

Mladá veda

Young Science



Rozhovor s prekladateľom Karolom Wlachovským
Betón v architektúre, konkretizácia-personalizácia
Zdroje ekonomického rastu v krajinách V4

Mladá veda

Young Science

MEDZINÁRODNÝ VEDECKÝ ČASOPIS MLADÁ VEDA / YOUNG SCIENCE

December 2016 (číslo 2)

Ročník štvrtý

ISSN 1339-3189

Kontakt: info@mladaveda.sk, tel.: +421 908 546 716, www.mladaveda.sk

Fotografia na obálke: Bangkok 2014. © Branislav A. Švorc, foto.branisko.at

REDAKČNÁ RADA

doc. Ing. Peter Adamišin, PhD. (Katedra environmentálneho manažmentu, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Dr. Pavel Chromý, PhD. (Katedra sociálnej geografie a regionálneho rozvoja, Univerzita Karlova, Praha)

doc. PaedDr. Peter Čuka, PhD. (Katedra cestovného ruchu, Slezská univerzita v Opavě)

prof. Dr. Paul Robert Magocsi (Chair of Ukrainian Studies, University of Toronto; Royal Society of Canada)

Ing. Lucia Mikušová, PhD. (Ústav biochémie, výživy a ochrany zdravia, Slovenská technická univerzita, Bratislava)

doc. Ing. Peter Skok, CSc. (Ekomos s. r. o., Prešov)

prof. Ing. Róbert Štefko, PhD. (Katedra marketingu a medzinárodného obchodu, Prešovská univerzita, Prešov)

prof. PhDr. Peter Švorc, CSc., predseda (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

doc. Ing. Petr Tománek, CSc. (Katedra veřejné ekonomiky, Vysoká škola báňská - Technická univerzita, Ostrava)

REDAKCIA

PhDr. Magdaléna Keresztesová, PhD. (Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, Nitra)

Mgr. Martin Hajduk (Inštitút histórie, Prešovská univerzita, Prešov)

Mgr. Richard Nikischer, PhD. (Sociologický ústav Akademií věd ČR, Praha)

Mgr. Branislav A. Švorc, PhD., šéfredaktor (Vydavateľstvo UNIVERSUM, Prešov)

PhDr. Veronika Trstianska, PhD. (Ústav stredoeurópskych jazykov a kultúr FSS UKF, Nitra)

Mgr. Veronika Zuskáčová (Geografický ústav, Masarykova univerzita, Brno)

VYDAVATEĽ

Vydavateľstvo UNIVERSUM, spol. s r. o.

www.universum-eu.sk

Javorinská 26, 080 01 Prešov

Slovenská republika

© Mladá veda / Young Science. Akékoľvek šírenie a rozmnožovanie textu, fotografií, údajov a iných informácií je možné len s písomným povolením redakcie.

VÝVOJ VYBRANÝCH FINANČNÝCH UKAZOVATEĽOV PODNIKOV CESTOVNÉHO RUCHU

DEVELOPMENT OF SELECTED FINANCIAL INDICATORS OF THE COMPANIES IN
THE TOURISM SECTOR

Petra Gundová, Ivana Rybovičová¹

Petra Gundová pôsobí vo funkcii odborného asistenta na Katedre ekonomiky a manažmentu podniku Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici. Vo svojej vedecko-výskumnej činnosti sa zameriava na oblasť finančnej analýzy podnikateľských subjektov, a to najmä na finančnú analýzu ex-ante a jej predikčné metódy. Ivana Rybovičová pôsobí ako interná doktorandka na Ekonomickej fakulte Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici so zaradením na Katedre ekonomiky a manažmentu podniku. Vo svojej dizertačnej práci sa zaoberá likviditou a cash flow v podnikoch cestovného ruchu.

Petra Gundová has worked as a lecturer at the Department of Corporate Economics and Management of the Faculty of Economics of Matej Bel University since 2014. In her scientific research, she focuses on issues of the financial analysis of companies, especially ex-ante financial analysis and its methods of prediction. Ivana Rybovičová acts as a PhD student at the Faculty of Economics of Matej Bel University in Banská Bystrica (Department of Corporate Economics and Management). In the dissertation work deals with the issue of liquidity and cash flow of the companies in the tourism sector.

Abstract

The article focuses on financial analysis and its financial indicators. Financial analysis is an important tool of current and future corporate financial situation evaluation. The aim of the article is to present and evaluate development of selected financial indicators of the companies in the tourism sector. The research sample includes enterprises operating in the tourism industry with the established domicile in the Prešov municipal region. In accordance with the SK NACE classification these businesses belong to the category of 55 Accommodation. On the basis of the results of the realised research the article points out to potential problems resulting from the financial indicators and briefly outlines possible solutions.

Key words: Financial analysis, financial indicators, tourism businesses

¹ Adresa pracoviska: Ing. Petra Gundová, PhD., Ing. Ivana Rybovičová, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica
E-mail: petra.gundova@umb.sk, ivana.rybovicova@umb.sk

Abstrakt

Predložený príspevok je zameraný na finančnú analýzu a jej pomerové finančné ukazovatele. Finančná analýza je považovaná za dôležitý nástroj hodnotenia súčasnej a budúcej finančnej situácie. Cieľom príspevku je prezentovať a zhodnotiť vývoj vybraných pomerových finančných ukazovateľov v tridsiatich podnikoch cestovného ruchu. Analýza vychádza z účtovných závierok zvolených tridsiatich slovenských podnikov za obdobie rokov 2011-2015. Výberová vzorka pozostáva z podnikov pôsobiacich v oblasti cestovného ruchu so sídlom v Prešovskom samosprávnom kraji. Podľa klasifikácie SK NACE sú podniky zaradené do kategórie 55 Ubytovanie. Na základe výsledkov analýzy príspevok poukazuje na potenciálne problémy, ktoré vyplývajú z finančných ukazovateľov a stručne načrtáva možné riešenia.

Kľúčové slová: Finančná analýza, pomerové finančné ukazovatele, podniky cestovného ruchu

Úvod

V prostredí trhovej ekonomiky je pre potreby podnikania finančné riadenie a rozhodovanie nevyhnutné. Problematika finančnej analýzy je aktuálna vo všetkých fázach ekonomického cyklu vývoja ekonomiky, má svoje opodstatnené miesto na makroekonomickej aj mikroekonomickej úrovni (Musa, Hiadlovský, 2014).

Súčasná situácia v ekonomickom prostredí, prepuknutie globálnej hospodárskej krízy v roku 2008 a z toho vyplývajúce zmeny a dôsledky kladú zvýšené nároky na všetky subjekty pôsobiace v trhovej ekonomike, pričom podniky nie sú výnimkou. Práve naopak, aktuálna situácia spôsobila, že mnohé podnikateľské subjekty musia čoraz častejšie riešiť existenčné problémy, ktoré mnohokrát vyúsťujú až do zániku ich podnikateľskej činnosti (Hiadlovský, Gundová, 2014). Dôležitým nástrojom na diagnostikovanie finančného zdravia je práve finančná analýza, ktorá má významné miesto vo finančnom manažmente podnikateľského subjektu. Prostredníctvom finančnej analýzy môžu podniky zhodnotiť ich finančné zdravie a určiť, ktoré faktory (externé a interné) sa podieľali na jeho vývoji (Lesáková et al., 2007). Externé a interné faktory majú vplyv na výkonnosť podniku s rôznym stupňom intenzity (Šmardová, Elexa, Rakšaniová, 2016). V predloženom príspevku sa zameriavame na pomerové ukazovatele retrospektívnej finančnej analýzy ex post.

Teoretické východiská pomerových finančných ukazovateľov

Viacerí autori (Hrdý, Krechovská, 2013; Lesáková et al., 2007; Kislingerová, 2001) sa zhodujú, že pomerové finančné ukazovatele sú základným a najobľúbenejším metodickým nástrojom finančnej analýzy. Ukazovatele majú svoje silné a slabé stránky, ktorých by si mal byť finančný analytik pri hodnotení finančného zdravia podniku vedomý. Hlavné dôvody a výhody, ktoré viedli k širokému používaniu pomerových ukazovateľov, sú (Ficzová, Sedláček, Úradníček, 2000):

- umožňujú robiť analýzu časového vývoja finančnej situácie podniku,
- sú vhodným nástrojom priestorovej (odvetvovej) analýzy,
- môžu byť používané ako vstup matematických modelov, ktoré umožňujú popísať závislosť medzi javmi, klasifikovať stavy a predvídať budúci vývoj.

V odbornej literatúre sa môžeme stretnúť s rôznou klasifikáciou pomerových ukazovateľov. Pre potreby predloženého príspevku sa prikláňame k usporiadaniu podľa oblastí finančnej analýzy - ukazovatele likvidity, aktivity, zadlženosti, rentability a trhovej hodnoty. Vzhľadom na obsahové zameranie príspevku a jeho rozsah, uvádzame iba všeobecnú a komplexnú charakteristiku jednotlivých skupín ukazovateľov.

Likviditu podniku môžeme charakterizovať ako schopnosť podniku hradiť svoje krátkodobé záväzky, ktorých doba splatnosti je do jedného roka. Kovanicová (2006) uvádza, že krátkodobú finančnú stabilitu podniku vyjadruje jeho platobná schopnosť, t. j. solventnosť, pričom medzi likviditou a solventnosťou existuje vzájomný vzťah. V prípade, ak podnikateľský subjekt vykazuje príliš nízke hodnoty likvidity, má problém s uhrádzaním svojich krátkodobých záväzkov. Naopak, vysoké hodnoty likvidity vypovedajú o tom, že podnik viaže veľa peňažných prostriedkov v podobe finančných účtov, krátkodobých pohľadávok, resp. zásob, čo môže viesť k ohrozeniu investovania a aj rentability podniku (Kislingerová, 2001; Lesáková, 2001).

Ukazovatele aktivity informujú o tom, ako efektívne podnik hospodári so svojím majetkom. Hodnota majetku ovplyvňuje celkový chod podniku, pretože, ak má podnik majetku viac ako je potrebné, vznikajú mu zbytočné náklady, ktoré sú spojené s údržbou, resp. skladovaním majetku. Naopak, nedostatok majetku (najmä v podobe zásob) môže spôsobovať aj nižšie tržby, keďže podnik nie je schopný promptne reagovať na požiadavky svojich zákazníkov. Ukazovatele aktivity môžeme rozdeliť na ukazovatele obratu, ktoré sa podnik snaží maximalizovať, a ukazovatele doby obratu, ktoré sa naopak snaží minimalizovať.

Ukazovatele zadlženosti informujú podnik o miere jeho zadlženosti a o schopnosti túto zadlženosť splácať. Štruktúra aktív a pasív je špecifická pre každý podnikateľský subjekt, pričom výrazne ovplyvňuje jeho stabilné a ekonomické fungovanie. V odbornej literatúre sa stretávame s termínom „zlaté pravidlo financovania“, podľa ktorého by zdroje financovania nemali mať kratšie trvanie ako tá časť majetku, ktorú financujú (Šlosárová et al., 2006).

Literatúra uvádza, že ukazovatele rentability predstavujú najdôležitejšiu skupinu zo všetkých pomerových ukazovateľov, pričom vyjadrujú výnosnosť, resp. stratovosť podniku. Význam ukazovateľov rentability spočíva v tom, že sa do ich úrovne a vývoja premieta úroveň a vývoj likvidity, aktivity i zadlženosti. Môžeme teda tvrdiť, že ukazovatele rentability ich tak syntetizujú.

Ukazovatele trhovej hodnoty využívajú podniky, ktoré obchodujú na kapitálovom trhu, pričom táto skupina ukazovateľov rozširuje finančnú analýzu o pohľad „subjektov“ zvonku. Ako uvádzajú Kislingerová a Hnilica (2008), ukazovatele trhovej hodnoty do istej miery prekonávajú nedostatok predchádzajúcich skupín ukazovateľov, ktoré vychádzajú iba z účtovnej hodnoty. Z predchádzajúceho textu vyplýva, že na základe hodnôt ukazovateľov kapitálového trhu si finanční analytici môžu urobiť predstavu o tom, ako je podnik hodnotený trhom.

Terminológia a členenie pomerových ukazovateľov nie sú v domácej a zahraničnej literatúre striktné stanovené. Preto sa s danými základnými charakteristikami môžeme stretnúť v rôznych zoskupeniach.

Cieľ, materiál a metodika skúmania

Cieľom príspevku je prezentovať a zhodnotiť vývoj vybraných pomerových finančných ukazovateľov v tridsiatich podnikoch cestovného ruchu za analyzované obdobie 2011 - 2015. Výberová vzorka podnikov bola zostavená na základe dostupných zdrojov dát za celé analyzované obdobie z databázy informačného portálu CRIBIS získaného na základe spolupráce s Univerzitou Mateja Bela. Výberová vzorka zahŕňa 30 podnikov pôsobiach v odvetví cestovného ruchu so sídlom v Prešovskom samosprávnom kraji Slovenskej republiky. Hlavný SK NACE výberovej vzorky podnikov je podľa štatistickej klasifikácie hospodárskych činností zaradený do kategórie 55 Ubytovanie. Výberová vzorka podnikov vykazovala aktívnu podnikateľskú činnosť za rok 2015, ich ročné tržby predstavovali viac ako 50 000 €. Prešovský samosprávny kraj sa v počte návštevníkov v ubytovacích zariadeniach cestovného ruchu SR za rok 2015 umiestnil na tretej pozícii po Bratislavskom (1 194 479) a Žilinskom (846 508) samosprávnom kraji s počtom 740 698 návštevníkov. Podľa počtu zahraničných návštevníkov (232 363) a počtu prenocovaní (715 081) sa Prešovský samosprávny kraj aj týmto zaradil medzi tri najúspešnejšie kraje SR za rok 2015 (Základné ukazovatele za ubytovacie zariadenia cestovného ruchu SR za rok 2015, 2016).

Cestovný ruch tvorí významnú súčasť ekonomiky Slovenskej republiky. Podiel cestovného ruchu na HDP v roku 2015 predstavoval 2,7 % a na exporte služieb sa podieľal 29,4 % (Ubytovacia štatistika CR na Slovensku. Štatistika CR-vývoj platobnej bilancie, 2016). Rok 2015 bol pre cestovný ruch najúspešnejším turistickým rokom v histórii samostatnej Slovenskej republiky (Tlačová správa zo 6. valného zhromaždenia ZCR SR 02.02.2016, 2016).

Dôvodom výberu vzorky pomerových finančných ukazovateľov je ich zastúpenie v rámci finančnej analýzy, konkrétne ukazovateľov likvidity, aktivity, zadlženosti a rentability. Z ukazovateľov likvidity boli vyčíslené hodnoty ukazovateľov likvidity 2. stupňa a likvidity 3. stupňa. Z ukazovateľov aktivity sme vybrali ukazovateľ doby splatnosti krátkodobých pohľadávok z obchodného styku a ukazovateľ doby splatnosti krátkodobých záväzkov z obchodného styku. Z ukazovateľov zadlženosti sme vyčíslili ukazovateľ celkovej zadlženosti aktív. Z ukazovateľov rentability sme sa zamerali na ich zastúpenie výberom ukazovateľa rentability vlastného imania a ukazovateľa prevádzkovej rentability tržieb. Metodika výpočtu vybraných pomerových finančných ukazovateľov bola stanovená na základe metodiky portálu CRIBIS.

V nadväznosti na hlavný cieľ sme sformulovali výskumnú hypotézu.

H1: Predpokladáme, že vývoj mediánov vybraných siedmich pomerových finančných ukazovateľov výberovej vzorky podnikov je podobný vývoju mediánov príslušných pomerových finančných ukazovateľov všetkých podnikov odvetvia s SK NACE 55 za celé analyzované obdobie.

Platnosť hypotézy budeme overovať prostredníctvom vývoja mediánu pomerových finančných ukazovateľov výberovej vzorky podnikov a mediánu všetkých podnikov s SK NACE 55. Medián je „prostredná hodnota nameraných hodnôt kvantitatívneho štatistického znaku, usporiadaných do neklesajúcej postupnosti. Nech pozorovaný znak X nadobúda n hodnôt $x_1, x_2, \dots, x_n$, ktoré usporiadame do neklesajúcej postupnosti $x_{(1)} \leq x_{(2)} \leq \dots \leq x_{(n)}$. Potom medián vypočítame podľa vzťahu

$$\tilde{x} = x_{(\frac{n+1}{2})} \text{ pre } n \text{ nepárne,} \quad (1)$$

$$\tilde{x} = \frac{x_{(\frac{n}{2})} + x_{(\frac{n}{2}+1)}}{2} \text{ pre } n \text{ párne.} \quad (2)$$

Medián pre intervalové rozdelenie početností vypočítame podľa vzťahu

$$\tilde{x} = a + h \cdot \frac{\frac{n}{2} - \sum_{i=1}^{j-1} n_i}{n_j}, \text{ kde} \quad (3)$$

a je dolná hranica triedneho intervalu, v ktorom leží medián,

n - počet prvkov súboru,

n_j - početnosť intervalu s mediánom,

h - šírka intervalu, v ktorom leží medián,

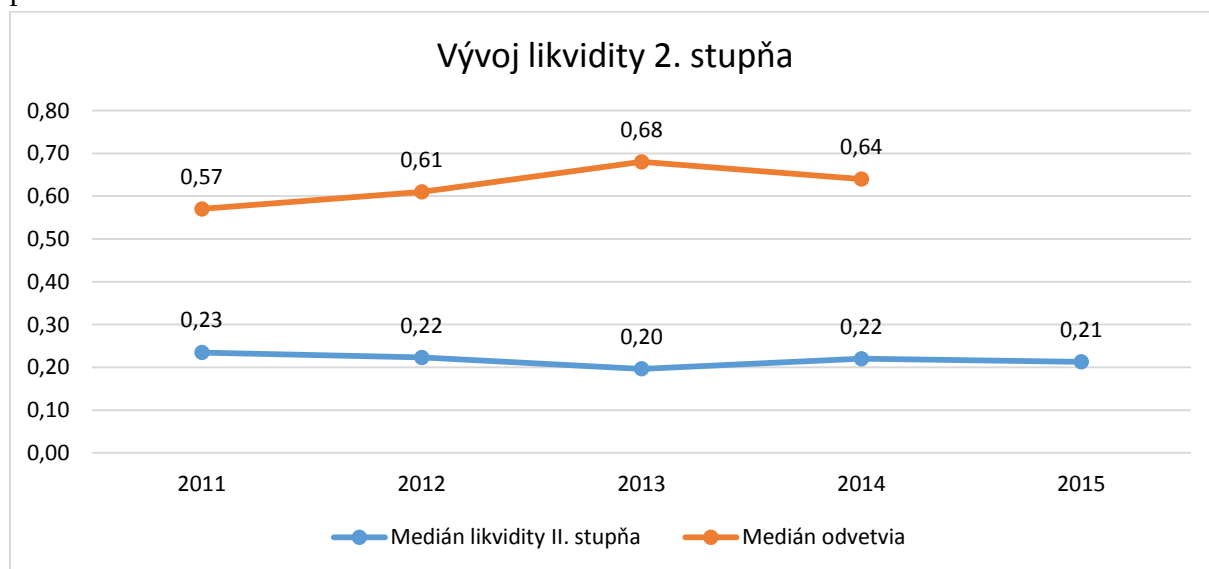
j - poradové číslo intervalu, v ktorom leží medián,

n_i - početnosť i – teho triedneho intervalu“ (Merkechová et al., 2011, s. 24 - 35).

Prostredníctvom programu Microsoft Excel sme vyčíslili hodnoty mediánov vybraných pomerových finančných ukazovateľov analyzovaných podnikov za obdobie 2011 – 2015.

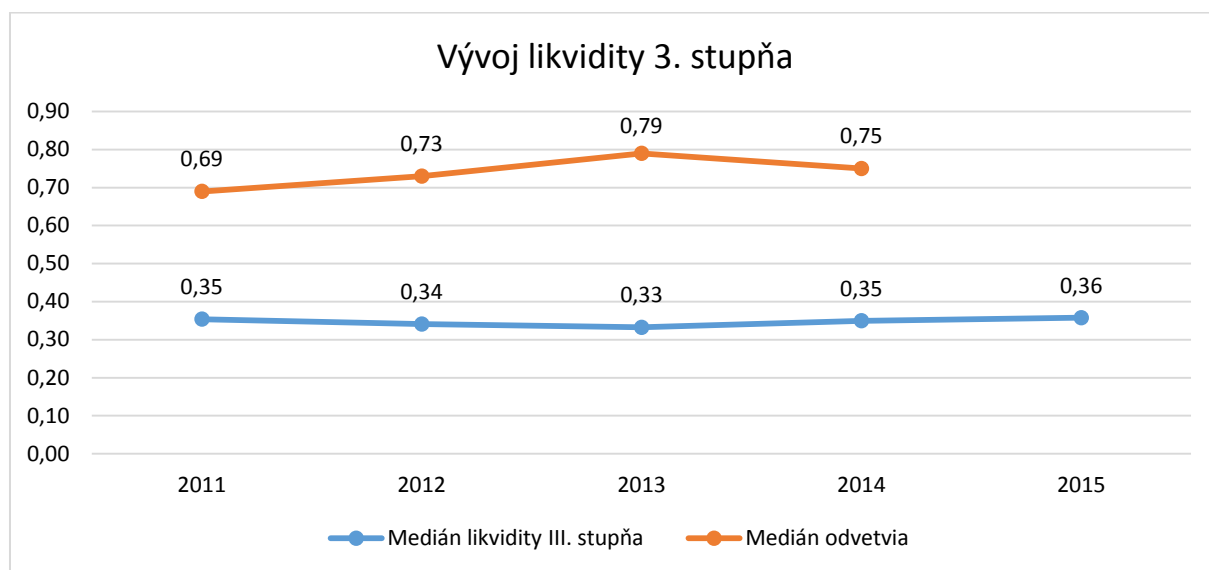
Výsledky a diskusia

Z výsledkov prezentovaných v grafe 1 vyplýva, že hodnoty mediánov ukazovateľa likvidity 2. stupňa vo vzorke analyzovaných podnikov dosahujú za celé analyzované obdobie hodnoty v rozmedzí 0,20 - 0,23. Hodnoty mediánov analyzovanej vzorky sú v porovnaní s hodnotami mediánov všetkých podnikov nachádzajúcich sa podľa SK NACE v kategórii 55 Ubytovanie za celé obdobie 2 až 3-krát nižšie a na grafe (1) môžeme sledovať aj ich opačný vývoj. Zatiaľ čo medián odvetvia mal v rokoch 2011 – 2013 rastúci vývoj, medián analyzovanej vzorky, naopak, klesajúci. V roku 2014 môžeme sledovať pozitívny vývoj mediánu analyzovanej vzorky podnikov a negatívny vývoj hodnoty mediánu odvetvia oproti predošlému roku. V roku 2015 nadobudla hodnota mediánu analyzovanej vzorky podnikov hodnotu 0,21. Táto vzorka podnikov dosahuje veľmi nízke hodnoty mediánu likvidity 2. stupňa, čo môže spôsobovať súčasné, ale aj budúce veľké problémy s finančným riadením podniku.



Graf 1 – Vývoj mediánov likvidity 2. stupňa
Zdroj: Vlastné spracovanie.

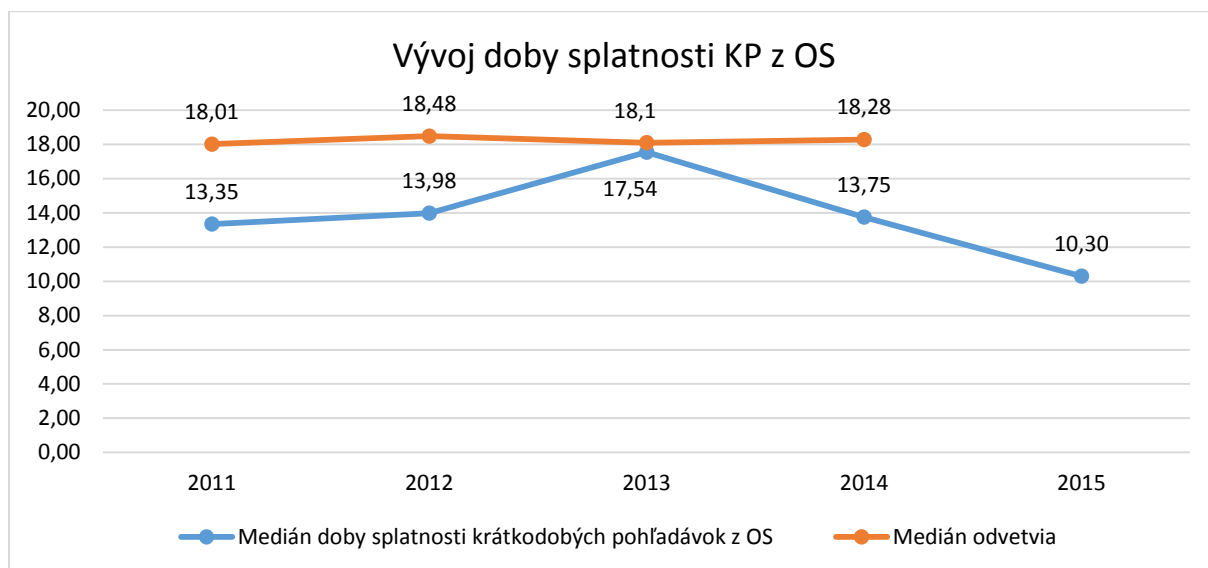
Graf 2 zobrazuje vývoj mediánov likvidity 3. stupňa v analyzovanej vzorke podnikov v porovnaní so všetkými podnikmi v danom odvetví podľa SK NACE v kategórii 55 Ubytovanie za analyzované obdobie 2011 - 2015.



Graf 2 – Vývoj mediánov likvidity 3. stupňa
Zdroj: Vlastné spracovanie.

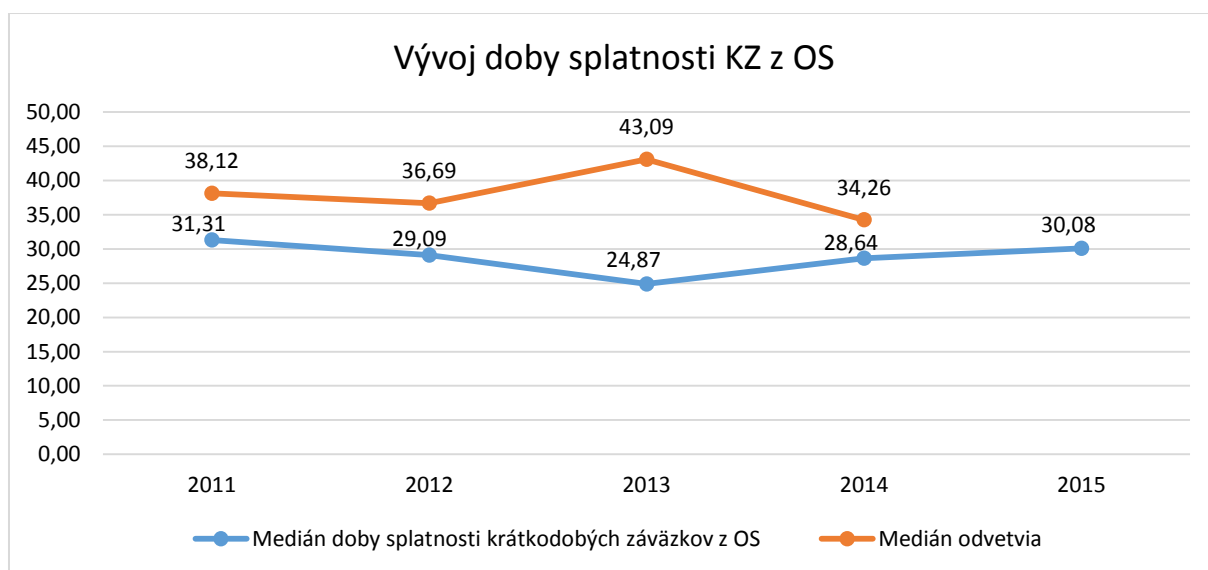
Z grafu (2) vyplýva, že mediány likvidity 3. stupňa analyzovanej vzorky podnikov dosahujú hodnoty v rozmedzí 0,33 - 0,36, čo znamená, že rozdiel medzi mediánmi likvidity 2. a 3. stupňa je v rozmedzí 0,13 – 0,16. Z uvedeného rozdielu vyplýva, že výberová vzorka podnikov vykazuje nízke hodnoty zásob, ktoré sa takmer neprejavili vo výsledných hodnotách likvidity 3. stupňa. Opäť môžeme sledovať opačný priebeh vývoja oboch analyzovaných mediánov za celé sledované obdobie. Hodnoty mediánov, ktoré vykazuje odvetvie podľa SK NACE v kategórii 55 Ubytovanie sú minimálne 2-krát väčšie ako sú hodnoty mediánov výberovej vzorky podnikov.

V nasledujúcom grafe (3) sme analyzovali vývoj mediánov doby splatnosti krátkodobých pohľadávok z obchodného styku. Vývoj mediánu doby splatnosti krátkodobých pohľadávok z obchodného styku môžeme charakterizovať ako veľmi pozitívny hlavne vo vzťahu k roku 2015, pretože hodnota 10,30 znamená, že polovica výberovej vzorky podnikov vykazuje dobu splatnosti krátkodobých pohľadávok z obchodného styku 10,30 dňa a menej. Hodnoty mediánov počas celého sledovaného obdobia vykazujú nižšie hodnoty oproti mediánom odvetvia, čo hodnotíme pozitívne.



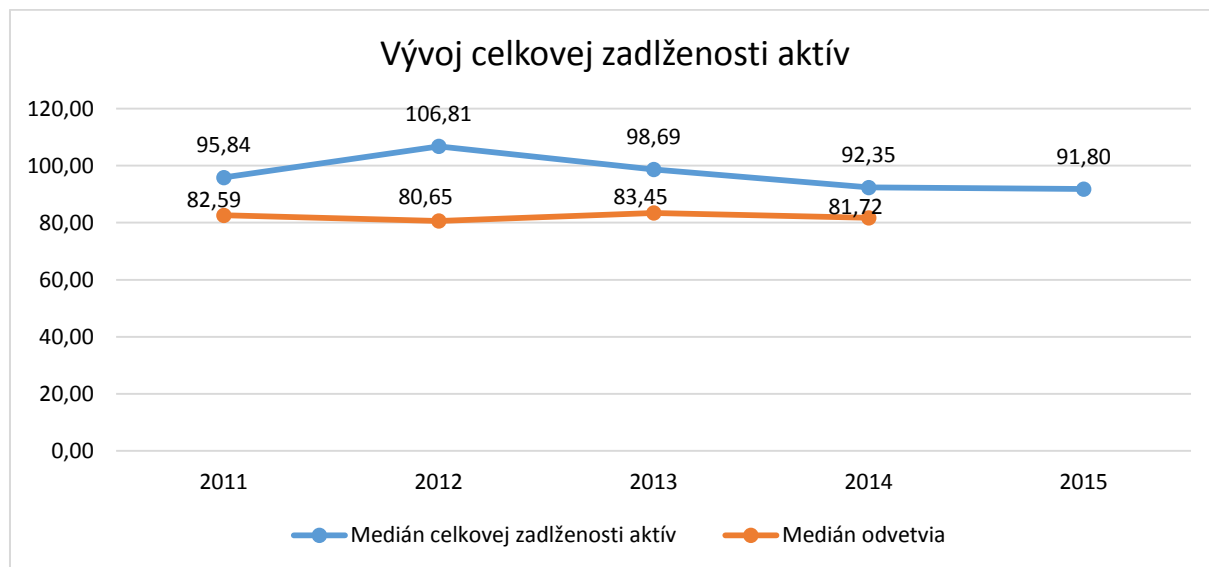
Graf 3 – Vývoj mediánov doby splatnosti krátkodobých pohľadáv z obchodného styku
Zdroj: Vlastné spracovanie.

V spojitosti s grafom 4 vieme povedať, že analyzovaná vzorka podnikov dosahovala hodnoty mediánov doby splatnosti krátkodobých záväzkov z obchodného styku vyššie ako hodnoty mediánov doby splatnosti krátkodobých pohľadáv z obchodného styku. Tento trend vnímame pozitívne. Podniky využívali disponibilné, relatívne lacné zdroje financovania. Ak porovnáme medián odvetvia doby splatnosti krátkodobých záväzkov z obchodného styku s mediánom výberovej vzorky podnikov, zistíme, že hodnoty odvetvia sú vyššie ako hodnoty vzorky podnikov. Najväčší rozdiel je v roku 2013 a predstavuje takmer 20 dní. Rozdiel pri ostatných rokoch je približne 1 týždeň. Podnik by sa mal snažiť uhrádzať svoje záväzky včas, avšak hodnoty mediánov výberovej vzorky podnikov sa nachádzajú pod hodnotami mediánov odvetvia, preto tento vývoj a výsledky hodnotíme pozitívne.



Graf 4 – Vývoj mediánov doby splatnosti krátkodobých záväzkov z obchodného styku
Zdroj: Vlastné spracovanie.

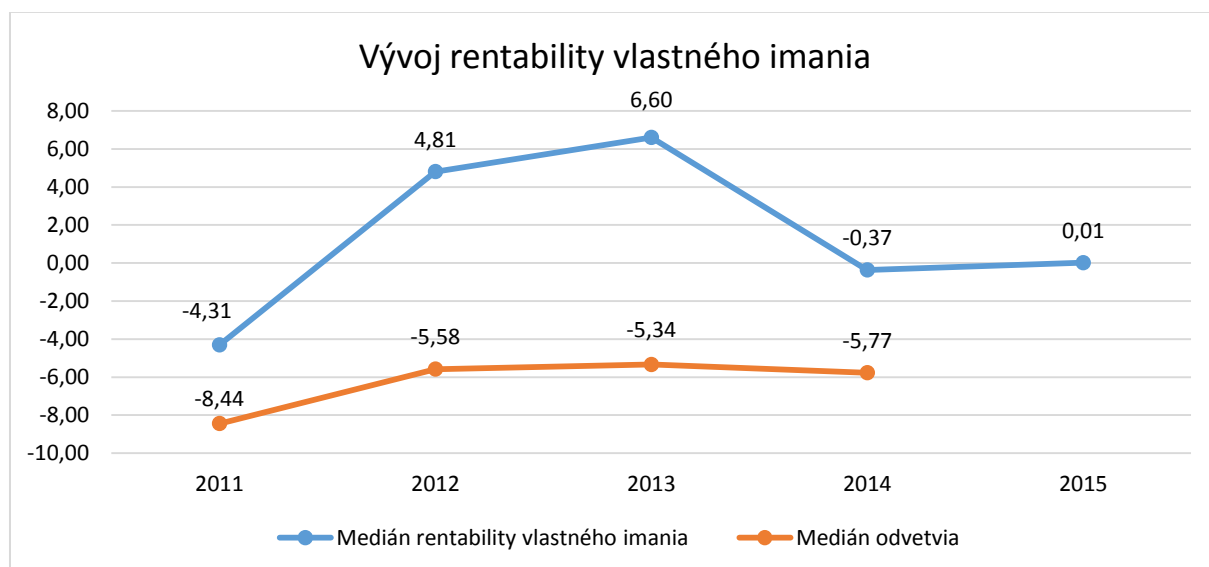
Graf 5 nám zobrazuje vývoj mediánov finančného ukazovateľa celkovej zadlženosti aktív.



Graf 5 – Vývoj mediánov celkovej zadlženosti aktív
Zdroj: Vlastné spracovanie.

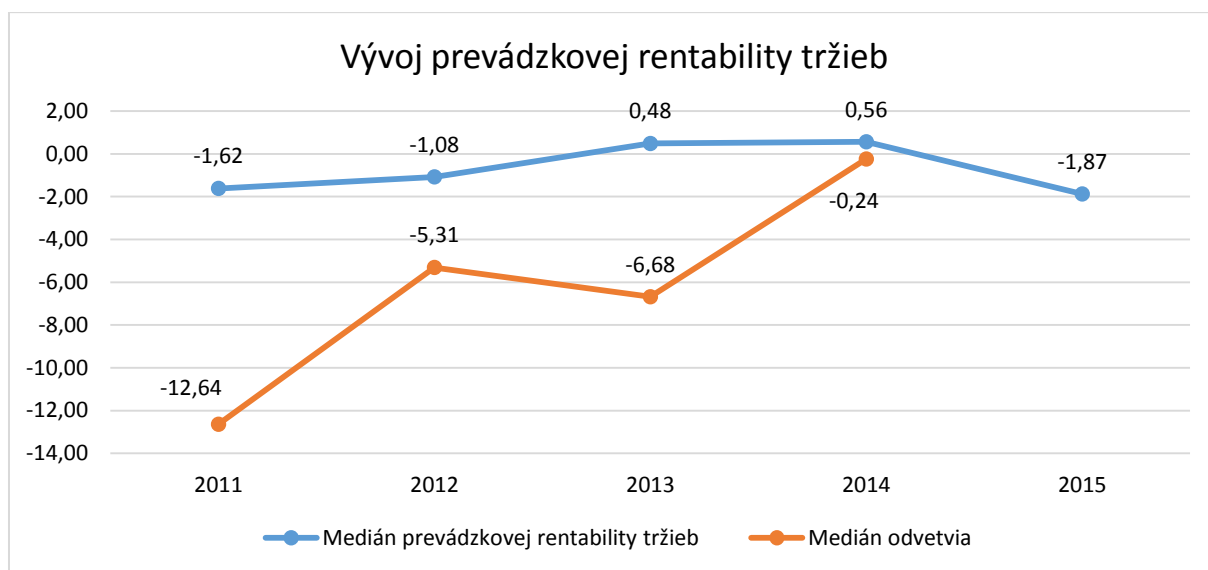
Mediány výberovej vzorky podnikov dosahujú vyššie hodnoty ako mediány odvetvia. Hodnoty vyjadrujú podiel cudzích zdrojov na celkových aktívach podniku. Z uvedeného vyplýva, že v týchto podnikoch prevláda vysoká miera zadlženosti – nad 90 %. Iba veľmi malá časť aktív je tvorená vlastným kapitálom. Tieto podniky vo veľmi veľkej miere využívajú cudzie zdroje na financovanie svojho podniku. Vzhľadom k mediánom odvetvia udávajú mediány celkovej zadlženosti aktív výberovej vzorky podnikov približne o 10 – 26 % vyššie hodnoty.

Nasledujúce grafy (6, 7) vyjadrujú vývoj mediánov rentabilit v danom odvetví.



Graf 6 – Vývoj mediánov rentability vlastného imania
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Z grafu 6 a 7 vyplýva, že hodnoty mediánov rentabilít výberovej vzorky podnikov sú nad hodnotami mediánov rentabilít odvetvia. Tento trend hodnotíme pozitívne, dokonca sa vo viacerých rokoch hodnoty pohybujú v kladných číslach. V rámci zhodnotenia vývoja mediánu rentability vlastného imania výberovej vzorky podnikov môžeme sledovať pozitívny rast až do roku 2013. Rok 2014 zaznamenal vysoký pokles a hodnota mediánu sa opäť dostala do záporných čísel. 50 % podnikov výberovej vzorky dosiahla v roku 2015 hodnotu mediánu rentability vlastného imania 0,01 %, čo pre 50% analyzovaných podnikov znamená takmer žiadnu alebo zápornú mieru zhodnotenia vlastných zdrojov.



Graf 7 – Vývoj mediánov prevádzkovej rentability tržieb
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Graf 7 zobrazuje vývoj mediánov finančného ukazovateľa prevádzkovej rentability tržieb. Pre hodnoty mediánov odvetvia platí počas celého sledovaného obdobia skutočnosť, že vykazujú záporné hodnoty, avšak k roku 2014 môžeme zaznamenať výrazné pozitívne zlepšenie hodnoty mediánu tohto ukazovateľa. 50 % podnikov analyzovanej vzorky vykázalo v roku 2015 hodnotu prevádzkovej rentability tržieb menej ako – 1,87 %, čo znamená pre tieto podniky dosiahnutie straty.

Na základe výsledkov výskumu môžeme prijať nami formulovanú výskumnú hypotézu H1 len čiastočne. Vývoj mediánov rentability vlastného imania výberovej vzorky podnikov je podobný vývoju mediánov všetkých podnikov odvetvia s SK NACE 55 za celé analyzované obdobie. Hodnoty sa napriek podobnému vývoju mediánov tohto ukazovateľa veľmi líšia. Zatiaľ čo mediány odvetvia vykazujú záporné hodnoty počas celého sledovaného vývoja, mediány nami analyzovanej vzorky podnikov dosiahli za analyzované obdobie veľmi pozitívne kladné výsledky v rokoch 2012 a 2013.

Záver

V príspevku sme sa zaoberali finančnou analýzou a vývojom vybraných pomerových finančných ukazovateľov na vzorke tridsiatich podnikov cestovného ruchu. Vývoj mediánov vybraných pomerových finančných ukazovateľov sme analyzovali za obdobie 2011 – 2015.

Výsledky nášho výskumu potvrdili podobný vývoj mediánu rentability vlastného imania výberovej vzorky v porovnaní s mediánom všetkých podnikov s SK NACE v kategórii 55 Ubytovanie za celé analyzované obdobie. Výsledky výskumu ďalej poukazujú na veľmi nízke hodnoty mediánov likvidity 2. a 3. stupňa analyzovanej vzorky podnikov, aj v porovnaní s hodnotami mediánov odvetvia. Jednou z príčin nízkej úrovne likvidity je nízka úroveň zásob, ktorú sme zistili na základe porovnania hodnôt likvidity 2. a 3. stupňa. Podniky by sa mali zamerať na zvyšovanie úrovne likvidity hlavne prostredníctvom zvyšovania peňažných prostriedkov alebo znižovania krátkodobých záväzkov. Hodnoty mediánov doby splatnosti pohľadávok a záväzkov z obchodného styku analyzovanej vzorky podnikov sa nachádzali pod hodnotami mediánov odvetvia. Vo všeobecnosti platí, že doba inkasa krátkodobých pohľadávok z obchodného styku má byť menšia ako doba inkasa krátkodobých záväzkov z obchodného styku. Podniky by sa mali snažiť o využívanie obchodného úveru, ktorým získavajú lacné zdroje financovania. Naopak, poskytnutím obchodného úveru podniky môžu podporiť svoj predaj. Avšak v podnikoch cestovného ruchu, konkrétne v ubytovacích zariadeniach, prevláda predaj za hotové. Podniky by mohli využívať skontá pri platbách na faktúru, aby mohli peňažné prostriedky čo najrýchlejšie získať a ďalej efektívne využiť. Pre tieto typy podnikov je charakteristická vysoká miera zadlženosti, čoho dôkazom sú výsledky nášho výskumu. Finančné problémy pri prevádzke a dosahovaní pozitívnych finančných výsledkov týchto podnikov pramenia práve vo využívaní dlhodobých cudzích zdrojov. S vysokými nákladmi spojenými s financovaním úveru úzko súvisia dosahované finančné výsledky. Výsledky ukazovateľov rentability podnikov nám napovedajú o ziskovosti podnikov v danom odvetví. Keďže hodnoty mediánov odvetvia rentability vlastného imania a prevádzkovej rentability tržieb dosahujú záporné hodnoty, vieme povedať, že 50 % týchto podnikov dosahuje počas celého analyzovaného obdobia straty. Aj napriek pozitívnym výsledkom ukazovateľov rentability v niektorých rokoch nami analyzovanej vzorky podnikov musíme poukázať na problémy a zlé finančné riadenie v tomto odvetví. Je preto potrebné zamerať sa na efektívne finančné riadenie pre dosiahnutie zlepšenia finančnej situácie týchto podnikov. Samozrejme v súčasnosti je nevyhnutné, aby sa podnikateľské subjekty zameriavali aj na inovácie, nakoľko silný sektor konkurencieschopných a inovatívnych podnikov je nepochybne jednou z nevyhnutných podmienok konkurencieschopnosti a udržateľného rozvoja celej ekonomiky (Vinczeová, 2015).

Tento článok odporúča na publikovanie vo vedeckom časopise Mladá veda: doc. Ing. Vladimír Hiadlovský, PhD.

Použitá literatúra

1. FICZOVÁ, Ivana, Jaroslav SEDLÁČEK a Vladimír ÚRADNÍČEK, 2000. *Finančná analýza podniku I.* Banská Bystrica : Fakulta Financíi UMB, 2000. 172 s. ISBN 80-89029-02-7.
2. HIADLOVSKÝ Vladimír a Petra GUNDOVÁ, 2014. Využitie viacrozmernej diskriminačnej analýzy vo finančných predikciách. In: *Koncepty udržateľnosti organizácií : zborník vedeckých statí.* Poprad : Výskumný ústav ekonomiky a manažmentu v Poprade, s. 104-112. ISBN 978-80-970458-6-9.
3. HRDÝ, Milan a Michaela KRECHOVSKÁ. 2013. *Podnikové finance v teorii a praxi.* Praha : Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7478-011-0.
4. KISLINGEROVÁ, Eva, 2001. *Oceňování podniku.* Praha : C. H. BECK. ISBN 80-7179-529-1.
5. KISLINGEROVÁ, Eva a Jiří HNILICA, 2008. *Finanční analýza krok za krokem.* Praha : C. H. BECK. ISBN 978-80-7179-713-5.

6. KOVANICOVÁ, Dana, 2006. *Abeceda účetních znalostí pro každého*. Praha : Polygon. ISBN 80-7273-130-0.
7. LESÁKOVÁ, Ľubica, 2001. *Metodológia finančnej analýzy v malých a stredných podnikoch*. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB. ISBN 80-8055-478-1.
8. LESÁKOVÁ, Ľ. et al., 2007. *Finančno-ekonomická analýza podniku*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta. ISBN 978-80-8083-379-4.
9. MARKECHOVÁ, Dagmar, Beáta STEHLÍKOVÁ a Anna TIRPÁKOVÁ, 2011. *Štatistické metódy a ich aplikácie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. ISBN 987-80-8094-807-8.
10. MUSA, Hussam a Vladimír HIADLOVSKÝ, 2014. Silné a slabé stránky vybraných metód finančnej analýzy. In: *Podniková ekonomika a manažment : elektronický vedecký časopis o ekonomike, manažmente, marketingu a logistike podniku*. č. 1, s. 3-12. ISSN 1336-5878.
11. ŠLOSÁROVÁ, A. et al., 2006. *Analýza účtovnej závierky*. Bratislava : Iura Edition, ISBN 80-8078-070-6.
12. ŠMARDOVÁ, Ľudmila, Ľuboš ELEXA a Soňa RAKŠÁNIOVÁ, 2016. Sensitivity of business financial situation on changes of internal and external factors in chosen industries. In: *Aktuálne problémy podnikovej sféry 2016: zborník vedeckých prác*. Bratislava : Vydavateľstvo Ekonóm, s. 1039-1048. ISBN 978-80-225-4245-6.
13. Tlačová správa zo 6.valného zhromaždenia ZCR SR 02.02.2016, 2016. [online]. Bratislava : Zväz cestovného ruchu Slovenskej republiky. [cit. 21. novembra 2016]. Dostupné z: <http://www.zcrsr.sk/tlacova-sprava-zo-6-valneho-zhromazdenia-zcr-sr-02-02-2016/>.
14. Ubytovacia štatistika CR na Slovensku. Štatistika CR - vývoj platobnej bilancie, 2016. [online]. Bratislava: Slovenská agentúra pre cestovný ruch. [cit. 21. novembra 2016]. Dostupné z: http://www.sacr.sk/odborna-verejnost/analzy-a-statistiky/statistiky/?no_cache=1&cid=1163&did=9410&sechash=5f4e9ddf.
15. VINCZEOVÁ, Miroslava, 2015. Vybrané nástroje financovania inovatívnych malých a stredných podnikov. In: *Finančná stabilita a udržateľný rast v Európskej únii: súčasný stav a perspektívy*. Banská Bystrica : Belianum, Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela, Banská Bystrica, s. 1-6. ISBN 978-80-557-1054-9.
16. Základné ukazovatele za ubytovacie zariadenia cestovného ruchu SR za rok 2015, 2016. [online]. Bratislava: Štatistický úrad SR. [cit. 21. novembra 2016]. Dostupné z: <https://slovak.statistics.sk/PortalTraffic/fileServlet?Dokument=10376db0-af20-40cd-b792-7327e994148e>.
17. <https://www2.cribis.sk/>.