2}{1,666667} + \frac{(0 - 0,833333)^2}{0,833333} + \frac{(4 - 2,5)^2}{2,5} + \frac{(3 - 2,333333)^2}{2,333333}$$

$$+ \frac{(2 - 1,166667)^2}{1,166667} + \frac{(2 - 3,5)^2}{3,5} = 3,42857388$$

Tabuľková hodnota $\chi_{0,95}^2$ je na úrovni 3,841. Keďže výsledok môjho χ^2 sa nachádza v oblasti alternatívnej hypotézy. H_1 zamietam a prijímam H_0 , t. j. nie je asociácia.

4.2.2 *Vedenie účtu zadarmo*

Ďalej budem analyzovať vzťah medzi zadarmo vedením účtov a balíkových produktov.

Hypotéza je postavená takto:

H_0 : medzi zadarmo vedením účtov a balíkových produktov nie je asociácia;

H_1 : medzi zadarmo vedením účtov a balíkových produktov existuje asociácia;

Na základe toho som zostavila nasledovnú asociačnú tabuľku.

Tabuľka 10: Asociačná tabuľka

	Balíkové	Nebalíkové	Poč.
Účet zadarmo do 6 mesiacov	2	0	2
Účet zadarmo nad 6 mesiacov	5	2	7
SPOLU	7	2	9

Teoretické početnosti vypočítam podľa vzťahu:

$$E_{ij} = \frac{(a_i) \times (b_j)}{n}$$

$$E_{11} = \frac{2 \times 7}{9} \qquad E_{12} = \frac{2 \times 2}{9}$$

$$E_{21} = \frac{7 \times 7}{9} \qquad E_{22} = \frac{7 \times 2}{9}$$

Výsledky teoretických početnosti som zapísala do tabuľky.

Tabuľka 11: Teoretická početnosť

	Balíkové	Nebalíkové	Poč.
Účet zadarmo do 6 mesiacov	1,555556	0,444444	2
Účet zadarmo nad 6 mesiacov	5,444444	1,555556	7
SPOLU	7	2	9

Vypočítam Pearsonov koeficient χ^2 na základe rozdielov medzi pozorovanou a teoretickou početnosťou.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^s \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} =$$

$$\frac{(2 - 1,555556)^2}{1,555556} + \frac{(0 - 0,444444)^2}{0,444444} + \frac{(5 - 5,444444)^2}{5,444444} + \frac{(2 - 1,555556)^2}{1,555556}$$

$$= 0,73469$$

Tabuľková hodnota $\chi_{0,95}^2$ je na úrovni 3,841. Keďže výsledok môjho χ^2 sa nachádza v oblasti alternatívnej hypotézy. H_1 zamietam a prijímam H_0 , t. j. nie je asociácia.

4.2.3 Podnikateľské účty ponúkané bankami

Následne budem analyzovať vzťah medzi počtom ponúkaných účtov a veľkosťou banky.

Hypotéza je postavená takto:

H_0 : medzi počtom ponúkaných účtov a veľkosťou banky nie je asociácia;

H_1 : medzi počtom ponúkaných účtov s veľkosťou banky existuje asociácia;

Pre stanovenie kritéria, ktorá je veľká a malá banka sme stanovili podľa počtu klientov v banke.

Na základe toho som zostavila nasledovnú asociačnú tabuľku.

Tabuľka 12: Asociačná tabuľka

	Veľké	Stredné banky	Malé	Poč.
Počet ponúkaných účtov viac ako 3 ks	3	1	2	6
Počet ponúkaných účtov menej alebo = 3 ks	1	1	4	6
SPOLU	4	2	6	12

Teoretické početnosti vypočítam podľa vzťahu:

$$E_{ij} = \frac{(a_i) \times (b_j)}{n}$$

$$E_{11} = \frac{6 \times 4}{12}$$

$$E_{12} = \frac{6 \times 2}{12}$$

$$E_{13} = \frac{6 \times 6}{12}$$

$$E_{21} = \frac{6 \times 4}{12}$$

$$E_{22} = \frac{6 \times 2}{12}$$

$$E_{23} = \frac{6 \times 6}{12}$$

Výsledky teoretických početností som zapísala do tabuľky.

Tabuľka 13: Teoretická početnosť

	Veľké	Stredné banky	Malé	Poč.
Počet ponúkaných účtov viac ako 3 ks	2	1	3	6
Počet ponúkaných účtov menej alebo = 3 ks	2	1	3	6
SPOLU	4	2	6	12

Vypočítam Pearsonov koeficient χ^2 na základe rozdielov medzi pozorovanou a teoretickou početnosťou.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^s \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} =$$

$$\frac{(3 - 2)^2}{2} + \frac{(1 - 1)^2}{1} + \frac{(2 - 3)^2}{3} + \frac{(1 - 2)^2}{2} + \frac{(1 - 1)^2}{1} + \frac{(4 - 3)^2}{3} = 1,666667$$

Tabuľková hodnota $\chi_{0,95}^2$ je na úrovni 3,841. Keďže výsledok môjho χ^2 sa nachádza v oblasti alternatívnej hypotézy. H_1 zamietam a prijímam H_0 , t. j. nie je asociácia.

4.2.4 *Má banka balíkový účet?*

Ďalej budem analyzovať vzťah medzi existenciou balíkových účtov a veľkosťou banky.

Hypotéza je postavená takto:

H_0 : medzi existenciou balíkových účtov a veľkosťou banky nie je asociácia;

H_1 : medzi existenciou balíkových účtov a veľkosťou banky existuje asociácia;

Na základe toho som zostavila nasledovnú asociačnú tabuľku.

Tabuľka 14: Asociačná tabuľka

	Veľké	Stredné banky	Malé	P.
Má balíkový účet	4	2	2	8
Nemá balíkový účet	0	0	4	4
SPOLU	4	2	6	12

Teoretické početnosti vypočítam podľa vzťahu:

$$E_{ij} = \frac{(a_i) \times (b_j)}{n}$$

$$E_{11} = \frac{8 \times 4}{12}$$

$$E_{12} = \frac{8 \times 2}{12}$$

$$E_{13} = \frac{8 \times 6}{12}$$

$$E_{21} = \frac{4 \times 4}{12}$$

$$E_{22} = \frac{4 \times 2}{12}$$

$$E_{23} = \frac{4 \times 6}{12}$$

Výsledky teoretických početnosti som zapísala do tabuľky.

Tabuľka 15: Teoretická početnosť

	Veľké	Stredné banky	Malé	P.
Má balíkový účet	2,666667	1,333333	4	8
Nemá balíkový účet	1,333333	0,666667	2	4
SPOLU	4	2	6	12

Vypočítam Pearsonov koeficient χ^2 na základe rozdielov medzi pozorovanou a teoretickou početnosťou.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^s \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} =$$

$$\frac{(4 - 2,666667)^2}{2,666667} + \frac{(2 - 1,333333)^2}{1,333333} + \frac{(2 - 4)^2}{4} + \frac{(0 - 1,333333)^2}{1,333333}$$

$$+ \frac{(0 - 0,666667)^2}{0,666667} + \frac{(4 - 2)^2}{2} = 6$$

Tabuľková hodnota $\chi^2_{0,95}$ je na úrovni 3,841. Keďže výsledok môjho χ^2 sa nachádza v oblasti zamietnutia nulovej hypotézy, tak prijímame H_1 .

4.2.5 *Karty, ktoré banky ponúkajú*

V poslednom rade sa budem venovať analýze vzťahu medzi typom ponúkaných kariet a veľkosťou banky.

Hypotéza je postavená takto:

H_0 : medzi poskytovaním Meastro/Master Card a veľkosťou banky nie je asociácia;

H_1 : medzi poskytovaním Meastro/Master Card a veľkosťou banky existuje asociácia;

Na základe toho som zostavila nasledovnú asociačnú tabuľku.

Tabuľka 16: Asociačná tabuľka

	Veľké	Stredné banky	Malé	P.
Meastro/Master	2	2	5	9
VISA	2	0	2	4
SPOLU	4	2	7	13

Teoretické početnosti vypočítam podľa vzťahu:

$$E_{ij} = \frac{(a_i) \times (b_j)}{n}$$

$$E_{11} = \frac{9 \times 4}{13}$$

$$E_{12} = \frac{9 \times 2}{13}$$

$$E_{13} = \frac{9 \times 7}{13}$$

$$E_{21} = \frac{4 \times 4}{13}$$

$$E_{22} = \frac{4 \times 2}{13}$$

$$E_{23} = \frac{4 \times 7}{13}$$

Výsledky teoretických početnosti som zapísala do tabuľky.

Tabuľka 17: Teoretická početnosť

	Veľké	Stredné banky	Malé	P.
Meastro/Master	2,76923	1,384615	4,84615	9
VISA	1,230769	0,615384	2,15384	4
SPOLU	4	2	7	13

Vypočítam Pearsonov koeficient χ^2 na základe rozdielov medzi pozorovanou a teoretickou početnosťou.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^s \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} =$$

$$\frac{(2 - 2,76923)^2}{2,76923} + \frac{(2 - 1,384615)^2}{1,384615} + \frac{(5 - 4,84615)^2}{4,84615} + \frac{(2 - 1,230769)^2}{1,230769}$$

$$+ \frac{(0 - 0,615384)^2}{0,615384} + \frac{(2 - 2,15384)^2}{2,15384} = 1,599205563$$

Tabuľková hodnota $\chi_{0,95}^2$ je na úrovni 3,841. Keďže výsledok môjho χ^2 sa nachádza v oblasti alternatívnej hypotézy. H_1 zamietam a prijímam H_0 , t. j. nie je asociácia.

Pomocou asociačnej analýzy som zistila, že medzi veľkosťou bank a existenciou balíkových účtov je asociácia. Podľa tejto asociácie som sa rozhodla bližšie pozrieť na produktoch vybraných bánk. Banky som si vybrala na základe dotazníka, podľa obľúbenosti medzi oslovenými podnikateľmi. Tak na základe dedukcie som si vybrala tri banky a to sú Slovenská sporiteľná, Všeobecná úverová banka a Tatra banka.

Každá z nich poskytuje účty pre podnikateľov a v rôznej cenovej škále. Na môj výskum som si vybrala 3 cenovo najdostupnejšie balíkové účty a vymenovala som si ich výhody ale aj nevýhody.

Pomocou predchádzajúcej simulácie môžem potvrdiť, že balíkový účet je omnoho výhodnejší ako nebalíkový účet. Klienti vedia viac ušetriť z hľadiska poplatkov. A tak môžem povedať, že mi vychádza tvrdenie o tom, že je balíkový účet výhodnejší oproti nebalíkovým účtom. Taktiež som zistila, že Tatra banka má najvýhodnejší balíkový účet pre menej náročných podnikateľov, ktorý nepotrebujú viac kariet k účtu. Z hľadiska

naplnenia balíkových účtov je najvýhodnejšia Slovenská sporiteľňa, má väčší náskok oproti zvyšným dvom bankám. Hodnota balíka je viac ako 36 EUR/mesiac čo omnoho prevyšuje cenu za vedenie účtu.

Prišla som na najvýhodnejšiu banku a najmenej výhodnú banku. V prípade náročných klientov by som im odporúčali aby si vybrali drahší balík pretože, ak si vyberú najlacnejší balík a budú platiť každú jednu transakciu navyše poplatkom podľa aktuálneho cenníka, tak by to bolo veľmi nevýhodné. A v prípade menej náročných klientov odporúčame účty buď v SLSP alebo TB. VUB biznis balík je v porovnaní s týmito dvoma bankami o niečo slabší.

Simuláciou transakcií pre modelové príklady som dokázala výhodu balíkových účtov v porovnaní s otvorením bežného nebalíkového účtu. Mojou analýzou som chcela dokázať to, že prečo sú tieto banky tak obľúbené. Jeden z dôvodov je to, že ponúkajú balíkové účty, ktoré sú omnoho výhodnejšie ako nebalíkové z hľadiska poplatkov a ich dlhodobá existencia na trhu prináša klientom istotu.

Mojou analýzou som taktiež zistila, že najvýhodnejšiu ponuku pre podnikateľov poskytuje SLSP, a.s. Vyšla v mojom teste za najmenej nákladnú možnosť pre klientov. Spôsobuje to najmä vysoký počet poskytovaných debetných kariet, ktoré v ostatných bankách poskytovali iba po jednom kuse.

V oboch modelových príkladoch bola ponuka VÚB, a.s. najnákladnejšia. Vysoké poplatky za vedenie účtu a za jednotlivé transakcie spôsobili nárast cien, čo sa môže pre malých podnikateľov javiť ako nevýhodné riešenie.

ZÁVER

Výsledok mojej analýzy dokázal výhodnosť balíkových účtov pred nebalíkovými. Pre porovnanie s balíkovými účtami s nebalíkovými som charakterizovala aj ponuku bežných účtov a výšky poplatkov z aktuálneho cenníka bánk najvyužívanejších transakcií na účte. Zhodnotila som spoplatňovanie v prípade operácií elektronického bankovníctva, bezhotovostných operácií, hotovostných vkladov a výberov.

Pomocou dotazníka som zistila najobľúbenejšie banky pre podnikateľov z 12 bank boli 3 banky s najväčším zastúpením a to sú SLSP, VÚB a TB. Tak som si ich vybrala ako cieľom analýzy. Porovнала som ich najpredávanejšie účty pre malých a stredných podnikateľov.

Jednotlivé komponenty som dopodrobna našťudovala z ich cenníka a spracovala na účel mojej bakalárskej práce. Všimla som si, že poplatky sa v sledovaných bankách viditeľne líšia čo sa mi ozrejmiло pri simulácií podnikateľov. Pri porovnaní SMS notifikácie VUB s ďalšími dvoma bankami sa ukázalo, že VUB je veľmi drahá, pretože u iných sú platené mesačne a vo VUB je to za počet prijatých SMS.

Nakoniec som celkovo vyhodnotila najmenej nákladnú banku s najefektívnejším nastavením balíka. Dokázala som to pomocou simulácie transakcií pre modelový prípad začínajúceho podnikateľa a náročnejšieho podnikateľa. V oboch prípadoch som zistila, že rozhodujúcim faktorom pri výbere banky by nemala byť len výška mesačného poplatku za vedenie účtu, ale i výhodné nastavenie komponentov a spoplatnenie mimobalíkových transakcií.

Na záver by som chcela odporúčať klientom aby si pred založením účtu trochu preštudovali aj cenník banky, pretože občas lacné vedenie účtu môže znamenať aj drahé transakcie navyše. Tak ako knihu nesúď podľa obalu, tak ani účet podľa ceny.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

Knižné zdroje

- [1] HAVLÍČEK, Karel a KAŠÍK, Milan. *Marketingové řízení malých a středních podniků*. Praha: Management Press, 2005, 171 s. Malé a střední podnikání. ISBN 80-7261-120-8.
- [2] CHAPČÁKOVÁ, A. et al. *Podnikanie malých a stredných podnikov*. Košice : EQUILIBRIA, s.r.o., 2012. 410 s. ISBN 978-80-8143-076-3.
- [3] MAJDÚCHOVÁ, Helena a NEUMANNOVÁ, Anna.: *Podnik a podnikanie*. Bratislava: SPRINT, 2007, 227 s. ISBN 978-80-89085-88-0.
- [4] MALACH, Antonín. *Jak podnikat po vstupu do EU: právo a podnikání : podnikatelské řízení : podpora podnikání v ČR a EU : podnikatelské a podpůrné instituce : podnikání a veřejná správa*. Praha: Grada Publishing, 2005, 524 s. Expert. ISBN 80-247-0906-6.
- [5] 罗伯特赫里斯（Robert D.Hisrich），迈克尔彼得斯（Michael P. Peters）. *工商管理经典译丛·创业与小企业管理系列创业学*. 5. vyd. Peking: 清华大学出版社有限公司, 2004, 594 s. 清华大学出版社有限公司.
- [6] SRŠŇOVÁ, Jana, Ľubica FÜZYOVÁ a Zuzana ROBY. *Medzinárodné strategické rozhodovanie podniku*. 2. vyd. Bratislava: Sprint dva, 2010, 214 s. Economics. ISBN 978-80-89393-22-0.
- [7] STRÁŽOVSKÁ, Helena, Ľubomíra STRÁŽOVSKÁ, Adrián PAVLÍK a Mária PACHINGEROVÁ. *Malé a stredné podniky: obchodné podnikanie*. Bratislava: Sprint vfra, 2007, 328 s. ISBN 978-80-89085-64-4.
- [8] STRÁŽOVSKÁ, Helena, Ľubomíra STRÁŽOVSKÁ, Ladislav BAŽÓ, Monika KROŠLÁKOVÁ, Zsolt HORBULÁK, Vendula FIALOVÁ, Tomáš TYKVA a Dagmar VÁLKOVÁ. *Podnikanie malých a stredných podnikov*. Bratislava: Sprint 2, 2013, 320 s. [19,425 AH]. Economics. ISBN 978-80-89393-88-6.
- [9] ŠÚBERTOVÁ, Elena, Sylvia BUKOVOVÁ, Denisa GAJDOVÁ, Andrej KOVALEV, Alexandra PIAČKOVÁ a Zuzana TEKELOVÁ. *Podnikanie v malých a stredných podnikoch: prípadové štúdie a príklady*. Bratislava: KARTPRINT, 2011, 118 s. [5,65 AH]. ISBN 978-80-88870-95-1.

- [10] ŠÚBERTOVÁ, Elena a Michaela KINČÁKOVÁ. *Podpora podnikania pre malé a stredné podniky*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2014, 159 s. [8,81 AH]. ISBN 978-80-225-3967-8.

Elektronické dokumenty

- [11] *Správa o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2014*. Bratislava: Slovak Business Agency, 2015, 215 s.

Internetové zdroje

- [12] BANKY.SK. *Zoznam bánk so sídlom v SR* [elektronický zdroj]. : BANKY.SK, 2017. [cit. 2017-12-13]. Dostupné na: <http://banky.sk/zoznam-bank-na-slovensku/>
- [13] EURÓPSKA KOMISIA. *Príručka pre používateľov k definícií MSP*. [elektronický zdroj]. Luxemburg : Úrad pre vydávanie publikácií Európskej únie, 2015. 54 s. [cit. 2017.04.26]. ISBN 978-92-79-45311-3. Dostupné na: <https://publications.europa.eu/sk/publication-detail/-/publication/79c0ce87-f4dc-11e6-8a35-01aa75ed71a1>
- [14] SBA. *Správa o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2015* [elektronický zdroj]. 18. vyd. Bratislava : SBA, 2016. 166 s. [cit. 2017-10-27]. Dostupné
- [15] SLSP. *Sadzobník Fyzické osoby podnikatelia, právnické osoby, verejný a neziskový sektor obsluhované pobočkovou sieťou Banky* [elektronický zdroj]. : SLSP, 2018. [cit. 2018-03-24]. Dostupné na: https://www.slsp.sk/content/dam/sk/slsp/www_slsp_sk/documents/sadzobnik/sadzobnik-po.pdf
- [16] SLSP. *Účty* [elektronický zdroj]. : SLSP, 2018. [cit. 2018-03-20]. Dostupné na: <https://www.slsp.sk/sk/biznis/ucty>
- [17] Štatistický úrad. *Podniky podľa veľkostnej kategórie počtu zamestnancov (2000 - 2014)*. [elektronický zdroj]. Bratislava : ŠÚ SR, 2017. [cit. 2017-10-30]. Dostupné na: [http://statdat.statistics.sk/cognosext/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=storeID\(%22iA15F8536F9A341529D53DDB1DC5DAEA3%22\)&ui.name=Podniky%20podľa%20veľkostnej%20kategórie%20počtu%20zamestnancov%20\(2000%20-](http://statdat.statistics.sk/cognosext/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=storeID(%22iA15F8536F9A341529D53DDB1DC5DAEA3%22)&ui.name=Podniky%20podľa%20veľkostnej%20kategórie%20počtu%20zamestnancov%20(2000%20-)

%202014)%20%5bog3001rr%5d&run.outputFormat=&run.prompt=true&cv.header=false&ui.backURL=%2fcognosext%2fcps4%2fportlets%2fcommon%2fclose.html

- [18] TATRA BANKA. *Cenník služieb pre právnické osoby a fyzické osoby podnikateľov* [elektronický zdroj]. : TATRA BANKA, 2018. [cit. 2018-03-24]. Dostupné na: https://www.tatrabanka.sk/att/5500216/tb_cennik_sluzieb_po_210x100_0817_n.pdf
- [19] TATRA BANKA. *Účty, platby a karty* [elektronický zdroj]. : TATRA BANKA, 2018. [cit. 2018-03-20]. Dostupné na: <https://www.tatrabanka.sk/sk/business/ucty-platby-karty.html#ucty-s-balikom-sluzieb>
- [20] VUB. *CENNÍK VÚB, a. s. Podnikatelia a iné právnické osoby* [elektronický zdroj]. : VUB, 2018. [cit. 2018-03-24]. Dostupné na: https://www.vub.sk/files/sk/informacny-servis/cennik/pre-podnikatelov-pravnicke-osoby/zalozky/cennik-po_platnost-od_1_2_2018.pdf
- [21] VUB. *VÚB Biznis účet* [elektronický zdroj]. : VUB, 2018. [cit. 2018-03-20]. Dostupné na: <https://www.vub.sk/sk/firmy-podnikatelia/ucty-sluzby/ucty/vub-biznis-ucet/>