

Manažment v teórii a praxi

on-line odborný časopis
o nových trendoch
v manažmente

<http://mtp.euke.sk/>

PHF EU
ISSN 1336-7137

ročník 14, 2018
číslo 4

Manažment v teórii a praxi

on-line odborný časopis o nových trendoch v manažmente

ISSN 1336-7137

Odborné zameranie

Zámerom časopisu je vytvoriť priestor pre autorov z vedecko-výskumných a vzdelávacích inštitúcií, ako aj pre autorov z podnikovej praxe, ktorí sa chcú podeliť so svojimi výsledkami výskumov, skúsenosťami, postrehmi. Časopis publikuje odborné recenzované príspevky, analýzy, komentáre a diskusie z oblasti podnikového manažmentu, manažmentu organizácií verejnej správy, strategického riadenia podniku, personálneho manažmentu, manažmentu výrobného procesu, manažmentu zmien, manažmentu kvality, organizačnej kultúry, manažmentu znalostí, vzdelávania, informačného manažmentu, informačných systémov a technológií v riadení a pod.

REDAKCIA

Redakčná rada

Dr. h. c. prof. RNDr. Michal TKÁČ, CSc.

prof. Ing. Ladislav BLAŽEK, CSc.
prof. Ing. Štefan ČARNICKÝ, PhD.
prof. Ing. Petr DOUCEK, CSc.
doc. RNDr. Zuzana HAJDUOVÁ, PhD.
doc. JUDr. Ing. Aneta BOBENIČ HINTOŠOVÁ, PhD.
doc. PhDr. Růžena LUKÁŠOVÁ, CSc.
doc. Ing. Peter MESÁROŠ, PhD.
doc. Ing. Martin MIZLA, CSc.
doc. Ing. Petr SUCHÁNEK, PhD.
Luc VIERENDEELS, MScBA

Editor čísla 4/2018

Ing. Cecília Olexová, PhD.

Vydavateľ a adresa redakcie

Ekonomická univerzita v Bratislave
Podnikovohospodárska fakulta so sídlom v Košiciach, Katedra manažmentu
Tajovského 13, 041 30 Košice, Slovenská republika
tel.: +421 55 722 31 11 fax: +421 55 623 06 20
<http://www.euke.sk> <http://mtp.euke.sk>

Dostupnosť

URL: <http://mtp.euke.sk>

Grafický návrh a redakčné spracovanie on-line

Ekonomická univerzita v Bratislave
Podnikovohospodárska fakulta so sídlom v Košiciach, Katedra manažmentu

Jazyk vydania a periodicitu

Redakcia prijíma na publikovanie príspevky v slovenskom, českom a anglickom jazyku.
Všetky príspevky sú recenzované.
Časopis vychádza štvrťročne.
Ďalšie vydanie: marec 2019.

Časopis neprešiel jazykovou úpravou.
Za obsahovú a jazykovú stránku redakcia nenesie zodpovednosť.

OBSAH 4/2018

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE DEVELOPMENT OF MODERN CONCEPTS IN BUSINESS LOGISTICS <i>Patrik RICHNÁK</i>	4
HODNOTENIE VÝKONNOSTI MEDZINÁRODNE ČINNÝCH PODNIKOV <i>František HURNÝ</i>	15
FINANČNÁ SITUÁCIA PODNIKU SO ZAMERANÍM NA CUDZIE ZDROJE FINANCOVANIA MAJETKU <i>Jozef LUKÁČ – Eva MANOVÁ</i>	21
VÝZNAM A VYUŽITIE CVP ANALÝZY V POĽNOHOSPODÁRSKYCH PODNIKoch <i>Katarína TEPLICKÁ</i>	31
SPRÁVA Z PODUJATIA „ STRETNUTIE KATEDIER MARKETINGU – OSTRAVA 2018 “ <i>Jozef GAJDOŠ – Jana NAŠČÁKOVÁ</i>	39
SPRÁVA Z PODUJATIA „ FINANCIE, ÚČTOVNÍCTVO, DANE 2018 A ICH PRÁVNE ASPEKTY SO ZAMERANÍM NA SÚČASNÉ PROBLÉMY “ <i>Jozef LUKÁČ</i>	41

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE DEVELOPMENT OF MODERN CONCEPTS IN BUSINESS LOGISTICS

VPLYV DIGITALIZÁCIE NA ROZVOJ MODERNÝCH KONCEPCIÍ V PODNIKOVEJ LOGISTIKE

Patrik RICHNÁK

ABSTRACT

The aim of the paper is to analyze the impact of digitization on the development of modern logistic concepts on the basis of literary research and to point out their importance on the basis of foreign surveys. The contribution is divided into two parts. The first part is devoted to the definition of the digital economy and the Digital Economy and Society Index (DESI). The second part presents the current state of the topic of the contribution through a comparative and systematic analysis of modern logistics concepts, which under the influence of digitization represent an essential source of competitiveness in the market.

Key words: digitalization, business logistics, Industry 4.0, Big Data, RFID

ABSTRAKT

Cieľom príspevku je analyzovať na základe literárnej rešerše vplyv digitalizácie na rozvoj moderných logistických koncepcií a poukázať na ich dôležitosť na základe zahraničných prieskumov. Príspevok je rozdelený na dve časti. Prvá časť príspevku je venovaná vymedzeniu digitálnej ekonomiky a Indexu digitálnej ekonomiky a spoločnosti (DESI). Druhá časť prezentuje aktuálny stav témy príspevku prostredníctvom komparatívnej a systémovej analýzy moderných logistických koncepcií, ktoré pod vplyvom digitalizácie predstavujú nevyhnutný zdroj konkurencieschopnosti na trhu.

Kľúčové slová: digitalizácia, podniková logistika, Industry 4.0, Big Data, RFID

JEL CLASSIFICATION: L 86, L 90, M 11

INTRODUCTION

With the onset of digitization, radical changes have begun in all areas of business. New global markets, business models, advances in information and communication technologies and innovation in every business area are emerging. Business logistics is no exception. Under the impact of digitization, logistics forms the basis for the implementation of new modern manufacturing technologies, the transition to advanced production systems, and the differentiation of product offerings. With the term of digitalization have been mentioned in business logistics of new concepts. These are modern concepts that are associated with digital technology innovations.

The aim of the contribution is to describe selected modern concepts in business logistics. Their development is influenced by the impact of company level digitalization. In the contribution will be defined first by The Digital Economy and The Digital Economy and Society Index (DESI). Thereafter, will be describe selected modern concepts in business

logistics under the influence of digitization where it belongs: Industry 4.0, Big Data and Radio Frequency Identification (RFID).

1 THE THEORETICAL DEFINITION OF THE DIGITAL ECONOMY

The information and communication technologies and the Internet are now an integral part of every economy. The development of the economy brings the transformation to a new economy. The term "new economy" is linked to the term digital economy. On the basis of literary research, we will define the term digital economy from the point of view of several authors.

The digital economy can be defined differently. Its definition (Cohen & Bradford DeLong & Zysman, 2000) results from the development of innovation through information and communication technologies and the use of terms such as post-industrial society, the knowledge economy, the new economy, the online economy and e-economy. Several experts say that the digital economy is more developed and more complex than the internet economy and that it is not synonymous with the knowledge economy and network economy.

Shaw (2015) defines it as a digital economy as an economy, where e-commerce methods and technologies are present an important factor in business success or failure, economic growth and social change.

The digital economy (Chistyakov, 2010) is a system to which each company or individual access. Everyone can get information about any other subject and perform transactions directly without existing intermediaries within the hierarchy.

The digital economy (OECD, 2012) consists of markets that are based on digital technologies, which facilitate the trade in goods and services through e-commerce. The expansion of the digital sector has been a key driver of economic growth in recent years.

The digital economy consists of four basic elements. Kehal & Singh (2004), who argue that the basic elements of the digital economy are:

- digitization and intensive use of information and communication technologies,
- codification of knowledge,
- transformation of information into commodities,
- new ways of organizing work and production.

Esfangareh & Hojehgan (2011) argue that the importance of the digital economy is the same as that of the Internet economy. According to the authors, the digital economy allows to trade digital products and services through e-business and online e-commerce. Cooperation takes place with partners and customers who perform transactions via the Internet and digital technologies. With the increase in population and the mobilization of resources, the digital economy is not limited to doing business in shops and services. The digital economy focuses on every aspect of society's life. Great attention is paid to the continuous dramatic growth of e-business and e-commerce, which has been experiencing rapid growth in recent years.

2 MATERIAL AND METHODOLOGY

The theme of the contribution was drafted on the basis of literary research. In the contribution was use in particular foreign literature and foreign research. Out of the foreign literature were used electronic information sources, such as: electronic documents and electronic databases. Out of the foreign researches have been used international foreign surveys that deal with the issue in question. The contribution contains also pictures which are in the form of graphs and give a realistic overview of the issue. Selected modern concepts in business logistics were analyzed under the impact of digitalization by foreign

surveys: PricewaterhouseCoopers and The Statistics Portal. Data on the Digital Economy and Society Index was obtained from the European Commission database.

We used system analysis, comparative analysis and other classical methods such as synthesis, comparison and deduction for the processing of information and knowledge in the paper on modern concepts under the influence of digitalization.

3 THE DIGITAL ECONOMY AND SOCIETY INDEX

The area of the digital economy is constantly being improved and expanded. There are several indices in the world that compare the level of the digital economy of countries in the world. We will analyze in the contribution - The Digital Economy and Society Index (DESI). The DESI index is an analytical tool that provides key information for the successful implementation of the digital single market with the goal of creating better conditions for citizens and companies in the area of ICT use.

The Digital Economy and Society Index (DESI) is a composite index that summarizes relevant indicators on Europe's digital performance and tracks the evolution of EU member states in digital competitiveness (European Commission, 2018).

The DESI is composed of five principal policy areas which regroup overall 34 indicators (European Commission, 2018):

1. Connectivity - dimension measures the deployment of broadband infrastructure and its quality. Access to fast and ultrafast broadband-enabled services is a necessary condition for competitiveness.
2. Human Capital - dimension measures the skills needed to take advantage of the possibilities offered by digital.
3. Use of Internet Services - dimension accounts for a variety of online activities, such as the consumption of online content (videos, music, games, etc.) video calls as well as online shopping and banking.
4. Integration of Digital Technology - dimension measures the digitisation of businesses and e-commerce. By adopting digital technologies, businesses can enhance efficiency, reduce costs and better engage customers and business partners. Furthermore, the Internet as a sales outlet offers access to wider markets and potential for growth.
5. Digital Public Services - dimension measures the digitisation of public services, focusing on eGovernment and eHealth. Modernisation and digitisation of public services can lead to efficiency gains for the public administration, citizens and businesses alike.

Figure 1 can be seen Digital Economy and Society Index (DESI) 2018 ranking. The most developed digital economies in the EU include Denmark, Sweden, Finland and the Netherlands. Advanced digital economies have also Luxembourg, Ireland, United Kingdom, Belgium and Estonia. The least developed digital economy is Romania, Greece and Italy. Slovakia ranks 20th out of the 28 EU Member States in the European Commission's Digital Economy and Society Index (DESI) 2018. While its ranking remained unchanged from 2017, its score increased due to an improved performance in all of the DESI dimensions measured.

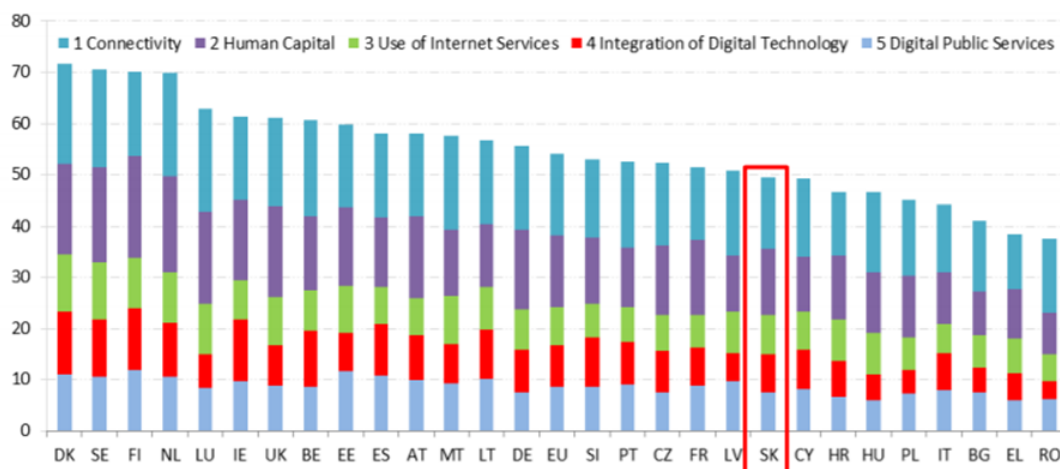


Figure 1: Digital Economy and Society Index (DESI) 2018 ranking
Source: European Commission, 2018

Figure 2 can be seen DESI 2018 – relative performance by dimension. Citizens in Slovakia use the internet on average. The availability of fixed broadband and 4G services is not expanded to the extent necessary, but ultrafast broadband coverage is well above the EU average. Human capital is below the EU average. In the field of electronic public administration, Slovakia is successfully advancing, but the number of eGovernment users is lower than the EU average. The transition to digital technology will only be possible through improvements to broadband infrastructure.

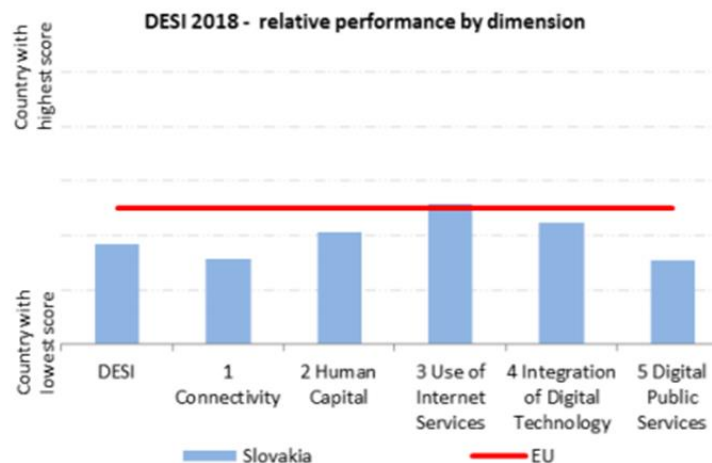


Figure 2: DESI 2018 – relative performance by dimension
Source: European Commission, 2018

4 BUSINESS LOGISTICS UNDER THE INFLUENCE OF DIGITIZATION

The new era of digitization forcing company to adapt to changes in the economy and introduce new modern concepts. Olexová & Gajdoš (2016) propose to use a logistics simulation game. The aim of the game is to manage internal transportation and to achieve the required logistics costs and use of the production line capacity per single shift.

The implementation of modern concepts is to be carried out throughout the process manufacturer. The aim is to create modern high-value technology products. An exception is not logistics which plays a key role in the digitization process and is subject to the application of new concepts. The theme of modern concepts in business logistics is very extensive. For this reason, selected modern concepts will be analyzed, which in the future will be an important factor that enterprises cannot forget. Out of selected modern concepts that the new era of digitalization must accept, will be analyzed: Industry 4.0, Big Data and Radio Frequency Identification (RFID).

PricewaterhouseCoopers has conducted a Global Industry 4.0 Survey with more than 2,000 respondents from nine major industrial sectors and 26 countries around the world. According to the survey, by 2020, up to US \$ 907 billion will be invested in modern digital technologies each year. For respondents, this represents an average of around 5% of annual revenues. Up to 55% of respondents expect return on investment during the first two years. Digital technologies enable shorter operational lead times, higher asset utilization and maximize product quality. Respondents expect to save US \$ 421 billion in costs each year for the next five years. An increase in annual revenues of US \$ 493 billion is also expected over the next five years in the industrial sectors we surveyed (Geissbauer & Vedso & Schrauf, 2016).

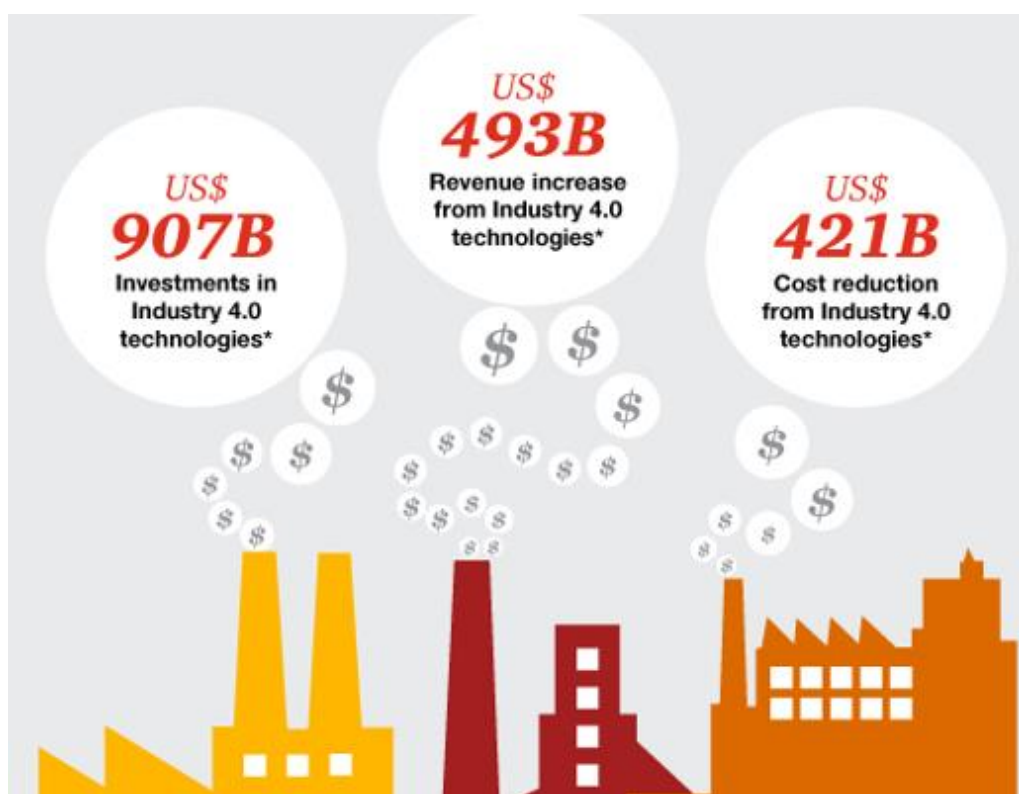


Figure 3: Expected investments in digital technologies by 2020

Source: PwC, 2016

An exception is not logistics which plays a key role in the digitalization process and is subject to the application of new concepts. The theme of modern concepts in business logistics is very extensive. For this reason, we have chosen to approach selected modern

concepts, which in the future will be a key factor for any business that cannot be forgotten. From the selected modern concepts that need to accept the new digitalization, we approach: Industry 4.0, Big Data and Radio Frequency Identification.

Industry 4.0 is The Fourth Industrial Revolution that digitizes the industrialization process. Industry 4.0 is driven by technical innovations, cyber-physical systems in production and logistics processes. Industry 4.0 has been defined by several authors and we will define their definitions in the following part of the contribution.

McDougall (2014) says Industry 4.0 refers to the Fourth Industrial Revolution. The final vision was created in the final report of the development team as a tool to secure the future of the German industry.

Vision Industry 4.0 (Rouse, 2018) has resulted in smart factories and full use of digital production, where the result will be a fully interoperable ecosystem of machines where data will inform and direct actions across the supply chain in the right and most efficient direction.

The Bencont Group (2016) defines Industry 4.0 as the Fourth Industrial Revolution, which changes the way we work, we live and communicate with each other. This is especially the rapid streamlining and a deeper interconnection of the production process.

The benefits of Industry 4.0 are significant (Lorenz & Rüßmann & Strack & Lueth & Bolle, 2015). Manufacturing companies will increase the flexibility of their production lines by implementing modern technologies such as robots or 3D printers. They will be able to offer more customization products. This improves their performance and profitability. The implementation of new business models and to expand after-sales service may lead companies to expand their portfolio and to tap into new markets.

The main characteristics of the Industry 4.0 include (Deloitte, 2015):

- Vertical networking of smart production systems – this vertical networking uses cyber-physical production systems to enable plants to react rapidly to changes in demand or stock level and to faults. Smart factories organize themselves and enable production that is customer-specific and individualised. This requires data to be extensively integrated.
- Horizontal integration via a new generation of global value chain networks – these new value-creation networks are real-time optimized networks that enable integrated transparency, offer an important level of flexibility to respond more rapidly to problems and faults and facilitate better global optimization.
- Through-engineering across the entire value chain – data and information are also available at all stages of a product's life cycle, enabling new, more flexible processes to be defined from data via modelling to prototypes and the product stage.
- Acceleration through exponential technologies – artificial intelligence, advanced robotics and sensor technology have the potential to increase autonomy further still and to speed up individualization and flexibilization.

In the contribution, we describe Big Data as the second modern concept in business logistics. Big Data caused a revolution in enterprises, because their exploitation will result in a reduction in costs and obtaining information that affects the internal productivity of the enterprise. Utilizing Big Data in logistics speeds up processes and it helps to improve the use of information and work with them.

Gartner (2012) defines Big Data as high-volume, high-velocity and/or high-variety information assets that demand cost-effective, innovative forms of information processing that enable enhanced insight, decision making, and process automation. Chowdhury (2017) says Big Data helps enterprises save time and money because real-time analysis allows them

identify defect in production processes. Basically, the Big Data analysis contributes to the detection of the defect of the product at its manufacturing stage, therefore, the necessary modifications may be made before the product is placed on the market. Further processing of Big Data allows for better maintenance planning and optimization of machines and products, and thus can prevent possible failures.

Big Data can be distinguished from four views (Witkowski, 2017):

- Volume - Big Data refers to datasets whose size exceeds the capacity of ordinary tools for collection, storage, management and analysis" – it relates to the technological capabilities to manage these data.
- Variety - Origin of Big Data is different. They can be accumulated from enterprise systems, social networking, internet, videos, etc. These data change dynamically and are very unstructured, which means that they are not suited to traditional forms of analysis.
- Velocity – Data analysis is carried out on Big Data in near real time, as the correct conclusions from the constantly flowing and changing data need to be implemented on an ongoing basis.
- Value - the general aim is to isolate the whole mass of information to what is most important for us – this is why it is so important that the results reflect the actual conditions and led to the most favorable business activities.

In Figure 4, we have Big Data market size revenue forecast worldwide from 2011 to 2027. The statistic shows a revenue forecast for the global big data industry from 2011 to 2027. In 2018, the global Big Data market size to grow to US \$ 42 billion in size. The increase compared to 2011 is by US \$ 34.4 billion. It is assumed that revenue from Big Data market size will be US \$ 103 billion in 2027.

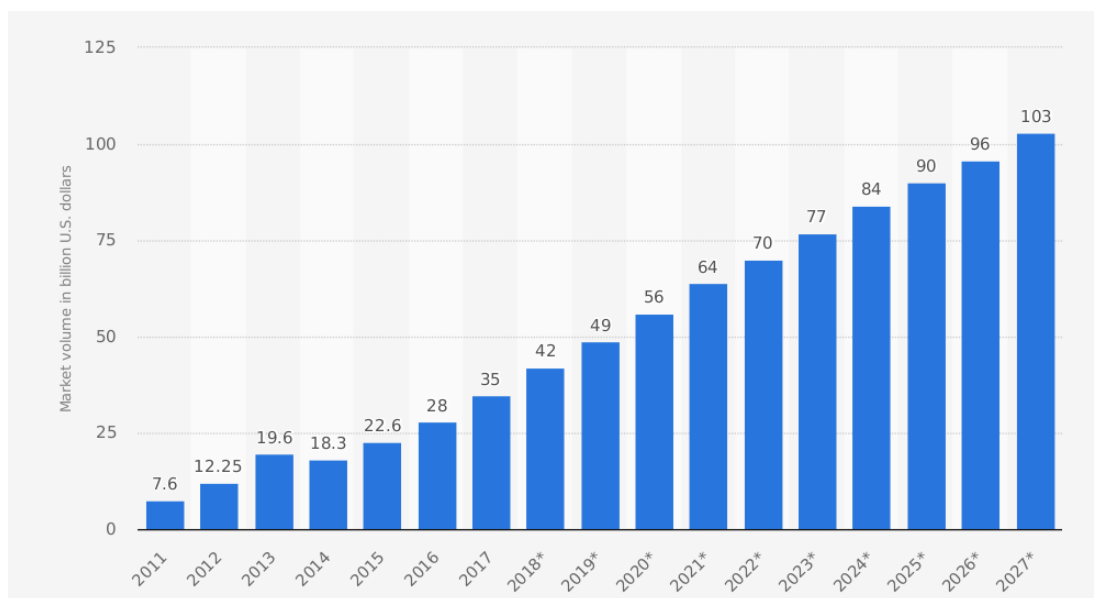


Figure 4: Big Data market size revenue forecast worldwide from 2011 to 2027

Source: The Statistics Portal, 2018

Radio Frequency Identification is the third characterized modern concept in business logistics. This concept is an integral part of digitalization. Business logistics is the basis for

the development of modern logistics under the impact of digitization with the use of information technology.

Radio Frequency Identification (Sommerová, 2009) is modern technology, which uses Radio Frequency Identification system for objects using radio frequency waves. This technology is used in data processing in many industries and replaced the classic barcodes, because it is faster, so the transfer takes place instantly, precisely and in both directions. Information is electronically transmitted and stored in small chips, thus stored data can be loaded back also repeatedly rewrite. The main advantage is mass read, the reader can read hundreds of tags (identifiers) per minute at once. Radio frequency identification has three basic elements - antenna, reader and transponder (for example, card, bracelet, key chain). The reader module is connected to the antenna.

Radio Frequency Identification (MacDougall, 2014) is contactless communication is linked to barcodes. The carrier medium of information transmission are chips, which are either read or used to write data and read. RFID chips can be divided into two groups on active chips and passive chips. Passive chips are much cheaper and includes a power capacitor, which when capturing the electromagnetic pulses of the transmitter, uses the received energy to charge the capacitor and then send the answer. Passive chips transmit a number or have another memory into which they write or report more information. In addition, active chips have a power supply in addition to passive chips, so this chip can actively send information about itself and can be accurately searched for.

Radio Frequency Identification is used in: transport (identification of means of transport and containers), warehouse management (identification of storage units), production, control of movement of persons (employee registration) protection of objects against their removal from the reserved area, healthcare and so on. In logistics, Radio Frequency Identification is used, for example, in identifying vehicles and driving controls.

Figure 5 shows the size of the RFID tags market from 2016 to 2020. In 2018, the global market for RFID tags is US \$ 17.6 billion. The increase compared to 2016 is US \$ 5 billion. In 2020, the global market for RFID tags is expected to be about US \$ 24.5 billion.

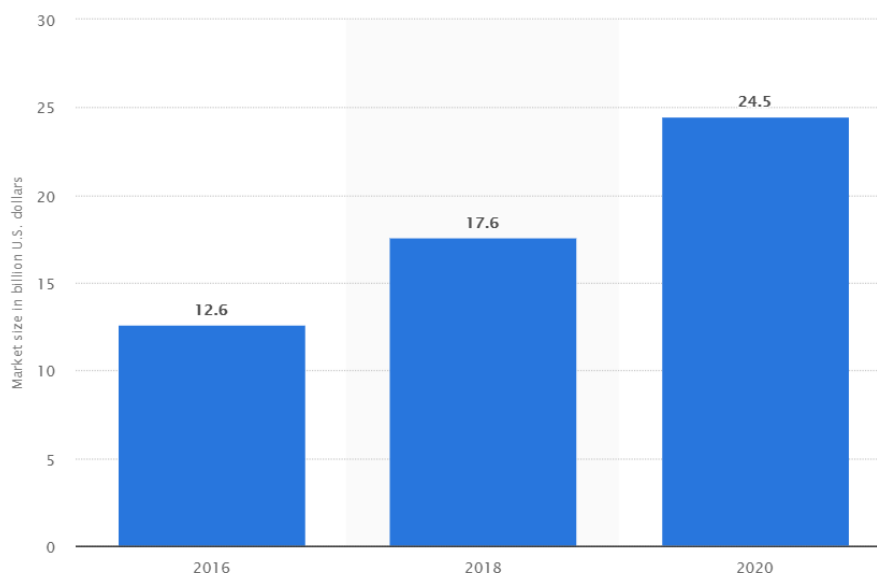


Figure 5: Projected size of the global market for RFID tags from 2016 to 2020
Source: *The Statistics Portal, 2018*

CONCLUSIONS

We live in a period of technical advance, the development of new technologies and the digital transformation of the industry. Customers are still focusing on product quality, and enterprises are looking for ways to reduce production costs, accelerate and simplify the production process. One of the effective ways to achieve this is to use modern logistics concepts.

The development of modern concepts affects each area of the enterprise. The impact of digitalization brings enterprises of radical changes. For this reason, it is necessary to respond promptly to all changes. It is important for each enterprise to realize that, in addition to shortening the product innovation cycle, shortening delivery times, minimizing costs, it is a strategic factor to maintain an excellent level of supplier/customer relationship, which is possible by the availability to new forms of logistics concepts. Implementation and use of modern logistics concepts make all business logistics processes more efficient, which is a presumption of competitiveness on the market. Nowadays, are successful those who adapt to digitalization and innovate the business activity with new logistics concepts.

ACKNOWLEDGEMENTS

This contribution is a partial output of the Project of Young Teachers, Researchers and Full-time PhD. Students at University of Economics in Bratislava No. I-18-102-00 Implementation of modern concepts in business logistics in Slovakia in the era of digital technology.

REFERENCES

- BENCONT GROUP. 2014. *Industry 4.0*. [online]. [accessed 21. 10. 2018]. Available at the URL: <http://www.bencont.sk/trhove-analyzy/trhove-analyzy/industry-4-0.html>.
- COHEN, S. S. – BRADFORD DELONG, J. – ZYSMAN, J. 2000. *Tools for Thought: What is New and Important about the "E-economy"?*. Berkeley: University of California. [online]. [accessed 23. 10. 2018]. Available at the URL: <https://cloudfront.escholarship.org/dist/prd/content/qt0c97w1gn/qt0c97w1gn.pdf?t=kro734>.
- Deloitte: Industry 4.0 Challenges and solutions for the digital transformation and use of exponential technologies. 2015. [online]. [accessed 22. 10. 2018]. Available at the URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/manufacturing/ch-en-manufacturing-industry-4-0-24102014.pdf>.
- European Commission. 2018. *Digital Economy and Society Index (DESI) 2018 Country Report Slovakia*. [online]. [accessed 01. 11. 2018]. Available at the URL: http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/sk-desi_2018-country-profile_eng_B4415E7E-9154-E26E-7B403212919F3F7C_52238.pdf.
- European Commission. 2018. *The Digital Economy and Society Index (DESI)*. [online]. [accessed 02. 11. 2018]. Available at the URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/desi>.
- GARTNER. 2018. Big Data. *IT Glossary*. [online]. [accessed 17. 10. 2018]. Available at the URL: <https://www.gartner.com/it-glossary/big-data/>.
- GEISSBAUER, R. – VEDSO, J. – SCHRAUF, S. 2016. *Industry 4.0: Building the digital enterprise*. [online]. [accessed 15. 10. 2018]. Available at the URL:

- <https://www.pwc.com/gx/en/industries/industries-4.0/landing-page/industry-4.0-building-your-digital-enterprise-april-2016.pdf>.
- HOJEGHAN, S. – ESFANGAREH, A. N. 2011. Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 19, pp. 308-316.
- CHISTYAKOV, A. Ye. 2010. Network economy [online]. [accessed 08. 11. 2018]. Available at the URL: <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20110404.pdf>.
- CHOWDHURY, A. P. 2017. Empowering Industry 4.0 by leveraging the scope of Big Data. *Analytics India Magazine/Data Science, Big Data, Artificial Intelligence*. [online]. [accessed 25. 10. 2018]. Available at the URL: <http://analyticsindiamag.com/empowering-industry-4-0-leveraging-scope-big-data/>.
- LORENZ, M. – RÜßMANN, M. – STRACK, R. – LUETH, K., L. – BOLLE, M. 2015. *Man and Machine in Industry 4.0: How will technology transform the industrial workforce through 2025?* [online]. [accessed 06. 11. 2018]. Available at the URL: http://englishbulletin.adapt.it/wp-content/uploads/2015/10/BCG_Man_and_Machine_in_Industry_4_0_Sep_2015_tcm80-197250.pdf.
- KEHAL, H. S. – SINGH, V. P. 2005. *Digital Economy: Impacts, Influences and Challenges*. Hershey: Idea Group Publishing, 2005. 395 p. ISBN 978-1-59140-363- 0.
- MACDOUGALL, W. 2018. *Industrie 4.0 - Germany Market Report and Outlook*. [online]. [accessed 27. 10. 2018]. Available at the URL: http://www.gtai.de/GTAI/Content/EN/Invest/_SharedDocs/Downloads/GTAI/Industry-overviews/industrie4.0-germany-market-outlook-progress-report-en.pdf?v=12.
- MACDOUGALL, W. 2014. *Industrie 4.0: Smart Manufacturing for the Future*. [online]. [accessed 28. 10. 2018]. Available at the URL: https://www.gtai.de/GTAI/Content/EN/Invest/_SharedDocs/Downloads/GTAI/Brochures/Industries/industrie4.0-smart-manufacturing-for-the-future-en.pdf?v=8.
- OECD. 2012. *The Digital Economy*. [online]. [accessed 04. 11. 2018]. Available at the URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf>.
- OLEXOVÁ, C. – GAJDOS, J. 2016. Logistics simulation game proposal – a tool for employees' induction. *Quality Innovation Prosperity*, 20 (2), pp. 53-68.
- PWC. 2016. *How Industry 4.0 changes business*. [online]. [accessed 04. 11. 2018]. Available at the URL: <https://usblogs.pwc.com/emerging-technology/how-industry-4-0-changes-business/>.
- ROUSE, M. 2018. Industry 4.0. *TechTarget*. [online]. [accessed 04. 11. 2018]. Available at the URL: <https://searcherp.techtarget.com/definition/Industry-40>.
- SHAW, M. J. 2015. *E-Commerce and the Digital Economy*. New York: Routledge, 2015. 304 p. ISBN 978-0-7656-1150-5.
- SOMMEROVÁ, M. 2009. *Základy RFID technologií*. [online]. [accessed 13. 11. 2018]. Available at the URL: <https://docplayer.cz/3689532-Zaklady-rfid-technologiei.html>.
- The Statistics Portal. 2018. *Forecast of Big Data market size, based on revenue, from 2011 to 2027 (in billion U.S. dollars)*. [online]. [accessed 07. 11. 2018]. Available at the URL: <https://www.statista.com/statistics/254266/global-big-data-market-forecast/>.
- The Statistics Portal. 2018. *Projected size of the global market for RFID tags from 2016 to 2020 (in billion U.S. dollars)*. [online]. [accessed 07. 11. 2018]. Available at the URL: <https://www.statista.com/statistics/299966/size-of-the-global-rfid-market/>.
- WITKOWSKI, K. 2017. Internet of Things, Big Data, Industry 4.0 – Innovative Solutions in Logistics and Supply Chains Management. *Procedia Engineering* 182, pp. 763–769.

INFORMÁCIE O AUTOROVI

Ing. Patrik Richnák, PhD.

Department of Production Management and Logistics
Faculty of Business Management
University of Economics in Bratislava
Dolnozemska cesta 1/b
852 35 Bratislava
e-mail: patrik.richnak@euba.sk

HODNOTENIE VÝKONNOSTI MEDZINÁRODNE ČINNÝCH PODNIKOV

PERFORMANCE EVALUATION OF INTERNATIONALLY ACTIVE ENTERPRISES

František HURNÝ

ABSTRAKT

V článku sa zaoberáme možnosťami hodnotenia výkonnosti medzinárodne činných podnikov. Prvou možnosťou ako k tomu pristupovať je hodnotenie výkonnosti na základe porovnávania dvoch skupín podnikov – exportérov a neexportérov, resp. úspešných a neúspešných exportérov. Na druhej strane, druhou možnosťou je zameranie sa na exportnú výkonnosť meranú prostredníctvom ukazovateľov, ktoré popisujeme v druhej kapitole tohto príspevku.

Kľúčové slová: internacionalizácia, podnik, hodnotenie, výkonnosť, export

ABSTRACT

In this paper we focus on the performance evaluation of internationally active enterprises. The first option to do so is to evaluate performance by comparing of two groups of enterprises – exporters and non-exporters or successful and unsuccessful exporters. On the other hand, the second option is the focus on export performance measured through the indicators we describe in the second chapter of this paper.

Key words: internationalization, enterprise, evaluation, performance, export

JEL KLASIFIKÁCIA: L25

ÚVOD

Hodnotenie výkonnosti podnikov ponúka veľké množstvo možností, ktorými sa je možné uberať. Samotný výber analyzovaných podnikov, resp. odvetví a krajín, v ktorých pôsobia, výber ukazovateľov, použitých metód či voľba časového rozpätia analýzy prinášajú veľa alternatív pre hodnotenie výkonnosti podnikov. Táto oblasť je v literatúre pomerne rozšírená, o čom svedčí veľké množstvo publikácií, ktoré sa jej venujú. Postupom času sa jednotlivé výskumy menia, kedy autori neustále rozširujú a inovujú ukazovatele či metódy pre hodnotenie výkonnosti. Jednou zo skutočností, ktorá vyplýva z neustáleho prepájania sa jednotlivých ekonomík je fakt, že autori hodnotia výkonnosť podnikov, ktoré sú zapojené do medzinárodného podnikania, teda ich činnosť presahuje hranice ich domovského štátu na základe ich vstupu na zahraničný trh. V príspevku sa preto zaoberáme medzinárodne činnými podnikmi a možnosťami hodnotenia ich výkonnosti.

1 INTERNACIONALIZÁCIA PODNIKANIA

Internationalizácia ako pojem stojí nad všetkými formami vstupu na zahraničný trh. Pri tomto (v ekonomickej teórii pomerne mladom) pojme nenachádzame podobne ako

napríklad pri pojme výkonnosť jednotnú a všeobecnú definíciu. Postupom času autori prichádzajú s novými definíciami, ktorými sa snažia reagovať na meniace sa podmienky na svetových trhoch a dopĺňajú tak tradičné vymedzenia tohto pojmu.

Internacionalizáciu ako vyjadrenie geografickej expanzie ekonomických činností cez národné hranice definujú Ruzzier et al. (2006). Podľa Andersena (1997) je internacionalizácia procesom výberu (zahraničného) trhu a stratégie vstupu. Prange a Verdier (2011) hovoria o internacionalizácii ako o procese zachytávajúcom kroky, ktoré sledujú podniky snažiac sa o využívanie celosvetových príležitostí. Napokon Knight (2016) tvrdí, že internacionalizácia je na národnej, sektorovej a inštitucionálnej úrovni definovaná ako proces integrácie medzinárodného, medzikultúrneho alebo globálneho rozmeru do účelu, funkcií alebo poskytovania postsekundárneho vzdelávania.

V oblasti východísk, resp. teórií internacionalizácie, existuje niekoľko prístupov, ktoré sa zaoberajú skúmaním toho, aké sú príčiny expanzie podnikov do zahraničia. Podľa Cuervo-Cazurru (2011) spoločným znakom všetkých teórií je skutočnosť, že vlastníci vnímajú svoje podniky ako podniky s určitou špecifickou výhodou, ktorá by mohla byť použitá pre dosiahnutie rastu tržieb prostredníctvom pôsobenia na zahraničných trhoch.

Teórie internacionalizácie a ich členenie do podskupín sa líšia v závislosti od autormi zvolených kritérií, preto v ďalšej časti príspevku v krátkosti charakterizujeme len vybrané modely bez ohľadu na ich príslušnosť do vybranej skupiny teórií internacionalizácie.

- **fázové modely** – tieto modely internacionalizácie predpokladajú, že internacionalizácia je progresívny proces skladajúci sa z niekoľkých postupných krokov (Danciu, 2012). Vo všeobecnosti tak môžeme povedať, že podniky svoje aktivity v zahraničí rozvíjajú postupne v rámci za sebou nasledujúcich krokov. To si môžeme popísať na najznámejšom fázovom modeli a to Uppsala modeli internacionalizácie. Podľa tohto modelu podnik prechádza nasledujúcimi fázami internacionalizácie (Johanson a Vahlne, 1977): žiadny pravidelný vývoz, vývoz prostredníctvom nezávislých sprostredkovateľov, založenie zahraničnej predajne dcérskej spoločnosti, zahraničná výrobná spoločnosť.
- **model životného cyklu** – podľa tohto fázového modelu spôsoby internacionalizácie súvisia so životným cyklom produktu, a to v troch krokoch: fáza nového produktu, fáza dozrievajúceho produktu, fáza štandardizovaného produktu (Danciu, 2012).
- **model Danielsa a Radebaugha (1998)** – vo svojom modeli integrujú teoretické východiská do modelu, v ktorom je následne možné identifikovať kritické momenty prechodu medzi jednotlivými fázami.
- medzi ďalšie teórie patria kontingenčné modely, teória transakčných nákladov, interaktívny model, teória medzinárodného podnikania a iné.
- **teória international new ventures** – táto teória vnikla ako protiklad k tradičným fázovým modelom, keďže je náročné aplikovať jednotlivé fázy tradičných modelov na podniky, ktoré na zahraničné trhy vstupujú v súčasnosti. Podľa Danciu (2012) podnik nemusí prechádzať všetkými fázami internacionalizácie, ale môže sa internacionalizovať aj v jednom kroku.

Medzinárodne činný podnik

V predchádzajúcej časti príspevku sme si priblížili pojem internacionalizácia a jej vybrané teórie. Na základe definície či podstaty jednotlivých teórií je zrejmé, že podniky zapojené do procesu internacionalizácie sú zapojené do medzinárodného podnikania na

zahraničných trhoch. Podniky môžu využívať rôzne formy, ako sa dostať na zahraničné trhy: (priamym a nepriamym) exportom, pohybom know-how alebo kapitálovým vstupom.

Pri bližšom pohľade na formy vstupu na zahraničný trh môžeme konštatovať, že export je najbežnejší (Abor 2011; Sousa, 2004) a atraktívny (Katsikeas et al. 2000) spôsob, akým podniky vstupujú na zahraničné trhy. Nadväzujúc na predchádzajúce odseky, export v rámci internacionalizácie považujeme za jeden z prvých krokov podnikov, ktoré sa chcú zapojiť do medzinárodného podnikania.

Export ako taký môžeme v najvšeobecnejšej rovine charakterizovať ako predaj výrobkov a služieb vyrobených v domácej krajine na zahraničných trhoch (Aghdaie et al., 2012). Export ako najbežnejšia forma vstupu na zahraničné trhy je pomerne atraktívnym spôsobom, akým sa podniky môžu zapájať do medzinárodného podnikania. Jednou z jeho veľkých výhod je (na rozdiel od iných foriem vstupu) kapitálová nenáročnosť, čo umožňuje realizáciu exportu nielen veľkým, ale aj malým a stredným podnikom. Okrem množstva priamych aj nepriamych výhod, ktoré plynú pre podniky z takéhoto zapojenia sa do medzinárodného podnikania, export prináša aj výhody pre samotné národné hospodárstvo v domovskej krajine.

Export a exportné správanie je ďalšou z množstva oblastí, ktorá sa teší veľkému záujmu autorov. Na druhej strane je nutné podotknúť, že ani tu nenachádzame jednoznačné vymedzenie tejto problematiky. Calof (1994) identifikoval dva výskumné smery, ktorými je možné sa uberať pri skúmaní exportného správania:

- 1. smer – hľadanie rozdielov medzi dvoma skupinami podnikov – exportéri a neexportéri,
- 2. smer – stanovenie charakteristík, v ktorých sa odlišujú úspešní a neúspešní exportéri.

Zhrnutím predchádzajúcich poznatkov dochádzame k definícii, kedy *za medzinárodne činný podnik považujeme taký podnik, ktorý realizuje aspoň jednu svoju aktivitu, resp. činnosť v zahraničí, t.j. prechádza aspoň jednou fázou internacionalizácie, resp. využíva aspoň jednu formu vstupu na zahraničný trh.*

2 EXPORTNÁ VÝKONNOSŤ

V predchádzajúcej podkapitole sme uviedli, že jednou z možností ako skúmať export, je na základe porovnávania exportérov a neexportérov, resp. úspešných a neúspešných exportérov. Druhou možnosťou ako skúmať export je zameranie sa na samotnú exportnú výkonnosť. Rovnako ani tu nenachádzame jednotnú a všeobecnú definíciu pojmu exportná výkonnosť. Podobne ako pri pojme výkonnosť, aj tu sa autori zameriavajú na jej merania na základe vybraných premenných. Exportný výkon je najčastejšie podrobovaný skúmaniu na základe ukazovateľov, ktoré môžeme rozdeliť na ekonomické a neekonomické (Katsikeas et al., 2000), resp. objektívne a subjektívne (Sousa, 2004).

Katsikeas et al. (2000) vo svojej práci skúmali 103 štúdií zaoberajúcich sa exportným výkonom podnikov. V nasledujúcej Tabuľke 1 uvádzame ukazovatele, ktoré boli identifikované ako najčastejšie používané podľa skupín, do ktorých ich začlenili autori prieskumu.

Ako môžeme pozorovať v nasledujúcej Tabuľke 1, všetky najpoužívannejšie ukazovatele pochádzajú zo skupiny ekonomických ukazovateľov, z čoho štyri sú spojené s exportnými tržbami. Čo sa týka neekonomických ukazovateľov, všetky identifikované ukazovatele sa v skúmaných štúdiách vyskytli len raz alebo dvakrát. Výnimku tvoril ukazovateľ Počet exportných krajín, ktorý autori identifikovali päťkrát.

Tabuľka 1: Najpoužívanéjšie ukazovatele exportného výkonu (1)

	Početnosť výskytu	Početnosť výskytu (%)
Ukazovatele súvisiace s predajom		
Pomer exportných tržieb k celkovým tržbám	57	61
Rast exportných tržieb	41	44
Objem exportných tržieb	20	22
Rast pomeru exportných tržieb	12	14
Ukazovatele súvisiace so ziskom		
Ziskovosť exportu	20	22

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Katsikeas et al. (2000)

Sousa (2004) sa zamerail na identifikáciu ukazovateľov exportného výkonu na základe ich rozdelenia na objektívne (ukazovatele vyjadrené v absolútnych hodnotách) a subjektívne (ukazovatele merajúce vnímanie, resp. postoj, najčastejšie vyjadrené prostredníctvom škály), čo môžeme pozorovať v nasledujúcej Tabuľke 2.

Tabuľka 2: Najpoužívanéjšie ukazovatele exportného výkonu (2)

	Početnosť výskytu	Početnosť výskytu (%)
Objektívne ukazovatele		
Exportná intenzita	16	37
Rast exportných tržieb	12	28
Subjektívne ukazovatele		
Rast exportných tržieb	14	33
Exportná ziskovosť	18	42
Podiel na exportnom trhu	11	26
Celkový exportný výkon	12	28

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Sousa (2004)

Rovnako ako v predchádzajúcom prípade, aj tu uvádzame len najčastejšie používané ukazovatele exportného výkonu. Aj tu môžeme pozorovať vysoký výskyt ukazovateľov spojených s exportnými tržbami, keďže v tomto prípade ukazovateľ Exportná intenzita predstavuje podiel tržieb z exportu na celkových tržbách podniku.

V nasledujúcej časti tejto podkapitoly sa zameriame na novší výskum, ktorý realizovali Chen et al. (2016) v oblasti determinantov exportnej výkonnosti - tento prieskum literatúry zameraný na články z oblasti exportnej výkonnosti zahŕňa články za obdobie 2006-2014.

Títo autori preskúmali celkovo 124 článkov nachádzajúcich sa v 30 žurnáloch. Aby článok mohol byť zaradený, musel okrem podmienky doby vydania (2006-2014) spĺňať nasledujúce tri podmienky: exportná výkonnosť bola zároveň závislou premennou, exportná výkonnosť bola testovaná najmä na úrovni podnikov, výskum bol empirickej povahy, t.j. v článku boli analyzované dáta a použité štatistické testy.

Čo sa týka ukazovateľov exportnej výkonnosti, autori poukazujú na veľkú nejednotnosť a roztrieštenosť. V týchto článkoch identifikovali celkovo 53 rôznych

ukazovateľov, pričom 23 z nich bolo použitých raz, prípadne dvakrát. Rovnako ako Katsikeas et al. (2000), aj tu autori pracovali s (častejšie využívaným) rozdelením ukazovateľov na ekonomické a neekonomické. Najpoužívanejšími ekonomickými ukazovateľmi sú ziskovosť exportu (51), rast exportných tržieb (45) exportné tržby (38) a exportná intenzita (36). Na druhej strane medzi najpoužívanejšie neekonomické ukazovatele patria exportná výkonnosť (25) a dosiahnutie exportných cieľov (15).

ZÁVER

V našom príspevku sme sa zamerali na hodnotenie výkonnosti medzinárodne činných podnikov. Na základe štúdie literatúry môžeme export definovať ako najčastejšie využívanú a najjednoduchšiu formu vstupu podniku na zahraničný trh. To pri hodnotení výkonnosti ponúka možnosť porovnávania dvoch skupín podnikov – exportérov a neexportérov alebo úspešných a neúspešných exportérov. Na základe rešerši literatúry zameraných na exportnú výkonnosť, ktoré realizovali Katsikeas et al. (2000), Sousa (2004) a Chen et al. (2016) a výsledky ktorých prezentujeme v druhej kapitole tohto príspevku konštatujeme, že pri hodnotení výkonnosti medzinárodne činných podnikov je možné zamerať sa aj na samotnú exportnú výkonnosť. Títo autori zároveň identifikovali premenné, ktoré sú najčastejšie využívané pri tomto hodnotení: exportná intenzita, rast a objem exportných tržieb či ziskovosť exportu.

Príspevok bol riešený v rámci projektu I-18-107-00: Data Science: využitie metód strojového učenia na prediktívnu analýzu podnikových dát.

LITERATÚRA

- ABOR, J. DO Export Status and Export Intensity Increase Firm Performance? In *Thunderbird International Business Review*. 2011, 53.1. p- 9-18 ISSN 1520-6874.
- AGHDAIE, S. F. A. et al. 2012. Identifying the Barriers to Iran's Saffron Export by Using Porter's Diamond Model. In *International Journal of Marketing Studies*. 2012. vol. 4:5. p. 129-138. ISSN 1918-7203.
- ANDERSEN, O. 1997. Internationalization and Market Entry Mode: A Review of Theories and Conceptual Frameworks. In *Management International Review*. 1997. vol. 37. p. 27- 42. ISSN 1861-8901.
- CALOF, J. L. 1994. The Relationship between Firm Size and Export Behavior Revisited. In *Journal of International Business Studies*. 1994. vol. 25:2. p. 367-387. ISSN 1478-6990.
- CHEN, Jieke; SOUSA, Carlos MP; HE, Xinming. The determinants of export performance: a review of the literature 2006-2014. In *International Marketing Review*, 2016, 33.5: 626-670. ISSN: 0265-1335.
- CUERVO-CAZURRA, A. Selecting the country in which to start internationalization: The non-sequential internationalization model. In *Journal of World Business*, 2011, 46.4. p. 426-437. ISSN 1090-9516.
- DANCIU, V. Models for the Internationalization of the Business: A Diversity-Based Approach. In *Management and Marketing*. 2012, 7.1, p. 29-42. ISSN 2069-8887.
- DANIELS, J. D. – RADEBAUGH, L. H. *International Business: Environments and Operations*. Reading: Addison-Wesley, 1998. ISBN 0-201-84618-7.
- JOHANSON, J – VAHLNE, J. E. The internationalization process of the firm – A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. In *Journal of International Business Studies*. 1977, 8.1. p. 23-32. ISSN 1478-6990.

- KATSIKEAS, C. S. et al. 2000. Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development. In *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2000, Vol. 28.4: p. 493-511. ISSN 0092-0703.
- KNIGHT, Jane. Updated definition of internationalization. *International higher education*, 2015, 33.
- PRANGE, CH. – VERDIER, S. 2011. Dynamic capabilities, internationalization processes and performance. In *Journal of World Business*. 2011. vol. 48:1. p. 126-133. ISSN 1090-9516.
- RUZZIER, M. et al. 2006. SME internationalization research: past, present, and future. In *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2006. vol. 13: 4. p. 476- 497. ISSN 1462-6004.
- SOUSA, C. M. 2004. Export performance measurement: an evaluation of the empirical research in the literature. In *Academy of marketing science review*, 2004, 8.9. p. 1-22. ISSN 1869-8182.

INFORMÁCIE O AUTOROVI

Ing. František Hurný, PhD.

Katedra manažmentu
Podnikovohospodárska fakulta so sídlom v Košiciach
Ekonomická univerzita v Bratislave
Tajovského 13, 041 30 Košice
e-mail: frantisek.hurny@euke.sk

FINANČNÁ SITUÁCIA PODNIKU SO ZAMERANÍM NA CUDZIE ZDROJE FINANCOVANIA MAJETKU

THE FINANCIAL SITUATION OF THE COMPANY WITH REGARD TO FOREIGN SOURCES OF FINANCING ASSETS

Jozef LUKÁČ – Eva MANOVÁ

ABSTRAKT

Potreba zdrojov financovania je daná štruktúrou majetku, ktorý podnik potrebuje na prevádzkovanie činností. Podnik ponúkajúci bežne spotrebný tovar financuje svoju činnosť inak ako podnik zaoberajúci sa výrobou investičných celkov či podnik založený na výskume. Vo všetkých prípadoch platí, že základným zdrojom sú zdroje financovania vytvorené vlastným podnikaním. Externé zdroje „iba“ dopĺňajú vlastné a umožňujú tak rýchlejší rozvoj podnikania. Pri získavaní finančných zdrojov má lepšie možnosti podnik, ktorý má za sebou už niekoľko rokov úspešného podnikania, než podnik, ktorý začína. Príspevok sa venuje práve detailnej analýze cudzích – externých zdrojov financovania majetku.

Kľúčové slová: Cudzie zdroje, podnik, úver, finančná analýza

ABSTRACT

The need for funding sources is given by the structure of the asset that an enterprise needs to operate. An enterprise offering regular consumer goods finances its activity differently from an enterprise engaged in the production of investment units or an enterprise based on research. In all cases, the source is the sources of financing created by own business. External resources "only" complement their own and thus enable faster business development. In gaining financial resources, companies that have had a successful business for more than a start-up business have better opportunities. The contribution is devoted to a detailed analysis of foreign - external sources of property financing.

Key words: Foreign resources, business, credit, financial analysis

JEL KLASIFIKÁCIA: C 58, M 41

ÚVOD

Cudzí kapitál zahŕňa všetky druhy úverov, pôžičiek a záväzkov podnikateľských subjektov. Ide o rôzne formy bankových úverov, zdroje získané emisiou podnikových obligácií, priame pôžičky od iných podnikov a organizácií. (Kiselačková a kol. 2012, s. 110)

Majtan (2014, s. 303) definuje: cudzí kapitál je lacnejší ako kapitál vlastný a zároveň krátkodobý kapitál je lacnejší než dlhodobý kapitál (súvisí to s rastom rizika výnosnosti kapitálu s predlžovaním časového horizontu jeho investovania). Náklad za používanie cudzieho kapitálu je úrok a ostatné náklady spojené s jeho získavaním a administratívou, bankové a iné poplatky, provízie. Cudzí kapitál je vlastne dlh podniku, ktorý podnik musí v určenej dobe splatiť veriteľovi. Podľa tejto doby ho rozdelíme: na krátkodobý cudzí kapitál - poskytuje sa na dobu 1 roka a na dlhodobý cudzí kapitál - poskytuje sa na dobu dlhšiu ako 1 rok.

1 KRÁTKODOBÉ A DLHODOBÉ BANKOVÉ ÚVERY

V súčasnom období, keď sa stávajú dlhodobé zdroje financovania pre väčšinu podnikov takmer nedostupnými, nadobúdajú na význame krátkodobé zdroje financovania. Hlavnými zdrojmi krátkodobého financovania sú: nevyplatené mzdy, záväzky voči dodávateľom, krátkodobé bankové úvery, ostatné finančné zdroje (záväzky daňové, zo sociálneho zabezpečenia, položky časového rozlíšenia a pod). V súvahe sú uvedené v pasívach. (Bobáková 2002, s. 65)

Štruktúra krátkodobých zdrojov podnikov v SR:

1. Krátkodobé záväzky - z obchodného styku, k spoločníkom a združeniam, k zamestnancom, zo sociálneho zabezpečenia, daňové a ostatné záväzky.
2. Bankové úvery - bežné krátkodobé bankové úvery, krátkodobé finančné výpomoci.
3. Ostatné pasíva - výdavky budúcich období, výnosy budúcich období, ostatné pasíva. (Bobáková 2002, s. 65)

Tab. 1 Krátkodobé úvery a záväzky

Tab. 1 Krátkodobé úvery a záväzky			
Bankové úvery	Lombardný	Obchodné úvery	Prevádzkový leasing
	Kontokorentné		Prevádzkový faktoring
	Revolvingové		Záväzky voči dodávateľom
	Devízové		Zmenkový
	Špeciálne		
Transformačné obchodné úvery	Eskontné	Zahranično-obchodné úvery	Negociačný úver
	Akceptačný		Ramboursný úver
	Avalový úver	Osobitné formy úverov	Lízing
	Reskontné účelové		Forfaiting
	Tovarovo záložné		Franchising
Ostatné formy krátkodobého úverovania	Záväzky voči zamestnancom		
	Krátkodobé úvery od iných podnikov		
	Záväzky z emisie krátkodobých cenných papierov		
	Záväzky z platieb poistného		
	Záväzky voči štátu vzniknuté odložením daňovej povinnosti a iné		

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Kiseľáková a kol. (2012)

Za dlhodobé úvery sa považujú finančné zdroje získané podnikateľskými subjektmi úverovou formou na dobu prekročujúcu 4-6 rokov, spravidla však menej ako 10 rokov. Strednodobé úvery v rozmedzí 1-4 rokov, pričom časová hranica medzi dlhodobými a strednodobými úvermi nie je striktné daná a ich formy sú identické. Tieto úvery slúžia na financovanie rozvojových potrieb podniku (Kiseľáková 2012, s. 112) Dlhodobý cudzí kapitál tvoria dlhodobé úvery bánk, vydané podnikové obligácie, pôžičky od iných podnikov, dlhodobé zmenky, dlhodobé zálohy od odberateľov, osobitné formy úverov-leasing, forfaiting a franšízing. a pod (Majtan 2014, s. 303) Finančné úvery: Termínové pôžičky (rozvojové úvery) - úver na financovanie rozvojových potrieb podnik, prípadne vykrytie prevádzkovej spotreby, pokiaľ doba splatnosti prevyšuje 1 rok. Hypotekárne úvery- úvery poskytované na nákup, výstavbu, rekonštrukciu a údržbu nehnuteľnosti (Kiseľáková 2012, s. 115) Pôžičky v

rámci revolvingového systému sú doplnkovým úverovým zdrojom. Využívajú ho hlavne malé podniky, ktoré nemôžu emitovať dlhopisy a veľmi ťažko získavajú dlhodobé zdroje inou formou. Exportný úver je osobitnou formou poskytovania preddavku na zahraničnú pohľadávku exportéra. Dlhodobé zahraničné pohľadávky bývajú poistené, a preto pri poskytovaní úveru požaduje banka nielen postúpenie pohľadávky, ale aj postúpenie nárokov súvisiacich s poistením. Dodávateľské úvery poskytujú hlavne dodávateľia strojov a technologických zariadení tak, že dodávajú jednotlivé stroje a investičné celky, ktoré odberateľ spláca postupne včítane úrokov (Bobáková 2002, s. 47).

2 OSOBITNÉ FORMY ÚVEROV

Leasing predstavuje pre malých podnikateľov veľmi častý zdroj financovania. Ide vlastne o dlhodobý prenájom DHM za úhradu, ktorú predstavujú lízingové poplatky alebo o nákup DHM na splátky. Je výhodný najmä pre finančne slabších podnikateľov, pretože im umožňuje získať potrebný majetok bez toho, aby museli zaplatiť okamžite jeho plnú hodnotu. Výhody leasingu spočívajú jednak v úspore vlastných finančných prostriedkov a jednak v eliminácii rizika za morálne opotrebovanie DHM, nakoľko toto riziko znáša poskytovateľ leasingu. Nevýhodou leasingu sú vysoké náklady spojené s prenájomom a dlhodobé zmluvné viazanie (Zajko a kol. 2010, s. 132).

Tab. 2 Porovnanie finančného a opretívneho leasingu

Popis	Finančný leasing	Operatívny leasing
Vlastnícke právo	po skončení zmluvy prechádza vlastníctvo automaticky na nájomcu	po ukončení zmluvy neprechádza vlastníctvo na nájomcu
Akontácia	20 - 60%	štandardne 0%
Doba leasingu	min. 36 mesiacov	nie je limitovaná
Zostatková hodnota	Nulová	trhová
Počet najazdených km	neexistuje limit	je vopred dohodnutý
Stabilita cash-flow	Čiastočná	veľmi vysoká
Servis a údržba	zabezpečuje nájomca	súčasť splátok

Zdroj: vlastné spracovanie podľa ČSOB Leasing (2018)

Faktoring znamená odpredaj pohľadávky dodávateľa voči odberateľovi osobitnej organizácii - faktorovi, ktorá sa stará o jej inkaso. Dodávateľ využíva vtedy, ak sa sám nechce starať o správu svojich pohľadávok alebo chce poskytovať odberateľom obchodný úver za podmienok bežných v danom odbore, ale nemá dostatok vlastného kapitálu. Preto potrebuje refinancovanie obchodného úveru, ktoré mu môže poskytnúť faktor. Dodávateľ tovaru uzatvorí s faktorom zmluvu o odkúpení svojich pohľadávok voči odberateľom. Potom dodáva tovar odberateľom a poskytuje im obchodný úver. Vystavené faktúry za dodaný tovar odovzdáva faktorovi, ktorý sa stará o správu pohľadávok a ich inkaso. Faktor financuje svojho klienta tým, že odkupuje jeho pohľadávky, pričom mu vyplatí ich nominálnu sumu zníženú o svoju odmenu (Bobáková 2002, s. 79)

Forfaiting predstavuje špecifický úverový zdroj, ktorý má význam pre podniky, ktoré svoju produkciu exportujú. Znamená predaj pohľadávky podniku, ktorý exportuje pred lehotou jej splatnosti špecializovanej organizácii- forfaitér. Forfaitér kúpi pohľadávku (s lehotou splatnosti dlhšou ako jeden rok), tým na seba preberá riziko spojené s danou

pohľadávkou. Cenu, ktorú zaplatí forfaitér exportujúcemu podniku za pohľadávkou, znižuje o svoju províziu. (Fetisovová a kol. 2012, s. 137)

Franchising je osobitný marketingový odbytový systém, prostredníctvom ktorého sa predávajú výrobky, služby alebo technológia. Spočíva v úzkej a stálej spolupráci právne samostatných a finančne nezávislých podnikov. Z hľadiska financovania predstavuje spôsob rozširovania podnikateľských aktivít s vynaložením menšieho objemu kapitálu, než aký by bol inak potrebný. Možno ho nájsť v každej oblasti: v službách, v automobilovom priemysle v reklame. (Belanová 2013, s. 15)

Zdroje financovania, možnosti získania finančnej podpory na miestnej, národnej či európskej úrovni sú k dispozícii pre podniky každej veľkosti a v každom odvetví vrátane podnikateľov, začínajúcich podnikov, mikropodnikov, malých a stredných a veľkých podnikov. K dispozícii je široká škála financovania: podnikateľské úvery, mikroúvery, záruky, dotácie, granty. (Európska Únia) Dobré fungovanie subjektov podnikateľskej sféry v podmienkach rozvíjajúceho sa trhového hospodárstva vyžaduje podporu. Finančná podpora zabezpečovaná na ťarchu štátneho rozpočtu, rozpočtov územných celkov, účelových fondov vrátane zahraničných zdrojov. (Fetisovová a kol. 2012, s. 202)

3 OBJEKT SKÚMANIA A VÝSLEDKY ANALÝZY

FRANCE-TECH, spol. s r. o. je autorizovaným koncesionárom motorových vozidiel značky Peugeot, ktorý sídli v metropole východu, Košiciach. Spoločnosť je zmluvným partnerom na predaj nových vozidiel, predaj certifikovaných jazdených vozidiel, servis a distribúciu originálnych náhradných dielov. Komplexné služby spoločnosti zahŕňajú diagnostiku, mechanické, elektrické, klampiarske a lakovnícke práce. Predmetom činnosti spoločnosti je:

- nákup a predaj dvojstopových motorových vozidiel,
- nákup a predaj ojazdených motorových vozidiel,
- nákup a predaj súčiastok a príslušenstva motorových vozidiel,
- prenájom motorových vozidiel,
- vykonávanie odťahovej služby.

Cudzie zdroje tvoria v spoločnosti FRANCE - TECH, spol. s r. o. väčšinový zdroj financovania majetku v analyzovaných obdobiach s podielom nad 82 % celkových zdrojov. Spoločnosť rozdeľuje tieto zdroje podľa doby, na akú boli získané: dlhodobé a krátkodobé.

Tab. 3 Cudzie zdroje financovania spoločnosti FRANCE – TECH, spol. s r. o.

CUDZIE ZDROJE FINANCOVANIA	2 041 980 €	2 527 816 €	1 853 240 €
	2016	2015	2014
DLHODOBE CUDZIE ZDROJE	1 159 €	788 €	2 671 €
Rezervy	300 €	300 €	300 €
Dlhodobé záväzky	859 €	488 €	2 371 €
KRÁTKODOBE CUDZIE ZDROJE	2 040 821 €	2 527 028 €	1 850 569 €
Bežné bankové úvery	43 190 €	0 €	0 €
Iné krátkodobé finančné výpomoci	446 000 €	471 000 €	271 000 €
Záväzky	1 551 631 €	2 056 028 €	1 579 569 €
- krátkodobé rezervy	38 961 €	38 277 €	31 991 €
- záväzky z obchodného styku	1 512 670 €	2 017 751 €	1 547 578 €

Zdroj: vlastné spracovanie, interné zdroje spoločnosti

Jednotlivé cudzie zdroje financovania majetku rozoberieme podrobnejšie osobitne, rozdelené na dlhodobé a krátkodobé zdroje, podľa zostatkovej doby splatnosti. Zostatková doba splatnosti je doba, ktorá sa rovná rozdielu medzi dohodnutou dobou splatnosti a dňom, ku ktorému sa zostavuje účtovná závierka.

Tab. 4 Dlhodobé cudzie zdroje financovania spoločnosti

<i>DLHODOBÉ CUDZIE ZDROJE</i>	<i>1 159 €</i>	<i>788 €</i>	<i>2 671 €</i>
	2016	2015	2014
Rezervy	300 €	300 €	300 €
- ostatné rezervy	300	300	300 €
Dlhodobé záväzky	859 €	488 €	2 371 €
- ostatné dlhodobé záväzky	0	0	874 €
- záväzky zo sociálneho fondu	859	488	774 €
- odložený daňový záväzok	0	0	723 €

Zdroj: vlastné spracovanie, interné zdroje spoločnosti

FRANCE - TECH, spol. s r. o. má vytvorenú rezervu - ostatná dlhodobá rezerva, ktorej hodnotu v sledovanom období od roku 2014 do roku 2016 nemenila. Dlhodobá rezerva bola vytvorená na záručné opravy a servisné prehliadky v sume 300 €. Rezervy spoločnosť definuje ako záväzky s neurčitým časovým vymedzením alebo výškou, ktoré vytvára pre krytie známych rizík a následne ich oceňuje v očakávanej výške záväzku. Spoločnosť v roku 2014 eviduje dlhodobý záväzok - ostatné dlhodobé záväzky v sume 874 €. Ide o záväzky z titulu obstarania majetku v rámci finančného prenájmu. Spoločnosť touto formou obstarala vozidlo so splatnosťou od jedného do piatich rokov, vrátane. V nasledujúcich obdobiach tento záväzok spoločnosť nevykazuje.

FRANCE - TECH, spol. s r. o. patrí do skupiny, kde konsolidovanú účtovnú závierku za najväčšiu skupinu podnikov, pre ktoré je spoločnosť dcérskym podnikom zostavuje spoločnosť ICT ISTROCONSTI a. s.. Z tohto titulu vznikol v roku 2014 spoločnosti FRANCE - TECH záväzok zistiť odloženú daň, ktorej suma predstavovala 723 €. V ďalších rokoch takúto daň nevykazuje.

Spoločnosť tvorí v analyzovaných obdobiach sociálny fond povinne podľa zákona o sociálnom fonde na ťarchu nákladov. V roku 2016 eviduje konečný zostatok sociálneho fondu v hodnote 859 €. Čerpanie sociálneho fondu slúži zamestnancom, ktorých priemerný počet je 35; na stravovanie, sociálne, zdravotné, rekreačné a podobné potreby zamestnancov.

Tab. 5 Krátkodobé cudzie zdroje spoločnosti

KRÁTKODOBÉ CUDZIE ZDROJE	2 040 821 €	2 527 028 €	1 850 569 €
	2016	2015	2014
Bežné bankové úvery	43 190 €	0 €	0 €
Iné krátkodobé finančné výpomoci	446 000 €	471 000 €	271 000 €
- ostatné krátkodobé finančné výpomoci	446 000 €	471 000 €	271 000 €
Závazky	1 551 631 €	2 056 028 €	1 579 569 €
<u>Krátkodobé rezervy</u>	<u>38 961 €</u>	<u>38 277 €</u>	<u>31 991 €</u>
- zákonné rezervy	24 991 €	23 545 €	22 881 €
- ostatné rezervy	13 970 €	14 732 €	9 110 €
<u>Závazky z obchodného styku</u>	<u>1 512 670 €</u>	<u>2 017 751 €</u>	<u>1 547 578 €</u>
- záväzky z obchodného styku voči prepojeným účtovným jednotkám	0 €	0 €	23 442 €
- záväzky z obchodného styku	1 458 240 €	1 959 624 €	1 450 708 €
- záväzky voči spoločníkom a združeniu	2 082 €	1 760 €	7 646 €
- záväzky voči zamestnancom	27 135 €	29 292 €	24 381 €
- záväzky zo sociálneho poistenia	20 392 €	21 339 €	18 148 €
- daňové záväzky a dotácie	4 821 €	5 736 €	17 208 €
- iné záväzky	0 €	0 €	6 045 €

Zdroj: vlastné spracovanie, interné zdroje spoločnosti

Spoločnosť vykazuje v sledovaných obdobiach bežné bankové úvery, krátkodobé finančné výpomoci, krátkodobé rezervy a záväzky z obchodného styku, ktoré jej vznikli z minulých udalostí. Krátkodobé finančné výpomoci, ktorými spoločnosť FRANCE - TECH, spol. s r. o. disponuje, slúžia predovšetkým na zabezpečenie potreby pracovného kapitálu na bežnú obchodnú činnosť a pre účely hotovostného financovania. UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a. s., PSA FINANCE SLOVAKIA, s. r. o. a IMPULS LEASING Slovakia, s. r. o. poskytli spoločnosti FRANCE - TECH, spol. s r. o. krátkodobé finančné výpomoci, ktoré spoločnosť eviduje ako ostatné krátkodobé finančné výpomoci.

V roku 2014 UniCredit Bank Slovakia, a. s. na základe zmluvy poskytla spoločnosti FRANCE - TECH, spol. s r. o. za vopred dojednaných podmienok úver a vystavila bankovú záruku tak, že suma úverom poskytnutých a ešte nevrátených peňažných prostriedkov a menovitá hodnota bankou prevzatých a ešte nesplatených záväzkov z vystavených bankových záruk v úhrne nepresiahne 500 000 €. Menovitá hodnota bankou prevzatých ešte nesplatených záväzkov z bankovej záruky je 270 000 € a čerpanie kontokorentného úveru je vo výške 230 000 €. Úroková sadzba ku kontokorentnému účtu je 4% p. a.

Úverová linka, ktorú od spoločnosti UniCredit Bank čerpá je rozdelená na: 1. kontokorentný účet s povoleným prečerpaním do výšky 230 000 € a 2. banková záruka v prospech spoločnosti PSA FINANCE SLOVAKIA, s. r. o. vo výške 270 000 €. Na zabezpečenie peňažných pohľadávok banky je daná zábezpeka. Takáto štruktúra platí pre celé tri analyzované roky.

Spoločnosti, FRANCE – TECH, poskytla krátkodobú finančnú výpomoc IMPULS - LEASING Slovakia, s. r. o. vo výške 50 000 €, 250 000 € a 225 000€. Výška úroku za poskytnutý úver sa odvíja od objemu predaja hnuiteľných vecí dlžníkom ako dodávateľom a veriteľom ako poskytovateľom leasingu a spotrebných úverov počas trvania úverovej zmluvy a to nasledujúcim spôsobom za takýchto podmienok:

- v roku 2014: Výška úrokov bude 0,00 € ak počas úrokového obdobia hnuiteľné veci, ktorých súčet predajných cien bez DPH bude počas tohto obdobia rovný alebo vyšší ako 3 -násobok priemernej istiny úveru. V prípade, že tento objem bude nižší, úrok bude vo výške 2,5 % p. a. za celé úrokové obdobie rovnajúce sa rozdielu medzi 3 násobkom priemernej istiny úveru a skutočným súčtom predajných cien hnuiteľných vecí bez DPH. Splatnosť úveru bola do 31.12.2014. Nasledujúci rok spoločnosť získala úver opakovane.
- pre rok 2015: IMPULS - LEASING Slovakia, s. r. o. poskytla úver so splatnosťou k 31.12.2015 za takýchto podmienok: ak počas úrokového obdobia hnuiteľné veci, ktorých súčet predajných cien bez DPH bude počas tohto obdobia rovný alebo vyšší ako 3 - násobok priemernej istiny úveru výška úrokov bude 0,00 €. V prípade, že tento objem bude nižší, úrok bude vo výške 1,9 % p. a. za celé úrokové obdobie rovnajúce sa rozdielu medzi 3 násobkom priemernej istiny úveru a skutočným súčtom predajných cien hnuiteľných vecí bez DPH. Výška úveru bola 250 000 €.

ZÁVER

Spracovali sme porovnanie súčasne využívaných lízingových spoločností s podmienkami, ktoré ponúka líder na trhu, ČSOB Leasing, a. s.

Tab. 6 Súčasná a navrhovaná lízingové spoločnosti pre FRANCE - TECH, spol. s r. o.

	Spoločnosťou využívaná lízingová spoločnosť		Návrh pre spoločnosť
Lízingové spoločnosti	IMPULS LEASING	PSA FINANCE SLOVAKIA	ČSOB Leasing
Dátum splatnosti	31.12.2016	31.12.2016	31.12.2016
Obrat	úroková sadzba p. q.	úroková sadzba p. q.	úroková sadzba p. q.
<0 ; 112 500 €>	3,20%		3,00%
< 112 501 € ; 225 000 €>	2,20%		2,55%
< 225 001 € ; ∞)	1,70%		1,50%
<0 ; 270 000 €>		2,50%	
<270 001 € ; 412 499 €>		1,50%	
>412 499 €		0,00%	

Zdroj: vlastné spracovanie, interné zdroje spoločnosti, ČSOB Leasing (2016)

Na Slovenskom trhu začala v roku 2003 pôsobiť spoločnosť PSA Finance Slovakia, s. r. o.. Jej hlavným cieľom je podpora predaja pre koncových zákazníkov pod značkou PEUGEOT. Spoločnosti FRANCE - TECH, ako koncesionárovi značky Peugeot, pomáha spoločnosť s financovaním pracovného kapitálu na bežnú obchodnú činnosť a s financovaním pre účely hotovostného financovania. Pre FRANCE - TECH, spol. s r. o. je

spolupráca s PSA FINANCE SLOVAKIA najvýhodnejšia z viacerých dôvodov. Výška úrokovej sadzby je závislá od obratu financovaného cez PSA FINANCE, za tri kalendárne mesiace. Služby spoločnosti PSA ponúkajú predajcovia vozidiel priamo v predajni automobilov konečným zákazníkom. O výbere lízingovej spoločnosti pri kúpe vozidla sa klienti rozhodujú väčšinou podľa ponuky, ktorú im predloží spoločnosť FRANCE - TECH. Nami analyzovaná spoločnosť je majetkovo prepojená s poskytovateľom lízingu - spoločnosťou PSA FINANCE SLOVAKIA. Lízing poskytovaný ako značkový lízing, je u zákazníkov FRANCE - TECH, ktorý sa pri kúpe auta rozhodne pre finančný lízing, najviac využívaný. Obľúbe sa teší aj pre rýchle administratívne vybavenie, vysoko kvalitné doplnkové služby, možnosti predĺženia záruky a časté predajné akcie, pri ktorých ponúka 0% navýšenie lízingu či nízky spracovateľský poplatok. IMPULS - LEASING Slovakia, s. r. o. vystupuje na slovenskom trhu ako značková lízingová spoločnosť pre dílerov vozidiel značky FORD a nákladných vozidiel DAF. FRANCE - TECH, spol. s r. o. spolupracuje so spoločnosťou od roku 2014, kedy jej poskytla úver prvýkrát.

Tab. 7 Porovnanie súčasnej a navrhovanej lízingovej spoločnosti

	Spoločnosťou využívaná lízingová Spoločnosť	Návrh pre spoločnosť	Spoločnosťou využívaná lízingová spoločnosť	Návrh pre spoločnosť
Lízingové spoločnosti	IMPULS LEASING	ČSOB Leasing	IMPULS LEASING	ČSOB Leasing
Dátum splatnosti	31.12.2016	31.12.2016	Výška úroku v €, pri maximálnej hranici dosiahnutého obratu z jednotlivých intervalov za 3 kalendárne mesiace	
Obrat	p. q.	sadzba p. q.		
<0 ; 112 500 €>	3,20%	3,00%	3 600,00 €	3 375,00 €
< 112 501 € ; 225 000 € >	2,20%	2,55%	4 950,00 €	5 737,50 €
< 225 001 € ; ∞)	1,70%	1,50%	5 100,00 €	4 500,00 €

Zdroj: vlastné spracovanie

Porovnaním spoločnosti IMPULS LEASING a ČSOB LEASING, ako neznačkových lízingových spoločností, pre FRANCE - TECH a rovnako pre vozidlá značky Peugeot, sa budeme snažiť vybrať optimálnejšiu z nich na základe výšky nákladov. Celkovú výšku nákladov vyčíslime z obratu financovaného cez jednotlivé lízingové spoločnosti. Do úvahy nezahrnieme spracovateľský poplatok ani RPMN. Obrat je rozdelený do troch intervalov, pričom sme vo výpočte použili maximálnu možnú hranicu z intervalu a v poslednom intervale sme použili sumu 300 000 €, pre ilustráciu výpočtu. Úroková sadzba od IMPULS LEASING je známa z interných zdrojov spoločnosti FRANCE – TECH. Výšku úrokovej sadzby, od lídra na lízingovom trhu, pri daných podmienkach, nám poskytla pracovníčka ČSOB Leasing.

Z nasledujúcej tabuľky č. 8 vyplýva, že ak by bol obrat financovaný cez jednotlivé lízingové spoločnosti z intervalu od <0 ; 112 500 € > nižšie náklady by mala, spoločnosť FRANCE - TECH, pri využití ČSOB Leasingu. Výška úspory pri uvažovanom obrate, za tri mesiace by bola 225 €. V ďalšom intervale do 225 000 €, ponúka nižšiu úrokovú sadzbu spoločnosť IMPULS - LEASING. Úroková sadzba, ktorá je posudzovaná vždy za 3 kalendárne mesiace (v závislosti od výšky obratu), predchádzajúce mesiacu, pre ktorý sa určuje úroková

sadzba je nižšia o 0,35%. Predstavuje to úsporu o 787,50 €. Pri nami určenej výške 300 000 € z posledného intervalu, je výhodnejší variant od spoločnosti ČSOB, ktorý by dokázal ušetriť štvrt'ročne 600 €.

Tab. 8 Zhodnotenie porovnávaných lízingových spoločností

KRITÉRIUM	IMPULS LEASING	ČSOB Leasing	Výhodnejší variant	
			IMPULS Leasing	ČSOB Leasing
Dátum splatnosti	31.12.2016	31.12.2016	X	X
Výška obratu	úroková sadzba v % p.q.			
112 500 €	3,20%	3,00%		X
225 000 €	2,20%	2,55%	X	
300 000 €	1,70%	1,50%		X
Výška obratu	úroková sadzba v € p. q.			
112 500 €	3 600,00 €	3 375,00 €		X
225 000 €	4 950,00 €	5 737,50 €	X	
300 000 €	5 100,00 €	4 500,00 €		X

Zdroj: vlastné spracovanie

Na záver si dovoľujeme zhodnotiť jednotlivé lízingové spoločnosti. Za najdôležitejšiu pre spoločnosť FRANCE - TECH, považujeme PSA FINANCE SLOVAKIA, ktorá ako jej značková lízingová spoločnosť, má najvýhodnejšie výšky úrokových sadzieb a celkových zmluvných podmienok. Nami analyzovaný podnik má vytvorené vynikajúce podmienky pre podnikateľskú činnosť a veľkú zásluhu má PSA, ktorá jej poskytuje finančné prostriedky na zabezpečenie pracovného kapitálu.

Pri rozhodovaní medzi IMPULS - LEASING Slovakia, s. r. o. a ČSOB Leasing bolo veľmi náročne určiť víťaza. Navrhujeme spoločnosti rozhodnúť sa, na základe historických údajoch o obrate financovanom cez spoločnosť IMPULS, s ktorou v súčasnosti spolupracuje. Pri vyčíslení v akom intervale sa obrat v minulosti najčastejšie nachádzal, navrhujeme spoločnosti zväziť výhodnosť ponuky od ČSOB, ktorej úrok je nižší pri intervale od <0; 112 500 €> a intervale < 225 001 €; ∞).

Rovnako treba dodať, že problematika leasingov a úverov patrí z hľadiska schopností a znalostí výberu výhodného finančného produktu do kategórie finančnej gramotnosti – buď ako jednotlivca v oblasti osobných financií, alebo osoby ako finančného manažéra (zamestnanca podniku). Podľa merania finančnej gramotnosti v Českej republike len 21% respondentov si zisťuje informácie o finančnom produkte (napr. leasing alebo úver) pred tým, ako si ho vyberie.

Tento príspevok je čiastkovým výstupom Projektu mladých vedeckých pracovníkov a doktorandov, číslo I-18-110-00, 2018: Finančná gramotnosť žiakov základných a stredných škôl v kontexte PISA 2018, PISA 2015 a OECD.

LITERATÚRA

BELANOVÁ, K. 2010. Teória a politika podnikateľských financií. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2010. 228 s. ISBN 978-80-225-3109-2.

- BELANOVÁ, K. 2013. Alternatívne zdroje financovania a ich využívanie v podmienkach SR. In BIATEC. Publikované 3/2013. [online]. 2013. [01.02.2018]. Dostupné na <https://www.nbs.sk/_img/Documents/_PUBLIK_NBS_FSR/Biatec/Rok2013/03-2013/03_biatic13-3_belanova.pdf>
- BOBÁKOVÁ, V. 2002. Finančné zdroje podniku. 1.vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2002. 136 s. ISBN 80-225-1592-2.
- Európska komisia. 2014. Európske štrukturálne a investičné fondy. Dostupné na http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/policy/what/investment-policy/esif-country-factsheet/esi_funds_country_factsheet_sk_sk.pdf
- FETISOVÁ, E. a kol. 2012. Aktuálne problémy financií malých a stredných podnikov. 1. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2012. 260 s. ISBN 978-80-225-3366-9.
- JAKUBEC, M. - KARDOS, P. 2016. Riadenie hodnoty podniku. 1. vyd. Bratislava : Wolter Kluwer, 2016. 284 s. ISBN 978-80-8168-460-9.
- JÁNOŠOVÁ, V. 2008. Zdroje financovania podniku. 1. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2008. 132 s. ISBN 978-80-225-2447-6.
- KISEĽÁKOVÁ, D., JENČOVÁ, S., ČVERHOVÁ, M. 2012. Manažérske financie podnikateľských subjektov. 1. vyd. Prešov : Bookman, 2012. 200 s. ISBN 978-80-89568-08-6.
- MAJTÁN, Š. a kol. 2014. Podnikové hospodárstvo. 6. vyd. Bratislava : Vydavateľstvo SPRINT 2, 2014. 323 s. ISBN 978-80-89710-05-8.
- REŽŇÁKOVÁ, M. 2012. Efektívni financování rozvoje podnikání. 1. vyd. Praha : Vydavateľstvo GRADA, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-1835-4.
- SYNEK, M. et al. 2007. Manažérska ekonomika. Praha : Grada Publishing, 2007. 464 s. ISBN 978-80-247-1992-4.
- VALACH, J. et al. 2010. Investiční rozhodování a dlouhodobé financování. Praha : EKOPRESS, 2010. 513 s. ISBN 978-80-86929-71-2.
- VLACHYNSKÝ, K. a kol. 2009. Podnikové financie. Bratislava : Iura Edition, 2009. 524 s. ISBN 97-880-8078-2580.
- ZÁBORSKÝ, M. 2018. Európske peniaze čerpáme pomaly. In Hospodárske noviny. 2018, č.30, s.2 ISBN 8588001382513
- ZAJKO, M. a kol. 2010. Riadenie malých a stredných podnikov. 1. vyd. Bratislava : Nakladateľstvo STU v Bratislave, 2010, 277 s. ISBN 978-80-227-3344-1.

INFORMÁCIE O AUTOROCH

Ing. Jozef Lukáč, doc. Ing. Eva Manová, PhD.

Ekonomická univerzita v Bratislave

Podnikovohospodárska fakulta v Košiciach

Katedra finančného riadenie podniku

Tajovského 13, 041 30 Košice

e-mail: jozef.lukac@student.euke.sk, eva.manova@euke.sk

VÝZNAM A VYUŽITIE CVP ANALÝZY V POĽNOHOSPODÁRSKÝCH PODNIKOKCH

SIGNIFICANCE AND USING OF CVP ANALYSIS IN AGRICULTURAL COMPANIES

Katarína TEPLICKÁ

ABSTRAKT

Dosahovanie ekonomickej efektívnosti v rastlinnej výrobe je dôležitým ukazovateľom konkurencieschopnosti poľnohospodárskych podnikov a ukazovateľom stabilnej pozície na trhu poľnohospodárskych produktov. Ekonomická efektívnosť môže byť posudzovaná cez ukazovateľ zisku, ktorý sleduje fixnú a variabilnú zložku nákladov na objem pestovaných plodín. A práve tento prístup sme zvolili v predkladanom príspevku, kde poukazujeme na možnosti aplikácie CVP analýzy pri riadení efektívnosti rastlinnej výroby poľnohospodárskeho podniku.

KLÚČOVÉ SLOVÁ: zisk, náklady, objem produkcie, nulový bod

ABSTRACT

Obtaining of economical effectiveness in agricultural production is important index of competitiveness of farming business and index of fixed position on the agricultural product. Economical effectiveness can be appraisal over the profit index, that it follows fixed and variable element of costs on volume of agricultural plant. And just this access we were assigned in this contribution, where we show possibility of application CVP analyses by control of effectiveness agricultural production in concrete farming business.

KEY WORDS: profit, costs, volume of production, break event point

JEL KLASIFIKÁCIA: D24

ÚVOD

Ekonomická efektívnosť sa dnes prejavuje hlavne v inováciách komodít, produktov a služieb a odráža sa v ekonomických ukazovateľoch ako je tvorba zisku, riadenie nákladov, optimalizácia tržieb. Zisk dosahovaný v poľnohospodárstve zaznamenáva v posledných rokoch mierne narastajúcu tendenciu, ale aj napriek tomu je poľnohospodárstvo závislé na dotáciách. Zisk z poľnohospodárskeho sektoru dosahoval v rokoch 2014-2017 nárast. Ekonomická výkonnosť poľnohospodárstva rástla aj napriek znižovaniu podpôr. Zmenil sa vývoj cien s poľnohospodárskymi komoditami, čo sa premietlo do ekonomiky výrobkov a následne do ekonomiky poľnohospodárskych podnikov. Slovenskí poľnohospodári môžu každoročne žiadať o priame podpory zo štátneho rozpočtu a rozpočtu EÚ. Dosahovanie určitej úrovne zisku v poľnohospodárskych podnikoch je dnes veľmi náročné. Domáca produkcia poľnohospodárskych plodín je príliš nákladná a určitá časť rastlinnej produkcie sa začína dovážať z iných krajín, kde sú náklady nižšie ako na Slovensku. Mnoho poľnohospodárskych podnikov dnes len „prežíva“ a snaží sa udržať si pozíciu na trhu aj

napriek dovozu lacnejších poľnohospodárskych produktov. Keďže prvoradým cieľom poľnohospodárskych podnikov je vyprodukovať dostatočné množstvo poľnohospodárskych plodín, ktoré sa viažu na spotrebu obyvateľstva a zásoby danej krajiny, produkovanie zisku je až cieľom druhoradým. Avšak k tomu, aby poľnohospodárske podniky vedeli vytvárať zisk zo svojej produkcie, musia vedieť vhodne si naplávať sortiment svojich poľnohospodárskych plodín, ktoré budú pestovať. Pri tomto rozhodnutí môžu využívať rôzne štatistické alebo ekonomické analýzy, ktoré im umožnia zvoliť optimálnu sortimentnú stratégiu osevného plánu poľnohospodárskych plodín. Jedným zo základných ekonomických nástrojov, prostredníctvom ktorého vieme určiť výšku zisku a na základe prínosov navrhnúť spôsob optimálnej stratégie pre pestovanie poľnohospodárskych plodín je aj CVP analýza. CVP analýza ako podporný nástroj riadenia by mala byť súčasťou každého controllingového plánu podniku. [4]

METODIKA CVP ANALÝZY V POĽNOHOSPODÁRSKOM PODNIKU

Súčasťou ekonomiky rastlinnej výroby je riadenie nákladov, objemu produkcie a zisku. Aby sme mohli hodnotiť vplyv a závislosť týchto faktorov, môžeme k tomu využiť CVP analýzu (Cost- náklady, Volume- objem produkcie, Profit- zisk) [3]. Jej využitie je širokospektrálne najmä v oblasti manažérského účtovníctva, najmä pri ocenení rastlinnej výroby, pri voľbe vhodného osevného programu, pri reklame a marketingu poľnohospodárskeho podniku. Významnou úlohou CVP analýzy je podpora rozhodovacích procesov pri tvorbe zisku poľnohospodárskeho podniku. CVP analýza alebo analýza nulového bodu vyjadruje objem produkcie, pri ktorom dosahované výnosy uhrádzajú vynaložené náklady a nevzniká zisk ani strata. Bod zvratu je relatívne ľahko zistiteľný. Ide o jednoduchý podiel, koľko jednotlivých **príspevkov na úhradu** pokryje celkový vklad fixných nákladov [5].

Nulový bod (kritický bod rentability) vyjadrenie:

$$No = \frac{Fn}{cj - vj} \quad (\text{množstevné vyjadrenie}),$$

kde: Fn- fixné náklady, cj- jednotková cena, vj- variabilné náklady na jednotku, (cj-vj)- príspevok na úhradu fixných nákladov a tvorbu zisku.

Kritické využitie výrobnnej kapacity:

$$VK_{krit.} = \frac{BZ \times 100}{VK} \quad (\text{percentuálne vyjadrenie})$$

kde: BZ- bod zvratu, VK- výrobná kapacita, $VK_{krit.}$ - kritické využitie výrobnnej kapacity

Nulový bod (kritický bod rentability) vyjadrenie:

$$No = \frac{Fn}{1 - \frac{vj}{pc}} \quad [\text{hodnotové vyjadrenie (€)}]$$

kde: Fn-fixné náklady, vj- variabilné náklady na jednotku, pc- predajná cena na jednotku

Nulový bod zahrňujúci minimálny zisk

$$No = \frac{Fn + Z_{\min}}{c_j - v_j} \text{ kde: } Z_{\min} - \text{minimálny zisk pri nulovom bode}$$

Analýza bodu zvratu rieši v podnikoch niekoľko zásadných otázok:

- Aké je minimálne množstvo výroby, ktoré zabezpečí rentabilitu firmy,
- Aké je minimálne využitie výrobnnej kapacity, pri ktorej výroba nie je stratová,
- O koľko poklesne zisk podniku, ak sa nedosiahne plánovaný predaj,
- Aké sú maximálne výrobné náklady produktu, aby nebol stratový,
- Ako sa zmení zisk ak sa zmení cena výrobku,
- Má význam vyrábať výrobok alebo je výhodnejšie ho vylúčiť z výrobného programu.

Východiskom CVP analýzy je vyjadrenie vzťahu medzi nákladmi a tržbami. Na strane nákladov musíme členiť náklady na fixnú a variabilnú zložku. [1]

$$Nc = Fn + (Q * Nvj)$$

kde:

Nc-celkové náklady, Q-množstvo vyrobenej produkcie, Nvj-náklady variabilné jednotkové.

ANALÝZA PROBLÉMU NA ZÁKLADE CVP ANALÝZY

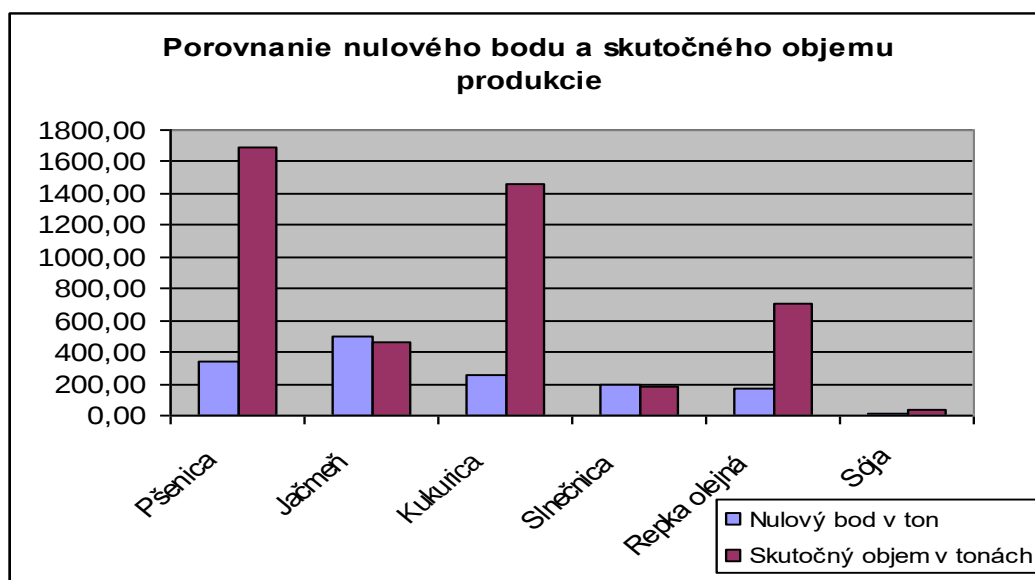
Vo vybranom poľnohospodárskom podniku sme riešili ukazovateľ zisku, ktorý dosahujú jednotlivé plodiny zaradené do osevného postupu. Zaoberali sme plodinami, ktoré sú určené na predaj na trhu. Na základe použitia fixných a variabilných nákladov sme stanovili pre jednotlivé plodiny hodnotu nulového bodu, objemu produkcie, ktorý musí podnik vyprodukovať, aby nebol stratový, ale zároveň by nedosahoval ani zisk z predaja, pretože týmto objemom je schopný pokryť len náklady na pestovanie plodín.

Tab. 1: Stanovenie nulového bodu

Plodiny	Fixné náklady v €	Variabilné náklady v € na 1 tonu	Predajná cena v € na 1 tonu	Cj-Vnj	Nulový bod v ton	Skutočný objem v tonách	VKkrit.
Pšenica	18596,34	93,58	147,98	54,4	341,84	1696	20,16
Jačmeň	7939,94	145,48	161,31	15,83	501,58	465	107,87
Kukurica	13571,01	79,15	131,13	51,98	261,08	1462	17,86
Slničnica	5335,92	248,91	277,04	28,13	189,69	182,6	103,88
Repka olejná	14862,58	178,6	269,01	90,41	164,39	708,9	23,19
Sója	1075,32	229,37	345,7	116,33	9,24	39,9	23,17

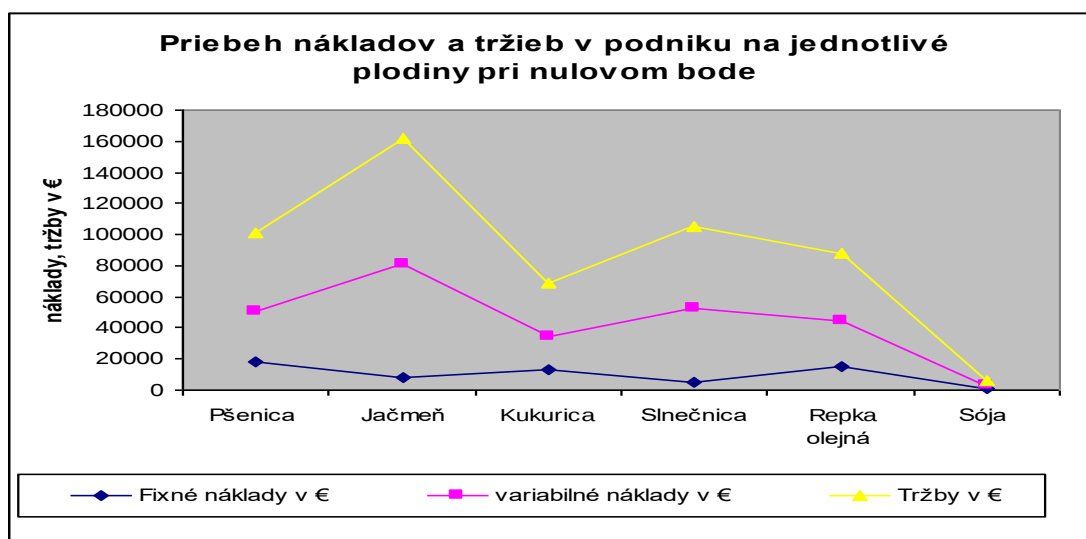
Zdroj: Štepitová (2011)

Na základe vypracovanej analýzy nulového bodu môžeme konštatovať, že poľnohospodársky podnik dosahuje úroveň objemu produkcie – nulový bod u pšenice, kukurice, repky olejnej. Nulový bod nedosahuje v prípade pestovania jačmeňa a slnečnice. Na základe týchto zistení sme zisťovali aj kritické využitie výrobných kapacít, ktorá sa u plodiny jačmeň a slnečnica dostala na úroveň 103-107 %. Znamená to, že podnik vôbec nedosahuje úroveň nulového bodu t.j. objemu produkcie danej plodiny, ktorá by bola pre podnik z hľadiska ekonomického prínosu prijateľná.



Obrázok 1: Porovnanie úrovne nulového bodu a skutočného objemu produkcie
Zdroj: Štepitová (2011)

Pri týchto plodinách podnik nedosahuje úroveň nulového bodu a preto ich pestovanie je pre poľnohospodársky podnik viac menej stratové. Ak však podnik nevyhnutne potrebuje tieto plodiny pre vlastné účely – pre potreby živočíšnej výroby, nie je možné ich pestovanie vylúčiť z osevného postupu. Na základe analýzy situácie v poľnohospodárskom podniku sme zistili, že pestovanie jačmeňa by mohol podnik minimalizovať do tej miery, že ho bude pestovať len pre potreby živočíšnej výroby a nebude tento produkt predávať na trh. Slnečnicu môže podnik vyradiť z osevného postupu, pretože nie je potrebná pre živočíšnu výrobu a z predaja na trhu nevytvára prijateľný zisk, ale stratu. Podnik ju tak môže nahradiť pestovaním inej plodiny. Okrem nulového bodu sme sledovali aj výšku fixných a variabilných nákladov na jednotlivé plodiny a objem tržieb pri nulovom bode. Samozrejme pri dosahovaní nulového bodu podnik nevytvára zisk.



Obrázok 2: Náklady a tržby na jednotlivé plodiny
Zdroj: Štepitová (2011)

Tab. 2: Náklady a tržby pre jednotlivé plodiny

Plodiny	Fixné náklady v €	Variabilné náklady v €	Tržby	Nulový bod v ton
Pšenica	18596,34	31989,81	50586,15	341,84
Jačmeň	7939,94	72969,20	80909,14	501,58
Kukurica	13571,01	20664,59	34235,60	261,08
Slnečnica	5335,92	47215,21	52551,13	189,69
Repka olejná	14862,58	29360,21	44222,79	164,39
Sója	1075,32	2120,23	3195,55	9,24

Zdroj: Štepitová (2011)

Celkové zhodnotenie na základe nulového bodu môžeme zhrnúť nasledovne: - odporúčame poľnohospodárskemu podniku vylúčiť z osevného postupu jačmeň a slnečnicu na predaj a navrhujeme ju nahradiť plodinami, ktoré je možné pestovať na výmere pôdy, ktorá bola určená pre tieto plodiny. Vzhľadom k tomu, že každá plodina si vyžaduje špeciálne podmienky pre pestovanie, zisťovali sme, ktorou plodinou môžeme nahradiť pestovanie jačmeňa a slnečnice. Pestovaná plocha slnečnice bude priradená repke olejnej na základe technológie pestovania a vhodnosti pôdneho typu. Pestovaná plocha jačmeňa sa na základe technológie pestovania a vhodnosti pôdneho typu zaradila k pestovaniu pšenice. Týmto prístupom sme zmenili osevný plán pre plodiny, ktoré boli určené na predaj na trh. Na základe uskutočnených zmien môžeme konštatovať, že zmena osevného plánu prinesie podniku aj ekonomické prínosy vo forme vyšších tržieb z predaja plodín.

Tab. 3: Prínosy nového osevného plánu

Plodiny	Výmera v ha	Výmera v ha po zmene	Predajná cena v € na 1 tonu	Priemerná úroda t/ha	Tržby pred zmenou v €	Tržby po zmene v €
Pšenica	291	422	147,98	5,83	251052,51	364069,27
Jačmeň	131	0	161,31	3,54	74805,90	0,00
Kukurica	265	265	131,13	11,39	395796,24	395796,24
Slničnica	62	0	277,04	2,94	50498,85	0,00
Repka olejná	193	255	269,01	3,67	190542,47	251753,01
Sója	17	17	345,7	2,35	13810,72	13810,72
Celkový objem tržieb					976506,68	1025429,23

Zdroj: Štepitová (2011)

Zhodnotenie: Na základe zmeny v osevnom pláne plodín – jačmeň a slnečnica sme nahradili 193 ha ornej pôdy pestovaním repky olejnej a pšenice. Zmena tohto osevného plánu môže poľnohospodárskemu podniku priniesť zvýšenie tržieb o **48 922,55 €**. Tento ekonomický prínos pre daný poľnohospodársky podnik by znamenal pestovanie všetkých plodín na úrovni nulového bodu a žiadna z plodín by nevykazovala stratu.

Tab. 4: Nulový bod po zmene osevného postupu

Plodiny	Fixné náklady v €	Variabilné náklady v € na 1 tonu	Predajná cena v € na 1 tonu	Cj-Vnj	Nulový bod v ton	Skutočný objem produkcie
Pšenica	26536,28	93,58	147,98	54,4	487,80	2460,26
Kukurica	13571,01	79,15	131,13	51,98	261,08	1462
Repka olejná	20198,5	178,6	269,01	90,41	223,41	935,85
Sója	1075,32	229,37	345,7	116,33	9,24	39,95

Zdroj: Štepitová (2011)

Na základe zmeny v osevnom pláne sme dosiahli úroveň nulového bodu u všetkých pestovaných plodín. Podnik by touto zmenou dosiahol úroveň zisku a nebol by stratový. Vzhľadom k tomu, že podmienky pre pestovanie náhradných plodín sú vyhovujúce aj na výmere ornej pôdy pre plodiny, ktoré boli stratové, môže podnik túto náhradu plodín uskutočniť aj z technologického hľadiska.

Ak by podnik pri nulovom bode počítal aj s minimálnym ziskom 5 %, môžeme nulový bod vypočítať nasledovne (Tab. 5).

Tab. 5: Vyčíslenie nulového bodu

Plodiny	Fixné náklady v €	Variabilné náklady v € na 1 tonu	Predajná cena v € na 1 tonu	Cj-Vnj	Nulový bod v ton pri min zisku	Zisk minimálny	Nulový bod v ton
Pšenica	18596,34	93,58	147,98	54,4	344,70	155,379	341,84
Jačmeň	7939,94	145,48	161,31	15,83	512,28	169,3755	501,58
Kukurica	13571,01	79,15	131,13	51,98	263,73	137,6865	261,08
Slnečnica	5335,92	248,91	277,04	28,13	200,03	290,892	189,69
Repka olejná	14862,58	178,6	269,01	90,41	167,52	282,4605	164,39
Sója	1075,32	229,37	345,7	116,33	12,36	362,985	9,24

Zdroj: Štepitová, 2011

Pri porovnaní nulového bodu bez zisku a s akceptovaním zisku sa výška nulového bodu objemu produkcie pri jednotlivých plodinách zvýši. Pri tomto výpočte však už podnik uvažuje aj so ziskom, ktorý je nevyhnutné vytvárať ak chceme dosiahnuť určitú úroveň ekonomickej efektívnosti. Keďže cieľom každého podniku by malo byť vytváranie zisku, nový oševný postup by mal zahrňovať aj určitú vopred stanovenú výšku zisku.

ZÁVER

Pol'nohospodárstvo na svete má prvoradý význam z hľadiska produkcie pol'nohospodárskych surovín pre potravinársky priemysel. Potravinová dostatočnosť sa stáva významnou pre každú krajinu. Zabezpečenie tohto cieľa je realizované prostredníctvom Agendy pre trvalo udržateľný rozvoj pol'nohospodárstva do roku 2030.

Výkonnosť svetového pol'nohospodárstva, meraná hrubým domácim produktom (HDP) podieľajúcim sa na svetovom HDP, má za ostatné roky každoročne klesajúcu tendenciu, napriek tomu má toto odvetvie nenahradiťelný význam v produkcii pol'nohospodárskych surovín a v rozvoji a osídlení vidieka každej krajiny. Rozvoj pol'nohospodárstva je značne diferencovaný a produkčne sa koncentruje väčšinou do hospodársky rozvinutých štátov, ktoré dosahujú vysokú produkčnú výkonnosť a produktivitu práce a nízku zamestnanosť. Okrem vyspelých štátov podiel pol'nohospodárstva na národnej ekonomike je rozhodujúci aj v rozvojových krajinách, kde je pol'nohospodárstvo zdrojom obživy a práce vysokého podielu obyvateľstva. Pol'nohospodárstvo má kľúčovú úlohu v mnohých krajinách pri urýchlčení celkového hospodárskeho rastu a tvorby pracovných miest.

Využívanie ekonomických nástrojov pri hodnotení ekonomickej efektívnosti je nevyhnutné, najmä v oblasti pol'nohospodárskych podnikov, kde vytváranie zisku je niekedy dosť problematické. Zisk, ako základný ukazovateľ ekonomickej efektívnosti zohľadňuje účinnosť práce pol'nohospodárskeho podniku a jeho schopnosť prispôbiť sa podmienkam trhu, ale aj podmienkam vytvárania oševného plánu, ktorý by prinášal podniku zisk. V príspevku sme chceli poukázať na možnosti využitia CVP analýzy pri riadení oševného postupu pol'nohospodárskeho podniku a jeho možnosti rozhodnúť sa, ktoré plodiny z hľadiska tvorby zisku bude pestovať. Okrem uvedenej CVP analýzy je možné využívať pri rozhodovaní rôzne iné formy ekonomických analýz, ktoré umožnia manažérom správne a rýchlo sa rozhodovať. Otázka tvorby zisku nie je dnes zanedbateľná, pretože ak podnik nevytvára zisk môže sa dostať do vážnych existenčných problémov. V praxi je potrebné a odporúča sa využívať rôzne ekonomické nástroje k podpore rozhodovacích procesov.

Konkurenčné prostredie na jednotnom trhu EÚ je ovplyvnené rozdielnou úrovňou podpôr medzi členskými krajinami EÚ a Slovenskom. Na Slovensku klesá počet poľnohospodárskych družstiev, zmenila sa štruktúra osevu, klesli stavy hospodárskych zvierat, pretrvávajú nerovnosť medzi poľnohospodárskou prvovýrobou a obchodnými reťazcami, klesla výmera závlah a iné zmeny, ktoré ovplyvnili vývoj v poľnohospodárstve a preto je potrebné stabilizovať poľnohospodársku výrobu a vytvárať podmienky pre domácu produkciu.

Príspevok je súčasťou grantového projektu VEGA 1/074116 a KEGA 002TUKE-4/2017.

LITERATÚRA

- KHOURI, S. - ALEXANDROVÁ, G. 2009. Podpora riadenia procesov prostredníctvom controllingu. In: *Informatika a automatizácia v riadení procesov : 5. vedecká konferencia : Zvolen, 10. september 2009*. Zvolen : Technická univerzita vo Zvolene, 2009. S. 133-138. ISBN 978-80-228-2029-5
- POTKÁNY, M. - ŠATANOVÁ, A. 2002. Príspevok na úhradu ako nástroj controllingu v podniku, In: *Ekonomické rozhľady*, Bratislava: ES EU v Bratislave, roč. XXXI, 2002, č.3, s. 371-378. ISSN 0323-262X.
- POTKÁNY, M. - KAMPF, R. - POPESKO, B. - TEPLICKÁ, K. 2013. *Riadenie podporných podnikových procesov v malých a stredných podnikoch*. TU, Zvolen, 2013. ISBN 978-80-228-2579-5.
- POTKÁNY, M. - HITKA, M. - SUDZINA, F. - TEPLICKÁ, SEDLIAČIKOVÁ, M. - ŠATANOVÁ, A. - ZÁMEČNÍK, R. - KAMPF, R. 2013. *Moderné trendy v riadení malých a stredných podnikov*. TU, Zvolen, 2013. ISBN 978-80-228-2454-5.
- SYNEK, M. a kol. 2003. *Manažérska ekonomika*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0515-X
- ŠTEPITOVÁ, Ľ. 2011. *Kalkulácie a rozpočtovníctvo vo vybranom poľnohospodárskom podniku*, Diplomová práca, TU FBERG Košice, 2011.
- TEPLICKÁ, K. 2007. Možnosti regulácie zisku podniku prostredníctvom využitia analýzy In: *Manažér*. SAV Bratislava, Roč. 12, č. 1 , 2007. s. 32-34. ISSN 1335-1729.

INFORMÁCIE O AUTOROVI

doc. Ing. Katarína Teplická, PhD.

Ústav zemských zdrojov

Fakulta BERG

Technická univerzita v Košiciach

Park Komenského 19, 040 11 Košice

tel.: +0421(0)55 / 602 2997

e-mail: katarina.teplicka@tuke.sk

SPRÁVA Z PODUJATIA

STRETNUTIE KATEDIER MARKETINGU – OSTRAVA 2018

V dňoch 6 a 7. septembra 2018 sa v Ostrave konalo už tradičné stretnutie zástupcov katedier marketingu z univerzít so sídlom v Českej republike a Slovenskej republike. Tohtoročným organizátorom stretnutia bola Katedra marketingu a obchodu, Ekonomická fakulta, VŠB-Technická univerzita Ostrava. Stretnutie sa konalo za účelom výmeny informácií a skúsenosti katedier, ktorých zameranie súvisí s marketingom. Osobitná pozornosť bola venovaná riešeným vedecko-výskumným a odborným projektom, začleneniu predmetov a metodike ich vyučovania, témam prác na treťom stupni štúdia, plánom do budúcnosti a možnej vzájomnej spolupráce v rôznych pracovných oblastiach.



Vystúpenie zástupcu Katedry obchodného podnikania PHF so sídlom v Košiciach, EU v Bratislave.

Stretnutia sa zúčastnili zástupcovia týchto katedier a ústavov:

- Katedra marketingu a obchodu, Ekonomická fakulta, VŠB-Technická univerzita v Ostrave,
- Katedra podnikového hospodárství, Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita v Brne,
- Ústav marketingu a obchodu, Provozně ekonomická fakulta, Mendelova univerzita v Brne,
- Ústav managementu a marketingu, Fakulta managementu a ekonomiky, Univerzita Tomáše Bati v Zlíne,
- Katedra podnikové ekonomiky a managementu, Obchodně-podnikatelská fakulta v Karvinej, Slezská Univerzita v Opave,
- Katedra obchodu a financí, Provozně ekonomická fakulta, Česká zemědělská univerzita v Prahe,
- Katedra marketingu a obchodu, Ekonomická fakulta, Technická univerzita v Liberci,
- Ústav podnikové ekonomiky a managementu, Fakulta ekonomicko-správní, Univerzita Pardubice,
- Katedra obchodu a cestovního ruchu, Ekonomická fakulta, Jihočeská univerzita v Českých Budejovicích,
- Katedra marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni,
- Katedra obchodného podnikania, Podnikovohospodárska fakulta so sídlom v Košiciach, Ekonomická univerzita v Bratislave.

Ako je vidieť, tak na podujatí sa zúčastnili zástupcovia celkovo jedenástich katedier a ústavov, pričom Slovensko reprezentovala jediná katedra, a to Katedra obchodného podnikania PHF so sídlom v Košiciach, Ekonomickej univerzity v Bratislave. Jej zástupcami boli Ing. Jozef Gajdoš, PhD. (vedúci katedry) a doc. Ing. Jana Naščáková, PhD. (členka katedry).

Osobné stretnutie a formálne aj neformálne rozhovory účastníkov považujeme za prínosné najmä z informatívneho a metodologického hľadiska. V tejto tradícii by sa malo pokračovať aj v nasledujúcom roku, pričom pravdepodobným miestom stretnutia by mal byť Liberec alebo Pardubice.

Ing. Jozef Gajdoš, PhD.

doc. Ing. Jana Naščáková, PhD.

Ekonomická univerzita v Bratislave
Podnikovohospodárska fakulta so sídlom v Košiciach
Katedra obchodného podnikania
Tajovského 13, 041 30 Košice
e-mail: jozef.gajdos@euke.sk
e-mail: jana.nascakova@euke.sk

SPRÁVA Z PODUJATIA

FINANCIE, ÚČTOVNÍCTVO, DANE 2018 A ICH PRÁVNE ASPEKTY SO ZAMERANÍM NA SÚČASNÉ PROBLÉMY

Katedra finančného riadenia podniku Podnikovohospodárskej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave so sídlom v Košiciach už tradične organizovala vedecký seminár s názvom Financie, účtovníctvo, dane 2018 a ich právne aspekty so zameraním na súčasné problémy, ktorý bol určený pre členov katedry, fakulty, ale aj iných odborníkov a výskumníkov z oblastí daní, účtovníctva, podnikových financií, či práva.

Cieľom seminára bolo vytvoriť priestor na prezentáciu výsledkov vedeckovýskumnej činnosti jednotlivých účastníkov vedeckého seminára z pohľadu aktuálnych finančných problémov, účtovných, daňových a právnych zmien v oblasti finančného riadenia podnikov. Súčasťou vedeckého seminára bola aj prezentácia výsledkov riešenia projektu mladých vedeckých pracovníkov č. -18-110-00 Finančná gramotnosť žiakov základných a stredných škôl v kontexte PISA 2018, PISA 2015 a OECD.

Vedecký seminár sa konal v rámci Týždňa vedy a techniky na Slovensku od 5. – 11. 11. 2018 a jeho cieľom je zlepšiť vnímanie vedy a techniky v povedomí celej spoločnosti, popularizovať a prezentovať ich, vzbudiť záujem mladých ľudí o štúdium vedeckých a technických disciplín, informovať verejnosť o poznatkoch vedy a techniky a o nutnosti podporovať vedu a techniku, ktoré sú základom hospodárskeho a spoločenského pokroku a pomáhajú riešiť globálne problémy a výzvy. Veda a technika je neoddeliteľnou súčasťou života každého občana a jej správne nasmerovanie podmieňuje ďalší rozvoj krajiny. Slovenská republika má silný vedecký potenciál, ktorý musí využiť, aby sa stal našou konkurenčnou výhodou. Dôležité je, aby široká verejnosť vnímala celoživotné vzdelávanie, výskum, vývoj a inovácie ako pozitívne faktory rozvoja, ako procesy, ktoré posúvajú naše vedomosti a vývoj spoločnosti ďalej. Z tohto pohľadu je nevyhnutné, aby aj samotní pedagógovia, technici a vedci boli schopní zaujímavým a jednoduchým spôsobom prezentovať svoju prácu a výsledky svojho výskumu. Popularizácia vedy a techniky počas Týždňa vedy a techniky i počas celého roka je aktivita, ktorá by sa mala stať súčasťou všetkých výskumných a vedeckých pracovísk.



Obrázok 1: Logo vedeckého seminára

Zdroj: vlastné spracovanie

Vedecký seminár sa uskutočnil 5.11.2018 v seminárnej miestnosti Katedry finančného riadenia podniku v doobedňajších hodinách. V prezentácií sa predstavili členovia katedry s podnetnými príspevkami na témy: Hodnotenie rizika a podnikateľského prostredia krajiny, Finančná gramotnosť obyvateľov Českej republiky, Daňová kooperácia vo svete a výmena informácií medzinárodnými odborníkmi, Analýza účtovnej závierky v sústave podvojného účtovníctva a ďalšími príspevkami z problematiky zamerania seminára. Z prezentovaných príspevkov bude vydaný vedecký zborník v elektronickej podobe.

V závere vedeckého seminára poďakovala vedúca Katedry finančného riadenia podniku Ing. Jana Simonidesová, PhD. všetkým prítomným za účasť, prezentáciu príspevkov a podnetnú diskusiu. Rovnako prisľúbila organizáciu vedeckého seminára aj nasledujúci rok v rámci Týždňa vedy a techniky na Slovensku.

Ing. Jozef Lukáč

*interný doktorand na Katedre finančného riadenia podniku
za programový výbor seminára*

Ekonomická univerzita v Bratislave
Podnikovohospodárska fakulta v Košiciach
Katedra finančného riadenia podniku
Tajovského 13, 041 30 Košice
e-mail: jozef.lukac@student.euke.sk